苏宁易购
suning.com

NO NO BUSINESS
RULES

无规则 不商业

金狮宝典

苏 宁 易 购 规 则 手 册

苏宁易购
平台规则中心 编著



苏宁易购平台运营集团 出版

前 言

苏宁易购一向秉持鼓励商家入驻、经营和发展，致力于为商家提供更加优质的服务，为吸引更多的优质商户入驻和经营，苏宁规则团队编写了规则手册，它的目标读者苏宁易购平台商家，指导商家入驻苏宁易购初期的管理人员和一线客服等服务人员经营。

金狮宝典——苏宁易购规则手册，由苏宁易购规则管理团队编著，共包含七个模块，分别为：招商入驻、店铺管理、抽检规范、营销规则、服务规则、争议处理和违规管理。本书所罗列的规则包含商家入驻、成长、运营、发展各个不同阶段所需的规则，同时帮助商家了解哪些经营行为是平台合规的，哪些经营行为是平台所不允许的，避免经营违规才能更好的良性和优质的发展，实现平台和商家的共赢。

熟悉规则是经营店铺的第一步，它关系到商家是否能够成功入驻、持续稳定的经营。希望商家能够通过手册的学习，解决从入驻开始到日常经营中的问题，了解经营过程中的规范和风险，在遇到违规处罚时及时发现违规影响，同时迅速出具应对方案。

本书中所涉及的规则，均处于不断的更新迭代中，收录了截止 2020 年 3 月 10 日前发布且生效的规则，如遇规则调整和更新，请各位商家以苏宁易购规则中心（rule.suning.com）展示为准。

本书知识产权仅归苏宁易购平台所有，仅供苏宁易购平台商家使用和查看，不可复制和出售等。

目 录

前 言……1

一、苏宁易购总则……10

管理总则……10

商家管理规范总则……10

二、招商合作……21

招商标准……21

苏宁易购招商标准……21

招商类目……26

苏宁易购招商类目一览表……26

苏宁易购跨类目经营一览表……33

资质要求……35

苏宁易购各类目招商资质要求……35

苏宁易购各店铺类型入驻资质要求……54

苏宁易购在营店铺资质管理办法……55

续签政策……57

苏宁易购 2020 年收费一览表……57

2020 年苏宁云台国际大牌保证金一览表……71

苏宁易购 2020 年商家年费退/返还及开票细则……74

苏宁易购年费收费标准……76

苏宁易购保证金管理规范……77

苏宁易购网站联盟（网盟）收费标准……79

2020 年度苏宁易购商家续签公告……81

三、店铺管理……83
店铺运营管理……83
创建店铺的规则与实施细则……83
苏宁易购店铺装修管理规范……85
苏宁易购店铺类型及命名规则……88
苏宁易购店铺二级域名使用规则……94
苏宁易购店铺命名可选择类目字段一览表……97
邀约入驻店铺类型说明……99
商品管理规范……100
苏宁云台商家商品质量管理规范……100
苏宁云台商家品牌管理规范……102
苏宁云台商家价格管理规范……104
有关商户发布商品数量限制的规则……108
关于商品主图基本规范及考核机制通知……110
商品如实描述的规则与实施细则……113
苏宁易购商品评价、销量特殊计算逻辑说明……115
商品发布规范……116
苏宁云台商家商品发布规范……116
搜索排序规则……127
苏宁易购搜索排序规则……127
商品内容质量分规则……132
禁售规则管理……134
苏宁云台禁售商品管理规范……134

苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表……136
未经允许发布违反国家行政法规或不适合交易的商品……142
动植物、动植物器官及动物捕杀工具类……150
特定品类商品及信息发布规范……155
超标商品类……157
虚拟类……159
涉及盗取等非法所得及非法用途软件、工具或设备类……167
涉及人身安全、隐私类……173
色情低俗、催情用品类……179
反动等破坏性信息类……183
易燃易爆、有毒化学品、毒品类……186
仿真枪、军警用品、危险武器类……191
药品、医疗器械类……198
非法服务、票证类……210
其他类……217
四、抽检规范……224
行业标准……224
商品效期管理规范……224
苏宁易购药品及医疗器械管理规范……226
苏宁易购食品安全管理规范……234
苏宁易购食盐行业管理规范……238
苏宁易购无人机行业管理细则……240
抽检规范……241

苏宁云台商家商品抽检管理规范……241
商品标识标志抽检规范……248
苏宁易购商品品牌及版权抽检行为规范……250
五、营销规则……252
基础营销规则……252
苏宁易购营销准入基础规则……252
苏宁易购营销平台商家管理规则……255
苏宁易购平台最低页面售价规则……258
苏宁易购平台最低成交价规则……260
苏宁易购商品价格力规则……262
营销管理规则……264
天天低价基础招商规则……264
天天低价收费规则……270
苏宁拼购营销产品管理规范……272
试用营销产品管理规范……275
新品首发管理规范……277
内容导购体系商家内容输出规则……281
苏宁易购内容创作者管理规则……282
苏宁易购榴莲视频管理规范总则……287
苏宁易购榴莲视频用户注册协议……301
苏宁易购直播管理规范总则……310
苏宁直播用户注册协议……324
苏宁易购开放平台达尔文小程序管理标准……333

促销工具规则……336
苏宁线上预约业务管理规范……336
苏宁线上预定业务管理规范……341
苏宁会员云钻通用规则……346
苏宁易购云钻规则……351
六、服务规则……356
基础服务……356
苏宁易购正品保障规则……356
苏宁易购买家评价及商家回复管理规范……358
苏宁云台商家客诉回复规范……362
苏宁易购在线客服系统服务使用规范……365
七天无理由退货规范……370
苏宁云台美妆类商品退换货细则……373
苏宁云台运动户外类商品退换货细则……375
苏宁云台箱包皮具、珠宝首饰奢侈品类商品退换货细则……377
苏宁云台文化制品类商品退换货细则……379
苏宁云台食品酒水类商品（含宠物食品）退换货细则……381
苏宁云台汽车用品类商品退换货细则……383
苏宁云台农资类商品退换货细则……385
苏宁云台母婴类商品(含玩具)退换货细则……387
苏宁云台乐器礼品类商品退换货细则……389
苏宁云台家装建材、家居家具厨具类商品退换货细则……391
苏宁云台家电类（电器类）商品退换货细则……394

苏宁云台服饰鞋帽类商品退换货细则……396
苏宁云台 3C 类商品退换货细则……398
苏宁云台整车销售类目售后政策……400
退货运费险定义的实施细则……401
包邮定义的实施细则……403
苏宁鞋类三包服务规范……404
苏宁腕表三包服务规范……407
苏宁云台商家发货管理规范……410
苏宁平台星盘规则解读……412
苏宁好店规则解读……419
苏宁易购违规订单处理规则……427
苏宁云台非正常订单处理程序……430
特色服务……432
坏果包退……432
美妆、酒类、母婴-破损包退……434
七、争议处理……436
苏宁云台交易争议处理规范……436
黑电碎屏问题的判责及处理规则……449
八、违规管理……451
总则……451
商家违规行为及处理规则……451
苏宁云台段位处罚规则……462
节点处罚恢复正常条件规则与实施细则……464

苏宁云台违规申诉材料一览表……468
苏宁云台违规申诉管理规范……474
细则……475
不配合平台管理解读及处理细则……475
扰乱市场秩序解读及处理细则……477
出售未经报关进口商品解读及处理细则……479
出售假冒盗版商品解读及处理细则……481
拖欠苏宁贷款解读及处理细则……483
盗用他人账户解读及处理细则……487
骗取他人财物解读及处理细则……488
延迟发货解读及处理细则……489
出售质量不合格商品解读及处理细则……493
价格虚高解读及处理细则……494
无货空挂解读及处理细则……496
描述不符解读及处理细则……497
虚假交易解读及实施细则……499
滥发信息解读及处理细则……502
虚假发货解读及处理细则……509
恶意骚扰解读及处理细则……510
客诉处理超时解读及处理细则……511
不当使用他人权利解读及处理细则……512
不当注册解读及处理细则……514
发布非约定商品解读及处理细则……515

描述不符的认定和处罚的规则与实施细则……517

SKU 不足解读及处理细则……520

违背承诺解读及处理细则……523

一、苏宁易购总则

管理总则

商家管理规范总则

本规范由苏宁云台运营方江苏苏宁易购电子商务有限公司发布，适用于所有苏宁云台商家和服务商。

第一章　概述

第一条　为构建苏宁云台开放、透明、诚信、尽责的经营环境，提升苏宁云台在电子商务领域的口碑，树立电商行业新标杆，保障买家合法权益，根据《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》、《网络交易管理办法》等法律法规，以及《苏宁云台服务协议》，制定本规范。

第二条　本规范是在《苏宁云台服务协议》及其相关协议（下统称“服务协议”）的基础上，对苏宁云台商家基本义务和责任的进一步细化和补充，属于服务协议的组成部分，商家须严格遵守。

第三条　苏宁易购有权针对特定交易形式、交易环节或商品品类等，在本规范基础上制定下位规则（包括但不限于规则、规范、信息公告、规则中心文档、商家后台通知、帮助 中心文档、行业标准）。下位规则属于本规范的组成部分，与本规范具有同等效力。若下位规则与本规范存在冲突，优先适用下位规则；若下位规则之间存在冲突，优先适用发布在后的规则。

第四条　本规范遵循透明、公平、公正的原则，苏宁云台商家在规则适用上一律平等。

第五条　违规行为的认定与处理，以苏宁易购结合相关凭证认定的事实为基础，严格依照服务协议、本规范（包括下位规则）执行。若届时尚无具体规定，苏宁易购有权参照服务协议和本规范（包括下位规则）酌情处理。

苏宁易购对违规行为的处理，不免除商家因违法、违约等行为应承担的法律责任。

第六条　苏宁易购有权根据经营管理需要，变更本规范或制定新的规范、规定，并在苏宁易购网站、苏宁云台或商家管理后台等渠道公布。若商家不同意相关变更或新增，应立即停止使用苏宁云台提供的相关产品及服务，并及时通知苏宁易购；商家在变更或新增的规范生效后，依然继续使用苏宁云台提供的相关产品及服务的，视为商家同意遵守变更后或新增的规范。

第二章　　定义

第七条　苏宁易购，即江苏苏宁易购电子商务有限公司，为苏宁云台的运营方。苏宁易购网站，即域名为 SUNING.COM 的电子商务交易平台。苏宁云台，即苏宁开放平台，域名为 SOP.SUNING.COM。

第八条　商家，指与苏宁易购签订《苏宁云台服务协议》并完成入驻流程的经营实体，包括一般商家和第三方服务商。

第九条　买家，是指通过或意图通过苏宁易购网站向商家购买商品或服务的个人消费者等客户。

第十条　账号，指商家注册时设置的账户名，账号具有唯一性。

第十一条　绑定，指商家将其苏宁云台账号与易付宝账户一一对应。

第十二条　店铺，是指商家成功入驻后，苏宁易购分配给商家的独立的网络虚拟销售空间，商家在自己的店铺内有独立经营管理权利，商家通过账号登陆店铺后台对店铺实施管理，自主维护店铺内商品信息和店铺外观，自主进行交易。

第十三条　订单，指买家向商家同一时间拍下单款或多款商品的合约。订单中针对任一款商品的内容构成一笔独立的交易。

第十四条　下单，指买家在苏宁易购网站上点击提交订单的行为。

第十五条　成交，指买家在苏宁易购网站上下单并成功付款。货到付款交易中买家下单即视为成交。

第十六条　累计扣分，指商家因多次违规而被累计扣除的分值，严重违规和一般违规扣分分别累计。

第十七条　段位，指商家因违规行为被执行不同处罚方式所对应的扣分分值范围；段位处理点，指达到某一段位的基础分值，即该段位的最低分值，严重违规的处理点为 24 分、48 分、72 分和 96 分，一般违规的处理点为 24 分。

第十八条　段位处理，是指商家违规扣分达到段位时被执行处罚的过程。

第十九条　降段处理，指商家因一般违规行为被累计扣分达到（或超过）段位处理点（即 24 分），被违规处理完毕后，对违规扣分清零的过程。降段处理不适用于严重违规行为。

第三章　交易管理

第一节　入驻

第二十条　商家应当严格遵循苏宁云台系统设置的入驻流程完成入驻。商家发现自己实际操作的入驻流程与苏宁云台发布的入驻流程不符的，应立即停止操作，并告知苏宁易购。

第二十一条　商家在设置苏宁云台账号、店铺名称及二级域名时应遵守国家法律法规，不得包含违法、不文明、涉嫌侵犯他人权利或干扰苏宁易购网站运营秩序等信息。

商家设置店铺名称时，应根据店铺类型，严格按照《苏宁云台店铺分类及命名规范》的要求命名店铺。入驻后，商家不得自行修改店铺名称。

商家设置二级域名时，应严格遵守《苏宁云台店铺二级域名使用规范》。

第二十二条　商家必须同时满足以下条件，才有权申请入驻苏宁云台，并在苏宁云台持续经营：

（1）商家及其销售的商品符合当年度的《苏宁云台招商标准》；

（2）商家及其销售的商品符合当年度的《苏宁易购各类目招商资质要求》；

（3）商家有效签署《苏宁云台服务协议》及其相关附属协议，并处于合同期限内；

（4）商家同意接受、认可和遵守苏宁云台全部规则；

（5）商家符合苏宁易购要求的其他条件。

第二十三条　商家存在以下任一情形的，苏宁易购有权予以清退：

（1）假冒他人商标的；

（2）向苏宁易购提供伪造、编造的商家资质或商品资质的；

（3）不符合当年度《苏宁云台招商标准》的；

（4）严重违规扣分达九十六分的；

（5）当年度内被降段处理达六次的，或降段处理前一般违规扣分超过 96 分的；

（6）其他符合苏宁易购对外公示的清退条件的。

第二节　经营

第二十四条　商品发布

1、商家应当按照苏宁云台系统设置的流程和要求发布商品，不得发布违法、侵权、禁售或损害消费者、其他经营者利益的商品及信息，并严格遵守《苏宁云台店铺装修管理规范》、《苏宁云台商家商品发布规范》及各类目细则。

2、商家在发布和介绍商品时，应遵守“商品如实描述”义务。

“商品如实描述”是指商家在商品描述页面、店铺页面、活动页面、在线客服界面等所有苏宁易购网站提供或商家自主维护的宣传渠道中，应当对商品的基本属性、品质、瑕疵等必须说明的信息进行真实、完整的描述。

第二十五条　商品质量

1、商家应保证其出售的商品为正品行货，符合国家关于产品质量的要求以及相关国家、行业及企业标准，并在合理期限内可以正常使用（包括但不限于商品不存在危及人身财产安全的不合理危险、具备商品应当具备的使用性能、符合商品或其包装上注明采用的标准等）。

2、苏宁易购将对商品进行不定期的抽检，以监控、引导和管理苏宁云台商家的产品质量，详见《苏宁云台商家商品质量管理规范》、《苏宁云台商家商品抽检管理规范》。

第二十六条　发货

1、商家应在订单成交后 48 小时内发货（预售、定制或其他特殊情形除外、海外购除外），并及时在商家管理后台中上传物流单号。预售、定制或其他特殊情形的发货时间，遵照《苏宁云台商家发货管理规范》的规定。

为保护商家利益，苏宁易购将取消买家未在提交后 24 小时内付款的在线支付订单。此外，若商家认为订单符合《苏宁云台非正常订单处理程序》规定的非正常订单条件的，可以申请苏宁易购取消相关订单，并按要求提供相关凭据和承诺。苏宁易购受商家委托取消订单的，商家无需发货。

2、买家提出的未及时收货或未收到货的投诉，由商家就买家已收到货物承担举证责任，提供物流单号、签收凭证等材料。

第二十七条　退换货

1、 商家可以在商品页面向买家明示相应商品的退换货规则，但不得违反《消费者权益保护法》、国家三包规定（即《部分商品修理更换退货责任》、《微型计算机商品 修理更换退货责任规定》、《移动电话机商品修理更换退货责任规定》等规定）等强制性规定。商家未在页面公示退换货规则或公示的退换货规则不明确的，应当按照苏宁易购网站帮助中心公示的《退换货政策》及《苏宁云台商家无理由退换货实施细则》的规定提供退换货服务。

2、买家的退货申请符合退换货条件的，商家应当办理退货，或者通过与买家协商，由买家取消退货申请；买家的退货申请不符合退换货条件的，商家有权接受或拒绝，但应在规定期限内在苏宁云台进行相应操作。

（1）商家上传物流单号前，买家申请退款（退货）的，商家应当立即停止发货，并可申请退货之时起 48 小时内与买家沟通，并在苏宁云台维护与买家沟通的结果；如 48 小时届满，商家未在苏宁云台对退货申请作任何操作，退货申请自动通过，系统进入退款流程。

（2）商家上传物流单号后，买家申请退货的，商家可在申请退货后 48 小时内与买家沟通，并在苏宁云台中维护与买家沟通的结果；如 48 小时届满，商家未在苏宁云台对退货申请作任何操作的，退货申请自动通过，系统进入买家退货流程。

（3）买家收货后申请退货的，商家可在申请退货后 48 小时内与买家沟通，并在苏宁云台中维护与买家沟通的结果；如买家提出退货后未更改其退货请求的，退货申请自动通过，系统进入买家退货流程。

3、商家同意退货后，苏宁易购将在买家回邮商品后通知易付宝退款给买家。如果商家不同意退款，应当在买家回邮商品后通知苏宁易购，并说明详细的理由并提供证据。

第二十八条　商家使用苏宁云台自主售后服务系统的，应遵守《苏宁云台商家自主售后服务规则》。

第三节　客户服务

第二十九条　商家须指派专门的客户服务团队（或人员）对买家的咨询、评价和客诉进行回复和处理，商家回复和客诉处理应及时、礼貌并具有针对性。

第三十条　商家回复存在以下情况的，苏宁易购有权予以删除：

（1）包含违反法律、法规以及社会道德标准的；

（2）与实际情况严重不符，恶意歪曲的；

（3）含有私人信息：如手机号，QQ 号等；

（4）涉及外网链接、网络广告以及兜售商品等；

（5）含有恶意诋毁、谩骂等不文明用语的；

（6）涉及淫秽色情、赌博、毒品等；

（7）涉嫌诋毁苏宁易购或其关联公司声誉和形象的。

买家的咨询和评价存在以上情况的，商家可申请苏宁易购予以删除。

第三十一条　商家使用苏宁云台在线客服系统的，应当遵守《苏宁易购在线客服系统服务使用规范》，不得将苏宁云台在线客服系统用于任何非法或与商品交易无关的目的，不得破坏或干扰苏宁云台在线客服系统的正常运行。

第三十二条　商家对买家评价的回复，应当遵循《苏宁易购买家评价及商家回复管理规范》。

买家评价包括商品满意度、服务满意度、物流满意度三项，包含“文字评价”和“图片评价”，近一百八十天内所有评价分值的动态均值为店铺评分。

评价应当基于真实的交易，并应客观体现商品、物流及服务质量。禁止任何主体从事虚假交易或者恶意使用低价的非主营商品刷好评。

第三十三条　商家在处理客诉时，应当遵守《苏宁云台商家客诉回复规范》。

第四章　市场管理

第一节　市场管控措施

第三十四条　为了提升买家体验，维护苏宁云台正常、有序的经营秩序，当苏宁易购获知商家涉嫌违法、违规时，为防止事态恶化，苏宁易购有权根据自身判断，对商家采取临时性市场管控措施。苏宁易购获知商家涉嫌违法、违规的信息渠道包括但不限于：

（1）消费者投诉；

（2）媒体采访、曝光；

（3）政府部门的协查要求；

（4）社会公众举报；

（5）苏宁易购自查。

第三十五条 临时性市场管控措施包括：

（1）警告，是指通过口头或书面形式对商家不当行为进行提醒或告诫；

（2）下架，是指将商家出售中的商品转移至线上待售商品，或停止展示发布；

（3）单个商品搜索降权，是指调整商品在搜索结果中的排序；

（4）全店商品搜索降权，是指调整会员店铺内所有商品在搜索结果中的排序；

（5）单个商品搜索屏蔽，是指商品在搜索结果中不展示；

（6）全店商品搜索屏蔽，是指商家店铺内所有商品在搜索结果中都不展示；

（7）单个商品单一维度搜索屏蔽，是指商品信息在按价格、信用、销量等单一维度的搜索结果中默认不展示，但可经买家主动选择后展示；

（8）全店商品单一维度搜索屏蔽，是指店铺内所有商品在按价格、信用、销量等单一维度的搜索结果中默认不展示，但可经买家主动选择后展示；

（9）限制参加营销活动，是指限制商家参加苏宁易购发起的营销活动或者限制商家使用全部或部分营销工具；

（10）限制使用在线客服系统，指限制商家使用苏宁易购网站在线客服系统；

（11）限制使用电子面单服务，指限制适用苏宁云台电子面单服务；

（12）支付违约金，是指根据协议约定或本规范规定由商家向买家和/或苏宁易购支付一定金额的违约金；

（13）易付宝账户强制冻结，是指对与商家的易付宝收款账户采取的限制措施，包括但不限于取消收款功能、取消提现功能、禁止余额支付、冻结资金、冻结交易、永久冻结易付宝账户等；

（14）店铺屏蔽，是指在搜索、导航、营销等各项服务中对商家店铺及商品等信息进行屏蔽；

（15）清退店铺，是指商家全店商品下架，店铺屏蔽，进入资金清算阶段（包括但不限于冻结易付宝账户、罚没保证金、支付违约金和返还商家剩余资金等）；

（16）监管，包括商品监管和店铺监管，是指对商家的商品或店铺进行重点监控，若在监控期内发生违规行为，将立即从重执行相关管控措施，包括但不限于警告、下架、店铺屏蔽、限制发布商品、清退店铺等；

（17）参加考试，指针对部分可以通过以考代罚解除扣分的违规项，在违规后，参加线上规则考试解除违规扣分；对于处罚扣分到达一定段位屏蔽店铺的，通过参加线上规则考试解除店铺屏蔽。详情见《商家以考代罚及段位处罚考试规则》。

第二节　市场管理情形

第三十六条　商家应积极提升自身经营状况，为买家提供高品质的商品及优质的服务。对于商品品质好、服务质量高的商家，苏宁易购会适当给予鼓励或扶持。

第三十七条　商家应遵照苏宁云台交易流程的各项要求进行交易，合理保障买家权益。商家如发生危及交易安全或苏宁云台账户安全的行为，苏宁易购将依照其行为的危险程度采取苏宁云台账号冻结措施、易付宝账户强制冻结措施、关闭店铺、店铺监管、限制使用在线客服系统、全店商品屏蔽及全店商品搜索降权等交易安全保护措施对其进行临时性的市场管控。

第三十八条　经新闻媒体曝光或国家质监部门通报质量不合格的品牌、品类或批次的商品，苏宁易购将对此类商品进行屏蔽或下架。

经苏宁易购抽检不合格的商品，苏宁易购将对商品进行监管，并视严重程度，对商品给予警告、搜索降权、屏蔽或下架处理；对同一商家同一批抽检中发现两种或以上商品不合格，苏宁易购将对店铺进行监管，并视严重程度，对商品或店铺给予下架或者屏蔽处理。

第三十九条　商家应根据合同约定或规则规定在保证金不足之日起十日内缴纳或补足保证金。若保证金余额不足，且经苏宁易购催缴后未及时缴纳或补足的，给予店铺屏蔽，直至足额缴纳为止。

第四十条　商家应当保证其资质文件在合同期间持续有效。合同期内，商家资质失效的，应当在失效前提供有效资质；商家资质复查不合格的，应当在接到不合格通知后十五日内提供合格资质。商家未及时提供有效、合格资质的，给予店铺屏蔽，直至资质审查合格为止；经催告仍未提供的，苏宁易购有权清退店铺。

第四十一条　商家应严格遵守《苏宁云台商家商品发布规范》。商家若违反《苏宁云台商家商品发布规范》中关于商品发布的规定，苏宁易购将对其违规商品给予下架处理。

第四十二条　商家报名参加营销活动，如涉嫌违反法律、法规或部门规章的规定，或者违反《苏宁易购营销平台商家管理规则》、《苏宁云台商家广告宣传管理规范》的，苏宁易购有权视情节对违规商品进行警告、搜索降权或搜索屏蔽；情节严重的，将限制商家参加营销活动、下架商品或屏蔽店铺。

第五章　违规行为及违规处理

第一节　违规行为

第四十二条　违规行为根据情节严重程度分为严重违规行为和一般违规行为，二者分别扣分、分别累计、分别执行。

（1）严重违规行为，是指违反法律法规中的禁止性规定，或者严重破坏苏宁云台经营秩序的行为；

（2）一般违规行为，是指除严重违规行为之外的违规行为。

第四十三条　严重违规行为和一般违规行为的种类及扣分、处理规则详见《商家违规行为及处理规则》。

第二节　违规处理措施

第四十四条　为保障买家、商家及苏宁易购的正当权益，在商家违规处理期间，苏宁易购按照本规范规定的情形对商家采取以下违规处理措施：

（1）限制参加营销活动，指限制商家参加苏宁易购发起的营销活动；

（2）限制创建店铺，指限制商家在苏宁云台创建新的店铺；

（3）限制发布商品，指限制商家发布新商品；

（4）限制社区功能，指限制商家使用评价、晒单、咨询、营销活动等社区类服务；

（5）限制使用在线客服系统，指限制商家使用苏宁易购网站在线客服系统；

（6）店铺屏蔽，指在搜索、导航、营销等各项服务中对商家店铺及商品等信息进行屏蔽；

（7）关闭店铺，指删除苏宁云台商家的店铺，下架店铺内所有出售中的商品，限制发布商品，并限制创建店铺；

（8）公示警告，指在苏宁云台的店铺页面、商品页面、在线客服系统界面等门户页面，对商家正在被执行的处罚措施进行公示；

（9）查封账户，指永久禁止商家使用违规账户登录苏宁云台、使用在线客服系统等工具。

第三节　违规处理

第四十五条　商家发生违规行为的，苏宁易购将对其行为进行纠正，并处以违规扣分。

第四十六条　苏宁易购对商家违规行为的纠正，是指：

（1）发布违禁信息的，对商家所发布的违禁商品或信息及因此产生的交易评价进行删除；

（2）发布非约定商品的，对商家所发布的非约定商品或信息进行删除；

（3）盗用他人账户的，收回被盗账户并使原所有人可以通过账户申诉流程重新取回账户；

（4）泄露他人信息的，对商家所泄露的他人隐私资料的信息进行删除；

（5）滥发信息的，删除商家所滥发的商品或信息，或关闭经营绩效相对较低的关联店铺；

（6）虚假交易的，对涉嫌虚假交易的商品以及虚假交易中产生的店铺评分、销量与评价给予删除处理；

（7）描述不符的，商家对商品材质、成份、品质等信息的描述与买家收到的商品严重不符，或导致买家无法正常使用的，删除该描述不符的商品；商家未对商品瑕疵等信息进行披露或对商品的描述与买家收到的商品不相符，且影响买家正常使用的，苏宁易购将下架该描述不符的商品；

（11）违背承诺的，商家须履行如实描述义务或买家保障服务规定的赔付、退货、换货、维修等服务，或商家须按实际交易价款向买家或苏宁易购提供发票，或商家须向买家支付因未按约定时间发货（延迟发货）而产生的违约金；

（12）不当注册的，对使用软件、程序方式大批量注册而成的账户进行查封，并对滥用权利导致的订单予以关闭；

（13）不当使用他人权利的，对商家所发布的不当使用他人权利的商品或信息进行删除；

（14）假冒材质成份的，对商家所发布的假冒材质成份的商品进行删除。

第四十七条　被执行段位处理的商家，当其全部违规行为被纠正、违规处理期届满且违规处理措施执行完毕后，方可恢复正常状态。

第四十八条　就商家的首次或者非故意实施的违规行为，情节轻微且未造成恶劣影响的，苏宁易购可视情况仅给予纠正和教育，不作违规处理。

第四十九条　苏宁易购对商家的严重违规行为采取以下违规处理方式：

（1）商家严重违规扣分累计达二十四分的，给予店铺屏蔽、限制发布商品、限制创建新店铺、限制社区功能及公示警告七天，限制参加苏宁易购网站营销活动十天，向苏宁易购支付违约金六千元的处理；

（2）商家严重违规扣分累计达四十八分的，给予店铺屏蔽、限制发布商品、限制创建新店铺、限制社区功能及公示警告十四天，限制参加苏宁易购网站营销活动二十天，向苏宁易购支付违约金八千元的处理；

（3）商家严重违规扣分累计达七十二分的，给予店铺屏蔽、限制发布商品、限制创建新店铺、限制社区功能及公示警告二十一天，限制参加苏宁易购网站营销活动三十天、向苏宁易购支付违约金一万元的处理；

（4）商家严重违规扣分累计达九十六分的，苏宁易购对商家作清退处理，查封账户，扣除全部保证金，违约金不足弥补损失的，商家仍应予以赔偿。

此外，对买家或苏宁易购造成损失的，商家须承担赔偿责任。

第五十条　苏宁易购对商家的一般违规行为采取以下违规处理方式：

商家因一般违规行为被扣分的，每扣二十四分即被给予店铺屏蔽三天，限制参加苏宁易购网站营销活动七天，向苏宁易购支付违约金四千元的处理。

第五十一条　商家因严重违规单次扣分较大，导致累积扣分满足多个段位处理条件的，或在被处理期间（24 小时内）又须执行其他段位处理的，仅执行最重的段位处罚。

第五十二条　商家年度违规累计扣分将于当年度十二月三十一日二十四时清零。

第五十三条　商家因违规被清退的，对于其入驻苏宁云台的关联公司及关联店铺，苏宁易购有权视情况予以清退。

商家因违规被清退后，实际控制人以其他经营实体名义进驻苏宁云台的，无论该经营实体在入驻后是否存在违规行为，苏宁易购均有权在发现后立即予以清退。

被执行节点处理的商户，当其全部违规行为被纠正、违规处理期间届满、违规处理措施执行完毕后，方可恢复正常状态。

第四节　违规的执行

第五十四条　对违规行为的投诉，被投诉商家须在被投诉之日起二十四小时内提交证据。逾期未提交证据的，苏宁易购有权根据当时所掌握的情况进行判断与处理。无需证据证明的违规行为的判断与处理，苏宁易购可在收到投诉后立即进行。

第五十五条　除非本规范另有规定，商家自行作出与本规范相悖的承诺或说明，商家不得据以作为不遵守本规范的依据；除证据有误或判断错误的情形外，对违规行为的处理不中止、不撤销。

第五十六条　商家收到违规处理通知后七十二小时内，有权提出申诉，并提供具体的申诉请求、理由及证明材料。商家未及时提出申诉的，视为认可苏宁易购对违规事实的认定和处理。

第六章　附　　则

第五十七条　本规范的变更内容不溯及既往。苏宁云台商家的行为，发生在本规范生效前的，适用当时的规范；发生在本规范生效后的，适用本规范。

第五十八条　苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并以公告的形式向商家公示，调整后的规范自发布之日起满七日生效。

第五十九条　本规范中的“天”，以 24 小时计算；本规范中的“以上”，包含本数，“以下”，不含本数。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2019 年 5 月 7 日

【生效时间】2019 年 5 月 14 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

二、*招商合作*

招商标准

苏宁易购招商标准

第一章 概述

第一条 为指引卖家规范入驻苏宁易购开放平台（即“苏宁云台”），确保卖家在苏宁易购合规、诚信经营并提供优质的商品/服务，维护苏宁易购网站正常的交易秩序，保护苏宁易购买家合法权益，根据《网络交易管理办法》等法律法规及《苏宁云台服务协议》，制定本标准。

第二条 卖家入驻苏宁易购经营的类目、选择的店铺类型、提交的资质材料以及收费标准等，均需遵守/适用本标准及本标准指引的其他苏宁易购管理规则的有关规定。

第三条 本标准适用于除苏宁海外购、苏宁二手以外的所有苏宁云台卖家。

第四条 苏宁云台将结合各行业发展动态、国家相关法律规定、消费者购物需求及平台经营需要，不定期更新本标准。

第二章 入驻注意事项

第四条 苏宁易购入驻申请流程及招商标准说明均以苏宁云台官方招商页面为准。

第五条 苏宁云台有权根据包括但不限于平台类目管理、品牌需要及卖家公司经营状况、服务水平等因素退回/拒绝卖家入驻申请。

第六条 苏宁云台有权在卖家申请入驻后及后续经营阶段要求卖家提供其他经营资质。

第七条 卖家须如实提供相关资质和信息材料：

（一）卖家应确保申请入驻及后续经营阶段提供的相关资质和信息的真实性、完整性、有效性（若卖家提供的相关资质为第三方提供，包括但不限于商标注册证、授权书等，请务必先行核实文件的真实/有效/完整性），一旦发现虚假资质或信息的，苏宁云台将不再与卖家进行合作并有权根据苏宁云台平台规则及与卖家签署的相关协议之约定进行处理；

（二）卖家应如实提供其店铺运营的主体及相关信息，包括但不限于店铺实际经营主体、代理运营公司等信息；

（三）苏宁云台关于卖家信息和资料变更有相关规定的从其规定，但卖家如变更第七条第（二）项所列信息，应提前 10 日书面告知苏宁工作人员；如未提前告知苏宁，苏宁云台有权根据苏宁云台平台规则进行处理；

苏宁工作人员联系方式详见《苏宁易购运营人员联系方式》；

（四）卖家所需提供的资质材料必须加盖公司红色公章后再扫描上传，否则苏宁云台有权拒绝商家的入驻申请。

第八条 苏宁云台暂不接受个体工商户的入驻申请，卖家须为正式注册企业，亦暂时不接受非中国大陆注册企业的入驻申请（非中国大陆注册企业可以申请入驻苏宁海外购）。

同时公司注册资本原则上不得少于 30 万元，实缴注册资本不得少于 10 万元。

第九条 卖家必须能够给买家/苏宁易购及其关联公司提供正规发票，且发票盖章的公司名称必须与卖家和苏宁云台合作的公司名称保持一致。

第十条 苏宁云台暂不接受未取得国家商标总局颁发的商标注册证或商标受理通知书的品牌入驻开店申请，亦不接受纯图形类商标的入驻申请。

卖家提供商标受理通知书（TM 状态商标）的，注册申请时间须满三个月。

第三章 招商类目及其管理要求

第十一条 苏宁云台招商类目详见《苏宁易购招商类目一览表》。

第十二条 卖家入驻苏宁易购有多个类目经营需要的，需严格遵守《苏宁易购跨类目经营一览表》。

第四章 店铺类型分类及资质要求

第一节 店铺类型及分类

第十三条 店铺类型及分类以及注意事项详见《苏宁易购店铺类型及命名规则》。

第十四条 店铺命名规则及注意事项详见《苏宁易购店铺类型及命名规则》。

第十五条 店铺域名设置及注意事项详见《苏宁易购店铺二级域名使用规则》。

第十六条 店铺装修管理要求及注意事项详见《苏宁易购店铺装修管理规范》。

第二节 店铺资质要求

第十七条 根据卖家入驻开设店铺类型不同，卖家需要按照以下要求提供店铺经营资质。

内涵	旗舰店	专卖店	专营店
含义	旗舰店，是指商户以自有品牌（商标含“R”或“TM 状态”），或由权利人出具在苏宁易购开设旗舰店的独占性授权文件，入驻苏宁易购（“苏宁云台”，即苏宁易购开放平台）开设的店铺。	专卖店，是指商户以自有品牌（商标含“R”或“TM 状态”），或由权利人出具在苏宁易购开设专卖店的授权文件，入驻苏宁易购（“苏宁云台”，即苏宁易购开放平台）开设的店铺。	专营店，是指同一苏宁经营大类下经营自有品牌（商标含“R”或“TM 状态”）或他人授权品牌的店铺。
情形	苏宁易购旗舰店，可以有以下情形：	苏宁易购专卖店，可以有以下情形：	苏宁易购专营店，可以有以

	（1）经营一个品牌商品的旗舰店； （2）经营多个品牌商品且各品牌为同一实际控制人的旗舰店（自有品牌的子品牌可以放入主品牌旗舰店，但主/子品牌的商标权利人应为同一实际控制人）； （3）卖场型品牌（服务类商标）商标权人开设的旗舰店，卖场型旗舰店由苏宁邀约入驻； （4）外国公司注册的品牌，在中国无下属子（分）公司，由中国总代理(或大陆地区总代理)开设的旗舰店。	（1）经营一个授权品牌的商品，获得品牌（商标）权利人普通授权的商家专卖店； （2）经营多个授权品牌的商品，且各品牌归同一实际控制人，商家获得该实际控制人授权的商家专卖店。	下情形： （1）同一经营大类下经营自有品牌或他人授权品牌商品的专营店； （2）同一经营大类下既经营他人授权品牌商品又经营自有品牌商品的专营店。
分类	旗舰店分单品牌旗舰店、多品牌旗舰店及卖场型旗舰店： （1）单品牌旗舰店有且仅能经营一个品牌； （2）多品牌旗舰店可以经营两个及以上品牌，但所经营品牌应当归属于同一实际控制人； （3）卖场型旗舰店申请入驻时必须提供服务类商标，品牌资质要求同专营店资质要求。	专卖店分单品牌专卖店、多品牌专卖店： （1）单品牌专卖店有且仅能经营一个品牌； （2）多品牌专卖店可以经营两个及以上品牌，但所经营品牌应当归属于同一实际控制人。	/
注意事项	（1）若商户以自有品牌开设旗舰店的，如商标状态为“TM”标，“商标注册申请受理通知书”需满三个月； （2）以代理品牌入驻的，商户需要提供权利人出具的独占性授权文件，若商标权人为自然人，同时还需要提供境内权利人亲笔签名的身份证正反复印件，境外自然人则需提供其亲笔签名的护照复印件； （3）若商户经营出售多个自有品牌的旗舰店，需提供品牌属于同一实际控制人的证明材料； （4）若商户经营卖场型旗舰店，需提供服务类商标注册证或商标注册申请受理通知书； （5）以自有品牌入驻的，需要提供“商标注册证”或“商标注册受理通知书”，以代理品牌入驻的，除需要提供 “商标注册证”或“商标注册受理通知书”外，还需要提供以商标权利人授权的独占性授权书。	（1）商户入驻需提供 “商标注册证”，及以商标权利人的完整授权文件，若商标权人为自然人，同时还需要提供境内权利人亲笔签名的身份证正反复印件，境外自然人则需提供其亲笔签名的护照复印件； （2）若商户经营出售多个品牌的专卖店，仍需提供品牌属于同一实际控制人的证明材料； （3）专卖店命名中，若企业字号与品牌名一致，则启用以下规则：品牌名+企业行业词/区域+专卖店。 （4）如商标状态为“TM”标，商标局颁发“商标注册申请受理通知书”需满三个月，且商标需为入驻商户自有品牌。 （5）品牌（商标）权利人出具的授权文件不得有地域限制。	（1）以自有品牌入驻的，需要提供“商标注册证”或“商标注册受理通知书”； （2）以代理品牌入驻的，除需要提供 “商标注册证”或“商标注册受理通知书”外，还需要提供以商标权利人为源头的完整授权文件，若商标权人为自然人，同时还需要提供境内权利人亲笔签名的身份证正反复印件，境外自然人则需提供其亲笔签名的护照复印件。

（一）针对“三证合一”、“五证合一”情况的处理：

1、一证三号

营业执照上分别载有营业执照号、组织机构代码证号以及税务登记证号，不再单独颁发税务登记证和组织机构代码证。三证均上传营业执照，三证号码按照营业执照上对应号码填写，有效期均按照营业执照有效期填写。

2、一证一号

（1）营业执照注册号：按照统一社会信用代码填写，上传新版营业执照即可；

（2）税号：需填写目前正常开票的税号（新成立公司初始税号为 18 或 25 位的可填写 18 或 25 位的号码），鉴于部分地区仍用旧税号开票，可提供最近的一张发票连同三证合一的营业执照一并盖章上传，并填写发票上的税号；

（3）组织机构代码证编号；

①仍用组织机构代码证旧证：上传老证并依证填写有效期，若已过期有效期填写营业执照有效期即可；

②若商户提供三证合一资质，号码为 18 位的统一社会信用代码的，组织机构代码证编码填写倒数第 10 位至倒数第 2 位（共 9 位数字的主体标识码），此有效期需与营业执照保持一致；

③如有特殊情况可联系招商人员另行沟通，具体详见《苏宁易购招商人员联系方式》。

（二）授权有关说明

1、以商标持有人为源头的一级授权，是指商标权人授权卖家销售其品牌的商品；

2、以商标持有人为源头的二级内完整授权，是指商标权人授权某公司销售其品牌商品，该公司授权卖家销售该品牌商品，卖家需提供商标权人给予某公司的授权书及某公司给卖家的授权书；

以此类推以商标持有人为源头的二级/三级/四级/五级内完整授权。

（三）若经营属于《强制性商品认证管理规定》范围的商品，需提供生产厂家的《中国国家强制性商品认证证书》（即 3C 认证证书）。

（四）请各卖家做好商品检测报告等重要资质及其他店铺入驻资质的申请/备案，自行做好吊牌、水洗标等商品标识标志的检查工作，使之符合法律、法规及行业标准的要求，苏宁云台将会进行不定期抽检。

（五）该标准在法律允许范围内如需调整，苏宁云台将依法提前公示并通知卖家。

第三节 类目资质要求

第十八条 卖家申请经营各类目需要提供的类目资质要求详见《苏宁易购各类目招商资质要求》。

第五章 收费标准及明细

第十九条 卖家入驻苏宁易购，需要缴纳类目保证金，有关类目保证金的标准、缴纳、退还及其他管理规定，详见《苏宁易购保证金管理规范》。

第二十条 卖家入驻苏宁易购，需要缴纳信息技术服务年费，有关类目信息技术服务年费

的标准、返还及其他管理规定，详见《苏宁易购 2020 年商家年费退返还及开票细则》。

第二十一条 卖家根据经营类目在达成每一单交易时需按比例（该比例在与卖家签署的相关协议中称为“佣金”或“扣点”）向苏宁易购缴纳费用。

苏宁云台各经营类目对应的佣金标准详见《苏宁易购 2020 年收费一览表》。

第二十二条 卖家与苏宁易购签订《苏宁云台服务协议》等合作协议时，选择对合作协议进行公证服务时，需要缴纳合同公证服务费用。

2020 年合同公证服务费用为免费。

第二十三条 卖家设置苏宁联盟推广带来顾客下单的，卖家需要承担相应的苏宁联盟推广费用，具体类目和网站联盟基础佣金收费标准详见《苏宁易购网站联盟（网盟）收费标准》。

第六章 店铺服务期

第二十四条 卖家每个店铺的第一个服务期自服务开通之日起至最先到达的 12 月 31 日止，第二个服务期自次年 1 月 1 日起至次年 12 月 31 日止，第三个、第四个……服务期以此类推，以一年为周期，除非店铺或与卖家签署的相关协议提前终止。

第二十五条 卖家每个店铺的服务开通之日以苏宁云台通知或系统记录的时间为准。

第二十六条 卖家应在店铺每个服务期届满前 30 日向甲方提出续展的申请，缴纳续展服务期的信息技术服务年费和提交其/更新其经营所需的全部有效资质，并经苏宁云台审核。

第二十七条 卖家未提出续展申请或申请未通过苏宁云台审核的，自店铺服务期满之日起，苏宁云台将不再向卖家提供该店铺的任何服务。

第七章 附则

第二十八条 本标准中的“日”如无特殊说明均指连续的自然日，如 10 日是连续 10 个自然日。

第二十九条 苏宁云台卖家的行为，发生在本标准生效之日以前的，适用当时的标准；发生在本标准生效之日以后的，适用本标准。

第三十条 苏宁云台可能随时修改、补充或更新本规则，并在该规则生效前在苏宁易购规则中心等渠道给予以公告，上述公告一经发布即视为通知所有使用苏宁云台系统服务的主体，并自生效之日起视为卖家接受变更后的规则内容。有关生效日期另行规定的，从其规定。

第三十一条 本规则于 2019 年 12 月 23 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 12 月 30 日 00:00 生效。如有修改，另行公示。

苏宁易购招商类目一览表

苏宁易购招商类目一览表			
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目
运动户外	运动/瑜伽/健身/球迷用品		
	自行车/骑行装备/零配件		
	运动鞋		
	运动服/休闲服装		
	运动包/户外包/配件		
	户外/登山/野营/旅行用品		
	电动车/配件/交通工具		
	票务/卡券		
服饰鞋帽/箱包皮具	箱包皮具		
	服饰鞋帽		
珠宝配饰/礼品/工艺品	乐器		
	礼品		
	眼镜		
	钟表		
	珠宝/黄金/钻石/翡翠	黄金/K 金饰品	
		珀金饰品	
		金银投资	投资金
			投资银
		钻石饰品	
		翡翠饰品	
		其他玉石饰品	
		琥珀饰品	
		其他宝石饰品	
		珍珠饰品	
	时尚饰品/饰品配件	银饰品	
		水晶饰品	
		玛瑙饰品	
		木饰品	
		时尚饰品	
		饰品配件	
		首饰收纳	
	工艺品		
汽车用品	汽车用品	电子电器	
		汽车装饰	

		安维配件	
		电子配件	
		儿童安全座椅	
		系统养护	加油卡
			机油
			自驾装备
			应急用品
			其他三级类目
		整车/服务	
	汽车服务	安装服务	
		汽车保养服务	
		洗车美容服务	
		汽车服务储值卡	
		汽车培训	
		维修服务	
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目
家装家具家纺	家装建材及五金	家装主材	涂料
			油漆
			其他三级类目
		基础建材	玻璃
			其他三级类目
		电子电工	电线
			其他三级类目
		装修设计/施工/监理	
		其他二级类目	
	家纺	床上用品	
		家居纺织品	
		床品定制/定做	
居家日用	宠物/宠物食品及用品	宠物食品	
		其他二级类目	
	生活日用家庭清洁	清洁用品	家居清洁
			家私/皮具护理
			生活用纸
			衣物洗护
			其他三级类目
		生活日用	
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目
食品及酒水	国产食品	食品礼盒	粮油礼盒
			其他三级类目
		休闲零食	
		调味品	
		糖果巧克力	

		粮油	
		茗茶	
		坚果/蜜饯	
		糕点	
		干货	
		冲调谷物/饮品	
		饼干	
		方便速食	
	国产酒水	水/饮料	咖啡/可可/植物蛋白饮料
			其他三级类目
		礼盒	
		酒	
		其他二级类目	
	生鲜	生鲜礼盒	
		其他二级类目	
	进口食品	进口粮油	进口干货
			其他三级类目
		进口食品礼盒	
		其他二级类目	
	进口酒水		
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目
美妆	美妆	口腔护理	
		女性护理	
		其他二级类目	
母婴	母婴	奶粉	
		婴儿辅食	
		母婴类营养品	
		纸类用品	
		童装童鞋	
		玩具	
		母婴类洗护用品	
		孕婴童用具	儿童拉杆箱
			其他三级类目
		童车、儿童家具	
		孕妈服饰及用品	
		孕婴童床上用品	
		母婴服务	月子餐
			其他三级类目
图书音像	文化制品	一般图书	
		音像制品	
		期刊杂志	
		进口原版书	

经营大类	一级类目	二级类目	三级类目
医药健康	营养保健	传统滋补营养品	
		保健品/膳食补充剂	
	医疗健康服务		
	隐形眼镜/配套用品		
	成人用品		
	OTC 药品/医疗器械	OTC 药品	
		保健理疗	脂肪测量仪
			制氧机
			护膝/护腰/护肩/护颈/护腿/护腕/护肘
			其他三级类目
		医疗器械	轮椅
			耳温枪
			血糖仪
			电子体温计
			助听器
			其他三级类目
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目
家用电器	生活电器	美健电器	
		小件厨房电器	西式厨房
			常规厨房（微波炉）
			其他三级类目
		厨房工具	
		其他二级类目	
	家用视听设备及相关配件	电视机	平板电视机
		家用音箱	
		工程音箱	
		影音播放机	
		电视配件	
	冰箱洗衣机及相关配件	冷藏电器	
		洗（干）衣机	
		冰洗配件	
	厨房卫浴电器	卫浴电器	
		厨房电器	
	空调及相关配件	家用空调	窗机
			挂壁式空调
			立柜式空调
			移动空调
		商用空调	商用单元式空调
			中央空调

			新风系统
		空调附件	家用空调附件
			商用空调附件
		全屋新风净化系统	中央新风系统
			单元式新风系统
		空调智能控制器	家庭智能控制系统
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目
3C 数码	数码照摄	摄像器材	数码摄像机
			数码相机
			光学相机
			单反相机
			镜头
			闪光灯
			航拍摄像器材
			运动摄像器材
			其他三级类目
		其他二级类目	
	电脑	电脑整机	
		服务器/工作站	
		电脑 DIY 产品	
		其他二级类目	
	OA 办公	网络设备/网络相关	网卡
			其他三级类目
		保险及保管箱柜	
		电子电教	音频设备
			其他三级类目
		办公设备	
		办公文具	
		其他二级类目	
	智能设备		
	3C 配件		
	手机		
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目
售后	售后	租赁服务	办公设备租赁
			电子产品租赁
			家电数码租赁
			家电数码租赁
			（健康体检站租赁 ）
			汽车租赁
			智能科技租赁

		空调零部件	空调安装辅材
			空调安装辅材
			（空调氟利昂 ）
			空调维修配件
		黑电零部件	黑电安装辅材
			黑电维修配件
		冰箱零部件	冰箱安装辅材
			冰箱安装辅材
			（冰箱氟利昂 ）
			冰箱维修配件
			数码零部件
			通讯零部件
		洗衣机零部件	洗衣机安装辅材
			洗衣机维修配件
		电脑零部件	电脑安装辅材
			电脑维修配件
		数码零部件	数码安装辅材
			数码维修配件
		通讯零部件	通讯安装辅材
			通讯维修配件
		生活电器零部件	生活电器安装辅材
			生活电器维修配件
		汽车零部件	汽车安装辅材
			汽车零部件
			汽车维修配件
		卫浴零部件	
		家具零部件	
		灯具零部件	
		建材零配件	
		自行车零部件	
		厨电零部件	烟机维修配件
			浴霸安装辅材
			浴霸维修配件
			灶具安装辅材
			灶具维修配件
			电热水器安装辅材
			电热水器维修配件
			洁身器安装辅材

