



中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX

二手电商平台服务管理基本要求

Basic Requirements for Service Management of Second-hand E-commerce Platforms

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

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 III

引言 IV

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 总体要求 2

5 准入管理 3

 5.1 入驻要求 3

 5.2 账号标识 3

 5.3 动态核验 3

6 信息管理 4

 6.1 信息发布 4

 6.2 信息审核 4

 6.3 信息展示 5

7 交易管理 5

 7.1 主体管理 5

 7.2 违规处置 6

 7.3 交易安全 6

 7.4 交易保障 6

8 争议处理与解决 6

附录 A（资料性） 经营行为识别模型构建方式 8

参考文献 9

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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由全国平台经济治理标准化技术委员会（SAC/TC611）提出并归口。

本文件起草单位：中国标准化研究院、国家市场监督管理总局网络交易监督管理司、浙江省市场监督管理局、北京市标准化研究院、北京大学、北京市市场监督管理局、北京工商大学、浙江阿里巴巴闲鱼网络科技有限公司、上海万物新生信息科技有限公司、中国标准科技集团有限公司、北京转转精神科技有限责任公司、北京京东世纪贸易有限公司、上海置潮信息科技有限公司、上海必有回响智能科技有限公司、淘天有限公司、北京市12315市场监管投诉举报中心、深圳市市场监督管理局、深圳市标准技术研究院、浙江省网商协会、国家市场监督管理总局发展研究中心、中国国际贸易促进委员会商业行业委员会。

本文件主要起草人：陈韵然、刘知羽、胡凌、王邵雷、张欣亮、潘峰、王岩峰、王博、王子秋、吕来明、陈良华、王志强、黄加忠、季宇飞、范嘉慧、郑鹰、阿依库提·亚生、丁燕、陈展展、严嘉欢、赵国龙、田静宇、吴国振、尤晓源、李忠伟、张小涛、董晓媛、张一帆、赵霁飞、周倩仪。

引 言

党中央、国务院高度重视平台经济规范健康发展。二手电商作为平台经济的新兴业态，已从单纯的交易撮合平台，逐步转向聚合线下回收、线上交易、产品质检、售后服务等环节的闭环体系。制定本文件旨在结合行业实际，系统梳理二手电商平台服务管理框架，细化《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《网络交易监督管理办法》等法律法规规章的有关要求，聚焦二手电商平台服务管理中的突出问题和关键短板，明确不同二手电商主体应承担的责任与义务，为二手电商平台服务管理体系建设提供指引，促进二手电商行业创新 and 健康发展。

二手电商平台服务管理基本要求

1 范围

本文件规定了二手电商平台服务管理的总体要求，以及二手电商平台、平台内经营者、转让方、专业服务商等开展二手网络交易活动时，在准入管理、信息管理、交易管理、争议处理与解决等方面应遵循的基本要求。

本文件适用于从事二手商品网络交易活动的平台，包括综合性二手电商平台、兼营二手交易业务的电商平台、垂直领域二手交易平台及二手商品信息发布平台。

本文件不适用于拍卖模式下的二手商品交易。

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 38652 电子商务业务术语

GB/T 42498 电子商务在线争议解决规范

MR/T 0001—2025 自然人网店管理规范

3 术语和定义

GB/T 38652 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

二手电商平台经营者 second-hand e-commerce platform operator

二手电商平台

在二手商品网络交易活动中，为交易双方或多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或非法人组织。

注1：二手电商平台的形式包括但不限于网页、移动互联网应用程序（含小程序、轻应用）、音视频直播平台以及其他各类数字化应用软件。

注2：二手电商平台经营者包括提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等平台服务的网络社交、网络直播等网络服务提供者。

