



中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX

电子商务平台商家入驻审核规范

Specification for auditing qualification of merchants on
E-commerce platform

点击此处添加与国际标准一致性程度的标识

征求意见稿

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文本 1

3 术语和定义 1

4 商家分类 1

5 基本要求 4

6 资质要求 6

7 审核内容 7

8 结果反馈 9

9 商家信息 9

10 证实方法 9

附录 A （资料性附录）商家入驻审核流程 11

附录 B（规则性附录）基于商品类型与电子商务模型的资质要求 11

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。

本文件代替GB/T 35409-2017 电子商务平台商家入驻审核规范，与GB/T 35409-2017相比，主要技术变化如下：

- 删除旧版“不适用于跨境电子商务平台”的范围限制，更改范围描述为“其他业务模式可参考使用”，扩大适用场景；
- 增加“卖家”“电子商务平台”“直播带货”“线上到线下”“新业态商家”“数智治理”“数据化审核”“信用承诺制”等8项术语和定义，旧版仅界定“入驻”“同人商家”等7个术语，完善入驻相关概念体系；
- 增加第4章“商家分类”，含4.1分类维度（按经营主体类型、商品类型、电子商务模式细分，配分类代码与说明表）、4.2分类管理与应用（风险导向差异化治理、动态更新机制等），旧版无独立分类章节及系统性分类框架；
- 在商家基本要求的主体责任部分，增加“数据安全与隐私保护”“数据接入义务”条款，明确商家系统对接与实时回传数据要求；
- 在商家提交原则中，于旧版“真实、有效、一致、完整”基础上，增加“可溯透明”“安全负责”要求，细化合法性、透明性、及时性、可追溯性、保密性要求，删除原重复表述的“责任性”条目；
- 在平台端基本要求中，增加“资源保障”“机制保障”小节，涵盖技术、人力、工具资源及差异化审核、现场审核等6项机制，更改旧版仅对平台审核机制作原则性规定的表述；
- 在基础资质（6.1）要求中，更改表述逻辑，按经营主体类型细分企业、个体工商户等4类要求，增加企业商家一般纳税人证明、个人卖家人脸识别强验证等硬性要求；
- 在经营资质（6.2）要求中，增加承诺性资质、绿色电商与可持续发展资质，更改品牌资质核查方式，强化品牌授权链核查；
- 增加6.3“经营模式资质”章节，针对新业态商家明确附加资质要求，旧版无此分类资质要求；
- 在审核内容中，增加同一主体/个人商家最高开店数量限制，细化各主体核心审核信息项（含企业年报状态、个体工商户组成形式等旧版未覆盖项）；
- 增加7.5“产品资质”、7.6“特殊行业资质”章节，更改商家审核维度，强化新业态商家资质与商家信用审核（含失信名单筛查）；
- 在结果反馈中，增加自动化决策结果申诉机制、信用承诺制入驻复核要求，明确系统消息、短信、邮件等多渠道反馈与申诉权利，更改旧版仅作基础结果反馈规定的表述；
- 更改旧版“商家信息更新”单一条款，将其扩展为9.1信息更新机制、9.2平台监督措施（智能提醒、自动化巡检、风险预警等），明确平台常态化管理责任；
- 增加第10章“证实方法”，明确审核制度查验、资质查验、审核内容核验等5类证实要求，含归档管理、抽样核查等具体措施，旧版无相关独立章节；
- 更改附录A内容，旧版附录A为“经营资质证明”（资料性附录），新版附录A仍为资料性附录，调整为“商家入驻审核流程”，明确申请提交、入驻/更新审核、签约入驻、信息更新完善、申诉与完善机制5个阶段，配套流程图示；

——增加附录B“基于商品类型与电子商务模型的资质要求”（规范性附录），构建“产品类型+电商模式”矩阵式审核体系，含核心资质要求、风险管控点等表格，补充医疗器械/药品、在线课程等新兴品类资质，以及直播电商、社交电商等新业态附加资质，旧版无附录B；

——删除原重复列出的“新增[5.1.2.10] (5.1.2.10) ‘责任性’”条目，修正表述逻辑。

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。

本文件由全国电子商务质量管理标准化技术委员会(SAC/TC 563)提出并归口。

本文件起草单位：淘宝（中国）软件有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘天有限公司等

本文件主要起草人：XXX

本文件及所代替文件的历次版本发布情况为：

——2017年首次发布为GB/T 35409-2017；

——本次为第一次修订。

电子商务平台商家入驻审核规范

1 范围

本标准规定了电子商务平台商家入驻的商家分类、基本要求、资质要求、审核内容、结果反馈和商家信息更新。

本标准适用于在境内商家面向商家及消费者销售产品的电子商务平台，其他业务模式可参考使用。

2 规范性引用文本

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。

凡是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 35408 电子商务质量管理 术语

3 术语和定义

GB/T 35408 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

入驻 entry

在电子商务活动中，商家为开展商品交易而进入电子商务平台的行为。

3.2

新业态商家 new business formats merchants

通过互联网平台，以直播电商、社交电商、内容电商购等新型交易模式开展经营活动的商家。

3.3

数智治理 digital-intelligent governance

利用大数据、人工智能、区块链等技术手段，对商家资质、交易行为、信用状况等进行智能化审核、动态监测与风险预警的管理机制。

3.4

数据化审核 digitalized Audit

利用大数据、人工智能等技术手段，对商家资质、信用、经营行为等进行自动化或半自动化核查的过程。

3.5

信用承诺制 credit commitment system

商家在符合基本条件的前提下，通过书面或电子方式承诺其资质真实、合法，平台可基于信用承诺先行开通部分经营权限的机制。

4 商家分类

4.1 分类维度

电子商务平台应根据商家的经营主体类型、商品类型、电子商务模式等因素，对申请入驻的商家进行分类管理，并制定差异化的审核标准和治理策略。

4.1.1 按经营主体类型分类

根据经营主体类型，将其分为企业商家、个体工商户、农民专业合作社/社团组织、个人卖家等，具体分类代码和说明详见表 1。分类代码选取“经营主体”中“主体”的汉语拼音首字母缩写。

