《不锈钢网络交易经营行为规范》

编制说明

标准编制组

2024年12月

《不锈钢网络交易经营行为规范》

编制说明

一、目的意义

泰州市不锈钢产业闻名全国，兴化市戴南镇是全国最大的不锈钢原材料集散地和华东地区最大的不锈钢制品交易中心，入选全国百佳产业集群、国家“城市矿产”示范基地与江苏省重点培育的千亿级产业集群。近几年，泰州市不锈钢电商产业发展迅猛，其中戴南镇电商发展最具代表性，其境内从事不锈钢网络交易的经营主体就有2800多家，目前，迫切需要制定一个简单明确、方便操作和维权保障的标准，对范围、术语和定义、经营资质、身份识别、经营责任、经营行为、投诉处理等提出统一要求，持续规范不锈钢网络交易经营行为，帮助企业规避多种经营风险，助力不锈钢产业转型升级，为将戴南打造成千亿级不锈钢产业集群护航。

二、任务来源

2024年4月，省市场监督管理局下发了《关于开展2024年省级网络交易监管创新试点工作的通知》（苏市监网监函〔2024〕128号），将戴南不锈钢产业网络交易规范建设作为泰州市网络交易监管创新试点工作；5月份，兴化市市场监督管理局向泰州市市场监督管理局提出制订泰州市标准《不锈钢网络交易经营行为规范》的申请。2024年12月根据《关于下达2024年度泰州市地方标准增补项目的通知》（泰市监办发〔2024〕113号），《不锈钢网络交易经营行为规范》获批立项，由兴化市市场监督管理局负责起草。

三、编制过程

本规范的编制过程分为以下几个阶段：

1. 开展前期预研。2024年4-5月，为有效开展标准的制订工作，通过交流、访问等多种方式，对戴南不锈钢产业集群发展及网络交易经营情况进行实地调研，为编制地方标准打下了实践基础。同时，对相关的法律法规、标准规范和政策文件等进行了梳理和研究，为标准的编制提供了理论依据和参考借鉴。
2. 起草标准草案。2024年6月份，成立了由标准、广告、法规、合同、商标、网络、消保等条线的标准制定团队，按照GB/T 1.1—2020研究确定标准的基本框架和主要内容，并结合不锈钢产业网络交易经营的实际情况和需求，于2024年12月初形成标准的征求意见稿。
3. 征求意见阶段。2024年8月，起草组向兴化市市场监督管理局标准、广告、法规、合同、商标、网络、消保等条线征求意见，进一步完善初稿。2024年12月，起草组向兴化市网络交易监管联席会议成员单位、戴南镇人民政府、国家不锈钢制品质量监督检测中心（兴化）和戴南电商协会征求意见，形成《不锈钢网络交易经营行为规范》泰州市地方标准征求意见汇总处理表，并依据反馈意见修改形成送审稿。

四、主要内容

本规范主要包括以下内容：

(一）经营资质

1.经营者从事不锈钢产品、提供与不锈钢产品相关服务应依法办理市场主体登记，不包括法律法规规定不需要办理市场主体登记的情形。

2.经营者从事不锈钢产品经营活动，依法需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可后，方可从事不锈钢产品经营。

(二）身份识别

1.经营者应在其首页显著位置，公示营业执照信息、经营业务有关的行政许可信息、不需要办理市场主体登记情形信息、信息的链接标识等内容。

2.信息发生变更时，应及时更新公示信息。

3.经营者自行终止从事电子商务的，应提前30日在其首页显著位置公示有关信息,应采取合理、必要、及时的措施保障消费者和相关经营者的合法权益。

（三）经营责任

1.经营者销售的不锈钢产品、提供的与不锈钢产品相关服务应符合保障人身、财产安全和环境保护要求。

2.经营者销售自产自销的不锈钢产品应遵守下列规定：

（1）产品应有标识，标识信息应真实、准确、便于识别；

（2）使用不当，容易造成本身损坏或者可能危及人身、财产安全的，应有明确的警示标志或者中文警示说明；

（3）建立追溯机制，对库存及销售的产品应进行环节跟踪检查和验收、建立进销台账；

（4）建立质量安全应急预案，必要时配合有关部门实施召回。

3.经营者代销的不锈钢产品应遵守下列规定：

（1）应当核验供应商的身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息，并留存相关记录备查；

（2）应当履行进货查验义务，验明商品名称、包装、标签、数量、质量、合格证等，并如实记录进货检查验收情况；

（3）列入目录的不锈钢产品应查验工业产品许可证或CCC认证等标志；

（4）不应伪造产地、伪造或者冒用他人的厂名、厂址；

（5）不应伪造、冒用认证标志等质量标志；

（6）不应掺杂、掺假、以假充真、以次充好；

（7）不应以不合格产品冒充合格产品。

4.经营者提供与不锈钢产品相关服务应遵守下列规定：

（1）不应提供国家规定禁止提供的服务；

（2）服务质量应符合作出的承诺。

（四）经营行为

1.公平竞争。经营者不应存在以下经营行为：

（1）不应擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；

（2）不应擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）；

（3）不应擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；

（4）不应对其商品性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者；

（5）不应以虚假交易、删除不利评价等形式为自己或者他人提升商业信誉；

（6）不应以交易达成后违背事实的恶意评价损害对手的商业信誉；

（7）有奖销售所设奖的种类、兑换条件、奖金金额、奖品等信息应明确；

（8）不应采用欺骗方式进行有奖销售，抽奖的最高奖金额宜不超过五万元。

2.商标合规。经营者在商标使用中不应有以下行为：

（1）冒充注册商标；

（2）侵犯注册商标专用权；

（3）将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中。

3.广告合规

（1）经营者在销售不锈钢产品中发布的宣传构成商业广告的，应履行广告主、广告发布者、广告经营者的责任和义务。

（2）经营者不应未经审查发布依法应当审查的广告，并严格按照审查内容发布广告。

（3）经营者发布广告不应使用绝对化用语，不得存在误导性用语、夸大性用语等不规范性用语情况。

（4）经营者在自建网站页面以弹出等形式宣传不锈钢产品的，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，不应影响消费者正常使用网络。应当具有可识别性，能够使消费者明其为广告，不得欺骗、误导用户点击、浏览广告。

