

贵州省政府采购电子卖场平台 运行规则

第一章 总则

第一条 为保障贵州省政府采购电子卖场（以下简称电子卖场）健康有序运行，根据《贵州省电子卖场管理暂行办法》的规定，在《贵州省政府采购电子卖场入驻承诺书》基础上，供应商自愿与电子卖场管理部门约定并遵守平台运行规则。

第二条 电子卖场管理部门是指各级财政部门 and 财政部门委托对电子卖场进行管理的第三方机构。

第三条 入驻电子卖场的供应商实行设置“诚信分”和预警制度，根据供应商在电子卖场中的相关活动进行统计计算，用分值表示。对“诚信分”较高的，给予热销供应商待遇；对“诚信分”被扣减的，按不同分值分别给予屏蔽、降权、冻结、删除等处理。

热销供应商是指平台根据供应商在一定时期内累积的交易金额和商品成交数量做的供应商排序。

屏蔽是指平台将供应商发布的信息调整为不展示。

降权是指平台将供应商发布的信息调整为排序置后。

冻结是指平台将供应商发布的信息调整为前台不展示，并禁止供应商采取与交易相关的一切操作，冻结平台账户，供应商需要在店铺后台整改，申请解冻后才可以正常展示。

删除是指平台将供应商发布的信息删除，无法进行任何操作。

第二章 供应商注册入驻

第四条 供应商在电子卖场注册供应商账号，根据征集要求在线填报申请入驻网上超市、定点采购和汽车馆，可以自愿参加全省各地的电子卖场在线询价、电子反拍交易活动。

第五条 申请入驻汽车馆的供应商，必须具有拟供应品牌车辆的经销或代理权；申请入驻定点采购的供应商，必须具备相关资质。

第六条 入驻网上超市和定点采购的供应商可以结合自身供货、配送及售后服务能力等，设定具体销售区划，并分区划进行店铺及商品展示。

第三章 商品规范

第七条 供应商在电子卖场销售的商品（服务）应当符合以下条件和要求：

（一）满足国家或行业的强制性标准，符合国家三包政策及相关产业政策，执行有关政府采购政策。

（二）来源渠道合法，保证原厂原装、全新正品。

（三）安装试调或提供服务中涉及另行购置配置或支付服务费用的，应当公开有偿收费标准，未公开收费标准的，不得要求采购人另外支付。

（四）所使用的图片、LOGO 拥有合法使用权，在授权范围及有效期内合理使用，不得盗用他人图片，侵犯他人的合法权利。

（五）对涉及的商标权、著作权、专利权、肖像权拥有合法使用权，且在授权范围及有效期内合理使用。

（六）禁止发布涉及国家秘密的商品（服务）。

（七）禁止发布国家及地方各项法律法规不允许出售的商品（服务）。

（八）所有信息描述不得违反国家相关法律法规。禁止使用违反广告法的宣传描述，例如最低、第一、专供、特供、最高级、最佳等，以及易引起误解的相关词汇；禁止使用淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力、反动等描述；禁止使用含有民族、种族、宗教、性别等歧视的描述；禁止使用诋毁、侮辱等不符合公序良俗的描述。

（九）接受第三方质检平台的质量检验。质量检验方式包括但不限于随机抽检、厂商主动送检、采购人投诉送检，相关费用由责任方承担。

第八条 供应商发布商品具体规范：

（一）商品类目。按电子卖场设置的商品品目分类，原则上应该选择电子卖场设置的底级品目。例如“笔记本电脑”应发布在“3C 数码-电脑/服务器/工作站-笔记本电脑”类目下。

（二）商品标题。按规范格式题写，标题中商品的品牌、型号、规格、品名信息，必须与出厂产品说明书保持一致。

商品标题规范格式：中文品牌名/英文品牌名+产品型号+产品规格（如尺寸\规格\主要材质等）+商品品名，推荐 60 个字符以内（即 30 个汉字）。正确案例：例如“清华同方超扬 A8500 台式电脑”、“奔图 P3022D 黑白激光打印机”

（三）商品图片。商品主图像素不小于 800*800px，大小不超过 1M，支持 JPG、JPEG、PNG 格式，图片需清晰、亮度充足、布满画布。商品主图必须为实物拍摄图片且须达到两张及以上，第一张图片为商品正面图。商品主图不得出现除品牌 LOGO 以外的水印，不得为拼接图片，不得出现与商品无关的内容，不得出现促销、夸大描述、外网导购等内容；商品主图建议为白底图，图片中可以适当加入道具或装饰物作为衬托，但需要与销售商品作区分。