			洁身器维修配件
			净水器安装辅材
			净水器维修配件
			燃气热水器安装辅材
			燃气热水器维修配件
			烟机安装辅材
		商空零部件	商空维修配件
			采暖安装辅材
			采暖维修配件
			商空安装辅材
		光伏零部件	
		培训服务	
		资质认证服务	
		人员定制服务	
		农业服务	无人机飞防服务
			无人机飞防培训服务
		售后服装	
		售后教育培训	
		售后延保	
		家电清洗	
		售后工具	工具箱
			工具
			其他

苏宁易购跨类目经营一览表

第一条【跨类目经营】苏宁云台卖家需要跨大类经营的，参考适用以下标准：

（一）旗舰店/专卖店

1、持有商标注册证的品牌，可以申请其商标注册证上核定使用商品所包含的一级类目；

2、持有商标注册申请受理通知书的品牌，不允许跨苏宁易购经营大类。同一大类下可根据相应的商标注册受理通知书申请苏宁一级类目。

（二）专营店

只可以在同一经营大类下跨类目经营，不得跨大类经营不同类目。

（三）不同店铺类型允许跨类目经营详见下表：

<table>
<tr><th colspan="4">跨类目经营类目一览表</th></tr>
<tr><th rowspan="2">经营大类</th><th rowspan="2">一级类目</th><th colspan="2">旗舰店/专卖店</th><th>专营店</th></tr>
<tr><th>R 标</th><th>TM 标</th><th>-</th></tr>
<tr><td>运动户外</td><td>运动/瑜伽/健身/球迷用品</td><td rowspan="24">可以跨大类经营该品牌核准使用商品所属的一级类目</td><td rowspan="24">不可以跨大类经营，但可以在同一大类下跨一级类目经营该品牌核准使用商品所属的一级类目。</td><td rowspan="24">不可以跨大类经营，但可以在同一大类下跨一级类目经营该品牌核准使用商品所属的一级类目。</td></tr>
<tr><td></td><td>自行车/骑行装备/零配件</td></tr>
<tr><td></td><td>运动鞋</td></tr>
<tr><td></td><td>运动服/休闲服装</td></tr>
<tr><td></td><td>运动包/户外包/配件</td></tr>
<tr><td></td><td>户外/登山/野营/旅行用品</td></tr>
<tr><td></td><td>电动车/配件/交通工具</td></tr>
<tr><td></td><td>票务/卡券</td></tr>
<tr><td>服饰鞋帽/箱包皮具</td><td>箱包皮具</td></tr>
<tr><td></td><td>服饰鞋帽</td></tr>
<tr><td>珠宝配饰/礼品/工艺品</td><td>乐器</td></tr>
<tr><td></td><td>礼品</td></tr>
<tr><td></td><td>眼镜</td></tr>
<tr><td></td><td>钟表</td></tr>
<tr><td></td><td>珠宝/黄金/钻石/翡翠</td></tr>
<tr><td></td><td>时尚饰品/饰品配件</td></tr>
<tr><td></td><td>工艺品</td></tr>
<tr><td>汽车用品</td><td>汽车用品</td></tr>
<tr><td></td><td>汽车服务</td></tr>
<tr><td>家装家具家纺</td><td>家装建材及五金</td></tr>
<tr><td></td><td>家纺</td></tr>
<tr><td>居家日用</td><td>宠物/宠物食品及用品</td></tr>
<tr><td></td><td>生活日用家庭清洁</td></tr>
<tr><td>食品及酒水</td><td>国产食品</td></tr>
<tr><td></td><td>国产酒水</td></tr>
</table>

	生鲜			
	进口食品			
	进口酒水			
美妆	美妆			
母婴	母婴			
图书音像	文化制品			
医药健康	营养保健			
	医疗健康服务			
	隐形眼镜/配套用品			
	成人用品			
	OTC 药品/医疗器械			
家用电器	生活电器			
	家用视听设备及相关配件			
	冰箱洗衣机及相关配件			
	厨房卫浴电器			
	空调及相关配件			
3C 数码	数码照摄			
	电脑			
	OA 办公			
	智能设备			
	3C 配件			
	手机			

第二条【经营大类】 经营大类详见《苏宁易购招商类目一览表》

苏宁易购各类目招商资质要求

苏宁易购各类目招商资质要求					
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
运动户外	运动/瑜伽/健身/球迷用品			品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、若经营的产品需通过国家强制认证，则必须提供该产品对应的 3C 认证书；【点击查看《3C 认证详情》：http://www.cnca.gov.cn/cnca/rdht/qzxcprz/rzml/images/20080701/4755.htm】 3、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 4、经营票务/卡券的，同时需要提供至少一家线下门店信息，具体内容详见“线下门店信息材料”。
	自行车/骑行装备/零配件				
	运动鞋				
	运动服/休闲服装				
	运动包/户外包/配件				
	户外/登山/野营/旅行用品				
	电动车/配件/交通工具				
	票务/卡券				
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
服饰鞋帽/箱包皮具	箱包皮具			品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告。
	服饰鞋帽				
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
珠宝配饰/礼品/工艺品	乐器			品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求	1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告。 3、经珠宝/黄金/钻石/翡翠的，同时需要提供至少一家线下门店信息，具体内容详见“线下门店信息材料”； 4、经营工艺品名人字画，如为真品，需提供作者（所有者）对其作品的销售授权书； 5、若经营乐器类的产品需通过国家强制认证，则必须提供该产品对应的 3C 认证书；
	礼品				
	眼镜				
	钟表				
	珠宝/黄金/钻石/翡翠	黄金/K 金饰品			
		珀金饰品			
		金银投资	投资金		
			投资银		
		钻石饰品			
		翡翠饰品			
		其他玉石			

		饰品			6、经营框架类有度数眼镜（近视、远视）的卖家，需提交验光人员职业资格证书以及验光设备焦度计、验光仪的年度鉴定证书。
		琥珀饰品			
		其他宝石饰品			
		珍珠饰品			
	时尚饰品/饰品配件	银饰品			
		水晶饰品			
		玛瑙饰品			
		木饰品			
		时尚饰品			
		饰品配件			
		首饰收纳			
	工艺品				
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
汽车用品	汽车用品	电子电器		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、若“安全座椅”、“电子/导航商品”类目中的商品需通过国家强制认证，则必须提供该产品对应的 3C 认证书； 3、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 4、经营整车/服务/汽车服务的，同时需要提供至少一家线下门店信息，具体内容详见“线下门店信息材料”； 5、经营整车/摩托车的，还需要提供“中华人民共和国机动车整车出厂合格证”、“车辆一致性证书”及“中华人民共和国机动车整车出厂合格证”；如是进口车辆，还需要提供“中华人民共和国出入境检验检疫进口机动车辆随车检验单”及“代理合同或购销合同”； 6、加油卡类目暂不招商； 7、整车开店卖家（代理商）需要提供《整车卖家开店承诺函》。
		汽车装饰			
		安维配件			
		电子配件			
		儿童安全座椅			
		系统养护	加油卡		
			机油		
			自驾装备		
			应急用品		
			其他三级类目		
		整车/服务	特种车租赁		1、营业执照 2、《道路运输经营许可证》
	汽车服务	安装服务			1、国内经营融资租赁的公司，应当提供融资租赁牌照 2、经营保险销售的需要提供《保险业务经营许可证》 3、保险代销公司需提供《经营保险代理业务许可证》 4、保险机构应按照法律法规要求在页面做好相应的信息披露
		汽车保养服务			
		洗车美容服务			
		汽车服务储值卡			
		汽车培训			
		维修服务			
		汽车金融	汽车保险		

经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
家装家具家纺	家装建材及五金	家装主材	涂料		1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、若经营经营人造板、耐火材料、电线电缆、橡胶软管和软管组合件、橡胶密封制品、电热毯、特种劳动防护用品、水泥、建筑防水卷材、铜及铜合金管材、铝、钛合金加工商品、燃气器具、危险化学品等商品，至少提供一份生产厂家的《全国工业品生产许可证》； 3、若经营电动工具、照明设备、电线电缆、电路开关及保护或连接用电器装置、低压电器、小功率电动机、家用和类似用途设备、安全玻璃、安全技术防范商品、装饰装修材料等类目中的产品需通过国家强制认证，则必须提供该产品对应的3C认证书； 4、特种劳动防护用品要求提供生产企业的《全国工业生产许可证》及《特种劳动防护用品安全标志证书》； 5、声称获得了节能产品认证的灯具生产企业须提供《中国节能产品认证证书》； 6、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有CNAS资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 7、若经营装修设计/施工/监理要求如下： （1）住建部颁发的工程设计与施工资质相应等级证书（主要含室内装修、装饰范围）； （2）各级建设厅颁发的相应的建筑业企业资质证书； （3）工程监理需提供建设部或中国室内装饰协会（含地区性装饰协会）颁发的工程监理资质证书。
			油漆		
			其他三级类目		
		基础建材	玻璃		
			其他三级类目		
		电子电工	电线		
			其他三级类目		
		装修设计/施工/监理			
		其他二级类目			
	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
	家纺	床上用品		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有CNAS资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 3、若经营的产品需通过国家强制认证，如电热毯，则必须提供该产品对应的3C认证书。
		家居纺织品			
		床品定制/定做			
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
居家日用	宠物/宠物食品及用品	宠物食品		品牌授权链路应当完整，暂不做招商	1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件或《进口饲料登记证》【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、若生产厂商经营“畜牧饲料”类目的需提供《饲料生产许可证》； 3、若非生产厂商经营“畜牧饲料”类目的，需提供生产厂商的营业执

		其他二级类目		授权级别要求。	照、《饲料生产许可证》以及品牌商与生产厂商的《委托加工协议》； 4、若生产厂商经营“畜牧药品”类目的需提供《兽药生产许可证》和《兽药 GMP 证书》以及所有单品的《兽药商品批准文号》； 5、若非生产厂商经营“畜牧药品”类目的需提供《兽药经营许可证》、生产厂商的营业执照、《兽药生产许可证》和《兽药 GMP 证书》以及所有单品的《兽药商品批准文号》、品牌商与生产厂商的《委托加工协议》； 6、若生产厂商经营“动物药品及药剂”类目的（畜牧药品除外），需提供《兽药生产许可证》和《兽药 GMP 证书》； 7、若非生产厂商经营“动物药品及药剂”类目的（畜牧药品除外），需提供《兽药经营许可证》； 8、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告。
	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
	生活日用家庭清洁	清洁用品	家居清洁	品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ 证明）】； 2、商品涉及卫生巾、护垫、成人护理纸尿用品、湿巾、面巾、餐巾、手帕纸、沐浴露、私处洗液、洗液、消毒液等需提供生产厂家《消毒商品生产企业卫生许可证》或《化妆品生产企业卫生许可证书》； 3、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告。
			家私/皮具护理		
			生活用纸		
			衣物洗护		
			其他三级类目		
		生活日用	园艺用品		从事主要农作物，林木良种种子生产经营的，需要提供种子《生产经营许可证》
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
食品酒水	营养保健	传统滋补营养品		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	一、若卖家经营国产传统滋补营养品的，需提供以下资质： 1、若卖家是生产厂商，则需提交《食品生产许可证》复印件或《中药饮片 GMP 认证证书》或《中药材 GAP 认证证书》复印件； 2、若卖家非生产厂商或品牌商非生产厂商（品牌系委托他人生产），则需提供以下资质： （1）品牌商与生产厂商间的《委托加工协议》复印件； （2）质监局（或食药监）出具的《委托加工备案登记表》复印件； （3）生产厂商的《食品生产许可证》复印件或《中药饮片 GMP 认证证书》或《中药材 GAP 认证证书》复印件； （4）生产商的企业营业执照副本复印件； （5）卖家的《食品经营许可证》复印件。 二、若卖家经营属于初级农商品的滋补药材的，需提供以下资质： 1、若经营的商品为自产自销的，则需提供种植证明或土地承包证明复印件；若经营的商品为采购的，则需提交供货方的种植证明或土地承包证明复印件、卖家与供货方之间的收购合同；

					2）生产商（种植商）的企业营业执照副本复印件。 三、若卖家经营进口传统滋补营养品的，需提供以下资质： 1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、卖家的《食品经营许可证》复印件。
		二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
		保健品/膳食补充剂		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	四、如卖家经营保健食品保健食品，需要根据以下要求提供资质 （一）国产保健食品： 1、若卖家是生产厂商，则需提供： （1）《保健食品生产企业卫生许可证》或《保健食品 GMP 证书》复印件； （2）所有单品的《保健食品批准证书》（即健字号批件）及其附件（商品说明书）复印件； （3）该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告。 2、若卖家非生产厂商或品牌商非生产厂商（品牌系委托他人生产），则需提供： （1）卖家持有的《食品经营许可证》复印件； （2）生产厂商的企业营业执照副本复印件； （3）生产厂商持有的《保健食品生产企业卫生许可证》或《保健食品 GMP 证书》复印件； （4）品牌商持有的所有单品《保健食品批准证书》（即健字号批件）及其附件（商品说明书）复印件； （5）该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； （6）品牌商与生产厂商间的《委托加工协议》复印件。 （二）进口保健食品 1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、所有单品的《保健食品批准证书》（即健字号批件）及其附件（商品说明书）复印件； 3、卖家持有的《食品经营许可证》复印件。

					五、如卖家经营膳食补充剂食品，需要根据以下要求提供资质 （一）国产膳食补充剂食品 1、若卖家是生产厂商，则需提交《食品生产许可证》复印件，可不提交《食品经营许可证》复印件。 2、若卖家非生产厂商或品牌商非生产厂商（品牌系委托他人生产），则需提供以下资质： （1）品牌商与生产厂商间的《委托加工协议》复印件； （2）质监局（或食药监）出具的《委托加工备案登记表》复印件； （3）生产厂商的《食品生产许可证》复印件； （4）生产商的企业营业执照副本复印件。 3、卖家持有的经省级卫生行政部门备案的所有单品的《商品执行标准》（企业标准）或执行的国家标准、行业标准复印件； 4、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 5、卖家持有的《食品经营许可证》复印件（若销售商品为特殊医学用途食品，经营范围需含特殊医学用途配方食品）。 （二）进口膳食补充剂食品 1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ 证明）】； 2、卖家持有的《食品经营许可证》复印件（若销售商品为特殊医学用途食品，经营范围需含特殊医学用途配方食品）。
					六、注意事项 经营保健食品酒的卖家需持有《酒类流通备案登记表》复印件，或《酒类零售许可证》、《酒类批发许可证》、《酒类产销许可证》复印件。部分地区《食品经营许可证》与《酒类流通备案登记表》两证合一，可只提交许可范围包括酒类的《食品经营许可证》。
	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
	生鲜	生鲜礼盒		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	一、若卖家经营的为 SC 食品，资质同食品酒水其他类目的资质要求。 二、若卖家经营蔬果，须按照以下要求提供资质： 1、近一个批次的《农商品检测报告》或《农药残留检测报告》复印件； 2、若卖家经营的商品是采购的，则需提交供货者提供的销售凭证、销售者与供货者签订的食用农商品采购协议； 3、若为自产自销，需提供种植证明或土地承包证明或由村民委员会、乡镇政府等出具产地证明。 三、若卖家经营鲜活水商品，须按照以下要求提供资质： 1、进货合同或授权或进货发票或养殖证明复印件；

		其他二级类目			2、若卖家经营的为活蟹商品（包括大闸蟹、青蟹等），则必须提交养殖证明复印件；若经营的为阳澄湖产区的大闸蟹，需提供品牌商(或开店主体)的地理标志商品认证证明； 3、检疫报告复印件。 四、若您经营生鲜蛋商品，须按照以下要求提供资质： 1、若为自营，请提供开店公司的养殖证明复印件和《动物防疫条件合格证》； 2、若为采购，请提供开店公司的采购合同、养殖户的养殖证明和《动物防疫条件合格证》。 五、若您经营生鲜肉制品，须按照以下要求提供资质： 1、若为自营，请提供开店公司的养殖证明复印件（若为猪肉商品，需同时提交《生猪定点屠宰证》和《肉品品质检验合格证明》，若为鸡鸭等禽类商品，需同时提交《动物防疫条件合格证》）； 2、若为采购，请提供开店公司的采购合同及上述自营要求资质。 六、注意事项 1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、该类目下非加工制品参考以上标准； 3、该类目下其他加工制品资质参考其他食品类目标准； 4、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告。
	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
	国产食品	食品礼盒	粮油礼盒	品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	若卖家经营国产食品/国产酒水，须按照以下要求提供资质 一、若卖家为生产厂商，需要提供： 1、卖家持有的《食品生产许可证》复印件； 2、若经营酒类商品，需提供卖家持有的《酒类流通备案登记表》复印件，或《酒类零售许可证》、《酒类批发许可证》、《酒类产销许可证》复印件）；部分地区《食品经营许可证》与《酒类流通备案登记表》两证合一，可只提交许可范围包括酒类的《食品经营许可证》。 二、若卖家非生产厂商或品牌商非生产厂商（品牌系委托他人生产），需要提供： 1、卖家持有的《食品经营许可证》复印件； 2、食品生产厂商持有的《食品生产许可证》复印件； 3、提供品牌商与生产厂商间的《委托加工协议》复印件及质监局（或食药监）出具的《委托加工备案登记表》复印件； 4、经营酒类商品，需提供卖家持有的《酒类流通备案登记表》复印件，或《酒类零售许可证》、《酒类批发许可证》、《酒类产销许可证》复印件）；部分地区《食品经营许可证》与《酒类流通备案登记表》两证合一，可只提交许可范围包括酒类的《食品经营许可证》。 三、商家若经营食盐商品，需要提供《食盐批发企业许可证》。
			其他三级类目		
		休闲零食			
		调味品			
		糖果巧克力			
		粮油			
		茗茶			
		坚果/蜜饯			
		糕点			
		干货			
		冲调谷物/饮品			
		饼干			
		方便速食			
	国产酒水	水/饮料	咖啡/可可/植物蛋白饮		

			料		
			其他三级类目		
		礼盒			
		酒			
		其他二级类目			
	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
	进口食品	进口粮油	进口干货	品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	若卖家经营进口食品/国产酒水，须按照以下要求提供资质： 1、卖家持有的《食品经营许可证》复印件； 2、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 3、卖家若经营酒类，还需提供卖家持有的《酒类流通备案登记表》（或《酒类零售许可证》、《酒类批发许可证》、《酒类产销许可证》）复印件）。
			其他三级类目		
		进口食品礼盒			
		其他二级类目			
	进口酒水				
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
美妆	美妆	口腔护理		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	一、若卖家经营国产化妆品，则需按照以下要求提供资质： 1、化妆品生产厂商持有的《化妆品卫生许可证》复印件； 2、化妆品生产厂商持有的《化妆品生产许可证》复印件； 3、化妆品生产厂商企业营业执照副本复印件； 4、若为委托加工，提供“委托加工合同”； 5、若商家经营特殊用途化妆品，需提交特殊用途化妆品卫生许可批件复印件（特殊用途化妆品主要包括：育发类、染发类、烫发类、脱毛类、美乳类、健美类、除臭类、祛斑类、防晒类化妆品）； 6、个人护理的小功率电器，涉及国家强制性安全认证的需提供 3C 认证证书。 二、若您经营进口化妆品，则需按照以下要求提供资质： 1、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】； 2、中华人民共和国进口非特殊/特殊用途化妆品备案凭证复印件。
		女性护理			
		其他二级类目			
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
母婴	母婴	奶粉		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级	1、母婴类化妆品的资质同化妆品的资质要求； 2、母婴类食品保健品的资质同食品保健品的资质要求； 3、母婴用品中用于包装食品的材料或容器，需提供《全国工业商品生产许可证》； 4、儿童自行车、儿童三轮车、儿童推车、婴儿学步车、玩具自行车、电动童车、其他玩具车辆、儿童座椅等需提供 3C 认证证书；
		婴儿辅食			
		母婴类营养品			
		纸类用品			
		童装童鞋			

		玩具		别要求。	5、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ证明）】。
		母婴类洗护用品			
		孕婴童用具	儿童拉杆箱		
			其他三级类目		
		童车、儿童家具			
		孕妈服饰及用品			
		孕婴童床上用品			
		母婴服务	孕产服务		1、需提供品牌线下地址的房产证扫描件或/和房屋租赁合同的扫描件。 2、需提供门店信息表，至少一家实体店铺并需提供实体店铺照片。 3、如经营进口商品，进口品牌需提供国内商标注册证（若提交的是马德里商标，需提供领土延伸证明）
			亲子游乐		如四级类目涉及游乐卡，则无需商标注册证。
			旅游出行		1、总社： 旅行社提供旅行社经营许可证，旅行社责任险保险单； 2、分社： 提供《分社备案登记证明》、旅行社责任险保险单（保险若为总社统一购买请提供总社的）、总社的《旅行社业务经营许可证》。 3、非旅行社商家涉及旅游线路需要提交与景点的合作协议。 如商家为水族馆/海洋世界、动物园的无须提供上述资质，可仅提供《水生野生动物经营利用许可证》或《野生动物经营利用许可证》 4、若经营门票代理业务，商标注册证为选择性提交。
			亲子摄影		1、需提供线下地址的房产证扫描件或房屋租赁合同的扫描件。 2、具有线下门店，且提供门店信息列表并能提供 5 张门店照片，包含不同角度的门店门头照片至少 3 张，以及化妆区域照片、服装区域照片、客户接待区域照片、含营业执照的办公场所照片、可见公司 LOGO 墙或公司名称牌匾照片。 3、如涉及代理合作需要提供与直接服务商授权文件或合作协议等。（此类目下商标注册证为选择性提交）
			少儿教育		1、若经营职业技能培训、职业资格考试类目的开店公司须提交由县级以上人民政府人力资源社会保障行政部门审批通过的相关文件；若为代理招生的，须提交被代理的 职业证照类培训机构的经人力资源社会保障行政部门审批通过的相关文件及相应的委托招生合同或委托招生授权书，上述所涉职业技能培训、职业资格考试的清单。 2、 若经营学历教育培训、学前教育培训、中小幼培训或自学考试培训的开店公司须按照法律法规取得《民办学校办学许可证》。其中婴幼儿早教的《民办学校办学许可 证》为选择性提交；若仅进行高校成人学历招生的代理而不进行教学的,则须由国家指定的成人学历公共服务平台直接进行经营。

					3、若经营运动类目，且涉及游泳、潜水、滑雪、攀岩这四类项目培训的，每个运动项目需至少提交 3 个专业人员（游泳、潜水、滑雪、攀岩社会体育指导员证书）的资格证明及劳动合同
			知识服务		1、若有自主建设网站以及独立 APP 的商家，除需要提供网络文化经营许可证（文网文）外，还需提供增值电信业务许可证。 2、在微信利用微信群、小程序上课的商家，若课程内容为直播类形式，需要商家提供网络文化经营许可证，若课程内容为录播类形式，需要商家提供网络视听节目许可证。
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
图书音像	文化制品	一般图书		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、若经营图书出版物，需提供《图书出版许可证》或《出版物经营许可证》； 2、若经营进口出版物，需提供至少与 1 家出版物进出口公司经销合作的证明文件和该出版物进出口公司持有的《出版物进口经营许可证》或该出版物进出口公司持有的进口出版物备案文件； 3、若经营非进口出版物，非出版社开设店铺的商家，需提供至少 1 家及以上出版社直接授权（点击下载授权模板）。
		期刊杂志			
		进口原版书			
		音像制品			1、若经营音像制品，需提供《音像制品出版许可证》或《音像制品经营许可证》或《出版物经营许可证》； 2、若经营非进口音像制品，非音像公司开设店铺的商家，需提供至少 1 家及以上音像公司直接授权； 3、若经营进口音像制品，需提供至少 1 家音像进出口公司出具的授权书，且需提供该公司的《音像进出口许可证》（点此下载授权书模板）。
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求

医药健康	医疗健康服务			品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	一、若经营体检/口腔/眼科/妇产/儿科/医学美容/皮肤/康复理疗/疗养/中医类目，需提交以下资质： 1、医疗机构入驻时，需提供《医疗机构执业许可证》复印件，经营范围应包括对应科目，医疗服务需要在医疗机构的合法执业地点提供； 2、医疗集团公司入驻时，需提供开店主体与各下属医疗机构之间的股权关系证明，含章程和股权结构图；需提供其下属医疗机构名单及相应的《医疗机构执业许可证》；经营范围应包括对应科目；（点击下载“医疗机构名单表格”） 医疗服务需要在医疗机构的合法执业地点提供；开店公司需提供《无限连带责任保证函》；（点击下载“无限连带责任保证函”） 3、其他公司入驻时（仅限苏宁易购主动邀请），需提供合作医疗机构的直接授权或合作协议，以及该医疗机构的《医疗机构执业许可证》复印件，经营范围应包括对应科目；开店公司需提供《无限连带责任保证函》。 二、若经营基因检测类目，需提交以下资质： 1、医疗机构入驻时，需提供《医疗机构执业许可证》复印件，经营范围应包括对应科目，检测需要在医疗机构的合法执业地点提供； 2、其他公司入驻的，需提供合作医疗机构的直接授权或合作协议，以及该医疗机构的《医疗机构执业许可证》复印件，经营范围应包括对应科目，检测需要在医疗机构的合法执业地点提供。 三、若经营心理咨询类目，需提交以下资质： 1、医疗机构入驻的，需提供《医疗机构执业许可证》复印件，经营范围应包括对应科目，医疗服务需要在医疗机构的合法执业地点提供； 2、非医疗机构的公司入驻时，需提供至少 3 个专业人员（获得国家心理咨询师证书）的资格证明及劳动合同。 四、若经营产后恢复/护理、导医咨询服务、体重管理、营养膳食、睡眠管理、健康管理综合服务、养生保健类目，需提交以下资质： 需提供至少 3 个专业人员（健康管理师、营养师、医师、护士、保健按摩师等）的资格证明及劳动合同。 五、若经营生活美容类目，需提交《服务营业地的公共场所卫生许可证》。 六、若经营养老院类目，需提交以下资质： 1、营利性养老机构提供企业营业执照副本复印件（根据 2014 年 10 月 1 日生效的《企业经营异常名录管理暂行办法》，需确保未在企业经营异常名录中且所售商品属于经营范围内）； 2、按照事业单位登记的非营利性养老机构需提供事业单位法人证书副本复印件； 3、按照民办非企业单位登记的非营利性养老机构需提供民办非企业单位登记证书副本复印件。 4、其它公司入驻的，需提供合作养老机构的直接授权或合作协议。 七、经营住院陪护/上门照护/运动健身类目，暂无行业资质要求。
	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求

	隐形眼镜/配套用品			品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、需要提供医疗器械网络销售经营备案凭证； 2、需要提供验光师资格证书； 3、需要提供《医疗器械经营许可证》（医疗器械经营许可证上需明显标识经营范围包含第三类：角膜接触镜及护理用液）； 4、非生产厂商还需要提供下述资质材料： （1）生产厂商的企业法人营业执照副本； （2）生产厂商的医疗器械生产企业许可证； 5、所经营商品的医疗器械产品注册证； 6、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 7、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ 证明）】。
	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
	成人用品			品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、经营避孕套产品的商家需要提供二类医疗器械经营备案凭证和医疗器械网络销售备案凭证； 2、非生产厂商还需要提供下述资质材料： （1）生产厂商的企业法人营业执照副本； （2）生产厂商的医疗器械生产企业许可证； 3、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 4、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ 证明）】。 5、所经营商品的医疗器械产品注册证
	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
	OTC 药品/医疗器械	OTC 药品		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、需要提供《互联网药品信息服务资格证》； 2、需要提供《互联网药品交易服务资格证》； 3、需要提供《药品经营许可证》； 4、需要提供 GSP 认证证书即《药品经营质量管理规范认证证书》； 5、非生产厂商还需要提供以下资质材料： （1）生产商的企业营业执照副本复印件； （3）生产商持有的《药品生产许可证》； （3）生产商持有的《药品 GMP 证书》复印件； （4）若为品牌商委托其他生产商生产，需同时提交品牌商与生产商之间的《委托加工协议》（合同）、药监局出具的同意委托加工的批文资料，委托方和被委托方的企业营业执照副本复印件、《药品生产许可证》和《药品 GMP 证书》； （5）所有单品的药品注册证； （6）该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方

					质检服务机构出具的产品质量检测报告； （7）若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ 证明）】。
		二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
		保健理疗		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、若商品涉及化妆品生产许可的，需提交：化妆品生产厂商持有的企业营业执照扫描件、《化妆品生产许可证》扫描件； 2、若经营“按摩枕/足浴盆/按摩靠垫/按摩坐垫/按摩棒/颈部按摩器”商品，每个品牌须至少提供一份由第三方权威机构出具的检测报告，成品检测报告内容须包含品牌名称、商品名称和各类商品所必须的检测项（铭牌和说明书检查、防触电保护、工作状态下的耐压和泄漏电流、电气强度、功率测试）。
		医疗器械	轮椅	品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、需要提供医疗器械网络销售经营备案凭证 2、需要提供三类医疗器械经营许可证或二类医疗器械经营备案凭证； 3、非生产厂商还需要提供下述资质材料： （1）生产厂商的企业法人营业执照副本； （2）生产厂商的医疗器械生产企业许可证； 4、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 5、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ 证明）】。 6、所经营商品的医疗器械产品注册证
			耳温枪		
			血糖仪		
			电子体温计		
			助听器		
			其他三级类目		
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
家用电器	生活电器	美健电器		品牌授权链路应当完整，暂不做招商授权级别要求。	1、若经营属于《强制性商品认证管理规定》范围的商品，需提供生产厂家的 3C 认证证书； 2、声称获得了节能产品认证的产品须提供《中国节能产品认证证书》或能效标识； 3、经营电热毯、压力锅、燃气热水器等可能危及人身、财产安全的产品应提供《工业产品生产许可证》； 4、消毒类产品需提供《生产企业卫生许可证》； 5、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 6、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ 证明）】。
		小件厨房电器	西式厨房		
			常规厨房(微波炉)		
			其他三级类目		
		厨房工具			
		其他二级类目			
	家用视听设备及相关配件	电视机	平板电视机		
		家用音箱			
		工程音箱			
		影音播放机			
		电视配件			

	冰箱洗衣机及相关配件				
	厨房卫浴电器				
	空调及相关配件				
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
3C 数码	数码照摄	摄像器材	数码摄像机		1、若经营属于《强制性商品认证管理规定》范围的商品，需提供生产厂家的 3C 认证证书； 2、经营入网的商品需要提供《进网许可证》； 3、声称获得了节能产品认证的产品须提供《中国节能产品认证证书》或能效标识； 4、该类目下每个品牌须至少提供一份由省级及以上质检机构（国家中心）或具有 CNAS 资质的第三方权威机构或经苏宁云台认可的第三方质检服务机构出具的产品质量检测报告； 5、若经营进口商品，须提交该品牌最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件【涉及检验检疫的需要提供检验检疫证书（CIQ 证明）】。
			数码相机		
			光学相机		
			单反相机		
			镜头		
			闪光灯		
			航拍摄像器材		
			运动摄像器材		
			其他三级类目		
		其他二级类目			
	电脑	电脑整机			
		服务器/工作站			
		电脑 DIY 产品			
		其他二级类目			
	OA 办公	网络设备/网络相关	网卡		
			其他三级类目		
		保险及保管箱柜			
		电子电教	音频设备		
			其他三级类目		
		办公设备			
		办公文具			
		其他二级类目			

	智能设备				
	3C 配件				
	手机				
经营大类	一级类目	二级类目	三级类目	品牌要求	行业资质要求
虚拟商品	本地生活/旅游出行	景点门票/实景演出/主题乐园	门票	商标注册证或商标受理通知书	需提供至少两份有效票务代理合同。 1、若经营电影类票务 （1）若商家为影片发行方或影院　需提供《电影发行经营许可证》或者《电影放映经营许可证》。 （2）若商家为代理方 需提供具有相应《电影发行经营许可证》或者《电影放映经营许可证》（非影片发行方或影院无需提供，需有合作协议）的影片发行方或影院的授权文件。 2、若经营演出类票务 （1）若商家为举办方需提供《营业性演出许可证》。 （2）若商家为代理方需提供授权文件。 3、景区集团 1）集团与下属子公司的从属关系证明，提供公司章程或股权结构书； 2）下属各景区质量等级证书； 3）景区商品授权书；下载模板 4）41 类景区商标注册证书（即 R 标） 5）下属每个景区若为风景名胜区，需提供上级管理单位（景区管委会/管理局）的授权材料；若为非风景名胜景区，请至少提供下列资料中的任一份： a）盖有当地地税局监制章的正规景区门票正反面扫描件； b）景区门票价格在物价局的备案登记证明； 4、风景名胜区 1）景区质量等级评定委员会出具的旅游景区质量等级证书。（或旅游局景区等级评定委员会红头文件） 2）需提供上级管理单位（景区管委会/管理局）授权文件 3）41 类景区商标注册证（地名若确认商标网未注册商标，可不提供，店铺名则以景区质量等级证书景区名称命名） 5、非风景名胜区 1）景区质量等级评定委员会出具的旅游景区质量等级证书。（或旅游局景区等级评定委员会红头文件） 2）盖有当地地税局监制章的正规景区门票或景区门票价格在物价局的备案登记证明 3）41 类景区商标注册证（即 R 标） 4）旅游局推广店铺需提供：旅游局特许经营授权书 6、游乐园 1）至少 5 份游乐特种设备（备案）登记证明 2）至少 5 份游乐设备最新的定期检测报告 3）41 类景区商标注册证书（即 R 标） 水族馆/海洋世界提供《水生野生动物经营利用许可证》;动物园提供《野生动物经营利用许可证》。（水族馆或海洋世界经营方，门票经

					营公司名称与提交公司名称一致，可不提供商标注册证） 7、景区代理商 1）商品清单 2）至少一份有效的授权书或采购合同或合作协议 3）营业执照经营范围需包含下列内容中一项：票务代理，旅游咨询、门票预订及相关内容，主题公园开发经营及相关内容。
		生活服务	教育培训	商标注册证或商标受理通知书	1、若经营职业技能培训、职业资格考试类目的开店公司须提交由县级以上人民政府人力资源社会保障行政部门审批通过的相关文件；若为代理招生的，须提交被代理的 职业证照类培训机构的经人力资源社会保障行政部门审批通过的相关文件及相应的委托招生合同或委托招生授权书，上述所涉职业技能培训、职业资格考试的清单。 2、若经营学历教育培训、学前教育培训、中小幼培训或自学考试培训的开店公司须按照法律法规取得《民办学校办学许可证》。其中婴幼儿早教的《民办学校办学许可 证》为选择性提交；若仅进行高校成人学历招生的代理而不进行教学的,则须由国家指定的成人学历公共服务平台直接进行经营。 3、若经营运动类目，且涉及游泳、潜水、滑雪、攀岩这四类项目培训的，每个运动项目需至少提交 3 个专业人员（游泳、潜水、滑雪、攀岩社会体育指导员证书）的资格证明及劳动合同。
		交通出行	机票	商标注册证或商标受理通知书	需提供至少两份有效票务代理合同。 1.若商家为机票代理、互联网机票代理的资质 （1）国内航线： 需提供中国民用航空运输销售代理业务资格认可证书（二类：国内航线）。 （2）国际航线及港澳台： 需提供中国民用航空运输销售代理业务资格认可证书（一类：国际航线及港澳台航线）。 2.若商家为航空公司 提供完整的基础资质，无需产品资质。 3.若商家为旅行社 （1）总社：《旅行社经营许可证》；《旅行社责任险保险单》； （2）分社：《分社备案登记证明》、《旅行社责任险保险单》（保险若为总社统一购买请提供总社的）、总社的《旅行社业务经营许可证》。 4.机场服务 （1）机场休息室：机场航站楼的嘉宾服务合作协议； （2）机场停车场场地租赁合（复印件加盖公章）。
			火车票		
			船票		

		酒店预订		商标注册证或商标受理通知书	1、合作商—酒店集团 （1）提供完整的基础资质，无需提交产品资质； （2）如涉及自助餐券需提交餐饮服务许可（如已三证合一可提交食品经营许可）。 2、合作商—单体酒店 （1）《卫生许可证 》； （2）《特种行业许可证》； （3）如涉及自助餐券需提交餐饮服务许可（如已三证合一可提交食品经营许可）。 3、合作商-酒店网络平台服务商 （1）平台下至少有 50 家。 4、合作商-旅行社 （1）总社：《旅行社经营许可证》；《旅行社责任险保险单》； （2）分社：《分社备案登记证明》、《旅行社责任险保险单》（保险若为总社统一购买请提供总社的）、总社的《旅行社业务经营许可证》。 5、非旅行社（酒店代理商） （1）需提交资质担保书或与酒店合作协议。
		商旅服务	旅游业务 签证业务	商标注册证或商标受理通知书	1、旅游业务 （1）总社：旅行社提供旅行社经营许可证，旅行社责任险保险单； （2）分社：提供《分社备案登记证明》、旅行社责任险保险单（保险若为总社统一购买请提供总社的）、总社的《旅行社业务经营许可证》。 （3）非旅行社商家涉及门票需要提交与景点的合作协议。 2、签证业务 （1）旅行社业务的旅行社业务经营许可要包含出境游业务； （2）非旅行社如需经营签证业务，需提供《因私出入境中介机构经营许可证》。
	游戏点卡/QQ 充值/视频会员	手机充值	话费充值 流量充值	商标注册证或商标受理通知书	1、开店公司需具备一般纳税人资格； 2、经营“手机流量充值”、“话费充值”、“流量周期包”三级类目，省级及以上运营商或其下属全资子公司开设旗舰店可直接入驻，省级以下运营商暂停接受入驻； 3、经营“新入网手机号码套餐”三级类目： A、运营商开设旗舰店，仅地市、省分、总部运营商可申请； B、中国联通、中国电信的非运营商申请开设旗舰店需满足： 1）提交市级及以上运营商出具的独占授权书； 2）提交市级及以上运营商合作协议，并加盖公司公章或合同专用章； 3）提交对应省级及以上运营商授权认证的《网络销售与实名制授权书》； 4）提交由运营商统一配发的授权方位二维码标识； C、中国移动的非运营商申请开设旗舰店需满足： 1）提交市级及以上运营商出具的独占授权书； 2）提交市级及以上运营商合作协议，并加盖公司公章或合同专用章； 3）提交对应市级及以上运营商授权认证的《网络销售与实名制授权书》；

			宽带充值		4、经营“有线宽带”、“4G 无线上网资费卡”三级类目： A、中国联通、中国电信的非运营商申请开设旗舰店需满足： 1）提交市级及以上运营商出具的独占授权书； 2）提交市级及以上运营商合作协议，并加盖公司公章或合同专用章； 3）提交对应省级及以上运营商授权认证的《网络销售与实名制授权书》； B、中国移动的非运营商申请开设旗舰店需满足： 1）提交市级及以上运营商出具的独占授权书； 2）提交市级及以上运营商合作协议，并加盖公司公章或合同专用章； 3）提交对应市级及以上运营商授权认证的《网络销售与实名制授权书》； 专卖店需满足： 1）公司注册资本不得低于 100 万 2）公司成立时间不得低于 1 年 3）提交单个市级及以上运营商合作协议，并加盖公司公章或合同专用章（运营商合作协议中授权业务范围必须体现“可开展话费、宽带、流量等充值或缴费业务”） 4）提交与运营商系统对接的相关凭证，包括但不限于系统对接截图、接口报文截图等。 专营店需满足： 1）公司注册资本不得低于 100 万 2）公司成立时间不得低于 1 年 3）提交两个及以上的市级及以上运营商合作协议，并加盖公司公章或合同专用章（运营商合作协议中授权业务范围必须体现“可开展话费、宽带、流量等充值或缴费业务”） 4）提交与运营商系统对接的相关凭证，包括但不限于系统对接截图、接口报文截图等。
	卡券充值	生活缴费	有线电视充值	商标注册证或商标受理通知书	1、经营“固定电话充值”、“ 有线宽带充值”、”广电充值”三级类目： A、运营商主体开设旗舰店可直接申请； B、非运营商申请开设旗舰店需满足： 1）提交市级及以上具备对应充值缴费业务的运营商出具的独占授权书，且授权内容包括“可开展固话宽带、广电等充值或缴费业务”； 2）提交市级及以上运营商合作协议，授权业务范围必须体现“可开展固话宽带、广电等充值或缴费业务”，并加盖公司公章或合同专用章 3）提供与运营商系统对接的相关凭证，包括但不限于系统对接截图、接口报文截图等。 专卖店需满足： 1）公司注册资本不得低于 100 万 2）公司成立时间不得低于 1 年 3）提交单个市级及以上运营商合作协议，并加盖公司公章或合同专用章（运营商合作协议中授权业务范围必须体现“可开展固话宽带、广电等充值或缴费业务”）
			电费充值		
			水费充值		
			燃气费充值		
			固话充值		

			物业费充值		4）提交与运营商系统对接的相关凭证，包括但不限于系统对接截图、接口报文截图等。 专营店需满足： 1）公司注册资本不得低于 100 万 2）公司成立时间不得低于 1 年 3）提交两个及以上的市级及以上运营商合作协议，并加盖公司公章或合同专用章（运营商合作协议中授权业务范围必须体现“可开展固话宽带、广电等充值或缴费业务”） 4）提交与运营商系统对接的相关凭证，包括但不限于系统对接截图、接口报文截图等。
			加油卡充值		2、申请“电子加油券/加油卡直充/加油卡代充/实物加油卡”类目的旗舰店需满足：省级及以上成品油销售公司可入驻开设旗舰店，需提供以下资料： 1）成品油零售经营批准证书； 2）发卡方单用途商业预付卡备案编码（所属行业为零售业）； 3）发卡用户协议或章程。 3、申请“电子加油券/加油卡直充/加油卡代充/实物加油卡”类目的专营店需提供以下材料： 1）开店公司与省级及以上成品油销售公司的合作协议； 2）品牌发卡方的成品油零售经营批准证书； 3）品牌发卡方的单用途预付卡备案码（所属行业为零售业）； 4）发卡用户协议或章程。

苏宁易购各店铺类型入驻资质要求

苏宁易购各店铺类型入驻资质要求			
店铺类型	**旗舰店**	**专卖店**	**专营店**
店铺资质	1、企业营业执照副本复印件（根据2014年10月1日生效的《企业经营异常名录管理暂行办法》，需确保未在企业经营异常名录中且所售商品属于经营范围内） 2、企业税务登记证复印件（国税、地税均可） 3、银行开户许可证复印件 4、法定代表人身份证正反面复印件 5、店铺负责人身份证正反面复印件 6、商家向苏宁易付宝公司出具的授权书 7、由国家商标总局颁发的商标注册证或商标注册申请受理通知书复印件（若办理过变更、转让、续展，请一并提供商标总局颁发的变更、转让、续展证明或受理通知书）。 （1）若由权利人授权开设旗舰店，需提供独占性授权书（如果商标权人为自然人，则需同时提供其亲笔签名的身份证复印件）。 （2） 若商标权人为境内企业或个人，请下载中文版独占性授权书；若商标权人为境外企业或个人，可选择下载中文版或英文版独占性授权书。（如果商标权人为境内自然人，则需同时提供其亲笔签名的身份证复印件；如果商标权人为境外自然人，则需同时提供其亲笔签名的护照复印件）。 （3）若经营出售多个品牌的旗舰店，需提供品牌属于同一实际控制人的证明材料。 （4）若为卖场型旗舰店，需提供服务类商标注册证或商标注册申请受理通知书；店铺内经营的品牌资质要求同专营店品牌资质要求。 8、提供拟经营品牌下商品明细。	1、企业营业执照副本复印件（根据2014年10月1日生效的《企业经营异常名录管理暂行办法》，需确保未在企业经营异常名录中且所售商品属于经营范围内） 2、企业税务登记证复印件（国税、地税均可） 3、银行开户许可证复印件 4、法定代表人身份证正反面复印件 5、店铺负责人身份证正反面复印件 6、商家向苏宁易付宝公司出具的授权书 7、由国家商标总局颁发的商标注册证或商标注册申请受理通知书复印件（若办理过变更、转让、续展，请一并提供商标总局颁发的变更、转让、续展证明或受理通知书）。 （1）由权利人授权开设专卖店，需提供商标权利人出具的授权文件（如果商标权人为自然人，则需同时提供其亲笔签名的身份证复印件）。 （2）若经营出售多个品牌的专卖店，需提供品牌属于同一实际控制人的证明材料。 8、提供拟经营品牌下商品明细。	1、企业营业执照副本复印件（根据2014年10月1日生效的《企业经营异常名录管理暂行办法》，需确保未在企业经营异常名录中且所售商品属于经营范围内） 2、企业税务登记证复印件（国税、地税均可） 3、银行开户许可证复印件 4、法定代表人身份证正反面复印件 5、店铺负责人身份证正反面复印件 6、商家向苏宁易付宝公司出具的授权书 7、品牌要求： （1）自有品牌：商标注册证或商标注册申请受理通知书复印件。 （2）代理品牌： ①商标注册证或商标注册申请受理通知书复印件 ②需提供以商标持有人为源头的完整授权，若授权中的授权方为自然人，则需同时提供其亲笔签名的身份证正反面复印件。 8、提供拟经营品牌下商品明细。

苏宁易购在营店铺资质管理办法

为建立良好的经营秩序，提升消费者购物体验及购物品质，苏宁易购特拟定《苏宁易购在营店铺资质管理办法》。

一、资质的真实性

商家务必确保提供的资质的真实性（若商家提供的相关资质为第三方提供，如商标注册证、授权书等，请务必先行核实文件的真实有效性），若商家向苏宁易购提供伪造、变造的资质，根据《苏宁云台规则》，苏宁易购有权进行清退。同时，其公司也将被列入非诚信客户名单，苏宁易购将不再与其进行合作。

二、资质失效

商家资质失效前 90 天，商家须及时更新，若逾期未更新经营资质/品牌店铺的品牌资质或者提交后审核未通过的，苏宁易购将对其店铺资质类型予以店铺屏蔽、品牌屏蔽、单品下架等处理。

针对企业营业执照注销/吊销的，苏宁易购有权进行清退。

三、资质复检

苏宁易购有权对商家资质进行复检：

若在常规复检中发现资质不合格，商家需在 15 天内按要求补充相关资质。若无法提供或提供的经营资质不合格的，苏宁易购将对其店铺进行店铺屏蔽、品牌屏蔽、单品下架等处理。情节严重的，苏宁易购有权进行清退。

在特别复检中商家未在规定时间内提交相应品牌资质/资质的，视同品牌资质/资质不合格。特别复检适用情形：

1、基于司法调查、行政监管、媒体报道、公众质疑等情形，苏宁易购有权对商家资质展开特别复检；

2、基于市场秩序管理或交易纠纷处理中掌握的信息，苏宁易购有权对商家资质展开特别复检。

四、资质内容

前述资质包括但不限于如下内容（点此查看《苏宁易购各类目招商资质要求》）：

店铺类型	经营及品牌资质
旗舰店，专卖店，专营店	企业营业执照、组织机构代码证、商标文件、授权文件或采购合同及进货发票、特殊商业经营许可证
其它说明： 1、特殊商业经营许可证包括《食品经营许可证》、《食品生产许可证》、《出版物经营许可证》以及其他证明企业合法经营的有	

效证件；
2、请商家登陆“商家工作台-店铺管理”核对店铺资质的有效期，如有错误，请点击“更新”进行反馈。

五、苏宁易购会不定期对店铺是否在企业经营异常名录进行核查，对于出现在经营异常名录中的店铺，将对店铺给予屏蔽。经确认移除经营异常名录后，解除屏蔽。

六、若店铺提交的商标受理通知书或商标注册证出现被驳回、复审、无效等情形的，基于相同或近似商标重新申请取得的商标受理通知书苏宁易购可不予认可，同时苏宁易购可对上述店铺进行下架相应品牌商品、取消相应品牌授权、店铺屏蔽、清退等措施。

七、附则

1、本规则于 2019 年 1 月 22 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 1 月 29 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

2、商家行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

3、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

4、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁易购 2020 年收费一览表

苏宁易购 2020 年收费一览表										
备 注：1.涉及跨类目问题费用缴纳及返还，全部参照相对高的类目的标准，即入驻时缴纳年费的金额参照商户选择经营的类目中对应年费金额的最高档；返还时参照有效月份内销售额占比最大类目对应的返还标准；商户店铺在协议期间（包括期间内到期终止和未到期终止），实际经营期间未满一年的，以实际经营期间为准。2.国际大牌保证金的政策，详见《2020 苏宁云台国际大牌保证金一览表》										
经营大类	**一级类目**	**佣金**	**二级类目**	**佣金**	**三级类目**	**佣金**	**保证金**	**技术服务年费（元）**	**返 50%年费对应年销售额（元）**	**返 100%年费对应年销售额（元）**
3C 数码	数码照摄	1-6%	望远镜/显微镜/夜视镜	5%			50000	0 万/年	0 万	0 万
			摄像器材	2－6%	数码摄像机	3.00%				
					数码相机	3.00%				
					光学相机	5.00%				
					单反相机	3.00%				
					镜头	3.00%				
					闪光灯	6.00%				
					运动摄像器材	3.00%				
					航拍摄像器材	2.00%		0 万/年		
					航拍摄像辅配件	5.00%	10000			
					运动摄像辅配件	5.00%		0 万/年		
			摄影服务	1-5%	摄影服务（照片冲印设备）	5.00%	30000	0 万/年	0 万	0 万
					摄影服务（数码摄影课程）	5.00%	10000	0 万/年	0 万	0 万
					摄影服务（照片纸）	1.00%	10000	0 万/年	0 万	0 万
	电脑	1.5-3%	电脑整机	3%			50000	1.2 万/年	20 万	50 万
			服务器	2%					10 万	20 万
			电脑 DIY 产品	3%						
			工作站	2%						
			商用笔记本电脑	3%					20 万	50 万
	OA 办公	1-5%	办公设备消耗品	5%			30000	0 万/年	0 万	0 万
			办公设备配	5%			30000			