（5）发布含有链接的互联网广告，广告主、广告经营者和广告发布者应当核对下一级链接中与前端广告相关的广告内容。

4.合同合规

（1）经营者应按照承诺或者与消费者约定的方式、时限向消费者交付不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务，并承担运输中的风险和责任，消费者另行选择快递物流服务提供者的除外。

（2）经营者应在格式合同中写明与消费者有重大利害关系的条款。

（3）经营者不应在格式合同中做出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除责任、加重消费者责任的规定。

（4）经营者不应利用合同格式条款并借助各类技术手段强制交易、诱导交易。

5.价格合规

（1）经营者销售不锈钢产品时应依法标注价格，并符合SB/T 11134的相关要求。

（2）标价内容应真实准确，清晰醒目、规范用语，价格变动要及时调整。

（3）经营者开展促销活动，应明确标示活动信息，不应利用虚假或者引人误导的价格手段，诱骗消费者与其进行交易。

（4）不应采取价格先涨后降行为吸引消费者。

（5）对未销售过的不锈钢产品开展促销活动时，不应使用原价、原售价等类似概念。

（6）经营者通过商业广告、商品说明、销售推介、实物样品或者通知、声明、店铺告示等方式对不锈钢产品价格作出优惠承诺的，应履行承诺。

6.保障消费者权益

（1）经营者应全面、真实、准确、及时地披露不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务信息，保障消费者的知情权和选择权。

（2）经营者能根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务搜索结果的，应同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。

（3）经营者搭售不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务，应以显著方式提醒消费者注意，不应将搭售不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务作为默认同意的选项。

（4）经营者按照约定向消费者收取押金的，应明示押金退还的方式、程序，不应对押金退还设置不合理条件。

（5）消费者申请退还押金，符合押金退还条件的，应及时退还。

（6）经营者应向消费者提供经营地址、联系方式、不锈钢产品服务数量和质量、价款或者费用、履行期限或者方式、支付形式、退换货方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息，并履行承诺。

（7）经营者不应将不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务不合理拆分出售，不应确定最低消费标准或者收取不合理的费用。

（8）经营者应履行七日无理由退货义务，法律法规规定不适用七日无理由退货的情形除外。

（9）经营者售卖的不锈钢产品适用七日无理由退货的，应在收到退货通知后及时向消费者提供真实、准确的联系信息。

（10）消费者退回不锈钢产品完好的，应在收到退回不锈钢产品之日起七日内向消费者返还已支付的商品价款。

（11）对不适应七日无理由退货的不锈钢产品，应明确标注，或者在不锈钢产品销售必经流程中设置显著准确标识。

（12）经营者销售不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务应出具纸质发票、电子发票、服务单据等购货凭证。

（13）经营者不应非法收集、出卖、泄露、篡改、毁损消费者个人信息。

（14）经营者提供不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务有欺诈行为的，应赔偿消费者受到的损失。

（15）经营者不应拒绝或者拖延执行有关行政部门责令对缺陷不锈钢产品或者提供与不锈钢产品相关服务采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止服务的措施。

（16）经营者不应故意拖延或者无理拒绝消费者提出的更换、退货、补足不锈钢产品数量、退还货款、赔偿经济损失等合法要求。

（五）投诉处理

1.经营者应自觉接受社会和媒体监督。

2.畅通投诉渠道，宜建立投诉、反馈、处理机制，主动自行协商和解消费争议。

3.建立完善的售后服务制度，积极做好售后服务。

五、编制原则和主要内容的确定依据

1. 标准编制的原则
2. 科学性原则。标准的制定严格按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草，确保设计科学、结构协调、格式规范。
3. 协调性原则。标准编制过程中做到符合国家及地方相关法律法规和政策文件的规定。

（3）可行性原则。标准的制定遵循泰州及戴南不锈钢网络交易经营实际情况，并在充分调查研究的基础上，形成标准草案。

1. 制定标准依据的法律和规定
2. 《中华人民共和国电子商务法》
3. 《市场监管总局关于做好电子商务经营者登记工作的意见》
4. 《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》
5. 《规范促销行为暂行规定》
6. 《互联网广告管理办法》
7. 《网络交易监督管理办法》
8. 《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》

六、重大分歧意见的处理过程和依据

无。

七、与相关法律法规和标准的关系

本标准与现行法律法规相互协调，没有冲突。

八、实施与推广

标准出台后，将及时召开标准新闻发布会，扩大标准的影响力；及时组织监管人员开展培训，提高熟悉标准、掌握标准和使用标准的能力；及时联合不锈钢电商协会开展标准宣贯会，通过发放手册、开展满意度调查、填写运行记录表等形式，提高标准的贯彻力；加大监督检查力度，督促不锈钢电商企业围绕标准要求开展经营，建立健全投诉处理机制，不断扩大不锈钢产品的影响力和知名度。

标准编制组

2024年12月7日