3.2

二手电商平台内经营者 operator within second-hand e-commerce platform

平台内经营者

通过二手电商平台开展经营活动的经营者。

注：包括依法需要办理市场主体登记的网络交易经营者，以及依法不需要办理市场主体登记的网络交易经营者。

3.3

转让方 transfer party

通过二手电商平台进行交易的非经营用户。

3.4

二手商品交易专业服务商 professional service provider for second-hand goods trading
专业服务商

二手电商平台自建或引入的，为二手商品网络交易提供质量检测、鉴定评估等服务的专业机构或组织。

注：专业服务商包括独立于二手电商平台的第三方专业服务商，也包括二手电商平台设立的子公司或内部专业运营部门，例如二手电商平台自营检测中心、官方查验机构等。

3.5

二手电商主体 second-hand e-commerce entity

二手电商平台、平台内经营者、专业服务商和转让方的统称。

3.6

买家 buyer

在电子商务平台上购买商品或接受服务的用户。

[来源：GB/T 38652-2020，4.4，有修改]

4 总体要求

4.1 开展二手商品网络交易活动时，应遵循自愿原则、公平原则、诚信原则，遵守法律法规规章的有关规定，遵循公序良俗与商业道德，维护良好网络生态。

4.2 二手电商平台应取得与业务相关的行政许可，完成必要的备案登记；应配备满足经营所需的服务、管理、技术方面的从业人员。

4.3 二手电商平台应依据法律法规规章的有关要求，遵循公开、公平、公正的原则制定、修改和执行平台规则，明确平台内经营者、转让方、专业服务商等主体进入、退出以及在二手电商平台内开展交易活动的管理要求，依法落实商品和服务质量保障、消费者权益保护、知识产权保护、公平竞争、信息安全管理、未成年人网络安全保护、个人信息保护、网络和数据安全保护等方面的责任。

4.4 二手电商平台应依照相关法律法规规章合理制定收费标准；制定的收费规则应坚持公开透明、公平合理原则，持续、显著地公示收费项目、规则、标准等。

4.5 二手电商平台宜根据商品和服务类型、主体类型、交易模式等开展分层分类管理，建立主体信用管理机制，探索开展国家网络身份认证等认证机制服务在二手电商平台主体管理中的应用。

4.6 通过直播形式开展二手网络交易活动的，直播电商主体应依法承担相应的责任，并符合 GB/T AAAAA-2026 的规定。

4.7 二手电商平台以自营方式开展二手商品网络交易活动的，其自营业务应符合本文件中二手电商平台、平台内经营者的有关要求。

4.8 二手电商平台应对相关法律法规规章禁止或限制交易的商品加强入驻审核和日常检查监控。

5 准入管理

5.1 入驻要求

5.1.1 二手电商平台应建立平台内经营者、转让方、第三方专业服务商等主体准入资质核验机制，对平台内经营者、转让方分别进行核验登记，对第三方专业服务商资质情况等进行审核。

5.1.2 二手电商平台应当要求申请入驻二手电商平台的平台内经营者提供符合法律法规规章相关要求的经营资质或相关信息，供平台核验登记：

- a) 依法需要办理经营主体登记的平台内经营者应提供有效经营资质，包括但不限于营业执照、涉及业务相关行政许可；
- b) 依法不需要办理经营主体登记的平台内经营者应按照 MR/T 0001—2025 第 4 章的有关要求提供相关信息。

5.1.3 二手电商平台应提供技术支持，引导平台内经营者在显著位置公示营业执照信息以及与其经营业务有关的行政许可、资质信息或其他相关信息的链接标识，并采用便捷、易懂的方式供查看。

5.1.4 二手电商平台应当要求申请入驻的转让方提供本人真实有效的身份信息、联系方式等基础材料，二手电商平台应对材料的真实性、有效性进行核验登记，建立转让方用户账号信息档案并妥善留存。

5.1.5 二手电商平台应要求第三方专业服务商提供合法有效的营业执照、对应的行政许可、资质文件等材料，二手电商平台应对材料的真实性、有效性、合规性进行审核登记。

5.2 账号标识

5.2.1 二手电商平台应对平台内经营者和转让方进行分类管理，建立分类管理制度；应对入驻的平台内经营者和转让方账号添加显著标识予以区分，宜在用户身份信息页、商品或服务详情页，或店铺首页置顶等方式展示相关主体账号标识。

