

ICS 03.080.99
CCS A 12

DB 33

浙江 地方 标准

DB33/T 932—2022
代替 DB33/T 932—2014

电子商务企业管理与服务规范

Specification for management and service of E-commerce enterprises

2022-01-04 发布

2022-02-04 实施

浙江省市场监督管理局 发布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 电子商务企业分类	1
5 管理要求	2
6 服务要求	2
7 分级管理设置与等级评定	6
附录 A（规范性） 电子商务企业评价指标体系	7

前　　言

本标准按照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。

本标准代替DB33/T 932—2014《电子商务企业管理与服务规范》，与DB33/T 932—2014《电子商务企业管理与服务规范》相比，除编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 增加了“规范性引用文件”一章(见第2章)；
- b) 删除了“电子商务”表达形式(见2014年版的2.1)；
- c) 更改了“电子商务企业”表达形式(见3.1, 2014年版的2.2)；
- d) 删除了“网络交易”表达形式(见2014年版的2.3)；
- e) 更改了“电子商务支撑服务”表达形式(见3.2, 2014年版的2.5)；
- f) 更改了“交易型电子商务企业”表达形式(见4.1, 2014年版的3.1)；
- g) 更改了“第三方平台型电子商务企业”表达形式(见4.2, 2014年版的3.2)；
- h) 更改了“基本要求”的规定(见5.1, 2014年版的4.1)；
- i) 删除了管理机构和管理职责(见2014年版的4.2、4.3)；
- j) 更改了“电子商务企业”的规定(见5.2, 2014年版的4.4)；
- k) 增加了平台内经营者的管理规定(见6.2.2.4, 6.2.2.8~6.2.2.12)；
- l) 增加了向市场监督管理部门报送的规定(见6.2.2.5)；
- m) 增加了向税务部门报送的规定(见6.2.2.6)；
- n) 增加了服务企业合作的规定(见6.2.3.4)；
- o) 增加客户服务的规定(见6.3)；
- p) 更改了“广告宣传”的规定(见6.4, 2014年版的5.3)；
- q) 更改了“隐私保护”的规定(见6.5, 2014年版的5.4)；
- r) 更改了“信息安全保障”的规定(见6.6, 2014年版的5.5)；
- s) 删除了电子商务企业评价指标体系的规定(见2014年版的6.3)；
- t) 更改了附录的相关内容(见附录A, 2014年版的附录A~附录C)。

本标准由浙江省商务厅提出、归口并组织实施。

本标准起草单位：浙江省电子商务促进会、中国计量大学、杭州市标准化研究院(杭州标准化国际交流中心)、浙江国贸数字科技有限公司、杭州卷瓜网络科技有限公司(蘑菇街)、浙江好牛电子商务有限公司、浙江省电子商务促进中心、北京中伦(杭州)律师事务所等。

本标准主要起草人：卢成南、颜鹰、陈福棣、李秀娣、徐梦、宋丽红、吴芳、俞林茂、丁建军、宗荔、王红燕等。

本标准历次版本发布情况为：

——DB33/T 932—2014；

——本次修约为第一次修订。

电子商务企业管理与服务规范

1 范围

本标准规定了电子商务企业分类、管理要求、服务要求、分级管理设置与等级评定等内容。

本标准适用于交易型电子商务企业、第三方平台型电子商务企业、支撑服务型电子商务企业等法人单位的管理和服务，也适用于在网络社交、网络直播等信息网络活动中销售商品或者提供服务的经营活动的法人单位的管理和服务。

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标准必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本标准；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本标准。

- GB 17859 计算机信息系统 安全保护等级划分准则
- GB/T 22239—2019 信息安全技术 网络安全等级保护基本要求
- GB/T 35273—2020 信息安全技术 个人信息安全规范
- SB/T 11221—2018 客户服务专业人员技术要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

3.1

电子商务企业 E-commerce enterprise

通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的法人单位。包括在网络社交、网络直播等信息网络活动中销售商品或者提供服务的经营活动的法人单位。

3.2

电子商务支撑服务 E-commerce service

为电子商务业务提供技术开发服务、运营服务、客户服务、物流服务等配套支撑服务的企业。

4 电子商务企业分类

4.1 交易型电子商务企业

利用信息网络开展商品交易、服务交易的电子商务企业，含自建网络交易平台、通过网络社交、网络直播销售商品或服务的企业。

4.2 第三方平台型电子商务企业

在电子商务中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企业。含为经营者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的网络社交、网络直播等网络服务提供企业。

