

国家标准

《电子商务平台商家入驻审核规范》

修 订 编 制 说 明

（征求意见稿）

《电子商务平台商家入驻审核规范》修订工作组

2025 年 11 月

一、工作简况

（一）任务来源

本项目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，经国家标准化管理委员会批准，正式列入 2025 年第五批国家标准制修订计划，项目编号为 20251795-T-469（国标委发〔2025〕28 号），项目名称为《电子商务平台商家入驻审核规范》。

（二）修订背景

随着数字经济快速发展，我国电子商务领域涌现出直播电商、社交电商、内容电商等新业态、新模式，商家主体类型日益多元，商品与服务品类持续丰富。现行 GB/T 35409-2017《电子商务平台商家入驻审核规范》自 2018 年实施以来，在规范平台审核行为、保障市场秩序方面发挥了重要作用，但已难以适应行业发展新需求：

- 缺乏系统性商家分类框架，对不同主体类型、商品类型、电商模式的商家未建立差异化审核机制，难以实现精准治理；
- 未涵盖新业态商家的资质要求，对直播电商、社交电商等新型模式的审核标准缺失；
- 数据安全与隐私保护条款不足，与《数据安全法》《个人信息保护法》等新法规要求衔接不够；
- 审核流程、结果反馈、信息更新等机制较为粗放，缺乏自动化审核、申诉复核等精细化管理要求；
- 证实方法缺失，旧版未明确审核行为的验证与监督措施，影响标准落地效果。

在此背景下，修订 GB/T 35409-2017，构建适配新业态、覆盖全场景、衔接新法规的商家入驻审核规范，成为保障电子商务行业健康有序发展的迫切需求。

（三）起草过程

1、工作组组建阶段（2025 年 6 月-7 月）：全国电子商务质量管理标准化技术委员会牵头成立标准修订工作组，吸纳电商平台企业、行业协会、法律专家、监管机构代表参与，明确各单位职责与工作进度计划。

2、调研与草案编制阶段（2025 年 6 月-9 月）：工作组开展全面调研，通过实地访谈、问卷调研等方式，收集多家电商平台、不同类型商家及相关行业协会的调研结果；系统梳理《电子商务法》《数据安全法》等法律法规更新要求，研究国内电商平台审核实践案例；结合调研结果，完成标准草案初稿编制。

3、研讨修改阶段（2025 年 9 月-11 月）：组织召开两次工作组会议，邀请专家对草案框架、核心条款进行深入研讨，重点审议商家分类维度、新业态资质要求、数据化审核机制等关键内容；在 10 月 31 日召开专家预审会，根据会议意见修改完善草案，形成征求意见稿讨论稿。

4、**征求意见阶段（2025 年 11 月-1 月）**：通过全国标准信息公共服务平台、行业协会渠道向社会公开征求意见，累计收到反馈意见 XX 条，经梳理分析后，采纳合理意见 XX 条，对草案进一步优化，最终形成《电子商务平台商家入驻审核规范（征求意见稿）》。

二、国家标准编制原则、主要内容及其确定依据

（一）编制原则

- 1、合规性原则**：严格遵循 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》要求，确保标准结构规范、表述严谨；充分衔接《电子商务法》《个人信息保护法》等法律法规，保障条款合法合规。
- 2、先进性原则**：立足电商行业发展现状，吸纳直播电商、社交电商等新业态审核经验，融入数智治理、数据化审核等新技术应用，体现行业先进实践水平。
- 3、科学性原则**：建立“经营主体类型+商品类型+电商模式”三维分类框架，基于风险导向构建差异化审核体系，确保标准逻辑严密、可操作性强。
- 4、实用性原则**：兼顾平台管理需求与商家入驻便利性，细化资质要求、审核流程、结果反馈等实操条款，确保标准能够直接指导电商平台落地应用。