示例：二手电商平台对平台内经营者标注“商家/商户”标识，对转让方标注“个人卖家”标识。

5.2.2 在二手电商平台上开展自营业务的，二手电商平台应以显著方式区分标记二手电商平台自营业务和平台内经营者业务。

5.3 动态核验

二手电商平台应根据主体类型分别设置管理要求，采用机器与人工相结合的方式，对相关主体入驻二手电商平台时提交的信息进行核验：

- a) 应对平台内经营者、第三方专业服务商资质开展动态监测，并进行每六个月不少于一次的核验更新。在出现下列任一情形时，二手电商平台应对平台内经营者、第三方专业服务商资质进行重新审核：
 - 1) 平台内经营者、第三方专业服务商主动申请更新入驻信息、资质材料；
 - 2) 通过技术监测、信息核验等方式，发现平台内经营者、第三方专业服务商经营资质存在到期、失效、变更、注销、撤销等情形，以及平台内经营者、专业服务商经营品类与服务范围超出其经营许可范围等情况；
 - 3) 监测发现或收到平台内经营者、第三方专业服务商存在证照不符、冒用资质、租借经营许可等违法违规行为线索；
 - 4) 收到关于主体经营范围相关违法违规情形的有效投诉或举报；
 - 5) 监管部门要求或二手电商平台基于风险研判认为有必要进行动态核验的其他情形。

- b) 应对转让方账号信息定期开展常态化抽查核验。在出现下列任一情形时，二手电商平台应对其身份进行重新审核：
 - 1) 转让方主动申请更新入驻信息；
 - 2) 监测发现转让方账号实名信息失效、人证不一致，或存在冒用他人身份信息开展二手网络交易活动，以及收到其他关于转让方身份信息真实性的有效投诉或举报；
 - 3) 监管部门要求或二手电商平台基于风险研判认为有必要进行动态核验的其他情形。

6 信息管理

6.1 信息发布

6.1.1 二手电商平台应为平台内经营者、转让方、专业服务商信息发布提供技术支持，并提示相关主体全面、真实、准确、及时披露商品或服务信息。

6.1.2 二手电商平台应记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息，并确保信息的完整性、保密性、可用性。商品和服务信息、交易信息保存时间自交易完成之日起不少于三年；法律法规规章另有规定的，依照其规定执行。

6.1.3 二手电商平台应设置信息描述模板，明确平台内经营者、转让方发布商品时应填写的通用信息，并按照商品类别设置特有信息，指导平台内经营者、转让方填写；二手电商平台宜采取人工智能技术等方式，引导平台内经营者、转让方持续完善商品信息描述。

示例：二手电商平台可构建下拉式表单模式描述商品信息。例如，出售平板电脑时，可引导平台内经营者、转让方选择商品基础信息、状态信息、交易信息、售后信息、特有信息等。

6.1.4 二手电商平台宜向平台内经营者、转让方、专业服务商提供知识产权合规指引，提示其在发布商品或服务信息时尊重他人知识产权，共同维护平台健康有序的交易环境。

6.2 信息审核

6.2.1 二手电商平台应建立商品和服务信息检查监控制度，制定合规风险管控清单，采用机器与人工审核相结合的方式，对相关主体发布的信息进行审核。对存在违反法律法规规章及平台规则情形的，应根据违规性质和情节轻重，及时采取警示提醒、限期整改、下架、删除、屏蔽、断开链接等处置措施；情节严重的，可对相关账号采取限制发布、限制交易、暂停或终止服务等措施。对涉嫌违反法律法规规章的情形，应保存有关记录，并及时向有关主管部门报告。审核要求如下：