			件							
			保险及保管箱柜	5%			30000			
			办公设备	3%			30000			
			网络设备/网络相关	3%	无线安全保密	4.00%	30000			
					其他三级类目	3.00%	10000			
			办公文具	1-5%	办公用纸	1.00%				
					其他三级类目	5.00%				
			电子电教	3-5%	音频视频	4.00%		0 万/年		
					音频视频（数码相框）	3.00%				
					影音配件	5.00%				
					影音配件（儿童手表）	3.00%				
					电子教育	5.00%				
					电子教育（学生电脑）	3.00%				
	智能设备	3-5%	智能穿戴设备	4%			10000	0 万/年	0 万	0 万
			智能家居	3-5%	智能家居设备	3.00%				
					智能家居设备（智能摄像头）	4.00%				
					智能机器人	5.00%				
					其他三级类目	3.00%				
			虚拟现实	4%						
			智能体感车	3%						
			智能数码设备	4%						
			智能酷玩	5%						
			智能汽车用品	4%						
	3C 配件	3.5-5%	电脑配件	3.5-5%	游戏配件	5.00%	30000	0 万/年	0 万	0 万
					游戏软件	5.00%				
					电脑存储类配件	3.50%	10000			
					游戏机	5.00%				
					其他三级类目	5.00%				
			照摄专用配件	5%						
			3C 通用类配件	3-5%	存储卡	3.00%				
					读卡器	3.00%				
					有源音箱	5.00%		0 万/年		
					线材类配件	5.00%				
					充电器/外接	5.00%				

					电源/家用电池					
					清洁配件	5.00%				
					耳机/耳麦及配件（有线耳机/无线耳机）	4.00%				
					耳机/耳麦及配件	5.00%				
					麦克风/话筒	5.00%				
			手机专用配件	5%	手机其他相关配件（自拍杆）	5.00%				
					手机其他相关配件					
					电源类配件					
					保护类配件					
					手机屏幕					
					手机饰品（手机支架）					
					手机饰品其他三级类目					
	手机	4%					50000	1.2 万/年	20 万	50 万
运营商产品	运营商产品	2-3%	运营商合约产品	3%			10000	0 万/年		
			运营商卡类产品	2-3%	SIM 卡	3.00%	10000	0 万/年		
					宽带（ITV 套餐包、定制上网本）	2.00%		0 万/年		
					上网卡（无线上网卡）	3.00%		0 万/年		
母婴	母婴	2-5%	奶粉	3%			50000	0 万/年		
			婴儿辅食	2%			30000			
			母婴类营养品	3%						
			纸类用品	2%			10000			
			童装童鞋	5%						
			喂养用品	2%						
			玩具	5%						
			母婴类洗护用品	2%						
			儿童安全座椅	3%						
			童车、儿童家具	5%						
			孕妈服饰及用品	5%						

			孕婴童床上用品	3%						
			母婴服务	1-3%						
汽车	汽车用品	0.5-4%	汽车培训	3%			30000	1.2 万/年	10 万	20 万
			电子电器	3%	车机导航	3.00%	10000	1.2 万/年	10 万	20 万
					车载电器					
					汽车影音					
					电子配件					
					电子配件（点烟器）	4.00%				
			安维配件	3%	点火系统	3.00%				
					电器系统					
					动力系统					
					滤清器					
					照明系统					
					雨刷/雨刮					
					轮胎/轮毂					
					悬挂系统					
					制动系统					
			清洁美容	0.5-3%	玻璃水	3.00%				
					洗车工具					
					添加剂					
					清洁设备					
					防冻液					
					清洁剂					
					车身保养					
					储值卡	3.00%				
			装饰装备	4%	坐垫座套	4.00%				
					脚垫	4.00%				
					后备箱垫	4.00%				
					头枕腰靠	4.00%				
					车载收纳	4.00%				
					自驾装备	3-4%				
					应急装备	3-4%				
					防盗装备	3-4%				
					车内装饰件	4.00%				
					空气清新	4.00%				
					功能小件	4.00%				
					汽车膜	3.00%				
					车身加装/防护	3.00%				
			系统养护	2-3%	润滑油	2.00%				
					附属油	3.00%				
					其他养护	3.00%				

	整车	1-6%	中规车	1-6%	燃油汽车	1.00%	30000	旗舰店 15 万/年，专卖店专营店 5 万/年	不返还	不返还
					燃油汽车（整房）	3.00%	10000	1.2 万/年	10 万	20 万
					汽车服务	1.50%	30000	1.2 万/年	10 万	20 万
					新能源汽车	1.00%	30000	旗舰店 15 万/年，专卖店专营店 5 万/年	不返还	不返还
			特种车		房车	1.00%	30000	旗舰店 5 万/年，专卖专营店 3 万/年	不返还	不返还
			平行进口车		平行进口车	1.00%		旗舰店 8 万/年，专卖店 3 万/年，专营店 1.2 万/年		
			汽车金融		汽车保险	1.00%	30000	旗舰店 5 万/年，专卖专营店 3 万/年	不返还	不返还
					网约车租赁	1.00%		旗舰店 15 万/年，专卖专营店 5 万/年	不返还	不返还
					汽车分期	1.00%				
					融资租赁	1.00%				
			摩托车		摩托车销售（摩托车）	2.00%	30000	1.2 万/年	不返还	不返还
					摩托车销售（电动摩托车）	4.00%				
					摩托车其他类目	4.00%	10000		10 万	20 万
			电动车		电动车整车	4.00%	30000		不返还	不返还
					电动车其他三级类目	6.00%	10000		10 万	20 万
			二手车		二手车服务	1.00%	20000	旗舰店 5 万/年，专营店专卖店 1.2 万/年	300 万	500 万
					二手车销售	1.00%	20000	旗舰店 5 万/年，专营店专卖店 1.2 万/年	500 万	1000 万
			游艇	3-5%	游艇销售	5.00%	30000	旗舰店专卖店 3 万/年，专营店 1.2 万/年	20 万	50 万
					游艇服务	3.00%	10000	1.2 万/年		
			飞机	3-5%	飞机整机	5.00%	50000	旗舰店专卖店 3 万/年，专营店 1.2 万/年	不返还	不返还

					飞机服务	3.00%	10000	1.2 万/年		
	汽车服务	3%	安装服务	3%			30000	1.2 万/年	10 万	20 万
			汽车保养服务							
			洗车美容服务							
食品及酒水	营养保健	4%	传统滋补营养品	4%			30000			
			特殊用途膳食食品					0 万/年		
			保健品/膳食补充剂							
	国产食品	2-3%	食品礼盒	2-3%	粮油礼盒	2.00%	30000			
					其他三级类目	3.00%				
			粮油	2%						
			休闲零食	3%						
			调味品							
			糖果巧克力							
			坚果/蜜饯							
			糕点							
			干货							
			饼干							
			方便速食							
	酒	3-4%	国产酒	3-4%	配制酒	4.00%	30000			
					其他三级类目	3.00%				
			酒礼盒	4%						
			其他二级类目							
	国产冲饮乳品	2-3%	水/饮料	2-3%	咖啡/可可/植物蛋白饮料	3.00%	30000			
					其他三级类目	2.00%				
			茗茶	3%						
			礼盒							
			冲调谷物/饮品							
			乳制品							
	生鲜	2-3%	生鲜礼盒	2-3%	生鲜礼盒（进口水果礼盒 ）	2.00%	30000			
					其他三级类目	3.00%				
			其他二级类目	3%						
	进口食品	2-3%	进口粮油	2-3%	进口干货	3.00%	30000			
					其他三级类目	2.00%				
			进口食品礼盒	2-3%	进口食用油礼盒	2.00%				

					其他三级类目	3.00%				
			其他二级类目	3%						
	进口酒水	2-3%	进口水/饮料	2%			30000			
			进口茶叶	3%						
			进口冲饮谷物							
			进口酒水礼盒							
			进口牛奶乳品							
			进口酒							
图书音像	文化制品	3%	图书	3%			10000	0 万/年		
			音像制品							
美妆	美妆	4-5%	口腔护理	4%			10000	0 万/年		
			女性护理	4%						
			面部护理	5%						
			身体护理	4-5%	精油	4.00%				
					其他三级类目	5.00%				
			彩妆	5%						
			香氛	5%						
			美妆工具	4%						
医药健康	医疗健康服务	3%					30000	0 万/年		
	隐形眼镜/配套用品	3%								
	成人用品	4%					10000			
	OTC药品/医疗器械	3-6%	OTC 药品	3%			100000			
			保健理疗	3-6%	脂肪测量仪	5.00%	30000			
					制氧机	5.00%				
					护具	6.00%				
					其他三级类目	3.00%				
			医疗器械	3-5%	轮椅	5.00%	10000			
					耳温枪	5.00%	30000			
					血糖仪	5.00%				
					电子体温计	5.00%				
					助听器	5.00%				
					其他三级类目	3.00%				
			计生器械	3%						
居家	宠物	1-5%	宠物活体	1-3%	猫狗	3.00%	10000	0 万/年		

日用	/宠物食品及用品				其他三级类目	1.00%				
			宠物用品	5%						
			宠物食品	3%				0 万/年		
	生活日用家庭清洁	3-6%	清洁用品	3-6%	衣物洗护	3.00%	10000			
					家居清洁	3.00%				
					衣物洗护	3.00%				
					生活用纸	3.50%				
					家私/皮具护理	3.50%				
					生活用纸	3.50%				
					清洁工具	6.00%				
					其他三级类目	6.00%				
			生活日用	6%		6.00%				
运动户外	运动/瑜伽/健身/球迷用品	6%					10000	0 万/年		
	自行车/骑行装备/零配件	6%								
	运动鞋 new	6%								
	运动服/休闲服装	6%								
	运动包/户外包/配件	6%								
	户外/登山/野营/旅行用	6%								

	品									
	票务/卡券	2%								
	儿童运动服/休闲服装	6%								
	儿童运动鞋	6%								
珠宝配饰/礼品/工艺品	乐器	3%					30000	0 万/年		
	礼品	6%								
	眼镜	6%								
	钟表	6%					50000			
	工艺品	1-6%	艺术品及收藏品	1%	钱币藏品	1.00%	50000			
					券票藏品					
					其他三级类目	1.00%				
			其他二级类目	6%						
	游戏点卡/QQ充值/视频会员	1%					100000			
	陶瓷	6%					10000			
	珠宝/黄金/钻石/翡翠	1-6%	黄金饰品	2%			50000			
			K 金饰品	3%						
			铂金饰品	2%						
			金银投资	1-1.5%	投资金	1.00%				
					投资银	1.50%				
			钻石饰品	6%						
			翡翠饰品							
			其他玉石饰品							
			琥珀饰品				30000			
			其他宝石饰品							
			珍珠饰品							
	时尚饰品	6%	银饰品	6%			30000			
			水晶饰品							

	/饰品配件		玛瑙饰品							
			木饰品							
			时尚饰品							
			饰品配件							
			首饰收纳							
服饰鞋帽/箱包皮具	箱包皮具	6%	男包	6%			10000			
			女包							
			箱包							
	服饰鞋帽	6%	服饰配件	6%						
			女士内衣/男士内衣/家居服							
			男装							
			女装/女士精品							
			中大童童装							
			中大童童鞋							
			中大童童装配饰							
	鞋靴	6%	男鞋	6%						
			女鞋							
家纺	家纺	6%	床上用品	6%			10000	0 万/年		
			家居纺织品	6%						
			床品定制/定做	6%						
家用电器	生活电器	4-7%	小件厨房电器	4-7%	西式厨房小电器（烤饼机/烧烤炉）	5.00%	30000	1.2 万/年	10 万	20 万
					西式厨房小电器	6.00%				
					常规厨房小电器（微波炉）	4.00%				
					商用厨房小电器（商用电磁炉/商用豆浆机）	5.00%				
					常规厨房小电器（电压力锅/电磁炉/电炖锅/养生壶/电热饭盒）	5.00%				
					食品加工小电器 （破壁料理机/豆浆机）	5.00%				
					其他三级类目	7.00%				

			厨房工具	6%	餐具及附件（其他餐具及附件）	6.00%	10000	1.2 万/年		
					刀具（其他刀具）					
					锅具（堡类、烧水壶）					
					其他三级类目	6.00%				
					厨房小工具（冰格、厨房夹子、调味罐/调味盒、烘焙工具、烧烤用品、其他厨房小工具）	6.00%	10000	0 万/年		
					家居器皿					
			美健电器	4-7%	理美容小电器（电吹风）	4.00%	30000	1.2 万/年	10 万	20 万
					测疗器材（电子血压计、治疗仪、计步器、吸入器、助行器、温度/湿度计）	7.00%				
					其他三级类目	6.00%				
			家居小电器	5-7%	夏季小电器（空调扇、电风扇）	5.00%				
					冬季小电器（取暖器、暖风机、油汀、电热毯、暖手炉、暖脚炉、电热袋、 欧式快热炉）	5.00%				
					其他三级类目	7.00%				
	家用视听设备及相关配件	4-5%	电视机	4-5%	平板电视机	4.00%	50000	1.2 万/年	20 万	50 万
					其他三级类目	5.00%				
			家用音箱	5%			30000		10 万	20 万
			工程音箱	5%						
			影音播放机	5%			10000			
			会员服务	5%						
			电视配件	5%				0 万/年		
	冰箱洗衣	5%	冷藏电器	5%	冰箱	5.00%	50000	1.2 万/年	20 万	50 万
					冷柜	5.00%				

	机及相关配件		洗（干）衣机	5%	洗衣机	5.00%				
					干衣机	5.00%				
					脱水机	5.00%				
			冰洗配件	5%			30000	0 万/年		
	厨房卫浴电器	5-8%	卫浴电器	8%	卫浴家电配件	8.00%	10000	1.2 万/年	20 万	50 万
					卫浴暖通电器	8.00%	30000			
					卫浴配套小电器	8.00%				
					热水器	8.00%	50000			
					中央热水器	8.00%				
			厨房电器	5-8%	饮水设备	8.00%	50000			
					饮水设备配件	8.00%				
					大件厨房电器	8.00%				
					大件厨房电器（垃圾处理器、集成灶）	5.00%				
					商用厨房大家电	5.00%				
	空调及相关配件	5%	家用空调	5%	窗机	5.00%	50000	1.2 万/年	20 万	50 万
					挂壁式空调	5.00%				
					立柜式空调	5.00%				
					移动空调	5.00%				
			室内环境系统			5.00%				
			新能源系统		光伏系统	5.00%				
			智能集成系统		智能控制系统	5.00%				
			中央地暖系统		采暖系统	5.00%				
			空调智能控制器		家庭智能控制系统	5.00%				
			空调附件		家用空调附件	5.00%	50000	0 万元/年		
	中央集成	3-8%	全屋净水	8%			50000	1.2 万/年	30 万	50 万
			商用净水	8%			50000	1.2 万/年	30 万	50 万
			新风	5%			50000	1.2 万/年	20 万	50 万
			中央空调							
			中央空调配件				50000	0 万元/年		
			中央采暖	3-8%	中央热水器	8.00%	50000	1.2 万/年	20 万	50 万
					中央热水器（燃气取暖炉）	8.00%	30000	1.2 万/年	20 万	50 万
					明装系统	8.00%	50000	1.2 万/年	20 万	50 万
					地暖系统					
					电暖系统					

					太阳能采暖系统					
					太阳能采暖系统（光伏组件、并网箱）	5.00%	50000	1.2 万/年	20 万	50 万
					采暖配件辅材	8.00%	50000	0 万元/年		
					中央采暖安维服务	8.00%	50000	1.2 万/年	20 万	50 万
家装家具家纺	家装建材及五金	3-6%	墙地面材料	1%	涂料	1.00%	10000	0 万/年		
					涂料(硅藻泥)	1.00%				
					新型装饰材料	1.00%				
					油漆	1.00%				
					隔热材料	1.00%				
					隔音材料	1.00%				
					木方	1.00%				
					板材	1.00%				
					玻璃(玻璃砖)	1.00%				
					隔断墙	1.00%				
					钢材	1.00%				
					砂岩	1.00%				
					窗	1.00%				
					硅钙板	1.00%				
					瓷砖	1.00%				
					地板	1.00%				
					墙纸	1.00%				
					油漆辅料	1.00%				
					家装主材配件专区	1.00%				
					玻璃	1.00%				
					其他三级类目	1.00%				
			电子电工	8%						
			五金/工具	8%	施工保护	8.00%				
					其他三级类目	8.00%				
			全屋定制	1%	定制柜类	1.00%				
					其他三级类目	1.00%				
			装修设计/施工/监理	1%						
			家装主材	8%	冷引线	8.00%				
				8%	膨胀水箱					
				8%	升降晾衣架					
				8%	伸缩晾衣架					
				8%	晾衣架配件					
				8%	沥水篮					
				8%	沥水板					
				8%	其他三级类目		15000			

			城市家具	6%			15000			
			家具配件专区	8%			10000			
			商业/办公家具	6%			10000			
			住宅家具	8%			15000			
二手商品	二手商品	2-4%	二手 3C 数码	3.5-4%	3C 配件	4.00%	20000	1.2 万/年	20 万	50 万
					笔记本	3.00%	50000			
					电脑整机	3.00%				
					平板电脑	4.00%				
					摄像器材	4.00%				
					手机	4.00%	100000			
					外设产品	3.00%	20000			
					电脑配件	1%~4%	20000			
					智能设备	4.00%	20000			
			二手 OA 办公	3%	打印成像设备	3.00%	30000			
					投影仪及投影仪附件	3.00%				
			皮具箱包	4%	其他三级类目	3.50%	100000			
					女士斜挎包					
					女士手拿包					
					男士公文包					
			鞋靴	4%			100000	1.2 万/年	20 万	50 万
			珠宝/黄金/钻石/翡翠	4%			100000	1.2 万/年	20 万	50 万
			二手电视机	3%			50000			
			二手家用音响	3%			50000			
			二手电视附件	3%			50000			
			二手珠宝首饰	4%			100000			
			二手钟表及配件	4%			100000			
			二手大家电	2%			50000			
			二手生活电器	3%			50000			
			其他	2%			10000		不返还	不返还
			二手音像制品	2%	一般图书	2.00%	10000	1.2 万/年	20 万	50 万
					进口原版书					
					期刊杂志					
					音像制品					
			二手乐器		乐器	2.00%	10000	1.2 万/年	10 万	20 万

2020 年苏宁云台国际大牌保证金一览表

一、2020 年国际大牌保证金收取表（具体见下表）

2020 年苏宁云台国际大牌保证金一览表			
经营大类	一级类目	品牌名称	保证金
珠宝佩饰/礼品/工艺品	钟表	Cartier	80000
		阿玛尼（ARMANI）	80000
		TAGHeuer	80000
		卡西欧（CASIO）	80000
		宾格（BINGER）	50000
		豪伦诗（HOLUNS）	50000
		金仕盾（JSDUN）	50000
		坤格(Kronsegler)	50000
		伊索（AESOP）	50000
		尼尚（Nesun）	50000
		卡斯曼(CASIMA)	50000
		卡罗莱(CALUOLA)	50000
		海士爵（HEOJEO）	80000
		嘉年华（CARNIVAL）	50000
		励柏艾顿（LIBERAEDON）	80000
		宝丽爵（BERLIGET）	80000
		巴宝莉（BURBERRY）	80000
		劳士顿（ROSDN）	50000
		天梭（TISSOT）	120000
		DIESEL	80000
		浪琴	120000
服饰鞋帽/箱包皮具	箱包皮具/服饰鞋帽/鞋靴	Louis Vuitton	200000
		CHANEL	200000
		HERMES	200000
		GUCCI	200000
		巴宝莉（BURBERRY）	200000
		阿玛尼（ARMANI）	200000
		PRADA	200000

		FERRAGAMO	200000
		DIOR	200000
		FENDI	200000
		JIMMY CHOO	150000
		MONTBLANC	150000
		Michael Kors	80000
		BALLY	150000
		Bottega Veneta	150000
		VERSACE	80000
		HUGO BOSS	150000
		MIU MIU	150000
		KENZO	80000
		MONCLER	150000
		GIVENCHY	150000
		Alexander McQueen	80000
		BALENCIAGA	80000
		BVLGARI	80000
		Calvin Klein	80000
		Celine	80000
		COACH	80000
		DKNY	80000
		dunhill	80000
		Ermenegildo Zegna	80000
		GUESS	80000
		Juicy Couture	80000
		Kate spade	80000
		LONGCHAMP	80000
		MARC BY MARC JACOBS	80000
		MCM	80000
		MOSCHINO	80000
		PORTS	80000
		RIMOWA	80000
		TIFFANY	80000
		TORY BURCH	80000
		TUMI	80000
		UGG	80000
		VALENTINO	80000

		Nike	50000
		Adidas	50000
		New Blance	50000
		Converse	50000
	服饰鞋帽	CARTY	80000
汽车用品	系统养护	美孚	200000
		壳牌	200000
		嘉实多	200000
珠宝佩饰/礼品/工艺品	时尚饰品/饰品配件	PANDORA	80000
		SWAROVSKI	80000
	珠宝/黄金/钻石/翡翠	ENZO	50000
	礼品（礼品文具）	LAMY	80000
	礼品（火机）	ZIPPO	80000

二、补充说明

1、已入驻成功商户新增品牌/类目，若新增品牌在上述品牌范围内，则需补交相应保证金。

2、新商户入驻选择以上类目+品牌，则需缴纳相应保证金。若经营多个品牌，则保证金取高值。

苏宁易购 2020 年商家年费退/返还及开票细则

一、年费返还标准

（一）类目返还逻辑

按类目匹配返还年费所需达到的年销售额，具体明细详见《苏宁易购 2019 年收费一览表》。

涉及跨类目的，费用缴纳及返还全部参照相对高的类目的标准，即入驻时缴纳年费的金额参照商家选择经营的类目对应年费金额的最高档。

注：部分类目不收取年费，具体明细详见《苏宁易购 2019 年收费一览表》。

（二）年费返还时间

按年度考核店铺销售额是否达到返还 50%及 100%年费的标准。

场景一：店铺销售额≥100%年费返还标准，次月 25 日返还 50%年费金额的广告券到店铺易通天下账户中，广告券名称《2019 年年费 100%达标返券》，剩余的 50%年费金额以现金形式在 2020 年初清算，2020 年 3 月返还至店铺企业易付宝。

场景二：50%年费返还标准≤店铺销售额＜100%年费返还标准，则 2020 年初统一清算，2020 年 3 月返还 25%年费金额的广告券到店铺易通天下账户中，广告券名称《2019 年年费 100%达标返券》，剩余的 25%年费金额以现金形式返还至店铺企业易付宝。

场景三：店铺销售额＜50%年费返还标准，不返还。

（三）销售额计算方式

单店铺 2019 全年合同内所有类目实际零售金额订单时间与确认收货时间均在 2019 年内（退货订单的金额、邮费/运费、用券金额、核定虚假交易金额、渠道分销金额除外），包含 2019 年度内删除类目的销售额（提醒：商家不要随意更改类目）。

2019 年度新入驻商家年费返还需达到的年销售额按照实际经营月份（包含入驻当月）等比核算。举例：商家 2019 年 4 月份入驻手机品类（20 万返 50%年费，50 万返 100%年费），实际缴纳年费为 6000 元，实际经营月份为 9 个月，即 20 万/12*9=150000 元返 50%，50 万/12*9=375000 元返 100%，计算公式：年费实际返还年销售额=标准返还年销售额/12*实际经营月份。

（四）销售额查看路径

路径：商家工作台——财务管理——账务中心——费用管理——平台使用费销售额对账单。

（五）年费金额

SOP 商家年费统一 1.2 万元/年（特殊类目除外），年费返还以商家实际缴纳年费金额为准，具体收费明细详见《苏宁易购 2019 年收费一览表》。

二、撤场退还年费

（一）撤场年费计算逻辑

商家撤场退还年费以达量返 100%年费对应销售额计算，即撤场时达到年费返还 100%方可退还，举例如下：

若商家 2015 年 1 月入驻苏宁易购且经营手机类目，2019 年经营应缴年费 1.2 万元。

经营类目	技术服务年费（元）	返 50%年费对应年销售额（元）	返 100%年费对应年销售额（元）
手机	1.2 万	20 万	50 万

场景一、若商家 4 月份申请撤场，实际零售金额为 25 万元，未达到返 100%年费对应销售额，故撤场年费不予以退还。

场景二、若商家 4 月份申请撤场，实际零售金额为 60 万元，达到返 100%年费对应销售额，故撤场年费退还 1.2 万元。

（二）退还金额计算结果以实际缴纳为基准。

三、年费开票

（一）电子收据

商家缴纳年费后，可以通过 SOP 后台【财务管理】--【账务中心】--【平台使用费】进行下载电子收据作为凭证（收据非发票）。

（二）发票

缴纳的年费会在次年（2020 年）初全部结算完毕，您可以通过【财务管理】--【账务中心】--【发票管理】申请开票，开票最晚 6 月 1 号前申请完毕，否则视为放弃，申请开具的发票会在 15 个工作日内寄出。

如商家撤场依据商家最终各项费用结算结果，商家可在撤场流程中申请开票。

苏宁易购年费收费标准

第一条【“年费”定义】 是指卖家入驻苏宁易购后，因使用苏宁易购提供的信息管理系统而需向苏宁易购支付的信息服务费用。

第二条【“年费”收费标准】 年费收费标准为每年 1.2 万元，其中整车类目旗舰店为每年 15 万元，整车类目专营店为每年 5 万元。

卖家经营各类目年费及其他费用收费标准详见《苏宁易购 2020 年收费一览表》。

第三条【“年费”收取细则及优惠政策】 卖家入驻苏宁易购，首个服务期限不足一年的，按照每月 1000 收取年费，并且给予新卖家含入驻当月在内的三个月年费免费优惠政策。

第四条【“年费”阶梯返还要求】 卖家入驻苏宁易购，根据销售额完成情况，将按照 50%或 100%的标准返还年费。

各类目年费返还标准详见《苏宁易购 2020 年收费一览表》。

第五条【多类目经营“年费”返还标准】 卖家同一店铺经营多个类目的，各类目年费返还标准销售额要求不一致的，以卖家销售额占比最高的类目年费返还标准为依据。

第六条【“年费”不予返还情形】 卖家有以下情形之一的，苏宁易购将不返还年费：

（一）卖家年度内累计销售额没有达到苏宁易购年费返还标准的；

（二）卖家因严重违规累计扣分达 96 分的；

（三）其他苏宁易购认为应当不返还年费的情形。

第七条【其他】 其他有关年费返还要求及返还细则，以苏宁易购另行公示为准。

苏宁易购保证金管理规范

第一条【保证金】

商家同意按本规范的要求向苏宁易购交纳商家保证金（以下简称“保证金”或“商家保证金”）。

在任何情况下，苏宁易购均无需就商家保证金向商家支付任何形式的利息、孳息或其他款项。

第二条【保证金的缴纳】

苏宁易购在商家签署（书面签署或在线点击接受）《苏宁云台服务协议》，并经审查确认符合申请条件后，苏宁易购将通知商家支付保证金。

商家接到通知后应按照“一店铺一保证金”原则进行缴纳。同一店铺经营多个类目的，按照类目保证金最高的标准进行缴纳；经营过程中增加的类目对应的保证金与原有保证金不一致，商家须补交差额部分。

保证金因被使用或额度被调高等原因导致不足的，商家应按照苏宁易购要求及时补足；未及时补足的，苏宁易购可指令易付宝公司划扣商家易付宝账户内的相应金额至苏宁易购账户作为商家保证金；易付宝余额不足以补足保证金的，苏宁易购有权立即中止或解除《苏宁云台服务协议》并对商家店铺采取临时屏蔽措施。

第三条【保证金管理】

（一）保证金的使用和处置

1、苏宁易购可在以下情况发生时，处置保证金：

（1）在苏宁云台进行的交易中，如商家涉嫌违反交易合同、法律、法规、政策、平台规则或违反其对买家或服务商的承诺时，商家同意苏宁易购有权根据相关主体的申请，依照自己的判断直接使用保证金对买家或服务商进行赔付或退款。

（2）如商家违反《苏宁云台服务协议》和/或平台规则，给苏宁易购造成任何损失（包括但不限于诉讼赔偿、诉讼费用、律师费用等），应向苏宁易购支付违约金的，或商家对苏宁易购存在逾期未付款项的（包括但不限于对苏宁易购有逾期未付费用，无论是否基于《苏宁云台服务协议》），则苏宁易购有权直接从保证金中扣除相当于苏宁易购损失的金额或违约金或逾期未付款项，保证金不足以赔偿的，苏宁易购可继续向商家追偿；在损失金额不明确之前，苏宁易购有权无限期持有该保证金，直至损失金额明确后予以结算。

（3）如商家违反其与苏宁易购任何关联公司（以下统称“关联公司”）之间的协议约定，且给前述主体造成经济损失的，商家不可撤销地授权苏宁易购可以基于苏宁易购关联公司的要求将相应的保证金金额全部或部分交付至关联公司的账户。苏宁易购和关联公司无需为此提前通

知商家或承担任何责任。

（4）先行赔付：指商家与买家通过易付宝服务进行交易后，如因商家未履行消费者保障承诺义务而导致买家权益受损的情况下，苏宁易购有权根据相关证据材料和规则判定商家是否应根据《苏宁云台服务协议》、平台规则的规定承担赔付义务；如苏宁易购判定商家应承担赔付责任的，则苏宁易购有权先行赔付给消费者，并通知易付宝公司自商家的易付宝账户或保证金中直接扣除相应金额款项，商家易付宝账户余额或保证金不足的，苏宁易购还有权继续向商家追偿。

2、如保证金不足赔付时，商家应自行支付额外的赔付金额，如因商家的原因导致苏宁易购向买家或第三方支付了超出保证金数额的款项，或使苏宁易购遭受的损失高于可支配的保证金余额，则苏宁易购有权采取下述全部或任一措施：

（1）要求商家偿付苏宁易购的损失，且在指定时间内补足保证金；

（2）要求易付宝公司将商家易付宝账户下的款项直接支付给苏宁易购，以补偿苏宁易购所遭受的损失；

如苏宁易购的损失通过上述二种方式仍无法弥补，则苏宁易购有权单方面解除《苏宁云台服务协议》。同时，苏宁易购保留通过法律途径向商家追偿的权利。

3、苏宁易购有权根据商家之业务变化及实际违约赔付情况通知商家调整保证金金额。

（二）协议的保证金的退还

商家与苏宁易购终止协议后，经苏宁易购初步查验，未发现商家在合作期限内有未处理完毕的经营纠纷、政府查处等事项，且商家不存在与苏宁易购（或苏宁易购关联公司）的合作纠纷的，则自苏宁易购初步查验完毕后（具体以苏宁易购通知为准）进入 3 个月观察期（对于经营电器类商品的商家，观察期限为 6 个月），若在观察期内未发现新的涉及商家的未决纠纷或查处事项的，自观察期限届满后的十（10）个工作日内由苏宁易购根据商家申请无息退还保证金；但《苏宁云台服务协议》和/或本规范另有规定的除外。

第四条【保证金标准】

商家经各类目类目保证金标准详见年度最新苏宁易购收费一览表。

第五条【其他事宜】

有关保证金管理的其他事宜，商家可以自行查阅《苏宁云台服务协议》。

第六条【发布】

【生效时间】本规则于 2019 年 12 月 18 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 12 月 24 日生效；如有修改，则另行公示。

苏宁易购网站联盟（网盟）收费标准

第一条 卖家通过苏宁联盟推广带来顾客下单的，卖家需要承担相应的苏宁联盟推广费用。具体类目和网站联盟基础佣金调整收费标准参考下表。

商品类目	网盟基础佣金比例
3C 配件（手机）	0.1%
手机	0.1%
3C 配件（数码）	1%
汽车用品	2.00%
数码照摄	1.00%
智能设备	智能穿戴设备配件 0%，其余 1.50%
生活电器	1.00%
母婴	1、母婴书籍（1%）
	2、其余（2%）
空调	1.00%
空调相关配件	1.00%
家用视听设备	1.20%
家用视听设备相关配件	0%
3C 配件（电脑）	1.00%
OA 办公	画具画材、物联网 0%，其余 2.00%
电脑	1.00%
厨房卫浴电器	2.00%
成人用品	2.00%
宠物/宠物食品及用品	宠物服务 0%，其余 2.00%
家纺	2.00%
美妆	2.00%
生活日用家庭清洁	2.00%
粮油	2.00%
牛奶	2.00%
进口食品、进口酒水	2.00%
国产食品、国产酒水	乳酸饮料 0%，2.00%
生鲜	小店熟食中的米饭、面包、蛋糕类、日配、面类沙拉、低温乳制品、披萨和餐饮线下自营专用中的主食档口、果汁甜品 0%，其余 2%
营养保健	2.00%
冰箱、洗衣机	1.50%
冰箱、洗衣机配件	1.50%
家装建材及五金	清洁用品、酒店用品、校园生活家具 0%，其余 2.00%
乐器	4.00%
箱包皮具	男士双肩包和包装箱 0%，其余 4.00%
运动户外	4.00%
眼镜	2.00%

服饰鞋帽	4.00%
文化制品	2.00%
钟表	4.00%

同时提醒卖家注意：

卖家网盟佣金比例仅为基础比例，一旦开通易起推，通用计划默认开通，全店商品都默认参加推广，卖家可以通过“易通天下广告后台”建立定向计划来提升佣金比例。

第二条　上述收费标准如有调整，苏宁易购将另行公示。

第三条　其他收费标准详见《苏宁易购收费一览表》。

第四条　本标准于 2018 年 11 月 27 日发布，于 2018 年 12 月 4 日正式生效实施。

2020 年度苏宁易购商家续签公告

亲爱的商家朋友们：

又值一年一度的年度续签，感谢您一直以来对苏宁易购的支持与信任；下一年度，我们真诚希望与您携手共进，共同打造品质生活的购物平台，让消费者放心去喜欢。

现对 2020 年苏宁云台续签标准公告如下，请您仔细阅读并理解，如有疑问可联系招商经理了解详情（点击查看）。

一、续签时间

1、**续签日期为 2020 年 1 月 3 日至 2020 年 3 月 31 日**，此期间内续签入口将全面开启，商家登陆 SOP 后台，页面自动展示续签信息，商家最迟须在 3 月 31 日走完续签流程，2020 年 1 月 1 日起执行 2020 年政策。

2、若商家在 2020 年 1 月 3 日至 2020 年 3 月 31 日期间内未完成续签，苏宁云台视商家放弃合作，系统中合同终止并自动关闭店铺，自 2020 年 4 月 1 日起店铺将不能销售。

二、续签流程

续签开始前，请商家务必确保店铺中维护的联系人信息完整有效，如有变更请及时更新，包括但不限于公司固定电话、店铺联系人、售后联系人、客服联系人电话及邮箱。同时，如果店铺存在资质缺失、资质过期、有效期及授权链路等信息不全的情况，必须补全相关信息方可完成续签，相关资质请参照《苏宁易购招商资质要求》（点击查看）。

续签入口开启后，商家 SOP 后台自动展示续签提示信息，需要您点击“立即发起续签”→确认协议→确认合同→立即公证→缴纳费用。

具体操作流程详见苏宁云台帮助中心《2020 年度店铺续签流程》。

三、续签费用说明

1、续签优惠政策

为鼓励商户续签和入驻，续签入口开启时（2020 年 1 月 3 日）-2020 年 3 月 31 日内，续签完成和新入驻完成的商户，享受 2020 年整年佣金 8 折，且整年年费免除的优惠政策。汽车整车类目商户、运营商产品类目商户和百货、体育商户不享有此优惠政策。

2、平台使用费

（1）平台模式商家收取 1.2 万元/年（即 1000 元/月/店铺）平台使用费，简称为“年费”，特殊类目除外，特殊类目详见《苏宁易购 2020 年收费一览表》；年费一次性收取，为鼓励商家朋友们优秀经营，平台予以年费返还政策（特殊类目除外），特殊类目详见《苏宁易购 2020 年收费一览表》，详细年费返还政策见《苏宁易购 2020 年商家年费退/返还及开票细则》。

（2）2020 年新入驻商家减免入驻当月起三个月年费（包含入驻当月），详细的年费政策标准见《苏宁易购 2020 年商家年费退/返还及开票细则》。

3、保证金

苏宁云台经营必须缴纳保证金，保证金主要用于保证商家按照苏宁云台的规范进行经营，并且在商家有违规行为时根据《苏宁云台服务协议》、《商家管理规范总则》及相关规则规定用于向苏宁云台及消费者支付违约金。

保证金根据类目分 1、3、5、10 万四档收取，具体金额参照网站公示的《苏宁易购 2020 年度收费一览表》。

国际大牌的保证金政策详见《2020 苏宁云台国际大牌保证金一览表》。

4、佣金

全品类收取，不同类目收取的佣金扣点不同，具体佣金扣点收取标准参照网站公示的《苏宁易购 2020 年收费一览表》。

5、网站联盟推广费

按类目收取，详情标准参照网站公示《苏宁易购网站联盟（网盟）收费标准》。

6、公证处电子签章费用

费用标准 50 元/年，2020 年平台给予免收政策。

7、云钻费用

平台模式商家基本购物返云钻、评价返云钻费用 2020 年由商家 100%承担；云钻发放规则及数额详见帮助中心《云钻规则介绍》；基本购物返云钻系统实时计算；评价返云钻是在顾客确认收货后按天代扣结算。

8、其他费用，按后期具体公示规则执行。

四、2020 年续签门槛

2020 年续签设置 2 条续签门槛，门槛如下：

（1）需校验企业经营异常名录；

（2）店铺 2019 年整年不动销商户不开续签入口；

新入驻 3 个月内的商户，无需参考以上第（1）、（2）条续签门槛。

三、店铺管理

店铺运营管理

创建店铺的规则与实施细则

第一章 规则定义

第一条 商家须符合以下条件，方可按照苏宁云台设置的流程创建店铺：

1、将其账户与通过实名认证的易付宝账户绑定；

2、公示或披露真实有效的姓名地址或营业执照等信息；

3、经营法律特许的品类，除了公示和披露真实有效的姓名地址或营业执照等信息外，还需要公示相关特许经营证照。

第二章 解读

第二条 为什么要公示真实有效的姓名地址或营业执照、特许经营执照？

根据《中华人民共和国电子商务法》的规定，已经在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照的法人、其他经济组织或者个体工商户，通过网络从事商品交易及有关服务行为的，应当在网站主页面或者从事经营活动的网页醒目位置公开营业执照登载的信息或者其营业执照的电子链接标识；经营法律特许的品类，除了公示或披露真实有效的姓名地址或营业执照等信息外，还需要公示相关特许经营证照。

第三条 具体哪些商家需要公示真实姓名地址或营业执照、特许经营执照？

所有在苏宁易购经营的商家，都应该在苏宁云台规定的期间内，公开或更新营业执照信息或者特许经营证照信息。

第四条“店铺屏蔽”的后果是什么？

店铺屏蔽意味着被屏蔽的店铺及店内商品，买家将不能在搜索结果页面查找到被“店铺屏蔽”卖家的商品和店铺。

第五条 在什么条件下，店铺会被搜索屏蔽？

商家创建店铺后，应关注店铺内出售中的商品数量，以免店铺被屏蔽。具体为：

1、店铺内出售中的商品数量连续 3 周为 0 件，商户会在后台收到提醒：

“宝贝数量连续 3 周为 0 件，必须发布宝贝，否则您的店铺将有可能暂时屏蔽”；

2、店铺内出售中的商品数量连续 5 周为 0 件，即第一次提醒 2 周以后（即第 5 周）用户的宝贝数量仍为 0 件，店铺会暂时屏蔽，商户会在后台收到提醒：“店铺已经暂时屏蔽，只要您发

布宝贝，在发布宝贝的 24 小时后，店铺即可解除屏蔽”；

3、在店铺已经暂时屏蔽（连续 5 周宝贝数量为 0 件，店铺会暂时屏蔽）的状态下，用户进行发布宝贝操作后，商户会在后台收到提醒：“店铺因发布了一定数量的宝贝，现已被解除屏蔽。”

第三章 附则

第六条 本规则于 2019 年 7 月 31 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 8 月 7 日生效；如有修改，则另行公示。

第七条 商家行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

第八条 苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本规则并向商家公示。

第九条 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规则已有规定的，适用于本规则；本规则尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司所签订的各项协议。

第十条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁易购店铺装修管理规范

第一章 概述

第一条 目的和依据

为提升苏宁易购消费者购物体验，规范卖家店铺装修，根据《商家管理规范总则》等平台规则，制定本规范。

第二条 适用范围

本规范适用于苏宁易购线上所有 C 店商家。

第三条 效力级别

苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规范执行。

第四条 定义

本规范所述店铺装修是指商家对店铺招牌、商品推荐、活动促销、商品分类、自定义区域等模块进行信息上传、展示的行为。

第二章 店铺装修时限要求

第五条 新入驻商家需在店铺开通后 40 天内对店铺进行装修，店铺首页需至少完成“店招”、“首页海报（广告/轮播图）”、“商品展示/推荐”、“商品导航”等基础模块的展示（展示的商品需完成上架发布），以满足消费者在店铺首页的浏览及购买需求，如发现有不符合以上情形的，给予商家警告处理。

第三章 店铺装修展示要求

第六条 卖家成功入驻苏宁易购后，应当结合经营需要立即对店铺进行装修，需在店铺开通后 40 天内对店铺完成基础装修，装修应当符合本规范第七条“店铺装修要求”和第八条“店铺首页商品展示要求”的规定。

店铺首页（包含 pc、APP）	基础模块				营销模块				其它
	店铺招牌	分类导航	首页海报（广告/轮播图）	商品展示推荐	热销款/爆款推荐	上新推荐	活动/促销专题	优惠券/满减/包邮等	其它模块
	店铺开通后需在 40 天内对店铺完成基础模块装修。				商家自定，暂不考核。				

第七条 店铺装修要求

卖家店铺装修需要符合以下要求：

1、店铺页面宣传图片或任何文字描述中不允许出现与苏宁易购销售无关的非苏宁易购网站的链接或提示；

2、卖家进行店铺页面设计、首页商品信息编辑时，应确保所用图片、文字及字体已获得权利人的合法授权，且在授权使用范围和授权期内使用，否则卖家应承担全部责任；

3、卖家在装修时应确保店铺基本信息、店铺招牌、导航及店内信息等均需在店铺首页完全展示,且店铺招牌需与店铺性质一致，禁止出现店内信息与店铺实际性质不一致的情况；

4、店铺相关功能禁止引用外部 CSS 且不支持外部链接，只支持苏宁易购网站内部链接；

5、店铺首页装修的所有轮播、自定义模块的图片/海报，若含有商品信息，须制作添加商品链接，无货、停产等无法正常销售的商品，不得在店铺中发布展示；

6、店铺页面设计所体现的内容应全部符合法律法规，且不得存在任何侵犯第三方合法权益的内容，否则卖家应承担全部责任；

7、卖家在店铺装修时应当结合苏宁易购营销活动或店铺自主发起的营销活动主题进行；

8、卖家应在活动期结束后的 48 小时内撤掉店铺内活动元素，确保店铺基本信息、店铺招牌、导航及店内信息等不得出现过期元素；

9、其他苏宁易购根据经营管理需要认定商家需要符合或禁止的情形。

第八条 店铺首页商品展示要求

卖家在店铺装修首页展示的商品需要符合以下要求：

1、店铺首页商品广告图片宣传价格应该与商品四级页价格保持一致；

2、店铺首页商品名称、价格等信息应当完整，图片应当清晰；

3、店铺首页商品需要维护链接的，应当及时维护并确保链接正确；

4、店铺首页商品图片不得出现其他平台水印、标记、促销活动及其他非苏宁易购各类信息；

5、因目前商品详情页未开放装修，卖家不得用 CSS 篡改商品四级页结构、遮挡商品信息，或者利用两侧悬浮框等影响商品详情页信息，不得使用虚假评分等误导顾客；

6、其他苏宁易购根据经营管理需要认定商品需要符合或禁止的情形。

第九条 违规处理

1、入驻苏宁易购的卖家，应当及时装修，若 40 天内未在 PC 端及 APP 端装修的，苏宁易购将给予商家警告处理，若在被警告后的 3 天内仍未装修，则苏宁易购将直接采取屏蔽店铺的措施（不限于新入驻商家）。

2、商家店铺装修和/或店铺内商品展示不符合本规范第七条、第八条要求的，苏宁易购有权依据《滥发信息解读及处理细则》处理，每次扣除两分。

第十条 移动端装修

卖家进行店铺装修时需要同步对移动端店铺进行装修，装修时需符合本规范的有关要求。

第十一条 友情提示

卖家店铺装修有困难的，可以在苏宁易购服务市场选购店铺装修模板（点击进入查看）。

第四章 附则

第十二条 本规范于 2019 年 6 月 11 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 6 月 19 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十三条 商家行为发生在本规范生效之日前的，适用当时的规范进行处理；发生在本规范生效之日后的，适用本规范。

第十四条 苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

第十五条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁易购店铺类型及命名规则

第一条【制定目的】 为规范苏宁易购商户店铺类型及命名规则，维护苏宁易购店铺类型及命名管理秩序，保障商户合法正当权益，根据国家相关法律法规及《苏宁云台服务协议》等制定本规则。

第二条【适用范围】 有关商户店铺类型的内涵、命名规则、注意事项等规定或要求，均需严格遵守《苏宁易购店铺类型及命名规则》。

第三条【店铺类型内涵】 苏宁易购根据管理需要，将店铺类型分为旗舰店、专卖店及专营店，各店铺类型含义、情形、分类及注意事项详见下表。

内涵	旗舰店	专卖店	专营店
含义	旗舰店，是指商户以自有品牌（商标含“R”或“TM状态”），或由权利人出具在苏宁易购开设旗舰店的独占性授权文件，入驻苏宁易购（“苏宁云台”，即苏宁易购开放平台）开设的店铺。	专卖店，是指商户以自有品牌（商标含“R”或“TM状态”），或由权利人出具在苏宁易购开设专卖店的授权文件，入驻苏宁易购（“苏宁云台”，即苏宁易购开放平台）开设的店铺。	专营店，是指同一苏宁经营大类下经营自有品牌（商标含“R”或“TM状态”）或他人授权品牌的店铺。
情形	苏宁易购旗舰店，可以有以下情形： （1）经营一个品牌商品的旗舰店； （2）经营多个品牌商品且各品牌为同一实际控制人的旗舰店（自有品牌的子品牌可以放入主品牌旗舰店，但主/子品牌的商标权利人应为同一实际控制人）； （3）卖场型品牌（服务类商标）商标权人开设的旗舰店，卖场型旗舰店由苏宁邀约入驻； （4）外国公司注册的品牌，在中国无下属子（分）公司，由中国总代理(或大陆地区总代理)开设的旗舰店。	苏宁易购专卖店，可以有以下情形： （1）经营一个授权品牌的商品，获得品牌（商标）权利人普通授权的商家专卖店； （2）经营多个授权品牌的商品，且各品牌归同一实际控制人，商家获得该实际控制人授权的商家专卖店。	苏宁易购专营店，可以有以下情形： （1）同一经营大类下经营自有品牌或他人授权品牌商品的专营店； （2）同一经营大类下既经营他人授权品牌商品又经营自有品牌商品的专营店。
分类	旗舰店分单品牌旗舰店、多品牌旗舰店及卖场型旗舰店： （1）单品牌旗舰店有且仅能经营一个品牌； （2）多品牌旗舰店可以经营两个及以上品牌，但所经营品牌应当归属于同一实际控制人； （3）卖场型旗舰店申请入驻时必须提供服务类商标。	专卖店分单品牌专卖店、多品牌专卖店： （1）单品牌专卖店有且仅能经营一个品牌； （2）多品牌专卖店可以经营两个及以上品牌，但所经营品牌应当归属于同一实际控制人。	/

注意事项	（1）若商户以自有品牌开设旗舰店的，如商标状态为“TM”标，“商标注册申请受理通知书”需满三个月； （2）以代理品牌入驻的，商户需要提供权利人出具的独占性授权文件，若商标权人为自然人，同时还需要提供境内权利人亲笔签名的身份证正反复印件，境外自然人则需提供其亲笔签名的护照复印件； （3）若商户经营出售多个自有品牌的旗舰店，需提供品牌属于同一实际控制人的证明材料； （4）若商户经营卖场型旗舰店，需提供服务类商标注册证或商标注册申请受理通知书，店铺内经营的品牌资质要求同专营店品牌资质要求； （5）以自有品牌入驻的，需要提供“商标注册证”或“商标注册受理通知书”，以代理品牌入驻的，除需要提供 “商标注册证”或“商标注册受理通知书”外，还需要提供以商标权利人授权的独占性授权书。	（1）商户入驻需提供 “商标注册证”，及以商标权利人的完整授权文件，若商标权人为自然人，同时还需要提供境内权利人亲笔签名的身份证正反复印件，境外自然人则需提供其亲笔签名的护照复印件； （2）若商户经营出售多个品牌的专卖店，仍需提供品牌属于同一实际控制人的证明材料； （3）专卖店命名中，若企业字号与品牌名一致，则启用以下规则：品牌名+企业行业词/区域+专卖店； （4）如商标状态为“TM”标，商标局颁发“商标注册申请受理通知书”需满三个月，且商标需为入驻商户自有品牌； （5）品牌（商标）权利人出具的授权文件不得有地域限制。	（1）以自有品牌入驻的，需要提供“商标注册证”或“商标注册受理通知书”； （2）以代理品牌入驻的，除需要提供“商标注册证”或“商标注册受理通知书”外，还需要提供以商标权利人为源头的完整授权文件，若商标权人为自然人，同时还需要提供境内权利人亲笔签名的身份证正反复印件，境外自然人则需提供其亲笔签名的护照复印件。

第四条【店铺命名规则】

各店铺类型命名规则及要求详见下表

店铺类型	命名规则		二级域名使用规则
旗舰店	品牌旗舰店	品牌名+（类目）+旗舰店	品牌中文名全拼/首字母或英文名+（类目名全拼或者首字母）+suning.com
	卖场型旗舰店	企业商号/企业名称缩写+（类目）+旗舰店	企业商号全拼/首字母+suning.com
专卖店		品牌名+企业商号/企业名称缩写+（类目）+专卖店	品牌中文名全拼/首字母或英文名+企业商号全拼/首字母+suning.com
专营店		企业商号/企业名称缩写+（类目）+专营店	企业商号全拼或首字母+（类目名全拼或者首字母）+suning.com

