

团 体 标 准

T/QGCML 3339—2024

农产品电商销售服务规范

Agricultural products e-commerce sales service specifications

2024 - 03 - 13 发布

2024 - 03 - 28 实施

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 基本要求 | 1 |
| 5 网上交易服务 | 2 |
| 6 权益保护 | 3 |
| 7 服务持续改进 | 3 |

前 言

本文件按照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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由宁夏漠源农业发展有限公司提出。

本文件由全国城市工业品贸易中心联合会归口。

本文件起草单位：宁夏漠源农业发展有限公司、宁夏银湖农林牧开发有限公司、宁夏沃川农业科技发展有限公司、宁夏马氏兄弟粮油产业发展有限公司。

本文件主要起草人：袁保平、武常荣、郭佳焕、李莉。

农产品电商销售服务规范

1 范围

本文件规定了农产品电商销售服务规范的术语和定义、基本要求、网上交易服务、权益保护、服务持续改进。

本文件适用于水果农产品电商销售服务。

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文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 31524 电子商务平台运营与技术规范
- GB/T 31526 电子商务平台服务质量评价与等级划分
- GB/T 31782 电子商务可信交易要求
- GB/T 32873 电子商务主体基本信息规范
- GB/T 33129 新鲜水果、蔬菜包装和冷链运输通用操作规程
- GB/T 33992 电子商务产品质量信息规范
- GB/T 34344 农产品物流包装材料通用技术要求
- GB/T 35408 电子商务质量管理 术语
- GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范
- GB/T 35411 电子商务平台产品信息展示要求
- SB/T 10158 新鲜蔬菜包装与标识
- SB/T 11132 电子商务物流服务规范
- SB/T 11052 电子商务售后服务评价准则
- NY/T 1993 农产品质量安全追溯操作规程 蔬菜

3 术语和定义

GB/T 35408 界定的术语和定义适用于本文件。

4 基本要求

4.1 经销商

- 4.1.1 应依法办理市场主体登记，包括但不限于：农业企业、合作组织、家庭农场。
- 4.1.2 电子商务平台入驻销售商应符合 GB/T 35409 的规定。

4.2 电子商务平台

- 4.2.1 平台运营应符合 GB/T 31524 的规定。
- 4.2.2 平台服务质量评价应符合 GB/T 31526 的规定。
- 4.2.3 平台的可信交易应符合 GB/T 31782 的规定。

4.3 物流服务商

- 4.3.1 应依法取得相应的物流服务运营资质，并配备物流服务的技术和管理人员。
- 4.3.2 应建立乡镇和村级电子商务物流配送站点。
- 4.3.3 服务过程应符合 SB/T 11132 的规定。
- 4.3.4 包装、标识应符合 SB/T 10158 的规定。
- 4.3.5 包装材料应符合 GB/T 34344 的规定。
- 4.3.6 运输配送应符合 GB/T 33129 的规定。

5 网上交易服务

5.1 信息公开

网上产品应传真实并获得相关品牌或知识产权方的许可，并符合 GB/T 32873、GB/T 33992 和 GB/T 35411 的规定。

5.2 价格

- 5.2.1 销售的农产品应明码标价。
- 5.2.2 在交易确认前，应明示农产品销售金额与配送服务费。

5.3 接单

- 5.3.1 接收客户订单，对订单进行复核，并确认反馈。
- 5.3.2 及时更新系统订单的处理状态(确认、审核、发货)。
- 5.3.3 订单确认和服务响应时间应在显著位置显示。
- 5.3.4 商品订单应在承诺的时间内完成。

5.4 发货

- 5.4.1 应核对农产品的品种、等级、数量及其他信息，并在承诺的时间内发货。
- 5.4.2 应考虑运输时间，运输距离等因素选择相应成熟度的农产品发货。
- 5.4.3 核对物流单据和凭证，并在电商平台及时公布和更新物流信息，提供物流查询方式和物流服务方的联系方式。
- 5.4.4 应对订单的配送过程进行监督。

5.5 签收、拒收

- 5.5.1 消费者应在规定时间内做出签收或拒收的决定。
- 5.5.2 收件人可当场验货，并应在配送交接单据上签字或通过其他方式确认。
- 5.5.3 发生消费者拒收货品时应按照平台交易规则处理，并按照相关规定及时处理赔偿、退款等事宜。

5.6 客户服务

- 5.6.1 为消费者提供多种通道的咨询服务，配置熟悉农产品的客服人员，及时响应消费者的咨询。
- 5.6.2 应对消费者进行回访和满意度调查。
- 5.6.3 应通过微信、抖音等信息媒介进行采摘、包装等直播服务。

5.7 交易服务

- 5.7.1 销售商提供退换货服务，公布退换货制度，内容包括商品退换货政策、退换货流程等。
- 5.7.2 退款应按照原支付路径退还给顾客，若不能按原支付路径退回，平台应明示退款方式。
- 5.7.3 第三方平台应保存平台上发生的网上交易的相关信息、记录或资料，采取相应的技术手段保证上述资料的完整性、准确性和安全性，保存时间不得少于 12 个月，自交易完成之日起计算。

6 权益保护

- 6.1 销售商设置客服人员，履行销售承诺的服务条款，在承诺时间内协调解决消费者的投诉或建议，处理流程应公开，处理过程应有记录保存。
- 6.2 消费者的注册和交易信息归网上交易服务商所有，仅能被用于与网上交易、网上支付以及交易辅助服务等相关的活动。未经消费者同意，不得向任何第三方披露、转让、使用或出售交易当事人名单、交易记录等涉及用户隐私或商业秘密的数据，法律、法规另有规定的除外。
- 6.3 发生消费纠纷或者消费者合法权益受到损害时，网上交易平台应向消费者提供站内销售商的真实网站登记信息，并协助消费者维护合法权益。
- 6.4 发生销售商合法权益受到损害时，网上交易平台应协助销售商维护合法权益。
- 6.5 发物流服务商合法权益受到损害时，网上交易平台应协助物流服务商维护合法权益。

7 服务持续改进

- 7.1 网上交易平台应建立售后服务持续改进制度，应按照 SB/T 11052 的规定进行服务评价，不断提升顾客满意度。
 - 7.2 网上交易平台应依据顾客反馈、平台检查结果和政府管理部门检查结果，定期或不定期对入驻销售商的售后服务进行考核。对于达不到平台考核要求的入驻商户，应有相应的惩罚措施。
 - 7.3 网上交易平台应定期或不定期对售后服务情况进行统计分析，作为平台加强自身管理、提升服务水平的依据。
 - 7.4 可按照 NY/T 1993 的规定进行溯源。
-