|  |  |
| --- | --- |
| ICS |  |
| CCS | 点击此处添加CCS号 |

|  |
| --- |
| 21 |

辽宁省地方标准

DB21/T XXXX—2024

即时零售经营管理规范

点击此处添加标准名称的英文译名

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

辽宁省市场监督管理局  发布

1. 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。

本文件由辽宁省商务厅提出并归口。

本文件起草单位：辽宁省连锁经营协会、辽宁现代服务职业技术学院、沈阳比优特商贸有限公司、辽宁新隆嘉现代农业有限公司、沈阳悦荟餐饮管理有限公司、冠珹餐饮管理（沈阳）有限公司、沈阳好安多特许经营服务有限公司、辽宁地利生鲜农产品企业管理有限公司。

本文件主要起草人：高爱民、邢学鹏、张守博、刘文亮、段树新、王然、侯磊、张伟。

本文件发布实施后，任何单位和个人如有问题和意见建议，均可以通过来电和来函等方式进行反馈，我们将及时答复并认真处理，根据实际情况依法进行评估及复审。

归口管理部门通讯地址和联系电话：辽宁省沈阳市皇姑区泰山路17号，024-86892432。

文件起草单位通讯地址和联系电话：沈阳市和平区太原南街16号25-18室，024-31078878。

即时零售经营管理规范

* 1. 范围

本文件规定了即时零售的术语和定义、经营模式、组织建设、信息化运营、监督管理等内容。

本文件适用于提供即时零售服务的各类平台，包括单一零售APP和综合性电商服务平台，其他形式经济体可参照执行。

* 1. 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 811 摩托车、电动自行车乘员头盔

GB 5749 生活饮用水卫生标准应用指南

GB 17761 电动自行车安全技术规范

GB 24155 电动摩托车和电动轻便摩托车安全要求

GB/T 31524 电子商务平台运营与技术规范

GB 31621 食品经营过程卫生规范

GB/T 35273 信息安全技术个人信息安全规范

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

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

即时零售 instant retail

以实体门店或前置仓为供应链，以即时履约配送体系为依托，消费者在线上交易平台下单，线下实体零售商接单，并通过第三方或自有物流配送运力，为消费者提供更高便利性、更高时效性的送货到家业务，满足消费者应急需求或常态下即时性需求（一般时效为30分钟以内）的零售新业态。

前置仓preposition warehouse

平台经营者的仓储物流系统中，距离消费者较近的仓库。前置仓是一种仓配模式，它的每个仓点(可以是门店、办公楼、小仓库)都是一个中小型的仓储配送中心，这使得中心大仓只需对仓点供货，就能够覆盖最后一公里。

* 1. 经营模式及内容
     1. 经营模式
        1. 自营模式

平台直接面向终端消费者销售商品的经营活动。应满足基本要求：

1. 自建平台；
2. 自建供应链系统；
3. 扩客方式为媒体、新媒体、广告、地推等；
4. 自建客服系统；
5. 企业全链路负责商品与履约服务。
   * + 1. 非自营模式

平台内经营者对外销售商品的经营活动基本要求：

1. 平台经营者要求商家依法办理经营主体登记，根据实际开展的经营活动依法取得食品、药品、医疗器械等领域的行政许可或备案，符合平台合规经营要求；
2. 平台内经营者依靠平台向消费者提供商品信息；
3. 平台内经营者自主选择供应链系统，快递物流等交易辅助服务提供者；
4. 获客方式为媒体、新媒体、广告、地推等；
5. 平台内经营者配备客服人员，依靠平台的客服系统向消费者提供服务；
6. 平台内经营者提供商品，并依靠平台和上下游供应商提供履约服务。
   * 1. 经营内容
        1. 商品种类

商品品类涵盖居民日常生活需求，包括：水果蔬菜、肉禽蛋奶、活鲜水产、冰鲜海鲜、烘焙糕点、熟食卤味、粮油调味、酒水饮料、休闲食品、个人护理、化妆品、清洁用品、日用百货、鲜花绿植、宠物母婴等。

* + - 1. 服务内容

消费者在线上平台下单，线下零售商接单，零售商拣货、打包后，交给即时配送人员进行配送履约。

* + 1. 制度建设
       1. 配送服务

明确配送时效、服务态度等标准，提升配送服务质量。规定配送员在规定时间内送货上门，并确保货品完整、无误。同时，保持良好的沟通，解答用户疑问，处理投诉。

* + - 1. 信息保护

强化对消费者个人信息的保护，不应泄露或滥用消费者个人信息。在配送过程中，确保消费者信息的安全性和隐私性。

* + - 1. 违规行为处理

对违反管理规范的行为，制定相应的处罚措施。对涉及欺诈、违规收集个人信息等严重行为，应依法追究法律责任。

* 1. 基本要求

平台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，认直履行法定义务，积极承扣主体责任，接受社会各界监督。

