

ICS 点击此处添加 ICS 号  
点击此处添加中国标准文献分类号

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T XXXXX—XXXX

## 网络零售平台合规管理指南

Guidance for compliance management of online retailing platform

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

中华人民共和国商务部 发布

## 前 言

本标准按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准由中国国际贸易促进委员会商业行业委员会提出并归口。

本标准起草单位：

本标准主要起草人：

# 网络零售平台合规管理指南

## 1 范围

本标准规定了网络零售平台经营者对申请或被邀请入驻平台的经营者合规关注等级、合规评估、合规管理方案、合规监视、评价与结果处置、合规沟通和培训、记录和报告。

本标准适用于网络零售平台经营者对申请或被邀请入驻平台的经营者的合规评估,以及网络零售平台经营者对平台内经营者持续合规的管理。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅所注日期的版本适用于本文件。凡是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

## 3 术语与定义

### 3.1

**网络零售平台** online retailing platform

在网络商品零售活动中为交易双方或多方提供网页空间、虚拟经营场所、交易规则、交易撮合、信息发布等服务,供交易双方或者多方独立开展零售交易活动的信息网络系统。

### 3.2

**网络零售平台经营者** online retailing platform operator

从事网络零售平台经营并为交易双方或者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交易活动的法人或者非法人组织。

注:改写GB/T38652-2020,定义2.3.1。

### 3.3

**网络零售平台内经营者** operator on online retailing platform

通过网络零售平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

注:改写GB/T38652-2020,定义2.3.2。

### 3.4

**合规管理** compliance management

网络零售平台经营者制定和执行合规管理制度,建立合规管理机制,培育合规文化,防范合规风险的行为。

## 4 合规关注等级

4.1 平台经营者宜对申请或被邀请入驻平台的经营者以及平台内经营者应确定合规关注等级，并依据合规关注等级实施分级管理，以合理分配和利用各类资源。

4.2 对于申请或被邀请入驻平台的经营者，网络零售平台经营者确定对其合规情况进行分级管理时，宜考虑如下因素：

——基础资质信息，包括营业执照或相关合法经营证照、银行开户证明或相关信息、平台内经营者的法人/或商家负责人/或商家联系人身份证信息等；

——相关许可经营资质证明或许可批文等信息；

——既往经营状况和数据，包括持续经营期限、业务规模、所经营的商品或者服务类别、业务模式（例如，生产厂家自营、授权经销商、普通经销商、代理等）等；

——信用记录，包括历史上商家在平台内的经营情况、消费者信用评价情况、不合规行为和平台处罚记录等；

——其他因素。

4.3 对于平台内经营者，网络零售平台经营者确定其合规关注等级时，宜考虑如下因素：

——入驻平台之后的合规经营状况，包括不良合规记录、不良合规改进；

——信用记录；

——消费者投诉情况；

——其他。

4.4 对于属于不同合规关注等级的经营者，平台经营者在实施第5章至第9章规定的合规管理措施时，宜采取不同强度的措施。

4.5 平台经营者宜根据对平台内经营者的合规经营情况的监视和评价结果，实时维护和调整对平台内经营者的合规关注等级。

## 5 合规评估

### 5.1 通则

5.1.1 网络零售平台经营者宜在与所有申请或者被邀请入驻平台的经营者签订合同之前，对这些入驻的经营者开展合规评估，以分析和评估其入驻对平台经营者带来的影响，进而为平台经营者做出相关决定提供依据。

5.1.2 合规评估由网络零售平台经营者和平台内经营者的专职人员相互配合开展。

注：除非特别说明，本标准仅对由网络零售平台经营者和平台内经营者的专职人员相互配合开展合规评估的程序和要求作出规定。

5.1.3 开展合规评估，应遵循以下原则：

——合理审慎：调查以事实为依据，确保准确、完整；

——目的明确：调查目的清晰、内容明确、重点突出；

- 保密（适用时）：调查过程中所获取的信息予以保密；
- 适度：准确把握调查尺度，减少对经营者的影响。

5.1.4 网络零售平台经营者宜制定对不良合规记录进行评估的实施准则，以在处理中保持一致性。

5.1.5 网络零售平台经营者宜将以下情况视为合规警示信号，并对与相关经营者的合作保持审慎态度：

- 经营者拒绝参加合规评估；
- 经营者在合规评估中故意提供不真实、不完整或者误导性的信息；
- 经营者对不良合规记录不能给予合理澄清；
- 经营者的业务模式明显不具备可行性等。

5.1.6 合规评估的结果宜纳入网络零售平台经营者与经营者签订的合同中。

## 5.2 程序及要求

5.2.1 网络零售平台经营者以及申请或被邀请的经营者分别指定专职人员或团队（可以是专门的合规团队，也可以是按商品或服务品类划分的专职人员）负责入驻过程的合规评估工作。