表 1 按商家主体类型分类表

分类代码	商家类型	说明
ZT01	企业商家	依法设立的有限责任公司、股份有限公司等法人组织。
ZT02	个体工商户	依法登记的个体工商户。
ZT03	农民专业合作社/社团组织	依法设立的农民专业合作经济组织/社团组织。
ZT04	个人卖家	以自然人身份开展经营活动的商家。

4.1.2 按商品类型分类

根据商品类型，将其分为普通实物商品商家、认证许可类商品商家、虚拟商品商家、服务类商家等，具体分类代码和说明详见表 2。分类代码选取“商品”的汉语拼音首字母缩写。

表 2 按商品类型分类表

分类代码	商家类型	说明
SP01	普通实物商品商家	销售实体商品。
SP02	认证许可类商品商家	经营需取得行政许可或强制认证的商品（如食品、化妆品、医疗器械、出版物、强制性认证产品等）
SP03	虚拟商品商家	销售电子卡券、软件、在线课程等。
SP04	服务类商家	提供本地生活、咨询、维修等服。

4.1.3 按电子商务模式分类

根据电子商务模式，将其分为平台内商家、直播电商商家、社交电商商家、内容电商商家、买手/达人选品商家、定制/服务型商家等，具体分类代码和说明详见表 3。分类代码选取“电子商务”中“电商”的汉语拼音首字母缩写。

表 3 按电子商务模式分类表

分类代码	商家类型	说明
DS01	平台内商家	通过平台自营或第三方店铺销售商品。
DS02	直播电商	通过直播形式推广并销售商品，包括主播、MCN 机构等。
DS03	社交电商	基于社交网络进行商品推广与交易。

表 3 平台审核商家基础信息项(续表 1)

DS04	内容电商商家	通过图文、视频等内容形式引导交易。
DS05	买手/达人选品商家	依靠个人或团队（买手、达人）的专业品味、市场洞察力为核心，为消费者筛选、推荐并销售商品。
DS06	定制/服务型商家	根据消费者的个性化需求，提供定制化的商品、服务或解决方案。

4.2 分类管理与应用

4.2.1 电子商务平台应建立以风险为导向的商家分类管理体系，将分类维度转化为具体的治理行动，实现精准化、差异化和高效化的平台治理。

4.2.2 电子商务平台应构建统一的商家画像与分类数据库，支持基于 4.1 所述维度的多重标签组合。每个商家应拥有一个唯一的、动态更新的分类身份档案。该数据库应作为平台审核、运营、监管和服务的核心依据。

4.2.3 电子商务平台应根据商家的分类标签组合，实施阶梯式、差异化的入驻审核流程与准入标准。宜采用包括但不限于以下措施：

a) 审核强度差异化：

——低风险类别（如：企业商家 + 普通实物商品）：可适用简化审核流程，如系统自动核验营业执照信息，快速入驻。

——高风险/高信任依赖类别（如：个人卖家 + 特殊资质商品、买手/达人选品商家）：必须适用强化审核流程，包括但不限于：人工复核经营资质、前置保证金或投保、背景调查、样品送检、能力资格认证（如买手资质认证）等。

b) 准入门槛差异化：

——针对不同分类，设定差异化的保证金、技术服务费、履约险投保等财务门槛。例如，对“直播电商商家”应设置更高的保证金，以约束其经营行为。

——对“认证许可类商品商家”（如食品、药品、医疗器械）必须强制上传并严格核验对应的行政许可文件，否则不予准入。

4.2.4 电子商务平台应将分类管理贯穿商家生命全周期，应用于日常运营、监管和服务的各个环节。宜采用包括但不限于以下措施：

a) 治理资源倾斜：将高风险类别商家（如“特殊资质商品商家”、“社交电商商家”）列为重点监管对象，配置更高的抽检频次和更主动的舆情监控。

b) 规则与培训差异化：根据商家分类，推送定制化的平台规则解读和合规培训。例如，向“直播电商商家”重点推送《直播营销行为规范》。

c) 服务与支持差异化：为不同发展阶段的商家类型提供相匹配的平台工具与服务支持。例如，为“企业商家”提供 API 对接、专属客服等高级服务。

4.2.5 电子商务平台应实行动态化生命周期管理，建立分类信息的动态更新机制，包括但不限于以下措施：

a) 触发式更新：当商家经营行为发生变化时（如变更经营范围、新增电子商务模式），系统应触发

分类重估流程，要求商家更新信息并重新审核。

b) 周期性复核：定期（如每年或每季）对高风险类别商家进行资质复核。

c) 事件驱动更新：商家因违规被处罚、产生重大客诉或信用评级下降时，系统应自动将其分类调整为更高风险等级，并触发相应的强化监管措施。

4.2.6 鼓励电子商务平台积极采用数智治理技术，提升分类管理的效率和准确性。宜采用包括但不限于以下措施：

a) 智能分类：利用自然语言处理（NLP）技术，实现初始分类的自动打标。

b) 风险预警与智能校准：通过大数据分析构建风险预测模型，对行为异常商家进行预警和分类校准。

c) 图谱分析：利用知识图谱技术，识别关联商家和集群式风险。

5 基本要求

5.1 商家

5.1.1 主体责任

5.1.1.1 商家在申请入驻电子商务平台时，必须遵循所有适用的法律法规及平台的招商规定。

5.1.1.2 商家应依据本标准第6章的具体要求及平台对外公布的招商准则，提交完整、准确、真实的资质文件及信息供平台审核。

5.1.1.3 商家应承诺对其在平台上的经营行为承担主体责任，包括但不限于商品质量、服务质量、信息真实性、数据安全与消费者权益保护。

5.1.2 提交原则

5.1.2.1 真实准确

商家须确保所提交的一切资质材料与信息均真实、准确，无任何伪造、变造或虚构。商家应对其提供信息的真实性承担全部法律责任。

5.1.2.2 完整有效

商家须提供平台要求的所有资质材料，确保其齐全、完整。所有证照及文件均应为法定机构颁发或备案的、处于有效期内的最新版本，并在信息发生变更时按规定及时更新。

5.1.2.3 可溯透明

商家提交的材料应清晰可辨，其来源与内容对平台审核方保持透明，并具备可验证与可追溯性。鼓励采用电子签章、可信时间戳、区块链存证等技术手段以增强材料的可信度。

5.1.2.4 安全负责

商家在信息提交与后续经营过程中，须对涉及的商业机密与用户个人数据履行安全保护义务，依法依规处理数据。同时，商家须为其提交的任何信息及可能引发的全部后果承担最终责任。