- a) 应在商品或服务信息发布阶段对相关主体发布的商品或服务内容、图片、价格等描述信息进行审核；
- b) 应对相关主体发布的信息内容合规性进行动态监测。当出现下列任一情形时，应及时对相关信息内容进行审核：
 - 1) 收到关于特定商品或服务信息涉及虚假宣传、描述不符、盗用图片或相关主体涉嫌销售或提供违反法律法规规章要求的商品或服务线索；
 - 2) 监测发现相关主体存在涉嫌虚构交易、刷单炒信等扰乱二手电商平台秩序的行为；
 - 3) 监管部门要求或二手电商平台基于风险研判认为有必要进行审核的其他情形。

6.2.2 二手电商平台应依法建立知识产权保护规则并公开知识产权侵权投诉与处理流程，依法及时响应知识产权权利人通知及平台内经营者、转让方、专业服务商关于不存在侵权行为的声明。二手电商平台知道或应知侵权行为的，应采取必要措施。

6.3 信息展示

6.3.1 二手电商平台应全面、真实、准确、及时地展示相关主体发布的商品或服务信息，保障交易双方合法权益。

6.3.2 平台内经营者应根据商品或服务的性质、属性等，全面、真实、准确、及时地披露商品或服务信息；不应通过虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

6.3.3 转让方应真实、准确、及时地披露商品或服务实际情况，对商品的基础信息、状态信息、交易信息等进行重点说明。

6.3.4 平台内经营者应当对商品或服务实行明码标价，在商品或服务详情页面以显著方式清晰、准确地标示商品或服务的价格、计价单位、配送方式等与价格相关的内容；不应在标价之外加价或收取任何未予标明的费用。转让方发布的商品或服务信息可参照执行。

6.3.5 二手电商平台宜为高价值商品提供质量检测、真伪鉴定服务入口，并在显著位置公示专业服务商的资质情况、服务内容及收费标准。

7 交易管理

7.1 主体管理

7.1.1 二手电商平台应采用机器与人工相结合的方式，构建经营行为识别机制；应根据主体交易特征、收入特征、关联特征、信用特征，以及其他与经营行为识别相关的特征，建立经营行为识别模型，并开展常态化经营行为识别，识别模型构建方式见附录 A。

7.1.2 二手电商平台对识别为疑似平台内经营者的转让方，应及时与相关主体进行核实，并告知其申诉渠道；确为平台内经营者的，应依据法律法规规章及平台规则对相关主体采取管控措施，督促其公示依法办理市场主体登记或明确其免于市场主体登记的类型，并及时更新主体标识。

7.1.3 二手电商平台应按照法律法规规章的有关要求，履行网络交易合规数据报送的责任与义务，确保报送信息全面、准确、真实、及时。

7.1.4 二手电商平台在监测中发现依法不需要办理市场主体登记的平台内经营者年累计交易额超出零星小额交易法定限额以及存在应当办理市场主体登记而未办理，或转让方以偶发转让名义持续从事经营活动、规避市场主体登记与监管义务的情形，应督促、提醒符合登记条件的相关主体依法办理市场主体登记。

7.1.5 二手电商平台应在平台服务协议和交易规则中明确平台内经营者、转让方的退出条件、程序和后续义务。平台内经营者主动申请退出二手电商平台的，应提前 30 日在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置持续公示有关信息。

7.1.6 专业服务商应按照与交易主体约定开展相关服务，并确保服务质量；不得为涉嫌销售违反法律法规规章要求的商品提供鉴定、认定等服务。涉及鉴定、质检、估价结论的，应在报告中明确适用范围、判定依据和责任边界。

示例：专业服务商出具的数码电子产品检测报告内容宜包括下列信息：功能测试项目清单及结果、外观缺陷等级、核心部件状态指标（如电池健康度、硬盘 SMART 数据、屏幕坏点数）等。

7.2 违规处置

7.2.1 二手电商平台应建立对违法违规主体的分级处置机制。对违反相关法律法规规章和平台规则的主体，二手电商平台可根据行为性质和风险程度，采取警示、暂停或终止服务等管理措施，并告知其申诉渠道。

