



中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX

农业社会化服务 生鲜农产品电子商务交易 服务规范

Agricultural service—Specification for electronic commerce service of fresh
agriculture products

（征求意见稿）

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会

发布

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

5 平台建设与运行服务 2

6 产品质量管控服务 4

7 物流服务 5

8 售后服务 6

前 言

本文件按照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。

本文件由中国标准化研究院提出并归口。

本文件起草单位：中国标准化研究院、中粮集团（我买网）、北京京东世纪贸易有限公司、福州优野生态农业有限公司等。

本文件主要起草人：XXX。

农业社会化服务 生鲜农产品电子商务交易服务规范

1 范围

本文件规定了生鲜农产品电子商务交易的基本要求、平台建设与运行服务、产品质量管控服务、物流服务、售后服务等方面的要求。

本文件适用于生鲜农产品电子商务交易服务。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范

GB/T 35411—2017 电子商务平台产品信息展示要求

SB/T 10428 初级生鲜食品配送良好操作规范

SB/T 10873 生鲜农产品配送中心管理技术规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

生鲜农产品 fresh agricultural products

通过种植、养殖、采收、捕捞等产生，未经加工或经初级加工，供人食用的新鲜农产品。包括蔬菜（包含食用菌）、水果、畜禽肉、水产品、鲜蛋等。

[来源：GB/T 22502-2008 定义3.1]

3.2

电子商务平台 electronic commerce platform

在电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。

注：本标准中的电子商务平台指为消费者提供相关服务的信息网络系统。

[来源：GB/T 31526-2015 定义3.2]

3.3

生鲜农产品供应商 supplier of fresh agriculture products

为生鲜农产品电子商务平台中生鲜农产品自营业务经营者提供生鲜农产品的组织。

3.4

平台入驻商家 e-commerce platform settled merchant

在电子商务活动中,为开展商品交易而进入生鲜农产品电子商务平台进行生鲜农产品展示、在线交易、物流配送、售后等服务的组织或个人。

3.5

物流 logistics

物品从供应地向接受地的实体流动过程。根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。

[来源: GB/T 18354-2006, 定义2.2]

3.6

第三方物流 third party logistics (TPL, 3PL)

独立于供需双方,为客户提供专项或全面的物流系统设计或系统运营的物流服务模式。

[来源: GB/T 18354-2006, 定义2.9]

3.7

配送 distribution

在经济合理区域范围内,根据客户需求,对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业,并按时送达指定地点的物流活动。

[来源: GB/T 18354-2006, 定义2.13]

3.8

冷链 cold chain

根据物品特性,为保持其品质而采用的从生产到消费的过程中始终处于低温状态的物流网络。

[来源: GB/T 18354-2006, 定义4.20]

4 基本要求

生鲜农产品电子商务经营者从事经营活动,应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则,遵守法律和商业道德,公平参与市场竞争,履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务,承担产品和服务质量责任,接受政府和社会的监督。

5 平台建设与服务

5.1 资质要求

5.1.1 生鲜农产品电子商务平台经营者应为依法设立或注册,获得相关资质,独立承担法律责任的机构。

5.1.2 生鲜农产品电子商务平台经营者应获得互联网信息服务业务经营许可证。

5.2 管理制度

5.2.1 生鲜农产品电子商务平台经营者应根据生鲜农产品的特点，建立健全各项规章制度，提供规范化的电商交易服务，包括但不限于下列制度：

- 交易系统安全制度；
- 用户注册管理制度；
- 保证金管理制度；
- 信息监管和举报制度；
- 交易数据存储和备份制度；
- 交易纠纷处理制度；
- 生鲜农产品质量安全管理制度；
- 生鲜农产品质量安全追溯制度。

5.2.2 有第三方商家入驻的生鲜农产品电子商务平台，生鲜电子商务平台经营者应建立平台入驻商家的资质审核机制和平台入驻商家的管理制度。

5.3 设施设备要求

5.3.1 生鲜农产品电子商务平台经营者应具备与从事业务和规模相适应的硬件设施，保障平台各项交易服务正常运行。

5.3.2 生鲜农产品电子商务平台经营者应按照国家信息安全登记保护制度的有关规定和要求建设、运行、维护网络交易平台系统。

5.4 人员要求

5.4.1 生鲜农产品电子商务平台经营者应根据经营规模配备符合要求的专业技术人员、管理人员和客服人员。

5.4.2 生鲜农产品电子商务平台经营者应建立培训管理机制，对生鲜农产品电子商务平台工作人员、平台入驻商家、生鲜农产品供应商、自营或委托的第三方物流公司等，针对不同岗位的特点提供必要的培训和帮助服务。