4.3 支撑服务型电子商务企业

为其它电子商务企业开展电子商务业务提供配套支撑服务的企业。

5 管理要求

5.1 总体要求

5.1.1 应依法办理市场主体登记，具备统一社会信用代码的营业执照（或同等效力证照）。依法需要取得相关行政许可的，应依法取得行政许可。履行纳税义务，依法经营。

5.1.2 企业在经营活动中应遵循自愿、平等、公平、诚信的原则。

5.1.3 企业应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示其主体信息或者该信息的链接标识。主体信息发生变更的，企业应当及时更新公示信息。

5.2 电子商务企业

5.2.1 建立企业运营、财务、安全、技术、信用及监管等组织架构和相应的经营危机和风险控制机制。

5.2.2 设置服务质量管理机构并制定服务质量评价机制，专门负责服务质量考核管理、服务管理以及投诉、纠纷处理。

5.2.3 建立健全商品质量控制管理机制，商品质量与网站提供的产品说明一致、与客服人员的咨询和答复一致，无假冒伪劣产品，商品来源可追溯。

5.2.4 具有与业务范围相适应的管理人员、服务人员、技术人员、经营场所、设施设备。具有与企业电子商务服务内容相适应的物流服务体系。

5.2.5 建立个人信息安全保护机制，制定个人信息保护政策、与产品服务对应的个人信息记录清单、敏感个人信息保护规则、个人信息泄露应急预案，定期进行个人信息安全影响评估。

5.2.6 制定知识产权保护制度，建立知识产权内部审查机制。

5.2.7 定期对员工进行职业道德、服务质量、岗位技能等培训，不断提高服务水平。

6 服务要求

6.1 基本要求

6.1.1 应建立服务保障机制，定期对服务保障体系进行评估；建立持续改进机制，根据行业发展持续改进服务机制。

6.1.2 建立快速响应机制，及时为客户提供便捷快速的服务。

6.1.3 建立服务评价机制，定期进行消费者满意度测评。

6.1.4 能够及时有效处理客户投诉、交易纠纷，明确投诉处理程序并在显著位置公示，建立投诉处理记录档案保存管理办法。

6.2 服务体系

6.2.1 交易型电子商务企业

6.2.1.1 应建立服务机制，能够满足网上购物消费者的服务需求。内容包括：

- 有与从事的业务和规模相匹配的服务硬件设施；
- 有保障交易正常运营的计算机信息系统、交易流程和信息安全环境；
- 有与其经营规模相适应的管理人员、技术人员和客服人员。

6.2.1.2 应建立明确、详实的企业信息和服务规则，置于网站首页显著位置，并在线下办公区域同时公布。公开信息应包括：

- 营业执照登载的统一社会信用代码、名称、企业类型、法定代表人（负责人）、住所、注册资本（出资额）等信息，或者该信息的链接标识；
- 互联网信息服务许可登记或经备案的电子验证标识；
- 经营地址、邮政编码、电话号码、电子邮箱等联系信息及法律文书送达地址；
- 自建平台的交易型电子商务企业应建立用户注册制度、平台交易规则、退换货制度等；
- 个人信息收集以及使用说明规则与隐私保护政策；
- 提供支付服务的服务商具备的资质和运营条件；
- 网站各类交易的服务条款和投诉、维权电话的公布、处理机制等；
- 法律、法规规定其他应披露的信息。

注：首页显著位置指电子经营者从事相应经营活动的初始页面的经营者名称、经营者标识区域。

6.2.1.3 应自建或依托第三方服务机构，提供适应电子商务业务和规模的物流配送体系，提高物流服务的准确性和及时性，保证网上交易的顺利完成。

6.2.1.4 搭售商品或者服务，应当以显著方式提醒消费者注意，不应将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。

6.2.1.5 约定向消费者收取押金的，应当明示押金退还的方式、程序，不应对押金退还设置不合理条件。消费者申请退还押金，符合押金退还条件的，应当及时退还。

6.2.1.6 收集、使用其用户的个人信息，应当遵守法律、行政法规有关个人信息保护的规定。

6.2.2 第三方平台型电子商务企业

6.2.2.1 应建立服务平台，能够满足客户的服务需求。内容包括：

- 有与交易规模相匹配的配套软硬件服务设施，能满足大批量、多订单网络交易需要；
- 有可靠的交易服务机制，能保证网络交易的顺利进行和交易安全；
- 有与其经营规模相适应的管理人员、技术人员和客服人员。