5.2.2 网络零售平台经营者拟定合规评估方案，包括合规评估的起止时间、地点、参与人员、所需准备的合规评估材料及材料需满足的要求、调查进度安排等。

5.2.3 申请或被邀请的平台内经营者的专职人员应按照网络零售平台经营者要求的合规评估资料清单，准备材料，并提供索引。

5.2.4 网络零售平台经营者的专职人员对平台内经营者提交的合规评估资料进行分析。宜对合规评估中发现的有关经营者的不良合规记录进行核实，以排除因重名、误认等原因产生的无效信息。对于有效的不良合规记录，平台经营者宜要求申请或被邀请的经营者以书面形式予以澄清，并根据澄清的内容评估该不良合规记录是否影响本平台接受该经营者入驻。

5.2.5 适宜时，网络零售平台经营者利用监管机关的数据库、网络零售平台经营者认可的其他数据库、互联网关键词检索等对申请或被邀请的经营者是否有不良合规记录进行检索。网络零售平台经营者还可对申请或被邀请的经营者进行现场走访和管理层访谈。

5.2.6 网络零售平台经营者可根据合规评估工作的开展情况，撰写合规评估报告。合规评估报告应客观反映合规评估的数据信息以及发现的实质性合规/不合规事项，分析经营者入驻对网络零售平台经营者的影响，给出合规评估结论（见 5.3）。

## 5.3 结论及后续处置措施

5.3.1 合规评估结论包括两种：

- 通过；
- 不通过。

5.3.2 附条件通过的，该条件和在约定期限内未达到条件的后果宜在网络零售平台经营者与平台内经营者签订的合同中予以明确。网络零售平台经营者宜在经营者入驻后对其达成条件的情况进行监视和评估。

5.3.3 对于不通过的，网络零售平台经营者宜不允许其入驻平台。

## 6 合规管理方案

## 6.1 通则

6.1.1 网络零售平台经营者宜要求所有申请或者被邀请入驻的经营者提交合规管理方案，以确认其是否有意愿以合规的方式在本平台开展经营活动，并确认其是否为以合规的方式在本平台开展经营活动做好了业务和管理方面的安排。

6.1.2 对于实施本标准之前入驻的平台内经营者，平台经营者宜要求其在一定期限内（例如，6个月内）提交合规管理方案。

## 6.2 内容与编写

内容与编写的要求可参见附录A。

## 7 合规监视、评价与结果处置

### 7.1 监视

#### 7.1.1 监视方式

网络零售平台经营者宜对平台内经营者执行合规管理方案的情况和合规经营情况进行监视。

监视的重点对象包括：

- 高度合规关注等级的经营者；
- 附条件通过合规评估的经营者；
- 合规管理方案存在疑问的经营者。

监视可以采取定期或不定期抽查、数字化筛选、走访访谈等多种形式，包括但不限于：

- 定期或不定期抽查，例如，定期或不定期复查平台内经营者资质，站外广告监测，对平台内经营者进行走访和管理层访谈，对平台内经营者的经营场所、仓储地点等进行临时拜访，聘请第三方机构进行资料核实或产品质检等。
- 每月巡店。
- 采用信息技术手段实时监控平台内经营者虚拟店铺的运行情况。
- 采用数字化手段根据已知的不合规模式进行数据筛选。
- 根据消费者的反馈进行重点事件的深入审查。

#### 7.1.2 监视内容

监视的内容涉及网络零售平台内经营者根据6.3.3编制的合规管理方案中的所有合规内容，包括但不限于：

- 销售管制商品的资格及其维护情况，企业、品牌等资质获取及维护情况；
- 商品抽检（检测项目包括且不仅限于商家销售商品的性能，质量，材料成分，是否符合国家法律法规要求等各方面）、进货凭证、出厂检验报告或者第三方质检机构出具的检测报告等相关商品及批次的质量合格证明文件；
- 在已审核通过的商品类目和品牌经营之外擅自增加、变更商品类目和品牌；
- 经营者履行七日无理由退货义务情况；
- 异常交易、非法交易情况；
- 商品或服务的标题、图片、价格、属性、描述信息相符程度；
- 价格欺诈，例如虚构原件、虚假优惠折价等；
- 信用承诺的履行情况；

- 侵犯知识产权、制售假冒伪劣商品；
- 不当收集、使用、泄露、出售消费者信息情况；
- 从事攻击、破译、反向工程，上传木马、病毒等行为；
- 交易纠纷率；
- 退换货/返修率；
- 核销率；
- 投诉处理率；
- 在评价回复，售前、售中和售后服务等沟通过程中，使用任何形式的带有人身攻击、侮辱性等不文明的语言。包括但不限于诽谤、骚扰、监视、诋毁、谩骂消费者以及使用任何引起消费者不满的字句或以其他方式侵犯消费者的合法权益的行为；
- 进口商品报关情况。