5.1.3 数据安全与隐私保护

5.1.3.1 商家应依法依规处理用户数据，不得非法收集、使用、泄露、篡改或毁损用户个人信息。

5.1.3.2 商家应建立用户信息保护制度，并在平台要求时提供相关合规证明。

5.1.4 数据接入义务

5.1.4.1 商家应在入驻时完成与平台“商家资质数据接口”的系统对接，并实时回传相关信息，包括但不限于：

- a) 电子营业执照数据；
- b) 行政许可影像及区块链存证哈希值；
- c) 品牌授权书可信时间戳；
- d) 实时经营状态信息（如营业状态、行政处罚、司法风险等）。

5.1.4.2 商家应确保回传数据的准确性、实时性与完整性，并在数据发生变更时及时同步至平台。

5.2 电子商务平台

5.2.1 资源保障

5.2.1.1 数据与技术资源保障

平台应投入并维护足够的技术基础设施，包括但不限于：

- a) 商家分类数据库：用于存储、更新和调用商家分类标签数据。
- b) 数据化审核与风险预警系统：支持对商家资质、信用、经营行为等进行智能识别与风险研判。
- c) 数智治理工具集：如图像识别（用于资质证照核验）、知识图谱等核心工具，以提升审核与监管效率。

5.2.1.2 审核与治理人力资源保障

平台应根据商家入驻申请量、分类复杂度及审核强度要求，配置规模适当、培训合格的审核与运营团队，并确保其专业能力与各类别商家的审核要求相匹配。

5.2.1.3 商家赋能工具资源保障

平台应提供商家店铺年检工具，以便商家能够定期核验并更新店铺经营者基本信息、经营资质等，支持平台分类信息的动态更新。同时，应开发并提供针对不同类别商家的规则学习、合规自检等辅助工具。

5.2.2 机制保障

5.2.2.1 差异化审核机制

平台应建立基于商家分类的差异化审核机制，配备人员在公示时间内审核商家提供的资质材料和信息，给出审核结论，并利用数智治理技术提升审核效率与准确性。

5.2.2.2 资质细化与更新机制

平台应在满足本标准资质要求的基础上，按需求制定更细化的商家入驻资质要求，并建立机制，定期根据法律法规、市场环境及平台风险变化对资质要求进行评审和更新。

5.2.2.3 审核隔离与公正性机制

平台在人工审核环节中，应禁止线上审核人员与入驻商家的直接接触，可通过点对点信息传输的方式，确保审核过程的准确性、真实性和公正性。

5.2.2.4 现场审核机制

平台可在必要时，采取现场审核方式，对商家的信息、场地、生产情况及质保能力等进行现场评估，给出评估结果。此机制应主要适用于高风险或高价值类别的商家。

5.2.2.5 数据安全与隐私保护机制

平台在运行数据系统和使用商家数据的过程中，应建立数据安全与隐私保护机制，确保商家及用户信息在采集、存储、使用过程中的合法合规与安全性。

5.2.2.6 规则公示与透明机制

平台应通过官方渠道统一公示商家入驻要求、审查规则，确保强制前置告知。规则变更需预告，并保障审核进程与结论对申请商家的透明度，维护审查过程的公正与可预期性。

6 资质要求

6.1 基础资质

不同经营主体类型的商家应根据电子商务平台要求提供对应主体的基础资质材料。

6.1.1 企业商家

6.1.1.1 应提供企业营业执照照片或者扫描件，确保未在企业经营异常名录中且所售商品在营业执照经营范围内。

6.1.1.2 应提供法人/联系人身份证正/反面照片或者扫描件。

6.1.1.3 应通过实名认证。

6.1.1.4 商家需具备一般纳税人资格，并能够提供相应的一般纳税人证明文件。

6.1.2 个体工商户商家

6.1.2.1 应提供营业执照照片或者扫描件，确保未在企业经营异常名录中且所售商品在营业执照经营范围内。

6.1.2.2 应提供法人身份证正/反面照片。

6.1.2.3 应通过实名认证。

6.1.3 农民专业合作社/社团组织

6.1.3.1 应提供农民专业合作社法人营业执照/社会团体法人登记证书照片或者扫描件，确保未在企业经营异常名录中且所售商品在营业执照经营范围内。

6.1.3.2 应提供法人身份证正/反面照片。

6.1.3.3 应通过实名认证。

6.1.4 个人卖家

6.1.4.1 应提供经营者个人身份证正/反面照片。

6.1.4.2 应通过实名认证。

6.2 经营商品资质

6.2.1 特殊商品资质

除普通实物商品商家外，从事许可类经营或经营许可类商品等其他特殊商品的,商家应根据电子商务平台要求提供与商品类型相适宜的核心资质，包括但不限于 B.2 相关内容。

6.2.2 商品品牌资质

6.2.2.1 商家应满足下列条件之一：

- a) 具有所经营品牌所有权的证明材料；
- b) 取得所经营品牌的商标注册文件、进货凭证或(品牌)权利人认可的一级或多级完整授权(多级授权的级数应满足电子商务平台的要求)。

6.2.2.2 通过品牌授权形式授权的应加盖商标权利人的公章。通过合同形式授权的可加盖商标权利人的合同章。商标权利人为自然人(包含法定代表人)的，应提供其亲笔签名的授权书和身份证复印件。