5.5 产品信息展示

5.5.1 基本原则

生鲜农产品电子商务平台在其平台上展示的产品，应符合合规性、真实性、完整性、规范性、一致性的原则。

5.5.2 信息展示内容

5.5.2.1 生鲜农产品在生鲜农产品电子商务平台上的信息展示，应包括产品名称、产品图片、质量状况、产地信息、价格信息、包装规格、贮藏方式、产品运输条件等内容。

5.5.2.2 按照规定需要包装或者附加标签的生鲜农产品，应明确标示生鲜农产品的产品名称、产地、生产者、生产日期等内容；对保质期有要求的，应当标注保质期；保质期与贮藏条件有关的，应当予以标明；有分级标准的应当标明产品质量等级；使用食品添加剂的，应标明食品添加剂名称。

5.5.2.3 有条件的生鲜农产品电商平台，可在生鲜农产品电子商务平台上展示生鲜农产品的产品执行标准、产品检验报告、营养信息、成熟度判断方法等信息。

5.5.3 信息展示方式和要求

应符合GB/T 35411—2017中第6章的相关规定。

5.6 交易管理

5.6.1 顾客咨询

- 5.6.1.1 应提供在线咨询、电话咨询等交互式消费者咨询服务。
- 5.6.1.2 应在页面显著位置提供消费者咨询支持，并明确客服工作时间。
- 5.6.1.3 咨询服务人员应在承诺时间内对咨询做出有效的解答。
- 5.6.1.4 宜为消费者提供个性化服务。

5.6.2 订单处理

- 5.6.2.1 可提供消费者常用选项记录的功能，包括但不限于：记录消费者常用地址、送货方式和支付方式。
- 5.6.2.2 可支持电脑客户端下单、手机客户端下单等多种下单方式。
- 5.6.2.3 应为消费者提供简单的订单取消方式。
- 5.6.2.4 应为消费者提供对订单的评价、物流跟踪、手机提醒等服务。

5.6.3 支付结算

- 5.6.3.1 支付流程应简单、合理，便于操作。
- 5.6.3.2 应提示消费者关注交易风险，在执行消费者交易支付指令前，应要求消费者对交易进行确认。
- 5.6.3.3 应提供发票或收据等支付、结算凭证。
- 5.6.3.4 应为消费者提供多种支付方式与便捷的退款途径。

5.6.4 交易信用管理

交易信用管理应符合以下要求：

- 应建立对买卖双方交易服务过程的信用管理制度；
- 应对交易评价及交易统计信息予以记录；
- 应制定相应的信用管理办法和处理机制；
- 应制定信用信息维护机制，并定期更新信用信息；
- 应建立交易评价体系，允许对交易主体、商品质量、过程、服务水平等进行评价。

6 产品质量管控服务

6.1 资质审核

生鲜农产品电子商务平台入驻商家和生鲜农产品供应商资质应符合 GB/T 35409 的要求，有条件的生鲜农产品电子商务平台可选取部分供应商及其产地进行实地考察与评估。

6.2 商家管理

- 6.2.1 生鲜农产品电子商务平台有责任审核和监控平台入驻商家发布的商品和服务信息、公开论坛和用户反馈栏的信息，对有害或违法信息应当立即予以删除，并保存相关记录。
- 6.2.2 生鲜农产品电子商务平台应对供应商的产品质量、经营规模、信用状况进行实施跟踪和记录，对供货质量不好、存在信用问题的供应商，应取消供货资格。

6.3 产品质量分等分级

生鲜农产品电子商务平台针对供应商未提供质量等级标准的生鲜农产品，宜建立健全包含安全性、感官、新鲜度等数据指标的分装挑选质量标准 and 商品收货质量标准。

6.4 质量安全检测

6.4.1 生鲜农产品在入库前，生鲜农产品供应商应提供食用农产品合格证，无有效合格证明的供应商应自行或委托第三方进行检测。

6.4.2 需要冷链配送的生鲜农产品在入库前应对车厢体中心温度进行检测，符合产品属性要求方可入库。

6.4.3 生鲜农产品电商平台应设置专门部门或人员对平台售卖的生鲜农产品进行定期或不定期的抽样检测，检测内容宜根据生鲜农产品品类进行选择，可包括：农残检测、兽残检测、重金属检测等。

