

# 《企业对消费者（B2C）电子商务平台用户条款编制指南》 国家标准编制说明

## 一、工作简况

### （一）任务来源

2023年7月，国家标准化管理委员会发布了《国家标准化管理委员会关于下达2023年第二批推荐性国家标准计划及相关标准外文版计划的通知》(国标委发[2023]37号)，正式批准国家标准计划项目《企业对消费者（B2C）电子商务平台用户条款编制指南》立项，计划编号为20230750-T-469。本标准由全国电子商务质量管理标准化技术委员会（SAC/TC563）提出并归口，由中国国际贸易促进委员会商业行业委员会牵头。

### （二）制定背景

近年来，我国电子商务迅速发展，在转方式、调结构、稳增长、促就业和惠民生等方面发挥了重要作用。通过电子商务平台而实现的互联网贸易日益成为当今社会主流贸易形式。无论是国内贸易还是国际贸易，电子商务平台拉近了服务商和消费者之间的距离，实现了“供”与“需”的完美契合，体现了便捷性和高效性。

另一方面，快速发展的电子商务平台在带来便利和效益的同时，也面临着一些亟待解决的问题。用户信息泄露和霸王条款等问题层出不穷，从中国电子商务投诉与维权公共服务平台提供的信息显示，产生网络消费投诉的根本原因之一，就是电商平台提供的电子合同存在误区。电子商务平台中有关用户条款是无纸性和虚拟性的，一些重要

条款无明显提示、用户条款内容长篇大论，而电子商务平台用户专业程度及文化水平存在差异，这将导致很难与平台用户进行沟通，一旦出现问题，容易导致消费者投诉无门。

《中华人民共和国电子商务法》已于2019年1月1日正式实施，其目的是为了保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展。但是《电子商务法》中并未明确用户条款编制相关内容，对电子商务平台经营者制定用户条款指导力不足，特别是不成熟或能力有限的中小平台，无法满足行业实践和合规需要，制定相关国家标准有助于法律规定落地实施。规范的用户条款与电子商务平台平稳运营相辅相成，是维护电子商务各方权益、促进电子商务行业健康发展的必要条件，因此编制B2C电子商务平台用户条款十分必要且紧迫。

### **（三）协作单位**

为了提高标准适应性使之更好地为电子商务发展求服务，本标准编写过程中对相关企业、评价机构进行了大量调研。在成立标准起草组时和标准起草过程中也都广泛吸纳了高校和科研院所、各行业具有相关作基础的企业参与。参与标准编写的企事业单位有北京大学、广东质检中诚认证有限公司、江西外语外贸职业学院、广州携旅信息科技有限公司等。

### **（四）起草过程**

#### **1. 项目启动**

本项目获得立项批准后，牵头单位中国国际贸易促进委员会商业行业委员会积极开展相关启动准备工作，2023年9月至12月利用媒

体公开向全国征集标准起草组成员，对报名申请人员的专业背景情况进行认真审查筛选，保证了起草组成员来源的广泛性、代表性以及电子商务业务方面的专业性。

## 2. 起草阶段

2024年3月27日，本项目召开标准制定启动会，正式成立标准起草组。起草单位包括中国国际贸易促进委员会商业行业委员会、北京大学、深圳大学、中国国际商会、江西外语外贸职业学院、广州携旅信息科技有限公司、河南省标准化和质量研究院、广东质检中诚认证有限公司、中国报关协会、成都市标准化研究院。起草组成员均具有丰富的电子商务领域工作经验或者标准化工作经验。

启动会上，为保障制定出高质量的标准，以及标准制定过程的顺利进行，起草组讨论和确定了详细的工作计划和人员分工，明确了起草组的责任和要求。此外，要求起草组成员认真学习和严格按照国家标准《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》的要求进行标准的制定工作。

## 3. 征求意见稿

在立项阶段形成的标准草案基础上，起草组多次召开标准讨论会对标准的架构、主要内容进行反复讨论和修改，通过进一步收集和分析相关资料，完善标准草案和标准实施方案，最终形成征求意见稿。

2024年3月，标准起草组召开首次标准讨论会，主要讨论标准的范围和结构，在标准草案的基础上进行补充和修改，并对结构调整后的各部分补充内容进行了分工。

2024年4月初，起草组召开第一次标准讨论会，就上次会议提出的修改意见和后续的征集意见梳理和讨论。确立了标准的最终结构，并对原草案进行了调整和修改，形成修改稿。

2024年4月中旬，起草组召开第二次标准讨论会，重点对用户条款和标准相关的术语进行了仔细推敲，根据用户在电子商务平台完成交易的流程和涵盖范围，对部分交易和消费者权益保护条款进行了修改和完善，形成征求意见稿初稿和编制说明初稿。

## 二、国家标准编制原则、主要内容及其确定依据

### （一）编制原则

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。制定《企业对消费者（B2C）电子商务平台用户条款编制指南》国家标准以科学、客观、合理、适用为原则，条款的内容与现行国家的法律法规协调一致，通过规定清晰、准确和无歧义的用户条款，规范电子商务平台的运行，保障用户的权益和平台的合规性。

### （二）主要内容

#### 1、适用范围

本文件给出了 B2C 电子商务平台用户条款编制指南的基本原则、用户条款的相关程序要求、用户条款基本分类、账号的管理和平台管理措施、权益保护、反不正当竞争与反垄断、经营者合规经营承诺以及用户诚信承诺条款和争议解决机制。