7.2.2 二手电商平台应自决定作出处理措施之日起一个工作日内予以公示，载明平台内经营者的网店名称或转让方账号信息、违法行为、处理措施等信息。警示、暂停服务等短期处理措施的相关信息应当持续公示至处理措施实施期满之日止。二手电商平台应配合监管部门对涉嫌违法的网络交易行为进行查处。

7.3 交易安全

7.3.1 二手电商平台应建立交易安全风险识别和分级管控机制，综合采取异常行为监测、支付封控、欺诈识别、风险提示等措施，依法依规保护交易双方人身、财产安全。

7.3.2 二手电商平台发现平台内经营者、转让方存在引导买家脱离二手电商平台交易，通过第三方社交工具、链接或者其他渠道完成支付、交付或者售后的，应进行显著风险提示；必要时，可采取警示、暂停或终止服务等措施。

7.4 交易保障

7.4.1 二手电商平台应建立价格行为合规管理制度，引导和监督平台内经营者规范价格行为。

7.4.2 二手电商平台应建立履约管理机制，买家收到商品或接受服务后，应依据协议及平台规则完成支付。

7.4.3 平台内经营者、转让方应在交易订单形成后在约定时间内、按约定的交付方式向买家提供商品或服务，保证实际交付的商品或服务与其描述信息保持一致。

7.4.4 平台内经营者销售商品或提供服务的，应按照国家法律法规规章有关要求，履行出具购货凭证或者服务单据、退换货等责任和义务；法律法规规章对特定商品另有规定的，依照其规定执行。二手电商平台应提供电子交易记录作为交易凭证。

7.4.5 二手电商平台应依法建立并公示退换货规则和流程。对于平台内经营者发布的商品或服务信息，应以显著方式说明商品或服务退换货规则，并提示消费者；对于转让方发布的商品或服务信息，二手电商平台应提供退换货协商机制，保障交易双方权益。

8 争议处理与解决

8.1 二手电商平台应按照 GB/T 42498 有关规定建立争议在线处置及解决机制，分类制定并公示争议解决规则；争议解决规则宜包括受理范围、处理流程、证据提交方式、处理时限、复核机制和其他救济途径提示等内容；应设置专门争议处理团队，综合交易主体类型、交易性质、商品或服务描述信息、专业服务商服务信息、交易双方沟通情况等，及时开展交易争议调解。

8.2 平台内经营者与消费者发生交易争议时，应依照法律法规规章、合同约定、平台规则及平台内经营者承诺处理退换货、维修、退款、赔偿等事项；发生交易争议时，可先与消费者进行协商，协商不成的，可向二手电商平台申请进行调解。

8.3 转让方与买家发生交易争议时，可先由双方自行协商，协商不成的，可向二手电商平台申请进行调解。二手电商平台处理相关争议时，可结合商品或服务描述信息、交易双方沟通情况等因素综合认定。

8.4 二手电商平台宜针对未成年人未经其监护人同意开展交易、支出与其民事行为能力不符的款项，建立专项退货退款通道与救济机制。

8.5 二手电商平台宜在当事人自愿基础上，采取在线大众评议、专家咨询、第三方调解、鉴定检测、依法引导仲裁等社会化方式处理交易争议。采取在线大众评议等方式的，应明确适用范围、程序规则、复核机制和个人信息保护要求。二手电商平台应制定大众评议调解员管理措施，对参与大众评议的调解员身份、专业背景、用词用语等进行管理，并确保大众评议调解过程面向交易双方全程公开、透明、可监督。

8.6 二手电商平台对于交易双方争议调解不成功的，应提示当事人按照下列方式处理：

- a) 属于平台内经营者销售商品或提供服务的，消费者可采取与平台内经营者协商和解、向消费者协会或者依法成立的其他调解组织申请调解、向监管部门进行投诉举报、在达成仲裁协议的情况下依法申请仲裁、向人民法院提起民事诉讼等方式进行解决；
- b) 属于转让方销售商品或提供服务的，买家可通过双方协商、申请调解、在达成仲裁协议的情况下依法申请仲裁、向人民法院提起民事诉讼等方式进行解决。