注释：

1、店铺名称不得超过 30 个字符，支持中文、英文和数字；

2、域名不得少于 4 个字符，支持英文、数字和“-”（英文状态下的横杠）；

3、多品牌旗舰店可选用经营中的任一品牌+（类目）+旗舰店命名；

4、由商标权利人独占性授权开设旗舰店的，若独占授权书中有类目限制，或者该品牌有多条产品线，商家只经营其中一条产品线产品，则必须在店铺名字中体现类目；

5、专卖店命名中，若企业字号与品牌名一致，则启用以下规则：品牌名+企业行业词/区域+专卖店；

6、如商户家满足相应店铺类型条件的，原则上要求商户开设相应类型店铺，但因商户实际经营策略，可就低选择店铺类型（旗舰店>专卖店>专营店），但不可就高选择。

第五条【注意事项】

商户入驻苏宁易购，应当按照要求选择店铺类型并设置店铺名称，商户在选择店铺名称时需注意以下事项：

（一）店铺名称根据商户商品所在类目、品牌属性等要素命名，店铺名称一旦生成，商户将无法修改；店铺命名条件不符合本规则约定，或存在侵权情形除外。

（二）店铺名不得与已经开通的店铺名称重复，如两个店铺同时申请同一店铺名的，则依照申请在先原则审批开通店铺，未通过审批的店铺需更换其他店铺名重新提交申请。

如遇店铺名称已被占用等特殊情况，苏宁云台有权进行适当调整。

（三）店铺命名必须且只限定选择旗舰店、专卖店或专营店三种命名形式其中之一。

（四）店铺名称不得超过 30 个字符。

（五）店铺名称中不得含有以下内容：

1、有损于国家/社会公共利益，或有损民族尊严；

2、含有封建文化糟粕/有消极政治影响/或违背少数民族习俗/带有民族歧视内容；

3、可能对公众造成欺骗或者误解，或引起社会公众不良心理反应等情况；

4、外国国家（地区）名称/国际组织名称；

5、政党名称/党政军机关名称/群众组织名称/社会团体名称及部队番号，或国家领导人/老一辈革命家的名字；

6、有不文明/格调低级/庸俗等不雅词汇；

7、未经授权的情况下，使用品牌名称/明星或知名人士姓名；

8、店铺名称使用注册商标标识的，出现对标识进行任何的修改或其他可能造成对商标侵犯的情形；

9、其他法律/行政法规规定禁止的。

（六）店铺命名同时需要符合下述禁止性规定：

1、店铺命名中不得含有“苏宁”及其关联公司类字词（苏宁自营店铺除外）；

2、不得使用“官方”等字词；

3、其他苏宁易购苏宁易购根据经营管理需要禁止使用的相关字词。

第六条【附件】

附 1：店铺命名的可选类目

苏宁易购店铺命名可选择类目字段一览表		
经营大类		店铺命名可选择类目字段
经营大类	一级类目	
服饰鞋帽/箱包皮具	箱包皮具	箱包
	服饰鞋帽	服饰，男装，女装，内衣，鞋靴，男鞋，女鞋，配饰，婚纱，礼服，羽绒服，服饰配件，皮草
运动户外	运动/瑜伽/健身/球迷用品	户外，登山，野营，旅行用品，骑行装备，运动，瑜伽，健身，球迷用品，运动服，运动鞋，泳衣，渔具，电动车，自行车
	自行车/骑行装备/零配件	
	运动鞋	
	运动服/休闲服装	
	运动包/户外包/配件	
	户外/登山/野营/旅行用品	
	电动车/配件/交通工具	
	票务/卡券	票务，服务
珠宝配饰/礼品/工艺品	乐器	乐器
	礼品	礼品，烟具
	眼镜	眼镜
	钟表	钟表，手表
	珠宝/黄金/钻石/翡翠	珠宝，饰品，首饰，K 金，银饰，珍珠，翡翠玉石，水晶玛瑙，水晶，玛瑙，时尚饰品，铂金，手目串，把件，金银投资，彩宝，钻石，工艺金，工艺银
	时尚饰品/饰品配件	
	工艺品	礼品，创意礼品，定制礼品，手串，文玩，字画，工艺品，艺术品，装饰品，文房四宝，电子烟，烟具，打火机，收藏品
汽车用品	汽车用品	汽车用品，汽车服务，车品，汽车，轮胎，汽车美容，安全座椅，润滑油，摩托，汽车配件，加油卡
	汽车服务	
家装家具家纺	家装建材及五金	家居，家居日用，家纺，装潢，五金，卫浴，玩具，热水器，地板，安防，木门，油漆，瓷砖，马赛克，橱柜灯具，灯饰，照明，浴霸，涂料，集成吊顶，电工，工具，锁具，灯具，衣柜，全屋定制，采暖，智能家居
	家纺	
居家日用	宠物/宠物食品及用品	宠物用品，宠物食品，宠物

	生活日用家庭清洁	家居，日化，餐具，厨具，家居用品，家纺，墙纸，壁纸，生活日用，清洁用品，雨具，家居饰品，十字绣，居家日用，地毯，洗护，水族
食品及酒水	营养保健	保健品，保健食品，营养保健，保健器械
	国产食品	食品，休闲食品，进口食品，大闸蟹，粽子，月饼，冲调，粮油，特产，烘焙甜品，水饮，牛奶，冲调，零食，地方特产，茶叶，坚果炒货，糕点，进口粮油，蜂蜜，咖啡，生鲜，果蔬，水产，海参，牛排，熟食，酒类，白酒，葡萄酒，洋酒，啤酒，黄酒，养生酒，收藏酒，陈年老酒
	国产酒水	
	进口食品	
	进口酒水	
	生鲜	
美妆	美妆	美妆，美容工具，假发，洗护，口腔护理，清洁用品，彩妆，彩妆工具，女性护理，身体护肤，个人护理，造型工具，清洁工具，皮具护理，个护清洁
母婴	母婴	母婴，玩具，童鞋，童装，童车，婴童电器，婴童洗护，婴童寝具，孕产用品，儿童床品，安全座椅，奶粉，童床，动漫
图书音像	文化制品	图书，音像制品，期刊杂志，进口原版书，音响，图书音像，文化制品
医药健康	医疗健康服务	食品，保健品，保健食品，医疗器械，滋补养生，医疗服务，隐形眼镜，成人用品
	隐形眼镜/配套用品	
	成人用品	
	OTC 药品/医疗器械	
3C 数码	数码照摄	数码，手机，数码配件，文具，办公，办公用品，电脑，笔记本，电玩，相机，电脑硬件，存储，OA 办公，智能穿戴设备，智能设备，3C 配件，电脑配件，手机配件
	电脑	
	OA 办公	
	智能设备	
	3C 配件	
	手机	
家用电器	生活电器	电器，个人护理，小家电，大家电，厨卫，生活电器，厨房电器，影音，个护，健康，健康电器，冰洗，空调，电视，厨房，两季，净水设备，环境电器，仪器，照明，五金，电气，电工，电视，冰箱，洗衣机，厨卫，卫浴，热水器
	家用视听设备及相关配件	
	冰箱洗衣机及相关配件	
	厨房卫浴电器	
	空调及相关配件	

本表为类目标准字段，同时支持自定义（仅限中英文或数字，20 字符以内，须与店铺经营类目相关），但须经苏宁工作人员审核。

附 2：特殊店铺命名规则

1、大药房旗舰店的命名规则：

商标类型	命名规则	二级域名使用规则
无 3503 类注册类别的商标	企业字号+大药房+旗舰店	企业字号全拼或者首字母+“大药房”全拼或者首字母+suning.com
有 3503 类注册类别的商标	1、品牌名+大药房+旗舰店	品牌英文名（或者品牌中文名拼音）+“大药房”全拼或者首字母+suning.com
	2、企业字号+大药房+旗舰店	企业字号全拼或者首字母+“大药房”全拼或者首字母+suning.com

2、特色馆的命名规则：

店铺模式	命名规则	二级域名使用规则
特色馆	**中华特色馆·XX 馆**	地域全拼或者首字母+“特色”全拼或者首字母+suning.com

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【初次公示时间】2018 年 05 月 04 日

【生效时间】2018 年 05 月 10 日

【说明】本规则自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁易购店铺二级域名使用规则

为了规范苏宁易购店铺二级域名的使用和管理，根据国家法律法规及《苏宁云台服务协议》等规定，制定本规则。

一、定义

苏宁易购店铺二级域名，是指卖家在遵守本规则的前提下，根据其个性化需求及推广需要，在“suning.com”域名下为其店铺申请注册的域名，其展现形式如“*****.suning.com”（“*****”为卖家依据本协议自行设定的内容），本协议中简称为“二级域名”。

二、申请二级域名的卖家需符合如下条件：

1、入驻苏宁易购的卖家；

2、已通过苏宁云台系统开通申请注册域名服务；

3、域名申请符合本规则要求。

三、域名设置规则

1、根据店铺类型的不同，卖家可申请二级域名，具体规范如下：

店铺类型	命名规则		二级域名使用规则
旗舰店	品牌旗舰店	品牌名+（类目）+旗舰店	品牌中文名全拼/首字母或英文名+（类目名全拼或者首字母）+suning.com
	卖场型旗舰店	企业商号/企业名称缩写+（类目）+旗舰店	企业商号全拼/首字母+suning.com
专卖店		品牌名+企业商号/企业名称缩写+（类目）+专卖店	品牌中文名全拼/首字母或英文名+企业商号全拼/首字母+suning.com
专营店		企业商号/企业名称缩写+（类目）+专营店	企业商号全拼或首字母+（类目名全拼或者首字母）+suning.com

2、二级域名的字符数应大于等于 4 位且小于等于 32 位，由字母（A-Z，a—z，大小写等价）、数字（0—9）、连接符（-）组成，并且“-”不能出现在二级域名的首部或尾部。

3、二级域名使用不得违反法律法规的规定及国家政策的相关内容，不得违反苏宁云台明示的各项规则规范，不得侵犯他人包括知识产权在内的各项合法权益，不得注册域名开展不正当竞争等违法违规行为，不得损害苏宁易购（包括但不限于江苏苏宁易购电子商务有限公司及其各关联公司）的合法权益。

4、二级域名使用店铺名称的，其店铺名称需符合《苏宁易购店铺类型及命名规则》（以下统一简称“店铺命名规则”）；本规则中所有术语，除非另有说明，否则定义与店铺命名规范中定义相同。

5、以下二级域名不得使用，已使用的，苏宁易购有权收回或修改：

（1）已经被他人使用的；

（2）涉及国家禁止销售的商品（如：shouqiang，xiangyan 等）或违反国家法律与政策的；

（3）与卖家所销售的商品无任何直接关联的；

（4）含有著名城市地区名、专有词汇等国家禁止在商标注册时使用的词汇的；

（5）与著名网站域名或名称构成近似的；

（6）非商标持有人或授权人使用涉及特定商标的域名或域名与该特定商标构成近似的；

（7）其他根据苏宁易购公示的域名规则不得使用或经苏宁易购判定不能使用的。

四、二级域名的申请与审核

（一）申请流程

1、卖家联系商管提交修改域名申请；

2、商管在收到申请后 3 个工作日内依据卖家类型对其申请进行形式审核；

3、经形式审核，域名符合本规则并与其他卖家的域名不冲突的，审核通过；

4、审核通过后，如需缴纳服务费的，卖家应在三日内缴纳完毕，域名于服务费缴纳完毕后开通。

（二）申请冲突判定

1、判定原则：苏宁易购根据申请在先原则及品牌商优先原则对卖家之间因域名注册及使用的冲突进行判定。

2、判定解决方式：如卖家未经品牌商标权人允许使用其商标注册域名，品牌商标权人有权向苏宁易购提交异议申请并找回二级域名。

3、数据记录：卖家申请二级域名的时间以苏宁云台系统记录时间为准。

五、二级域名的管理

1、苏宁易购有权独立判断（包括接到相关权利人、投诉人、举报人通知后独立判断）卖家所申请的域名是否符合本规则，并根据判断结果做出立即停止卖家对该域名使用的决定。

2、苏宁易购有权在提前 3 个工作日书面通知（包括但不限于苏宁云台系统通知、电子邮件等）的前提下无理由停止卖家对二级域名的使用。

3、卖家通过苏宁云台系统注册苏宁易购店铺二级域名后不得擅自变更。苏宁易购主动行使管理权要求卖家变更的除外。

六、使用期限及续约

1、域名使用期限届满前 1 个月，系统会向卖家发送续约提示，卖家可通过后台系统提交自助续约申请，征得苏宁易购同意的，予以续约；

2、域名释放：域名有效期满 15 日后，卖家仍未完成的自助续约的，该域名自动解除锁定，征得苏宁易购同意后，其他卖家可申请使用。

七、域名的所有权及使用保留

1、苏宁云台所有域名的所有权归苏宁易购所有。

2、卖家通过二级域名注册仅获得通过该域名跳转至其苏宁云台店铺的使用权，自助注册成功并不意味着域名权属的变更。

3、苏宁易购对于已经使用或将来可能使用的苏宁云台域名享有绝对的所有权和使用权。任何卖家已经注册成功并使用的域名如果与苏宁易购自身的用途相冲突，苏宁易购有权立即停止卖家对该域名的使用。

4、卖家对域名的使用权不得出租、出借或以其他任何形式对外转让。苏宁易购与卖家的合作终止的，卖家对域名的使用权亦随之终止。

八、其他

因卖家注册及使用苏宁云台域名违反国家法律、法规、国家政策或侵犯他人合法权益（包括但不限于知识产权）的，卖家应当独立承担全部法律责任，因此导致苏宁易购或其关联公司利益受损的，卖家应当全额赔偿。

苏宁易购店铺命名可选择类目字段一览表

本表为类目标准字段，同时支持自定义（仅限中英文或数字，20 字符以内，须与店铺经营类目相关），但须经苏宁工作人员审核		
经营大类		店铺命名可选择类目字段
经营大类	一级类目	
服饰鞋帽/箱包皮具	箱包皮具	箱包
	服饰鞋帽	服饰，男装，女装，内衣，鞋靴，男鞋，女鞋，配饰，婚纱，礼服，羽绒服，服饰配件，皮草
运动户外	运动/瑜伽/健身/球迷用品	户外，登山，野营，旅行用品，骑行装备，运动，瑜伽，健身，球迷用品，运动服，运动鞋，泳衣，渔具，电动车，自行车
	自行车/骑行装备/零配件	
	运动鞋	
	运动服/休闲服装	
	运动包/户外包/配件	
	户外/登山/野营/旅行用品	
	电动车/配件/交通工具	
	票务/卡券	票务，服务
珠宝配饰/礼品/工艺品	乐器	乐器
	礼品	礼品，烟具
	眼镜	眼镜
	钟表	钟表，手表
	珠宝/黄金/钻石/翡翠	珠宝，饰品，首饰，K 金，银饰，珍珠，翡翠玉石，水晶玛瑙，水晶，玛瑙，时尚饰品，铂金，手目串，把件，金银投资，彩宝，钻石，工艺金，工艺银
	时尚饰品/饰品配件	
	工艺品	礼品，创意礼品，定制礼品，手串，文玩，字画，工艺品，艺术品，装饰品，文房四宝，电子烟，烟具，打火机，收藏品
汽车用品	汽车用品	汽车用品，汽车服务，车品，汽车，轮胎，汽车美容，安全座椅，润滑油，摩托，汽车配件，加油卡
	汽车服务	
家装家具家纺	家装建材及五金	家居，家居日用，家纺，装潢，五金，卫浴，玩具，热水器，地板，安防，木门，油漆，瓷砖，马赛克，橱柜灯具，灯饰，照明，浴霸，涂料，集成吊顶，电工，工具，锁具，灯具，衣柜，全屋定制，采暖，智能家居
	家纺	
居家日用	宠物/宠物食品及用品	宠物用品，宠物食品，宠物
	生活日用家庭清洁	家居，日化，餐具，厨具，家居用品，家纺，墙纸，壁纸，生活日用，清洁用品，雨具，家居饰品，十字绣，居家日用，地毯，洗护，水族
食品及酒水	营养保健	保健品，保健食品，营养保健，保健器械
	国产食品	食品，休闲食品，进口食品，大闸蟹，粽子，月饼，冲调，粮油，特产，烘焙甜品，水饮，牛奶，冲调，零食，地方特产，茶叶，坚果炒货，糕点，进口粮油，蜂蜜，咖啡，生鲜，果蔬，水产，海参，牛排，熟食，酒类，白酒，葡萄酒，洋酒，啤酒，黄酒，养生酒，收藏酒，陈年老酒
	国产酒水	
	进口食品	
	进口酒水	
	生鲜	

美妆	美妆	美妆，美容工具，假发，洗护，口腔护理，清洁用品，彩妆，彩妆工具，女性护理，身体护肤，个人护理，造型工具，清洁工具，皮具护理，个护清洁
母婴	母婴	母婴，玩具，童鞋，童装，童车，婴童电器，婴童洗护，婴童寝具，孕产用品，儿童床品，安全座椅，奶粉，童床，动漫
图书音像	文化制品	图书，音像制品，期刊杂志，进口原版书，音响，图书音像，文化制品
医药健康	医疗健康服务	食品，保健品，保健食品，医疗器械，滋补养生，医疗服务，隐形眼镜，成人用品
	隐形眼镜/配套用品	
	成人用品	
	OTC 药品/医疗器械	
3C 数码	数码照摄	数码，手机，数码配件，文具，办公，办公用品，电脑，笔记本，电玩，相机，电脑硬件，存储，OA 办公，智能穿戴设备，智能设备，3C 配件，电脑配件，手机配件
	电脑	
	OA 办公	
	智能设备	
	3C 配件	
	手机	
家用电器	生活电器	电器，个人护理，小家电，大家电，厨卫，生活电器，厨房电器，影音，个护，健康，健康电器，冰洗，空调，电视，厨房，两季，净水设备，环境电器，仪器，照明，五金，电气，电工，电视，冰箱，洗衣机，厨卫，卫浴，热水器
	家用视听设备及相关配件	
	冰箱洗衣机及相关配件	
	厨房卫浴电器	
	空调及相关配件	

邀约入驻店铺类型说明

一、资质要求

针对特色馆、大药房与卖场型旗舰店，苏宁易购为定向邀约招商入驻，具体入驻资质要求商户可联系以下相应负责人进行沟通洽谈。

店铺类型	联系人	联系方式
特色馆	李经理	025-66996699-887482
大药房	吴经理	025-66996699-865255
卖场	各品类招商人员联系方式	/

二、命名规则：

店铺模式		命名规则	二级域名使用规则
特色馆		中华特色馆·XX 馆	地域全拼或者首字母+“特色”全拼或者首字母+suning.com
大药房	无 3503 类注册类别的商标	品牌名+大药房+旗舰店	品牌英文名（或者品牌中文名拼音）+“大药房”全拼或者首字母+suning.com
	有 3503 类注册类别的商标	企业字号+大药房+旗舰店	企业字号全拼或者首字母+“大药房”全拼或者首字母+suning.com
卖场		企业商号/企业名称缩写+（类目）+旗舰店	企业商号全拼/首字母+suning.com

苏宁云台商家商品质量管理规范

出售质量合格产品，是苏宁云台商家法定的义务和责任。为规范苏宁云台商家商品质量管理，提升苏宁易购消费者购物体验，特发布本规范。

一、苏宁云台商家资质管理

1、苏宁云台商家应符合苏宁云台招商所要求的资质，并对提供苏宁云台资质复印件（盖单位公章）的真实性、合法性、有效性负责。

2、苏宁云台商家使用自有商标的，应提供商标注册登记证明；苏宁云台商家使用他人商标的，应提供商标权利人授权，并接收苏宁云台对授权的核实或审验。

3、苏宁云台商家资质有变更的，应于变更之日起 2 个工作日内书面通知苏宁云台。

4、苏宁云台商家应同时提供其在苏宁云台所经营产品的相关资质，比如，从事食品零售的，应提供食品流通许可证，确保具备相应的产品资质，方可从事经营活动。

5、苏宁云台商家应依苏宁云台合理要求，定期或不定期提供其所经营产品的质检报告，质检报告须由具备相应资质的权威第三方或国家权威机关出具。

6、苏宁云台商家应接受苏宁云台或苏宁云台委托的第三方对苏宁云台商家资质进行检验，需核实资质真实性、有效性相关的工作，苏宁云台商家应予以配合。

7、新入驻苏宁云台的商家，须申请通过苏宁云台指定的有资质的第三方资质认证，缴纳相关费用，经资质认证合格，方可入驻苏宁云台；资质认证不合格，不得入驻苏宁云台。

8、已入驻苏宁云台的商家，苏宁云台有权自行或委托第三方对商家的资质（包括商家主体资质、经营产品相应资质、品牌授权、商标权或商标权使用授权）进行抽查或复检，对于抽查或复检不合格的商家，苏宁云台有权第一时间对不合格商家的商品下架或店铺屏蔽处理，在规定期限内商家未能按照要求补正，将按照《商家管理规范总则》的要求，视违规场景对商家进行处理。

二、苏宁云台商家商品质量管理

（一）商品质量常规监控

苏宁云台商家有义务对其经营的商品质量进行常规监控，发现问题，及时改正，以避免问题扩大化和将损失降到最低，确保产品质量安全。

（二）苏宁云台商家有义务确保其经营商品的渠道符合法律法规规定

1、若商品系从厂家进货，应能够提供厂家进货证明；若系代理厂家销售，应能够提供厂家

代理授权；若非一级代理商，应能够提供上级代理商的授权及上级代理商的厂家授权，确保供应链完整。

2、若苏宁云台商家经营的商品为进口商品，应能够提供商品报关、报检证明，进口商品应符合我国相关法律法规规定，如关于进口食品中文标签的规定，进口化妆品许可或备案的规定等，进口商品的产品质量须符合我国的相关标准，苏宁云台商家应确保进口商品的供应链完整。

（三）苏宁云台对苏宁云台商家商品质量的常规监控

苏宁云台有权与国家工商总局、国家质量技术监督总局、国家食品与药品监督管理局及各地相关政府部门建立信息沟通与对接，对高风险商品进行重点监管，对常规监控发现存在问题的商家，及时进行相应处理。

三、苏宁云台商家违规信息曝光

1、苏宁云台有权收集商家违规信息，在苏宁云台或苏宁易购页面公示，尤其是产品质量不合格的信息，提醒消费者。

2、苏宁云台商家应主动做好自查、自律工作，严控产品质量。

四、积极应对政府机关检查

1、政府机关向苏宁云台查询某商品相关数据的，苏宁云台商家有义务向政府机关提供，包括但不限于苏宁云台商家的资质信息、联系电话、苏宁云台销售数据，苏宁云台商家应予以配合。

2、对于苏宁云台所在地政府部门要求苏宁云台商家提供相关资质或数据的，包括但不限于产品经营相关许可证、情况说明、进销存数据等，苏宁云台商家应予以配合。

3、对于确属于苏宁云台商家问题的客诉，苏宁云台商家应积极处理客诉，妥善解决。

4、对于政府机关查处，商家对查处结果有异议的，应依法申请复议或提起行政诉讼，在法定期限内，既不提起行政复议又不提起行政诉讼的，应及时执行政府查处决定，包括但不限于罚款、没收违法所得等。苏宁云台商家拒不执行生效行政处罚决定的，苏宁云台有权暂扣相应的保证金，直至苏宁云台商家执行处罚决定。

五、其他

商家发布的商品信息如不符合本规范，苏宁云台将依据《商家管理规范总则》等平台规则及签署的相关服务协议进行处理，并有权立即下架或删除相关商品信息。

苏宁云台商家品牌管理规范

第一条【目的和依据】 为规范苏宁云台商家品牌管理，指导商家新增、变更品牌信息，确保品牌信息真实性和品牌合规性，根据《商家管理规范总则》、《苏宁云台违规行为及处理细则》，特制订本规范。

第二条【品牌类型】根据经营品牌的品牌方（品牌权利人）与商家是否一致，分为自有品牌和代理品牌。

品牌方和商家一致，则该品牌为自有品牌；如品牌方和商家不一致，需要商家取得品牌方直接或间接授权方可经营的，则该品牌为代理品牌。

第三条【商标类型】根据商标已经申请注册是否取得商标证，可以将商标划分为“R 标”和“TM 标”。

“R 标”是指已经取得国家商标局颁发“商标注册证”的已注册商标；“TM 标”是指虽已申请注册但国家商标局仅颁发“商标注册申请受理通知书”的“商标”。

第四条【管理要求】 商家新增、变更品牌信息时，应严格遵守以下要求：

1、按照苏宁云台系统设置要求填写品牌信息；

2、提供的品牌资质或品牌授权资质等材料应真实、完整；

3、其他苏宁云台因品牌管理需要而做出的其他要求；

商家品牌信息如不符合上述任一项要求的，苏宁云台将会驳回该品牌新增、变更申请。

第五条【注意事项】商家新增、变更品牌信息时，根据商标类型不同，应注意以下事项：

（一）“R 标”

1、商家根据系统设置填写商标信息时，商标信息应与商标注册证上载有信息保持一致，上传的品牌资质应真实、有效、清晰；

2、如该商标为代理品牌时，商家还需提供完整的商标授权资质材料，授权资质材料应真实、有效、清晰。

商家应确保苏宁云台能够根据提供的授权资质材料能够追溯到品牌方。

（二）“TM 标”

1、如 TM 标为自有品牌，则商户需根据系统设置要求如实填写商标信息，商标信息应与“商标注册申请受理通知书”上载有信息保持一致，上传的受理通知书应真实、有效、清晰；

2、原则上不接受代理品牌的 TM 标经营申请，知名度较大或经苏宁云台书面同意经营的除外，TM 商标仅限一级代理；

3、TM 标申请经营时间应在“商标注册申请受理通知书”颁发三个月以后；

4、TM 标填写的有效期截止日期不得晚于次年 12 月 31 日。

第六条【违规处理】商家在品牌新增、变更过程中，如有违规情形的，苏宁云台有权对商家采取相应管理措施：

1、商家商标信息填写不符合第五条任一款项的，苏宁云台均将拒绝该品牌经营申请；

2、商家提供的品牌资质或授权资质涉嫌作假的，苏宁云台将根据《商家违规行为及处理规则》中“提供虚假资质”条款处理。

苏宁云台商家价格管理规范

苏宁云台商家商品价格原则上由商家自主确定，但为规范苏宁云台商品信息发布，保障平台正常运营，提升顾客购物体验，商家的定价行为需符合国家相关法律法规及本规范要求。

一、标价规范

（一）商品价格、运费规范要求

商家发布商品的定价或者运费不符合市场规律或所属行业标准，滥用网络搜索方式实现其发布的商品排名靠前，影响苏宁易购交易平台正常运行秩序的，苏宁云台有权判定其相关商品为价格、运费不符商品。

1、商品的价格或运费，违背市场规律和所属行业标准的（包含但不仅限于如下情况：三格书柜，苏宁易购价 1 元，运费 100 元）。

2、商品价格和描述价格严重不符的（包含但不仅限于如下情况：商品发布苏宁易购价为 1 元，但却在商品描述中标注产品其他价格的）。

3、以过高或过低的价格发布赠品。

4、彩妆/香水/护肤/美体及珠宝首饰/流行饰品/珠宝配件的分类商品管理规范：超大超小规格类商品不允许发布，如面膜粉按 1g 卖，精油按 1kg 卖，为价格、邮费不符。

（二）禁止价格违法行为

1、商家销售商品与提供有偿服务，应当依法明码标价；商户降价销售商品或提供服务，应当如实说明降价原因、降价期间，并使用降价标签。

2、商家馈赠物品或者服务标示价格（或价值）的，应当真实明确。

3、禁止商家利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱导消费者与其进行交易。

4、禁止商家有下列行为之一：

（1）标示商品的品名、产地、规格、等级、质地、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关内容与实际不符；

（2）对同一商品或者服务，同时使用两种标价签或者价目表；

（3）使用欺骗性或者误导性的语言、文字、图片、计量单位等标价；

（4）商品信息中出现“xx 最低、爆款、最*价、特价、惊爆价、劲爆价、低价、市场价、节操、扫货、全网”等用语；

（6）销售处理商品时，不标示处理品和处理品价格；

（7）销售商品时提供赠品的，不如实标示馈赠物品的品名、数量或者馈赠物品为假劣商品；

（8）销售商品和提供服务带有价格附加条件时，不标示或者含糊标示附加条件；

（9）虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或者将要提价，诱骗他人购买（原价是指本次降价前 7 日内在本经营场所成交的有交易票据的最低交易价格；如前 7 日内没有交易价格，则以本次降价前最后一次交易价格作为原价）；

（10）销售商品和提供服务前有价格承诺，不履行或者不完全履行的；

（11）谎称销售价格低于其他经营者的销售价格；

（12）采取掺杂、掺假，以假充真，以次充好，短缺数量等手段，使数量或者质量与价格不符的；

（13）对实行市场调节价的商品和服务价格，谎称为政府定价或者政府指导价的；

（14）采取返还有价赠券方式销售商品或提供服务时，有价赠券在使用上有附加条件，且没有在显著位置明确标示的；

（15）“优惠打折”标示的价格等于或高于本次优惠打折活动前七日内，在本交易场所成交有的交易票据的最低交易价格的。店铺新品上架，不得打折销售；

（16）特价商品或者服务的价格等于或高于本次经营活动前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的；

（17）在开展送现金、返券、馈赠、积分等经营活动中，标示的价格高于本次经营活动前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的；

（18）其他欺骗性价格表示或其他价格欺诈手段。

二、限价要求

（一）基本原则

1、同样商品（款式、型号、颜色等都相同）的苏宁易购价不得高于其他 B2C 平台（自主式、开放式）的正常售价。

2、同样商品的苏宁易购价不得高于该品牌在其官网或其自身的电子商务平台的正常售价。

3、同样商品的苏宁易购价不得高于该品牌的线下实体店价格及吊牌价。

4、如遇特殊情况，第三方商家不能符合苏宁易购价定价基本原则第 1 条的，则该商家需给出充分理由并经苏宁易购同意并备案。

（二）限价标准

对于同时在多个平台经营的商家，当其商品在其他网上销售平台需要进行特价促销，并且

此时的促销价格低于其在苏宁易购当时的售价，商家需要与苏宁易购运营负责人沟通并及时调整其在苏宁易购的价格，并使商家该商品在苏宁易购的售价小于或等于商家在其他平台的促销价。

三、变价规范

（一）变价情况

1、价格上浮：商家商品价格整体调高时，需将价格具体调整幅度报苏宁云台运营方知悉备案。

2、价格下调：商家商品价格高于其他平台或需做促销时进行变更。

四、比价管理

（一）价格监控

苏宁云台将根据商家商品所属不同类目，每日对商家全部或部分商品进行跨平台比价，对超过限价标准的商品及时与商家进行沟通与规范。

（二）比价结果处理

1、当苏宁易购该店铺运营发现商家价格不合规范时，须要求商家在 2 小时内纠正完毕(含系统缓存时间，最终以前台显示为准)，超过 2 小时未纠正的，苏宁易购有权直接将相应违规商品下架，要求商家进行整改，整改后经苏宁易购批准可重新上架销售。一自然周内同一店铺 3 次（含）及以上价格违规的，苏宁易购核实后，需对商家扣除 12 分处罚。

2、发现第三方商家有商品苏宁易购价高于“其他网上销售平台”相同商品正常售价的 10%（含）以上，30%以下，苏宁易购依据《商家管理规范》对商家每次给予 24 分扣分处罚；高于“其他网上销售平台”相同商品正常售价的 30%（含）及以上，苏宁易购对商家每次给予 48 分扣分处罚。若商家存在以上情况，苏宁易购有权要求商家承担本条对应违约责任，并直接要求商家对商品做下架处理，商家应进行整改，整改后经苏宁易购批准可重新上架销售。

（三）抽查

苏宁易购不定时对店铺价格进行抽查监督，如发现店铺价格违规现象，苏宁易购有权按本条第 2 款规定要求商家及时处理，并给予相应扣分。

五、商家须知

1、如商家发生标错事件，应根据《标错类事件处理规则》处理流程第一时间报备，并优先解决因标错产生的订单问题。平台亦上线价格提醒相关工具，商家可登陆商家后台查看使用。

2、对于已产生的标错商品信息订单，商家应按订单约定履行合同义务，商家履约发货的订单，如产生投诉等情形将按正常订单进行处理。如商家有部分或全部订单无法履约发货，应当立即下架涉案商品，并在发现 2 小时内书面报备品类商管。报备前产生的消费者投诉（如未能

及时发货等）情形均按照正常订单进行处理。具体处理流程依据《标错类事件处理规则》。

3、 如商家未在规定的时间内完成处理工作、拒绝配合处理等场景，苏宁易购有权按照《标错类事件处理规则》、《商家违规行为及处理规则》等平台规则对商家进行处理。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2020 年 1 月 16 日

【生效时间】2020 年 1 月 23 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

有关商户发布商品数量限制的规则

第一章　概述

定义：商户发布的商品数量=在架商品数量+下架商品数量

1、为什么要限制店铺的商品数量？

为帮助商户更好的管理店铺内商品，明确其经营活动的范围，本规则针对入驻时间不同，销售量级不同的商户其店铺内可存在的商品数量作出规范和限制。

2、为什么【在架商品】和【下架商品】都计入店铺的商品数量？

因商户可在任意时间点将商品从【在架状态】更改为【下架状态】，也可将商品从【下架状态】更改为【上架状态】，故将二者的总和定义为商户店铺内的商品数量。

第二章　商品数量相关细则

第一条　【商品数量计算】细则如下。

根据商户的入驻时间（入驻时间从商户缴纳保证金之日起开始计算，含缴纳保证金当天日期）及商户最近一年 GMV（不满一年的按照实际入驻平台的时长计算）的不同，对商户在平台上可拥有的商品数量（以 SKU 为统计单位）作出如下规定。

1、入驻时间在 0~3 个月的商户，可配置的 SKU 总量不超过 50000；

2、入驻时间在 0~6 个月的商户，且近 1 年 GMV 大于等于 50 万，可配置的 SKU 总量不超过 100000；反之，若入驻时间在 0~6 个月，但近一年 GMV 小于 50 万，则可配置的 SKU 总量为不超过 50000；

3、入驻时间在 6 个月以上的商户，且近 1 年 GMV 大于等于 100 万，可配置的 SKU 总量不超过 200000；若入驻时间在 6 个月以上，但近一年 GMV 大于等于 50 万小于 100 万，则其可配置的 SKU 总量不超过 100000；若入驻时间在 6 个月以上，但 GMV 小于 50W，则其可配置的 SKU 数量不超过 50000。

详见下表。

入驻时间	近一年 GMV	可配置 SKU 数量上限值
3 个月以内	无限制	5W
6 个月以内	小于 50W	5W
	大于等于 50W	10W
6 个月及以上	小于 50W	5W
	大于等于 50W，小于 100W	10W
	大于等于 100W	20W

第二条 商户【当前商品数】统计规则如下。

1、商户当前拥有商品数包括 API、页面、批导等各种途径创建的商品，包括通码、子码、单一商品。

2、当前拥有的商品数不包括已经彻底删除的商品（包括彻底删除的单一商品、通码商品、子码商品）。

3、当前拥有的商品数包含在架商品数和下架商品数。

第三条 商户【新增商品数】控制规则如下：

1、通过 API 接口新增商品时，不能超过每天新增的商品总数；

2、通过 API 接口新增商品时，不能超过商户可拥有的商品总数。

第三章 附则

第四条【生效时间】本规则于 2018 年 4 月 8 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 4 月 15 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第五条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

关于商品主图基本规范及考核机制通知

根据前期苏宁易购平台对于商品发布规范的要求，其中对于搜索图，大小家电、3C 必须为白底图，超市、百货、母婴除服饰鞋帽、家装、家纺类目可配合适当场景渲染，其他类目则须为白底图。但实际执行过程中，仍存在大量花图，并且已经造成诸多问题，导致流量的损失、页面信息的不对称甚至用户投诉，现再次明确商品主图基本规范以及考核机制。

一、商品主图基本规范：

商品主图基本规范	
主图张数	5~10张，不得少于5张；当系统配置主图数量大于5张时，前5张为必填，其它为选填。
主图规格	800PX×800PX
主图大小	2M以内
主图格式	JPEG、PNG、JPG
搜索图	除服饰鞋帽、家装、家纺及家具外，其它品类要求搜索图为纯白底商品正面图，左上角设置品牌logo（有特殊限制时logo可不加）；商品图不得包含任何与商品本身无关的文字描述及图形，例如商品属性描述、促销信息、价格、赠品等；主站要求添加的氛围及服务类型卡片，在收到正式通知后按标准格式统一添加。
四级页首图	四级页首图可选取颜色背景或创意拍摄，背景选择必须要衬托商品本身；商品促销标签不得多于3条，商品描述、促销内容与标题、卖点、详情描述必须保持一致。
视频背景图	视频背景图取搜索图为展示背景，规则参照搜索图。
其它要求	主图不得重复。

二、主图规范正确示例

冰箱



四级页首图



搜索图


细节图


细节图



能效图

笔记本



四级页首图


搜索图


细节图


细节图


细节图


四级页首图


搜索图


细节图


细节图


细节图

牛奶



四级页首图



搜索图



细节图



细节图



细节图

吸顶灯（家装类）

三、搜索图错误示例



四、考核机制

目前大促主会场、站外广告、智能推荐、搜索结果页等均有求展现白底图，并且多以搜索图作为基础，请各事业部根据要求进行主图整改，对于未按期整改的商品：

1、停止商品的站外广告投放（SEO/SEM）；

2、停止商品在大促活动主会场露出；

3、停止商品在站内推荐位露出；

4、对商品的搜索排序进行降权；

5、通过系统、人工抽查，对于违规操作的商品，针对所属的商家，将每次以一般违规行为扣 2 分/单。

注：部分集团级政策（如“30 天包退”、“365 天包换”）或由苏宁易购小二发起的主图变更除外。

本规范于 2018 年 3 月 28 日首次发布，于 2018 年 4 月 4 日起正式生效施行。

商品如实描述的规则与实施细则

“商品如实描述”及对其所售商品质量承担保证责任是商家的基本义务。“商品如实描述”是指商家在商品描述页面、店铺页面、云信等所有苏宁易购提供的渠道中，应当对商品的基本属性、成色、瑕疵等必须说明的信息进行真实、完整的描述。

商家应保证其出售的商品在合理期限内可以正常使用，包括商品不存在危及人身财产安全的不合理危险、具备商品应当具备的使用性能、符合商品或其包装上注明采用的标准等。

一、为什么“商品如实描述”是卖家的基本义务？

买家了解商品详细信息主要依靠商品描述，买家有权获得真实、客观、全面的商品详细信息。“商品如实描述”使买家可了解商品的真实状态，有效减少交易纠纷的发生。

二、卖家应该对哪些商品信息进行描述？

卖家应当对商品的基本属性、成色、瑕疵等必须说明的信息进行真实、完整的描述。

三、卖家自行添加的免责条款，是否有效？

卖家在自己店铺内所明示的责任条款，需要在页面显著位置公示，否则不予认定成为合同的一部分，若违反法律法规、《苏宁云台服务协议》及规则的规定，则这些条款无效，如：内容为单方面免除卖家责任、将相关风险转嫁给消费者或明显有失公平的条款；若不违反法律法规、《苏宁云台服务协议》及规则的规定，则这些条款有效，如卖家为了招揽生意，明示“假一赔万”的承诺，一旦违背则消费者有权要求卖家兑现承诺。无效的条款举例：

1、请勿给差评，否则不予售后；

2、本店拒绝差评，不能接受者不要购买；

3、本店只接受换货，如需退货，来回邮费由买家承担。

四、怎么理解“在合理期限内可以正常使用”？

指商品不应存在危及人身财产安全的不合理危险、具备商品应当具备的使用性能、符合商品或其包装上注明采用的标准等。简单地说，就是商品应该符合国家规定的质量合格标准，并按照相应的规定，由卖家提供售后服务。对于一些非标准类的商品及没有明确规定质量标准的商品，买家对商品质量有疑议，且和卖家协商不成的，苏宁易购规定在买家确认收货后的 15 天内，可以向苏宁易购发起投诉。苏宁易购有权根据相关事实，进行独立判断，并视情况会要求卖家提供售后服务。买家在超过投诉期限后向苏宁易购提出的投诉，原则上不再受理，但卖家不能免除应尽的售后服务责任。

五、具体哪些情况会被判定“描述不符”？

有效的“商品描述”涵盖以下内容，卖家对这些内容描述和实际提供的商品或服务存在明

显偏差时，可能会被判定商品描述不符投诉成立：

1、卖家通过商品详情页面、云信等渠道，向买家传递的所有与商品本身有关的信息。例如卖家就商品本身、邮费、发货情况、交易附带物件向买家描述的内容；

2、对存在瑕疵的商品，卖家应事先如实描述。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2019 年 1 月 16 日

【生效时间】2019 年 1 月 23 日

【说明】本规则自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁易购商品评价、销量特殊计算逻辑说明

第一章 商品评价、销量特殊计算逻辑

1、以 1 元以下价格支付的订单：销量正常累计；若买家账号绑定有效手机，买卖双方评价正常累计，若买家账号未绑定有效手机，该类订单的卖家端评价至多累计 300 笔，买家端评价正常累计。

2、符合以下任一情形的订单，销量、评价不累计或删除不累计：

①单件商品支付价格低于活动价（若没有活动价就以易购价为准）3 折且支付金额低于 5 元的订单：卖家端销量、评价均不累计，买家端正常累计；

②由平台技术排查认定为异常订单的：买卖双方销量、评价删除都不累计。

3、符合以下情形的，该商品近 30 天内全部或部分销量删除不累计：

修改商品某 SKU 价格时，修改后的价格若超过近 30 天该 SKU 最低订单支付价格（该价格≥10 元的除外）的 10 倍，该 SKU 对应近 30 天卖家端销量、评价全部删除不累计，买家端正常累计。

4、上述第一、二项的情形同时发生的，以第二项执行。

第二章 附则

1、苏宁易购将根据平台运营需要，调整交易评价的开放逻辑。

2、本规则于 2019 年 1 月 28 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 2 月 4 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

苏宁云台商家商品发布规范

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了规范商家的商品发布行为，营造合法、和谐的购物环境，维护消费者的权益，依据《苏宁云台服务协议》、《商家管理规范总则》，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规范执行。

第四条【规范要求】商家在苏宁易购发布商品应当严格遵守本规范。商家同意苏宁易购对商家上传的信息进行审核、整理、修改、复制、传播，任何违反本规范而发布的商品信息，苏宁易购有权立即删除且不承担任何责任。商家不得重复上传被删除的信息。

第五条【权责分配】苏宁易购仅对商家上传的信息进行形式审查，不承担任何保证义务，因商家上传的信息违反本标准或造成任何法律后果的，由发布该信息的商家承担全部法律责任并赔偿苏宁易购及其关联公司因此遭受的全部经济及名誉损失（包括但不限于工商投诉、行政处罚、违约、侵权等各类纠纷导致的损失），苏宁易购保留对商家进行处理并直至终止合作的权利。

第二章 基本要求

第六条 商家不得发布任何与法律、法规及违背公序良俗的信息，包括但不限于危害国家统一、主权和领土完整、泄露国家秘密、破坏民族团结、宣扬邪教、迷信、色情、暴力、赌博或教唆犯罪、危害社会公德等。

第七条 商家不得发布含有任何侵害他人姓名权、肖像权、隐私权、商标权、著作权或其他合法权益的信息，不上传任何带有贬损或损害性特征的内容，如未授权的复制品；无注册号的磁带或光盘，共享软件；Beta 级或未公布的软件；未同设备捆绑出售的 OEM 软件；未正式发行的名录，隐私资料，商业内部数据等。第八条 商家不得发布带有病毒或引导别人下载计算机病毒的信息。

第九条 商家不得发布《苏宁易购禁售商品管理规范》中禁售商品的信息，并且发布的商品品类不得超出与苏宁易购签订的合同约定范围。

第十条 商家的任何发布内容中（包括但不限于标题、广告语、图片、水印等）不得出现非苏宁（SUNING.COM）平台的其他平台标识、信息或链接及其他复制、抄袭等可能涉及侵犯第三

方合法权益的内容。

第十一条 商家不得发布不符合国家规定的强制性质量标准或者安全标准的商品。

第十二条 商家不得发布未取得国家规定的生产经营许可或销售许可的商品。

第十三条 商家不得发布未经报关或虽经报关但没有完整报关材料的进口商品，亦不得出售没有中文标签的商品。

第十四条 未经苏宁易购许可，商家不得发布经监管部门或媒体曝光存在质量问题的商品。

第十五条 商家不得将任何形式的发票作为商品进行发布（不具有效性和流通性的为收藏目的转让的情况除外）。

第三章 禁止发布的信息

第十六条 商家不得发布批发、招商、代理、广告、海报等形式的广告商品信息。

商品描述不详、无实货、仅提供发布者联系方式以及非商品信息的商品，苏宁易购将判定为发布广告商品，主要包括以下情形：

1、发布已经出售或者仅供欣赏的商品；

2、仅发布实体店铺的店面图片或者介绍、品牌故事、行业知识或者纯粹贴图；

3、以批发、代理、广告、海报、招商等形式发布的商品；

4、发布仅提供发布者联系方式或其它非出售商品信息的商品。

第十七条 商家不得发布带有“水货”、“欧水”、“港水”或相关字眼的信息。

第十八条 商家不得发布无品牌和无中文标明的产品名称，或者无生产厂名和厂址的商品信息。

第十九条 商家不得随意更换商品重要属性（如主图等）导致商品信息更换。

第二十条 未经苏宁易购允许，商家商品信息不得有“苏宁首发”或“苏宁独家”等类似字样。

第二十一条 商家不得发布任何广告窗口（包括但不仅限于非苏宁的广告、广告浮窗等）。

第二十二条 商家不得使用“最大”、“最高”、“极致”、“第一”等绝对化的表述。

第二十三条 食品等产品禁止发布治疗效果或者暗示可以治愈、治疗功能；保健食品禁止发布批准文号载明的保健功能以外的保健功效或功能；普通食品禁止宣传任何功能和功效，通过任何成分暗示存在功能或者功效。

第四章　发布行为限制

第二十四条【禁止错放商品分类属性】即商品分类属性与发布商品所选择的不一致。

第二十五条【禁止重复发布商品】完全相同的以及重要属性完全相同的产品，只允许发布一次。对于不同的商品，必须在商品标题、描述、图片等方面体现商品的不同，否则将判定为重复发布，具体情形如下：

1、本定义中所指重要属性为：

（1）颜色：同款商品不允许不同颜色分别发布；

（2）大小规格：同款商品不允许以大小规格不同分类发布（例如：男装、女装、童装、鞋帽）；

（3）同款商品不允许附带不同的附赠品或附带品而作为不同商品分别发布；

2、同款商品通过更改其价格、时间、数量、组合方式及其它发布形式进行多次发布，属于重复发布；

3、服务类商品，以相同价格、相同服务的不同表现形式发布，属于重复发布（如：T 恤烫画服务，烫画价格相同的请以一件商品发布，花样可在描述中展示）；

4、手机分类商品发布要求：网络电话卡下每个商家所发布的相同运营商的不同面值的充值商品不能超过 15 件；

5、家电分类商品发布要求：电子器械及配件类商品，若图片价格一致，描述相同，属于重复发布，如果只是型号不同，一家店铺每类产品最多只允许发布 50 件不同型号的商品，超过 50 件的商品，视为重复发布处理。

第二十六条 【禁止乱用关键字】

商家为使发布的商品引人注目，或使顾客能更多的搜索到所发布的商品，而在商品名称中滥用品牌名称或和本商品无关的字眼，扰乱苏宁易购或苏宁易购网站正常运营秩序的行为，苏宁易购将判定其相关商品为乱用关键字商品，主要包括如下情形：

1、商家故意在所出售的商品标题中使用苏宁易购网站正在热推的关键词，并且该关键词与内容商品无直接关联；

2、商家在所出售的商品标题中添加非用于介绍本商品的字眼，对赠品、奖品的描述，出现与其它商品和品牌相比较的情况（包含但不仅限于如下情况：“可媲美 LV 的真皮手袋”等）；

3、商品关键字中使用与本商品无关的商标或企业字号等字眼，误导消费者或者提升搜索量的；

4、商家在商品主图、标题、详情页中自行填加打标文字，误导消费者进行“虚假宣传”的

行为（包含但不仅限于如下情况：“自营”、“苏宁配送”等），“自营、苏宁配送” 等词语已有专用标签展示，请勿重复打标或者虚假打标。

第二十七条 【禁止商品标题、图片、描述等不一致】

所发布的商品标题、图片、描述等信息缺乏或者多种信息相互不一致的情况，苏宁易购判断为形式要件违规商品。

1、商品必要要素缺乏、相互不符的商品发布（包含但不仅限于如下情况：商品标题、商品描述中只有无含义的数字和字母等、商品标题为“**连衣裙”但图片为裤子等）；

2、在服装分类下，商家发布商品时未使用实物拍摄图片（实物拍摄图片定义：该件商品本身的拍摄图片，不包括杂志图片、官方网站图片及宣传图）。苏宁易购有权将违规商品计数下架，情节严重者做冻结账户处理；

3、珠宝/钻石/翡翠/黄金分类商品管理规范补充：商品的图片必须实物实拍，钻石的重量，净度，颜色不同，就不能用同一张图片发布，不能以钻石鉴定证书代替钻石，不能以钻石鉴定证书加钻石小图代替原图，必须以商品实物图来发布。否则属于标题、图片描述等不一致的商品；

4、商城标题、图片、描述等不一致商品管理规范：商品标题或者描述中所提及的商家资质与商家注册资质不符合的违规行为。比如：商品标题或者描述中写“***品牌专卖店”的实际情况是“普通经销商资格”。

第五章 商品发布标准

第二十八条【商品标题标准】

1、商品标题字数限制：商品名称应在 90 个字符以内。

2、商品标题和商品图片与对应类目及商家经营的品牌应一致，商品标题中不得出现与商品无关的内容。

3、各类目商品名称命名组成结构，应当根据各类目商品本身属性进行提练，结构主要包括中文品牌(英文品牌)+品类+型号或描述+功能属性（颜色、尺码、材质、规格、货号、容量、其他等）；“品牌+品类+型号”必须前置于其他商品名称要素前，描述内容顺序视情况可调整，图书类目发布的商品标题中可不包含品牌词。

