

《电子商务信用 网络零售信用基本要求 数字产品零售》

国家标准编制说明

一、任务来源

本标准的制定计划由全国信用标准化技术工作组提出并归口，正式列入 2018 年国家标准化项目计划，项目编号为 20184418-T-469，项目名称为《电子商务信用 网络零售信用基本要求 数字产品零售》的制定，起草单位为中国标准化研究院。

二、本标准制定的背景、目的和意义

近几年，我国电子商务发展非常迅速，网络零售交易占社会消费品零售总额的比例越来越高。市场对电子商务信用标准化体系建设需求较为迫切，其中制定适合我国电子商务业态的网络零售信用评价和服务规范显得尤为重要。

《电子商务信用 网络零售信用基本要求 消费品零售》(GB/T 34057-2017) 于 2016 年定稿并于 2017 年发布实施。由于数字产品的特殊性，一般消费品领域的网络零售信用规范不能适用，而且在数字经济时代数字产品消费对消费者的重要性越来越高，数字产品类网络零售的相关信用规范编制显得越来越紧迫。

本标准编写吸取了国内外电子商务顾客信任和网购风险相关的成熟理论和实践，继承了网络零售交易全过程对安全、诚信经营和隐私保护等基础要求。这既是建立顾客对网站信任关系的主要要素，也是顾客网购风险点的主要分散范围。本标准的发布和实施，能够指导面向消费者经营数字产品的网站建立诚信体系，引导网站尊重消费者合法权益，倡导健康有序的网络竞争环境，也能够为电子商务第三方信用评价提供统一基础。

三、本标准制定原则和内容框架

(一) 标准编制原则

本标准编制遵循的主要原则如下：

(1) 实用性

实用性是本标准编制时考虑的首要原则。在选取标准条款时不仅给出网站诚信经营的原则性指导，还就具体做法给出基本要求。

(2) 科学性

为了保证标准条款的指导价值，标准重点参考了（1）网络购物信任形成理论，和（2）网络购物风险分析和常见投诉纠纷数据，力图使标准规定符合电子商务信用规律和现实需求。

（3）全面性

由于网络零售信用涉及到交易的方方面面，本标准编制时尽量覆盖交易全过程的主要信用要素和风险控制点。

（二）标准制订主要依据

1、GB/T 20001.1-2001《标准编写规则 第1部分 术语》、GB/T 10112-1999《术语工作 原则与方法》；

2、《中华人民共和国电子商务法》

3、商务部关于“十二五”电子商务信用体系建设的指导意见（商电发[2011]478号）、关于网上交易的指导意见（暂行）（商务部公告2007年第19号）、网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法（国家工商行政管理总局令2010年第49号）等政府规范电子商务文件。

（三）本标准的主要内容

本标准主要包括以下几个部分：

1、范围

2、术语和定义

本标准中的电子商务信用等定义与电子商务信用标准体系其他标准保持一致。

3、总则

规定了面向消费者提供数字产品的网站的信用原则和信用要素。

4、经营者要求

规定经营者资质和相关信息公开要求。

5、安全要求

指线上交易和交易后的相关安全问题。

6、交易诚信要求

主要规定交易过程、数字产品本身、售后服务方面的信用要求

7、个人数据和隐私保护要求

规定了网站保护消费者个人数据和隐私方面的要求。

四、本标准的制定过程

（一）组成标准起草组

2016年中国标准化研究院牵头成立标准起草组，完成标准草案稿，完成了标准立项申报工作。

（二）标准起草过程

本标准编制过程主要事项如下：

2016年，标准研制启动，完成草案稿；

2017年，开展调研，了解需求和完善标准；

2018年，项目立项专家评审，完善草案稿，12月成功立项，召开专家研讨会；

2019年1月，完成标准征求意见稿，并向全社会征求意见，也特别向全国信用标准化技术委员会专家征求意见；

五、标准主要技术内容说明

（1）适用范围的说明

本标准针对的是不同于一般实物消费品（如服装、家电等等）的数字产品的网络零售行为，数字产品的特征是不需要线下的物流交付，数字产品的价值在使用体验中体现，部分情况下无法在使用前准确评价产品质量，如音视频、游戏、软件等。部分商品，如网售门票、团购餐券，顾客购买的目的是消费门票或餐券本身，而是作为票据消费特定服务，不适用于本标准，可参考《电子商务信用 网络零售信用基本要求 服务产品提供》。

（2）电子商务信用定义的说明

国标《信用 基本术语》对信用给出的定义是“建立在信任的基础上，不用立即付款或担保就可获得资金、物质或服务的能力。这种能力以在约定期限内偿还的承诺为条件。注：广义的信用指诚信原则在社会上的广泛应用”。由于交易的跨时空特征，物流和资金流不能同步，电子商务交易的达成也是建立在信任的基础上，并且有一方需要在不能立即获得资金或商品、甚至不能看到实物的情况下提前付出商品或资金。

电子商务信用与传统的经济活动领域信用的概念有明显区别。淘宝、京东等大型电子商务平台广泛采用的顾客评价以及顾客评价数据统计构成了网购信用的基本形式，市场上的电子商务网站信用评价和标识发放成为独立组织机构提供的专业电子商务信用评价基

础。鉴于电子商务的虚拟化技术以及现实化的交易需求特征，为满足甄别守信和失信、促进商家网上诚信经营和增强对诚信商家的信任需求，电子商务信用应运而生，其本质是解决网站取得顾客信任以及顾客找到可信网站两个方面的问题。本标准采用《电子商务信用 网络零售信用基本要求 消费品零售》中的相关定义。

六、标准属性的建议

本标准属于基础标准，建议作为推荐性标准发布。

《电子商务信用 网络零售信用基本要求 数字产品零售》标准起草组

2019 年