8.7 二手电商平台应妥善保存交易主体信息、交易商品和服务信息、订单信息、支付信息、物流信息、退换货信息、沟通信息以及争议处理记录等交易记录，确保相关记录完整、真实、可用；并依据法律法规规章的有关要求，在监管部门、人民法院、仲裁机构等依法要求提供时，积极配合提供相关记录。

附 录 A
(资料性)
经营行为识别模型构建方式

A.1 构建方式

二手电商平台构建的经营行为识别模型，应重点从下列主体特征进行分析：

- a) 交易特征：销售商品或提供服务的性质、价格、数量、频率和时间分布等；
- b) 信息发布特征：商品或服务描述信息内容及经营性描述关键词，包括但不限于商品或服务的来源、库存规模数量、销售渠道等；
- c) 收入特征：收入金额、结算账户、收入变化趋势等；
- d) 主体关联特征：账号与身份信息、支付账户、设备、地址等的关联情况，以及相关主体的历史违规记录等；
- e) 信用特征：买家评价、投诉举报记录、信用记录等；
- f) 其他与经营行为识别相关的特征。

示例：二手电商平台可根据用户简介或者交易页面等描述中使用的一手货源、固定货源、有售后、七天无理由退货、多库存、多规格等经营性交易描述以显示其经营性目的，并参考在特定时期内交易物品的数量、频次或者成交量。

参 考 文 献

- [1] 中华人民共和国电子商务法（2018年8月31日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过）
- [2] 中华人民共和国网络安全法（2016年11月7日第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议通过 根据2025年10月28日第十四届全国人民代表大会常务委员会第十八次会议《关于修改〈中华人民共和国网络安全法〉的决定》修正）
- [3] 中华人民共和国消费者权益保护法（1993年10月31日第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过 根据2009年8月27日第十一届全国人民代表大会常务委员会第十次会议《关于修改部分法律的决定》第一次修正 根据2013年10月25日第十二届全国人民代表大会常务委员会第五次会议《关于修改〈中华人民共和国消费者权益保护法〉的决定》第二次修正）
- [4] 中华人民共和国个人信息保护法（2021年8月20日第十三届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过）
- [5] 中华人民共和国反不正当竞争法（1993年9月2日第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议通过 2017年11月4日第十二届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议第一次修订 根据2019年4月23日第十三届全国人民代表大会常务委员会第十次会议《关于修改〈中华人民共和国建筑法〉等八部法律的决定》修正 2025年6月27日第十四届全国人民代表大会常务委员会第十六次会议第二次修订）
- [6] 中华人民共和国价格法（1997年12月29日第八届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过）
- [7] 中华人民共和国民法典（2020年5月28日第十三届全国人民代表大会第三次会议通过）
- [8] 网络交易监督管理办法（2021年3月15日国家市场监督管理总局令第37号公布 根据2025年3月18日国家市场监督管理总局令第101号修正）
- [9] 互联网平台价格行为规则（发改价格规〔2025〕1607号，2025年12月9日印发）
- [10] 网络交易平台规则监督管理办法（2025年12月18日国家市场监督管理总局、国家互联网信息办公室令第116号公布）
- [11] 网络信息内容生态治理规定（国家互联网信息办公室令第5号，2019年12月15日发布）
- [12] 最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）（2022年2月15日最高人民法院审判委员会第1864次会议通过，法释〔2022〕8号）
- [13] GB/T 35273-2020《信息安全技术 个人信息安全规范》
- [14] GB/T 39550-2020《电子商务平台知识产权保护管理》
- [15] GB/T 46862-2025《外卖平台服务管理基本要求》
- [16] GB/T AAAAA-2026《直播电商平台服务管理基本要求》
- [17] SB/T 11248—2025《二手货（旧货）术语》
-