



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 36304—2018

---

## 电子商务信用 第三方网络零售平台 信用管理体系要求

E-commerce credit—Requirements of integrity management system for the 3rd  
part online retailing platform

2018-06-07 发布

2018-10-01 实施

---

国家市场监督管理总局  
中国国家标准化管理委员会 发布

## 目 次

前言 .....	III
引言 .....	IV
1 范围 .....	1
2 术语和定义 .....	1
3 管理体系构成 .....	1
4 目标和策划 .....	2
4.1 目标 .....	2
4.1.1 总体目标 .....	2
4.1.2 量化指标 .....	2
4.2 目标实现策划 .....	2
5 管理实施 .....	2
5.1 网店入驻审核 .....	2
5.1.1 网店经营者资质 .....	2
5.1.2 网店信用档案 .....	2
5.2 网店信用评价 .....	2
5.3 网店交易管理 .....	2
5.3.1 诚信交易准则 .....	2
5.3.2 激励和限制 .....	3
5.4 顾客权益保障 .....	3
5.4.1 顾客评价管理 .....	3
5.4.2 顾客投诉处理 .....	3
6 评估与改进 .....	3
6.1 评估 .....	3
6.2 改进 .....	3
参考文献 .....	4

## 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、厦门瑞德利校准检测技术有限公司、北京众联享付科技股份有限公司、成都中科大旗软件有限公司、四川泉辉科技有限公司、茂泰(福建)鞋材有限公司、晋江成昌鞋业有限公司、杭州市标准化研究院、北京京东世纪贸易有限公司、淘宝(中国)软件有限公司、成都万家和家政服务有限公司、中大信(北京)信用评价中心有限公司、天津市标准化研究院。

本标准主要起草人:叶如意、李向华、杜佳、潘瑶、林志杰、李尧、杨军、张韧、李秀娣、周道华、李云胜、罗显发、庄辉煌、程航、周莉、江洲、孟翠竹、赵燕、许应成、冯利君、安彦红、龚月芳、孙彩英、林竹盛。

## 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。为推动第三方网络零售平台提升自身信用管理水平,降低平台上发生失信事件的风险,全国社会信用标准化技术委员会立项并制定本标准,从管理角度指导第三方网络零售平台建立和完善自身信用管理体系,形成对入驻商家的诚信激励和失信制约机制。

第三方网络零售平台建立和完善信用管理体系时可根据平台的入驻商家、服务对象、交易模式、商品种类等特点对本标准规定进行细化。

# 电子商务信用 第三方网络零售平台 信用管理体系要求

## 1 范围

本标准规定了第三方网络零售平台对入驻商家(网店)的信用管理体系构成、目标和策划、管理实施、评估与改进等方面的要求。

本标准适用于第三方网络零售平台建立和完善信用管理体系,规范对入驻网店的信用管理。

## 2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 2.1

#### 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:交易方取得和维持这种能力需以诚信经营、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。

[GB/T 34057—2017,定义 3.1 ]

### 2.2

#### 第三方网络零售平台 the 3rd part online retailing platform

在互联网上提供交易环境,供商家入驻进行网络零售的第三方平台。

### 2.3

#### 第三方网络零售平台信用管理 integrity management by the 3rd part online retailing platform

第三方网络零售平台方为促进诚信经营而对入驻商家采取的资质审核、建立信用档案、评价和评价结果应用等的一系列管理活动。

## 3 管理体系构成

第三方网络零售平台信用管理体系包括以下三个方面:

### a) 目标和策划

第三方网络零售平台应确立对入驻网店进行信用管理的总体目标和与之相适应的可测量目标,并依此策划信用管理活动。

### b) 管理实施

第三方网络零售平台对入驻网店信用管理活动包括:入驻资质审核、建立信用档案、宣贯诚信交易规则、评价和披露信用状况、接受顾客投诉、在各交易环节采取守信激励和失信制约措施等。

### c) 评估与改进

第三方网络零售平台应定期对信用管理目标完成情况、信用管理活动有效性等进行评估,针对发现的问题制定和实施改进措施。