

ICS

A

备案号：

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T XXXXX—XXXX

网络和手机移动购物运营管理规范

Specification for Network shopping and Mobile phone Business
operation management

（征求意见稿）

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

中华人民共和国商务部 发布

目 次

前言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 运营基本条件	2
4.1 场地	3
4.2 设施设备	3
4.3 人员	4
4.4 制度	5
5 运营管理	6
5.1 职责分工	6
5.2 商品采购	6
5.3 商品销售	7
5.4 财务	7
5.5 商品介绍及宣传	8
5.6 物流配送	8
5.7 呼叫中心	9
5.8 售后服务	9
6 监督	10
6.1 监管体系	10
6.2 监管制度	10
6.3 监管流程	10
6.4 监管实施	11
6.5 备案	11
6.6 监管监督	11
参考文献	12

前 言

本标准根据GB/T 1.1-2009给出的规则编写。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：

本标准主要起草人：

网络 and 手机移动购物运营管理规范

1 范围

本标准规定了网络购物、手机移动购物的术语和定义、运营基本条件、运营管理及监督管理等。

本标准适用于商贸流通行业内网络购物、手机移动购物等运营管理。

本标准不适用于以朋友圈、QQ 群等个人手机移动销售购物的微商运营管理。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

SB/T 10401-2006 商品售后服务评价体系

SB/T 10965-2013 媒体购物经营要求

SB/T 10519-2009 网络交易服务规范

SB/T 11115-2015 媒体购物 术语

YZ/T 0128-2007 快递服务

3 术语和定义

3.1

网络购物 on line shopping

以互联网发布信息为主向消费者进行商品展示，并网上下单订购、支付完成购买后通过物流配送，送达消费者的零售业态。

[SB/T10965-2013, 3.5]

3.2

移动购物 mobile terminal shopping

主要通过移动终端完成下单、支付购买活动的一种零售业态。

[SB/T10965-2013, 3.8]

3.3

网络交易 network transaction

发生在企业（或其他组织机构）之间、企业（或其他组织机构）与消费者之间、消费者与消费者之间通过网络手段缔结的商品或服务交易。

[SB/T10519-2009, 2.1]

3.4**网络交易方 network transaction party**

通过网络进行交易的双方，分为：

- 1) 卖方：利用网络出售商品或提供服务。
- 2) 买方：利用网络购买商品或获得服务。

[SB/T10519-2009, 2.3]

3.5**网络交易平台 network transaction platform**

为网络交易提供商品或服务交易的系统。

[SB/T10519-2009, 2.4]

3.6**网络交易平台提供商 network transaction platform provider**

为网络交易提供交易平台，并进行平台运营和管理的法人或法人行为主体。

[SB/T10519-2009, 2.5]

3.7**网络支付平台 network payment platform**

为网络交易提供交易安全支付服务的系统。

[SB/T10519-2009, 2.6]

3.8**网络支付平台提供商 network payment platform provider**

为网络交易提供交易安全支付平台，并进行平台运营和管理的法人或法人委派的行为主体。

[SB/T10519-2009, 2.7]

4 运营基本条件**4.1 场地**

4.1.1 开展网络购物、手机移动购物业务的经营者应具有固定的、与经营规模或经营技术条件相适应的经营场地，持有房屋产权证或经营场地租赁合同、经营场地符合消防和建筑设计防火要求。

4.1.2 网络购物、手机移动购物经营者应具有合法的主体资格，并取得商品经营的资质证书。

4.1.3 网络购物、手机移动购物经营者应提供适宜的办公场所，充分保证到员工个人办公、更衣、会议、工作餐等活动的场地需求，并保证经营场地具备光线充足、通风良好的条件。

4.2 设施设备

4.2.1 自主拥有商品货源的网络购物、手机移动购物经营者应有相对固定的仓储场地和仓储设施，确保商品安全有效地储存、搬运和装卸，并保证场地具备防火、防潮、防水、通风的条件。