6.2.2.3 对于部分无法取得品牌权利人授权材料的进口品牌，商家应提供中华人民共和国海关进口货物报关单，报关单上标识的品牌信息应与商家经营的品牌信息一致。商家与报关单上的收、发货人或消费者使用单位/生产销售单位不一致的，应提供报关单上的收发货人或消费使用单位/生产销售单位授权商家的一级或多级完整授权材料。

6.2.3 承诺性资质

6.2.3.1 商家在入驻及上架新品时，应根据平台要求，就其营销内容的真实性与合规性提交承诺书。对于特定品类（如健康、金融、教育等），平台可要求商家提供宣传内容相关依据的证明文件（如功效检测报告、学术依据等）。

6.2.3.2 对于信用良好的商家，平台可试行信用承诺制入驻，商家应提交信用承诺书，平台应在后续经营中进行动态核查。

6.2.4 绿色电商与可持续发展资质

鼓励电子商务平台对经营特定品类（如电子产品、服装、包装材料等）的商家提出绿色、环保或可持续发展相关资质或声明要求，包括但不限于：

- a) 产品碳足迹标识或低碳产品认证；
- b) 使用可降解、可回收包装材料的承诺或证明；
- c) 符合国家绿色产品标准的相关认证；
- d) 其他与环境影响相关的合规声明。

平台可在入驻审核中优先支持具备绿色资质的商家，并建立相应的标识或展示机制。

6.3 经营模式资质

除平台内商家外，不同的电子商务模式商家应提供与其运营模式相适宜的资质或承诺材料，包括但不限于 B.3 相关内容。

7 审核内容

7.1 基础资质

7.1.1 电子商务平台应按 6.1 要求审核和登记商家的实名认证信息和基础资质，建立登记档案并定期核实更新。

7.1.2 针对同一主体/个人商家，电子商务平台需要对其最高可开设的店铺数量有相应的限制。

7.1.3 核心审核信息项包括但不限于表 4 相关内容。

表 4 平台审核商家基础信息项

主体类型	核心审查信息项	说明与要求
企业商家	- 经营主体名称 - 统一社会信用代码（主体证件号） - 法定代表人姓名 - 法定代表人身份证件号码 - 经营范围 - 注册地址 / 经营地址 - 有效的联系方式 - 营业执照状态 - 企业年报状态	- 经营主体名称、统一社会信用代码、法定代表人信息应与营业执照完全一致。 - 经营范围应与营业执照对应。 - 对营业执照状态进行有效性核验。
个体工商户	- 经营者姓名 - 统一社会信用代码（主体证件号） - 经营者身份证件号码 - 经营范围 - 组成形式（个人经营 / 家庭经营） - 经营场所 - 有效的联系方式 - 营业执照状态	- 对于“个人经营”的个体工商户，经营者承担无限责任，经营者姓名和身份证件号码为关键核验项。 - 平台应引导商家如实选择“组成形式”。 - 对营业执照状态进行有效性核验。
农民专业合作社 / 社团组织	- 经营主体名称 - 统一社会信用代码（主体证件号） - 法定代表人（或负责人）姓名 - 业务范围 / 宗旨 - 注册地址 / 主要活动场所 - 有效的联系方式 - 登记证书状态	- 农民专业合作社应核验其《农民专业合作社法人营业执照》。 - 社团组织应核验其《社会团体法人登记证书》等合法登记证书。 - 平台需核验其登记证书是否在有效期内，状态是否正常。
个人卖家	- 经营者真实姓名 - 身份证件号码 - 身份证件有效期 - 与身份证件一致的常住地址或经营地址 - 有效的联系方式（手机号、邮箱） - 经营范围	- 平台必须采用人脸识别、银行卡验证、运营商认证等一种或多种组合方式对个人卖家的身份信息真实性进行强验证。 - 应核验身份证件是否在有效期内。 - 对于销售额达到一定阈值的个人卖家，平台应引导其依照《电子商务法》规定办理市场主体登记，并转为相应主体类型进行管理。

7.2 经营商品资质

7.2.1 审核企业营业执照时，需确保所售商品在营业执照经营范围内。除普通实物商品外，商品资质需符合特殊经营资质要求可参考附录 B.2 进行审核。

7.2.2 商品品牌资质需通过国家商标局审核其提交的商标注册证或商标注册申请受理通知书扫描件，品牌持有人需审核品牌独占证明材料。若经营多个品牌且各品牌归同一实际控制人的旗舰店，另需提供品牌属于同一实际控制人的证明材料。

7.2.3 授权品牌经营模式，需要审核商标权人出具的品牌授权书，经营多个品牌且各品牌归同一实际控制人的店铺，另需提供品牌属于同一实际控制人的证明材料。如有多级授权，需要审核各级授权人的相应授权证明材料。

7.3 经营模式资质

对新业态商家，电子商务平台应审核与其电子商务模式相适宜的资质或承诺材料，经营模式资质要求可参考附录 B.3 进行审核。

7.4 商家信用

电子商务平台宜审核商家的信用资料，对存在销售假冒伪劣商品等侵害消费者权益、扰乱市场秩序行为的同人商家或被列入工商经营异常名录或电子商务平台失信名单的商家，应拒绝其入驻申请。

8 结果反馈

8.1 商家资质审核通过后，电子商务平台应及时向商家反馈审核结果。

8.2 因资质材料提交不齐全未通过资质审核的，商家可补交资料重新提交电子商务平台审核。

8.3 商家资质信息不符合本标准及电子商务平台要求时，电子商务平台应及时告知商家审核不通过的结果。

8.4 电子商务平台应通过系统消息、短信、邮件等多种方式实时向商家反馈审核进度与结果，并提供申诉。

8.5 对采用信用承诺制入驻的商家，平台应在一定期限内完成资质复核。未通过复核的，应限制或终止其经营权限。

8.6 自动化决策结果申诉机制

电子商务平台在使用数据化审核或自动化决策机制对商家入驻申请进行审核时，应提供明确的申诉渠道。商家对自动化审核结果存在异议的，有权要求电子商务平台进行人工复核。平台应在收到申诉后的合理时间内完成复核并反馈结果。

