

“徽采云”电子卖场商品管理规范

第一条 电子卖场网上超市销售的商品应当是符合标准、配置通用、市场可买、货源充足、信息完整、服务完善的产品，并符合以下基本条件：

（一）满足国家或行业的强制性标准，符合国家三包政策及相关产业政策，执行政府采购有关政策；

（二）商品来源渠道合法，保证原厂原装、全新正品；

（三）商品的规格型号、配置参数、服务标准等应当与市场销售的商品信息保持一致，不得销售专供、特配商品；

（四）商品安装调试或提供服务中涉及另行购置配件或支付服务费用的，应当公开有偿收费标准，未公开收费标准的，不得要求采购人另外付费。

第二条 入驻网上超市的供应商发布商品，应及时完善商品名称、型号规格、参数配置、注册商标以及销售价格等信息，并对其发布商品信息的真实性、合法性负责。电子卖场有权对违反相关法律法规和本规范相关条款的商品进行冻结等处理。

第三条 商品类目

供应商发布商品必须选择准确的类目，例如“笔记本电脑”应发布在“3C 数码-电脑/服务器/工作站-笔记本电脑”类目下。

第四条 商品标题

商品标题格式规范：“品牌+规格型号+商品名称”，例如“清华同方超扬 A8500 台式电脑”、“奔图 P3022D 黑白激光打印机”。商品标题中不得出现堆砌关键词、夸大性修饰词、促销词等，例如最美、最便宜、折扣、包邮、专供、特供等。标题建议 60 个字符以内（即 30 个汉字）。

第五条 商品图片

商品主图像素不小于 800*800px，大小不超过 1M，支持 JPG、JPEG、PNG 格式，图片需清晰、亮度充足、布满画布。商品主图必须为实物拍摄图片且须达到两张及以上，第一张图片为商品正面图。商品主图不得出现除品牌 LOGO 以外的水印，不得为拼接图片、重复图片，不得出现违反相关法律法规的内容，或与商品无关的内容，不得出现促销、夸大描述、外网导购等内容，不得出现与商品无关的手机号、二维码等信息；商品主图建议为白底图，图片中可以适当加入道具或装饰物作为衬托，但需要与销售商品作区分。

第六条 商品参数信息

（一）供应商发布的商品参数信息必须与实际商品相符；

（二）商品品牌即商品商标，商品品牌需要按照实际情况填写，商品标题、参数、详情页等填写的品牌需要保持一致。

（三）商品型号需要按照实际情况填写，商品标题、参数、详情页等填写的型号需要保持一致。若厂家及品牌方未定义商品型号的，供应商可自行编写；

（四）商品各属性项需要按照实际情况填写，不得填写

纯符号等无效内容；

（五）发布商品时，不得滥用销售规格属性发布套餐商品，或者在一款商品的销售规格属性选择区放置不同类目商品；

（六）供应商不得在平台上重复铺货，或通过修改价格、计量单位、图片等方式发布相同产品（同品牌、型号）；

（七）上架商品原则上应提供商品来源相关证明文件（如厂家授权、发票等）；

（八）针对需要强售后服务属性的商品（如空调、软件等设备安装），供应商原则上应提供具备售后服务能力的相关证明文件（高空作业证、施工证等）。

第七条 厂家商品库

（一）为更好保障商品信息的规范性，针对标准化程度较高的集中采购目录商品，由平台及品牌厂家共建标准商品库，并设置价格区间，防止恶意低价；发布对应厂家商品时，供应商须引用商品发布，引用商品基础信息参数不得修改；平台针对引用厂家商品库发布的商品进行一键确认；标准商品库不允许出现特供型号，应为市场主流在售商品；

（二）供应商发现市场主流、标准商品库中缺失的商品，可提交商品申请，由品牌厂商新增，平台进行确认；供应商发现标准商品库商品信息错误的，可提交修改申请，平台确认后进行修正；

（三）为更好的保障商品信息的时效性，平台定期对标准商品库进行清理，对已停产、变更的商品进行下架或更新。

第八条 电商平台链接

发布商品时，供应商需填写主流电商网站同款商品链接，同款不同规格商品需要填写多个对应商品链接。填写的电商平台链接对应的商品需与电子卖场中商品保持一致，商品销售价不得大于市场价和填写的电商链接价。