（四）商品参数信息。

1、供应商发布的商品参数信息必须与实际商品相符，商品标题、参数、详情页等信息填写需保持一致。

2、商品品牌即商品商标，商品品牌需要按照实际情况填写，电子卖场品牌库已有的品牌可直接使用；若无可由供应商在线发起品牌申请；无品牌的商品需选择“无品牌”。

3、商品型号需要按照实际情况填写，若厂家未定义商品型号的，供应商可自行编写。

4、商品各属性项需要按照实际情况填写，不得填写纯符号等无效内容。

5、发布商品时不得滥用销售规格属性发布套餐商品，或者在一款商品的销售规格属性选择区放置不同类目商品。

6、供应商不得在平台上重复铺货，或通过修改价格、计量单位、图片等方式发布相同产品（同品牌、型号）。

（五）电商平台链接。发布商品或申请标准商品模板（SPU/CSPU）时，需填写主流电商网站同款商品链接，同款不同规格商品需要填写多个对应商品链接。填写的电商平台链接对应的商品需与电子卖场中商品保持一致。

（六）商品详情

1. 商品描述建议图片和文字相结合，且展示的信息必须与主图、产品属性信息一致。

2. 商品介绍的图片必须清晰，不能有大面积黑投影或大区域反射环境物（如摄影者形象/影像等），商品介绍页面整体宽度不超过 740px。

3. 除电商平台链接外，商品详情页不允许填写其他店铺或者外部网站信息。

4. 商品详情描述中不得出现虚假、夸大与商品不一致的表述，如最低，以及易引起误解的错别字、第一、保真、专供、特供、国家级、最高级、最佳、本公司等不符合规范的词语。

（七）商品价格。供应商在商品发布页面所填商品销售价、市场价（电商平台价）均会显示于该商品详情页面，供应商需保障以上各项价格真实、准确，并随市场变化及时调整。市场价为该商品在主流电商网站销售价格，销售价为该商品在电子卖场最高销售价格，实际采购中该价格经买卖双方协商一致可以下浮。

供应商填写的市场价须与其提供的电商链接中的商品销售价格一致；供应商填写的销售价不得高于市场价，由供应商根据自身实际自主填报。不得出现虚抬价格、错误标注、恶性竞争等情况。

第四章 商品排序及巡检

第九条 供应商和商品排序根据店铺和商品的交易金额、交易数量、供应商评分、用户评价、承诺特色服务数量等维度综合排定。同时，商品搜索结果支持按照销量、发布时间、价格、同城配送、有现货、节能、环保、品质制造、特色服务（上门安装、24小时达、送货上门、上传票证等）维度筛选。

第十条 电子卖场管理部门定期和不定期对已在电子卖场上架在售状态的商品（服务）进行巡检抽查，监督供应商是否存在违规情形，并及时督促其更新商品（服务）信息及商品价格。巡检内容包括但不限于：核实商品（服务）类目、标题、主图、品牌、参数等主要信息是否符合本细则第三章商品规范要求；对商品在网上超市的销售价格与同期主流电商自营商品平均销售价格进行对比。

第五章 诚信预警及处理

第十一条 电子卖场对供应商实行诚信分和预警管理制度，初始诚信分为100分，设置黄色、橙色、红色预警。诚信分累计扣分周期为12个月，从供应商入驻之日起计算，每个周期结束

后，根据供应商整改情况清零。供应商一个扣分周期内被累计扣减至 0 分及以下的，取消其电子卖场供应商资格，自取消资格起 1 年内不允许再次申请入驻。

第十二条 供应商被查实存在违法违规行为的，由负责招标或资格征集的各级财政部门或审核机构责令其纠正，并按下列规则对其作出相应预警、诚信分扣除和处理：

（一）黄色预警一次，扣减 25 分，暂停 3 个月销售或停止参与报价；

（二）橙色预警一次，扣减 50 分，暂停 6 个月销售或停止参与报价；

（三）红色预警一次，扣减 100 分，暂停 12 个月销售或停止参与报价。

第十三条 供应商收到违约或违规处理通知之日起，3 个工作日内可进行申诉，未申诉或申诉无效则处罚生效。供应商违规情形中，如出现重大社会影响的，各级财政部门有权在第一时间冻结商品，并对供应商操作权限等做限制处理；运维单位发现供应商发布国家禁止出售商品或信息，或涉及侵犯他人隐私等的，可直接予以删除。