（二）主要技术内容及修订依据

本标准在 GB/T 35409-2017 基础上，主要修订内容及依据如下：

- 1、范围调整（第 1 章）**：删除“不适用于跨境电子商务平台”的限制，新增“其他业务模式可参考使用”，扩大适用场景。修订依据：跨境电商与国内电商审核逻辑趋同，旧版限制已不适应行业发展；各类电商创新模式需统一审核规范指引。
- 2、术语和定义更新（第 3 章）**：新增“卖家”“电子商务平台”“直播带货”等 8 项术语，完善入驻相关概念体系。修订依据：电商新业态涌现催生新术语，需明确界定以统一认知；补充数智治理、信用承诺制等核心机制术语，支撑后续条款落地。
- 3、新增商家分类章节（第 4 章）**：按经营主体类型、商品类型、电商模式划分商家类别，配套分类代码与说明表；建立风险导向的分类管理体系，明确差异化审核强度与准入门槛。修订依据：不同类型商家风险水平差异显著，需精准施策；行业实践证明分类管理可提升审核效率与治理效果。
- 4、优化基本要求（第 5 章）**：商家端新增“数据安全与隐私保护”“数据接入义务”条款；平台端新增“资源保障”“机制保障”小节，涵盖技术、人力、工具资源及 6 项核心机制。修订依据：《数据安全法》对数据管理提出明确要求；平台审核能力不足导致的合规风险需通过资源与机制保障化解。
- 5、细化资质要求（第 6 章）**：基础资质按经营主体类型细分要求，新增企业一般纳税人证明、个人卖家人脸识别强验证；经营资质新增承诺性资质、绿色电商资质；新增“经营模式资质”章节，明确新业态商家附加资质。修订依据：不同主体合规要求存在差异，需精准匹配；绿色发展战略与新业态监管需求需补充对应资质要求。
- 6、完善审核内容（第 7 章）**：新增同一主体/个人商家开店数量限制，细化核心审核信息

项；新增“产品资质”“特殊行业资质”章节，强化信用审核与失信名单筛查。修订依据：多头开店、资质造假等问题需通过量化限制与细化审核防控；特殊行业与产品的合规风险需专项管控。

7、强化结果反馈（第8章）：新增自动化决策申诉机制、信用承诺制复核要求，明确多渠道反馈方式。修订依据：自动化审核易产生误判，需保障商家申诉权利；信用承诺制需配套复核机制防范风险。

8、扩展商家信息管理（第9章）：将“商家信息更新”扩展为信息更新机制与平台监督措施，新增智能提醒、自动化巡检等监管手段。修订依据：商家信息动态变化需全周期管理，技术手段可提升监管效率。

9、新增证实方法（第10章）：明确审核制度查验、资质查验等5类证实要求，含归档管理、抽样核查等具体措施。修订依据：旧版缺乏审核行为验证机制，需规范证实流程确保标准落地。

10、调整附录内容：附录A改为“商家入驻审核流程”（资料性附录），新增附录B“基于商品类型与电子商务模型的资质要求”（规范性附录）。修订依据：审核流程需可视化指引，矩阵式资质要求可提升审核精准度。

三、试验验证分析、综述报告、技术经济论证及预期效益

（一）试验验证过程

为确保修订条款的可行性与适用性，工作组开展了多维度验证工作：

验证方法与流程

根据标准要求，试验验证需通过商家提交审核内容，对商家进行完整入驻审核，完成审核，具体包括：

- 1、收集申请信息：**商家按照平台要求提交营业执照、行业许可证、法人身份证明等基础资料，同步填报经营品类、店铺类型及销售模式。平台依据资质要求自动匹配审核标准，触发分类审核流程。
- 2、多维度审核：**根据商家资质要求，对商家的基础资质，经营商品资质、经营模式资质等进行逐项核验，结合人工审查与系统校验，确保信息真实性、完整性与合规性。
- 3、多模式模拟：**针对不同资质（个人主体，企业主体），不同业务模式（直播电商，内容电商）等商家进行审核研判，验证条件可靠性。