4.2.2 网络购物、手机移动购物经营者应为工作人员提供必备的办公条件及传真机、直线电话、电脑等设备，使企业能够有效、通畅地开展对外联络。

4.2.3 网络购物、手机移动购物经营者应为工作人员提供室温调节、饮水等设备或条件。

4.2.4 网络购物、手机移动购物经营者应配置或租赁满足要求的呼叫中心系统。

4.2.4.1 自主受理商品订单的网络购物、手机移动购物经营者应配备席位数量充分的呼叫中心电脑网络及话务设备，保证每个接听席位能够顺畅接听呼入电话。

4.2.4.2 网络购物、手机移动购物经营者的呼叫中心应运用专业的管理软件系统，以实现信息的安全与快捷处理。

4.2.4.3 网络购物、手机移动购物经营者呼叫中心的电脑网络应与互联网实行物理隔离。

4.2.5 网络购物、手机移动购物经营者应具有完善的资金结算设备，包括支票打印和发票打印设备，相应设备应选用国家许可的产品。

4.2.6 网络购物、手机移动购物经营者应配备畅通的信息沟通资源。

4.2.6.1 自主开展订单受理的网络购物、手机移动购物经营者应拥有免费接听电话号码，并使之与呼叫中心网络顺畅对接。

4.2.6.2 网络购物、手机移动购物经营者建立内部局域网为工作人员提供便捷、有效的内部信息交流；企业应具备上网条件以方便与外界建立快捷、有效的信息交流渠道。

4.2.6.3 网络购物、手机移动购物经营者应为电脑网络配备网络安全防范系统。

4.2.6.4 网络购物、手机移动购物经营者建立拥有互联网域名的、内容丰富的、运营状况良好的网站，能够实现与客户的互动信息交流。

4.3 人员

4.3.1 应具有与其经营规模、经营类别相适应的管理人员和专业技术人员。包括但不限于：

- (1) 承担产品开发、甄选和市场策划工作的部门及人员；
- (2) 承担广告时段购买或合作行为的部门及人员；
- (3) 承担商品节目或广告策划、制作工作的部门和人员；
- (4) 承担呼叫中心运营和管理工作的部门及人员；
- (5) 承担仓库管理和商品配送工作的部门及人员；
- (6) 承担资金周转和财务结算工作的部门及人员；
- (7) 承担商品售后服务工作的部门及人员；
- (8) 承担行政管理和后勤保障工作的部门及人员；
- (9) 其他必要的部门和工作人员。

4.3.2 特定岗位从业人员应具有相应的从业资格证，经理人应取得由媒体购物行业主管机构核发的从业资格证。

4.3.3 人员要求

4.3.3.1 高级经理人职业操守

(1) 网络购物、手机移动购物运营单位应当根据经营目标、职能划分和管理要求，明确高级管理人员、各职能部门和分支机构以及基层作业单位的职责权限，将权利与责任分解到具体岗位，为内企业管理的有效实施创造良好条件。

(2) 高级管理人员应当恪守以诚实守信为核心的职业操守，不得损害投资者、债权人、客户、员工和社会公众的利益。

(3) 高级管理人员有责任加强员工职业道德宣传引导、教育培训和监督检查，为建立和实

施 企业内部管理营造良好的氛围和环境。

4.3.3.2 工作人员基本要求

- (1) 具有一定的工作部门或岗位所需的教育培训经历或从业经验。
- (2) 熟悉工作岗位相关的国家法律、法规、标准，并能在工作中执行运用。
- (3) 熟悉本单位内部管理的规章制度并能照章遵守。
- (4) 具备一定的沟通协调能力、计算机应用及文字表达能力。
- (5) 三年内无犯罪记录。

4.4 制度

4.4.1 内部规章制度

- 4.4.1.1 网络购物、手机移动购物经营者应建立完善的规章制度，以保障企业的财物管理、财务管理、工作纪律、员晋升等方面 的顺利执行和实施。
- 4.4.1.2 网络购物、手机移动购物经营者应建立内部部门之间沟通交流、协调处理的流程与制度，保证企业顺畅运营。
- 4.4.1.3 网络购物、手机移动购物经营者应建立完善的奖惩制度，能够对员工进行合理有效的奖励与处罚。
- 4.4.1.4 网络购物、手机移动购物经营者的规章制度应以企业文件的方式记录。
- 4.4.1.5 网络购物、手机移动购物经营者应通过培训使所有员工熟悉规章制度并能照章遵守和执行。