（1）商品标题结构中品牌需要与授权经营该商品所使用商标一致（与商标注册证一致），品牌名为中英文时，命名格式为：中文品牌(英文品牌)；

（2）品类根据其行业内习惯性归类进行定义，不得出现与其他品牌或商品相类比的情况，比如“天堂款雨伞”，实际上不是“天堂”品牌；

（3）商品型号与商品包装箱、机身标注的型号保持一致。

4、商品标题中不得出现敏感、触犯法律、含苏宁易购竞争对手信息的内容。

5、商品标题中不得出现与该商品无关的内容，如促销等信息，包括但不限于以下字眼“热卖、新品、疯抢、直降、清仓、推荐、爆款、首发、正品、行货、专卖、包邮以及当季流行语”。

6、商品名称中不得展示价格。

7、商品名称中不得带有欺诈或者诱惑消费者的词语，例如以批发、代理、广告、海报、招商等形式发布的商品。

8、商品命名中不得擅自使用他人注册商标描述产品，例如：“**品牌风格**手机”。

9、商品标题中不得出现与实际商品不符的物品词，比如卖金枕榴莲，标题中出现非猫山榴莲这种；或者卖九分裤，标题中出现五分裤、七分裤这种情况。

10、商品标题中的属性与实际参数的属性不一致，比如面膜标题中卖 10 片，实际参数属性为 5 片这种情况。

第二十九条 【商品卖点标准】

商品卖点定位为通过简短的描述让顾客了解商品的核心参数、突出的特色、特点及优势。商品卖点为必填，维护内容为商品属性中最突出的一个或几个核心信息，禁止维护任何促销服务类信息，禁止维护任何活动信息、赠品信息等促销类信息，例如满减、直降、到手价、赠 XX 等；促销卖点为选填，维护内容可包括促销信息、赠品信息、服务信息等内容，要求语言精练、语意明确、有营销理念，禁止出现歧义、虚假信息、夸大商品功能或表述不清等情形；活动链接中广告词禁止包含“官方正品、官方授权、专供、特供、专用、热卖、疯抢、直降、清仓、推荐、爆款、首发、让利、特价、特级、极品”等触及新广告法的词语或与产品无关字样。链接地址必须正确且真实有效，商品必须参加链接中活动才能维护活动链接，且不得出现链接页面与链接文案描述不一致。

1、卖点分商品卖点、促销卖点及活动链接，商品卖点限制字数为 45 个字符、促销卖点限制字数为 30 个字符、活动链接限制字数为 25 个字符。

2、商品卖点描述中不得展示包含厂家电话或其他联系方式、链接等。

3、商品卖点描述中不得展示价格相关信息，如参考价**、秒杀价**、市场价**等。

4、促销卖点描述不得展示“不参加某活动”、“不可使用某券”等剔除类卖点。

5、卖点描述中不能含有错别字、特殊字符、生僻字符、怪异、无法认知的符号、图案以及影响客户理解的错别字、歧义用语。

6、卖点描述中不得出现与现行法律相悖、包含苏宁易购竞争对手信息的内容；非药品不能出现宣传产品有治疗功效的描述，如“对**有治疗作用”。

7、卖点描述中禁止出现“正品”、“行货”、“保真”等字样。

8、卖点描述中禁止出现不能够实现的承诺内容。

9、卖点描述中禁止使用 “比 xx 更好”、“质比 xx 大牌”等字眼，商品发布以上不当信息属于不当竞争、混淆、傍品牌行为，可能引起知识产权侵权——知识产权包括但不限于以下情形：

（1）在所发布的商品信息或域名等中不当使用他人商标权、著作权等权利；

（2）出售商品不当使用他人商标权、著作权、专利权等权利；

（3）所发布的商品信息或所使用的其他信息造成其他用户的混淆或误认。

第三十条【商品属性标准】

1、发布的商品分类与所填写的属性要保持一致。如洗手液选择洗衣液的目录发布商品，需填写的属性值完全与洗手液商品不符；

2、带“*”的属性项必填，请全部填全后提交，不带“*”的属性项请按商品实际情况填写，如商品无此属性，则无需填写；如出现可选属性值缺失，请使用发布界面类目属性问题反馈功能及时反馈，由平台运营审批后，再进行准确发布；

3、商品属性信息必须填写准确，属性值禁止与实物不符，如连衣裙材质，属性值为 100%纯棉，实际收到货为 90%棉，10%聚酯纤维；

4、商品属性信息与其他模块（如标题、详情）描述信息要保持一致，如床垫厚度，属性值为 20cm，标题中为 15cm；

5、商品属性信息禁止出现单一特殊符号值，如洗发水产地填写为/；

6、商品属性信息禁止出现值过低或过高的情况，如空调属性值制冷量填写为 1，功率填写为 1；儿童滑板车净重 100kg；

7、商品属性信息禁止虚假或夸大宣传，如转基因的油，属性值为非转基因；美妆类化妆品单一功效、保健类商品单一功能填写为多种功效或多种功能；

8.应用通子码的商品（如同一件服饰的不同颜色和尺码）各子码之间应仅存在销售属性的差别(即开通的规格特性颜色、尺码等)，其他属性值应完全一致，不得出现不同商品应用通子码形式发布，如一双布鞋与运动鞋发布在一个通码上。同时必须严格按照类目开通的销售属性进行维护，如颜色仅可维护不同颜色规格商品；

9、一旦发现商品存在以上任一场景的属性错误，均执行下架处理。

第三十一条 【商品主图图片标准】

1、主图 5~10 张，不得少于 5 张；当主图数量大于 5 张时，前 5 张为必填，其它为选填，

主图规格 800PX×800PX，2M 以内，格式 JPEG、PNG、JPG，主图不得重复。

2、不可以使用有版权、明星代言、非正常光线下拍摄的图片，除特殊商品需要场景拍摄外，搜索图大小家电、3C 必须为白底图，3C 配件、超市、百货、母婴除服饰鞋帽、家装、家纺类目可配合适当场景渲染，其他类目必须为白底图。同时图片上需无外部链接、二维码及水印，不可使用未经处理的商品图片。

3、图片需填满画布，居中放置，所有图片不加边框，不需要留间距。

4、严禁使用爆炸贴，如：最低价、批发价、出厂价、秒杀价等。

5、图片保存的时候需注意色彩格式为 RGB，图片保存为 web 下的 jpg 格式。

6、图片不得拼接，不得出现水印、店铺 LOGO，不得包含促销、夸大描述等文字说明，图片中不应该包括其它任何文字信息（包括日期、文字或其它网站名）。

7、拥有商品商标使用权的商家可将品牌 LOGO 放置于主图左上角，大小不能超过主图的 1/9，LOGO 大小不得超过 200*100PX。

8、每件商品图片数量以各类目行业标准规定为准，详见苏宁易购行业标准（行业标准未规定的类目，至少上传 5 张主图），不同角度商品展示图片，且至少一张商品主体正面图片作为主图（主图应展示商品的全部）。

9、图片背景以各类目行业标准规定为准，详见苏宁易购行业标准，图片一定要美观，除搜索图外图片中可以加入道具或装饰物作为衬托，不可使用未经处理的商品图片。

10、商家应对所使用的图片拥有著作权或合法的使用权，对于图片中涉及模特肖像的，商家应确保已获得肖像权人的授权，且在授权范围及有效期内合理使用。

11、图片中禁止包含其它任何文字、水印、二维码等信息。

12、商品活动图可选取颜色背景或创意拍摄，背景选择必须要衬托商品本身；商品促销标签不得多于 3 条，标签商品描述、促销内容必须与标题、卖点、详情描述保持一致，严禁使用最低价、批发价、出厂价、秒杀价等违规词。

13、氛围图功能会在大促期间或类目活动日期间开放，统一由平台下发制图模板，不可修改、添加非模板内任意元素，模板标签内商品描述、促销内容必须与标题、卖点、详情描述保持一致，严禁使用最低价、批发价、出厂价、秒杀价等违规词。

14、透明图为背景透明的单一商品图片，尺寸 800*800PX，格式 PNG。图片不为空，正面居中摆放，图片中商品展示清晰，完整无缺失，无变形。需将素材抠图、边缘处理干净，无阴影，不能有多余的背景、线条等未处理干净的元素。无 LOGO，无链接、无文字、无水印、无拼接、无牛皮癣。无模特，不可出现人体任何部位：如手、脚、腿、头等部位。无假模、商品吊牌、衣架挂钩等非商品主体物体。每张图片中只能出现一主体，不可出现多个相同主体，套装商品不得超过 5 件。

第三十二条 【商品价格标准】

1、商品价格、运费应客观真实，符合市场规律。

商家发布商品的定价或者运费应当符合市场规律或所属行业标准，不得恶意标低商品价格以使其发布的商品在搜索结果中排名靠前，影响苏宁易购网站正常运行秩序的，例如：

（1）商品的价格或邮费，违背市场规律和所属行业标准（包含但不仅限于如下情况：三格书柜，苏宁易购价 1 元，运费 100 元）；

（2）商品价格和描述价格严重不符（包含但不仅限于如下情况：商品发布销售价为 1 元，但却在商品描述中标注其他价格）；

（3）以过高或过低的价格发布赠品；

（4）将彩妆/香水/护肤/美体及珠宝首饰/流行饰品/珠宝配件等商品以不符合市场规律的计量单位售卖，如面膜粉按 1g 卖，精油按 1kg 卖。

2、禁止价格欺诈。

（1）商家销售商品与提供有偿服务，应当依法明码标价，商户降价销售商品或提供服务，应当如实说明降价原因、降价期间；

（2）商家馈赠物品或者服务标示价格（或价值）的，应当真实明确；

（3）禁止商家利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱导消费者与其进行交易；

（4）禁止商家有下列任一情形：

【1】标示商品的品名、产地、规格、等级、质地、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关内容与实际不符，并以此手段诱骗消费者或者其他经营者购买的；

【2】对同一商品或者服务，使用两种标价签或者价目表，以低价招徕顾客并以高价进行结算的；

【3】使用欺骗性或者误导性的语言、文字、图片、计量单位等标价，诱导买家进行交易的；

【4】标示的出厂价、批发价、特价、极品价等价格表示无依据或者无从比较的；

【5】降价销售所标示的折扣商品或者服务，其折扣幅度与实际不符的；

【6】销售处理商品时，不标示处理品和处理品价格的；

【7】采取价外馈赠方式销售商品和提供服务时，不如实标示馈赠物品的品名、数量或者馈赠物品为假劣商品的；

【8】收购、销售商品和提供服务带有价格附加条件时，不标示或者含糊标示附加条件；

【9】虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或将要提价，诱骗买家购买；

【10】收购、销售商品和提供服务前有价格承诺，不履行或者不完全履行的；

【11】谎称收购、销售价格高于或者低于其他经营者的收购、销售价格，诱骗消费者或者经营者与其进行交易的；

【12】采取掺杂、掺假，以假充真，以次充好，短缺数量等手段，使数量或者质量与价格不符的；

【13】对实行市场调节价的商品和服务价格，谎称为政府定价或者政府指导价的；

【14】采取返还有价赠券方式销售商品或提供服务时，有价赠券在使用上有附加条件，且没有在显著位置明确标示的；

【15】“优惠打折”标示的原价等于或高于本次优惠打折活动前七日内，在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的；

【16】特价商品或者服务的价格等于或高于本次经营活动前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的；

【17】在开展送现金、返券、馈赠、积分等经营活动中，经营者标示的价格高于本次经营活动前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的；

【18】其他欺骗性价格表示或其他价格欺诈手段。

第三十三条 【商品详情标准】

1、商品描述必须符合《苏宁云台商家广告宣传管理规范》要求。

2、商品详情描述建议图片和文字相结合（注：图文结合，图片增加图片描述可提升商品搜索命中率）。

3、商品介绍的图片必须清晰，商品介绍页面整体宽度不超过 750px。

4、商品详情页面不允许出现其他购物网址的链接或提示，不允许出现商家自有的客服、销售电话及售后服务电话、网址等联系方式以及商家实体店等相关信息（经苏宁易购书面特别审批可以公布的除外）。

5、无商标使用权的商家在商品详情描述时不允许在任何位置出现品牌 LOGO 及商标；汽车用品及配件类商品除汽车商标所有人授权外，不能在商品上出现第三方的汽车商标，详情请见《苏宁易购汽车用品行业标准》。

6、同一商家同一品牌的 LOGO 及商标必须统一颜色和形式，且 LOGO 及商标不得为水印形式。

7、商品描述时不得出现以下不对称的促销信息：

（1）单个商品信息有标识价格，点击进入商品详情页后易购价与标识价格不一致的；

（2）活动链接图片上描述的促销时间已经过期，或者图片上描述的信息和点击进入商品详情页后的信息不一致；

（3）商品描述的内容与商品或商家品牌介绍、企业信息简介等自身属性无关的。

8、页面字段不得维护错误，如商品参数（参数值必须正确，禁止与实物不符、禁止与商品其它描述信息不一致）、价格、规格等与实际商品不符。

第三十四条 【视频发布标准】

1、商家在发布或修改商品时，可以选择上传与该商品宣传推广有关的视频资料，发布的视频，将在商品详情页面展示。商家发布视频的，应当严格遵守以下标准：

（1）视频大小要求：视频比例 16：9，大小 1G 以内，质量 720p 及其以上；视频时长:5S≤主图视频≤90S、详情视频≤180S；

（2）视频格式要求：wma、wmv、avi、wm、asf、rm、rmvb、mpeg、mpg、ts、mp4、mpeg4、mov、qt、3gp、mkv、mka、vob；

2、上传的视频内容不得违反法律法规及平台规则的规定，不得包含暴力、色情、反动等一切违法或不良因素等信息。

3、上传的视频内容不得侵犯任何第三人的合法权利。

4、上传的视频内容中不得出现（非苏宁）网购平台或竞争对手的标识。

5、视频内容宣传推广内容要和实际销售商品内容一致，不得出现文不对题或者涉嫌虚假宣传的视频内容。

6、商家必须通过商品视频模块进行视频上传，不允许在店铺代码中直接引用。

同时，商家上传视频应当遵守《视频上传服务协议》。

第六章 附则

第三十五条【生效时间】本规范于 2020 年 1 月 16 日正式公示，公示期为 7 天，公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间 2020 年 1 月 23 日 00:00:00 生效，如有修改将另行公示。

第三十六条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规范生效之日前的，适用当时的规范进行处理；发生在本规范生效之日后的，适用本规范。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第三十七条 本规范中的“天”，以 24 小时计算。

第三十八条 本规范中涉及到的违规行为具体奖惩适用平台整体奖惩规则。

苏宁易购搜索排序规则

第一章　概述

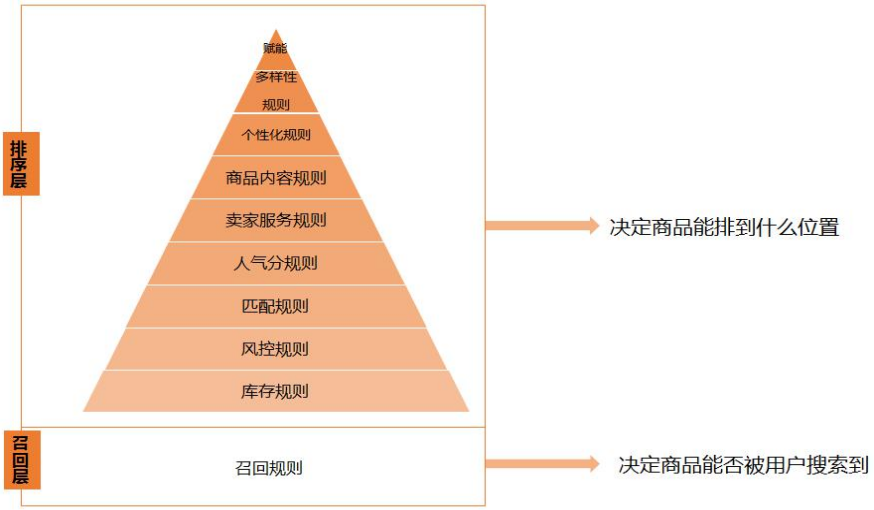
第一条【目的和依据】为了营造公平、公正、公开的经营竞争环境，保障消费者的知情权利，引导商家合法合规经营以增加商品搜索曝光度，制定本规则。

第二条【适用范围】本规则适用于苏宁易购所有商家。

第三条【搜索定义】当用户在苏宁易购网站中输入关键词进行搜索，系统会根据输入的关键词与系统中商品进行匹配,并根据商品匹配程度和其他相关因素对商品进行排序,最终将结果展示给用户，帮助用户快速获取商品信息或服务。

第四条【算法和权重】本规则旨在公示影响搜索排序的主要因素，鼓励和引导商家针对性地提升商品和服务质量。

为了防止作弊和不正当竞争,苏宁易购对搜索排序的算法公式和各因素所占权重予以保密，并保留随时调整算法且不通知商家的权利。



第二章　搜索召回排序规则

第五条【整体搜索规则架构】包含召回层规则和排序层规则，召回层规则决定商品能否被用户搜索到，排序层规则决定商品能排在什么位置。

第六条【召回层规则】商家商品能够被用户搜索到，需要同时满足以下条件：

1、维护商品的库存信息；

2、维护商品的销售区域信息；

3、维护商品为上架状态；

4、商品的基础信息完善。

若商品缺少以上任一条件，商品即不被召回，无法被用户搜索到。

第七条【排序层规则】影响搜索排序的因素如下：

1、库存规则，即商品在某个区域的销售是否有货。搜索结果页优先展示有货商品，商户的无货商品被直接过滤掉，苏宁自营的无货商品将被排在所有有货商品的后面。如果搜索关键词时出现多个无货商品，将会按照商品人气分从高到低进行排列。

2、风控规则，即对于发生违规行为、不正当行为的商家，苏宁云台可能依据平台规则对店铺和商品进行降权或屏蔽，该类处罚结果将在搜索结果中直接体现。

商家应严格遵守苏宁云台《商家管理规范总则》、《虚假交易解读及实施细则》等平台规则，如发生违规行为，平台将依据相关规定作出处理，并对涉及的商品或店铺予以降权、删除或店铺屏蔽处理，违规行为包括但不限于：

（1）虚假交易；

（2）更换商品；

（3）重复铺货；

（4）错放类目；

（5）属性标题乱填关键字；

（6）低价刷单；

（7）用券刷单；

（8）备注刷单或其他具有刷单意思的信息；

（9）自买自卖；

（10）其他苏宁云台有证据证明的恶意刷单；

（11）恶意点击。

3、匹配规则

（1）**文本相关性**，是指商品的文本描述信息（商品标题、卖点、类目名称、品牌、重点属性，图书类商品还有作者、出版社）与用户购买意图（通过搜索关键词来体现购买意图）之间的匹配程度，其中标题与关键词的匹配程度最为重要。商品标题应当遵循苏宁平台的标题规范，若出现堆砌和自身商品无关的关键词（无关的品牌堆砌，无关的品类词堆砌），致使商品标题不规范，平台会依据相应的规则进行降权处罚。

反面例子（品牌词堆砌）：



（2）**类目相关性**，即商品所在类目与搜索关键词的匹配度。商品需放置在正确的类目下，若出现错放类目的商品，系统识别后，会自动将该商品进行下架。如“针织长裤”错放在“篮球鞋”类目下。



（3）**品牌相关性**，是指系统计算商品的品牌与搜索词的品牌意图的相关性。将 A 品牌商品发布到 B 品牌下，属于严重的违反商品经营规定的行为，经系统识别后，会依据平台规则进行屏蔽或强制下架的处罚。如下：联想品牌单品挂靠在华硕品牌下。



4、人气分规则：商品人气衡量用户对该商品的喜好程度，主要包括以下因素：

（1）**销量**：即滚动周期（一般为最近 7 天/15 天/30 天）内的商品销量，虚假交易销量不

计入。

（2）**销售额**：即商品的销量数量乘以商品单价。

（3）**评价数**：即商品的累计用户评价数量。

（4）**好评率**：即商品的用户评价数中好评数所占的比例。

（5）**购买转化率**：支付订单数/搜索 uv。

（6）**收藏数**：即商品累计被加入收藏夹的次数。

（7）**缺货率**：即商品的曝光次数中，无货的 PV 所占的比例。

（8）**点击数**：即商品的点击次数。

（9）**点击转化率**：即商品的点击次数/曝光次数。

（10）**促销**：即是否参加网站促销活动，包括直降、返券、大聚惠等。

（11）**政策**：即是否支持包邮、7 天无理由退换货、分期付款等各种网站服务。

5、商家服务规则

（1）**店铺 DSR**：即店铺综合评分，包括商品评分、物流满意度评分、服务满意度评分。

（2）**投诉率**：即用户投诉的订单笔数占总订单笔数的比例。

（3）**退货率**：即用户申请退货的订单数占总订单数的比例。

（4）**在线客服**：即商家客服的服务能力及实际服务情况，包括但不限于客服在线时长、在线客服首次 45s 响应率、接通率、询单转化率等。

6、商品内容规则

（1）**标题**：在苏宁平台，标题至少包含：品牌+品类+功能卖点（重要属性）等重要信息，家电类商品可以包含型号。对于缺乏部分重要内容或违反规范的商品，系统会根据规则将商品进行降权、屏蔽甚至强制下架的处罚。

（2）**主图**：主图的好坏直接关系到用户对于商品好坏的直观感受，在苏宁平台，针对商品主图有严格的规定，对于主图不符合规范的商品，会依据平台规则进行降权或强制下架处罚。

（3）**卖点**：卖点中包括商品卖点、促销卖点、活动链接三个部分，若商品卖点不符合规范，经系统识别后，会依据平台规则对商品进行一定的降权或屏蔽。

（4）**商品参数**：消费者了解商品的重要渠道，商品参数和商品不匹配会降低用户体验，若系统识别商品参数描述出现错误，会依据平台规则对商品进行屏蔽或强制下架的处理。

（5）**短视频**：短视频的呈现方式比图片和文字的呈现方式更快的促进消费者进行购物决策。

对于含有符合要求的短视频的商品，系统会自动对该商品进行相应的加权处理。

7、个性化规则

个性化规则考虑不同用户对于不同商品的偏好，在上述规则的前提下，综合考虑用户、商品和场景三方面的个性化偏好，将其应用到搜索排序中，为不同的用户展示不同商品，从而满足不同用户的不同搜索需求。

8、多样性规则

为了保障搜索结果中品牌、品类、店铺的多样性，系统会针对关键词和分类，对搜索页面展示的商品进行一定规则的分配。

9、赋能规则

（1）KA **商户橱窗商品赋能:**为了扶持 KA 商户，对符合平台规范的 KA 商户的橱窗商品进行赋能加权。

（2）**新品赋能：**新品上架后，系统默认赋予一定权重，以保障该新品获得一定曝光。此后，系统将每日对新品的用户反馈、销量等数据进行监控分析，分析结果较好的新品将继续保持较高的排名，较差的新品则进行衰减。

第三章　附则

第八条【规则修订】苏宁易购可根据网站运营情况随时调整本规则并以公告的形式向商家公示。

第九条【发布生效】本细则最新修订及发布时间为 2018 年 2 月 13 日，生效时间为 2018 年 2 月 20 日。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2018 年 2 月 13 日

【生效时间】2018 年 2 月 20 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

商品内容质量分规则

第一章 概述

第一条【商品内容质量分定义】商品内容质量分（以下简称内容质量分）是系统衡量商品基础信息是否符合规范要求的参考值，主要校验商品类目、标题、卖点、参数、详情、图片等信息是否完备、准确及符合规范；内容质量分总分 100 分（其中 60 分为基础分，40 分为加分项）。

第二条【适用范围】本规则适用于苏宁易购所有商家（含自营）。

第三条【目的】通过内容质量分模型，规范网站商品的基础信息，达到提升商品转化率的目的。

二、商品内容质量分评估要素

评估要素编码	评估要素描述	评估项描述	加分减分说明
1	商品展示参数	参数值缺失	减分项
		手工参数值含敏感词	减分项
2	商品销售目录	商品销售目录不完整	减分项
3	商品标题	商品标题缺失	减分项
		商品标题含类目词	加分项
		商品标题含中文品牌（英文品牌）	加分项
		商品标题含重要参数	加分项
		商品标题含热搜词	加分项
4	商品卖点	商品普通卖点缺失	减分项
		商品卖点含敏感词	减分项
5	商品内容详情	商品详情锚点	加分项
		商品详情缺失	减分项
6	商品物流信息	装箱清单缺失	减分项
		毛重，体积，条码，型号，图片缺失	减分项
7	商品主图校验	图片＞1MB	减分项
		图片含敏感词	减分项
		图片序号 1 为白底图	加分项
		序号 1 图像占比为 60%至 85%	加分项
		5 张图片无重复	加分项

注：减分项：不符合规范的评估要素进行减分；加分项：符合规范进行加分。

三、内容质量分在搜索排序的影响规则

（1）内容质量分≥95 的商品，搜索加权；

（2）95>内容质量分≥80 的商品，搜索不加权也不降权；

（3）80>内容质量分≥60 的商品，搜索初级降权；

（4）内容质量分<60 的商品，搜索降权的力度比（3）更大；

（5）对有短视频的商品，搜索加权。

四、内容质量分在大聚惠和掌上抢的准入规则

内容质量分≥80 分方可报名大聚惠和限时抢购，不接受低于 80 分的商品活动报名。

五、本规范将于 2019 年 12 月 30 日首次发布，于 2020 年 1 月 6 日正式生效施行。

苏宁云台禁售商品管理规范

第一章 概述

第一条【目的及依据】为保障苏宁易购用户的权益，维护苏宁易购的正常秩序，根据国家法律法规以及《商家管理规范总则》等相关协议和规则，制订本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】禁售商品是指国家法律法规和根据苏宁管理要求禁止销售的商品，禁售商品目录详见本规范《苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表》

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第五条 【商品目录】苏宁易购商家不得出售国家法律法规禁止出售，或根据苏宁易购管理要求禁止出售的商品。

禁售商品目录详见本规范《苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表》。

第六条 【禁发信息】苏宁易购商家不得在苏宁易购商品详情页面(包括但不限于商品标题、商品描述、商品图片)，苏宁易购商家店铺装修页面(包括但不限于店铺名、店铺分类、店铺介绍、店铺公告、店铺留言)，以及社区和论坛等信息发布区块发布禁售商品相关信息。

第七条【禁止规避】苏宁易购商家不得通过任何方式规避本规范及其他苏宁易购禁售商品管理措施。

第八条【发布规范】苏宁易购商家发布特定品类商品及信息的，须符合特定特定品类商品及信息发布规范。

第九条【违规预防】苏宁易购商家发布前述禁售商品及信息时，苏宁易购有权对其发布的涉嫌违规信息进行提示、替换、拦截、删除等操作。

第二章 禁售要求

【临时管控】对于系统排查到的涉嫌违反第四条所列情形的商品，苏宁易购将在规定期限内进行人工排查，人工排查期间给予商家或单个商品监管；对于系统排查到的涉嫌重复发布违禁信息的商家所发布的商品，苏宁易购将在规定期限内进行人工排查，人工排查期间给予商家或单个商品搜索屏蔽。

【违规处理】苏宁易购商家发布前述禁售商品及相关信息的，依据《苏宁易购商家违规行为及处理规则》将对其进行违规处理，处理措施包括：

第十条【一般违规行为】

依据一般违规中的发布禁售信息行为，视情节严重程度，扣除 2、4、8、12、24、96 分，具体情形及扣分情况见《苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表》。

第十一条【严重违规行为】

依据严重违规中的发布违禁信息行为，视情节严重程度，扣除 4、12、24、96 分，具体情形及扣分情况见《苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表》。

第三章 违规纠正规则

苏宁易购商家若违反本规范规定发布前述禁售商品及相关信息的，除依据《商家管理规范总则》以及本规范进行处罚外，苏宁易购有权同时删除对应商品或信息。

商家若未按本规范第六条规定发布特定品类商品的，苏宁易购将判定为发布违禁信息，每件商品或每条信息扣 4 分，并有权删除相应违规商品信息。

第四章 附则

第十二条【生效时间】本规范于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十三条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规范生效之日前的，适用当时的规范进行处理；发生在本规范生效之日后的，适用本规范。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十四条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表

苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表	
禁发商品及信息	对应违规处理
(一)仿真枪、军警用品、危险武器类：	
1、枪支、弹药、军火及仿制品；	严重违规行为，每次扣 96 分。
2、可致使他人暂时失去反抗能力，对他人身体造成重大伤害的管制器具；	严重违规行为，每次扣 96 分。
3、枪支、弹药、军火的相关器材、配件、附属产品，及仿制品的衍生工艺品等；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
4、管制类刀具、弓弩配件及甩棍、飞镖等可能用于危害他人人身安全的管制器具；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
5、警用、军用制服、标志、设备及制品；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
6、带有宗教、种族歧视的相关商品或信息。	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
(二)易燃易爆，有毒化学品、毒品类：	
1、易燃、易爆物品（烟花爆竹除外）；	严重违规行为，每次扣 96 分。
2、剧毒化学品；	严重违规行为，每次扣 96 分。
3、毒品、制毒原料、制毒化学品及致瘾性药物；	严重违规行为，每次扣 96 分。
4、烟花爆竹；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
5、国家名录中禁止出售的危险化学品（剧毒化学品除外）；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
6、毒品吸食工具及配件；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
7、介绍制作易燃易爆品方法的相关教程、书籍。	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
(三)反动等破坏性信息类：	
1、含有反动、破坏国家统一、破坏主权及领土完整、破坏社会稳定，涉及国家机密、扰乱社会秩序，宣扬邪教迷信，宣扬宗教、种族歧视等信息，或法律法规禁止出版发行的书籍、音像制品、视频、文件资料；	严重违规行为，每次扣 96 分。
2、破网、翻墙软件及 vpn 代理服务；	严重违规行为，每次扣 96 分。
3、不适宜在国内发行的涉政书刊及收藏性的涉密书籍、音像制品、视频、文件资料；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。

4、国家禁止的集邮票品以及未经邮政行业管理部门批准制作的集邮品，以及一九四九年之后发行的包含“中华民国”字样的邮品。	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
(四)色情低俗、催情用品类：	
1、含有色情淫秽内容的音像制品；色情陪聊服务；成人网站论坛的账号及邀请码；	严重违规行为，每次扣 96 分。
2、可致使他人暂时失去反抗能力、意识模糊的口服或外用的催情类商品及人造处女膜；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
3、用于传播色情信息的软件及图片；含有情色、暴力、低俗内容的音像制品；原味内衣及相关产品；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
4、含有情色、暴力、低俗内容的动漫、读物、游戏和图片；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
5、网络低俗产物。	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
(五)涉及人身安全，隐私类：	
1、用于监听、窃取隐私或机密的软件及设备；	严重违规行为，每次扣 96 分。
2、用于非法摄像、录音、取证等用途的设备；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
3、身份证及身份证验证、阅读设备；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
4、盗取或破解账号密码的软件、工具、教程及产物；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
5、个人隐私信息及企业内部数据；提供个人手机定位、电话清单查询、银行账户查询等服务；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
6、出售、转让、回收，包括已作废或者作为收藏用途的银行卡；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
7、汽车安全带扣等具有交通安全隐患的汽车配件类商品。	一般违规行为，每件扣 2 分（但三天内累计扣分不超过 12 分）若在店铺装修区、在线客服或苏宁门户类页面发布的，每次扣 8 分。
(六)药品、医疗器械类：	
1. 二类精神类、麻醉类、有毒类、放射类、兴奋剂类；非药品添加药品成分；医疗用毒性药品、有毒中药材；国家公示已查处、药品监督管理局认定禁止生产、使用的药品（本项第 4 类除外），依据《中华人民共和国药品管理法》认定的假药、劣药；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
2. 用于预防、治疗人体疾病的血液制品；未经药品监督管理部门批准生产、进口、或未经检验即销售的药品；特定品类下的相关商品除外；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
3. 注射类美白针剂、溶脂针剂、填充针剂、瘦身针剂等用于人体注射的美容针剂类商品；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。

4.未经药品监督管理部门批准生产、进口或未经检验即销售的医疗器械；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
5.国家公示查处的兽药；兽药监督管理部门禁止生产、使用、销售的兽药。	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
（七）非法服务、票证类：	
1、伪造变造国家机关或特定机构颁发的文件、证书、公章、防伪标签等，仅限国家机关或特定机构方可提供的服务；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
2、尚可使用或用于报销的票据（及服务），尚可使用的外贸单证以及代理报关、清单、商检、单证手续的服务；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
3、未公开发行的国家级正式考试答案；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
4、算命、超度、风水、做法事等封建迷信类服务；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
5、汽车类违规代办服务；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
6、代写论文、代考试类相关服务；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
7、炒作博客人气、炒作网站人气、代投票类商品或信息；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
8、法律咨询、心理咨询、金融咨询、医生在线咨询及相关服务。	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
（八）动植物、动植物器官及动物捕杀工具类：	
1、人体器官、遗体；	严重违规行为，每次扣 96 分。
2、国家重点保护类动物、濒危动物的活体、内脏、任何肢体、皮毛、标本或其他制成品，已灭绝动物与现有国家二级以上保护动物的化石；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
3、国家保护类植物活体（树苗除外）；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
4、国家保护的有益的或者有重要经济、科学研究价值的陆生野生动物的活体、内脏、任何肢体、皮毛、标本或其他制成品；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
5、捕鱼器相关设备及配件；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
6、其他动物捕杀工具；	一般违规行为，每件扣 2 分（但三天内累计扣分不超过 12 分）。若在店铺装修区、在线客服或苏宁门户类页面发布的，每次扣 8 分。
7、猫狗肉、猫狗皮毛、鱼翅、熊胆及其制品。	一般违规行为，每件扣 2 分（但三天内累计扣分不超过 12 分）若在店铺装修区、在线客服或苏宁门户类页面发布的，每次扣 8 分。

(九)涉及盗取等非法所得及非法用途软件、工具或设备类:	
1、走私、盗窃、抢劫等非法所得；	严重违规行为，每次扣 96 分。
2、赌博用具、考试作弊工具、汽车跑表器材等非法用途工具；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
3、卫星信号收发装置及软件；用于无线电信号屏蔽的仪器或设备；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
4、撬锁工具、开锁服务及其相关教程、书籍；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的。每次扣 96 分。
5、一卡多号；有蹭网功能的无线网卡，以及描述信息中有告知会员能用于蹭网的设备；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的。每次扣 96 分。
6、涉嫌欺诈等非法用途的软件；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的。每次扣 96 分。
7、可能用于逃避交通管理的商品；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
8、利用电话线路上的直流馈电发光的灯；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
9、各类短信、邮件、在线客服设备、软件及服务。	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
(十)未经允许违反国家行政法规或不适合交易的商品：	
1、伪造变造的货币以及印制设备；	严重违规行为，每次扣 96 分。
2、正在流通的人民币及仿制人民币；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
3、涉嫌违反《中华人民共和国文物保护法》相关规定的文物；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
4、烟草专卖品、烟草专用机械及电子烟；	严重违规行为，每次扣 12 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
5、未经许可的募捐类商品；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
6、未经许可发布的奥林匹克运动会、世界博览会、亚洲运动会等特许商品；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
7、易购券、积分、苏宁提供的各项服务账号、仿苏宁产品的软件；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
8、大量流通中的外币及外币兑换服务；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
9、邮局包裹、EMS 专递、快递等物流单据凭证及单号；	一般违规行为，每件扣 2 分（但三天内累计扣分不超过 12 分）；若在店铺装修区、在线客服或苏宁门户类页面发布的，每次扣 8 分。
10、国家补助或无偿发放的不得私自转让的商品；	一般违规行为，每件扣 2 分；（但三天内累计扣分不超过 12 分）；若在店铺装修区、在线客服或苏宁门户类页面发布的，每次扣 8 分。

11、军需、国家机关专供、特供等商品；	一般违规行为，每件扣 2 分；（但三天内累计扣分不超过 12 分）；若在店铺装修区、在线客服或苏宁门户类页面发布的，每次扣 8 分。
12、过度包装的食品、化妆品（食品和化妆品类存在过度包装，不符合下述标准要求的，应禁止销售）。 备注： （1）完全包裹指定商品的包装均认定为一层； （2）与产品直接接触的初始包装均为第 0 层，初始包装外的一层包装均为第一层，依次类推； （3）在大仓对商品进行的包装是为了便于安全运输，大仓环节增加的包装层数不计算在内。	一般违规行为，每件扣 4 分，情节严重的，每次扣 24 分。
（十一）虚拟类 ：	
1、未经国家备案的网络游戏、游戏点卡、货币等相关服务类商品；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
2、外挂、私服相关的网游类商品；	严重违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
3、官方已停止经营的游戏点卡或平台卡商品；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
4、虚拟抽奖类商品；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
5、时间不可查询的虚拟服务类商品；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
6、未带有平台代充标识的增值业务商品；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
7、网络账户死保账号以及腾讯 QQ 账号；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
8、Itunes 账号及用户充值类商品；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
9、盛付通商品及在苏宁易购发布的穿越火线道具类商品；	一般违规行为，每次扣 24 分，情节严重的，每次扣 96 分。
10、自动发货形式的一卡通系列商品及任何充值方式下以面值原价形式出售的一卡通系列商品；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
11、虚拟代刷服务类商品；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
12、不可查询的分期返还话费类商品；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
13、不限时间与流量的、时间不可查询的以及被称为漏洞卡、集团卡、内部卡、测试卡的上网资费卡或资费套餐及 SIM 卡；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
14、慢充卡等实际无法在七十二小时内到账的虚拟商品；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
15、SP 业务自消费类商品	一般违规行为，每次扣 24 分；情节严重的，每次扣 96 分。
（十二）其他类：	
1、非法传销类商品；	严重违规行为，每次扣 96 分。

2、由不具备生产资质的生产商生产的或不符合国家、地方、行业、企业强制性标准的商品 ；	严重违规行为，除特定商品每次扣 24 分外，每次扣 12 分。
3、用于全新销售的伪造变造的数码商品；	严重违规行为，每次扣 4 分；情节严重的，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
4、经权威质检部门或生产商认定、公布或召回的商品，国家明令淘汰或停止销售的商品，过期、失效、变质的商品，以及含有罂粟籽的食品、调味品、护肤品等制成品；	严重违规行为，每次扣 12 分。
5、秒杀器以及用于提高秒杀成功概率的相关软件等干扰苏宁正常秩序的软件或服务；	一般违规行为，每次扣 24 分；情节特别严重的，每次扣 96 分。
6、商品本身或外包装上所注明的产品标准、认证标志、成份及含量不符合国家规定的商品；	一般违规行为，每次扣 12 分。
7、手机直拨卡与直拨业务，电话回拨卡与回拨业务；	一般违规行为，每件扣 2 分，（但三天内累计扣分不超过 12 分）；若在店铺装修区、在线客服或苏宁门户类页面发布的，每次扣 8 分。
8、带破解功能的手机卡贴；	一般违规行为，每件扣 2 分，（但三天内累计扣分不超过 12 分）；若在店铺装修区、在线客服或苏宁门户类页面发布的，每次扣 8 分。
9、其他法律法规等规范文件中禁止销售的物品，及所售商品资质不符合苏宁云台要求的商品。	严重违规行为，每次扣 24 分，情节特别严重的，每次扣 96 分。
（十三）超标商品类：	
超标电动自行车： （1）自行车额定电压下最高车速大于 20KM/h 的； （2）自行车的整车质量（重量）大于 40kg 的； （3）一次充电后的续行里程小于 25 公里的。	一般违规行为，每次扣 12 分，情节严重的，每次扣 24 分。
（十四）特许经营商品类：	
在未取得经营资格且未经苏宁云台审核通过前，以下商品属于禁止销售商品： （1）食盐：需要取得商务部门核发的《食盐批发（或零售）许可证》； （2）烟草制品：需要取得烟草专卖局核发的《烟草专卖经营企业许可证》； （3）弓、弩制品：需要取得公安批准； （4）煤炭制品：需要取得发改委核发的《煤炭经营资格证书》； （5）成品油：需要取得商务部核发的《成品油批发（或零售）经营批准证书》； （6）危险化学品：需要取得安监局的许可。	严重违规行为，每次扣 24 分，情节特别严重的，每次扣 96 分。

未经允许发布违反国家行政法规或不适合交易的商品

第一章　概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】未经允许发布违反国家行政法规或不适合交易的商品是指根据《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国人民币管理条例》、《中华人民共和国文物保护法》等规定的，不允许在市场上交易的，有关国家行政制度的，会对社会治安造成危害的商品。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章　禁售要求

第五条【伪造变造的货币以及印制设备】

【违规级别】严重违规

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国人民币管理条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、仿照真币的图像、形状、色彩等，采用各种手段制作的假币；

2、在真币基础上利用挖补、揭页、涂改、拼凑、移位、重印等方法制作的人民币；

3、印制人民币的设备，如印钞机、印钞纸等。

【温馨提示】

1、伪造货币：是指仿照人民币或者外币的图案、色彩、形状等，使用印刷、复印、描绘、拓印等各种制作方法，将非货币的物质非法制造为假货币，冒充货币的行为。

2、变造货币：是指对真币采用挖补、剪贴、揭层、拼凑、涂改等方法进行加工处理，改变货币的真实形状、图案、面值或张数，增大票面面额或者增加票张数量，数额较大的行为。

第六条【正在流通的人民币及仿制人民币】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国人民币管理条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、流通中的人民币，即第四、五套人民币（分币除外）；

2、流通中的人民币制作的其他物品，如“硬币戒指”；

3、四五版的错版、连版人民币；

4、仿制人民币，即以人民币材质或图案背景制作的商品，如：

（1）第一套-第五套人民币的仿真币、学习币、儿童币、魔术币等；

（2）第一套-第五套人民币的点钞券、票样、欣赏币等；

（3）印有流通人民币图案的物品，如人民币抱枕、人民币钱包、人民币水杯、人民币吊饰、人民币手机链、人民币打火机等；

（4）和流通人民币图案类似的冥币；

（5）仿造人民币图案的冥币、魔术币、人民币抱枕、人民币票样、点钞券等。

【温馨提示】人民币收藏空册可以发布，但必须在标题中写明是空册，并有打开展示的图片。

第七条：涉嫌违反《中华人民共和国文物保护法》相关规定的文物

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国文物保护法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、写明出土地和出土时间的文物，如 1969 年出土于甘肃省某墓中的马踏飞燕等。

【温馨提示】文物是人类社会活动中遗留下来的具有历史、艺术、科学价值的遗物和遗迹，一律不得发布。

【常见问题】

1、文物和收藏品都是禁止发布的吗？

答：不是的，文物是不允许买卖的，但收藏品不受限制。如果是文物，即使声明用于收藏，仍然是不允许发布的。

第八条【烟草专卖品、烟草专用机械及电子烟】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国烟草专卖法》、《严厉打击利用互联网等信息网络非法经营烟草专卖品的通告》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、烟草、雪茄类制品；

2、烟类附属品，如烟纸、烟丝、海绵滤嘴；

3、将烟丝和烟纸加工成成品烟的烟草专用机械；

4、电子烟。

【温馨提示】如您要发布烟标、烟盒类商品，须按如下要求展示：

1、主图要完全展开并平铺；

2、烟丝盒要展示空盒图片；

3、烟标类商品要发布到正确的类目下：古董/邮币/字画/收藏/标牌章。

【常见问题】

1、烟丝可以发布吗？

答：香烟、烟丝、烟嘴、烟纸等都属于烟类违禁品，都不可以发布。

2、烟标可以发布吗？

答：烟标类商品要符合“温馨提示”中的发布要求，不可以在信息中表明出售香烟。

3、我可以发布电子烟吗？

答：不可以的。

第九条【未经许可的募捐类商品】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国公益事业捐赠法》等条例的相关规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、未得到国家相关政府部门许可的捐款类商品，如个人名义发布集资或募捐类的商品。

第十条 已激活的手机卡、上网卡等违反国家实名制规定的商品

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】遵守《电话用户真实身份信息登记规定》等相关法律法规的规定，凡是为用户办理固定电话、移动电话（含无线上网卡）等入网手续，在与用户签订协议或者确认提供服务时，需如实登记用户提供的真实身份信息。

【具体情形】包括但不限于：

1、激活过的手机卡；

2、激活过的固定电话号码；

3、激活过的流量卡（如 3G 上网卡）。

第十一条 未经许可发布的奥林匹克运动会、世界博览会、亚洲运动会等特许商品

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《奥林匹克标志保护条例》、《世界博览会标志保护条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、带有奥运会标志、名称或奥运会特许类商品，如奥运徽章、奥运纪念币、奥运吉祥物等；

2、带有世博会标志、名称或世博会特许类商品，如世博徽章、世博纪念币，世博吉祥物等；

3、带有亚运会标志、名称或亚运会特许类商品，如亚运徽章、亚运纪念币，亚运吉祥物等。

【温馨提示】

1、如您因发布该类商品被违规处理，请您务必查看店铺中其他商品并及时处理，避免再次违规。

2、如需申诉，请登陆苏宁易购账户，在“我的交易中心→待办事宜→投诉管理”页面中，提供正规进货发票以及授权证明等有效凭证，进行申诉。

【常见问题】

1、“未经许可发布的奥林匹克运动会、世界博览会、亚洲运动会等特许商品”中，是指未经什么许可？

答：未经许可是指未经上述活动的组委会或有权方许可。

第十二条 易购券、积分、苏宁提供的各项服务账号、仿苏宁产品的软件

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国著作权法》及《中华人民共和国专利法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、苏宁易购开放平台店铺及账号；

2、易付宝账号或交易号；

3、仿苏宁类商品或信息；

4、易购券；

5、积分。

第十三条 大量流通中的外币及外币兑换服务

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】各国的货币只能由各国的特定国家机构发型，其兑换服务也只能由获得资质的特定机构才能提供，因此请不要发布该类商品或信息。

【具体情形】包括但不限于：

1、Pokerstars 游戏币充值、Paypal 代付、LR 网券、Nymgo 代充美金、Webmoney、Perfectmoney、Zeekrewards 等兑换服务。

【温馨提示】外币兑换服务包括人民币、港币、澳门币、台币在内所有国家发行的货币及支付平台的电子货币的兑换服务。

【常见问题】

1、大量是什么概念？

答：这里的大量是指以兑换、从事国际性金融业务或其他非法意图等为目的。

第十四条 邮局包裹、EMS 专递、快递等物流单据凭证及单号

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】《中华人民共和国邮政法》、《快递业务经营许可管理办法》规定了我国的快递业务许可制度，明确了只有经过邮政管理部门许可的企业才可以从事快递业务；快递面单是快递服务过程中的必需文件，也是快递服务合同的书面载体。因此，快递面单持有的主体只能是快递公司，快递面单的用途也只能用于快递服务。

【具体情形】包含但不限于：

1、中国邮政包裹单；

2、EMS 面单；

3、快递单号生成器；

4、快递单号。

第十五条 国家补助或无偿发放的不得私自转让的商品

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】国家补助或无偿发放的不得私自转让的商品，是经过国家授权的，只有国家机构能发放，请不要在苏宁易购上发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、家电下乡类商品；

2、北京京郊旅游手册等国家无偿发放的商品。

【常见问题】

1、我发布的冰箱为什么被删除了？

答：如果您发布的商品信息中表示此为家电下乡活动的冰箱，属于国家补助类商品，会被删除。

第十六条 军需、国家机关专供、特供等商品

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】依据《反不正当竞争法》、《广告法》等法律法规规定及上级部门《关于开展清理整顿部分商品滥用“特供”、“专供”标识专项行动的通知》的有关要求，为了维护公平、安全、有序的购物环境，苏宁易购不允许出售军需、国家机关专供、特供等商品。禁止滥用“特供”、“专供”等标识内容，炒作“特供”、“专供”概念，欺骗和误导消费者，破坏市场公平竞争环境。

【具体情形】包括但不限于：

1、人民大会堂特供等政府机关专用类商品或信息；

2、滥用军队专用、特供等关键词的商品或信息；

3、酒类包括国家机关及领导特供酒、军队特供酒、军需酒等。

【常见问题】

1、我发布的茅台酒为什么被删除了？

答：如果您发布的茅台酒的包装或商品信息中表明为特供商品，如国家政府机关专用、部队专用等，都会被删除。

第十七条 过度包装的食品、化妆品（食品和化妆品类存在过度包装，不符合下述标准要求的，应禁止销售）

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【具体情形】包括但不限于：

1、完全包裹指定商品的包装均认定为一层；

2、与产品直接接触的初始包装均为第 0 层，初始包装外的一层包装均为第一层，依次类推；

3、在大仓对商品进行的包装是为了便于安全运输，大仓环节增加的包装层数不计算在内。

第十八条【不适合网络交易的食品】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国食品安全法》、《特殊医学用途配方食品注册管理办法》、《网络食品安全违法行为查处办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、特殊医学用途配方食品中特定全营养配方食品。

第十九条【食用盐】

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】根据《盐业管理条例》、《食盐专营办法》、《盐业体制改革方案》、《关于进一步落实盐业体制改革有关工作的通知》等相关规定，我国执行盐业专营制度。目前，省级食盐批发企业已可在全国范围内开展食盐销售业务。由于网络交易平台具有面向全国的商品流通特征，因此，基于谨慎考虑，平台仅允许具备省级食盐批发企业资质的商家经资质审核后在苏宁开展食盐销售业务。

【具体情形】包括但不限于：

1、食用盐、碘盐、无碘盐、进口食用盐。

【常见问题】

1、现在食盐零售已不再要求经营者取得《食盐零售许可证》，为什么平台仍对食用盐类商品执行特殊的商家准入管理？

答：由于网络交易平台具有在全国范围内跨区域流通的特征，而我国食盐专营制度中对区域化专营有一定的要求，因此，除已明确可在全国开展销售的省级批发商外，普通商家仍不适宜在平台上跨区域销售食用盐。

第二十条【内部资料性出版物】

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】依照国家新闻出版广电总局《出版物市场管理规定》、《内部资料性出版物管理办法》等相关规定，内部资料性出版物属于非经营性且非公开发行的出版物，不得公开宣传、陈列、展示、征订、销售或者面向社会公众发送。

由于苏宁平台属面向社会公众的第三方网络交易平台，因此，内部资料性出版物不得通过苏宁平台进行交易或利用交易方式开展发送活动。

【具体情形】包括但不限于：

1、内部资料性出版物。如企业文化内部宣传资料、行业协会内部交流资料、专业机构内部交流资料等。

第二十一条【苏宁吉祥物 Joy 相关物品】

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国著作权法》及《中华人民共和国专利法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、不允许在苏宁店铺装修区、苏宁首页或二、三级类目促销资源位页面发布的苏宁易购的吉祥物 Logo，一只黑、白、黄三色组成的小狮子形象。