（二）验证结果综述

1、分类管理机制：试点平台数据显示，实施分类管理后，低风险商家（如“企业商家+普通实物商品”）入驻审核效率提升40%，审核时长从平均3个工作日缩短至1.8个工作日；高风险商家（如“个人卖家+医疗器械”）违规率下降35%，消费者投诉量减少28%，验证了分类管理“精准高效、风险可控”的有效性。

2、资质要求条款：90%以上试点企业反馈，细化后的资质要求（如企业一般纳税人证明、个人卖家人脸识别）贴合实际经营场景，且现有技术（如国家政务服务平台接口、第三方

人脸识别工具）可低成本实现，无需额外投入高昂技术改造费用。

3、审核与反馈机制：自动化决策申诉机制试点期间，商家申诉成功率达 82%，审核误判率从 12%下降至 3.5%，有效保障了审核公正性；系统消息、短信、邮件多渠道反馈方式的商家满意度达 95%，较旧版单一反馈方式提升 30 个百分点。

4、证实方法：参与验证的平台均表示，新增的“审核记录归档”“抽样核查”等证实方法可有效规范审核人员操作，试点平台审核记录完整率从 78%提升至 100%，资质核查准确率提升 25%。

验证结果表明，本标准条款符合电商行业实际，可操作性强，能够有效解决旧标准存在的突出问题，支撑电商平台合规审核与行业高质量发展。

（三）技术经济论证

1、技术可行性论证：

现有技术成熟度：标准要求的“数据化审核”“人脸识别验证”“智能巡检”等技术，已在电子商务平台广泛应用，技术方案成熟（如人脸识别准确率达 99.8%、自动化审核覆盖率超 80%），中小平台也可通过接入第三方技术服务快速落地，无需自主研发。

系统适配性：标准明确的“商家资质数据接口”可与国家企业信用信息公示系统、药监局数据库等政务平台对接，现有接口兼容性良好，试点平台对接成功率达 100%，数据传输延迟控制在 10 秒内。

2、经济合理性论证：

平台成本优化：分类管理与自动化审核可降低平台人力成本，试点平台数据显示，审核人员人均处理效率提升 50%，年均人力成本减少 15%-20%；同时，高风险商家违规率下降减少的罚款、赔偿等损失，年均为平台节省 200-500 万元。

商家成本降低：明确的资质要求与流程指引可减少商家“重复提交、反复修改”的成本，试点商家反馈入驻材料准备时间从平均 7 天缩短至 3 天，时间成本下降 57%；信用承诺制使信用良好商家提前 7-10 天开通经营权限，间接提升营收约 8%-12%。

社会成本节约：标准实施后，监管部门对电商平台的抽查效率提升，政企协同成本降低；消费者因商家违规导致的维权成本减少，试点期间相关维权案件处理时长从 30 天缩短至 15 天，社会资源消耗减少 50%。

（四）预期的经济效益、社会效益和生态效益

1、预期经济效益：

对电商平台：通过分类管理与自动化审核，头部平台年均审核成本可降低 15%-25%，中小平台降低 10%-15%；高风险商家违规率下降 30%以上，避免因违规导致的平台处罚、品牌损失。

对商家：清晰的资质要求与高效的审核流程，可使商家入驻周期缩短 40%-60%，中小商家、新业态商家（如直播达人）的合规经营门槛降低，预计可带动电商经营主体增长。

对行业：规范的审核体系可减少“劣币驱逐良币”现象，促进公平竞争，预计推动电商行

业整体合规率提升至 90%以上，带动行业交易额年均增长 6%-8%，为数字经济发展注入新动能。

2、预期社会效益：

消费者权益保护：强化“失信名单筛查”“特殊行业资质审核”等条款，可使假冒伪劣商品、无证经营服务的入驻率下降 40%以上，消费者投诉量减少 30%-40%，提升消费信心与满意度。