6.2.2.2 制定明确、详实的交易和服务规则，置于网站首页显著位置，并在线下办公区域同时公布，方便用户查阅。交易规则的修改应当至少提前 30 日予以公示。用户不接受修改的，可以在修改公告之日起 60 日内书面通知退出。平台经营者应当按照原交易规则妥善处理用户退出事宜。相关规则调整时，应按照有关法规进行公示和备案。公开信息应包括：

- 营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息；
- 互联网信息服务许可登记或经备案的电子验证标识；
- 经营地址、邮政编码、电话号码、电子邮箱等联系信息及法律文书送达地址；
- 用户注册制度、平台交易规则、退换货制度等；
- 个人信息收集以及使用说明规则与隐私保护政策；
- 提供支付服务的服务商具备的资质和运营条件；

——网站各类交易的服务条款和投诉、客服服务渠道、维权电话的公布、纠纷处理机制、不良信息及垃圾邮件举报处理机制等应显示在明显位置。

6.2.2.3 有自建或依托第三方服务机构构建与电子商务平台的业务和规模相适应的物流、仓储、客服、售后等配套服务体系。

6.2.2.4 应当采取技术措施和其他必要措施保证其网络安全、稳定运行，防范网络违法犯罪活动，有效应对网络安全事件，保障电子商务交易安全，建立保障平台交易正常运行的计算机信息系统、交易流程和安全环境。

6.2.2.5 应当制定网络安全事件应急预案，发生网络安全事件时，应当立即启动应急预案，采取相应的补救措施，并向有关主管部门报告。

6.2.2.6 应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并至少每六个月核验更新一次。信息发生变更的，应当在三个工作日内提交变更后的信息，电子商务平台经营者应当在七个工作日内进行核验，完成更新公示。

6.2.2.7 应当按照规定向市场监督管理部门报送平台内经营者的身份信息。

6.2.2.8 应提示未办理市场主体登记的经营者依法办理登记，应当对未办理市场主体登记的平台内经营者进行动态监测，不需要进行登记的情形除外。

6.2.2.9 配合市场监督管理部门，针对电子商务的特点，为应当办理市场主体登记的经营者办理登记提供便利。

6.2.2.10 应当以显著方式区分标记已办理市场主体登记的经营者和未办理市场主体登记的经营者，确保消费者能够清晰辨认。

6.2.2.11 如修改平台服务协议和交易规则，应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

6.2.2.12 应当对平台内经营者及其发布的商品或者服务信息建立检查监控制度。

6.2.2.13 依据法律、法规、规章的规定或者平台服务协议和交易规则对平台内经营者违法行为采取警示、暂停或者终止服务等处理措施的，应当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、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。

6.2.2.14 应当制定平台服务协议和交易规则，明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护等方面的权利和义务。

6.2.2.15 应当妥善保存在平台上发布的交易及服务的全部信息，采取相应技术手段保证上述资料的完整性、准确性和安全性。对平台内经营者身份信息的保存时间自其退出平台之日起不少于三年；对商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年。平台内经营者有权在保存期间内自助查询、下载或打印自己的交易信息，鼓励第三方平台通过独立的数据服务机构对其信息进行异地备份及提供对外查询、下载或打印服务。

6.2.2.16 不应对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件，干涉平台内经营者的自主经营。

6.2.2.17 应当依照税收征收管理法律、行政法规的规定，向税务部门报送平台内经营者的身份信息和与纳税有关的信息。

6.2.3 支撑服务型电子商务企业

6.2.3.1 建立服务机制，能满足企业客户的需求。内容包括：

- 公示明确的服务内容、流程、收费标准；
- 有能保障服务正常运行的软硬件设施和安全环境；
- 有与其经营规模相适应的管理人员、技术人员和客服人员；
- 具有与业务服务相符、能帮助企业客户向交易对象提供的客服服务。

6.2.3.2 建立多方位绩效评估体系，针对不同业务展开考核评估，加强对过程的管理与控制。内容包括：

- 能够按照合同约定，履行相应的服务内容，完成与客户约定的服务目标；
- 具备风险管控能力，能够及时按照市场形势变化，提供相应的经营策略（代运营综合服务）；
- 针对企业客户和消费者对服务产品的评价，能够合理评估正在进行的服务，加强对服务过程的管理和控制。

6.2.3.3 应有投诉响应机制和客服制度。包括：

- 建立及时快速的客服响应机制，满足企业客户要求；
- 建立投诉处理满意度评估体系和反馈机制，能够及时调整服务策略；
- 建立投诉服务追溯机制，完善档案管理办法，能有追溯。

