

推荐性国家标准

《电子商务信用 卖方交易信用信息
披露要求》

国家标准（征求意见稿）

编制说明

《电子商务信用 卖方交易信用信息披露要求》

国家标准起草组

二〇二六年六月

《电子商务信用 卖方交易信息披露要求》

国家标准

（征求意见稿）编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

根据国家标准化管理委员会 2025 年国家标准制、修订计划的工作安排，由全国社会信用标准化技术委员会（SAC/TC 470）组织制定的国家标准《电子商务信用 卖方交易信息披露要求》（计划号：20254837-T-469），按照当前标准工作安排，计划定于 2026 年完成。

本标准由全国社会信用标准化技术委员会（SAC/TC470）提出，由全国信用标准化技术委员会（SAC/TC470）与平台经济治理标准化技术委员会（SAC/TC611）共同归口。

（二）制定背景

近年来，我国电子商务交易规模持续扩大，商业模式不断创新。据统计，2025 年网上零售额 15.97 万亿元，同比增长 8.6%，增速比上年全年加快 1.4 个百分点。直播电商、社交电商等新业态蓬勃发展。消费者对商品销量、库存状态、退换货政策、售后处理进度、用户评价等信用信息的依赖程度显著提升，信息披露的完整性、真实性和易获取性已成为影响消费决策和平台信任度的关键因素。《电子商务信用 卖方交易信息披露规范》（GB/T 29622—2013）自发布实施以来，在规范电子商务平台卖方信息披露、保护消费者知情权等方面发挥了积极作用。然而，该标准在信息分类、披露内容、披露方式等方面的规定已难以适应新业态发展的需要。部分平台存在信息披露不充分、展示方式不透明、评价排序误导消费者（如好评前置、差评后置）等问题，导致消费者甄别成本上升、维

权难度加大，也对统一监管提出了新的挑战。因此，亟需对 GB/T 29622—2013 进行修订，以回应行业发展和消费者权益保护的现实需求。

从法律法规层面看，《中华人民共和国电子商务法》已由中华人民共和国第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议于 2018 年 8 月 31 日通过，中华人民共和国主席令（第七号）公布，自 2019 年 1 月 1 日起施行。本法对电子商务经营主体、电子商务交易与服务、电子商务交易保障、跨境电子商务、监督管理以及法律责任都进行了详细规定。为贯彻落实电子商务法，完善网络交易规范制度，促进网络交易活动持续健康发展，2021 年 3 月 15 日，国家市场监督管理总局出台《网络交易监督管理办法》，自 2021 年 5 月 1 日起施行，办法制定了一系列规范交易行为、压实平台主体责任、保障消费者权益的具体制度规则，特别提出要遵循重要信息公示、交易记录保存等要求。为了确保标准条目和相关法律法规相一致，需要对标准内容做出及时修改和完善。此外，《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》于 2024 年 2 月 23 日国务院第 26 次常务会议通过，自 2024 年 7 月 1 日起施行，此法进一步细化了经营者信息披露义务，要求经营者真实、全面地向消费者提供商品或服务信息，明确禁止以篡改、隐匿用户评价等方式误导消费者。为确保本标准与相关法律法规保持一致，亟需对标准内容进行及时修订和完善。

《电子商务信用 卖方交易信用信息披露规范》国家标准的修订，有助于买方通过信息披露了解卖方的履约能力和信用状况，缓解买卖双方的信息不对称，降低交易成本，实现消费者高效购物，进而促进市场经济的规范、平稳发展。同时，标准修订将进一步促进不同电子商务平台及电子商务活动各环节信用信息的交换与共享，便于买方和监管机构对卖方信用情况进行记录、比较和跟踪监督，有效降低电子商务信用风险。本标准的实施将为加强卖方交易信用建设与管理、完善电子商务信用体系、营造良好电子商务交易环境、推动电子商务高质量发展提供有效技术支撑。

（三）起草过程

本标准由全国社会信用标准化技术委员会（SAC/TC470）提出，由全国信用标准化技术委员会（SAC/TC470）与平台经济治理标准化技术委员会（SAC/TC611）