第三章　附则

第二十二条【生效时间】本规则于 2019 年 11 月 1 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 11 月 8 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第二十三条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第二十四条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

动植物、动植物器官及动物捕杀工具类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】动植物、动植物器官及动物捕杀工具类是指《中华人民共和国畜牧法》、《野生动物保护法》等法律中明确规定的不允许买卖的动植物器官，以及对动物和人物造成伤害的捕杀工具。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条【人体器官、遗体】

【违规级别】严重违规

【规则背景】根据《人体器官移植条例》、国际法通用原则及人道主义精神，苏宁易购禁止买卖人体器官、遗体等行为。

【具体情形】包括但不限于：

1、人体胎盘、肾脏、肝脏、眼角膜、遗体等。

【常见问题】

1、新鲜的人体胎盘可以发布吗？

答：新鲜的人体胎盘，即未加工过的人体胎盘属于不能销售的人体器官，根据相关法律规定是不可以出售的。由于来源、病毒检测、病毒灭活、工艺与有效成分的关系等问题难以解决，用人体胎盘制作食品存在着很大的卫生安全隐患。

第六条 国家重点保护类动物、濒危动物的活体、内脏、任何肢体、皮毛、标本或其他制成品，已灭绝动物与现有国家二级以上保护动物的化石。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国野生动物保护法》、《中华人民共和国文物保护法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、《国家重点保护野生动物名录》、《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录中包含的动物及其相关制品，如象牙、玳瑁、犀牛角制品等；

2、已灭绝动物与现有国家二级以上保护动物的化石，如恐龙化石等。

【温馨提示】请在您发布相关商品或信息前，核实该商品或信息是否涉及《国家重点保护野生动物名录》、《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录中列明的内容。

【常见问题】

1、我可以发布干的鹿胎制品吗？

答：不可以，所有的鹿胎制品都不可以发布。

第七条【国家保护类植物活体（树苗除外）】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国野生植物保护条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、《国家重点保护野生植物名录》、《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录中包含的植物，如银杉、红豆杉、发菜等。

【温馨提示】

1、请在您发布相关商品或信息前，核实该商品或信息是否涉及《国家重点保护野生植物名录》、《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录中列明的内容。

2、人工栽培、繁殖的国家保护类植物的树苗、盆栽等可以发布。

第八条 国家保护的有益的或者有重要经济、科学研究价值的陆生野生动物的活体、内脏、任何肢体、皮毛、标本或其他制成品。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国野生动物保护法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、《国家保护的有益的或者有重要经济、科学研究价值的陆生野生动物名录》中包含的动物及其相关制品，如：松鼠、缅甸陆龟、平胸龟的活体、内脏、任何肢体、皮毛、标本或其他制成品等。

【温馨提示】请在您发布相关商品或信息前，核实该商品或信息是否涉及《国家保护的有益的或者有重要经济、科学研究价值的陆生野生动物名录》中列明的内容。

第九条【严重危害动物安全的动物捕杀设备及配件，如捕鱼器等】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国陆生野生动物保护实施条例》、《中华人民共和国渔业法》等相关法律法规的规定， 相关行政主管部门禁止使用的捕杀设备及工具会对人身、动物等造成严重生命危害，因此此类商品不可以发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、电力动物捕杀类工具，如捕猎器，野猪机，捕兔器等；

2、捕鱼机、电鱼机、抓鱼机等捕鱼设备及其配件，如电捕器，电捕机，电捕逆变器，电捕升压器，超声波逆变器，超声波升压器，超声波背机，超声波船机等；

3、禁用渔具目录中的渔具，包括地笼、双船单片多囊拖网、拖曳泵吸耙刺、拖曳柄钩耙刺、拖曳水冲齿耙耙刺、拦截插网陷阱、导陷插网陷阱、导陷箔筌陷阱、拦截箔筌陷阱、漂流延绳束状敷网、船布有翼单囊地拉网、船布无囊地拉网、抛撒无囊地拉网、拖曳束网耙刺等；

4、禁止使用敲舟古、滩涂拍板、多层拦网、闸口套网、拦河罾、深水张网（长江）、地笼网、底扒网、鱼鹰以及其他破坏渔业资源的渔具；

5、海洋捕捞渔具最小网目（或网囊）尺寸不得低于 25 毫米。

【常见问题】

1、汽车上用的逆变器可以发布的吗？

答：可以的，但捕鱼、电鱼、抓鱼用的逆变器不可以发布。

第十条【其他动物捕杀工具】

【违规级别】一般违规。

【规则背景】捕杀类工具会对人身、动物等造成生命伤害，因此此类商品不可以发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、绳套、捕鸟器、诱鸟器等捕鸟工具；

2、捕兔夹，野鸡网、野猪夹等捕兽工具。

【常见问题】

1、为什么有些捕鼠夹商品会被删除，但有些不会？

答：主要从安全角度考虑，可能伤及人身安全的都不可以发布。

第十一条 猫狗肉、猫狗皮毛、鱼翅、熊胆及其制品等其他有违公益或对当地生态系统可

能造成重大破坏的生物物种及其制品

【违规级别】一般违规。

【规则背景】请遵守《关于加强外来入侵物种防治工作的通知》、《国家林业局关于加强野生动物外来物种管理的通知》等相关法律法规的规定，不得发售非经相关部门允许引进的外来物种，出于公益的角度，苏宁易购不允许发布猫狗肉，猫狗皮毛，鱼翅，熊胆及制品。

【具体情形】包括但不限于：

1、猫狗肉及皮毛制品；

2、鱼翅类商品；

3、熊胆及熊胆制品；

4、食人鱼类商品。

【常见问题】

1、我可以发布藏视明眼药水吗？

答：不可以，因为藏视明眼药水中含有熊胆成分。

第十二条【人类遗传资源材料】

【违规级别】严重违规行为。

【规则背景】请遵守《人类遗传资源管理条例》、《人类精子库管理办法》、《人类辅助生殖技术管理办法》等相关法律法规的规定，禁止以任何形式买卖或者变相买卖人类遗传资源材料。

【具体情形】包括但不限于：

1、精子、卵子、受精卵和胚胎；

2、人体基因组、基因、组织、细胞，如人体胎盘；

3、人体胎盘制作的食品。

【常见问题】

1、人体胎盘制成品可以发布吗？

答：由于来源、病毒检测、病毒灭活、工艺与有效成分的关系等问题难以解决，用人体胎盘制作食品存在着很大的卫生安全隐患，所以人体胎盘制成品禁止发布。

第三章　附则

第十三条　【生效时间】本规则于 2019 年 10 月 23 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 10 月 30 日生效；如有修改，则另行公示。

第十四条 【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十五条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

特定品类商品及信息发布规范

第一章　概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范，依据《苏宁云台商家商品发布规范》制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】特定品类商品及信息发布规范是针对一些对尺寸有要求的特殊商品的发布规范。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则及《苏宁易购商家商品发布规范》执行。

第二章　规范要求

第五条【刀具类】

1、商品图片须使用尺子对照物明示长度，同时标明刃长。商品描述须明确比例、刃长，刃长不得超过 100㎜（包括但不限于管制刀具、外国刀具、礼品刀具）；

2、宝剑、武术刀类或用于摆设装饰的工艺刀类（包括但不限于剑、长矛、长枪、枪头、大刀等冷兵器）的商品，必须在标题里明示未开刃；

3、具刀刃的金属刀类的玩具、模型等商品，必须在商品信息中明示刃长，且商品主图片中须使用可清晰辨别的尺子作为参照物。

第六条【兵刃类】

兵刃等武器模型（枪模、爆炸物等）及其相关配件（弹包，弹夹等）的商品主图片中须使用可清晰辨别的参照物（如尺子，硬币，电池等）明示长度、大小。

第三章　附则

第七条【生效时间】本规则于 2019 年 9 月 24 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 10 月 1 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第八条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第九条：本规则中的“天”，以 24 小时计算。

超标商品类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】超标商品类是指苏宁易购根据相关法律规定，禁止一系列规格，或者资格不达标的商品在苏宁易购销售。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条【超标电动自行车】

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】国家公安部、工业和信息化部、国家工商行政管理总局、国家质量监督检验检疫总局等四部委联合下发《关于加强电动车管理》的通知。通知指出，近年来，电动自行车不按规定生产、销售问题严重，大量“超标”电动自行车上路行驶，道路交通安全隐患突出，因此不得发布。

【具体情形】包括但不限于:

1、自行车额定电压下最高车速大于 20KM/h 的;

2、自行车的整车质量（重量）大于 40kg 的;

3、一次充电后的续行里程小于 25 公里的。

第六条【特许经营商品类】在未取得经营资格且未经苏宁易购审核通过前，以下商品属于禁止销售商品。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【温馨提示】特许经营（Franchise）是指特许经营权拥有者以合同约定的形式，允许被特许经营者有偿使用其名称、商标、专有技术、产品及运作管理经验等从事经营活动的商业经营模式。

【具体情形】包括但不限于:

1、食盐：需要取得商务部门核发的《食盐批发（或零食）许可证》；

2、烟草制品：需要取得烟草专卖局核发的《烟草专卖经营企业许可证》；

3、弓、弩制品：需要取得公安批准；

4、煤炭制品：需要取得发改委核发的《煤炭经营资格证书》；

5、成品油：需要取得商务部核发的《成品油批发（或零售）经营批注证书》；

6、危险化学品：需要取得安监局的许可。

第三章　附则

第七条【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日正式公示，公示期为 7 天，公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间 2018 年 8 月 5 日 00:00:00 生效，如有修改将另行公示。

第八条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第九条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

虚拟类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】虚拟类是指根据《中华人民共和国刑法》、《网络游戏暂行管理办法》等法律规定的，不允许在平台销售的网络虚拟产品。例如，外挂等。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条 未经国家备案的网络游戏、游戏点卡、货币等相关服务类商品。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《网络游戏暂行管理办法》（文化部令第 49 号）等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、所有境外（美服、日服、欧服等）、或港澳台地区及未经文化部备案的游戏、点卡、游戏货币、装备等信息，如暗黑破坏神 3（俗称大菠萝 3）点卡、代练及相关商品。

【温馨提示】请在发布相关商品或信息前，查询相关资料，如文化部备案的网站地址：http://ccnt.cstc.org.cn/gamepage.do?gamesign=domesticgame

第六条【外挂、私服相关的网游类商品】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国著作权法》、《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、游戏外挂：外挂的程序、软件和客户端、外挂卡等；

2、私服相关：私服架设服务、私服程序、私服网站、私服源码、私服服务器和空间等；

3、游戏辅助卡：DNF 全系列辅助卡、魔兽世界辅助卡、永恒之塔辅助卡、热血三国辅助卡、剑网辅助卡、《倩女幽魂 online》游戏辅助软件等。

第七条 官方已停止经营的游戏点卡或平台卡商品。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《网络游戏暂行管理办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、已经停止运营的游戏点卡，如盛大巨星游戏；

2、已经停止运营的平台加款卡，如万娱卡盟平台卡商品。

【常见问题】

1、如果购买的商品为已停止经营的游戏点卡或平台卡商品，我该怎么办？

答：《网络游戏暂行管理办法》规定：网络游戏运营企业终止运营网络游戏，或者网络游戏运营权发生转移的，应当提前 60 日予以公告。网络游戏用户尚未使用的网络游戏虚拟货币及尚未失效的游戏服务，应当按用户购买时的比例，以法定货币退还用户或者用户接受的其他方式进行退换。您可以联系运营商。

第八条【虚拟抽奖类商品】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《网络游戏暂行管理办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、任何游戏的抽奖，如 CF 道具抽奖、随机选取等形式的商品或信息；

2、随机道具的序列号，如任何形式的穿越火线游戏道具序列号。

【温馨提示】

请您不要发布以随机抽取等偶然方式，诱导网络游戏用户采取投入法定货币或者网络游戏虚拟货币方式获取网络游戏产品和服务。

【常见问题】

1、什么是虚拟抽奖类商品？

答：虚拟抽奖类商品是指商品信息中带有抽奖等字样或实际交易中为抽奖性质的商品。

第九条 时间不可查询的虚拟服务类商品。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】鉴于时间不可查询的虚拟服务类商品存在不稳定、售后无法保障以及较大的交易安全隐患等诸多问题，苏宁易购禁止发布该类商品或信息。

【具体情形】包括但不限于：

1、腾讯增值服务，如手机代刷的 QQ 钻、QQ 会员等；

2、迅雷会员等虚拟包月、包年类增值服务等。

【温馨提示】

通过官方平台开通的虚拟增值服务可以发布，如通过官方渠道开通的腾讯红钻、黄钻、蓝钻、迅雷包月、包年会员等增值服务。

【常见问题】

1、时间不可查询的虚拟服务类商品是什么？

答：时间不可查询的虚拟服务类商品指的是，如通过手机、宽带等非卡密直充方式开通的 QQ 增值或者迅雷增值业务，且不能提供服务可用时间查询的商品。

第十条 未带有平台代充标识的 QQ 增值业务商品。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】未带有平台代充标识的 QQ 增值业务类商品，极易导致会员的违规行为，如利用互联星空帐号刷 QQ 类增值业务，请不要在苏宁易购上发布。

【具体情形】包括但不限于：利用互联星空帐号刷 QQ 类增值业务的商品等。

第十一条 网络账户死保账号以及腾讯 QQ 账号。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】网络死保账号具有一定的风险，毕竟密码保护不在自己手上。而且该类账号很多时候来路不明，如果原主人或出卖人并非真正的忘记或丢失了密码保护资料，则死保账号有被取回使用的风险。

【具体情形】包括但不限于：

1、网络死保账号类商品；

2、带号游戏币或者带号点卡类商品，如带号 Q 币、带号欢乐豆等；

3、QQ 号码类商品，包含 QQ 账号及 QQ 群账号。

【常见问题】

1、什么是死保账号？

答:死保账号顾名思义就是死保护号码，是指已经申请了密码保护资料，但是原主人忘记或者丢失了密码保护资料的账号。

第十二条 Itunes 账号及用户充值类商品。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】该类商品或信息涉嫌危害公平的市场环境，因此请不要发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、经厂家及软件提供商认定涉嫌侵犯公司权益的 itunes 帐号、手机游戏、手机平台软件、账号道具和金币的代购、兑换，以及不等值兑换汇率的充值类商品等。

【温馨提示】兑换汇率在正常范围内的充值类商品是可以发布的（以当前汇率为准）。

第十三条 盛付通商品及在苏宁易购发布的穿越火线道具类商品。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】鉴于该类商品存在不稳定、售后无法保障以及较大的交易安全隐患等诸多问题，苏宁易购禁止发布该类商品或信息。

【具体情形】包括但不限于：

1、盛付通卡；

2、穿越火线代购道具服务；

3、穿越火线游戏里的装备、道具、CDKEY 等商品。

【常见问题】

1、什么是盛付通卡？

答：盛付通卡是指上海盛付通电子商务有限公司发行的多功能储值卡片。

第十四条 自动发货形式的一卡通系列商品及任何充值方式下以面值原价形式出售的一卡通系列商品。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】鉴于该类商品存在不稳定、售后无法保障以及较大的交易安全隐患等诸多问题，苏宁易购禁止发布该类商品或信息。

【具体情形】包括但不限于：

1、自动发货形式的骏网一卡通、盛大一卡通、完美一卡通、巨人一卡通、久游一卡通、天堂一卡通，包含及此类一卡通下的各游戏点卡商品；

2、各种充值方式下的以面值原价形式出售的骏网一卡通、盛大一卡通、网易一卡通、战网一卡通、完美一卡通、巨人一卡通、久游一卡通、金山一卡通、搜狐一卡通、腾讯系列商品，包含此类一卡通下的各游戏点卡商品。

第十五条【虚拟代刷服务类商品】

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】虚拟代刷服务是指在短时间内利用工具将某一项指标迅速提升，并取得相应报酬，或者利用工具非法取得游戏内相关道具的行为。此类商品会有被运营商封号的风险，请不要发布。

【具体情形】包含但不限于：

1、代刷 Q 币等游戏币服务；

2、代刷微博评论、QQ 赞服务。

【常见问题】

1、代练可以发布吗？与虚拟代刷服务区别是什么？

答：代练是利用人工在合理合法的渠道中提升游戏人物等级及获取游戏道具，因此是可以发布的；而代刷服务是通过工具在短时间内将某一项指标迅速提升，此类商品会有被运营商封号的风险，因此不能发布。

第十六条 不可查询的分期返还话费类商品

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】该类商品指的是，无法通过运营商官方网站或客服电话查询购买的分期返还的话费商品。此类商品如果无法通过运营商查实其有效性，可能会给购买的消费者带来不可挽回的损失，因此请不要在苏宁易购上发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、通过中国移动、中国联通、中国电信等官方无法查询到的话费类商品；

2、话费的返还期限不可确定的，比如充值 100 元话费返还 50 元，但是返还的 50 元没有明确的返还时间。

【温馨提示】

1、分期返还话费类商品是指一定金额的话费通过每个月返还一定金额，在几个月中返还完的产品。

2、购买此类商品务必通过官方客服电话或者官方网站确定产品的总额和返还时间，以保证购买的商品的有效性，避免上当受骗。

第十七条 不限时间与流量的、时间不可查询的以及被称为漏洞卡、集团卡、内部卡、测试卡的上网资费卡或资费套餐及 SIM 卡。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】目前官方不会有不限时间与流量的资费卡或资费套餐销售，该种类别的卡存在很大的欺诈嫌疑。各种通过运营商内部不规范或漏洞途径开出来的资费卡或资费套餐，其资费无法保证。因此请不要在苏宁易购上发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、既不限时间同时不限流量，如不限时间不限流量的手机号卡、3G 上网卡、WLAN/WIFI 套餐；

2、一定周期内（1 天，1 个月，1 年等）不限时间与流量的资费卡或资费套餐等。

【温馨提示】

1、不限时间但限制流量、不限流量但限制时间或二者都限定的资费卡或资费套餐是可以发布的，但需经过苏宁易购审核备案。

2、购买 3G 上网资费卡商品时，请务必确认该商品可以通过官方客服电话查询详情，请您特别留心，谨慎交易。

【常见问题】

1、哪些 3G 上网卡可以发布？

答：限制时间和流量的正规 3G 上网卡可以发布，但是需要经过苏宁易购审核备案。

第十八条 慢充卡等实际无法在 72 小时内到账的虚拟商品。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】此类商品充值时间较长，会导致用户不记得购买过此类商品，或者未能及时退款导致系统自动超时打款等问题，会给消费者带来一定的损失，妨碍消费者高效购买权益，因此请不要在苏宁易购上发布。

【具体情形】包含但不限于：

1、商品信息中表明充值时间超过 72 小时的充值类商品；

2、商品本身描述 72 小时内到账，但实际到账时间超过 72 小时的充值类商品。

第十九条【SP 业务自消费类商品】

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《工业和信息化部组织开展短信群发业务清理整顿》相关法律法规的

规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、通讯增值业务消费类的商品，如通讯增值业务自消费的 SIM 卡和消费硬件等。

第二十条 比特币、莱特币等互联网虚拟币以及相关商品。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】遵守《中国人民银行 工业和信息化部 中国银行业监督管理委员会 中国证券监督管理委员会 中国保险监督管理委员会关于防范比特币风险的通知》、《中国人民银行 中央网信办 工业和信息化部 工商总局银监会 证监会 保监会关于防范代币发行融资风险的公告》等相关法律法规的规定。

此类数字货币及同类数字产物，极易发生用户投机及违规融资集资风险，任何机构不得为其提供交易、兑换、定价、中介、支付等服务。

【具体情形】包含但不限于：

1、比特币、莱特币、比奥币、夸克币、无限币、可可币、便士币、PPCoin、NameCoin 等虚拟币；

2、比特币挖矿教程等虚拟币的教程、攻略；

3、比特币挖矿机等用于获取相关虚拟币的硬件、软件；

4、技术性质、生成机制与数字化货币相同的商品，如基于区块链技术生成的数字化宠物；

5、获取数字货币的教程、攻略及软件，如挖矿教程；

6、为 ICO（首次代币发行）及为数字货币提供的衍生服务，如技术开发、商业策划、中介、营销、代理等。

第二十一条 有违诚信与公平原则，发布代炒作、代投票、代删除等不当获取流量或人气，导致不良社会影响的商品或信息。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《网络安全法》、《侵权责任法》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网文化管理暂行规定》等相关法律法规的规定，对于破坏信息网络安全与秩序、损害他人正当权益的商品及服务都不可以发布。

【具体情形】包含但不限于：

1、代账号注册、代认证服务、炒作人气、代刷粉丝、代刷听众人数、代刷排行、代刷流量、代发布/删除特定信息、代拉新推广、顶帖删帖服务、代网络投票等。

【常见问题】

1、代刷粉丝类、代认证商品可以发布吗?

代刷粉丝及代认证的服务都是不可以发布的。代刷粉丝为炒作人气商品，违背公平原则，代认证涉及到个人身份信息的泄露，因此请不要发布。

第三章　附则

第二十二条【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第二十三条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第二十四条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

涉及盗取等非法所得及非法用途软件、工具或设备类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】盗取等非法所得及非法用途软件、工具或设备类是指根据《中华人民共和国刑法修正案（九）》等法律规定的，用于盗窃他人钱财，物品的行为和工具，或给他人造成困扰的行为。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条【走私、盗窃、抢劫等非法所得】

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国海关法》、《中华人民共和国治安管理处罚法》等相关法律法规的规定。

【温馨提示】请不要发布非法途径获得的商品或信息。

第六条 赌博用具、考试作弊工具、汽车跑表器材等非法用途工具

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国治安管理处罚法》、《中华人民共和国电力法》、《中华人民共和国居民身份证法》、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、老虎机、赌博机等具有赌博性质的游戏机及其相关作弊用具；

2、遥控色子、透视扑克等赌博用具；

3、六合彩、私彩等赌博相关商品；

4、隐形笔、消字灵等考试作弊工具；

5、地磅、电表、电子秤等的作弊用具；

6、门禁卡拷贝机器、代打卡指纹膜；

7、出租车发票打印机等；

8、游戏币回收等网络赌博性质类商品或服务；

9、身份证号码生成器、采集系统、修改软件等。

【常见问题】

1、赌博千术教学类书籍可以发布吗？

答：正规出版的赌博千术教学书籍是可以发布的，但须在商品详情中写明 ISBN 编号和出版单位名称。

第七条 卫星信号收发装置及软件；用于无线电信号屏蔽的仪器或设备。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《卫星电视广播地面接收设施管理规定》、《互联网视听节目服务管理规定》、《境外电视节目引进、播出管理规定》、《信息产业部关于禁止非法研制生产和使用无线电干扰设备的通知》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、卫星电视地面接收设施及配件，包括卫星锅、高频头、接收机、黑卡、编码器、解码器、解压及接收一体装置、服务(费)、账号等；

2、商品信息中明确表示可以收看境外电视台或港澳台地区的电视台或黄色内容的电视棒、网络播放器；

3、数字电视破解卡；

4、手机信号屏蔽器、GPS 信号屏蔽器等。

【温馨提示】

1、商品信息中明确表示可以收看境外电视台或港澳台地区的电视台的网络播放器不可以发布，其他网络播放器可以发布；

2、具有屏蔽、阻断、干扰手机信号或者 GPS 信号功能的屏蔽器类商品不可以发布；

3、商品信息中涉及任何非法描述，诱导买家做不道德行为，或者写明“请勿用于非法用途”的商品，都不可以发布。

【常见问题】

1、电视棒可以出售吗？

答：不可以，其他电视卡类商品标题、描述、主图等商品信息中也不可以出现“电视棒”等诱导性描述。

2、数字电视破解卡可以出售吗？

答：不可以，通过标题、图片或是描述中任一处可判定商品为利用非法手段免费收看数字电视的数字电视破解卡类商品，都不可以发布。

第八条 撬锁工具、开锁服务及其相关教程、书籍。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、万能开锁、快开工具等撬锁工具；

2、开锁服务及开锁教程、书籍；

3、汽车信号干扰器，汽车钥匙解码器等。

【温馨提示】快开工具、万能钥匙等撬锁工具、开锁服务及其相关教程、书籍（不管是否正规出版）都不可以发布。

【常见问题】

1、开锁工具可以发布吗？

答：锁匠用的修锁用具是可以发布的，快开工具、万能钥匙等撬锁工具则不可以发布。

第九条 一卡多号、有蹭网功能的无线网卡，以及描述信息中有告知顾客能用于蹭网的设备。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国电信条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、一卡多号设备及其读写器；

2、蹭网卡及蹭网软件。

【温馨提示】一卡双号产品为电信公司生产，可以发布。

【常见问题】

1、蹭网卡可以发布吗？

答：不可以，《中华人民共和国电信条例》第五十九条规定：“任何组织或者个人不得盗接他人电信线路，复制他人电信码号，使用明知是盗接、复制的电信设施或者号码。”蹭网卡盗用他人电信信号，不可以发布。

第十条 涉嫌欺诈等非法用途的软件、工具及服务。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》、《互联网管理条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、涉嫌用于非法欺诈的变声器，如手机变声器、变声电话机、手持变声器、网络电话变声器和变声软件；

2、来电显示改号软件；

3、用于搜索和采集个人资料的软件，如邮箱采集软件、手机号码采集软件；

4、恶意骚扰软件，如追呼软件，短信攻击软件、骂人软件；

5、可以通过手机号码定位 IP 地址的软件；

6、涉嫌用于欺诈目的的相关服务，如以非法占有为目的利用技术漏洞、服务漏洞或虚构事实骗取钱款的服务等。

【温馨提示】

1、正规出版的企业名录可以发布，但必须在商品信息中写明 ISBN 编码和出版单位名称。

2、自带变声功能的手机可以发布。

第十一条 【可能用于逃避交通管理的商品】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《道路交通安全条例》、《中华人民共和国道路交通安全法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、用于测速预警的电子狗；

2、防电子眼拍摄的车牌架，如翻转式、隐藏式、内藏式、折叠式、带锁牌照架；

3、变号车牌数字贴；

4、假车牌；

5、车牌隐形喷剂等；

6、跑马机等驾校作弊工具；

7、汽车信号干扰器，汽车钥匙解码器等。

【温馨提示】汽车创意数字贴产品，必须展示实物图才能发布。

【常见问题】

1、导航仪可以出售吗？

答：导航仪可以发布，但商品信息中不得有电子狗描述。

第十二条 【利用电话线路上的直流馈电发光的灯】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国电信条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、利用电话线路上的直流电来发光的电话灯。

第十三条 【各类短信、邮件、软件及服务】

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《工业和信息化部组织开展短信群发业务清理整顿》等相关法律法规的规定。群发软件、设备以及服务极大地干扰人们正常的工作、学习和生活，且极易被不法分子用于恶意骚扰等非法用途，因此该类商品或信息不可以发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、短信猫等用于群发信息的设备；

2、短信、彩信、邮件、QQ、论坛、博客、微信、微博的各类群发软件或服务。

第三章 附则

第十四条：【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十五条：【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十六条：本规则中的“天”，以 24 小时计算。

涉及人身安全、隐私类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】涉及人身安全、隐私类是通过监听、窃取隐私或机密的软件及设备非法摄像、录音、取证，盗用个人隐私信息等内容。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条【用于监听、窃取隐私或机密的软件及设备】

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》、《互联网管理条例》、《国家安全法》、《国家经济贸易委员会、公安部、国家工商行政管理局关于禁止生产和销售具有窃听功能玩具的通知》、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、“手机监听卡”、电话“窃听器”、“窃听设备”等用于监听、窃取隐私或机密的软件及设备；

2、无线或隐形耳机、作弊耳机、橡皮接收器等考试作弊设备；

3、隐形透视眼镜；

4、木马、病毒、肉鸡和计算机漏洞信息类，会严重影响网络用户的计算机安全的商品或信息；

5、破密软件、入侵工具、强制进入软件；

6、利用软件盗取用户聊天工具，盗取他人隐私的软件或设备，如：QQ 聊天记录器等；

7、远程控制/监控软件主要用于处理未经授权监控他人电脑操作、聊天记录的商品或信息。

【温馨提示】

1、不要在商品信息中涉及任何诱导买家做不道德行为的描述；

2、大楼、道路的远程监控软件，如 VNC、波尔等可以发布。

第六条【用于非法摄像、录音、取证等用途的设备】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定；

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《国家安全法》、《国家经济贸易委员会、公安部、国家工商行政管理局关于禁止生产和销售具有窃听功能玩具的通知》、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、具有摄像功能、极具隐蔽性的伪装偷拍商品或信息，如烟感器式、手表式、笔式、打火机式、眼镜式、钥匙扣式、观鸟仪式、U 盘式等其他伪装偷拍商品；

2、具有监听功能、极具隐蔽性的伪装监听商品或信息，如隔墙监听器、排插式、车充式等其他伪装监听商品；

3、反猫眼偷窥设备；

4、非法键盘记录器及软件。

【温馨提示】

1、方块状插卡式老人小孩看护器类商品或信息可以发布，但不要通过任何形式，使消费者以为可以用于监听、偷窥等非法或不道德用途，如在商品描述中使用 “监听器”等诱导性描述。

【常见问题】

1、可以发布观鸟仪吗？

答：普通的观鸟仪是可以发布的。

第七条 身份证、护照、社会保障卡等依法可用于身份证明的证件、阅读设备

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国居民身份证法》、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、身份证原件、复印件、回执单；

2、身份证号码生成器、采集系统、修改软件等；

3、身份证阅读器、鉴别仪、扫描仪等；

4、护照、港澳通行证、入台证等；

5、社会保障卡、社会医疗保险卡等。

【温馨提示】

1、所有可以读取身份证信息的设备都不可以发布；

2、以任何形式编辑处理过的身份证及相关服务均不可以发布，如搞笑身份证等。

第八条 盗取或破解账号密码的软件、工具、教程及产物。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》、《互联网管理条例》、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、扫信类软件及服务；

2、盗号软件及账号信封；

3、涉及到黑客论坛相关的账号，邀请码等；

4、黑链产品、技术及服务；

5、解封器软件、工具、方法、教程、解封服务等非法破解行为，所涉及的账号包括 QQ、DNF、CF 等；

6、黑客教程；

7、钓鱼网站、源码等。

【常见问题】

1、黑客软件可以发布吗？

答：黑客软件违反了《互联网管理条例》，对他人的个人隐私或计算机运行造成侵害，因此请不要发布。

第九条 个人隐私信息及企业内部数据；提供个人手机定位、电话清单查询、银行账户查询等服务。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的

决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、公司企业名录数据：企业名录、经理或老板的个人电话、客户名单资料等；

2、商家信息：代理商名录、广交会参展商名单、网络营销买卖家数据等；

3、个人资料：各类培训或课程学员名单、个人户籍档案证书资料、车辆登记驾照信息、银行业务信息、手机电话清单、个人邮箱论坛信息、个人消费记录、个人简历等；

4、特殊人群信息：消费人群统计名单、股民资料、人才数据库等；

5、隐私信息查询服务。

【温馨提示】正规出版的企业名录。

1、参展商名录等书籍是可以发布的，但须在商品信息中写明 ISBN 编码和出版单位名称。

第十条 出售、转让、回收，包括已作废或者作为收藏用途的银行卡。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法修正案（五）》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、银行卡，包括自行冠以“收藏”的银行卡、银行样本卡、银行测试卡等；

2、由银行承办的医保卡、证券卡、公积金卡等。

【温馨提示】

1、银行卡是指由银行发行、供客户办理存取款业务的新型服务工具的总称，包括信用卡和借记卡。

2、除银行正规发行的收藏或者纪念性质的银行卡以外，所有的银行卡都不可以发布。

【常见问题】

1、银行发行的宣传年历卡可以发布吗？

答：可以的，以下类型的卡片都是可以发布的：

①由银行发行的年历卡、企业金卡等用作宣传、广告的卡片；

②由银行发行的不具有银行卡功能的纪念卡、收藏卡等。

第十一条 汽车安全带扣等具有交通安全隐患的汽车配件类商品。

【违规级别】一般违规。

【规则背景】根据国家《道路交通安全法》的规定，机动车行驶时，驾驶人、乘坐人员应当按规定使用安全带。众所周知，当司机未系好安全带时，汽车安全带设备就会发出鸣叫提醒司机。但是安全带扣的使用却骗过了汽车安全带设备，消除了鸣叫声，使司机可以不用系安全带，同时也大大增加了驾车危险性。

【具体情形】包括但不限于：

1、请不要发布任何安全带扣、安全带消音、安全带阻止报警等相关信息；

2、请不要以搭售、送赠品等方式出售该类商品。

【常见问题】

1、安全带扣只做装饰或做钥匙扣，可以发布吗？

答：不可以，装饰类或钥匙环类安全带扣也具有阻止安全带装置发出警报的功能，请不要发布。

2、安全带扣不售卖，只做赠品赠送，可以发布吗？

答：不可以，安全带扣赠送可能会导致消费者使用，引发驾车安全隐患，请不要以任何方式出售。

第十二条 已报废、达到国家强制报废标准、非法拼装或非法所得等国家法律法规明令禁止经营的车辆及其“五大总成”。

【违规级别】严重违规行为。

【规则背景】请遵守《报废汽车回收管理办法》、《二手车流通管理办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、本条款所指车辆包括汽车、摩托车、农用运输车，五大总成包括发动机、方向机、变速器、前后桥和车架。

包括但不限于：

1、已报废或已达到国家报废标准的车辆及其“五大总成”；

2、使用报废车辆的“五大总成”或其他零部件组装而成的拼装车；

3、通过走私、盗窃、抢劫、诈骗等违法犯罪手段获得的车辆。

【温馨提示】国家对报废汽车回收业实行特种行业管理，对报废汽车回收企业实行资格认定制度。除取得报废汽车回收企业资格认定的外，任何单位和个人不得从事报废汽车回收活动。

第十三条【载人航空器、航空配件、模型图纸类商品】

【违规级别】一般违规行为。

【规则背景】根据《中华人民共和国民用航空法》和《民用航空器适航管理条例》规定任何单位和个人设计的航空器，均应具备型号合格证、生产许可证、单机适航证才能进入民用航空市场，且产品质量、使用用途事关人身安全与公共安全，故请不要在苏宁易购平台上发布此类商品。

【具体情形】包括但不限于：

1、航空器整机（飞机、螺旋机、直升机、热气球等）、发动机、螺旋桨；

2、航空器模型设计图纸。

【温馨提示】载人航空器、航空配件、模型图纸类商品，也不允许以搭售、送赠品等方式出售。

第三章　附则

第十四条【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十五条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十六条：本规则中的“天”，以 24 小时计算。

色情低俗、催情用品类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】色情低俗、催情用品类是指能涉黄涉法的，让人昏迷，失去意识的情趣用品和通过色情聊天，色情物品等进行交易的低俗产品。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条 含有色情淫秽内容的音像制品及视频；色情陪聊服务；成人网站论坛的账号及邀请码。

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国治安管理处理法》、《中华人民共和国刑法》、《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、色情淫秽音像制品、视频，如日本 AV 片、黄色小电影、激情电影；

2、色情聊天服务，如裸聊；

3、色情网站论坛、成人网站、论坛的账号、邀请码等；

4、门事件的视频、图片等；

5、含有猥亵未成年人、未成年人性行为等的淫秽音像制品、视频。

【温馨提示】

1、请勿发布以性为主要卖点来吸引买家购买的商品或信息；

2、请勿发布招嫖信息，色情服务等商品或信息；

3、请勿发布色情网站、论坛相关的商品或信息。

第六条 可致使他人暂时失去反抗能力、意识模糊的口服或外用的催情类商品及人造处女膜。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《关于严禁淫秽物品的规定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、金苍蝇水、银苍蝇水、西班牙苍蝇粉、伟姐冲动液、日本性素等口服类催情用品；

2、圣女贞德红等人造处女膜。

【温馨提示】大部分拥有助情作用的女用外用喷剂是可以发布的，但是 FORCE 女用催情香水不可以发布。

第七条 用于传播色情信息的软件、种子文件、网盘资源及图片；含有情色、暴力、低俗内容的音像制品及视频；原味内衣及相关产品；含有未成年人色情内容的图片、写真视频。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国治安管理处理法》、《中华人民共和国刑法》、《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、传播色情信息的软件及图片，如色情电影种子、含有色情成分的搜索工具及相关软件；

2、含有情色、暴力、低俗内容的音像制品，如粗口歌；

3、商品信息或店铺信息中明示为三级片、情色电影；

4、原味内衣及相关商品，如二手男女内衣等穿过的贴身衣物；

5、含有色情内容的成人套图、写真视频等。

【温馨提示】若您要发布性教育影片，请在商品信息中写明 ISBN 码和出版单位名称。

【常见问题】

1、什么是原味内衣，可以发布吗？

答：原味内衣指的是穿过的贴身衣物。无论从卫生角度，还是从败坏社会风气的角度来说，都是不适宜出售的，因此请不要发布。

第八条 含有情色、暴力、低俗内容的动漫、读物、游戏及图片。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国治安管理处理法》、《中华人民共和国刑法》、《全国

人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、含有情色、暴力、低俗内容的动漫、小说、杂志；

2、含有情色、暴力、低俗内容的游戏，如《生化危机》；

3、含色情内容的图片，人体艺术、写真与套图。

【温馨提示】

1、带有 ISBN 编码与出版单位名称的写真可以发布；

2、非正规人体艺术及写真，以恋足、偷拍、绳艺等为题材的图片等都不可以发布。

【常见问题】

1、《生化危机》游戏可以发布吗？

答：不可以，《生化危机》涉及暴力、血腥内容，所以请不要发布。

第九条 【网络低俗信息】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国治安管理处理法》、《中华人民共和国刑法》、《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】所发布的商品或信息中包含以下任一内容都将被视为含有网络低俗信息包括但不限于：

1、含有“雅蠛蝶”、“草泥马”、“网络十大神兽”等词语；

2、含有真人演示、真人露点、真人低俗姿势；

3、直接表现人体性行为或性爱姿势；

4、直接或隐晦表现人体或仿人体器具的隐私部位；

5、反人类的图片等。

【温馨提示】如您要发布成人用品类商品或信息，还需要按照如下要求发布：

1、发布情趣内衣时，商品图片若为真人模特，须使用苏宁易购统一的素材完整遮挡敏感部位图片，若产品单独展示，须平铺拍摄；

2、C 字裤/丁字裤不得真人展示；

3、图片中不得出现真人隐私部位、直接表现真人性行为，包装及实际商品上不得带有性爱姿势；

4、SM 类商品图片只能发布实物图，禁止使用真人演示及出现 SM、虐恋等词汇；

5、充气娃娃等不得出现露点图片及性爱镜头；

6、成人仿真器具不得露点，须使用合适的素材遮挡。

【常见问题】

1、网络低俗产物指什么？

答：网络低俗产物指所发布的商品或信息中含有真人演示、真人露点、真人低俗姿势；直接表现人体性行为或性爱姿势；直接或隐晦表现人体或仿人体器具的隐私部位；反人类的图片等。

第十条 【境外成人秀商品】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】 此类商品违背公序良俗，请不要在苏宁上发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、泰国成人秀、天皇秀等。

【温馨提示】泰国成人秀、天皇秀此类商品违背公序良俗，请勿发布。

第三章 附则

第十一条【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十二条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十三条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

反动等破坏性信息类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁易购线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】反动就是逆历史潮流，逆生产力发展的意思。反动信息，就是破坏国家安稳和平，危害社会主义和平的信息。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条 含有反动、破坏国家统一、破坏主权及领土完整、破坏社会稳定，涉及国家机密、扰乱社会秩序，宣扬邪教迷信，宣扬宗教、种族歧视等信息，或法律法规禁止出版发行的书籍、音像制品、视频、文件资料。

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国保守国家秘密法》、《反分裂国家法》、《出版管理条例》、《互联网出版管理暂行规定》、《互联网信息服务管理办法》、《宗教事务条例》、《宗教社会团体登记管理实施办法》、《互联网视听节目服务管理规定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、反动、破坏国家统一、破坏主权及领土完整、破坏社会稳定的信息；

2、涉及国家机密、扰乱社会秩序的信息；

3、宣扬邪教迷信，宣扬宗教、种族歧视等信息，如法轮功；

4、法律法规禁止出版发行的内容；

5、未经允许传播宣传政治事件以及社会热点敏感话题的信息。

第六条【破网、翻墙软件及 VPN 代理服务】

【违规级别】严重违规。

【规则背景】根据相关法律法规，破网、翻墙软件及 VPN 等软件涉及提供对境外网站非法

访问，极易产生不良后果，影响和谐社会，请不要在苏宁易购上发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、翻墙、破网软件及相关教程，如自由门、无界、逍遥游等；

2、所有 VPN 产品，包括账号、服务器、软件、卡密及变相的网络加速器等，如世纪 VPN 变异成世纪加速器。

【温馨提示】无代理服务的硬件、VPN 相关书籍可以发布。

【常见问题】

1、什么是翻墙软件？

答：翻墙软件是指通过代理链接访问境外网站的软件。

第七条 不适宜在国内发行的涉政书刊及收藏性的涉密书籍、音像制品、视频、文件资料。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国保守国家秘密法》、《反分裂国家法》、《出版管理条例》、《互联网出版管理暂行规定》、《互联网信息服务管理办法》、《宗教事务条例》、《宗教社会团体登记管理实施办法》、《互联网视听节目服务管理规定》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、境外政治书籍、杂志、音像制品等；

2、涉密文件资料，如政府部门发行的内部刊物，红头文件等。

第八条 国家禁止的集邮票品以及未经邮政行业管理部门批准制作的集邮品，以及一九四九年之后发行的包含“中华民国”字样的邮品。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《集邮市场管理办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、邮票票铭为“中华民国邮票”；

2、49 年-55 年大陆运至台湾的民国邮票加印台币面值；

3、带有政治宣传性质的台湾发行邮票，如印有蒋介石“就职纪念”、“六秩寿辰纪念”、“光复大陆”、“建国纪念”、“三民主义统一中国”等字样的邮票。

【温馨提示】1949 年 10 月前发行的票铭为“中华民国邮政”类邮票可以发布，但要在商品主图中清晰展示邮品正面。

第九条【带有宗教、种族歧视的相关商品或信息】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《宗教事务条例》、《宗教社会团体登记管理实施办法》、《世界人权宣言》及相关法律法规的规定。《世界人权宣言》强调“人人皆得享受本宣言所载之一切权利与自由，不分种族、肤色、性别、语言、宗教、政见或他种主张、国籍或门第、财产、出生或他种身份。”

【具体情形】包括但不限于：

1、纳粹的军旗党旗、肩章，首饰、军品服饰等装饰品，如鹰符、闪电符、双 S 符、“卐”万字符；

2、称中国为支那的画册、收藏品、书籍、音像制品；

3、含有宣传纳粹思想、种族歧视或损害民族尊严的信息。

【温馨提示】允许发布的带有纳粹相关标志的兵人玩具须在商品主图中使用可清晰辨别的参照物（如尺子，电池等）明示长度、大小。

第三章　附则

第十条【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十一条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十二条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

易燃易爆、有毒化学品、毒品类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】易燃易爆是指易燃易爆的指在外界作用下(如受热、撞击等)，能发生剧烈的化学反应，对周围环境造成破坏的物品；有毒化学品是指是指对周围环境和人产生不利影响的化工类成份；毒品是指用于麻醉和精神的药品，其中最常见的主要是麻醉药品类中的大麻类、鸦片类和可卡因类。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条【易燃、易爆物品（烟花爆竹除外）】

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《危险品管理条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、手雷、炸弹、火药等。

【温馨提示】请您在发布相关商品或信息前，核实该商品或信息是否涉及《危险化学品名录》中的剧毒化学品。

【常见问题】

1、为什么排除烟花爆竹，可以发布吗？

答：不可以，发布烟花爆竹的，是一般违规，所以要在本条非常严重违规的情形中排除，烟花爆竹规则详见本章第四条及《苏宁易购禁售商品管理规范》实施细则第十二条。

2、我可以发布配合魔术道具用的火棉吗？

答：不可以，火棉属于易燃易爆的物质，不当使用会引起火灾的危险，因此请勿发布销售。

第六条【剧毒化学品】

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《危险化学品安全管理条例》、《危险化学品名录》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、砒霜、氰化钠、氰化钾等，包括相关成分。

【温馨提示】请您在发布相关商品或信息前，核实该商品或信息是否涉及《危险化学品名录》中的剧毒化学品。

第七条 毒品、制毒原料、制毒化学品及致瘾性药物

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《易制毒化学品管理条例》、《中华人民共和国药品管理法》、《中华人民共和国药品管理法实施条例》、《中华人民共和国禁毒法》、《反兴奋剂条例》、《药品注册管理办法》、《放射性药品管理办法》、《中药品种保护条例》、《麻醉药品和精神药品管理条例》、《互联网药品信息服务管理办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、毒品：如鸦片、吗啡、大麻、杜冷丁、古柯、可卡因、海洛因、冰毒、摇头丸、K 粉、咖啡因、三唑仑等；

2、毒品检测试纸；非正规出版的毒品提取或生产工艺、技术书籍等资料；

3、易制毒化学品：如麻黄素、伪麻黄素、去甲麻黄素、消旋麻黄素、甲基麻黄素、麻黄浸膏、麻黄浸膏粉等合并成麻黄素类物质；黄樟油、三氯甲烷；麦角胺；用于制造海洛因的主要易制毒化学品醋酸酐；制造苯丙胺类兴奋剂的主要易制毒化学品麻黄素、伪麻黄素、去甲麻黄素、1-苯基-2-丙酮、苯乙酸等；制造摇头丸的主要易制毒化学品 3,4-亚甲基二氧苯基-2-丙酮、黄樟脑、异黄樟脑、黄樟油、胡椒醛；制造可卡因的主要易制毒化学品高锰酸钾；制造致幻剂 LSD 的主要易制毒化学品麦角酸、麦角胺、麦角新碱；制造安眠酮的主要易制毒化学品 N-乙酰邻氨基苯酸、邻氨基苯甲酸；也有制毒所需的甲苯、丙酮、甲基乙基酮、乙醚等溶剂等；

4、致瘾性药物：如美沙酮、阿片酊等。

【常见问题】

1、什么是毒品？

答：根据《中华人民共和国刑法》第 357 条规定，毒品是指鸦片、海洛因、甲基苯丙胺（冰毒）、吗啡、大麻、可卡因以及国家规定管制的其他能够使人形成瘾癖的麻醉药品和精神药品。

2、鸦片香的香水可以发布吗？

答：可以。

第八条【烟花爆竹】

【违规级别】严重违规，视情节严重而定。

【规则背景】请遵守《烟花爆竹安全管理条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、烟花、爆竹、鞭炮（包括擦炮类、摔炮等）等；

2、冷焰火、彩烟等；

3、军事（军队）演习烟雾、消防演习烟雾、消防演习烟饼、船用求救信号、降落伞求救信号等。

【温馨提示】其他易燃、易爆物品，如炸弹、火药等也是不可以发布的。

第九条【国家名录中禁止出售的危险化学品】

【违规级别】严重违规，视情节严重而定。

【规则背景】请遵守《危险化学品安全管理条例》、《危险化学品名录》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、强腐蚀性化学品：如氢氧化钠；

2、易燃易爆化学品：如氨水；

3、有毒化学品：如敌敌畏、溴敌隆等。

【温馨提示】请您在发布相关商品或信息前，核实该商品或信息是否涉及《危险化学品名录》、《国家明令禁止使用农药名录》、《兽药地方标准废止目录》中所列明的内容。

【常见问题】

1、为什么剧毒化学品除外，可以发布吗？

答：不可以发布，发布剧毒化学品，如砒霜、氰化钠、氰化钾等，为非常严重违规，所以要从本条严重违规情形中排除。

2、我想发布用来调节植物生长的花木矮壮素可以吗？

答：不可以，矮壮素属于危险化学品，因此请不要发布。

3、氢氧化钠是手工皂必备的制剂，我也不能发布吗？

答：是的，氢氧化钠属于强腐蚀性化学品，因此请不要发布。

第十条【毒品吸食工具及配件】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《易制毒化学品管理条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、阿拉伯水烟壶、K 壶、溜冰壶、冰壶、嗨壶、咕噜壶、其他自制吸毒工具等；

2、阿拉伯水烟壶、K 壶、溜冰壶、冰壶、嗨壶、咕噜壶等商品具有过滤作用，常被用作吸毒工具；

3、上述商品组装性太强，所以整套配件出售都是禁止的。

【常见问题】

1、我是卖冰壶的，为什么也要扣我的分？

答：根据您店铺里发布的商品或信息综合判断，您发布的冰壶是具有吸毒功能的用具，不能发布。

2、我出售的烟纸，为什么也属于禁限售商品？

答：根据您店铺里发布的商品或信息综合判断，您发布的烟纸是具有吸毒功能的用具，不能发布。

第十一条 介绍制作易燃易爆品方法的相关教程、书籍。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】易燃易爆品是《中华人民共和国刑法》、《危险品管理条例》等相关法律法规明确禁止销售的商品。该类商品存在极大的人身安全隐患，根据公安部要求，教授制作该类商品的教程或书籍也不可以发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、《弹药工程》、《工业炸药理论》、《火炸药科学技术》、《危险压力波与弹药膛炸》、《制导弹药技术》、《火炸药生产技术》等。

第十二条【农业部发布的禁用限用类农药】

【违规级别】严重违规行为，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《农药管理条例》、《农药管理条例实施办法》及农业部相关公告等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、农业部发布的禁用限用类农药（包含但不仅限于商品名、化学品名、通称、惯称、别称等）。

【温馨提示】

1、请您在发布相关商品或信息前，核实该商品或信息是否涉及农业部发布的禁用限用类农药名录。

2、非禁售农药商品请不要写禁限用类农药商品名称。

第三章　附则

第十三条【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十四条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十五条：本规则中的“天”，以 24 小时计算。

仿真枪、军警用品、危险武器类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据《中华人民共和国枪支管理法》、《中华人民共和国刑法》、《射击运动枪支弹药管理办法》等相关法律法规的规定，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】仿真枪、军警用品、危险武器类是指根据国家法律规定，禁止以火药或者压缩气体等为动力的枪支，军用装备以及刀具等危险品