## 7.2 评价与处置

7.2.1 对于监视中发现的不合规的事件和现象，网络零售平台经营者宜从如下方面分析其是否反映了平台内经营者合规管理中的缺陷：

- 不合规发生的领域；
- 不合规的规模；
- 不合规是偶然发生还是系统性发生；
- 参与人在平台内经营者的管理层级。

网络零售平台经营者宜要求平台内经营者配合评价工作的开展，并与平台内经营者协商确认评价结果。

7.2.2 对于经评价确认合规管理存在缺陷的网络零售平台内经营者，网络零售平台经营者视情况给予警告、下架、限制参加营销活动、单个商品搜索降权、全店商品搜索降权、单个商品搜索屏蔽等措施，并要求平台内经营者提交改进计划。改进计划宜包括具体的行动方案、实施进度和完成标志。

7.2.3 网络零售平台经营者宜跟进平台内经营者实施改进计划的进度和完成情况，并在计划完成后进行再次评价。

7.2.4 网络零售平台经营者宜采取必要的管理措施促使经营者及时完成改进计划。

## 8 合规沟通和培训

### 8.1 合规沟通

8.1.1 网络零售平台经营者宜经常性地通过灵活的方式对平台内经营者进行合规沟通，以帮助平台内经营者提高合规意识，确保平台内经营者持续获知并理解合规信息。沟通宜明确给出网络零售平台经营者对平台内经营者的期望，以及不合规的汇报线。

8.1.2 当发生具有典型性的不合规案件时，网络零售平台经营者宜向可能遇到相同问题的平台内经营者进行沟通。

### 8.2 合规培训

#### 8.2.1 培训对象

网络零售平台经营者宜向以下平台内经营者提供合规培训：

- 高度合规关注等级的经营者；

——业务或者人员规模比较小，单独获取合规培训成本比较高的经营者。

### 8.2.2 培训方式

网络零售平台经营者向平台内经营者提供的合规培训宜包括以下两类：

- 管理层和经理人员培训，侧重于提升培训受众将合规意识贯彻于经营活动中的能力；
- 合规管理团队培训，侧重于提升合规专业知识和技能。

### 8.2.3 培训要求

对网络零售平台内经营者的培训宜：

- 针对与平台内经营者的员工角色和职责相关的义务和合规风险量身定制；
- 适宜时，以对平台内经营者的员工知识和能力缺口的评估为基础；
- 实用并易于理解；
- 与平台内经营者的员工的日常工作相关，并且以相关行业、组织或部门的情况作为案例；
- 足够灵活，涉及各种技能，以满足平台内经营者和员工的不同需求；
- 按要求更新；
- 记录并保存。

## 9 记录和报告

### 9.1 记录

9.1.1 网络零售平台经营者宜准确、及时地记录平台内经营者的合规经营情况，包括但不限于：

- 平台内经营者合规关注等级分类；
- 合规评估的制度、流程和准则；
- 对每个经营者进行合规评估的全过程记录；
- 合规管理方案评估的制度、流程和准则；
- 对每个经营者提交的合规管理方案进行评估的全过程记录；
- 合规监视、评价和处置的制度、流程和准则；
- 平台内经营者提交的合规管理改进方案和平台经营者跟进的全过程记录；
- 合规沟通计划和实施记录；
- 合规培训计划和实施记录。

9.1.2 网络零售平台经营者宜以确保清晰、容易辨认和可检索的方式保存记录。

9.1.3 网络零售平台经营者宜保护这些记录，使其免于被增加、删除、修改、未经授权使用或隐藏。

### 9.2 报告

网络零售平台经营者宜建立有关合规管理的报告制度，由相关部门向管理层提交对平台内经营者进行合规管理的计划和计划实施情况的阶段性报告。

## 附录 A (资料性附录)

### 网络零售平台合规管理方案内容与编写

#### A.1 概述

网络零售平台内经营者宜按照以下内容模块编写合规管理方案并建立合规管理体系。已经建成合规管理体系的经营者，宜按照以下内容模块对其合规管理体系进行改进和完善。

网络零售平台内经营者提交的合规管理方案宜包括如下内容模块：

- 合规义务；
- 合规目标；
- 合规内容；
- 合规管理团队；
- 合规制度制定和执行规划；
- 持续改进。

#### A.2 合规义务

网络零售平台内经营者宜系统地识别其合规义务，及这些合规义务对自身经营活动、商品和服务的影响，确保诚信经营，保证消费者合法权益。合规义务来源包括但不限于国家法律、行政法规、部门规章、标准规定、平台规范、合同约定、行业惯例、道德准则等。