共同归口。

本标准主要起草单位包括：中国标准化研究院、江苏苏豪泓纲科技有限公司。

本标准主要起草人：李向华、李萍、周莉、叶如意、江洲、赵燕、孟翠竹、刘超、薛奇。

主要起草人在本标准编制过程中承担的主要工作如下表所示：

序号	起草人姓名	所在单位	任务分工
1	李向华	中国标准化研究院	标准主体内容的调研、研讨，部分标准章节内容的修改工作，负责标准编写全过程
2	李萍	中国标准化研究院	标准主体内容的调研、研讨，部分标准章节内容的修改工作，负责标准编写全过程
3	周莉	中国标准化研究院	标准主体内容的调研、研讨，部分标准章节内容的修改工作，负责标准编写全过程
4	叶如意	中国标准化研究院	标准主体内容的调研、研讨，部分标准章节内容的修改工作，负责标准编写全过程
5	于婵婵	西安市质量与标准化研究院	标准主体内容的调研、研讨，部分标准章节内容的修改工作，负责标准编写全过程
6	许丽萍	浙江省市场监督管理局	标准主体内容的调研、研讨，部分标准章节内容的修改工作，负责标准编写全过程
7	江洲	中国标准化研究院	标准主体内容的调研、研讨，部分标准章节内容的修改工作，负责标准编写全过程
8	赵燕	中国标准化研究院	标准主体内容的调研、研讨，部分标准章节内容的修改工作，负责标准编写全过程
9	王维	西安市质量与标准化研究院	参与标准第 1、2、3、4、5 章的调研和研讨及修改工作
10	许超	襄阳市市场监督管理局	参与标准第 1、2、3、4、5 章的调研和研讨及修改工作
11	刘超	江苏苏豪泓纲科技有限公司	参与标准第 6、7 章的调研和研讨及修改工作
12	谢尚腾	浙江省市场协会	参与标准第 6、7 章的调研和研讨及修改工作

13	薛奇	江苏苏豪泓纳科技有限公司	参与标准第6章表1“卖方交易信用信息、分类及说明”中指标的研讨及修改工作
14	孟翠竹	中国标准化研究院	参与标准第6章表1“卖方交易信用信息、分类及说明”中指标的研讨及修改工作

本标准草案在起草过程中召开了多次研讨会，投入了大量的人力物力，参与标准研讨的专家多来自电子商务、信用管理、交易管理、信息管理等研究领域，还包括电子商务平台企业、政府主管部门的代表。通过对标准内容的反复修改和完善，形成了目前的国家标准文本。主要起草过程包括以下几个阶段：

1. 成立起草组

本标准的起草受到社会各方的广泛关注，接到本标准研制任务后，于 2025 年 10 月成立了标准起草工作组，负责本项标准编制的全面工作，包括资料收集、研讨交流、标准编制、组织征求专家意见及修订等工作。

2. 确立标准框架

起草组立足电子商务作为数字经济重要组成部分的战略定位，紧扣电子商务交易中卖方信息披露不充分、消费者知情权保障不足的现实问题，严格遵循《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实施条例》《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局第 37 号）等法律法规要求，系统研究了淘宝、京东、拼多多、抖音、快手、小红书等多个电子商务平台的卖方信息披露实践做法，梳理其共性和差异，进一步明确了卖方交易信息披露基本要求、内容和方式。结合当前电子商务发展的实际特点，进一步明确本标准的适用主体和适用范围。通过开展多次专家座谈会，广泛听取各方在卖方交易信息披露方面的意见和建议，经过认真分析和研讨，确立了初步的标准框架。

3. 形成标准草案

在标准框架确定的基础上，起草组成员充分吸收已有科研成果，以《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实施条例》《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局第 37 号）等为法律基础，多次召开不同规模的标准研讨会，逐步确定了本标准的主要内容，于 2026 年 3 月完成《电子商务信用 卖方交易信息披露要求》1 稿。起草组在 1 稿的基础上，经过

深入调研，重点围绕卖方基本信息、卖方交易行为记录、交易评价及统计信息、其他法律法规要求披露的信息以及信息披露方式等核心内容进行反复讨论和修改，并征询了来自各方的专家、学者和业务主管部门的意见，对意见进行了汇总、整理和吸收完善，于 2026 年 4 月完成《电子商务信用 卖方交易信用信息披露要求》2 稿。

4. 形成征求意见稿

起草组在完成标准草案的基础上，多次召开了不同规模、不同层次的标准研讨会，征询了来自政府主管部门、电子商务平台企业、科研院所等单位的专家、学者的意见，对标准文本进行了全面研讨、反复修改、完善和提升，对征集到的意见进行了系统汇总、梳理和吸收，于 2026 年 6 月形成了标准征求意见稿。

二、国家标准编制原则、主要内容及其确定依据

（一）标准编制原则

制定《电子商务信用 卖方交易信用信息披露要求》国家标准主要遵循以下原则和依据：

1、科学性原则

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》的要求和规定编写本标准内容。同时，参考 GB/T 20000.1《标准化工作指南》等相关标准化文件资料，力求使信用标准化工作符合客观规律，遵循科学性原则。

2、系统性原则

本标准遵循系统化的原则，与《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实施条例》《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局第 37 号）等法律法规相互协调一致，成龙配套，从卖方基本信息、卖方交易行为记录、交易评价及统计信息、其他法律法规要求披露的信息四个方面，系统、全面地对卖方交易信用信息披露进行统一规范。