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条【枪支、弹药、军火及仿制品】

【违规级别】严重违规

【规则背景】请遵守《中华人民共和国枪支管理法》、《中华人民共和国刑法》、《射击运动枪支弹药管理办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、以火药或者压缩气体等为动力，利用管状器具发射金属弹丸或者其他物质，足以致人伤亡或者是丧失知觉的各种枪支，如危害性较大的气枪、现役、有发射子弹功能的发令枪、消防枪、沙漠之鹰、步枪等。

2、外形、颜色与制式枪支相同或者相近，并且外形长度尺寸介于相应制式枪支全枪长度尺寸的二分之一与一倍之间的物品。

3、具备枪支外形特征，并且具有与制式枪支材质和功能相似的枪管、枪机、机匣或者击发等机构之一的物品。

4、真机类商品，包括导弹、火箭、氢弹、战斗机、坦克、航空母舰等。

【温馨提示】

1、兵人等武器模型（枪模、爆炸物等）的商品主图中必须使用可清晰辨别的参照物（如尺子，硬币，电池等）明示长度、大小。

2、枪形状打火机类商品主图中必须用明火展示。

【常见问题】

1、玩具枪可以发布吗？

答：对于比例在 1:1-1:2 之间的仿真枪不允许发布，正常的玩具如皮筋枪、童年玩具都是可以发布的。

2、航空母舰、战斗机、直升机的模型、玩具可以发布吗？

答：可以。

第六条 可致使他人暂时失去反抗能力，对他人身体造成重大伤害的管制器具

【违规级别】严重违规

【规则背景】请遵守《公安部、国家工商行政管理局关于加强弩管理的通知》、《人民警察使用警械和武器条例》、《武器、警械管理制度》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、弓（包括运动比赛类用弓）、弩(包括竹制、木制、金属制)；

2、弹弓专用皮筋；

3、电击器；

4、防狼喷雾；

5、辣椒水。

【常见问题】

1、婚礼用的道具弓能发布么？

答：如果是木制、竹制或者金属材质的话，不能发布。

2、电击器、防狼喷雾可以发布吗？

答：电击器及辣椒或胡椒成分的防狼喷雾会给人身体带来极大的伤害，国家禁止发布电击器、防狼喷雾等危险品，因此请不要在苏宁易购上发布。

第七条 枪支、弹药、军火的相关器材、配件、附属产品，及仿制品的衍生工艺品等

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国枪支管理法》、《中华人民共和国刑法》、《射击运动枪支弹药管理办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、枪支、弹药、军火的相关器材和配件：子弹、弹夹、瞄准镜、无缝钢管、麻醉枪的配件、麻醉针、麻醉吹管等；

2、枪支、弹药、军火的附属产品：枪包、子弹袋等；

3、仿制品的衍生工艺品：道具枪、带弹头的子弹工艺品等。

【温馨提示】

1、兵人等武器模型的相关配件（弹包，弹夹等）类商品，主图中须使用可清晰辨别的参照物（如尺子，硬币，电池等）明示长度、大小。

2、若为衍生工艺品，主图中须展示或使用参照物。

3、纸质、竹质、木质、橡胶材质类的道具枪可以发布，但须从图片中就能明确辨别出是道具枪，如橡胶类主图中掰弯展示。

【常见问题】

1、钢珠可以发布吗？

答：3-6 毫米的钢珠可用于真实枪支弹药上，因此大小在 3-6 毫米之间的钢珠是不可以发布的。

2、枪瞄可以发布吗？

答：枪械类瞄准镜是不允许在苏宁易购上发布的，其余有相同功能的单筒望远镜也不可以发布。

第八条 管制类刀具、弓弩配件、甩棍、飞镖或用于狩猎或杀伤性目的的箭头等可能用于危害他人人身安全的管制器具。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《对部分刀具实行管制的暂行规定》、《人民警察使用警械和武器条例》、《武器、警械管理制度》、《管制刀具认定标准》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、超长刀具，刃长大于 10cm（包括 10cm）；以上情形不包含特定用途刀具，特定用途刀具请参见具体情形）；

2、屠宰类、农用类等刀身较长的特定用途刀具，常见如砍柴刀、篾竹刀、屠宰刀、放血刀、剥皮刀、分骨刀、剔骨刀、砍骨刀、切肉刀、料理刀、西瓜刀等（上述范围内的刀具，其刀尖角度小于 60 度，刀身（刃长）不得超过 150 毫米；刀尖角度大于 60 度，刀身（刃长）不得超过 220 毫米）；

3、金属刃武士刀；

4、少数民族用刀：藏刀、腰刀、靴刀、马刀；

5、机械用三棱刮刀；

6、金属制飞镖:三角镖、六角镖等多角镖；

7、竹制、木制、金属制的弹弓，高危害性弹弓：如带有助力构造的弹弓等；

8、弓、弩、弹弓配件；

9、非弹簧甩棍；

10、无弹簧但有自锁装装置的单刃、双刃刀和形似匕首但长度超过匕首的单刃、双刃刀（如东洋武士刀、西洋军刺、刺刀、拳刺、手刺等）；

11、引导或指引消费者制作管制刀具的信息、教程。

【温馨提示】

1、商品图片须使用尺子对照物明示长度，同时标明刃长。商品描述须明确比例、刃长，刃长不得超过 100mm（包括但不限于管制刀具、外国刀具、礼品刀具）；刀具刃长大于或等于 100mm 都视为超长刀具，不可以发布；

2、宝剑或武术刀类商品，必须在商品标题里明示未开刃；

3、工艺刀类如武术用的冷兵器：剑、长矛、长枪、枪头、大刀等可以用于工艺摆饰的商品必须在商品标题中注明未开刃；

4、玩具、模型等金属刀类商品（具刀刃的商品），商品信息中需写明刃长且商品主图需提供尺子为具体参照物；

5、管控要求外的屠宰类、农用类等刀身较长的特定用途刀具，常见如砍柴刀、篾竹刀、屠宰刀、放血刀、剥皮刀、分骨刀、剔骨刀、砍骨刀、切肉刀、料理刀、西瓜刀等，上述范围内的刀具商品信息发布要求如下：

——展示刀具必须使用尺子作为参照物；刀刃需水平展示，刀尖与尺子 0 刻度对齐；

——不规则形状刀具，标尺须以刀刃长度为参照；

——其刀尖角度小于 60 度，刀身（刃长）不得超过 150 毫米；刀尖角度大于 60 度，刀身（刃长）不得超过 220 毫米。

【常见问题】

1、自锁刀可以发布吗？

答：刀具的自锁装置，是指折刀在使用过程中，为了防止因为用力而产生刀刃回折，对使用者的手部造成伤害而设置的一种锁闭机构，通常见到的有线锁，轴锁，背锁和弹簧刀的锁定

装置。由于对人体有伤害，因此在苏宁易购上也是禁止发布的。

2、玩具用的弹弓可以发布吗？

答：若您的商品是绒毛、塑料等柔软材质制作的弹弓玩具是可以发布的，凡金属，木质，竹制等具备杀伤力弹弓请不要发布。若您的商品是绒毛、塑料、木头等材质或一般性金属制的弹弓玩具是可以发布的，但具高危害性的专业弹弓请不要发布。

3、皮料可以发布么？

答：如果您的商品未涉及皮兜（弹弓配件）的话，可以发布。

4、Cosplay 用的动漫刀可以发布么？

答：除了刀刃为金属材质的武士刀，其他的动漫刀还是可以发布的。

5、少数民族刀可以发布么？

答：少数民族刀具只允许在自治区销售，而网络销售势必存在跨地域情况，所以少数民族藏刀、腰刀、靴刀、马刀等都是不可以发布的。其他的少数民族刀具则沿用管制刀具的判断标准，是否自锁、有血槽或者超长等。

第九条【警用、军用制服、标志、设备及制品】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国人民警察法》、《人民警察制式服装及其标志管理规定》、《军服管理条例》、《人民警察使用警械和武器条例》、《武器、警械管理制度》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、军用、警用制服及配件：

军服警服、警犬背心、警犬牵引绳胸背带、军警用笔、军警用钱包、军警手表、军警用手套、军警水壶、军警打火机、军警烟盒、军帽警帽、军警勋章、军警领带夹、军警徽章、军警领带、军警领花（章）、军警资历章、军警肩章、军警臂章、军警胸标、军警姓名牌、军警腰带、军靴警靴、军警用反光背心等。

2、军警设备及制品：

警用执法记录仪、军警望远镜、大型悬挂国徽、军徽、警徽、军警用对讲机、军警用警戒线、警用灯箱、军警巡逻车、警用阻车设备、开道喇叭、军警车证、金属手铐、脚镣、拇指铐、手札带、审讯椅、网枪、防暴盾牌、警用强光手电、军警用爆闪灯等。

【温馨提示】

1、任何商品信息中不能出现现役军警服饰及相关配件、军警器械等内容；

2、任何商品标题中不能滥用“军需”、“军服”、“军品”、“警用”等字样；

3、请勿发布类似警服的保安服或儿童服饰等。

【常见问题】

1、所有警用、军用制服、标志、设备及制品都是禁售的吗？

答：是的，我国现役军警服务、徽章、专用设备（警用爆闪灯、手电等）及以假乱真、易造成混淆的足以使公众视为军警服饰及配件的仿制品都是不可以发布的。

2、警犬类服饰及胸背带可以发布吗？

答：不可以，警犬具有相应的执法权力，故警犬的服饰及胸背带也属于军警服饰范围。

3、金属手铐、脚镣及拇指铐可以发布吗？

答：不可以，金属手铐、脚镣及拇指铐能够强制约束个人的人身自由，具有与军警用手铐相同的作用。

4、悬挂国徽可以发布么？

答：不可以，悬挂国徽是国家权力机关的标志，大型悬挂国徽、军徽及警徽都不可以发布。

第十条【带有宗教、种族歧视的相关商品或信息】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《宗教事务条例》、《宗教社会团体登记管理实施办法》、《世界人权宣言》及相关法律法规的规定。《世界人权宣言》强调“人人皆得享受本宣言所载之一切权利与自由，不分种族、肤色、性别、语言、宗教、政见或他种主张、国籍或门第、财产、出生或他种身分。”

【具体情形】包括但不限于：

1、纳粹的军旗党旗、肩章，首饰、军品服饰等装饰品，如鹰符、闪电符、双 S 符、“卐”万字符；

2、称中国为支那的画册、收藏品、书籍、音像制品；

3、含有宣传纳粹思想、种族歧视或损害民族尊严的信息。

【温馨提示】带有纳粹相关标志的兵人玩具可以发布，但商品主图中须使用可清晰辨别的参照物（如尺子，硬币，电池等）明示长度、大小。

第三章　附则

第十一条 【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十二条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十三条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

药品、医疗器械类

一、二类精神类、麻醉类、有毒类、放射类、兴奋剂类；非药品添加药品成分；医疗用毒性药品、有毒中药材；国家公示已查处、药品监督管理局认定禁止生产、使用的药品（本项第4类除外），依据《中华人民共和国药品管理法》认定的假药、劣药。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国药品管理法》、《互联网药品信息服务管理办法》、《放射性药品管理办法》、《药品和精神药品管理条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、二类精神类、麻醉类、有毒类、放射类、兴奋剂类、医疗用毒性等药品，如异戊巴比妥等二类精神药品、可卡因等麻醉类药品、阿托品原料药等毒性西药、注射用亚锡甲基二磷酸盐等放射性药品、雄烯二醇等兴奋剂类药品；

2、国家有毒中药材名录中的28种有毒中药材及药监部门通报查处的有毒中药材，如生川乌等；

3、国家公示已查处或药监认定禁止生产、使用的药品；

4、药品所含成份与国家药品标准规定的成份不符的药品；

5、变质的或被污染的药品；

6、以非药品冒充药品或者以他种药品冒充此种药品的；所标明的适应症或者功能主治超出规定范围的药品；

7、未标明有效期、更改有效期的或者超过有效期的药品，不注明或者更改生产批号的药品；

8、其他不符合药品标准规定的药品。

【温馨提示】

二类精神类、麻醉类、有毒类、放射类、兴奋剂类药品，人用和兽用的都不可以发布；其他宠物药品是可以发布的，但必须清晰展示其商品的外包装，不要进行遮挡、涂改。

【常见问题】自制药品可以发布吗？

为了广大消费者的安全，没有正规包装、厂家、批准文号并且明示或暗示具有治疗、治愈功效的未经批准生产的三无自制类药品均不可以发布。

二、用于预防、治疗人体疾病的血液制品；未经药品监督管理部门批准生产、进口、或未经检验即销售的药品；特定品类下的相关商品除外。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国药品管理法》、《互联网药品信息服务管理办法》、《血液制品管理条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、包括但不限于血清、疫苗、血液制品等药品；

2、依照《中华人民共和国药品管理法》必须批准未经批准生产、进口，或者依照《中华人民共和国药品管理法》必须检验而未经检验即销售的药品，如香港天喜堂天喜丸等；

3、使用依照《中华人民共和国药品管理法》必须取得批准文号而未取得批准文号的原料药生产的药品；

4、直接接触药品的包装材料和容器未经批准的药品。

三、注射类美白针剂、溶脂针剂、填充针剂、瘦身针剂等用于人体注射的美容针剂类商品。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《医疗器械监督管理条例》、《互联网药品信息服务管理办法》、《关于医用透明质酸钠产品管理类别的公告》等法律法规的规定。医学整容中所使用的透明质酸钠产品按照医疗器械进行管理，生产和经营此类产品须取得相关资质。

【具体情形】包括但不限于：

1、瑞蓝、保妥氏、微晶瓷等美白针剂；

2、玻尿酸隆鼻隆下巴等溶脂针剂；

3、瘦脸瘦小腿等针剂。

【常见问题】**含玻尿酸成分的涂抹类美容产品可以发布吗？**

可以的，但可用于注射的玻尿酸类产品不可以发布。

四、未经药品监督管理部门批准生产、进口或未经检验即销售的医疗器械。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《医疗器械监督管理条例》、《互联网药品信息服务管理办法》等法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

未经食品药品监督管理部门批准生产、进口或未经检验即销售的医疗器械。

五、国家公示查处的兽药；兽药监督管理部门禁止生产、使用、销售的兽药。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国药品管理法》、《互联网药品信息服务管理办法》、《兽药地方标准废止目录》、《兽药处方药和非处方药》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、《兽药地方标准废止目录》规定的兽药包括但不限于：禁用兽药；抗病毒药物；抗生素、合成抗菌药；解热镇痛类等其他药物；复方制剂等；

2、农业部 176 号、193 号公告禁止的兽药目录；

【温馨提示】

1、二类精神类、麻醉类、有毒类、放射类、兴奋剂类药品，人用和兽用的都不可以发布；其他宠物药品是可以发布的，但必须清晰展示其商品的外包装，不要进行遮挡、涂改。

2、非禁用兽药商品请不要写《兽药地方标准废止目录》中的禁止/废止药品名称。

附录：禁售药品目录（含下列关键字的药品均不允许销售）：

含麻黄碱和可待因药品目录	麻醉药品	第一类精神药品	终止妊娠药品	蛋白同化制剂	肽类激素品种	药品类易制毒化学品
氨酚伪麻	可卡因	丁丙诺啡	米非司酮	4，6 雄二烯-3-酮	促红细胞生成素	麦角酸
安嗽糖浆	二氢埃托啡	氯胺酮	卡前列素	雄烯二醇	生长激素胰	麦角胺
氨酚氯雷伪麻缓释片	地芬诺酯	马吲哚	卡前列甲酯	雄烯二酮	绒促性素	麦角新碱
氨酚氯汀伪麻片	芬太尼	哌醋甲酯	米索前列醇	雄烯二醇异构体	生长因子素	麻黄素
氨酚麻美干混悬剂	美沙酮	司可巴比妥	天花粉蛋白	雄-4-烯-3α，17β-二醇	垂体促性素	伪麻黄素
氨酚麻美口服溶液	吗啡	三唑仑	芫花萜	雄-4-烯-3β，17α-二醇	促皮质素	消旋麻黄素
氨酚麻美糖浆	阿片			雄-5-烯-3α，17α-二醇	胰岛素	去甲麻黄素
氨酚美芬伪麻分散片	羟考酮			雄-5-烯-3α，17β-二醇		甲基麻黄素
氨酚美伪麻片	哌替啶			雄-5-烯-3b，17a-二醇		麻黄浸膏
氨酚曲麻片	瑞芬太尼			雄-4-烯二醇（雄-4-烯-3b,17b-二醇）		麻黄浸膏粉
氨酚伪麻咀嚼片	舒芬太尼			雄烯二醇异构体		高锰酸钾
氨酚伪麻颗粒	布桂嗪			阿法雄烷二醇		

氨酚伪麻氯汀片	复方樟脑酊			倍他雄烷二醇异构体		
氨酚伪麻美芬片	右丙氧芬			雄烷二醇异构体		
氨酚伪麻那敏分散片	双氢可待因			倍他雄烷二醇		
氨酚伪麻那敏胶囊	乙基吗啡			勃拉睾酮(双甲睾酮)		
氨酚伪麻那敏咀嚼片	福尔可定			勃地酮（宝丹酮）		
氨酚伪麻那敏颗粒				1，4-雄二烯-3，17-二酮		
氨酚伪麻那敏泡腾颗				卡普睾酮		
氨酚伪麻那敏片				克仑特罗		
氨咖麻敏胶囊				氯司替勃		
氨麻苯美片				氯斯太宝		
氨麻美敏口服溶液				达那唑		
氨麻美敏片				脱氢氯甲基睾酮		
氨愈美麻分散片				雄-1-烯-3，17-二酮		
氨愈美麻片				雄烯二醇		
白纸扇感冒颗粒				普拉雄酮		
贝桔止咳糖浆				双氢睾酮		
贝敏伪麻胶囊				屈他雄酮(羟甲雄酮)		
氨酚伪麻				5α-雄烷-3β，17β-二醇		
安嗽糖浆				表双氢睾酮		
氨酚氯雷伪麻缓释片				乙烯雌醇		
氨酚氯汀伪麻片				氟甲睾酮		
氨酚麻美干混悬剂				甲酰勃龙		
氨酚麻美口服溶液				醛甲宝龙		

氨酚麻美糖浆				呋咱甲氢龙		
氨酚美芬伪麻分散片				夫拉扎勃		
氨酚美伪麻片				孕三烯酮		
氨酚曲麻片				18a-高-17β羟基雌甾-4-烯-3-酮		
氨酚伪麻咀嚼片				4-羟基睾酮		
氨酚伪麻颗粒				4-羟基诺龙		
氨酚伪麻氯汀片				3a-羟基-5a-雄烷-17-酮		
氨酚伪麻美芬片				3b-羟基-5a-雄烷-17-酮		
氨酚伪麻那敏分散片				美雄诺龙		
氨酚伪麻那敏胶囊				美睾酮		
氨酚伪麻那敏咀嚼片				美雄酮		
氨酚伪麻那敏颗粒				17α-甲基-17β-羟基雌-4,9(10)-二烯-3-酮		
氨酚伪麻那敏泡腾颗粒				17α-甲基-17β-羟基雌-4,9,11-三烯-3-酮		
氨酚伪麻那敏片				美替诺龙		
氨咖麻敏胶囊				美雄醇		
氨麻苯美片				甲睾酮		
氨麻美敏口服溶液				米勃龙		
氨麻美敏片				诺龙		
氨愈美麻分散片				19-去甲雄烯二醇		
氨愈美麻片				19-去甲雄烯二酮		
白纸扇感冒颗粒				去甲雄酮		

贝桔止咳糖浆				诺孕酮		
贝敏伪麻胶囊				双乙基诺龙		
贝敏伪麻片				诺司替勃		
苯酚伪麻片				诺乙雄龙		
苯海拉明伪麻黄碱胶囊				乙基诺龙		
鼻炎滴剂				19-去甲本胆烷醇酮		
布洛伪麻分散片				羟孕龙		
布洛伪麻干混悬剂				氧宝龙		
布洛伪麻缓释胶囊				氧雄龙		
布洛伪麻缓释片				氧甲氢龙		
布洛伪麻混悬液				羟甲睾酮		
布洛伪麻胶囊				羟甲烯龙		
布洛伪麻颗粒				奎勃龙		
布洛伪麻片				司坦唑醇		
布洛麻软胶囊				司腾勃龙		
茶碱麻黄碱胶囊				2-甲基 5α-雄-1 烯-3-酮-17β羟基		
茶碱麻黄碱片				1-睾酮		
酚咖麻敏胶囊				睾酮		
酚麻美敏混悬液				四氢孕三烯酮		
酚麻美敏胶囊				群勃龙		
酚麻美敏咀嚼片				追宝龙		
酚麻美敏颗粒				折仑诺		
酚麻美敏口服溶液						
酚麻美敏片						
酚麻美软胶囊						
酚美愈伪麻分散片						

酚美愈伪麻口服溶液						
呋麻滴鼻液复方阿托品麻黄碱栓						
复方氨茶碱暴马子胶囊						
复方氨酚苯海拉明片						
复方氨酚甲麻口服液						
复方氨酚美沙糖浆						
复方氨酚愈敏口服溶液						
复方氨基比林茶碱片						
复方苯海拉明麻黄碱糖浆						
复方鼻炎膏						
复方茶碱甲麻黄碱片						
复方茶碱麻黄碱片						
复方茶碱麻黄碱糖浆						
复方茶碱片						
复方川贝精片						
复方胆氨片						
复方酚咖伪麻胶囊						
复方福尔可定口服溶液						
复方福尔可定糖浆						
复方甘草氯化铵糖浆						
复方甘草麻黄碱片						
复方枸橼酸喷托维林颗粒						
复方甲基麻黄碱口服液						

复方桔梗氯化铵糖浆						
复方桔梗麻黄碱糖浆						
复方桔梗枇杷糖浆						
复方桔梗远志麻黄碱片						
复方林非妥片						
复方氯雷他定缓释胶囊						
复方氯雷他定缓释片						
复方麻黄碱色甘酸钠膜						
复方麻黄碱糖浆						
复方枇杷氯化铵糖浆						
复方氢溴酸右美沙芬颗粒						
复方妥英麻黄茶碱片						
复方伪麻黄碱口服溶液						
复方盐酸甲麻黄碱糖浆						
复方盐酸麻黄碱软膏						
复方盐酸伪麻黄碱缓释胶囊						
复方盐酸伪麻黄碱缓释颗粒						
复方愈酚麻黄糖浆						
甘草麻黄碱片						
蒿蓝感冒颗粒						
黄麻嗪胶丸甲麻芩苷那敏片						
桔远止咳片						
咖酚伪麻片						

咳立停糖浆						
咳痰清糖浆						
良园枇杷叶膏						
芦根枇杷叶颗粒						
氯雷氨酚伪麻缓释片						
氯雷他定伪麻黄碱缓释片						
氯雷伪麻缓释胶囊						
氯雷伪麻缓释片						
麻黄碱苯海拉明片						
美酚伪麻片						
美敏伪麻咀嚼片						
美敏伪麻口服溶液						
美敏伪麻溶液						
美扑伪麻分散片						
美扑伪麻干混悬剂						
美扑伪麻胶囊						
美扑伪麻颗粒						
美扑伪麻片						
美羧伪麻胶囊						
美羧伪麻颗粒						
美息伪麻拉明分散片						
美息伪麻软胶囊						
美愈伪麻胶囊						
美愈伪麻颗粒						
美愈伪麻口服溶液						
那敏伪麻胶囊						

那敏伪麻片						
萘普生钠伪麻黄碱缓释片						
扑尔伪麻片						
祛痰平喘片						
散痰宁糖浆						
沙芬伪麻咀嚼片						
舒肺糖浆						
双分伪麻胶囊						
双扑伪麻分散片						
双扑伪麻颗粒						
双扑伪麻口服溶液						
双扑伪麻片						
苏菲咳糖浆						
痰咳清片						
特酚伪麻片						
特洛伪麻胶囊						
天一止咳糖浆						
伪麻那敏胶囊						
西替利嗪伪麻黄碱缓释胶囊						
西替伪麻缓释片						
息喘丸						
息咳糖浆						
消咳宁片						
小儿氨酚伪麻分散片						
小儿复方麻黄碱桔梗糖浆						
小儿化痰止咳冲剂						
小儿化痰止咳颗粒						
小儿化痰止咳糖浆						

小儿美敏伪麻口服溶液						
小儿清热止咳口服液						
小儿伪麻滴剂						
小儿伪麻美芬滴剂						
小儿止咳糖浆						
杏仁止咳糖浆						
盐酸奥昔非君片						
盐酸苯海拉明片						
盐酸甲氧那明片						
盐酸麻黄碱苯海拉明片						
愈酚甲麻那敏分散片						
愈酚甲麻那敏颗粒						
愈酚甲麻那敏糖浆						
愈酚伪麻口服溶液						
愈酚伪麻片						
愈美甲麻敏糖浆						
苑叶止咳糖浆						
镇咳宁						
支气管炎片						
止咳祛痰颗粒						
止咳祛痰糖浆						
复方地芬诺酯片						
复方磷酸可待因口服溶液						
复方磷酸可待因溶液						
愈酚伪麻待因						

口服溶液						
可愈糖浆						
复方磷酸可待因糖浆						
复方可待因口服溶液						
愈酚待因口服溶液						
可卡因						
二氢埃托啡						
地芬诺酯						
芬太尼						
美沙酮						
吗啡						
阿片						
羟考酮						
哌替啶						
瑞芬太尼						
舒芬太尼						
布桂嗪						
可待因						
复方樟脑酊						
右丙氧芬						
双氢可待因						
乙基吗啡						
福尔可定						

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【首次发布时间】2018 年 7 月 31 日

非法服务、票证类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】非法服务、票证类指财务机构或者其他金融机构及其工作人员，违反规定为他人出具信用证或者其他保函、票据、存单、资信证明，造成较大损失的行为，一般侵害的客体是国家财务管理制度和金融安全。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条 伪造变造国家机关或特定机构颁发的文件、证书、公章、防伪标签等，仅限国家机关或特定机构方可提供的服务。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国进出口商品检验法》、《中华人民共和国企业法人登记管理条例》、《关于办理侵犯知识产权刑事案件具体应用法律若干问题的解释》、《中华人民共和国银行法》、《中华人民共和国证券法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、伪造变造国家机关或特定机构颁发的文件、证书；

2、具有法律效应的印章，如合同章、财务章、发票章；

3、政府发放的消费券；

4、非法或仅限国家机关或特定机构才能提供的服务，如预测彩票服务、贷款服务、投资理财服务、证券服务、信用卡套现服务、域名备案服务、赴港代孕中介服务、亲子鉴定服务、胎儿鉴定服务、非法办理入台证服务、非法出境旅游服务等；

5、银行发行或承办的银行卡、信用卡、医保卡、证券卡、公积金卡等。

【温馨提示】

1、过期、收藏类的彩票可以发布，但发布时必须注明彩票时间和第几期；

2、婚介所提供的中介服务可以发布；

3、银行正规发行的不具有银行卡功能的收藏卡或者纪念卡可以发布；

4、套现服务包括但不限于信用卡套现、白条套现等；

5、非法出境旅游服务包括但不限于国务院旅游行政主管部门公布的中国公民出境旅游目的地之外的相关旅游服务。

【常见问题】

1、银行发行的宣传年历卡可以发布吗？

可以的，以下类型的卡片都是可以发布的：

（1）由银行发行的年历卡、企业金卡等用作宣传、广告的卡片；

（2）由银行发行的不具有银行卡功能的纪念卡、收藏卡等。

第六条 【抽奖类商品】

【违规级别】严重违规行为。

【规则背景】请遵守《网络游戏暂行管理办法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包含但不仅限于：

1 任何游戏的抽奖，如 CF 道具抽奖、随机选取等形式的商品或信息；

2 随机道具的序列号，如任何形式的穿越火线游戏道具序列号；

3 博彩性质类实物商品，如消费者花 0.1 元购买到一次抽中一双鞋子的机会。

【温馨提示】请您不要发布以随机抽取等偶然方式，诱导用户采取投入法定货币或者网络游戏虚拟货币方式获取商品或服务。

【常见问题】

1、什么是抽奖类商品？

抽奖类商品是指商品信息中带有抽奖等字样或实际交易中为抽奖性质的商品。

第七条 尚可使用或用于报销的票据（及服务），尚可使用的外贸单证以及代理报关、清单、商检、单证手续的服务。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国发票管理办法》、《中华人民共和国治安管理处罚条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、尚可使用或用于报销的票据，如火车票、发票等；

2、预定、代买、转让车票的服务；

3、尚可使用的外贸单证，如汇票、海关发票、提货单、原产地证书等；

4、代理报关、清单、商检、单证手续的服务。

【温馨提示】

1、报销期限外的票据可以发布；

2、当年及前一年最后一季度的发票均在报销期限内，都不可以发布。

第八条 【未公开发行的国家级正式考试答案】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国刑法》、《国家教育考试违规处理办法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、应年四六级英语、中高考、公务员考试等考前、考中答案等。

【温馨提示】正规出版的四六级英语考试的参考教材、资料允许出售，但要在商品详情中写明 ISBN 编码及出版单位名称。

第九条 算命、超度、风水、做法事、人骨法器等违背公序良俗的宗教、封建迷信类商品及服务

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《中华人民共和国广告法》等相关法律法规的规定，违背公序良俗的宗教、封建迷信类活动涉及扰乱社会秩序、危害公共利益、损害他人身体健康或者骗取财物，为加强社会主义精神文明建设，各类违背公序良俗的宗教、封建迷信类商品及服务都不可以发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、算命服务、降头术；

2、占卜、星座罗盘测运服务；

3、法事、超度等迷信服务；

4、含有人体部分或成分的宗教法器类商品。

【温馨提示】正规出版的风水命理类书籍可以发布，但要在商品详情中标明 ISBN 编码和出版社单位名称。

第十条 【汽车类违规代办服务】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《道路交通安全条例》、《交通安全法》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、代考驾照服务；

2、代办交通违章扣分服务。

第十一条 【代写论文、代考试类相关服务】

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】写论文、考试等是学生或成人在接受教育或某些行业特需考核过程中需要完成学业必须亲自完成的任务，不允许有代写论文、代考试等方面的不合规则的学业服务在苏宁易购上进行交易。

【具体情形】包括但不限于：

1、代写论文、代做毕业设计、代考试、代写作业等学业服务。

【温馨提示】论文文献的翻译服务是可以发布的。

第十二条 【金融咨询及相关服务】

【违规级别】一般违规行为。

【规则背景】根据《中华人民共和国律师法》、《心理咨询师职业道德准则》、《中华人民共和国银行法》、《中华人民共和国职业医师法》等相关法律法规的规定，这四类服务提供者均须通过一定的资格考试、取得职业资格证书、通过特定的职业场所才能提供该项服务。

【具体情形】包括但不限于：

1、提供专业的金融咨询服务等。

【常见问题】

1、代挂号服务可以发布吗？

答：代挂号服务涉及到不公平地竞争社会资源，服务存在“黄牛”行为，并侵害了其他人的权益，因此请不要发布。

2、开具病假条服务可以发布吗？

答：病假条和医疗证明服务是属于医疗机构在病人看病后才能开具的专用证明，需要专业资质才能提供的服务，因此请不要发布。

3、代雅思托福报名的商品可以发布吗？

答：代雅思和托福报名服务相关的商品存在“黄牛”行为，并侵害了其他人的权益，因此请不要发布。

第十三条 对消费者进行欺骗性销售诱导、排除或限制消费者合法权利的服务。

【违规级别】严重违规行为。

【规则背景】请遵守《消费者权益保护法》、《侵害消费者权益行为处罚办法》等相关法律法规的规定，经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得采用虚构或雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导，不得排除或者限制消费者依法投诉、举报、提起诉讼的权利，故请不要发布相关服务。

【具体情形】包括但不限于：

1、代刷商品浏览量、商品收藏量、店铺收藏量等；

2、提升店铺评价等指标类的服务或商品；

3、防举报服务等。

【温馨提示】若您发布虚构交易、虚构销量等与虚假交易相关的服务，将按照虚假交易规则进行处理，视为为他人提供虚假交易服务。

第十四条 【规避合法出入境流程的商品及服务】

【违规级别】一般违规行为。

【规则背景】该类服务存在利用假机票、假证规避合法过关、签证办理等出入境流程，可能造成消费者无法过关或拘留的风险，影响消费者的正常出行，请不要在苏宁上发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、无有效港澳通行证过香港澳门；

2、用于办理签证的商务邀请函。

【温馨提示】

1、无有效港澳通行证过香港澳门服务，通常是借第三国机票过境香港、澳门，存在利用假机票、假证规避合法过关、签证办理等流程，可能造成消费者无法过关或拘留的风险，影响消费者的正常出行，请勿发布。

2、任何公司的商务邀请函不存在出售服务，请勿发布。

第十五条 未取得跟团游、出境游、签证等业务相关经营资质的商品及服务。

【违规级别】一般违规行为。

【规则背景】根据《旅行社条例》等相关法律法规的规定，经营国内旅游业务、入境旅游业务、出境旅游业务的，需要取得相应的旅行社业务经营许可。请勿发布此类商品及服务。

【具体情形】包括但不限于：

1、境内/境外跟团旅游业务、出境旅游业务、代办签证业务等。

【温馨提示】通过苏宁相关资质审核的商家，可以发布对应经营范围内的旅游业务。

第十六条 炒作博客人气、炒作网站人气、代投票类商品或信息。

【违规级别】一般违规，视情节而定。

【规则背景】该类商品或信息违背公平获取流量或人气的原则，可能会导致不良的社会影响。

【具体情形】包括但不限于：

1、代刷人人网人气、代刷新浪微博粉丝、代刷腾讯听众人数、代刷空间人气访问量、微博代认证服务、顶帖删帖服务、代网络投票等。

【常见问题】

1、微博粉丝类商品可以发布吗？

答：代微博粉丝及微博认证的服务都是不可以发布的。代刷微博粉丝为炒作人气商品，违背公平原则，微博认证涉及到个人身份信息的泄露，因此请不要发布。

2、代发布软文类商品是否可以发布？

答：不可以，该类商品为炒作人气类商品。

第十七条 法律咨询、心理咨询、医生在线咨询及相关服务。

【违规级别】一般违规，视情节严重而定。

【规则背景】根据《中华人民共和国律师法》、《心理咨询师职业道德准则》、《中华人民共和国职业医师法》等相关法律法规的规定，这三类服务提供者均须通过一定的资格考试、取得职业资格证书、通过特定的职业场所才能提供该项服务。

【具体情形】包括但不限于：

1、提供专业的律师咨询服务、法律咨询服务、心理咨询服务、医疗咨询服务等。

【常见问题】

1、代挂号服务可以发布吗？

答：代挂号服务涉及到不公平地竞争社会资源，服务存在“黄牛”行为，并侵害了其他人的权益，因此请不要发布。

2、开具病假条服务可以发布吗？

答：病假条和医疗证明服务是属于医疗机构在病人看病后才能开具的专用证明，需要专业资质才能提供的服务，因此请不要发布。

3、代雅思托福报名的商品可以发布吗？

答：代雅思和托福报名服务相关的商品存在“黄牛”行为，并侵害了其他人的权益，因此请不要发布。

第三章　附则

第十八条【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十九条【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第二十条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

其他类

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【定义】其他类是指国家《刑法》、《直销管理条例》、《中华人民共和国产品质量法》等规定不具备生产资质的生产商生产的或不符合国家、地方、行业、企业强制性标准的商品，不允许在苏宁易购平台上出售。

第四条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 禁售要求

第五条【非法传销类商品】

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《刑法》、《直销管理条例》、《禁止传销条例》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、发布涉嫌传销性质的平台信息的商品；

2、涉嫌非法传销被曝光，引起舆情的商品；

3、发布用于传销或协助传销模式发展的诱导信息、辅助工具等商品。

以下为情节严重情形，每次扣 48 分：

1、被法院、公安机关等认定为非法传销性质的商品；

2、已涉案、被法院、公安机关等介入调查，涉嫌非法传销性质的商品；

3、涉嫌非法传销被曝光，引起重大舆情的商品。

【常见问题】

1、什么样的行为属于非法传销呢？

非法传销指的是，组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员交纳费用或者以认购商品等形式变相交纳费用，取得加入或者发展其他人员的资格，牟取非法利益。

2、相关平台的实物商品可以发布吗？

不可以，此类平台/品牌的注册、推广、积分、源码系统、包括实物商品均不允许发布。

第六条 由不具备生产资质的生产商生产的或不符合国家、地方、行业、企业强制性标准的商品。

【违规级别】严重违规。

【规则背景】请遵守《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》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、生产商的在有效期内的合格的营业执照、税务登记证、生产许可证等相关证件中均未列明允许生产的商品；

2、经国家机关通报、苏宁官方抽检或通过商品详情等页面信息判断确认不符合国家相关强制标准的商品。举例如下：

（1）食品、保健品等添加的不合格成分对人体造成严重影响，如保健品中检测出西布曲明、奶粉中检测出三聚氰胺等；

（2）甲醛或可分解芳香胺染料检测项不合格；

（3）化妆品汞超标；

（4）电器类商品在工作温度下的泄漏电流和电气强度不合格等。

3、经国家机关通报或经苏宁平台多次官方抽检确认不合格的同一品牌、同一生产商或同一认证资质关联的所有商品；
如：经苏宁多次抽检发现 A 品牌的商品不合格，苏宁将禁止该品牌在苏宁经营。

4、过期、失效、变质的商品；

5、含有罂粟籽的食品、调味品、护肤品等制成品；

6、“除特定商品每次扣十二分”，对于苏宁易购会员，特定商品指：

化妆品、食品接触材料；

符合以下任一情形的食品（含保健品）。

添加违禁成份：

（1）食品中违法添加非食用物质；

（2）食品中含有禁止在饲料、动物饮用水和畜禽水产养殖过程中使用的药物和物质；

（3）食品中添加保健食品原料、食品或保健食品中使用未经安全评估的新的食品原料。

冒用证号或批准文号：

（1）冒用生产许可证、保健食品批准文号；

（2）保健食品的标签标识与该商品的《保健食品批准证书》中的不一致。

食品中真菌毒素限量不合格。

食品中污染物限量不合格。

食品中农药最大残留限量不合格。

食品中兽药最高残留限量不合格。

食品中致病菌限量不合格。

其他情形：

（1）营养成份不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品；

（2）生产或经营国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品；

（3）食品中掺杂、掺假等；

（4）出售过期食品（在正常快递时间内消费者收到时已过期，也视为出售过期食品）；

（5）商品外包装上标注的生产日期晚于该商品的实际生产日期；

（6）其他不符合食品安全标准或者要求的情形。

符合《药品、医疗器械类规则》第二条规定的。

符合以下任一情形的羽绒制品：

填充物成分不符合国家标准对"羽绒服装"、“羽绒被”定义中所要求的标准：

(1)羽绒服装：以羽绒为填充物（含绒量不低于 50%）的服装；

(2)羽绒被：填充物成分为 100%羽绒羽毛，且绒子含量大于等于 50%的被类产品。

符合以下情形的蚕丝制品：

填充物成分不符合国家标准对“蚕丝被”定义中所要求的标准。

蚕丝被：填充物含桑蚕丝和（或）柞蚕丝 50%及以上的被类产品。

7、“除特定商品每次扣十二分”，对于苏宁网会员，特定商品指：

经苏宁网官方抽检认定不合格项目涉及人身安全的商品；

通过卖家发布或上传的商品标识标签、外包装等实物信息认定存在以下任一情形的食品（含保健食品）、化妆品：

（1）非法添加违禁成份；

（2）冒用证号或批准文号；

（3）保健食品包装上标明的产品名称、主要原料、保健功能、功效成分/标志性成分及含量、适宜人群、不适宜人群、食用方法及食用量和保健食品批准文号，与《保健食品批准证书》所标明的内容不一致；

（4）由不具备生产资质的生产商生产的；

（5）其他不符合国家、地方、行业、企业强制性标准或不符合苏宁规则、苏宁与卖家签订的协议中采用的推荐性标准等情形。

【温馨提示】

1、您发布的商品或信息应该符合国家、地方、行业、企业强制标准；

2、如您发布的商品或信息经新闻媒体曝光或国家质监部门通报，为质量不合格的线下某一品牌、品类或批次的商品，　我们将会临时性下架或删除该类商品或信息；

3、如您发布的商品或信息经新闻媒体曝光或国家质监部门通报，为质量不合格的线下某一品牌、品类或批次的商品，　我们将会临时性下架或删除该类商品或信息。

【常见问题】

1、我收到通知说我发布的商品经权威机构检测不符合国家标准，被删除了，店铺中有相同类型其他商品也会一并处理吗？

答：由于质检报告的唯一性，我们的处理只针对抽检样，所以店铺中其他商品暂不会一并处理，但是请您自行删除或下架该类商品，避免后续消费者投诉或再次被抽检为不合格。

第七条　【用于全新销售的伪造变造的数码商品】

【违规级别】严重违规，视情节严重而定。

【规则背景】请遵守《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》等相关法律法规的规定。

第八条　经权威质检部门或生产商认定、公布或召回的商品，国家明令淘汰或停止销售的商品，过期、失效、变质的商品，以及含有罂粟籽的食品、调味品、护肤品等制成品。

【违规级别】严重违规，视情节轻重而定。

【规则背景】请遵守《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》、《关于加强罂粟籽食品监督管理工作的通知》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、经权威质检部门或生产商认定、公布或召回的商品；

2、国家明令淘汰或停止销售的商品，如刘弘章“刘太医的系列丛书”包括《刘太医谈养生》、《病是自家生》、《是药三分毒》、《一步错百步歪》、《有病早知道》、《看病不求人》；张悟本 《把吃出来的病吃回去》；李一《李一道长养生有良方》；刘逢军 《中国龙文化养生之道》；曲黎敏《把健康彻底说清楚》、《从头到脚说健康》；

3、过期、失效、变质的商品；

4、含有罂粟籽的食品、调味品、护肤品等制成品。

【温馨提示】

1、请确保货源的可靠性；

2、如您发布的商品或信息经新闻媒体曝光或国家质监部门通报，为质量不合格的线下某一品牌、品类或批次的商品， 我们将会临时性下架或删除该类商品或信息；

3、请自行检查店铺内所销售的相关商品，及时删除存在安全隐患的商品，避免违规。

第九条 秒杀器以及用于提高秒杀成功概率的相关软件等干扰苏宁易购正常秩序的软件或服务。

【违规级别】一般违规，视情节轻重而定。

【规则背景】该类商品严重干扰苏宁易购的正常运营秩序，影响苏宁易购的正常经营体系，破坏公平的竞争环境，因此请不要在苏宁易购上发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、秒杀器；

2、抢易购券软件；

3、进店提醒软件；

4、删除中差评服务；

5、刷信誉服务；

6、代刷店铺或商品浏览量收藏量服务；

7、违规考试代考服务；

8、验证码接收服务；

9、苏宁易购易购券出售或套现等。

第十条 商品本身或外包装上所注明的产品标准、认证标志、成份及含量不符合国家规定的商品。

【违规级别】一般违规。

【规则背景】请遵守《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》等相关法律法规的规定。

【具体情形】包括但不限于：

1、商品本身或外包装上所注明的产品标准不符合国家规定；

2、商品本身或外包装上认证标志不符合国家规定；

3、商品本身或外包装上成份及含量不符合国家规定。

【温馨提示】

1、请确保货源的可靠性；

2、请自行检查店铺内所销售的相关商品，及时删除存在安全隐患的商品，避免违规。

第十一条 手机直拨卡与直拨业务，电话回拨卡与回拨业务。

【违规级别】一般违规。

【规则背景】请遵守工信部《关于现阶段暂不允许开展电话回拨业务的通知》、《关于做好回拨业务清理工作的通知》等相关法律法规的规定，任何单位或个人不得开展电话回拨业务。

【具体情形】包括但不限于：

1、直拨卡、回拨卡等信息；

2、手机直拨或电话回拨业务等。

第十二条 【带破解功能的手机卡贴】

【违规级别】一般违规。

【规则背景】破解卡贴是指手机在用软件无法解锁的情况下使用的解锁工具，让您的手机能够用运营商规定的 SIM 卡以外的卡进行接打电话。该类商品涉嫌侵犯其他公司利益，破坏公平竞争环境，因此请不要发布。

【具体情形】包括但不限于：

1、iPhone、夏普手机、松下手机等破解卡贴。

第十三条 其他法律法规等规范文件中禁止销售的物品，及所售商品资质不符合苏宁易购

要求的商品。

【违规级别】严重违规，视情节严重而定。

【规则背景】国家相关法律法规明确规定，明令禁止或限制销售商品，因此不得发布法律法规等规范文件中禁止销售的物品。

【具体情形】包括但不限于：

1、被禁止的著作/文献/资料、需执照或政府许可才能使用的设备。

第三章　附则

第十四条 【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 29 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十五条 【新旧衔接】

1、商家的行为发生在本规则生效之日前的，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第十六条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

四、抽检规范

行业标准

商品效期管理规范

第一条 概述

为了苏宁易购平台商品品质管理，保障消费者的合法权益，基于国家相关法律法规的规定，根据《商家管理规范总则》、《苏宁云台交易争议处理规范》、《苏宁易购食品安全管理规范》制定本规范。

第二条 适用范围

本规则适用于在苏宁易购平台所售有保质期要求的商品（不包含新鲜水果、蔬菜等）。海外购商品另有规定的，从其规定。

第三条 临期商品标准界定（以下临期和禁止销售期限以商家发货日期为准）

1、食品类：

标注保质期 1 年或更长的（含一年，下同），临界期为到期前 50 天；

标注保质期 6 个月-不足 1 年的，临界期为到期前 30 天；

标注保质期 90 天到不足半年的，临界期为到期前 18 天；

标注保质期 60 天到不足 90 天的，临界期为到期前 10 天；

标注保质期 30 天到不足 60 天的，临界期为到期前 6 天；

标注保质期 16 天到不足 30 天的，临界期为到期前 3 天；

标注保质期少于 15 天的，临界期为到期前 1-2 天。

本标准涉及类目包括但不限于：国产食品、进口食品、国产冲饮乳品、营养保健、国产酒水、进口酒水、预包装的生鲜食品、宠物食品等。(不包括母婴类食品)。

2、化妆品/个人护理：

保质期分类	商品标题添加【临期】
保质期大于等于 2 年(非进口商品)	剩余保质期少于 125 天
保质期小于 2 年（非进口商品）	剩余保质期少于总保质期的 1/6 天
进口商品	剩余保质期少于总保质期的 1/10+15 天

本标准涉及类目包括但不限于：彩妆/香水、美容护肤/美体/精油、美发护发、洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰。

3、母婴类：

奶粉	剩余保质期少于 100 天
母婴类营养品	剩余保质期少于总保质期的 1/5
婴儿辅食	剩余保质期少于总保质期的 1/5
纸类用品	剩余保质期少于总保质期的 1/10+15
洗护（非进口商品）	剩余保质期少于总保质期的 1/6
洗护（进口商品）	剩余保质期少于总保质期的 1/10+15
孕婴童用具	剩余保质期少于总保质期的 1/10+15

其中奶粉，母婴类营养品，婴儿辅食等临期食品禁止销售。

4、药品及医疗器械：

所属分类	商品标题添加【临期】	禁止销售
医疗器械	剩余保质期少于 3 个月	剩余保质期少于 2 个月
OTC 药品	剩余保质期少于 6 个月	剩余保质期少于 3 个月
隐形眼镜	剩余保质期少于 1/3 保质期	剩余有效期少于 6 个月
计生成人	剩余保质期少于 1/3 保质期	避孕套剩余有效期少于 6 个月，其他成人用品剩余保质期少于 2 个月

第四条 商品发布要求

临期食品（包括母婴类食品）禁止发布和销售。其他临期商品分品类按“临期商品标准界定”要求，发布时需在商品名称前显著标注，并在促销卖点处标明该批次商品到期日期。

第五条 违规处理规则

1、临期商品违规处理规则

商家未按照规定发布及销售临期商品的，苏宁易购将按《商家管理规范总则》中一般违规行为的“滥发信息”对商家进行处理。同时苏宁易购支持消费者办理退货退 款，产生的运费须由商家或自营责任方承担。如严格按照本规范进行展示的，客服可驳回客户投诉或酌情处理。若商户存在异议的，举证责任在于商户。

2、过期商品处理规则：

商 家销售过期商品的，苏宁易购将按《苏宁云台规则中心出售质量不合格商品》进行处罚。顾客购买的预包装商品在物流签收日期超过了商品保质期则可以联系客服进 行退款赔付，赔付标准为：全额退款并另外赔付商品等价值券或云钻，国家法律有要求的，遵从国家法律执行。费用由商家或自营物流责任方承担。若商户存在异议 的，举证责任在于商户。

第六条 附则

国家法律法规和其他规范性文件对商品效期不销售规范另有规定的，从其规定。本规则未包含的，参见《苏宁易购食品安全管理规范》及《苏宁云台争议处理规则》。本规范于 2019 年 5 月 6 日对外公示，于 2019 年 5 月 15 日正式实施。

苏宁易购药品及医疗器械管理规范

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，加强苏宁易购药品及医疗器械行业的管理，保障苏宁易购买家的合法权益，基于国家相关法律法规的规定，根据《云台服务协议》、《商家管理规范总则》、《苏宁易购招商标准》、《苏宁易购交易争议处理规范》制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于所有在苏宁易购经营和购买药品及医疗器械（含隐形眼镜、护理液和计生用品）的用户。

第三条【定义】

1、 OTC 药品（英文 Over The Counter 通称’非处方药’）是指那些不需要医生处方，消费者可在药房或药店中根据药师建议或直接可购取的药物。非处方药是由处方药转变而来，是经过 长期应用、确认安全的药物。OTC 药品分为甲类 OTC 药品（标识为红底白字）和乙类 OTC 药品（标识为绿底白字， ）。

2、医疗器械，是指直接或者间接用于人体的仪器、设备、器具、体外诊断试剂及校准物、材料以及其他类似或者相关的物品，具备调整生理机能、预防、监测或治疗疾病的作用。

3、隐形眼镜，也叫角膜接触镜，是一种戴在眼球角膜上，用以矫正视力或保护眼睛的镜片。隐形眼镜属于三类医疗器械，生产或销售医疗器械需要相应的医疗器械生产许可证或经营许可证。

