《网络社区团购经营管理规范》编制说明

1. 项目背景

近年来，在新零售的驱动和疫情的催化下，社区团购的模式发展迅猛。据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2022年社区团购的交易规模达到2100亿元，2023年社区团购交易规模预计达到3228亿元，同比增长53.71%。中商产业研究院的研究数据显示，预计2025年社区团购市场规模可达到1.16万亿元。但随着市场规模的不断扩张，社区团购的产品品控不不佳、产品虚假宣传、平台售后机制不完善等问题频发。

为规范和鼓励社区团购的发展，国家出台了相关的政策文件，如《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023-2025)》（商办流通函〔2023〕401号）、《城市一刻钟便民生活圈建设指南》(商办流通函(2021)247号)、《中共中央、国务院关于加快建设全国统一大市场意见》等文件中提到，加快数字化建设，推动线上线下融合发展，推动社区团购平台的高质量发展，加大社区团购的产销力度。

地方政策方面，深圳在《深圳市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二O三五年远景目标纲要》文件中提到“培育壮大消费新业态新模式，推动信息消费升级，推进零售业数字化，建立新型平台经济生态体系”;《深圳标准发展“十四五”规划》文件中也提到“建立完善新型消费服务标准，研制放心消费环境消费体系，针对网络平台及交易合规等重点领域研制一批重要标准。另外，新疆、内蒙古、重庆先后发布了《自治区社区团购经营行为合规指南》、《内蒙古自治区社区团购电商合规经营指南》和《重庆市网络社区团购合规经营指南》,指南对社区团购从准入、经营到退出全过程、全链条程序进行了梳理，进一步规范了社区团购经营行为。

目前深圳的社区团购普及率较高，社区团购渐渐成为人们主流的零售消费方式之一。伴随社区团购广泛运用而生的一系列运营问题也逐渐凸显，例如供应链标准化程度低、生鲜产品品控不稳定、团长和自提点的运营管理不完善、售后流程复杂等，该类问题的改善均需要出台相关标准进行指导建设和运营。

在此背景下，提出立项制定《网络社区团购经营管理规范》。一是有利于指导网络社区团购经营者提升社区团购的经营质量，解决目前社区团购产品品控不稳定、自提点经营不规范等问题。二是有利于保障消费者的权益，对于社区团购售后难以及售后机制不完善等问题提供了指导意见。三是减少社区团购中恶性竞争，构建良性的社区商业生态发展环境，促进社区团购的规范健康持续发展。

1. 工作简况

**（一）任务来源**

《网络社区团购经营管理规范》团体标准由深圳市深圳标准促进会归口，计划于2024年完成。由深圳市标准技术研究院提出并负责主持起草，深圳市众信电子商务交易保障促进中心、淘天集团等单位参与制定。

**（二）主要起草过程**

本文件的具体编制过程安排如下：

**1.启动阶段**

2023年7月，在深圳市商务局电子商务处的指导下，由深圳市众信电子商务交易保障促进中心、深圳市标准技术研究院组成起草组，对该标准起草的必要性、可行性以及网络社区团购的经营管理内容进行了研讨。

**2.研究阶段**

2023年7月-8月，按照标准制定原则，对深圳及全国网络社区团购现状以及各级政府出台的政策性文件、法律法规进行研究分析，归纳整理网络社区团购的模式、经营管理内容，并经过多次内部研讨初步确定了标准框架。

**3.形成标准草案**

2023年8月-10月，对前期搜集的资料进行深入研究，统计梳理当前网络社区团购经营管理存在的问题，归纳整理网络社区团购经营管理环节以及各环节技术内容。召开了内部工作组会议，根据成员意见修改标准草案，形成了标准讨论稿。

**4.开展意见征集，挂网征求意见**

2023年11月邀请了美团、饿了么、京东、淘菜菜等企业参与标准编制，召开专家研讨会，根据成员意见修改标准讨论稿，形成了标准征求意见稿。计划2024年1月挂网征求意见。

1. 标准编制原则和依据

**（一）编制原则**

本文件编制充分考虑我国、深圳网络社区团购的经营现状，以及网络社区团购的经营管理情况，既要突出团体标准“前瞻性”、“可操作性”和“先进性”，也要结合深圳网络社区团购的实际发展情况，考虑团体标准的“适用性”和“合理性”。

**（二）编制依据**

本文件研制主要依据现有的国家以及各地方部门发布的政策和法规，见表1。

**表1 政策和法规的依据**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 编号 | 名称 |
| 1 | 商办流通函〔2023〕401号 | 《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023-2025)》 |
| 2 | 商办流通函〔2021〕247号 | 《城市一刻钟便民生活圈建设指南》 |
| 3 | 国家市场监督管理总局令第56号 | 《明码标价和禁止价格欺诈规定》 |
| 4 | 国经贸[1995]458号 | 《部分商品修理更换退货责任规定》 |
| 5 | / | 《深圳市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》 |
| 6 | / | 《深圳标准“十四五”规划》 |
| 7 | / | 《中华人民共和国消费者权益保护法》 |
| 8 | / | 《DB43/T 2439—2022 网络社区团购平台经营规范》 |
| 9 | / | 《中华人民共和国电子商务法》 |

**（三）与有关的现行法律、法规和推荐性地方标准的关系**

本文件符合国家现行法律、法规、规章和推荐性地方标准制定的要求，遵从《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等文件精神。

**（四）与国内领先、国际先进标准的对标情况**

关于网络社区团购相关标准，国际上还未形成公认的国际标准；我国亦暂无相关国家标准发布。行业标准方面，商务部发布了SB/T 10821-2012《网络团购企业管理规范》、SB/T 10822-2012《网络团购企业信用评价体系》2项行业标准，该标准主要规定所有网络团购交易方面的企业管理和信用评价，对于线上与线下相结合的社区团购经营模式并没有借鉴意义。