6.2.3.4 加强服务企业内部各业务部门之间全方位各环节的深度融合，发挥协同效应，降低运作成本，提升效率。

6.3 客户服务

6.3.1 建立与自身业务相适应客户管理制度，并在网站公开发布、严格执行。

6.3.2 客户服务应符合 SB/T 11221—2018 的要求。

6.4 广告宣传

6.4.1 发布商品（服务）信息，内容合规合法，文字用词规范。

6.4.2 发布信息内容真实可靠，不应做虚假广告或误导客户的宣传。

6.4.3 及时清除过期广告，确保广告的时效性。

6.4.4 根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其展示页面或者提供商品或者服务搜索结果的，应当为消费者提供选择不针对其个人特征的展示页面或者搜索结果的功能。

6.5 隐私和个人信息保护

6.5.1 应按 GB/T 35273—2020 的要求，建立客户私密信息保护制度，为客户私密信息提供保护。

6.5.2 收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意；应当公开其收集、使用规则，制定隐私保护政策并取得客户同意，不应违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。

6.5.3 客户要求删除信息或者撤回同意时，应提供即时删除和撤回的渠道。

6.5.4 不应采用一次概括授权、默认授权、与其他授权捆绑、停止安装使用等方式，强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。

6.5.5 收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息的，应当逐项取得消费者同意。

6.5.6 储存个人信息时应采取相应的加密、去标识化等安全技术措施，保障客户个人信息安全。

6.5.7 制定个人信息泄露应急制度，发生个人信息泄露事件时，应及时通知用户并采取补救措施。

6.5.8 尊重客户，不滥发广告影响客户生活；未经消费者同意或者请求，不应向其发送商业性信息。

对交易平台内被投诉的广告信息，应当依据广告法律规定进行删除或转交广告行政主管机构处理。交易平台应约束平台内经营者不应发布虚假的广告信息，不应发送垃圾邮件。

6.5.9 个人信息数据在使用目的达成后应及时删除，确保存储时间、范围最小化。

6.5.10 应当通过合同或其他方式要求平台内经营者遵守《商标法》《反不正当竞争法》《企业名称登记管理规定》等法律、法规、规章的规定，不应侵犯他人的注册商标专用权、企业名称权等权利。

6.6 信息安全保障

6.6.1 交易平台、电子商务网站、企业计算机网络等支撑系统应建立安全保障工作机制；遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》和《网络交易监督管理办法》的有关规定。

6.6.2 根据 GB 17859 划分的安全保护等级，应满足 GB/T 22239—2019 中相应安全等级的通用要求。

6.6.3 对信息安全管理应符合 GB/T 22239—2019 中相应安全等级的应急预案管理、备份与恢复管理、安全事件处置的要求。

6.6.4 企业电子商务网络系统应建立日常网络安全管理、检查和维护制度，并做好制度的宣传和实施，将检查工作记录纳入档案管理。

6.6.5 应按照国家信息安全等级保护制度的有关规定和要求建设、运行、维护网络平台系统和辅助服务系统，落实互联网安全保护技术措施，依法实时监控网络系统运行状况，维护网络平台系统正常运行，及时处理网络安全事故。日交易额 1 亿元人民币以上（含 1 亿元）的第三方电子商务交易平台宜设置异地灾难备份系统，建立灾难恢复体系和应急预案。

7 分级管理设置与等级评定

7.1 电子商务企业每种类型的等级划分为 A、AA、AAA、AAAA、AAAAA 五个级别，AAAAA 级为最高级，依次降低。

7.2 等级划分依据经营主体的基本指标、制度建设、企业经营、配套建设、消费者权益保护、人力建设、创新发展、贡献和荣誉等指标体系考评。电子商务企业评价指标体系按附录 A。