第十四条 有下列情形之一的，每发生一次，黄色预警 1 次并扣减 25 分，供应商收到违约或违规处理通知之日起 3 日内拒不纠正的，按照黄色预警的等级暂停电子卖场交易 3 个月：

（一）商品销售价格高于同期主流电商自营商品平均销售价格 10%及以上的；

（二）发布的商品信息前后出现品牌、价格、图片、属性等不一致、重复等情况的；

（三）发布商品选择类目与商品不相关的；

（四）发布的商品与实际不符，包括夸大、过度 and 虚假宣传的；

（五）不符合平台商品发布规范的其他行为。

第十五条 有下列情形之一的，每发生一次，橙色预警 1 次并扣减 50 分，供应商收到违约或违规处理通知之日起 3 日内拒不纠正的，按照橙色预警的等级暂停电子卖场交易 6 个月：

（一）商品销售价格高于同期主流电商自营商品平均销售价格 20% 以上或因价格问题被黄色预警 3 次以上的；

（二）发布质量不合格商品的；

（三）不当使用他人商标权、著作权、专利权等，造成不良后果的；

（四）恶意利用规则、误导采购人获取虚假商品销量、评价、满意度等的；

（五）无正当理由不按规定时限响应或确认采购订单、合同累计 5 次及以上的；

（六）无正当理由不执行采购订单、合同或没有按承诺提供商品及售后服务 1 次的；

（七）采购人评价“满意度指数”低于 60% 累计 3 次及以上的；

（八）其他违反采购文件或资格征集协议约定事项或供应商承诺事项的。

第十六条 有下列情形之一的,红色预警 1 次并扣减 100 分,供应商收到违约或违规处理通知之日起 3 日内拒不纠正的,按照红色预警的等级暂停电子卖场交易 12 个月:

(一)销售价格高于同期主流电商自营商品平均销售价格 30%以上的或因价格问题被橙色预警 2 次以上;

(二)发布国家禁止出售商品的;

(三)发布假冒注册商标商品及盗版商品的;

(四)未经允许盗取、发布、传递他人隐私信息的;

(五)竞价结束后与采购人再次议价的;

(六)未按采购结果签订供货或服务合同,或者与采购人另行订立背离合同实质性内容协议的;

(七)无正当理由拒绝履行合同义务,或未按合同约定履行义务构成违约的;

(八)在合同履行过程中与采购人协商变更合同主要条款的;

(九)提供假冒伪劣商品或擅自更换配件、降低配置,以次充好的;

(十)向运维单位、采购人、审核机构有关人员行贿或提供其他不正当利益的;

(十一)与其他供应商、运维单位、采购人、审核机构有关人员恶意串通的;

(十二)利用系统漏洞或者其他黑客手段侵入系统篡改数据或者虚构交易记录的;

(十三)采购人评价“满意度指数”低于 60%累计 5 次及以上的;

(十四) 拒不执行财政部门监管措施或者拒不纠正违规、违约行为的；

(十五) 各级财政部门认定的其他违法、违规及违反本办法规定的行为。

第十七条 在线询价、电子反拍供应商存在不按要求报价、中标后无故放弃、不按合同履行等违约行为的，经采购人举报，经同级财政部门确认的，视情况扣减其 25-100 分诚信分，限制供应商报价权限 3-12 个月。

第六章 附则

第十八条 主流电商网站名单（不分先后）

（一）电子卖场商品目录中货物类商品（不含车辆）：京东（www.jd.com）、苏宁（www.suning.com）、国美（www.gome.com.cn）、天猫（www.tmall.com）。

（二）电子卖场车辆类商品：汽车之家（www.autohome.com.cn）、腾讯汽车（auto.qq.com）、懂车帝（www.dongchedi.com）。

第十九条 同期主流电商自营商品平均销售价格相关定义：同期系指价格监测信息查询当日；主流电商自营商品平均销售价格系指主流电商自营商品，按价格孰低原则从低到高取前 3 名的算术平均价。

第二十条 本规则解释权归平台所有，规则自发布之日起生效。

第二十一条 平台有权对本规则进行修改，并以网页公告、电子邮件、站内信、短信等方式予以公告或通知，自发布之日起生效。