4.4.2 对外经营管理制度

- 4.4.2.1 网络购物、手机移动购物经营者应针对经营活动建立完善的经营管理制度和相应的工作流程， 以保障网络购物经营者、手机移动商户的产品开发、 采购、服务外包、对外合作、商品销售、售后服务等环节能够顺畅、有序地开展和运行。
- 4.4.2.2 网络购物、手机移动购物经营者应建立对外合作文件审核、审批、备案管理制度。
- 4.4.2.3 网络购物、手机移动购物经营者应对员工进行培训，使员工熟悉并遵守。
- 4.4.2.4 网络购物、手机移动购物经营者应视需要以文件的形式向外部企业告知相关的经营管理制度和工作流程，以保障企业的 经营活动顺利实施。

4.4.3 员工薪酬与福利制度

4.4.3.1 网络购物、手机移动购物经营者应依照国家相关法律法规建立员工薪酬及福利制度。

4.4.3.2 网络购物、手机移动购物经营者应依据国家相关法律、法规为员工办理医疗保险、养老保险及失业保险。

4.4.3.3 网络购物、手机移动购物经营者试用员工和正式聘用员工时应依法与员工签署试用协议和劳动合同。

4.4.3.4 网络购物、手机移动购物经营者应保障员工的法定假期，并提供不低于国家法定标准的节假日加班薪酬。

5 运营管理

5.1 职责分工

5.1.1 网络购物、手机移动购物经营者应当通过内部管理制度汇编、员工手册、组织结构图、业务流程图、岗位描述、权限指引等适当方式，使员工了解和掌握内部机构设置及权责分配情况，促进企业各层级员工明确职责分工，正确行使职权，并加强对权责履行的监督。

5.1.2 网络购物、手机移动购物经营者应按照科学、精简、高效的原则，合理设置职能部门和工作岗位，明确各部门、各岗位的职责权限，形成各司其职、各负其责、便于考核、相互制约的工作机制。

5.2 商品采购

5.2.1 采购管理机制

5.2.1.1 网络购物、手机移动购物经营者应设立专门的商品采购部门或商品开发部门，负责与生产厂家洽谈商品合作。

5.2.1.2 网络购物、手机移动购物经营者的商品采购部门应配备相应结构和数量的专业人员。

5.2.1.3 网络购物、手机移动购物经营者应制订完善的商品采购流程和规章制度，整个流程要统一、规范、合理，具备可操作性，并保证员工能够严格依照流程照章开展工作。

5.2.1.4 网络购物、手机移动购物经营者对员工进行商品采购知识和机能的培训，使员工能够胜任工作。

5.2.2 供应商选择

5.2.2.1 应选择具备合法的主体资质条件的供应商，认真审核其有效的营业执照、生产许可证或准产证、食品卫生许可证、产品质量检验合格证明和国家规定的其他证明等。

5.2.2.2 对在政府主管部门或政府指定的企业信用档案管理系统中被列入信用黑名单的企业不应作为供应商。

5.2.3 商品审核管理

5.2.3.1 商品销售审核工作由企业的商品采购部门承担。

5.2.3.2 网络购物、手机移动购物经营者应制订完善的商品审核流程和审核规范，并严格执行。未通过商品销售审核的商品应视为不合格商品，网络购物经营者、手机移动商户应不予销售。

5.2.3.3 网络购物、手机移动购物经营者应对员工开展商品销售审核技能培训，使员工掌握商品审核工作应熟悉的法律、法规、质量标准等知识。

5.2.4 采购过程的信息记录管理

5.2.4.1 网络购物、手机移动购物经营者应建立采购过程信息管理台账，保证采购过程信息的真实性、完整性和可追溯性，并完整保存三年

5.2.4.2 采购过程信息管理台账应记录下述信息：

(1) 供应商基本信息(企业名称、注册地址、目前办公地址、法定代表人、许可证代码、联系电话等)。

(2) 采购商品基本信息(名称、产地、种类、数量、批次、标准、价格、定货日期、到货期限等)。

5.3 商品销售

5.3.1 网络交易平台销售者应建立专门的销售部门，负责商品的市场调查、销售策略制定、销售方式制定、成本控制、价格制定、赠品管理、售后反馈等工作，并对员工进行专业的培训使之能够胜任工作。