6.4.4 对质量检测不合格的应在限定期限内对不合格产品进行下架处理，并要求生鲜农产品供应商或平台入驻商家进行整改。

7 物流服务

7.1 仓储服务

7.1.1 贮存条件

应符合SB/T 10873 的相关要求。

7.1.2 贮存管理

7.1.2.1 生鲜农产品应分类分区进行存放，在贮存期间应对产品品质进行定期检查，并及时剔除变质产品。

7.1.2.2 宜根据产品属性设置不同温区的独立贮存空间，贮存设施设备及器具应有专人管理，做好检查、维护和记录工作。

7.1.2.3 应保持温湿度的相对稳定，定时检测库房内的温度和相对湿度。

7.1.2.4 设施设备及器具应保持清洁卫生，冷冻库应定期除霜，保持霜薄气足，无异味、臭味。

7.2 配送服务

7.2.1 配送加工

配送加工应符合SB/T 10428中6.3的要求。

7.2.2 配送运输

7.2.2.1 应按客户订单要求并依据先进先出的原则进行拣选、组配、包装。产品装入量应与包装容器规格相适应。

7.2.2.2 常温、冷藏、冷冻、鲜活水产品 & 特殊气味的产品应分别进行打包。

7.2.2.3 打包过程中应确保化学品与生鲜农产品分开打包。

7.2.2.4 产品包装商应明确标示产品名称，包装日期、保质期、贮存条件及其他需要标示的内容。

7.2.2.5 应根据生鲜农产品特性合理选择物流配送方式，配送冷藏、冷冻商品时应分别采取必要的保温措施。对于装卸货的温度和时间应进行适当控制，温度接近的生鲜农产品可拼箱装运。

7.2.2.6 生鲜农产品应在适宜的条件下运输，厢体内的温度应维持在生鲜农产品要求的温度范围内，运输过程中不得和其它对产品安全和卫生有影响的货物混载，并应详实记录配送产品的品名、规格、数量、时间、配送对象及其联系方式、运输条件等信息。

7.2.2.7 配送运输期间，应减少车厢门的开启次数和时间。

7.2.2.8 平台应按照订单要求由自营物流或者第三方物流在承诺的配送时效按时配送至消费者。

7.2.3 物流服务质量评估

生鲜农产品电商平台应采取合理的举措对自营和第三方物流公司的资质、设备设施、产品防护、可追溯与应急管理等方面进行评估。

8 售后服务

8.1 退换货

8.1.1 生鲜农产品电商平台应根据生鲜农产品特点制定合理的退换货细则，鼓励设置优先赔、即可赔等条款，对于不满足退换货的情况在平台上应进行详细说明，包括但不限于以下内容：

- 生鲜农产品由于受季节、气候、生长环境等因素的影响，不同批次间产品略有差异；
- 图片及信息仅供参考，产品将以实物为准。因拍摄灯光等问题可能造成商品图片与实物有一定的色差；
- 消费者应与配送人员当面核对商品种类、数量、规格、赠品等，发现问题及时与配送人员反馈，签收后再提出退换货申请；
- 因客户使用或保管不当导致产品出现质量、变质问题的。

8.1.2 生鲜农产品电商平台应在平台上公布生鲜农产品退换货时限，告知消费者应在签收后的规定时限内提出退换货申请。

8.1.3 生鲜农产品电商平台应在承诺的退换货时间范围内对消费者开展退换货服务，并按照退换货细则执行。

8.2 消费者信息和利益保护

8.2.1 未经用户同意，生鲜农产品电商平台不得向任何披露或转让用户名单，交易记录等数据，法律法规另有规定的除外。

8.2.2 生鲜农产品电商平台应采取合理有力的措施保护交易用户的信息、账户、密码及交易资金的安全。

8.2.3 在发生消费纠纷或消费者提出权益受到损害时，生鲜农产品电商平台应向消费者提供真实的网站交易信息，积极协助消费者维护自身合法权益。

8.3 投诉处理

8.3.1 应给消费者提供方便可靠的投诉渠道。

8.3.2 对生鲜农产品电商平台投诉的，投诉问题成立，平台应赔偿消费者经济损失并针对投诉内容进行整改。

8.3.3 投诉应在平台承诺的时间范围内进行处理，无法及时有效处理的，要及时与消费者进行沟通。

8.4 产品召回管理

生鲜农产品电商平台应建立并实施生鲜农产品召回制度，以确保在或可能存在质量安全问题的生鲜农产品能够被相关方及时的获知和控制，降低危害扩散。

8.5 消费者体验反馈

平台可线下组织购买过平台内生鲜农产品的消费者开展活动，收集消费者对平台体验的反馈信息，改善平台交易服务质量，满足消费者的需求，提高消费者的满意度。