平台经营者以自营模式开展线上经营，应依法办理经营主体登记。交易活动须取得相关行政许可的，应依法取得行政许可后，方可从事经营活动。交易活动需进行备案的，应依法到监管部门进行备案。

平台经营零售商(以下简称“零售商”)的资质备案应符合GB/T 36310的规定，应依法取得营业执照及相关类目商品的经营资质，并在经营项目范围内从事经营活动。符合《电子商务法》第十条“豁免等级”情形的零售商除外。

平台经营者应根据国家相关法律法规和规范性文件的要求针对不同类目的零售商实施资质准入。

平台经营者在与零售商签订协议前，应对其经营的商品涉及许可、认证、《产品质量检验报告》等资质证书进行严格审核：食品类的商品，宜对经营场所、生产环境及商品质量等进行全面考察与审核。

中心仓应建立流程控制体系和相关管理制度，具备大批量储存、分拣和发货的能力，并拥有灵活的应急响应机制。

电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的，应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务，不得误导消费者。

* 1. 仓储要求

商品存放仓库的卫生、安全、存放管理应符合下列要求：

1. 商品按照分类管理存放，保持商品、设备、地面清洁，合理设置各类商品的明细账簿和台账：
2. 进行仓库消毒工作，确保仓库无四害；
3. 仓库严格不准许有烟火，特殊需求应在防损部消防安全员的指导、监督下进行；
4. 仓库应配备消防器材，且不应随意移动；
5. 商品存放应做好防潮、整齐、清洁、畅通；
6. 管理人员对当日发生的业务及时登记明细账，做到账、物一致，日清日毕：
7. 严格控制各类商品的库存量，定期进行库存商品的分类整理，对存放期限较长、逾期失效等不良商品，要及时编制报表，报送部门领导处理。
   1. 合规经营要求
      1. 经营者公平竞争与反垄断

平台经营者应守法经营、公平竞争，不应滥用市场优势或资本优势以低于成本的价格实施低价倾销、长期补贴，进行恶性竞争。排挤竞争对手，扰乱正常经营秩序，损害国家利益或其他经营者的合法利益。

平台经营者对零售商的经营行为负有监督责任，发现零售商虚假促销、虚构原价、虚构交易、实施商业混淆、商业诋毁、刷单炒信等违背公平竞争、扰乱市场秩序的行为应及时制止并予以管控。零售商涉及违法违规行为的，平台经营者应积极配合有关部门进行调查取证。

对于非自营商品，平台经营者应在消费者确认收货完成交易之后(不适用7天无理由退货的商品)按照与零售商合同约定的时间结算货款和佣金，合同没有约定的，应在消费者确认收货完成交易之后5个工作日结算货款和佣金，不应利用市场优势地位占用零售商资金。

平台经营者不应利用数据、算法、平台规定或其他实质上的协同行为实施垄断。

平台经营者不应实施没有正当理由的拒绝交易、搭售，限定零售商在竞争性平台间进行“二选一”及掠夺性定价等滥用市场支配地位，排除、限制竞争的行为。

* + 1. 平台信息发布

平台在经营活动中，应按照诚实信用的原则对商品及服务进行规范、准确、清楚地描述并符合 GB/T 35411的规定。

平台信息展示可使用文字、表格、图文、语音、视频、影像、电子链接标识等多种方式。

平台商品和服务的发布应标明“自营”或“非自营”。平台经营者应在每件商品详情页显著位置标注和描述商品的实际销售者，并如实公示其证照及相关经营资质，包括但不限于营业执照、相关行政许可、备案等信息，并及时更新。

平台经营者不得编造、删除、隐匿、诱导、强制消费者评价，或者混淆不同商品或者服务的消费者评价，欺骗、误导消费者。

* + 1. 商品定价

对于自营商品，平台经营者应规范使用自主定价权，合理定价。在缺乏正当理由的基础上对于同款商品，平台不应利用技术优势和算法模型对消费者进行差别定价。

对于非自营商品，平台经营者应充分尊重零售商的自主定价权，不应以平台活动、流量限制或其他技术手段影响零售商定价。

平台经营者和零售商应根据市场情况和自身运营成本合理制定商品价格，不应通过低价倾销、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等方式滥用自主定价权。

促销商品定价应真实、有据不应虚构原价、市场参考价或划线价作为活动价基准。

当遇到公共应急事件，平台经营者应采取积极措施维持平台内经营的民生商品价格稳定，对零售商价格串通、哄抬价格、价格欺诈等行为予以管控。

* + 1. 宣传与促销

平台经营者应规范平台零售商活动及相关宣传，在网页显著位置以显著方式公示促销活动信息.