9 商家信息

9.1 信息更新机制

平台应建立规范的商家信息动态更新机制，明确商家对其资质信息真实性、准确性与时效性的主体责任，并为其提供便捷的电子化通道，以鼓励并支持其完成信息的实时更新与维护。

9.2 平台监督措施

平台应履行监督责任，通过智能提醒、定期自动化巡检及实时数据接口监控等多种技术手段，对商家信息状态进行常态化管理。对于临近失效或内容异常变动的信息，系统应自动触发风险预警，并将高风险变更纳入人工复核流程，以形成从监测、预警到处置的管理闭环。

10 证实方法

10.1 基本要求

10.1.1 应查验电子商务平台商家入驻审核制度的建立情况，包括审核流程、审核标准、岗位职责等文件。

10.1.2 应归档并管理以下信息：

- a) 商家入驻审核管理制度；
- b) 审核人员培训记录；
- c) 审核系统操作日志。

10.1.3 应通过现场查看或系统演示，确认审核流程的规范性和可操作性。

10.2 资质要求

10.2.1 应查验商家提交的资质证明文件，包括但不限于：

- a) 营业执照；
- b) 行政许可证明（如适用）；
- c) 法定代表人身份证明；
- d) 品牌授权书（如适用）。

10.2.2 应归档并管理资质审核记录，包括审核日期、审核人员、审核结果及资质有效期。

10.2.3 宜通过政府公开平台或第三方系统对资质真实性进行核验。

10.3 审核内容

10.3.1 应查验电子商务平台审核过程、审核信息等内容，包括：

- a) 商家的基础资质是否齐全；
- b) 认证许可类等特殊资质商品资质信息是否提交并完整（如适用）；
- c) 品牌授权等资质信息是否提交；
- d) 新业态商家特殊资质信息是否提交；
- e) 审核记录是否完整、可追溯。

10.3.2 应归档并管理审核过程中的记录，包括审核意见、补充材料要求、修改痕迹等。

10.3.3 应通过系统抽样或现场检查，验证审核内容的完整性、真实性与合规性。

10.4 结果反馈

10.4.1 应查验审核结果通知机制，包括通知方式（如站内信、邮件、短信）及通知内容。

10.4.2 应归档并管理审核结果反馈记录，包括但不限于：

- a) 审核通过/不通过通知；
- b) 商家确认回执或异议申诉记录；
- c) 审核结果统计报表。

10.4.3 宜通过模拟入驻流程，验证结果反馈的及时性与准确性。

10.5 商家信息

10.5.1 应查验商家信息的维护与更新机制，包括信息变更申请流程及审核要求。

10.5.2 应归档并管理以下信息：

- a) 商家基本信息变更记录；
- b) 经营资质更新记录；
- c) 商品信息动态调整记录。

10.5.3 应定期对商家信息进行抽样核查，确保信息的准确性、一致性与时效性。

附录 A
(资料性附录)
商家入驻审核流程

商家入驻审核流程一般包括申请提交、平台入驻审核、签约入驻、信息维护更新、平台更新审核等阶段，当审核不通过时，商家可通过申诉、完善信息重新提交申请。具体流程详见图 A.1。

- A.1 申请提交：商家须依据平台规定，备齐并提交相关资质文件。商家应通过平台官方指定渠道，在线填报企业信息并上传全部资质文件的电子版本。
- A.2 入驻/更新审核：平台方应对商家所提交的申请资料进行多维度合规审核。审核范围全面涵盖商家资质真实性、企业信息一致性、店铺规划合规性及商品清单合规性等关键环节;应对商家运营过程中提交的更新材料进行审核。
- A.3 签约入驻：在申请审核通过后，商家需与平台签订正式的电子合作协议，并依据平台规则及类目要求完成相应保证金的缴纳。
- A.4 信息更新完善：商家应根据平台管理规则，及时做好经营相关资质材料的维护和更新工作。
- A.5 申诉与完善机制：若在申请或运营过程中，商家提交的资料未通过审核，平台应明确告知不通过的原因。商家有权根据审核意见修改相关信息或补充材料，并重新提交申请。

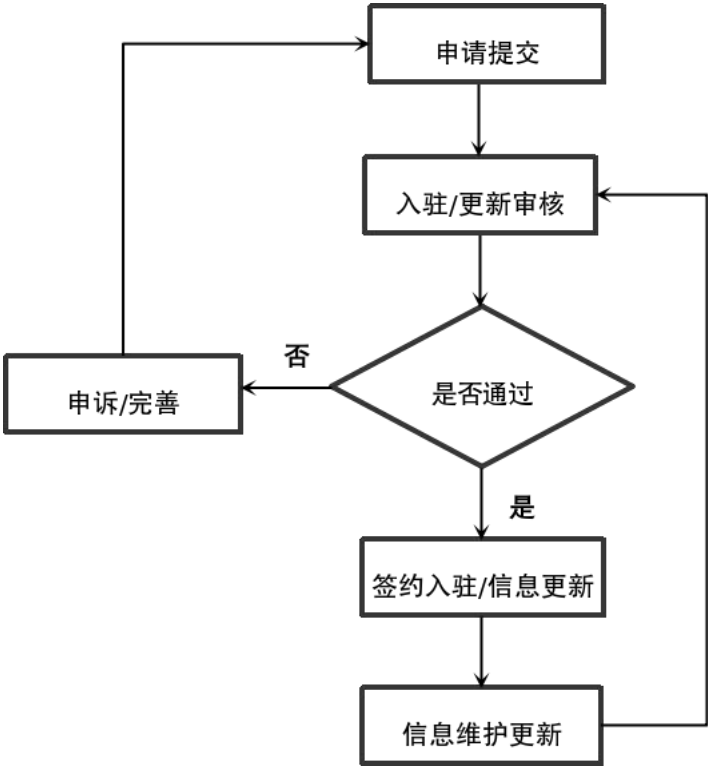


图 A.1 商家入驻审核流程图

附录 B
(规范性附录)
基于商品类型与电子商务模型的资质要求

B.1 总则

本附录旨在建立一套矩阵式资质审核体系。电子商务平台在根据 6.1 要求完成基础资质、6.2.2 品牌资质等审核的基础上，应根据商家所经营商品类型的强制性资质（见 B.2）和具体的电子商务模式的附加资质与承诺（见 B.3）完成审核。