5.3.2 网络交易平台销售者应制定商品销售环节的流程与规章制度，并保证员工能够照章执行。

5.3.3 网络交易平台销售者应建立完善的商品销售档案，对商品的成本、价格、销售数据、售后服务数据等做 备案登记；商品销售档案应至少保留至商品停止销售后六个月。

5.3.4 网络交易平台销售者应遵守国家法律和法规，践行商业诚信，合法守法开展销售活动。不得在商品价格、商品质量、商品计量、商品销售方式、售后服务等方面欺诈和1 诱骗消费者。

5.3.5 网络交易平台应明确会员注册要求、注册流程以及为会员提供的服务条款。

5.3.6 网络交易平台应明确支付方式，为消费者提供网络交易支付平台的应用说明，具体支付要求应符合 SB/T10965-2013 中 6.5 章条款的要求。

5.3.7 网络交易平台应建立商品追溯制度，保障商品可追溯性。

5.3.8 网络交易平台销售者应依法为消费者开具发票。

5 4 财务管理

5.4.1 网络购物、手机移动购物经营者应建立完善的内部资金流动与审批、外部资金结算流程与审批权限的制度。

5.4.2 网络购物、手机移动购物经营者应运用现代企业财务管理的方式和手段管理财务，借助软硬件的应用提高管理效率。

5.4.3 网络购物、手机移动购物经营者应对财务人员进行培训，使财务人员能够严格执行财务制度。

5.4.4 网络购物、手机移动购物经营者应分别与有合作关系的供应商、代理商以及网络交易支付平台等就资金结算的费率、方式、周期、违约责任等方面达成合作规定，并签署合作协议。

5.4.5 网络购物、手机移动购物经营者应按照合作协议中关于财务结算的条款与供应商、代理商、服务商开展财务结算，并监督合作方的结算行为。

5.5 商品介绍及宣传

5.5.1 网络交易平台介绍宣传商品应符合 SB/T10965-2013 中 6.2 章条款的要求。

5.5.2 网络交易平台应真实的按照商品的外观、质量、功能以及使用效果，向消费者进行介绍。

5.5.3 网络交易平台应制作充分显示商品实际情况的照片或视频，为消费者提供能正确做出是否购买判断的商品展示。

5.5.4 网络交易平台对商品的介绍和宣传不应夸大其词，过分宣传商品的功能和效果，甚至进行虚假宣传，使消费者产生误判。

5.6 物流配送

5.6.1 网络购物、手机移动购物经营者物流配送管理应符合 SB/T10965-2013 中 6.4 章条款的要求。

5.6.2 网络购物、手机移动购物经营者如果采用物流配送外包形式，应选择具备合法的主体资质条件的服务商，认真审核其有效的营业执照、执业许可证和国家规定的其他证明等。

5.6.3 网络购物、手机移动购物经营者所选择的物流服务商应符合 YZ/T 0128—2007 的规定要求。

5.6.4 网络购物、手机移动购物经营者选择外包物流配送服务商，应做到：

(1) 网络购物、手机移动购物经营者与服务商就消费者订单信息数据的交流方式、数据汇集交换方式、物流服务质量约定、费率、代收款资金结算方式、数据保密方式等方面与服务商订立完善的合作规则，以保证物流服务质量和消费者信息安全。