平台经营者应规范发布并管理宣传与促销信息，制定平台促销信息及商品详情页描述信息发布规则，对零售商发布的宣传与促销信息进行审核。

加强临期商品质量管理力度，重点防范食品安全风险隐患，临期食品要在促销页主页面显著位置标注、或在待售的临期食品上宜有统一“临期食品”标签来区分，明确告知消费者食品临期信息，引导消费者适度消费。

平台经营者应依法记录、保存促销活动期间在平台上发布的商品和服务信息内容及发布时间等，对促销活动方案、可以查验的促销统计数据应进行留存管理。

* + 1. 票据提供

自营模式的经营活动，平台经营者应根据需要提供纸质发票或者电子发票等购货凭证或服务单据。非自营模式的经营活动，平台经营者应督促零售商根据消费者要求及时向提供发票。

平台经营者应为消费者开具发票提供便利。消费者索要发票等购货凭证的，发票提供方应如实出具，不应拒绝或者附加条件。

* 1. 商品质量
     1. 一般规定

平台应对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、备案等真实信息，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。

平台应依法健全完善商品安全管理制度，设置专门机构或人员负责商品质量安全相关的审查登记、信用评价、交易信息保存等工作，宜按不同品类的要求索票索证并完备商品追溯体系。

平台应制定商品质量安全抽检计划，自行或委托第三方机构不定期对不同品类商品开展质量安全抽检，加强商品安全风险识别和处置。

平台应制定中心仓、前置仓管理制度与作业规范，特别是要确保食品类商品质量安全，应自行或委托第三方机构定期对中心仓、前置仓开展食品安全检查，形成检查报告，针对检查发现的问题，督促各方积极整改。

平台应加强商品质量安全知识宣传与培训，定期组织中心仓、前置仓等各环节人员进行商品质量安全法律法规、操作规范等方面的培训、考核，并保留相关记录。

平台应建立完善的投诉机制，及时处理消费者的商品质量安全咨询、投诉等。

平台应严格按照承诺实现商品履约，确保商品在约定提货时间之前抵达前置仓储存，以保障商品质量安全和履约时效。

* + 1. 质量安全与品质管理

平台经营者应建立并执行进货检查验收制度，验明平台上架商品的合格证明和其他标识。

平台内零售商不应销售或者提供假冒伪劣产品以及法律、法规禁止交易或禁止在网络经营的产品；零售商销售或者提供不符合保障人身、财产安全要求、或者有其他侵害消费者合法权益行为的商品或服务的，平台经营者应采取必要措施予以制止和惩戒。

平台经营者对取得有机食品、绿色食品、地理标志保护产品等产品认证，通过HACCP、QMS、 EMS、OHSMS、等体系认证及在产品包装标示质量认证、评优的商品，应对相应证明文件进行查验。

* 1. 配送要求

配送机构应具备企业法人资质，且具有固定办公场所和规模化的配送队伍，同时配送箱、配送车和头盔等也应符合相关法律规定；在服务人员方面，要求配送人员年满18周岁，且应对配送人员进行身份审核。

配送员应符合以下要求：

1. 应当具备完全民事行为能力，经岗前培训后方可从事外卖配送工作；
2. 应当保持个人卫生，每日上岗前进行健康状况检查。出现发热、呕吐、腹泻等症状，有碍配送商品安全情形时，应当依法停止配送工作，并及时向配送服务提供者报告；
3. 应当使用符合配送商品安全要求的配送容器，并定期进行清洗消毒：
4. 配送员应当对配送商品进行核对，对于冷藏冷冻食品类的商品，应采取相应的保护措施，保证食品温度符合食品安全要求；
5. 配送员不得在配送容器内存放有毒、有害物品，不得故意损坏配送商品包装物或者污染配送商品：
6. 配送员宜在配送服务信息技术平台派单后5分钟内接单：
7. 配送员在配送过程中不应与顾客发生肢体或语言冲突；
8. 配送员要统一着装，不应进入消费者家中、收取小费或有其他不文明举止等。
   1. 消费者权益
      1. 消费者权益保护