B.2 按产品类型划分的核心资质要求

表 B.1 列出了除“普通实物商品”外的不同商品类型所需的核心资质要求。

表 B.1 按商品类型划分的核心资质要求

商品类型	商品类目	核心资质要求	关键审核点
B.2.1 准入资质商品	B.2.1.1 工业产品（许可目录内）	《全国工业产品生产许可证》。	1. 目录核查：通过国家市场监管总局官网查询产品是否在《实施工业产品生产许可证管理的产品目录》内。 2. 信息比对：核验证书状态是否“有效”，证书上的“生产企业名称”与营业执照主体是否一致。 3. 范围确认：确认证书“产品明细”涵盖其申请销售的具体产品。
	B.2.1.2 食品类	- 生产：《食品生产许可证》。 - 经营：《食品经营许可证》。 - 进口食品：《入境货物检验检疫证明》。	1. 主体业态核实：确认《食品经营许可证》的“主体业态”（如“食品销售经营者”）和“经营项目”（如“预包装食品销售”）与其线上销售模式匹配。 2. 地址一致性：核实许可证上的“经营场所”与商家在平台登记的仓储/运营地址是否存在逻辑关联，防范无实体经营场所的“皮包公司”。 3. 溯源要求：对进口食品，需额外核查《入境货物检验检疫证明》。
	B.2.1.3 食用农产品	- 自产：种植/养殖证明、产地证明。 - 采购：采购协议、销售凭证。 - 畜禽：动物检疫合格证明、肉类检验合格证。	1. 源头真实性核验：对自产商家，要求提供土地承包/租赁合同或现场勘查证据；对采购商家，核查上游供应商的资质与进货发票的合规性。 2. 证明文件时效性：核查动物检疫等证明的有效期，确保与所售批次产品对应。 3. “三无”风险管控：重点防范无法提供任何源头证明的商家，此类为高风险主体。

表 B.1 按商品类型划分的核心资质要求（续表 1）

商品类型	商品类目	核心资质要求	关键审核点
B.2.1 准入资质商品	B.2.1.4 化妆品	- 生产：《化妆品生产许可证》。 - 经营：国产/进口化妆品备案凭证或注册证。 - 进口非特殊用途化妆品：《进口非特殊用途化妆品备案凭证》。	- 备案/注册信息核对：登录国家药监局“化妆品监管”APP，逐一核对产品备案/注册号、产品名称、生产企业等信息是否与平台申报一致。 - 宣传内容审查：严格审查商品标题、详情页，严禁出现“药妆”、“医学护肤”、“抑制病菌”等明示或暗示医疗作用的违规词。 - 生产合规性：核查《化妆品生产许可证》是否在有效期内。
	B.2.1.5 卫生消毒产品	- 生产：《消毒产品生产企业卫生许可证》。 - 经营：《消毒产品卫生安全评价报告》备案凭证。	- 字号区分：严格区分“消字号”与“药字号”，审核宣传内容是否出现“治疗”、“预防疾病”等药品功效宣称，此为红线问题。 - 报告核查：核查《卫生安全评价报告》是否齐全、有效。
	B.2.1.6 农药类	- 生产：《农药登记证》、《农药生产许可证》。 - 经营：《农药经营许可证》。	- 台账制度：要求商家承诺建立并执行电子进货、销售台账，确保来源可溯、去向可查。 - 禁售清单核查：核对产品是否在《禁限用农药名录》内，严禁销售剧毒、高毒及国家明令禁止的农药。 - 登记证核查：核查《农药登记证》上的使用范围和对象，防范超范围宣传。
	B.2.1.7 保健食品	- 生产：《保健食品注册证书》或《保健食品备案凭证》。 - 经营：《食品经营许可证》（含保健食品）。 - 进口保健食品：《进口保健食品批准证书》或备案凭证。	“蓝帽子”标志核验：商品链接必须清晰展示“蓝帽子”标志及注册号/备案号。 - 功效宣称合规性：严格审核宣传内容，严禁夸大功效或声称疾病预防、治疗功能，不得使用“根治”、“包治”等词汇。 - 信息一致性：核对注册证书上的保健功能、适宜人群等信息与商品描述是否完全一致。

表 B.1 按商品类型划分的核心资质要求（续表 2）

商品类型	商品类目	核心资质要求	关键审核点
B.2.1 准入资质商品	B.2.1.8 医疗器械/ 药品*	- 生产：《医疗器械注册证》或《医疗器械备案凭证》；《药品生产许可证》《GMP（药品生产质量管理认证）证书》。 - 经营：《医疗器械经营许可证》《药品经营许可证》《GSP（药品经营质量管理认证）证书》。	- 分类管理：严格按照医疗器械分类（I、II、III类）进行管理，严禁无证销售II、III类器械；药品严格区分处方药与非处方药，严禁在任何情况下销售处方药。 - 经营范围核查：核对《医疗器械经营许可证》的“经营范围”是否涵盖所售产品类别。 - 资质真实性：通过药监局官网数据库，核验经营许可证、产品注册证的真实性与有效性。
	B.2.1.9 强制性认证产品	《中国国家强制性产品认证证书（CCC证书）》。	- 证书-产品对应：严格核对CCC证书上的“产品名称”和“型号”与商家实际上架产品是否一一对应，防范“一证多用”。 - 发证机构核查：确认证书由指定认证机构颁发，状态为“有效”。 - 目录内产品零容忍：对于列入CCC目录但无法提供有效证书的产品，一律禁止销售。
	B.2.1.10 图书音像出版物	《出版物经营许可证》（经营范围需含网络发行）。 进口出版物：《进口出版物备案单》或《进口批准文件》。	- 进货渠道审查：要求商家提供与正规出版社或批发商的进货发票、供货清单，打击非法盗版渠道。 - 版权授权链：若销售的是非大陆出版物或特定IP产品，需核查完整的版权授权链条文件。 - 内容扫黄打非：对出版物内容进行抽样审查，防范政治性、淫秽色情等非法出版物。