#### 2、主要技术内容

（1）基本原则包括合法性、全面性、公平性、透明性、适应性、

多方参与性和简洁性。

(2) 用户条款的相关程序要求包括：新用户告知与接受程序、平台想更改通知和征求意见稿程序，修改条款时告知用户程序、促销公示程序、保存用户条款信息等要求。

(3) 账号管理和平台管理措施保护包括：账号的管理包括账号注册和账号注销的相关要求。平台管理措施包括：平台在何种情况下可以采取何种管理措施，以及平台对入驻审核要求和流程，入驻者的信息核验和披露。

(4) 交易条款包括平台对平台内经营者销售商品与提供服务的资质的要求、平台内商品和服务的信息发布要求、质量保障、禁售和限售、营销规定、信用评价等内容。

(5) 权益保护条款内容包括：消费者权益保护、知识产权保护、个人信息和商业秘密保护。消费者权益保护主要内容为平台内经营者对商品和服务质量相关保障措施，侵权投诉启动程序及处理、侵犯知识产权的处置等程序，个人信息和商业秘密保护主要针对平台收集利用用户数据信息、隐私商业秘密信息和处理、保护的方式。

(6) 反不正当竞争与反垄断的主要内容包括：平台经营者对平台内经营者用户的正当竞争活动的要求以及对平台内经营者可能存在的不正当竞争行为的处理措施。

(7) 经营者合规经营承诺以及用户诚信承诺条款的主要内容包括：经营者承诺在平台内从事经营活动的过程中遵守的平台规则和相关国家法律要求，合规承诺以及合规整改在相应的平台管理措施中的运用。

(8) 争议解决机制内容包括：纠纷解决服务的受理条件和平台内经营者违反约定的判定标准、流程和处理方式等内容。

### (三) 确定内容的主要依据

标准起草组在借鉴前期电子商务平台实际管理经验和资料调研的基础上，重点参考了我国电子商务平台相关管理办法及已发布的国家标准资料文献，充分考虑了电子商务平台领域涉及的相关方活动特点，主要参考内容如下：

1. GB/T 35408-2017 电子商务质量管理术语。
2. GB/T 35409-2017 电子商务平台商家入驻审核规范。
3. GB/T 38652-2020 电子商务业务术语。
4. 中华人民共和国电子商务法，2018年8月31日。
5. 网络零售标准化建设工作指引，商电字〔2017〕12号，2017年11月。
6. 网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行） 商务部令2014年第7号。
7. 关于网上交易的指导意见(暂行) 商务部公告2007年第19号。
8. 网络交易管理办法，国家市场监管总局2021年第37号。
9. 中华人民共和国网络安全法，2017年6月1日。
10. 中华人民共和国产品质量法，2000年9月1日。
11. 中华人民共和国消费者权益保护法，2014年3月15日。
12. 中华人民共和国广告法，2015年9月1日。

### 三、试验验证的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效益、社会效益和生态效益

电子商务平台用户条款规范对于保障平台秩序、维护用户权益以及促进电子商务的健康发展具有重要意义。

**经济效益方面：**首先，规范的用户条款有助于降低交易成本。通过明确双方的权利和义务，减少交易中的不确定性和风险，从而提高了交易效率。其次，规范的条款有助于促进市场竞争。电子商务平台上的商家和用户都需要遵守相同的规则，这有助于创造一个公平、透明的市场环境，促进良性竞争。最后，规范的条款还有助于推动电子商务产业的创新和发展。通过明确各方的权益和责任，鼓励商家和用户进行更多的创新和尝试，从而推动整个产业的进步。

**社会效益方面：**首先，规范的条款有助于保护消费者的权益。消费者在使用电子商务平台时，可以依据条款规范维护自己的合法权益，如退换货、投诉维权等。其次，规范的条款有助于提升电子商务平台的信誉和形象。一个公平、透明、规范的电子商务平台更容易赢得用户的信任和认可，从而吸引更多的用户和商家入驻。最后，规范的条款还有助于推动社会的数字化转型。通过明确电子商务活动的规则 and 标准，促进电子商务在社会各领域的广泛应用，推动社会的数字化转型进程。

**生态效益方面：**虽然电子商务平台用户条款规范主要关注经济和社会方面的影响，但也可以间接促进生态效益的提升。通过推动电子商务的发展，减少传统实体店面的建设，降低对实体空间的占

用，从而减轻对自然环境的压力。同时，电子商务平台可以推动绿色消费和可持续发展理念的传播和实践，引导消费者选择环保产品和服务，促进绿色经济的发展。

#### **四、与国际、国外同类标准技术内容的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况**

截至目前，还没有国际、国外同类标准。

#### **五、以国际标准为基础的起草情况，以及是否合规引用或者采用国际国外标准，并说明未采用国际标准的原因**

截至目前，还没有电子商务平台用户条款领域的国际标准。

#### **六、与有关法律、行政法规及相关标准的关系**

与现行的法律、法规无冲突和违背，与现行的国家标准不存在冲突。

#### **七、重大分歧意见的处理经过和依据**

没有重大分歧意见。

#### **八、涉及专利的有关说明**

未涉及相关专利。

#### **九、实施国家标准的要求，以及组织措施、技术措施、过渡期和实施日期的建议等措施建议**

为了确保本标准的推广和实施，建议在本标准发布后，由归口单位组织标准起草单位策划和开展标准宣贯，利用书刊、杂志、网站、社交媒体等媒介向广大电子商务平台领域的工作者、相关研究机构、教育机构、政府部门等宣传标准的内容。在后续的电子商务平台用户条款标准制定中充分推广应用在标准实施过程中，收集使

用单位的反馈信息，了解标准实施情况和存在的问题，及时进行调整和改进，以确保标准在实施过程中的有效性和可持续性。

#### 十、其他应当说明的事项

无。