地方标准方面，目前发布的地方标准仅有湖南省发布的DB43/T 2439-2022《网络社区团购平台经营规范》。

团体标准方面，目前发布的标准包括：中国连锁经营协会的T/CCFAGS 023-2021《社区电商商户入驻食品安全管控指引》、T/CCFAGS 022-2021《社区电商仓配食品安全管控指引》。

1. 主要条款的说明

**（一）范围**

本文件规定了网络社区团购经营的模式，给出了网络社区团购的基本要求、入驻管理、产品管理、仓配管理、平台管理、自提点管理、售后与质量提升等的规范。

本文件适用于各类组织团体开展与运营网络社区团购业务时对经营过程进行管理。

**（二）规范性引用文件**

GB 31605 食品安全国家标准 食品冷链物流卫生规范

GB 31621 食品安全国家标准 食品经营过程卫生规范

GB 50016 建筑设计防火规范

GB 50140 建筑灭火器配置设计规范

GB/T 17217 城市公共厕所卫生标准

GB/T 35273 信息安全技术 个人信息安全规范

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

GB/T 36310 电子商务模式规范

GB/T 39664 电子商务冷链物流配送服务管理规范

DB43/T 2439 网络社区团购平台经营规范

**（三）术语和定义**

本文件规定的术语包括：网络社区团购、网络社区团购平台经营者、网络社区团购商家、网络社区团购团长、中心仓、网格仓、自提点。主要参考了现行的网络社区团购相关政策文件、其他省地方标准中对相关术语的定义。

**（四）网络社区团购经营模式**

本章中提供的网络社区团购经营模式主要参考了国家标准《电子商务模式规范》中的O2O模式框架。

**（五）基本要求**

**1.经营环境要求**

经营环境包括选址和场所环境。

**2.设施设备要求**

本节详细提出了中心仓、网格仓、自提点应提供的满足网络社区团购的设施设备。

**3.经营管理要求**

网络社区团购各经营者从事经营活动，应遵循自愿、平等、公平、诚信原则，遵守法律、法规、规章和商业道德、公序良俗，公平参与市场竞争，认真履行法定义务，积极承担主体责任，接受社会各界监督。

网络社区团购经营管理内容包括：网络社区团购商家、网络社区团购平台经营者、网络社区团购团长、管理制度要求、平台从业人员要求。

**（六）入驻管理**

入驻管理包括入驻商家和网络社区团购平台。本章主要描述商家在入驻网络社区团购平台时应遵守平台的入驻规则，主动提交最新主体信息供平台查验，以及网络社区团购平台应遵循法律法规要求并审查入驻商家提供的主体信息。

**（七）平台管理**

平台管理包括四部分。一是平台运营管理，分为（1）技术性能：平台为保证电子商务交易的稳定运行应提供的可靠的软硬件环境。（2）管理机制：平台为履行对消费者的承诺和维护正常的交易秩序应制定相应的管理条款和规章制度。二是平台信息管理，主要描述了平台在商品信息发布、商品控评以及消费者信息三个方面的管理。三是平台经营竞争与反垄断，本节要求了平台在经营活动中应该为网络社区团购创造良好的竞争环境，坚决排除、限制恶性竞争的行为。四是票据管理，本节要求自营及非自营平台应为消费者开具发票提供便利，包括督促入驻商家及时向消费者提供发票。

**（八）产品管理**

本章要求了商品从采购到出货过程中对商品的查验管理，同时要求商家建立相关管理制度（包括但不限于商品入库验收、贮存管理、设备设施管理、不合格品处理、废弃物处置、自查、清洁消毒等），并配备相应管理人员。

**（九）仓配管理**

仓配管理包括仓储和配送运输。本章主要要求了中心仓、网格仓和自提点在仓储环节应建立相关管理制度，包括但不限于：仓储设施设备、仓管人员、食品安全、价格管理、计量器具管理、环境卫生、出入库登记、传染病防治、安全保卫等方面。在配送运输环节自营配送和第三方配送应满足运输商品的配送要求，保障商品运输过程质量安全。

**（十）自提点管理**

本章要求了团长作为自提点的主要负责人应按照规范的操作流程进行自提点商品管理，包括收货、存放、提货等流程并做好记录。同时，应遵守相关法律法规，包括商品质量安全法、消费者权益保护法等，以确保合规经营和消费者的权益得到保障。

**（十一）售后与质量提升**

本章包括四个部分。一是保护消费者权益，要求平台、商家、团长遵守《消费者权益保护法》，在团购过程中保障消费者的权益；二是维护公平交易秩序，本节要求了自营平台及非自营平台应在合理合法合规范围内保持商品价格的稳定，维持好网络社区团购的交易秩序；三是消费者投诉处理，要求平台需配有专门的消费者投诉处理人员，在团购期间能够按照流程处理投诉问题以及及时应对突发事件；四是售后服务管理，本节主要要求平台应设有售后服务中心或服务组，直接对全部商品的售后服务进行管理，团长应协助平台为消费者提供售后服务，包括收集消费者反映的问题、意见和建议，并有完备的档案记录等。

1. 是否涉及专利等知识产权问题

本文件暂未发现涉及相关专利等知识产权问题。

1. 重大分歧意见的处理经过和依据

本文件在制定过程中未出现重大分歧意见。

1. 实施标准的措施建议

本文件是针对网络社区团购经营管理制定的团体标准，建议率先由社会团体、第三方机构、第三方平台等参照标准有关内容来规范和完善本规范的制定、应用和管理。

1. 其他需要说明的事项

无其他说明事项。