表 B.1 按商品类型划分的核心资质要求（续表 3）

商品类型	商品类目	核心资质要求	关键审核点
B.2.2 虚拟商品	B.2.2.1 电子卡券	• 预付费卡/礼品卡：《单用途商业预付卡备案回执》（发卡方）；与发卡方签订的正式《授权销售协议》（销售方）。 • 第三方服务兑换券：与服务提供方签订的《代理/分销协议》。 • 游戏点卡/虚拟货币：《网络文化经营许可证》【运营方】；与游戏运营方的《授权销售协议》及游戏版号（销售方）。	1. 授权真实性核查：通过电话、公函等方式向授权方（发卡方/服务提供方/游戏公司）核实授权关系的真实性，防范伪造协议。 2. 卡券有效性保障：要求商家缴纳足额保证金，并建立快速的“无法核销”赔付机制，以应对“空卡”、“假卡”风险。 3. 预付卡合规：参照《单用途商业预付卡管理办法》，核查发卡企业是否完成备案。
	B.2.2.2 “软件”类商品	• 自行开发：《计算机软件著作权登记证书》。 • 代理商销售：清晰的《授权证明》链条。 • 安全合规：网络安全承诺书/第三方安全检测报告。	1. 权属清晰度审核：核查《软件著作权登记证书》的权利人信息；对于代理商，授权链必须完整，直至原始版权方。 2. 安全风险防范：对涉及金融、支付、个人数据的软件，强制要求提供第三方安全检测报告，并审查承诺书内容。 3. 禁售清单：严禁上架破解版、盗版、外挂、私服等非法软件。
	B.2.2.3 在线课程	• 学科类培训：《民办学校办学许可证》。 • 非学科类培训（如编程、美术）：人社部门认可的职业技能等级认定资质或行业权威认证（建议提供）。 • 讲师资质：讲师专业资质证明。 • 内容版权：《网络出版服务许可证》（封装发行）；著作权登记证书或原创声明。	1. “双减”政策合规：严格区分学科类与非学科类培训。对于学科类，必须提供办学许可证，并核查其培训内容、招生对象是否符合规定。 2. 讲师资质核验：通过官方渠道（如教师资格网）核验证书真伪，并对讲师的“资深经历”要求提供实质性证明（如劳动合同、获奖记录）。 3. 内容原创性审查：利用技术手段进行内容比对，防范未经授权的课程内容搬运和盗录。

表 B.1 按商品类型划分的核心资质要求（续表 4）

商品类型	商品类目	核心资质要求	关键审核点
B.2.3 服务类商品	B.2.3.1 本地生活服务（家政、搬家、保洁）	• 入户服务：服务人员《无犯罪记录证明》。 • 接触家庭环境：从业人员《健康证明》。 • 搬家服务：《道路运输经营许可证》（车辆行驶证、驾驶员驾驶证）。 • 特殊家政服务(母婴护理、育儿嫂等)：《职业技能等级证书》(如育婴员、保育师)	1. 人员背景筛查：建立与公安部门的数据对接或要求商家使用指定背景调查服务，确保《无犯罪记录证明》真实有效，并定期更新。 2. 安全与卫生准入：将《健康证明》和《道路运输经营许可证》作为硬性准入条件，定期抽查。 3. 标准化服务协议：强制商家使用平台统一的电子服务合同，明确服务标准、价格、违约责任，以规范服务过程和处置纠纷。
	B.2.3.2 咨询服务	• 法律咨询：《律师执业资格证》 • 财务/税务咨询：注册会计师（CPA）、税务师等证书 • 医疗健康咨询：《医师资格证书》、《执业医师证》 • 心理咨询：《心理咨询师职业技能等级证书》或《卫生专业技术资格（心理治疗师）证书》。 • 技术咨询：相关领域的技术成果或项目经验证明。	1. 执业资格验真：通过司法部、财政部、国家卫健委等官方执业资格查询系统，核证书真伪与执业状态是否正常。 2. 服务边界界定：严格界定并监控“健康咨询”与“医疗诊疗”的界限，严禁出现在线开方、诊断、推荐具体药品等诊疗行为，此为绝对红线。 3. 机构备案核查：核实提供服务的律师事务所、医疗机构等是否具备合法资质。
	B.2.3.3 技术服务（维修、安装、清洗等）	• 技术人员：涉及安全的服务(如燃气具、压力容器)的《特种作业操作证》,其他服务行业技能证书。 • 品牌授权：品牌官方《授权服务商证书》。 • 风险保障：《公众责任保险》。	1. 持证上岗核查：通过应急管理部、住建部等官方查询系统，核验高危工种（如电工、高空作业）证书的真实性与有效性。 2. 授权真实性核实：向品牌方核实授权服务商资质，防范“李鬼”维修，保护消费者权益。 3. 风险转移能力：将购买足额的《公众责任保险》作为提升商家服务等级的优先条件，并在纠纷中优先推送已投保商家。

表 B.1 按商品类型划分的核心资质要求（续表 5）

商品类型	商品类目	核心资质要求	关键审核点
B.2.3 服务类商品	B.2.3.4 专业服务（设计、策划等）	- 个人资质：注册建筑师、注册结构工程师等执业资格证书。 - 机构能力：《工程设计资质证书》(建筑设计单位)；成功案例集、作品集。	- 执业资格验真：通过住建部等官方注册查询系统，核实执业资格证书的真伪与注册单位。 - 案例真实性评估：对提供的案例进行抽样核实，如要求提供项目合同、甲方确认函等佐证材料，防范虚假包装。 - 原创性保护：在平台规则中明确知识产权条款，并建立侵权投诉快速处理机制。