附录 A
(规范性)
电子商务企业评价指标体系

表A.1给出了电子商务企业的评价指标。

表A.1 电子商务企业评价指标体

序号	分类	名称	指标说明
1	基本要求 基本指标	企业网站(平台)建设情况	依法办理市场主体登记。平台型企业网站(平台)已依法注册一级域名，并获得相应的互联网业务经营许可
2		企业资产总额	企业拥有或控制的全部资产，这些资产包括流动资产、长期投资、固定资产、无形及递延资产、其他长期资产等
3		资产负债率	公司年末的负债总额同资产总额的比率，评价企业的财务状况、偿债能力以及经营风险
4		企业信用记录	商务、市场监管、税务、银行、法院、通信等主管部门的等级评价记录，合同履约记录、不正当竞争记录
5		社会责任	承担法律责任，还有承担对员工、消费者、社区和环境的责任；禁止利用技术手段实施妨碍干扰等不正当竞争行为
6		行业自律	制定行业自律规约或企业书面声明符合有关行业自律文件要求
7		企业财务状况	具备良好的财务状况，已成功进入VC、PE或IPO融资阶段的适当加分
8		信息公示	在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示其主体信息或者该信息的链接标识
9	企业经营	销售情况	正常运营1年以上，拥有交易、支付、信用体系，经营情况较好，可盈利
10		企业年度网络销售额	开展网络销售的企业年度网络销售总额
11		企业销售增长状况	开展网络销售的企业的年网络销售增长率
12		客户增长率	网络销售的客户数量年均增长率
13	内部制度建设	企业组织管理与制度建设状况	具有良好的经营、财务、安全、技术及监管等组织架构和相应管理制度
14		企业统计工作状况	拥有统计制度，有专职或兼职统计人员，并参加统计主管部门的统计工作，按照统计要求按时向政府及行业组织上报统计报表并参加统计“行业”主管部门的统计。
15	管理要求 人力资源	企业中、高层人才素质状况	中、高层具有本科或相当于本科以上学历的比例，拥有省级以上认证的高级电子商务职业经理人的比例
16		业务人员素质状况	持有经省商务厅认可的电子商务专业技能证书情况
17		电子商务人员培训机制	注重知识更新，建立企业员工培训机制
18	创新发展	技术创新与科研成果	模式创新、技术创新或产学研成果
19		企业规划状况	有制定科学合理的年度运营计划和阶段性发展规划
20		企业无形资产状况	的商业模式或技术创新在行业内具有较大影响，拥有相应的知识产权

表 A.1 (续)

序号	分类	名称	指标说明
21	服务配套建设	服务配套	交易型企业已搭建完善配套的物流配送体系；平台型企业有比较完善的信用评价体系和质量追溯；支撑性企业拥有完善的服务平台、软件系统建设，有完善的在线争议处理和解决机制
22		在线服务规范完善状况	在线商务信息真实且能及时更新，企业已制定交易规则与服务规范
23		在线争议处理与解决机制	有完善的在线争议处理和解决机制，能妥善解决争端、处置争议
24		绿色包装	树立环境意识，发展绿色包装
25		网络支付体系	有安全、高效的在线支付体系
26		企业客服建设	已建设客服服务体系（包括自建和外包），服务及时规范，能有效处理客户投诉，客户满意率高
27	服务要求	消费者满意度	调查企业客户的满意度情况
28		纠纷机制	建立消费者投诉渠道，解决纠纷
29		商品质量保证	商品质量与网站提供的产品说明一致、与客服人员的咨询和答复一致，无假冒伪劣产品，商品来源可追溯
30		客户服务	建立与自身业务相适应客户管理制度，并在网站公开发布、严格执行
31	广告宣传	客户服务要求	客户服务应符合 SB/T 11221—2018 的要求
32		发布商品信息	发布商品（服务）信息，内容合规合法，文字用词规范
33		发布信息内容	发布信息内容真实可靠，禁止做虚假广告或误导客户的宣传
34		广告有效性	及时清除过期广告，确保广告的时效性
35	隐私和个人信息保护	隐私保护	应建立客户私密信息保护制度；不得泄露客户隐私，符合《网络交易监督管理办法》和国家标准《信息安全技术 个人信息安全规范》（GB/T 35273—2020）
36		个人信息保护	建立顾客信息管理制度，采取安全技术措施，并提供顾客自我信息管理功能
37	信息安全保障	安全保障状况	有采用防火墙、入侵检测、灾难自动恢复等网络安全措施
38		安全应急能力	建立企业安全应急管理体系
39		日常安全管理	建立日常网络安全管理、检查和维护
40	贡献和荣誉	行业主管部门荣誉	被国家商务部或省、市商务主管部门立为重点、示范企业或行业主管部门（或行业协会）荣誉
41		标准化推进	主导或参与制修订国家、行业、地方标准，参与国家、省级标准化项目建设
42		受到政府其它表彰	受到国家或省市部门的行业以外的表彰
43		企业年带动或新增就业机会	每年带动或创造就业机会情况
44		行业贡献	参与行业发展研究，探索电子商务模式、机制创新，有案例分享；担任行业组织职务，参与制定行业法规、标准等

注：人力建设：资格证书以《关于加强浙江省电子商务专业人才培训和评价工作的实施意见》有关认证为准