



中华人民共和国国家标准

GB/T 34057—2017

电子商务信用 网络零售信用基本要求 消费品零售

E-commerce credit—Basic trustworthy requirements for online retailing—
Consumer products retailing

2017-07-31 发布

2018-02-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	I
引言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 总则	1
4.1 网络零售诚信原则	1
4.2 网络零售信用总要求	2
5 网络零售经营主体要求	2
5.1 经营者资质要求	2
5.2 经营者可用资源保障	2
5.3 经营者信息公布	2
6 网络零售交易安全要求	2
6.1 信息和网络技术安全	2
6.2 网下安全	2
7 网络零售交易诚信要求	3
7.1 交易商品	3
7.1.1 交易商品质量	3
7.1.2 交易商品价格	3
7.1.3 交易商品库存	3
7.2 交易过程	3
7.2.1 交易规则和流程	3
7.2.2 交易配套服务	3
7.2.3 交易辅助服务	4
7.3 售后服务	4
7.4 交易信息发布	4
8 网络零售顾客个人信息和隐私保护要求	5
参考文献	6

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国社会信用标准化技术委员会(SAC/TC 470)提出并归口。

本标准主要起草单位:中国标准化研究院、深圳市众信电子商务交易保障促进中心、北京众联享付科技股份有限公司、河北省标准化研究院、深圳市标准技术研究院、中大信(北京)信用评价中心有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、远宏(福建)实业有限公司、东莞市恒宇仪器有限公司、皖西南产品质量监督检验中心、北京中创快孵科技孵化器有限公司、武汉艺战文化传媒有限公司、安徽大别山中创留学生创业园有限公司。

本标准主要起草人:叶如意、冯利君、周莉、江洲、李向华、李尧、杜佳、潘瑶、林竹盛、李华伟、刘龙、安彦红、龚月芳、胡忠新、杨翠莲、王明伟、岳忠明。

引 言

建立和完善电子商务信用标准体系是促进我国电子商务健康发展的重要保障。网络零售面对量大而且分散的消费者弱势群体提供服务,是各类失信事件的多发地带,也是电子商务信用体系的典型应用场景。本标准给广大网络零售经营者完善自身诚信服务以及规范第三方电商信用评价提供指导。

本标准中的网络零售对象(部分标准中也称为“客体”)是面向消费者销售的一般实物消费品,如服装、家电、食品等,其特征之一是需要线下物流发货交付到消费者手中,其他类型网络零售(如服务或数字产品等)可参考本标准规定。

本标准制定参考了网购顾客信任形成相关理论及数据,也参考了顾客网购时经常发生的风险和危害分析,建议网络零售主体在参考本标准各条款规定的同时,仍然可以参考相关理论和近期数据,以制定更加细致的诚信经营准则,共同维护健康、安全、诚信的网上购物环境。第三方评价网络零售信用时也可在此基础上根据行业和产品特征制定详细的评价细则。

电子商务信用 网络零售信用基本要求 消费品零售

1 范围

本标准规定了通过网络零售消费品的基本信用要求。

本标准适用于自营型网络零售网站和第三方网络零售平台及平台上商家的诚信自律和信用评价,其他类型网络零售可参考采用。

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。

GB 17859 计算机信息系统安全保护等级划分准则

ISO 10377:2013 消费品安全 供应商指南(Consumer product safety—Guidelines for suppliers)

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

电子商务信用 e-commerce credit

在电子商务交易中,交易方取得交易对方信任作为交易基础的能力。

注1:交易方这种能力的取得和维持是以诚信经营、遵守交易承诺和约定、满足交易对方合理预期为条件。

注2:网络零售信用水平取决于顾客网购所承受的综合风险水平,在风险水平满足网购交易要求时,顾客满意水平可作为信用评价指标。

3.2

消费品 consumer product

为了但不限于个人使用而设计、生产的产品,包括产品的组件、零部件、配件、包装和使用说明。

[ISO 10377:2013,定义 2.2]

4 总则

4.1 网络零售诚信原则

网络零售主体应尊重买方权益和满足买方的交易需求。为控制买方所承受风险,保障交易安全可信,网络零售主体应遵守如下信用原则:

注:网络零售主体含自营型网络零售网站和第三方网络零售平台及平台上商家。

- a) 真实性:经营者身份、经营行为和经营过程中发布的信息真实。
- b) 安全性:信息和网络技术安全可靠,网下服务安全有保障,符合保证交易顺利进行和保护消费者权益的要求。
- c) 适用性:交易流程和交易规则规范透明,符合网络交易时空差异特征对交易风险的控制要求。