B.3 按电子商务模型划分的附加资质与承诺

表 B.2 列出了除“平台内商家”外的不同电子商务模式中新业态商家的附加资质与承诺要求。

表 B.2 按电子商务模式划分的附加资质与承诺要求

电子商务模式	附加资质、证明与承诺要求	核心风险管控点
B.3.1 直播电商模式	- 主播备案：所有出镜主播身份信息、专业资质证明（如美容师证、营养师证等）。 - 合作证明：与主播/MCN 机构的合作协议。 - 内容合规承诺书：承诺不进行虚假宣传、夸大功效，并建立直播内容留存与广告审查机制。	- 主体与行为绑定：将主播身份、资质与商家经营主体绑定，确保直播行为可追溯。 - 内容合规实时监控：利用技术手段监测直播内容，防范虚假宣传、夸大功效、绝对化用语等违规行为。 - 合作真实性：核实合作协议，防范无权或超授权范围的代理与宣传。
B.3.2 社交电商模式（拼购型、内容/兴趣型、会员/分销型、社群型）	- 营销玩法规则报备：详细说明拼团、砍价、会员分销等机制的具体规则与佣金制度。 - 分销商管理清单（如适用）：主要分销商的身份信息与管理规则。 - 模式合规承诺书：承诺其商业模式不涉及传销、非法集资，并保障消费者资金安全。	- 模式合规性甄别：审核其玩法规则，防范层级不清、人头计酬等涉传风险。 - 金融风险防控：重点关注预付资金池、平台担保等机制，防范资金挪用和集资风险。 - 授权链真实性：核查分销商授权链条，确保其销售资格来源于合法授权。

表 B.2 按电子商务模式划分的附加资质与承诺要求（续表 1）

电子商务模式	附加资质、证明与承诺要求	核心风险管控点
B.3.3 内容电商模式	1. 内容创作者专业资质：与推荐商品或领域高度相关的权威资质证明（如医师、律师、会计师、营养师等执业资格证书）。 2. 内容原创性证明：著作权登记证书或原创声明。 3. 内容合规承诺书：承诺内容真实客观、专业建议不构成医疗或法律等执业行为、明确区分知识分享与商业推广。	1. 专业身份合规：严格核查专家资质真伪及执业状态，防范利用虚假或失效资质进行背书。 2. 内容与推荐分离：确保专业性内容与商品推荐环节有明确区分，严禁将专业知识解答异化为特定商品的强制性推销。 3. 原创性保护与版权合规：建立内容查重机制，防范图文、视频等内容抄袭侵权，并确保内容不侵犯第三方肖像权、名誉权。
B.3.4 买手/达人选品模式	1. 买手/达人专业履历证明：过往成功的选品案例集、行业从业经验证明、知名平台账号与影响力证明等。 2. 供应链凭证：与品牌方、授权代理商或工厂签订的有效采购协议或授权证明。 3. 选品标准文档：详述其选品流程、质量把控标准及价值评估体系。 4. 买手/达人选品承诺书：承诺所推荐商品货源正品、选品标准客观、如实披露商品信息，不虚构“内购价”、“特殊渠道”等误导消费者。	1. 选品能力与货源真实性：通过过往案例、采购凭证等评估其选品眼光与货源把控能力，防范“伪买手”与虚假宣传。 2. 供应链透明度：核查其与品牌方或工厂的采购协议，确保商品来源清晰可靠，非仿冒、尾单等灰色渠道商品。 3. 价值评估合理性：审核其选品标准与价值论述，防范虚构“设计师原款”、“独家定制”等概念进行价格欺诈。
B.3.5 定制/服务模式	1. 定制能力证明：与定制产品或服务内容相关的专业能力证明（如设计师资格证书、施工资质）。 2. 行业经营许可证：若涉及特殊行业（如旅游），需提供对应的行业经营许可证。 3. 预约承诺书：承诺以书面形式明确约定服务标准、完成周期、材料规格、费用明细及验收标准。	1. 履约能力评估：通过设计团队资质、案例集等评估其完成定制或服务的能力。 2. 合同规范性审查：强制使用标准合同范本，明确交付标准、周期、费用及违约责任，防范约定不清引发的纠纷。 3. 服务边界管理：确保服务内容不超出其资质许可范围。

B.4 附录B使用说明

B.4.1 矩阵式审核原则：

本附录 B 构建了“产品类型”与“电子商务模式”双维度的审核矩阵。B.2 节“按产品类型划分的核心资质要求”是商家准入的强制性通用底线，B.3“按电子商务模型划分的附加资质与承诺”是在满足 B.2 要求前提下的针对性补充。平台审核人员须以本附录为清单，对商家进行交叉审核。例如，审核一个采用“直播电商模型”销售“保健食品”的商家，需同时满足 B.2.1.7（保健食品核心资质）和 B.3.1（直播电商附加要求）的所有条款。

B.4.2 资质文件的交叉适用与关联：

当商家的产品类型与电子商务模型存在交叉时，其所需提供的资质文件是 B.2 与 B.3 相关条款的并集。审核时应综合判断，确保商家同时具备产品层面的准入资格和商业模式层面的运营资格。各项专项承诺书与对应的资质文件共同构成商家合规经营的保证。

B.4.3 承诺书的法律效力与用途：

本附录中要求商家签署的各项专项承诺书，是平台与商家间具有法律约束力的协议文件。其目的在于明确商家在特定商业模式下的责任与义务，是平台规则的有效补充，并作为处理交易纠纷与违规处罚的重要依据。

B.4.4 动态更新机制：

平台应建立定期评审机制，根据国家法律法规与政策的调整、行业发展趋势及新型商业模式的出现，对本附录的内容进行动态更新与修订，并提前通知商家。