市场秩序规范：统一的审核标准与分类治理机制，可解决“平台审核尺度不一”问题，减少多头开店、资质造假等乱象，推动电商市场从“粗放增长”向“合规提质”转型。

新业态健康发展：明确直播电商、社交电商等新业态的资质要求与审核流程，为新业态商家提供清晰的合规指引，预计带动新业态交易额年均增长 20%-30%，促进电商模式创新与可持续发展。

3、预期生态效益：

绿色电商发展：标准新增“绿色电商与可持续发展资质”要求，鼓励商家提供碳足迹标识、可降解包装证明等，预计带动电商行业绿色商品销售占比提升至 30%以上，年均减少包装废弃物约 50 万吨，降低电商物流环节的碳排放。

数据安全保护：明确商家与平台的数据安全义务，可减少数据泄露、滥用等问题，预计电商行业数据安全事件发生率下降 40%以上，保障消费者个人信息与商家商业机密安全，构建“安全可信”的电商数据生态。

资源高效利用：自动化审核、智能巡检等技术应用可减少纸质材料使用，试点平台显示纸质材料消耗下降 90%以上；商家信息动态更新机制避免“信息过时”导致的资源浪费，推动电商行业向“低碳、高效”的绿色生态转型。

四、与国际、国外同类标准技术内容的对比情况

本标准编制过程中，重点研究了 ISO 29110《电子商务—中小企业电子商务指南》、欧盟《数字服务法》（DSA）中关于平台审核的相关要求，对比分析结果如下：

1、与 ISO 29110 对比：ISO 29110 侧重中小企业电商应用指引，仅对商家资质提出原则性要求，未针对入驻审核制定专项规范；本标准聚焦审核全流程，从“分类-资质-审核-反馈-证实”构建完整体系，条款更具体、更具实操性，适配我国电商行业“规模大、业态多”的发展特点。

2、欧盟 DSA 对比：DSA 强调平台对第三方商家的监管责任，要求建立“风险评估-审核-违规处置”机制，与本标准“风险导向治理”理念一致；本标准结合我国实际补充了“分类管理”“数据接入”“绿色电商”等条款，更贴合我国电商平台与商家的需求，如“个人卖家人脸识别”条款可有效防范身份冒用，是对 DSA 监管要求的本土化优化。

本标准整体达到国内先进水平，既借鉴了国际先进监管经验，又充分结合我国电商行业发展实际，形成了适配性强、特色鲜明的审核规范体系。

五、以国际标准为基础的起草情况

无

六、与有关法律、行政法规及相关标准的关系

本标准符合《中华人民共和国电子商务法》、《网络交易监督管理办法》、《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规和政策文件，以及 GB/T 35408《电子商务质量管理 术语》，GB/T 22239《信息安全技术 网络安全等级保护基本要求》的要求。

本标准与我国现行法律法规、强制性标准相协调，不存在矛盾、重复的问题。

六、重大分歧意见的处理经过和依据

制定过程中未出现重大分歧意见。

七、涉及专利的有关说明

本标准不涉及专利。

八、实施国家标准的要求、措施建议

1、实施日期建议：建议本标准自发布之日起 6 个月后正式实施，为电商平台预留系统改造、人员培训时间，为商家预留资质补充、流程适配时间，确保平稳过渡。

2、过渡期安排：过渡期内（发布后 1-6 个月），新旧标准并行实施，鼓励头部平台先行先试，形成可复制的实施方案；全国电子商务质量管理标准化技术委员会组织编制《标准实施指南》，细化分类代码使用、数据接口对接等操作流程，供行业参考。

3、组织措施建议：

宣贯培训：由标委会牵头，联合行业协会开展“全国巡回宣贯”；

监督检查：市场监管部门将标准实施情况纳入电商平台合规检查内容，对未按标准执行的平台进行约谈、指导，推动标准落地；

案例推广：定期发布标准实施优秀案例，总结分类管理、自动化审核等方面的最佳实践，引导行业对标。

九、其他应当说明的事项

无。

《电子商务平台商家入驻审核规范》国家标准修订工作组

2025 年 11 月