第九条 商品详情

商品详情建议图片和文字相结合，商品图片必须是实物图片，展示的信息必须与实物一致。除“电商平台链接”项外，商品详情页不允许填写其他店铺或者外部网站信息。

第十条 商品价格

供应商在商品发布页面所填商品销售价、市场价均会显示于该商品详情页面，供应商需保障以上各项价格真实、准确，并随市场变化及时调整。

市场价为该商品在主流电商网站的销售价格，主流电商网站没有销售的，则为该商品品牌官方网站销售价格。该商品无品牌官方网站的（或品牌官方网站中无销售价格信息），允许供应商上传针对该商品市场价格的承诺书，此类商品将打上“自有商品”标签。

销售价为该商品在电子卖场最高销售价格，实际采购中该价格经买卖双方协商一致可以下浮，但不得上浮。

供应商填写的市场价须与其提供的电商链接或官方网站销售链接中的商品价格一致。供应商填写的销售价由供应商根据自身实际自主填报，但不得高于同期市场价，也不得高于财政部门认可的市场合理价。其中，电商提供的商品价

格不得高于其自有电子商务平台同期销售价格。不得出现虚抬价格、错误标注、恶意竞争等情况。

网上超市商品价格应符合相关业务管理要求，网上超市上架和交易价格不得高于主流电商网站自营商品平均销售价格及在非政府采购渠道的价格，亦不可低于主流电商网站自营商品平均销售价格的 40%。平台将定期对商品价格进行抽查和巡检，并有权对违反价格管理要求的商品进行冻结、下架等处理。

主流电商网站自营商品平均销售价格：

1、同期系指价格监测信息查询当日；

2、主流电商系指京东、天猫、苏宁；

3、主流电商网站自营商品系指京东、天猫、苏宁电商的自营商品，如无法查询到自营商品的，以主流电商能买到的相同商品为准，如主流电商中未能查询到相同商品的，则以不同配置、保修期等的商品通过电商或市场公允的配件、保修期进行价格测算调整后为准。

4、主流电商网站自营商品平均销售价格系指主流电商自营商品，按价格孰低原则从低到高取 1-3 名的算术平均价。

第十一条 商品质量

（一）商品质量需符合国家、行业或产品上所标识的产品执行标准，不得发布残次品；

（二）商品必须为正品，不得发布盗版商品或假冒伪劣商品，不得发布侵犯他人知识产权或其他权利的商品；

（三）禁止发布违反《中华人民共和国产品质量法》规

定的产品。

第十二条 商品发布规则

（一）商品品牌、型号、规格等信息均需真实准确，与产品说明书保持一致；

（二）供应商应对商品所使用的图片、LOGO 拥有合法使用权，在授权范围及有效期内合理使用，不得盗用他人图片，侵犯他人的合法权益；

（三）对商品涉及的商标权、著作权、专利权、肖像权拥有合法使用权，且在授权范围及有效期内合理使用；

（四）禁止发布涉及国家秘密的商品；

（五）禁止发布国家及地方各项法律法规不允许出售的商品，药品、医疗器械、警用或军用装备、兽药、农药、烟草及相关商品、危险化学品及易燃易爆易制毒等非平台准入类目类商品。特殊商品取得并上传相应行业行政许可可以发布；

（六）商品所有信息描述不得违反国家相关法律法规。禁止使用违反广告法的宣传描述，例如最低、第一、专供、特供、最高级、最佳等，以及易引起误解的相关词汇；禁止使用淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力、反动等描述；禁止使用含有民族、种族、宗教、性别等歧视的描述；禁止使用诋毁、侮辱等不符合公序良俗，以及违反其他法律法规的描述。

第十三条 滞销商品管理

为了提升采购体验，对于 180 天内没有成交且无编辑记

录的商品作自动下架处理，若供应商确认该商品仍有必要发布的，可以重新申请上架。

第十四条 店铺上架商品数量管理

为保障采购体验，供应商单个店铺上架商品的数量原则上不得超过 300 个，若需增加上架商品数量，需提交申请。

第十五条 电子卖场商品的参数配置、市场价格、服务标准等信息因市场发生变化或者型号停产、缺货的，供应商应当在 1 个工作日进行更新或下架。

第十六条 处罚措施

见附件 3：“徽采云”电子卖场网上超市违规商品处理规则