平台经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。

平台经营者应当按照承诺或者与消费者约定的方式、时限向消费者交付商品或者服务，并承担商品运输中的风险和责任。

平台经营者按照约定向消费者收取押金的，应当明示押金退还的方式、程序，不得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，电子商务经营者应当及时退还。

平台经营者应当建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径，不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。

消费者在电子商务平台购买商品或者接受服务，与平台内经营者发生争议时，平台经营者应当积极协助消费者维护合法权益。

网络交易经营者以直接捆绑或者提供多种可选项方式向消费者搭售商品或者服务的，应当以显著方式提醒消费者注意。提供多种可选项方式的，不得将搭售商品或者服务的任何选项设定为消费者默认同意，不得将消费者以往交易中选择的选项在后续独立交易中设定为消费者默认选择。

平台经营者发现其提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。采取召回措施的，经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用。

平台经营者(或者网络交易平台提供者)明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益，未采取必要措施的，依法与该销售者或者服务者承担连带责任。

平台经营者具有保存提供争议相关数据记录的责任。

平台经营者应当保障消费者的索赔权；网络商品销售者应当保障有关商品的退货退款责任。

平台经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。

* + 1. 售后服务

平台经营者应建立完善的售后服务体系，为消费者提供售后服务。

平台经营者应当依法建立、完善其平台七日无理由退货规则以及配套的消费者权益保护有关制度，在其首页显著位置持续公示，并保证消费者能够便利、完整地阅览和下载。

平台经营者宜建立和完善先行赔付制度，为消费者提供便捷、安心的消费体验。

* + 1. 投诉处理

平台经营者应当建立便捷、有效的投诉、举报机制，公开投诉、举报方式等信息，及时受理并处理投诉、举报。

平台经营者宜建立投诉先行和解等机制，及时入驻“ODR企业平台”“湖北315消费投诉和解平台”，及时处理消费者投诉，为消费者维权提供便利。

* 1. 信息管理
     1. 信息安全责任及保密

平台经营者应合理适度收集、使用、处理消费者个人信息，遵守法律、行政法规有关个人信息保护的规定。

平台经营者对消费者信息相关的操作应符合GB/T 35273的规定，并与消费者签订隐私权保护协议，采取妥善的安全保密措施保护所有涉及消费者隐私的信息。

平台经营者应当明示消费者信息查询、更正、删除以及注销的方式、程序，不得对消费者信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件。

12.1.4平台经营者在消费者终止使用其服务后，应停止对消费者个人信息的收集和使用，为消费者提供注销账号的服务，并在网络平台上向消费者公示注销途径。

* + 1. 信息留存

平台经营者应建立并完善平台自身信息留存制度，记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息。

平台经营者应配合监管部门依法开展调查、取证等工作。对于监管部门依照法律法规要求提供有关数据信息的，平台经营者应及时提供。

* 1. 人员管理

即时配送人员应当与平台经营者签署服务协议或平台注册协议，为保障服务质量，平台经营者可以制定平台管理制度。即时配送人员与平台经营者之间的法律关系，应当参照双方签署服务协议或注册协议。

平台经营者应建立健全即时配送员岗前培训、继续教育制度，定期组织配送员开展有关法律法规、职业道德、服务规范、安全等方面的教育培训，并建立培训档案。

配送员使用即时配送服务平台工作期间需确保线上提供服务的配送员与线下实际提供服务的配送员一致。

* 1. 设备管理

平台经营者配送车辆应符合GB17761、GB24155的规定，配送员所佩戴头盔应符合GB81的规定。

配送员所用配送箱(包)应采用具有防霉效果的材料，并定期进行消毒清洗，配置洗涤剂溶液和消毒液所使用的水应符合GB 5749 的规定.

* 1. 应急管理

遇道路、气候、配送员身体、交通事故、车辆故障等特殊情况不能完成订单或订单延误，配送员应及时向平台经营者说明原因，并向消费者说明。平台经营者需提供合理的解决方案。

* 1. 评价与改进

平台经营者应保证订单日志、网上交易日志、行驶轨迹日志等原始记录以及消费者评价信息等服务质量统计数据和原始记录真实、准确应公开服务质量、时效等承诺，按规定设置服务监督与投诉处理机构，公布服务监督电话及其它投诉方式与处理流程。应通过第三方服务质量评价，不断改进服务。