3、适用性原则

本标准的制定，严格按照国家标准的制定程序和要求，力求使信用标准化工作适合工作实际和业务需求，也充分考虑了电子商务平台企业的特征，突出可操作、可落地，确保标准的实用价值与现实适用性。

(二) 主要内容及其确定依据

1. 使用范围说明

本标准立项名称为《电子商务信用 卖方交易信息披露要求》(计划号：20254837-T-469)。

本文件规定了电子商务交易活动中披露卖方交易信用信息的基本要求、主体、内容及方式。

本文件适用于电子商务平台经营者披露卖方交易信用信息。通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者也可参照使用。

2. 主要内容说明

一是信息披露基本要求，明确合规性、客观性、可验证性、充分性、时效性五项基本要求。合规性要求信息披露遵守法律法规，保护隐私和权益；客观性要求信息真实、可核验，不得虚构或篡改；可验证性要求原始信息与披露信息一致；充分性要求完整统计规定周期内信息；时效性要求披露对当前交易有参考作用的信息。

二是信息披露主体，信息披露主体为电子商务平台经营者，电子商务平台经营者负责对交易信用信息进行采集、核验、处理、展示与更新。

三是信息披露内容，将卖方交易信用信息分为卖方基本信息、卖方交易行为记录、交易评价及统计信息、其他法律法规要求披露的信息四类，同时详细规定各类信息的具体构成与说明。卖方基本信息包括经营者主体信息、店铺基础信息、行政许可信息及信用激励信息。卖方交易行为记录涵盖订单处理信息、售后处理信息、商品销售信息、库存状态信息、七天无理由退货信息、行政处罚信息，以及物流承诺信息、品牌授权信息、平台处罚信息。交易评价及统计信息包括交易评价信息和交易统计信息。其他法律法规要求披露的信息包括网络餐饮服务经营者的“无堂食”“明厨亮灶”标识等。

四是信息披露方式。本标准针对不同类别卖方交易信用信息，分别规定了其在店铺首页、商品详情页、订单详情页、订单列表页、搜索结果页等页面的具体披露位置。

上述主要内容的确定依据充分、科学合理，具体如下：一是法律政策依据，严格遵循《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实施条例》《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局令第45号）等法律法规，确保内容合法合规；二是实践应用依据，基于对淘宝、京东、拼多多、抖音、快手、小红书等电商平台卖方信息披露实践的调研分析，结合行业发展现状与消费者需求，确保内容贴合实际，具备可操作性。

三、试验验证的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效益、社会效益和生态效益

本标准不涉及试验验证论证。

《电子商务信用 卖方交易信息披露要求》国家标准的研制和应用，将有效降低电子商务交易中的信息不对称，规范平台经营行为，保护消费者合法权益，促进电子商务信用体系健康发展，具有显著效益。

1. 降低交易成本，优化资源配置

标准统一了卖方基本信息、卖方交易行为记录、交易评价及统计信息、其他法律法规要求披露的信息等披露要求，降低了消费者信息甄别成本。优质商家通过展示信用激励信息获得竞争优势，形成“良币驱逐劣币”的良性循环。行政处罚和平台处罚信息的披露倒逼卖方合规经营，减少社会资源浪费，推动行业从价格竞争转向信用竞争，提升市场运行效率。

2. 保障消费者权益，提振消费信心

标准从消费者视角强化了知情权和选择权保障。卖方基本信息透明化能在一定程度上防范“幽灵店铺”；七天无理由退货、订单处理、售后处理等信息的规范披露减少了售后纠纷。行政处罚信息使消费者能够核实卖方信用记录，营造安全、透明、可信的网络消费环境。

3. 赋能政府监管，健全信用治理

标准为市场监管提供了技术依据，有助于规范平台信息披露行为，实现对平台内经营者更为精准的“信用画像”。与《电子商务法》等上位法紧密衔接，将原则性要求转化为可操作指标，进一步推动形成企业自律、行业自治、政府监管、社会监督的多元共治格局。

四、与国际、国外同类标准技术内容的对比情况

经查询无相关的国际国外同类标准。

五、以国际标准为基础的起草情况

本标准不涉及。

六、与有关法律、行政法规及相关标准的关系

本标准严格遵循《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实施条例》《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局第 37 号）等相关法律、行政法规要求，并与其保持一致，

七、重大意见分歧的处理经过和依据

无。

八、涉及专利的有关说明

本标准不涉及。

九、实施国家标准的要求，以及组织措施、技术措施、过渡期和实施日期的建议等措施建议

建议本标准作为推荐性国家标准发布，并自标准发布起三个月实施。

十、其他应当说明的事项

按照《国家标准起草中开展公平竞争审查》审查内容的要求，将对该标准逐条进行公平竞争审查，以确保不存在违反规定的情况。

《电子商务信用 卖方交易信息披露要求》国家标准起草组

二〇二六年六月