#### A.3 合规目标

网络零售平台内经营者应结合自身情况设定合规目标，内容包括但不限于合规管理体系范围、合规管理愿景、合规管理与其他业务目标优先关系、与其他管理活动关系、主要原则等。

合规目标宜分为总体合规目标和阶段性合规目标。

#### A.4 合规内容

##### A.4.1 合规内容是合规管理方案的主体部分。合规内容宜包括如下模块：

- 合规入驻；
- 合规经营；
- 合规退出。

##### A.4.2 合规管理方案应明确入驻过程的合规方案，包括但不限于：

- 资质合规管理方案。明确资质合规要求，确保资质证明完备并予以实时维护。
- 商品合规管理方案。明确商品合规要求，确保提供产品或服务具有完备许可证明，规范经营者对所售产品、所提供服务的采购、库存、销售等环节的监控过程，规范采购、库存、销售、物流等环节的数据管理记录，保证商品可追溯，确保商品质量符合相关要求。
- 入驻流程合规管理方案。明确入驻流程合规要求，规范经营者入驻平台、配合平台开展合规评估的流程，规范合规评估资料提供、备案、归档流程，并确保合规评估中所提供资料真实、完

整、可追溯。

#### A.4.3 合规管理方案应明确经营、交易环节的合规方案，包括但不限于：

- 信息描述合规管理方案。明确信息描述合规要求，规范信息编写、审核、发布流程，确保经营者所发布信息真实、清晰、准确、无歧义，规避违法违规、不文明、涉嫌侵犯消费者权益、侵犯他人权利或干扰平台运营等信息发布问题。
- 促销合规管理方案。规范促销方式、促销期限、促销商品范围、附加条件等促销规则，规避变相提价、以次充好、刷单等违规促销问题出现，确保经营者促销行为合规。
- 数据信息合规管理方案。明确数据信息管理合规要求，明确消费者信息收集原则，向消费者明示信息收集的目的、方式、范围、流程、使用、保密措施，规范消费者信息收集、存储、使用、转移和销毁等流程管理，规范隐私权条款公示机制、信息使用审核机制等，规范计算机信息系统及信息技术人员等配备管理，规范消费者信息安全培训程序，确保消费者信息安全。
- 发票合规管理方案。明确发票管理合规要求，规范发票内容、发票金额、发票开具流程等，确保消费者依法索取发票，确保消费者售后服务权、依法求偿权等权益。
- 物流配送合规管理方案。明确物流配送合规要求，规范物流提供商筛选、发货管理、物流费用承担、特殊类产品物流配送、物流折损处理等，规范经营者物流监控流畅，确保物流配送环节合规。
- 退换货合规管理方案。明确经营者需履行的退换货义务，规范退换货流程、责任认定、退换货时限、运费承担等问题，保障消费者售后服务权、依法求偿权等合法权益。
- 投诉合规管理方案。明确投诉管理合规要求，规范投诉处理渠道、程序、时限、处理方案、取证等流程，配备售后管理团队，完善消费者投诉管理机制。

#### A.4.4 合规管理方案应明确退出平台的合规方案，规范经营者退出流程，明确订单终止、索赔完结、保证金余额退还等退出管理流程，确保在不损害经营者、平台和消费者利益前提下合规退出。

#### A.5 合规管理团队

合规管理方案应制定合规管理团队建设与管理方案，包括但不限于：

- 根据签署合规目标、合规内容等情况，明确组建专职或外包兼联合合规管理团队流程；
- 明确合规管理团队履行职责所需的专业知识、经验和能力要求；
- 明确合规管理团队与其职责相适应的管理层级、汇报线、人员、资金预算、培训和其他支持；
- 明确合规管理团队开展合规审查的业务活动范围、合规审查程序、准则和后果。

#### A.6 合规制度制定和执行规划

合规管理方案应制定合规制度制定和执行规划方案，包括但不限于：

- 规范内部管理制度制定与审核流程。根据合规目标、合规内容、合规管理团队等情况完善内部管理制度制定与审核流程，将合规措施以内部制度的形式固定下来。明确内部管理制度审核时限，确保其适用性。
- 规范合规沟通管理。明确管理层口头宣讲、邮件通讯、宣传海报、宣传视频等合规沟通方式，规范合规沟通方式选取机制，根据不同受众需求选择合适的合规沟通方式。
- 规范合规培训管理。明确教材自学、在线学习和集中学习等合规培训方式，规范合规培训方式选取机制，根据不同受众需求选择合适的合规培训方式，规范合规培训的效果评估机制。

- 规范合规人事管理机制。明确在人事管理中考虑合规因素，将合规考核纳入人事招聘、绩效考核。
- 建立并完善合规情况举报机制。明确接受举报的范围和举报途径，完善举报人保护机制和举报内容发布机制。

#### A.7 持续改进

合规管理方案应制定持续改进方案，完善合规管理评估体系及持续改进方案。

---