(2) 网络购物、手机移动购物经营者应要求服务商按规范填写物流或快递单据，单据上应完整填写本运营单位的名称、商品名称和规格、本运营单位的联系方式等信息。

(3) 网络购物、手机移动购物经营者要求服务商提供开箱验货后付款服务。

(4) 网络购物、手机移动购物经营者应就上述及其他合作事项与服务商达成意向并签署书面合作协议。

5.7 呼叫中心

5.7.1 网络购物、手机移动购物经营者呼叫中心管理应符合 SB/T10965-2013 中 6.3 章条款的要求。

5.7.2 采用外包呼叫中心系统应选择具备合法的主体资质条件的服务商，认真审核其有效的营业执照、执业许可证和国家规定的其他证明等。

5.7.3 网络购物、手机移动购物经营者所选择的呼叫中心服务商应满足：

(1) 应符合国家有关法律、法规、规章和相关标准的要求。

(2) 应取得合法的营业执照、税务登记证，和有关法律、法规、规章所规定的其他证明。

(3) 为网络购物、手机移动购物经营者提供呼叫中心服务的运营单位，注册资金不低于 100 万元人民币。

(4) 呼叫中心坐席数量不低于 100 个。

(5) 有固定的办公场地。

5.7.4 网络购物、手机移动购物经营者应充分估计服务商满足自身话务需求的能力并以此作为选择服务商的依据。

5.7.5 网络购物、手机移动购物经营者应向服务商提供真实、完整的本单位信息和商品资料，并对服务商的话务人员进行培训，以保证服务质量。

5.7.6 网络购物、手机移动购物经营者应与服务商建立良好的服务质量反馈与沟通机制，以保证服务质量的改善与提升。

5.7.7 网络购物、手机移动购物经营者应就上述及其他合作事项与服务商达成意向并签署书面合作协议。

5.8 售后服务

5.8.1 应符合 SB/T10401-2006 中规定的条款要求。

5.8.2 应符合 SB/T 10965-2013 中 6.6 章条款规定的要求。

6 监督

6.1 监管体系

6.1.1 网络购物、手机移动购物经营者的运营应设监管部门，该部门应有适当的人员配备和良好的运转机制。

6.1.2 网络购物、手机移动购物经营者的负责人或指定的人员为监管部门的负责人。

6.1.3 网络购物、手机移动购物经营者对监管部门工作人员进行专业培训，使相关人员能够胜任监管部门的工作。

6.2 监管制度

6.2.1 网络购物、手机移动购物经营者应制定完整的上级监管机构下发的监管文件的传达与处理制度，以协调播出机构内部各个相关部门的工作。

6.2.2 网络购物、手机移动购物经营者对上级监管机构下发的监管文件的传达与处理制度应以企业文件形式体现。

6.2.3 网络购物、手机移动购物经营者监管部门的工作人员应严格执行上述制度。

6.3 监管流程

6.3.1 网络购物、手机移动购物经营者应建立完善的监管流程，整个流程应统一、规范、合理，具备操作性，能够使监管工作处于有序状态。

6.3.2 网络购物、手机移动购物经营者内部相关部门和人员严格按照监管流程开展工作。

6.4 监管实施

6.4.1 监管机构应按照监管内容和流程推进网络购物和手机移动购物的监管工作。

6.4.2 监管机构妥善处理与被监管广告相关的物资、资金等环节。

6.4.3 监管机构依照上级监管机构下发的监管文件完成相关监管工作，在没有得到上级监管机构废止通知的情况下，网络广告发出机构应长期执行。

6.5 备案工作

监管机构的监管工作执行完毕后，相应的监管记录应作为档案，由监管部门长期保管。

6.6 监管工作的监督

6.6.1 监管机构通过适当的方式及时、主动地向直接的上级监管部门反馈监管工作结果。

6.6.2 监管机构的监管工作受上级监管部门的监督和检查。

参考文献

- [1] 中华人民共和国广告法 主席令 8 届 24 号
- [2] 中华人民共和国消费者权益保护法 主席令 12 届 7 号
- [3] 广播电视广告播出管理办法 国家广播电影电视总局令第 61 号
- [4] 广电总局关于加强电视购物短片广告和居家购物节目管理的通知 国家广播电影电视总局发第 71 号
- [5] 关于整顿广播电视医疗咨询服务和电视购物节目内容的通知 广发社字(2006) 24 号
- [6] 关于进一步加强广播电视医疗和药品广告监管工作的通知 广发[2009]8 号