4、隐形眼镜护理液是指对隐形眼镜进行清洗、消毒、除去蛋白和保湿等功用的护理产品。

第四条 【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 入驻

第五条 苏宁易购的药品及医疗器械分类如下：

一级类目	二级类目	三级类目	三级类目
OTC 药品/医疗器械	OTC 药品	/	/
	医疗器械	/	/
	保健理疗	/	/
	计生器械	/	避孕套
			早孕试纸
			排卵试纸
隐形眼镜/护理液	/		/

第六条 入驻苏宁易购平台的商家必须如实提供资料和信息。

第七条 经营药品及医疗器械的商家，申请入驻苏宁易购的资质要求如下：

1、卖场型旗舰店的入驻资质细则，点此查看。

2、商家展示以下类目的商品的，需提供的资质是：点此查看。

一级类目	二级类目	三级类目	三级类目
OTC 药品/医疗器械	OTC 药品	/	/
	医疗器械	/	/
	保健理疗	/	/
	计生器械	/	避孕套
			早孕试纸
			排卵试纸
隐形眼镜/护理液	/		/

第八条 发布药品及医疗器械的商家必须向苏宁易购平台交纳保证金。保证金主要用于保证商家按照苏宁易购的规则进行运营，并且在商家有违规行为时根据《云台服务协议》 及相关规则规定用于向苏宁易购及消费者支付违约金。续约商家须在当年续签要求的时间内一次性缴纳次年度保证金；新签商家在申请入驻获得批准时一次性缴纳当年度的保证金。保证金根据店铺经营类目不同，金额如下：

一级类目	二级类目	三级类目	保证金
OTC 药品/医疗器械	OTC 药品	/	10 万
	医疗器械	/	3 万
	保健理疗		3 万
	计生器械	避孕套	3 万
		早孕试纸	
		排卵试纸	
隐形眼镜/配套用品	/	/	3 万

保证金不足额时，商家需要在 15 日内补足余额，逾期未补足的苏宁易购将对商家店铺进行监管，直至补足。

第九条 经营药品及医疗器械的商家在苏宁易购经营必须交纳年费。年费金额以一级类目为参照，同时，商家在苏宁易购经营需要按照其销售额（不包含运费）的一定百分比（简称“佣金扣点”）交纳技术服务费。

各一级类目对应的年费及技术服务费标准详见年度最新收费一览表

经营大类	一级类目	佣金	二级类目	佣金	三级类目	佣金	保证金	技术服务年费（元）
医药健康	医疗健康服务	3.00%					30000	0 万/年
	隐形眼镜/配套用品	3.00%						
	成人用品	4.00%					10000	

	OTC 药品/医疗器械	3-6%	OTC 药品	3.00%			100000	
			保健理疗	3-6%	脂肪测量仪	5.00%	30000	
					制氧机	5.00%		
					护具	6.00%		
					其他三级类目	3.00%		
			医疗器械	3-5%	轮椅	5.00%	10000	
					耳温枪	5.00%	30000	
					血糖仪	5.00%		
					电子体温计	5.00%		
					助听器	5.00%		
					其他三级类目	3.00%		
			计生器械	3.00%				

第三章　商品发布

第一节　商品发布要求

第十条 商家应按《商家管理规范总则》及苏宁易购发布的其他管理内容（包括但不限于规则、规范、类目管理标准等）要求发布商品或信息。

第十一条 商家应通过苏宁易购平台发布经苏宁易购许可的品牌的商品，不得发布非约定品牌商品。

第十二条 商家应根据其生产经营许可或者备案的范围发布商品。

第十三条 商家对商品的描述应与买家收到的商品或经苏宁易购官方抽检的商品相符，且商家应当对商品瑕疵、保质期、生产日期、附带品等必须说明的信息进行披露。

第十四条　商家在苏宁易购发布商品应严格遵守以下相关行业标准的规定：

商品发布标准	适用范围
苏宁易购 OCT 药品行业商品发布规范	“OTC 药品/医疗器械/”一级类目下的 OTC 药品。
苏宁易购医疗器械行业商品发布规范	“OTC 药品/医疗器械/”一级类目下的“医疗器械”和“计生器械”类目下的商品。
	“隐形眼镜/护理液”一级类目下的商品。

第二节 商品发布违规处理

第十五条 商家未按《商家管理规范总则》及苏宁易购发布的其他管理内容（包括但不限于规则、规范、类目管理标准等）要求发布商品或信息的，按照《商家管理规范总则》中滥发信息的相关规定进行处理。本规范另有规定的从其规定。

第十六条 商家通过苏宁易购平台发布未经苏宁易购许可品牌商品的，按照《商家管理规范总则》中发布非约定商品的相关规定进行处理。

第十七条 商家发布超出其生产经营许可或者备案范围的商品，苏宁易购将删除该商品，并按照苏宁云台商家违规行为及处理规则中关于发布非约定商品的规则进行处罚。

第十八条 买家收到的商品或经苏宁易购官方抽检的商品与达成交易时商家对商品的描述不相符，或商家未对商品瑕疵、保质期、生产日期、附带品等必须说明的信息进行披露的，按照《商家管理规范总则》中描述不符的相关规定进行处理。

第十九条 商家违反苏宁易购相关行业规范，按照苏宁云台商家违规行为及处理规则中出售劣质商品的行为进行处理。包含不限于以下几点：

1、商家未在详情页面显著位置展示其医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证的，或未以文本形式展示医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证；

2、商家未在详情页面展示该产品的医疗器械注册证或者备案凭证的，或未以文本形式展示医疗器械注册证或者备案凭证的编号的，或未如实展示“产品使用的对象，安全使用的特别说明，禁忌症、注意事项、警示以及提示相关内容的；

3、相关展示信息画面不清晰，不容易辨识的，或相关信息发生变更的，未及时更新展示内容的。

第二十条 商家被食品药品监督管理部门责令停产停业、吊销许可证件等处罚，或者平台交易的产品被食品药品监督管理部门暂停销售或者停止销售的，或经新闻媒体曝光或国家质监部门通报系质量不合格的，苏宁易购将依照其情形严重程度，采取下架商品、删除商品、商品监管、店铺监管等处理措施对其进行临时性的市场管控，直至查封账户。

第二十一条 商家应销售剩余保质期大于下述要求的商品：

所属分类	商品标题添加【临期】	禁止销售
医疗器械	剩余保质期少于 6 个月	剩余保质期少于 3 个月
OTC 药品	剩余保质期少于 6 个月	剩余保质期少于 3 个月
隐形眼镜	剩余保质期少于三分之一保质期	剩余有效期少于 6 个月
计生成人	剩余保质期少于三分之一保质期	避孕套剩余有效期少于 1 年，其他成人用品剩余保质期少于 6 个月

临界保质期商品需在店铺的醒目位置做提醒说明的参考标准：

1、商品标题前必须添加**【临期】**字样；

2、商品详情页最上方，必须加入明显的发货时间和谨慎下单以及云台消息提醒顾客；

3、副标题必须加入的文案内容:**【临期】**；

4、违规处理办法。

注明：**【临期】**商品，将于 XX 月 XX 日到期界定标准的，应按照临界保质期商品需在店铺的醒目位置做提醒说明的参考标准，注明临期，未注明临期发布或销售临界保质期商品的，按《苏宁云台基础规则》描述不符解读处理细则中第二条处理，即商家未对商品瑕疵等信息进行

说明或对商品的描述与买家收到的商品不相符，且影响买家正常使用的，每次扣十二分，同时苏宁云台将下架该描述不符商品。

发布或销售商品保质期符合本规则中约定的禁止销售标准的或已过期的，按《苏宁云台基础规则》出售劣质商品解读及处理细则出售劣质商品第 1 条处罚，即出售劣质商品的，每次扣九十六分。

第四章 商品品质

第一节 商品抽检

第二十二条 苏宁易购将按照《苏宁云台商家商品抽检管理规范》的规定，对商家在苏宁易购出售的商品质量进行不定期的抽检。

第二十三条 苏宁易购将按照《苏宁云台商家品牌管理规范》的规定，对商家在苏宁易购平台发布及出售的商品品牌及版权进行不定期的抽检。

第二节 违规处理

第二十四条 商家出售假冒商品的，将按照《苏宁云台商家违规行为及处理规则》中出售假冒商品的相关规定进行处理。

第二十五条 商家出售未经报关进口商品的，将按照《出售未经报关进口商品解读及处理细则》中出售未经报关进口商品的相关规定进行处理。

第二十七条 商家出售标识标签中内容的标注形式不符合国家规定的商品，将按照《苏宁云台禁售商品管理规范》的相关规定进行处理。

第五章 商家服务

第二十八条 入驻 OTC 药品类目商家需配备注册执业药师提供在线咨询服务。

第二十九条 入驻 OTC 药品/医疗器械类目的店铺须按照 GSP 质量管理规范进行商品进销存管理，针对部分 OTC 药品等需要阴凉存储，冷链配送的商品，须严格管理。需阴凉储存药品，发货需配冰袋或保温设施。

第三十条 入驻 OTC 药品/医疗器械类目的店铺需选用有药品配送资质的快递公司。

第三十一条 入驻隐形眼镜/配套用品的商家，须具备验光师等专业技术从业人员，并在店铺展示验光师资格证书，同时在店铺主要页面进行咨询提示。隐形眼镜需在线验光师资质文档需在苏宁备案，商品页面上提供验光师在线咨询入口。

第三十二条 商家应在隐形眼镜商品页面标“隐形眼镜为三类医疗器械，建议在专业人士的指导下购买和使用”。在购买隐形眼镜前，建议您先去正规的眼镜销售实体店或眼科机构进行专业的验配检查，确保您的使用安全和效果。”提示语。

第三十三条 商家应当记录医疗器械销售信息，记录应当保存至医疗器械有效期后 2 年；无有效期的，保存时间不得少于 5 年，相关记录应当真实、完整、可追溯。

第三十四条 商家应当在详情页面显著位置展示其医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证的，或以文本形式展示医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证。

同时应当如实展示“产品使用的对象,安全使用的特别说明,禁忌症、注意事项、警示以及提示相关内容。相关展示信息画面清晰易辨。相关信息发生变更的，应及时更新展示内容。

第六章　召回制度

第三十五条 对于有证据证明可能具有的危及人体健康和生命安全的不合理危险药品和可能危及人体健康和生命安全的不合理的风险的医疗器械，商家应按照国家相关法律法规的规定进行召回。

第三十六条 对于应当召回的商品，商家应当立即停止经营，通知相关生产经营者和消费者，并及时通报有关监管机构。

第三十七条 商家怠于召回的，苏宁易购将视情节的严重程度采取限制发布商品、限制营销活动等处理措施。

第七章　争议处理

第一节　售中争议处理

第三十八条　商家出售的药品有下列情形之一的，应为买家退款，若买家要求赔偿的，商家应再向买家支付相当于商品实际成交金额五倍的赔偿金，该赔偿金将以苏宁云站的形式进行支付：

1、药品所含成份与国家药品标准规定的成份不符的；

2、以他种药品冒充此种药品的；

3、国务院药品监督管理部门规定禁止使用的；

4、依照《中华人民共和国药品管理法》必须批准而未经批准生产、进口，或者依照《中华人民共和国药品管理法》必须检验而未经检验即销售的；

5、所标明的适应症或者功能主治超出规定范围的；

6、没有中文说明书、中文标签的进口药品；

第三十九条 商家出售的药品有下列情形之一的，应为买家退款，若买家要求赔偿的，商家应再向买家支付相当于商品实际成交金额三倍的赔偿金，该赔偿金将以苏宁云站的形式进行支付：

1、药品成份的含量不符合国家药品标准的；

2、未标明有效期或者更改有效期的；

3、不注明或者更改生产批号的；

4、超过有效期的；

5、擅自添加着色剂、防腐剂、香料、矫味剂及辅料的。

第四十条 商家出售的医疗器械有下列情形之一的，应为买家退款，若买家要求赔偿的，应再向买家支付相当于商品实际成交金额三倍的赔偿金，该赔偿金将以苏宁云站的形式进行支付：

1、未依法注册、无合格证明文件的医疗器械；

2、过期、失效、淘汰的医疗器械；

3、没有中文说明书、中文标签或者说明书、标签不符合规定的进口医疗器械。

第四十一条 除上述情形外的其他交易争议，按照《苏宁云台交易争议处理规范》的相关规定进行处理。

第二节 售后争议处理

第四十二条 售后争议处理参照本规范售中争议处理相应条款进行认定。

第八章 退出及年费

第四十三条 【清退】商家发生以下任一情形，苏宁易购有权清退：

1、违反《苏宁易购招商标准》的规定，包括但不限于商家营业执照被吊销、资质失效后不能在规定时间内提交有效资质等；

2、严重违规行为扣分达四十八分；

3、向苏宁易购提供伪造、变造的商家资质或商品资料；

4、商家多次违反《苏宁云台禁售商品管理规范》的。

第九章　附则

第四十五条 【生效时间】本规则于 2018 年 7 月 31 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 8 月 2 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第四十六条【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议。

第四十七条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁易购食品安全管理规范

第一章 概述

第一条 为加强苏宁易购网络食品行业的管理，促进网络食品交易安全，保障消费者合法权益，基于《中华人民共和国食品安全法》、《网络食品安全违法行为查处办法》等 相关法规的要求，并根据《苏宁云台服务协议》《苏宁云台招商标准》《商家管理规范总则》等平台规则，苏宁易购特制定本规范。

第二条 本规范适用于所有在苏宁易购网站经营食品（含保健食品、乳制品、婴幼儿配方乳粉）的商家。

第二章 审查登记

第三条 商家申请入驻苏宁易购，应当符合当年度《苏宁云台招商标准》和食品类目招商资质细则要求，符合标准并经苏宁易购审核通过的商家方可入驻。

第四条 商家应当按照苏宁易购设置的入驻流程操作并如实填写或上传商家营业执照等资质信息、经营信息和联系信息：需商家上传的资料，商家应确保资料真实、清晰并加盖公司公章后方可上传；需商家填写的信息，商家应按照要求填写并应对填写的资料真实性负责。

商家应确定其在苏宁易购网站店铺运营的食品安全管理人员，并在苏宁易购系统填写“店铺联系人”信息时填写食品安全管理人员信息（包括姓名、电话和邮箱）。

第五条 商家同意其向苏宁易购提供的证照如“营业执照”、“食品生产/经营许可证”等材料，苏宁易购可以不经商家同意在法律许可或要求的范围内使用（如在商家苏宁易购网站店铺首页展示上述证照，供消费者或外部监管机构查询）。

第六条 商家违反本章规定的，苏宁易购将视情况予以终止或限制提供平台服务处理。

第三章 经营管理

第一节 商品发布

第七条 商家应当按照苏宁易购商品发布系统设置并根据《苏宁云台商家商品发布规范》要求发布商品或食品信息。

第八条 商家应通过苏宁云台发布或出售经苏宁易购许可的品牌的商品，不得发布非约定商品，且发布商品信息范围在商家营业执照许可范围之类；需要许可经营的还应当取得经营许可证。

第九条 商家对商品的描述应与消费者收到的商品或经苏宁易购官方抽检的商品相符，且商家应当对商品瑕疵、保质期、生产日期、附带品等必须说明的信息进行披露。

第十条 如商家经营保健食品、婴幼儿配方乳粉，应当在商品四级页详情中或商品主图中公示产品注册证书或者备案凭证，保健食品还应当在商品四级页面显著位置标明“本品不能替代药物”。具体经营类目明细如下：

一级类目	二级类目	范围
保健品	-	该一级类目下所有子类目
母婴	母婴类营养品	该二级类目下所有子类目
	奶粉	
	婴儿辅食	

第十一条 商家经营保健食品、婴幼儿配方乳粉，如持有广告审批文号的，还应当在商品四级页详情中公示广告审查批准文号，并维护国家食品药品监管部门网站对应数据查询页面网址【http://app1.sfda.gov.cn/datasearch/face3/base.jsp?tableId=29&tableName=TABLE29&title=%B1%A3%BD%A1%CA%B3%C6%B7%B9%E3%B8%E6&bcId=118715670261084477325919722365】，以供消费者查询。具体经营类目明细如下：

一级类目	二级类目	范围
保健品	-	该一级类目下所有子类目
母婴	母婴类营养品	该二级类目下所有子类目
	奶粉	
	婴儿辅食	

第十二条 商家违反本节规定的，将视情况予以终止或限制提供平台服务处理。

第二节 食品安全自查

第十三条 商家在苏宁易购经营的食品，质量应符合国家相关标准及《苏宁云台商家商品质量管理规范》要求，且商家在入驻苏宁易购过程中，应至少向苏宁易购提供一份其经营的产品检测合格报告。

第十四条 商家在苏宁易购网站经营过程中，应加强在苏宁易购网站销售的食品安全检查管理工作，经苏宁易购要求，应当如实向苏宁易购食品安全部提供书面检查报告。

苏宁易购食品安全部负责苏宁易购入网食品经营者管理及食品安全管理工作。

第十五条 苏宁易购将根据《苏宁云台商家商品抽检管理规范》的规定，不定期的对商家商品质量进行抽检。

第三节 商品召回制度

第十六条 对于不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的食品，商家应及时通知生产厂家应按照国家相关法律法规的规定进行召回。

第十七条 对于应当召回的商品，商家应当立即停止经营，通知苏宁易购及相关生产经营者和消费者，并记录停止经营和通知情况。

第十八条 商家怠于召回的，苏宁易购将视情节的严重程度采取终止或限制提供平台服务等处理措施。

第四节 食品安全投诉举报处理

第十九条 商家出售以下任一明知是不符合食品安全标准的食品的，并按《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条处理：

（一）销售不符合食品安全标准的食品；

（二）销售过期食品；

（三）销售其他不符合法律法规要求的商品。

第二十条 除上述情形外的其他交易争议，按照《苏宁云台交易争议处理规范》的相关规定进行处理。

第四章 食品安全违法行为制止及报告

第二十一条 商家由以下严重违法行为之一的，苏宁易购将终止提供平台服务：

（一）商家因涉嫌食品安全犯罪被立案侦查或者提起公诉的；

（二）商家因食品安全相关犯罪被人民法院判处刑罚的；

（三）商家因食品安全违法行为被公安机关拘留或者给予其他治安管理处罚的；

（四）商家被食品药品监督管理部门依法作出吊销许可证、责令停产停业等处罚的。

第二十二条 商家有如下情形之一的，苏宁易购有权限制或终止提供平台服务：

（一）假冒他人商标的；

（二）向苏宁易购提供伪造、变造的资质材料；

（三）不符合当《苏宁云台招商标准》、《苏宁云台商家商品质量管理规范》的；

（四）严重违规扣分达九十六分的；

（五）当年度内被降段处理达六次的，或降段处理前一般违规扣分超过 96 分的；

（六）其他符合法律法规终止提供平台服务的情形。

第二十三条 商家有如下情形之一的，苏宁易购将向食药等监管部门报告：

（一）商家销售的食品被证实严重不符合食品安全标准的；

（二）商家销售的食品造成食品安全事故的；

（三）其他苏宁易购认为应当向食药等监管部门报告事宜。

第五章　附则

第二十四条 食品类商家经营，必须严格遵守国家法律法规及本规范；本规范暂无规定的，可以参考适用苏宁易购平台规则；平台规则也无规定的，苏宁易购有权根据行业惯例或司法判例处理。

本规范与其他规范如有冲突，按照本规范操作执行。

第二十四条 本规范生效之前，食品类商家管理参考适用苏宁易购平台规则；本规范生效以后，食品类商家管理适用本规范。

第二十五条 本规范于 2016 年 9 月 27 日对外公示，于 2016 年 10 月 1 日正式实施。

苏宁易购食盐行业管理规范

第一章　概述

第一条　为加强苏宁易购网络食品食盐行业的管理，促进食盐商品交易安全，保障消费者合法权益，根据《苏宁易购食品安全管理规范》《商家管理规范总则》等平台规则，制定本规范。

第二条　本规范适用于所有在苏宁易购网站经营食盐商品的商家。

第二章　商家入驻

第三条　商家申请入驻苏宁易购，需严格遵守《苏宁易购招商标准》和《苏宁易购各类目招商资质要求》，并按照要求提供相关资质，所需资质包括但不限于以下类型：

1、基本资质：如营业执照、税务登记证、组织机构代码证，实现“三证合一”或“五证合一”地区，直接提供最新营业执照即可。

2、行业资质：**《食盐批发企业许可证》**，商家若经营食品，则需提供《食品经营许可证》。

3、品牌资质：如商标注册证或商品注册申请受理通知书，如是代理品牌，还需要提供能够追溯到品牌方的完整授权凭证。

4、商品资质：如食盐商品质量检测报告或食盐成分检测报告；如是进口食盐还需提供最近一批次的中华人民共和国海关进口货物报关单复印件。

第四条　商家应当按照苏宁易购设置的入驻流程操作并如实填写或上传商家营业执照等资质信息、经营信息和联系信息：需商家上传的资料，商家应确保资料真实、清晰并加盖公司公章；需商家填写的信息，商家应按照要求填写并应对填写的资料真实性负责。

第五条　商家同意其向苏宁易购提供的资质如“营业执照”　“食盐批发企业许可证”等材料，苏宁易购可以不经商家同意在法律许可或要求的范围内使用（如在商家苏宁易购网站店铺首页展示上述证照，供消费者或外部监管机构查询）。

第六条　商家未按照苏宁易购要求操作或提供的资质虚假导致审核不通过的，苏宁易购有权拒绝向商家提供平台服务。

第三章　经营管理

第七条　审核通过的商家在其店铺开通后，**需要立即进行店铺装修并在店铺首页显著位置说明食盐销售区域，销售区域应当与其依法取得或省级盐业主管部门核定的一致**。商家跨区域

销售的，应当向跨区域省级盐业主管部门备案或遵守当地食盐的有关规定（如有），否则严禁跨区域销售。

第八条 商家应当按照苏宁易购商品发布系统设置并根据《苏宁云台商家商品发布规范》要求发布商品信息。

第九条 商家对商品的描述应与消费者收到的商品或经苏宁易购官方抽检的商品相符，且商家应当对商品瑕疵、保质期、生产日期、附带品等必须说明的信息进行披露。

第十条 商家实际经营不符合本章要求的，苏宁易购有权将视情况予以商品下架、店铺屏蔽或停止提供平台服务。

第四章 附则

第十条 有关苏宁易购盐业商品准入及经营管理要求，本规范没有规定的，参考适用《苏宁易购食品安全管理规范》。

第十一条 本规范于 2017 年 2 月 24 日对外公示，于 2017 年 3 月 3 日正式实施。

苏宁易购无人机行业管理细则

第一条【制定目的及依据】为维护苏宁易购网站正常交易秩序，保障消费者合法权益，根据国家相关法律法规及苏宁易购商家管理规则等相关规定，制定本细则。

第二条【适用范围】在苏宁易购经营无人机类目、无人机商品的商家均需严格遵守本细则。

第三条【管理要求】商家在经营无人机商品时需要遵守以下管理要求：

（一）商家发布无人机商品时，需要严格遵守《苏宁易购商品发布规范》要求；

（二）商家发布无人机商品时，需要在商品详情页显著位置以显著方式提醒消费者注意无人机安全飞行注意事项及飞行安全操作指引等内容；

安全飞行注意事项包括但不限于飞行高度要求、禁飞区域限制等内容（禁飞区域可以在此查询：http://www.dji.com/cn/flysafe/no-fly），如是北京、新疆等区域消费者，还应提醒消费者提前知悉当地无人机监管法律法规；

（三）其他苏宁易购根据国家法律法规及网站运营管理需要确认商家需要遵守的事项。

第四条【违规处理】商家在经营无人机类目、商品过程中，有不符合本细则管理要求行为的，苏宁易购可以要求商家限期改正；逾期未改正的，可以按照《苏宁云台商家违规行为及处理规则》第二十七条滥发信息进行处理。

第五条【生效时间】本细则将于 2017 年 1 月 16 日公示，并于 2017 年 1 月 23 日正式生效实施。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2017 年 1 月 16 日

【生效时间】2017 年 1 月 23 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台商家商品抽检管理规范

第一章　总则

第一条【目的意义】保障苏宁易购网站所售商品品质（包括标识标志、安全卫生、质量和功能）做到如实描述，符合国家强制性标准要求、达到产品执行标准的品质要求，商品的生产和流 通资质符合《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国食品安全法》，《中华人民共和国农产品质量安全法》，《中华人民共和国工业产品生产许可证》，《食品生产许可管理办法》、《强制性产品认证管理规定》等相关国家法律法规；商品标识、内容等符合《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国著作权法》 和《中华人民共和国专利法》等相关国家法律法规。根据抽检结果，对销售不合格商品的商家予以处罚。

第二条【适用商品范围】商品抽检管理规范适用于商家通过苏宁云台发布的在所有类目上架销售的商品，抽检检验审核鉴定的内容包括商品品质、商品资质、以及商标及其知识产权。

第三条【抽检流程】商品抽检由苏宁易购对商家上架销售的商品进行有计划的神秘买样、委托检验审核鉴定，公布抽检结果并按平台规则进行处理的活动。抽检遵循科学、公正原则。

第四条【商家配合】对苏宁易购组织的商品抽检，商家应当配合、协助，不得以任何形式阻碍、拒绝抽检工作。

商家认可苏宁易购的神秘买样，委托检验审核鉴定，发布抽检结果，依据检验审核鉴定结果对商家进行处罚的抽检流程，并认可整个流程中通过交易快照、快递收件拍照、样品拍照等所采集的证据来证明神秘买样购买的商品和委托检验审核鉴定样品的一致性。

苏宁易购有权通过商家后台、苏宁易购网站等的方式告知和发布商品抽检结果，并依据抽检结果对商家实施处罚，苏宁易购不再通过纸质文件的签收盖章来通知商家商品抽检结果，商家认可这种商品抽检结果的告知和发布操作，并认可抽检服务商所出具的检验审核鉴定结果和报告。

第五条【抽检服务机构】苏宁易购提交检测的质检机构均为具备国家认定资质的第三方质检机构，苏宁易购有权选择任意具备资质的机构对商家销售的商品进行认定和检测。其中对于商家销售的商品是否侵害他人商标权、著作权或专利权的鉴定，苏宁易购有权委托相关权利的权利人出具书面鉴定报告。商家对上述检测主体出具的报告均予以认可。

抽检服务机构承担神秘购买商品，接受商品快递，安排检验审核鉴定，出具抽检结果，拟制抽检报告，留存残样和备样（如果有），并对每个环节进行证据链保存，抽检服务机构传递检验审核鉴定结果和报告给苏宁云商集团的工作。

第二章　抽检类型

第六条【抽检类型】抽检类型包括：常规抽检，专项抽检，应急抽检，以及配合工商、食药、质监等政府机构的行政抽检。

常规抽检：苏宁易购有计划的针对各类目商品，随机筛选商品实施的抽检活动，依据抽检结果对商家进行处理；

专项抽检：苏宁易购根据旺销节点、产品质量风险动态等进行的目的性和针对性较强的抽检活动；

应急抽检：苏宁云商集团根据消费者投诉，权利人维权，外部舆论反馈，工商、消协、食药、质监等政府机构的行政抽检反馈，针对有问题商品实施的临时应急的抽检活动；

配合工商、食药、质监等政府机构的行政抽检：行政执法机构依法对苏宁易购平台上架销售的商品进行抽检，苏宁易购配合工作。

第三章　抽检的实施

第一节　神秘买样

第七条【神秘购买】抽检服务机构负责神秘买样的工作，根据苏宁易购提供的抽检计划实施神秘买样，购买的样品数量要确保至少能实施全部抽检内容的检验审核鉴定样品量，特殊情况下要求购买足够复检（复审）的样品量，如双份样品，或者多一件样品。神秘购买保留交易快照（交易快照中的内容将作为合格，符合性判断的其中一个依据），并跟 踪物流信息。

第八条【样品问题处理】

1、商品不一致，抽检服务机构发现商家发送的商品和商品 SKU 不一致，如果是颜色规格不一致，则就此样品安排检测，如果是完全不是同一个商品，则予以退货，并中止抽检，被上报苏宁平台，按照相应规则进行处罚；

2、抽检服务机构发现商家少寄商品，若满足检测要求但不满足复检要求，正常进行检测，否则直接办理退货；

3、商家 72 小时不发货，直接办理退货；

4、三无产品，检测机构正常进行检测，出具检测报告；

5、商品库存不足，或者要抽检的 SKU 已经下架，则终止该 SKU 的抽检；

6、若从外观即可判断的不合格项则无需第三方检测，应取得国家强制认证而无相应认证的商品。

第二节　商品品质检验

第九条【检验项目】每个抽检商品的检验项目由苏宁易购自行确定，抽检项目限于国家强制性、推荐性或行业标准全项或者几项。

抽检服务机构根据商品的产品执行标准和/或相关强制性标准中所规定的检验方法标准实施检验。如果商品标识上没有标注产品执行标准，或者标注的产品执行标准不正确，抽检服务机构可以根据产品特点，结合其专业知识选择适合的产品执行标准，商家应认同该产品执行标准。

第十条【检验结果】检验结果应该根据国家强制性标准，和/或产品执行标准进行单项合格性（符合性）判定，如果没有依据，无法进行判定的，则不予以判定，判定结果为空。

有关产品安全卫生的检验结果，应依据国家强制性标准进行合格判定，如果没有强制性标准，则国家级别的通知通告（如食品中限制使用邻苯二甲酸酯的通告），产品规范（如化妆品卫生规范）等，可以作为合格判定依据，该判定依据并不需要得到 CNAS、CMA/CMAf 的认证认可。

如果产品标识为优等品，则应按照优等品的要求进行符合性判定，检验结果显示达不到优等品的要求，抽检服务机构还应按照合格品的要求进行再次判定，得出该检验结果的判定结果：符合优等品/符合合格品/不合格。

如果产品没有标识产品等级，则按照合格品的要求进行合格判定。

如果产品标识上没有标注产品执行标准，或者标注的产品执行标准不正确，抽检服务机构可以根据产品特点，结合其专业知识选择适合的产品执行标准，并依据该产品执行标准的合格品要求进行合格判定。

产品标识上没有原料材质的描述，则不需要对原料材质的如实描述符合性进行判定，苏宁易购依据检验结果和商品的标题、卖点、属性、详情进行比较，并做如实描述符合性判定。

产品标识上有原料材质的描述，但不规范，则检验结果不需要对原料材质的如实描述符合性进行判定，苏宁易购依据检验结果和标识上的原料材质描述，以及商品 SKU 所在的标题、卖点、属性、详情进行比较，依据非专业能力但符合大众理解的含义做如实描述符合性判定。

产品标识上有规范标准的原料材质的描述，则检验结果需要对原料材质的如实描述符合性进行判定。

第十一条【结果公布】检验结束后，苏宁易购根据抽检服务机构提供的检验报告，公布检验结果，并根据《苏宁云台服务协议》及平台规则对商家进行处理。

第三节　商品资质审核

第十二条【商品资质抽检对象】需要具备生产资质或者流通资质的商品，商品发布销售应具备相应的资质要求，包括但不限于需要生产许可的工业品、食品、食品添加剂，需要流通许可证的食品，需要备案的化妆品、保健品，需要强制性认证的电器类产品等。

第十三条【商品资质审核】根据商品页面截图，以及商品标志标识所呈现的内容对商品资质进行审核，审核内容包括但不限于生产商和/或销售商的工商执照，许可证，备案证书，强制性认证证书等。

对于需要相关资质的商品，产品标识标志没有相应信息，则判为不具备资质。

对于需要相关资质的商品，产品标识标志有相应的信息，要求商品标题、卖点、属性及详情与产品标识标志保持一致，否则判为描述不符；如果产品标识标志上的信息经审核系虚假或者冒用他人的许可证号，备案号，认证标示，判为假冒产品。

第十四条【审核报告】审核报告由抽检服务机构出具，苏宁易购根据审核报告结果对商家进行处理并公示处理。

第四节　假冒盗版鉴定

第十五条【假冒侵权】经司法、行政机关认定卖家出售假冒、盗版商品；卖家所出售的商品经购买并由卖家自认或经权利人鉴定为假冒、盗版商品。

第十六条【假冒侵权鉴定】根据收到的商品特性，以及其标识标志所呈现的商标品牌，由权利人或者第三方权威鉴定机构、国家司法、行政机关进行鉴定。

第十七条【鉴定报告】鉴定结论为假冒商品或盗版，鉴定方应出具书面鉴定报告。

第四章　抽检结果处理

第十八条【抽检结果通知】抽检服务机构传递抽检检验审核鉴定结果和报告给苏宁易购后，苏宁易购可通过站内信的方式点对点通知到被抽检的商家。

第十九条【商家异议处理】商家收到系统处罚通知后，应及时核对被抽检商品和抽检检验审核鉴定结果、报告，如果有异议则在收到处罚通知后 3 个工作日内申诉，否则视为无异议，苏宁易购有权在向商家发送处罚通知 5 个工作日后依据抽检检验审核鉴定结果对商品和商家进行处理。

苏宁易购受理以下几种情况的异议申诉，其他情况不作受理：

（1）根据检验审核鉴定报告照片显示，被检验审核鉴定样品与商品页面截图明显不符，存在对错样品的情况（除具有商家承认为同型号商品证据外）；

（2）对原料材质检验结果有异议；

（3）对检验报告中不合格检验项目的检验数据，合格判定有异议；

（4）对检验项目所选择的检测方法标准，合格判定标准有异议。

对（1）和（4）异议，苏宁易购通知要求抽检服务机构在收到异议申诉后 3 个工作日内给予复核审查，如果复核审查发现是抽检服务机构的错误，予以撤销该抽检任务，如果复核审查发现异议申诉不成立，则异议申诉失败，按照已有的抽检检验审核鉴定结果进行商品和商家处理。

对 于（2）和（3）异议，商家可以申请复检，复检可以在原样上检验的，在原样上检验，不可以在原样上检验的，采用备样检验。商家申请复检的，检测结果以复检 结果为准。复检结果与原检测结果一致的，由商家承担复检费用，商家不同意承担的，默认不复检。如果复检结果与原结果不一致（超出允许误差范围），则抽检服 务机构承担责任，并承担复检费用，经复检后，苏宁易购不再受理商家就同一被检商品的复检申请。

第二十条【不予复检的情况】根据质量指标的特殊性及检测产品或部位的可重现性，下列情况不予复检：

（1）超过申诉期限提交申诉的；

（2）无备样或备样与原样存在明显差异，如颜色、款式不同，且无法在原样上进行复检的；

（3）商家提出复检，产品在复检有效期内于正常贮存条件下已失效的；

（4）法律法规或平台规则，协议规定或约定不予复检的其他情况。

第二十一条【抽检结果公布】对没有异议的抽检结果苏宁易购将及时在苏宁云台或其他渠道陆续公布，并根据平台规则进行处理，对有异议申诉的抽检结果，对异议处理完毕后，按前述规则处理。

抽检结果一旦进行公布，实施处罚处理后，不再受理异议申诉。

第二十二条【处罚】按照《商家违规行为及处理规则》第三章、《质检违规》执行。

（一）检测不合格分类及处罚

苏宁云台严格按照第三方质检机构提供的质检结果对商家的违规行为进行判定和处罚。同时依据检测结果，将不合格项分为三大类，相对应进行处理：

第一类：商品经鉴定后被判为假冒、二手翻新的；

第二类：涉及影响商品核心功能及相关参数、危害人身财产安全、国家强制规定的、有害成分超标的，视为造成严重后果的违规行为；

第三类：涉及影响商品一般功能及参数、物理性能、商品外包装机标签标识（不包含三无情形）的，视为造成一般后果的违规行为；

若商家单件商品同时存在多个项目扣分的，依据最严重处罚标准执行。若商家（同一店铺）多件商品存在以上两种或三种扣分情况形的，依对单件商品的违规判定累加处罚。

详细分类如下表格所示：

违规类型	第一类	第二类	第三类
处罚标准	下架商品，扣 96 分，清退处理	情节轻微的，按一般违规行为每次扣四至二十四分；情节严重的，按严重违规行为每次扣四至四十八分；情节特别严重的，按严重违规行为每次扣九十六分。**同时一经发现上述场景，不论情节严重，均扣除 4000 元/sku/次的违约保证金处罚。**	情节轻微的，按一般违规行为每次扣四至二十四分；情节严重的，按严重违规行为每次扣四至四十八分；情节特别严重的，按严重违规行为每次扣九十六分。**同时一经发现上述场景，不论情节严重，均扣除 2000 元/sku/次的违约保证金处罚。**
备注：违规扣分对商家的处罚按照《商家违规行为及处理规则》及附属条款中的详细内容。			

（二）检测费用和后果承担

1、检测费用承担方规定

（1）检测结果为合格：

关于检测到的商品结果显示为合格，检测商品的样品费，运费、检测费等费用，若为消费者投诉等要求质检，则费用由消费者承担，若为苏宁云台主动检测、抽检等，则费用均由苏宁云台承担。

（2）检测结果为不合格：

检测到的商品结果显示为不合格，则抽检商品的样品费，运费、检测费等费用，由违规商家承担，苏宁云台予以费用追回；且商家应向苏宁云台承担相应的违约责任，接受苏宁云台对商家相应的处罚，处罚包括但不限于商品下架、店铺屏蔽等，并要求限期整改。

（3）对于三次以上（含本数）抽检不合格的苏宁云台商家，苏宁云台有权对商户予以清退处理，每次扣九十六分。

2、检测费用承担

检测样品统一进行封存，不再退回。

如商家未按照规定时间缴纳抽检所有费用，苏宁云台有权通过商家保证金扣除检测所有费用，10 日内商家需补缴保证金，逾期未补缴，将屏蔽店铺至补齐后开启（因违规扣 96 分清退的店铺不免除商家后续应缴纳费用的义务）。

第二十三条【整改】整改为针对商家对于不合格商品的弥补措施。

原单品：商家对于不合格商品，需出具苏宁云台要求的，整改完成且合格的检测报告，按指定方式发送，苏宁云台视整改结果对整改单品予以上架。

非原单品：不合格商家有义务按照苏宁云台要求，提供能够证明店铺所售商品为符合国家标准要求的检测报告。

质检报告要求：

1、质检报告应为第三方质检机构或国家政府部门盖章的报告，上面应有 CMA+（CNAS 或 CAL）标志；

2、质检报告检测日期需在处罚日期之后；

3、质检报告需包含与页面描述一致的商品信息（如品牌、型号、品名、批次号、图片等）；

4、质检报告需为对应正确的产品标准且必须包括安全类和材质类等关键检测项目，检测结果需为合格；

5、为保证商家整改的时效性与真实性，质检机构须为苏宁服务市场引进的权威第三方检测机构（fuwu.suning.com）。

第五章　附则

第二十四条【生效时间】本规则于 2019 年 7 月 15 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 7 月 22 日生效；如有修改，则另行公示。

第二十五条【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可以根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规 范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购 及其关联公司所签订的各项协议。

第二十六条【计算单位】本规则中的“天”，以 24 小时计算。

商品标识标志抽检规范

前言

为规范苏宁云台的商品标识标志，保护消费者的合法权益，苏宁易购将不定期对商品标识标志进行抽检，商品抽检委托国家认定的第三方质检机构进行检测判定。一旦 发现商品标识标志存在问题，苏宁易购将依据苏宁云台规则对商家进行处罚，情节严重的将根据相关服务条款作终止合作处理。

苏宁云台商品标识标志抽检规范由苏宁易购制定，苏宁易购有权对本规范进行相关修订和解释。

本标准于 2018 年 1 月 12 日首次发布，于 2018 年 1 月 19 日起执行。

第一条【适用范围】

本规范适用于在苏宁云台发布的商品。

第二条【抽样方法】

（一）线上店铺直接购买商品。

（二）仓库中商品抽检。

第三条【检验依据】

《中华人民共和国产品质量法》

苏宁易购各品类商品品质抽检规范

经备案现行有效的企业标准或其他相适应的产品标准

第四条【检验方】国家认定的第三方质检机构。

第五条【检验要求】

（一）苏宁易购有对应抽检规范的商品按照抽检规范进行检验。

（二）苏宁易购没有对应抽检规范的商品，依据《中华人民共和国产品质量法》进行检验，检验项目见表 1

表 1 依据《中华人民共和国产品质量法》标识标志检验项目

序号	检验项目	检验依据	强制性/推荐性
1	产品名称	《中华人民共和国产品质量法》第二十七条	强制性
2	制造商/经销商名称		强制性
3	制造商/经销商地址		强制性
4	产品质量检验合格证明		强制性

5	生产日期和安全使用期或者失效日期(限期使用产品)		强制性
6	警示标志或者中文警示说明（使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品）		强制性

第六条【判定原则】

1、苏宁易购有对应抽检规范的商品按照抽检规范进行判定。

2、苏宁易购没有对应抽检规范的商品，依据《中华人民共和国产品质量法》进行判定，检验项目全部合格，判定为合格；检验项目中一项或一项以上不合格，判定为不合格。

第七条【违规处罚】

抽检的商品标识标志被判为不合格的：

1、若缺少表 1 中 1-4 项任意一项，则按照一般违规进行处罚，删除商品并扣除 12 分；

2、若缺少表 1 中 1-4 项任意两项的，或者缺少表 1 中 5、6 项中任意一项，则按照一般违规进行处罚，删除商品并扣除 24 分；

3、若缺少表 1 中前三项及以上（食品类商品缺少表中任意三项及以上）的，则按照严重违规进行处罚，删除商品并扣除 48 分；情节严重的，扣除 96 分并予以清退。

第八条【异议处理】

1、被检验方对检验结果有异议的，应自收到结果之日起 3 个自然日内，向苏宁易购提起申诉。

2、对判定不合格产品进行异议处理时，不对样品进行复验，处理方式为检验机构核查不合格项目相关证据，以记录（纸质记录或电子影像记录）等检验证据证明检验结论。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2018 年 1 月 12 日

【生效时间】2018 年 1 月 19 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁易购商品品牌及版权抽检行为规范

第一章 总则

第一条【宗旨原则】为促进开放、透明、分享、责任的新商业文明，保障苏宁易购用户的合法权益，维护苏宁易购正常经营秩序，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于商家在苏宁易购所售商品的品牌、版权鉴定。

第二章 抽检的发起

第三条【主动抽检】苏宁易购针对以下任一商品可以主动发起抽检：

1、被消费者多次投诉的疑似假冒商品；

2、被品牌或版权权利人（或其授权代理人）投诉的疑似假冒商品；

3、其他有疑似假冒嫌疑的商品。

第四条【被动抽检】苏宁易购在以下任一情况下可以协助开展抽检：

1、应消费者权益保护协会或者其他国家认可的第三方机构的请求；

2、应品牌或版权权利人的请求。

第五条【样品的获取与流转】由苏宁易购指定的人员以普通消费者的身份在商家店铺中下单购买拟鉴定的样品，收货后直接打开确认样品与鉴定目标商品是否一致，隐去商品来源信息，并进一步寄送给鉴定方进行鉴定。 或根据苏宁易购的指令，在不打开样品包裹的情况下，将样品寄送给苏宁易购或者其指定的合作伙伴，苏宁易购或者其指定的合作伙伴收到样品后，应确认样品与鉴定目标商品是否一致，隐去商品来源信息，并进一步寄送给鉴定方进行鉴定。

第六条【鉴定方】商品品牌的鉴定方为品牌权利人或者其指定/授权的法人、个人或其他组织。

商品版权的鉴定方为著作权权利人或者其指定/授权的法人、个人或其他组织。

第七条【鉴定过程】鉴定方收到样品后，由其对样品进行分析识别，并反馈鉴定结论，如鉴定结论为假冒商品，鉴定方应出具书面鉴定报告。

第八条【样品处理】鉴定结论为假冒商品的样品，应由苏宁易购或者鉴定方保存 12 个月，逾期予以销毁。

对于易腐、变质或者其他不宜保存的样品，以及因鉴定方法、鉴定技术等客观原因在鉴定过程中自然灭失、损坏或者失效的样品，不受前款限定，由苏宁易购或者鉴定方及时予以销毁。

第三章 处罚及复检

第九条【违规处理】若鉴定方出具的鉴定报告，显示商家的商品为假冒商品，苏宁易购将依据出售假冒商品的相关规则进行处理。

第十条【商家申诉】如商家对鉴定结果有质疑，可以在收到处罚通知后，在指定的时间内进行申诉，并请求复检。具体申诉方式及时间以处罚通知为准。

第十一条【复检】商家在申诉期限内未提供足以质疑鉴定结论的材料并申请复检的，视为接受鉴定结论。若商家能够提供足以质疑鉴定结论材料的，苏宁易购可以支持商家的复检请求，且复检应在原有样品上进行。但以下任一情况可以不支持复检：

1、申诉材料有明显造假嫌疑的，或者被鉴定方判断为造假的；

2、超过期限提起申诉的；

3、因鉴定方法、鉴定技术的等客观原因，样品在鉴定过程中自然灭失、损坏或者失效，无法支持二次鉴定的；

4、商家提出复检时，产品在复检有效期内于正常贮存条件下已失效的；

5、鉴定方不支持复检的；

6、其他因客观原因无法支持复检的情况。

第十二条【复检期间的处罚执行】为保护消费者权益，复检期间已实施的处罚不中止执行。

第四章 附则

第十三条【生效时间】本规范自 2019 年 1 月 23 日生效。

五、营销规则

基础营销规则

苏宁易购营销准入基础规则

第一章 概述

第一条【目的和依据】为促进开放、透明、分享、责任的新商业文明，保障用户合法权益，维护营销活动的正常运营秩序，根据《商家管理规范总则》、《苏宁云台服务协议》及相关规则和协议的规定制定本规则。

第二条【适用范围】本标准适用于苏宁易购商家以及品牌商参加苏宁易购官方发起的营销活动及营销平台活动（以下合称“营销活动”）。苏宁易购与商家就参加营销活动的选择是双向的，未形成一致意见前任何一方均有权自主决定是否与对方开展合作。

第二章 商家条件

第三条【违规限制】商家因违反《商家管理规范总则》、导致出现以下扣分节点的，将被限制参加营销活动：

违规类型	扣分节点	限制营销活动天数
一般违规	24 分	7 天
严重违规	24 分	10 天
	48 分	20 天
	72 分	30 天
	96 分	店铺清退

第四条【店铺综合等级】店铺综合等级是综合商品服务体验、售后体验、物流体验等多维度综合评分，为保障营销活动的基本服务体验，根据商户分层结果，对钻石、金牌、银牌、商户进行择优选择。

开店时间 90 天（含）内的新店商户报名，需完成新店任务评分。

第五条【商家活跃度】开店时长（即店铺上线时间）已满 180 天（含）且近 180 天（含）内未达成任何成交的商家，将被限制参加营销活动。

第六条【服务体验星级】服务体验星级主要考核店铺面向消费者的服务表现，星级越高代表服务水平越有竞争力。为保障营销活动中良好的顾客体验，根据商户星级的结果，平台将在 3.5 星及以上的商户中进行择优选择。

第三章 商品条件

第七条【最低成交价价】报名参加苏宁易购官方发起的营销活动及营销平台活动的商品须符合《苏宁易购平台最低成交价规则》。

第四章 违规管理

第八条 商家参与营销平台活动的，若出现违反《苏宁易购营销平台商家管理规则》的行为，则依据《苏宁易购营销平台商家管理规则》进行处理。

第九条 商家参与苏宁易购特殊大型营销活动出现以下情形的，则依据下述规则进行处理。

1、活动违约：已成功报名苏宁易购特殊大型营销活动的商家，在商品提报阶段或活动期间（含预热和正式活动）因商家自身原因退出或以任何形式拒绝履行活动要求的，将依据《商家管理规范总则》“违背承诺”规则的相关规定，予以扣一般违规行为十二分处理；

2、活动后降价：商家违反苏宁易购特殊大型营销活动价格约定，活动结束后 15 个自然日内商品售价低于活动期间活动价的，将依据《商家管理规范总则》“违背承诺”规则的相关规定，予以扣一般违规行为十二分处理。销售特殊商品的商家除外（比如 3C 数码、珠宝贵金属（金、银、铂金）制品、应季清仓等）。

第十条 已成功报名营销活动的商家，如在活动前或活动进行过程中在交易、维权、营销、诚信经营等各环节出现异常的（包括但不限于交易账号异常、交易资金异常等情形），苏宁易购将中止或终止商家继续参与营销活动。

第十一条 为确保消费者在营销活动中享受到切实的优惠，苏宁易购要求参与营销活动的商家应向消费者提供更具竞争力的商品价格，不得对消费者有价格欺诈的行为。若商家并未通过其参加的营销活动将更具价格竞争力的商品提供给消费者，一经发现并核实，苏宁易购有权中止及/或终止商家继续参与营销活动。同时，商家参与历次营销活动时给到消费者的优惠力度，将作为考量商家能否参加重大营销活动的标准之一。

第五章 名词解释

第十二条 苏宁易购特殊大型营销活动：618、818、双 11、双 12、年货节、女王节等，具体范围以该活动招商规则说明为准。

第十三条 15 个自然日：若两个大型官方活动间隔期少于 15 个自然日的，以间隔期为约定承诺期。

第六章 附则

第十四条【生效时间】本规则于 2019 年 8 月 18 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关

意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 8 月 25 日生效；如有修改，则另行公示。

第十五条【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可以根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司所签订的各项协议。

第十六条【计算单位】本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁易购营销平台商家管理规则

第一章 概述

第一条【目的和依据】为保障营销平台用户的权益，维护营销平台的正常秩序，根据国家法律法规规范，以及根据《商家管理规范总则》、《苏宁云台服务协议》及相关规则和协议的规定制定本规则。

第二条【适用范围】本标准适用于苏宁易购商家以及品牌商参加苏宁易购官方发起的营销平台活动，包含但不限于天天低价、苏宁秒杀、苏宁拼购、预约预定活动。苏宁易购与商家就参加营销活动的选择是双向的，未形成一致意见前任何一方均有权自主决定是否与对方开展合作。

第三条【说明】商家在营销平台上的任何行为，应同时遵守与营销平台所签订的各项协议。营销平台有权变更本规则并在网站上予以公告。若商家不同意相关变更，应立即停止使用营销平台的相关服务或产品。营销平台有权根据规则及协议约定对商家行为及应适用的规则进行认定和处理。

第二章 违规处理

第四条【违规定义】违规行为，是指破坏营销平台的市场秩序，涉嫌损害消费者、经营者或营销平台的正当权益，及涉嫌违反国家法律法规的行为。

第五条【处理原则】商家发生的违规行为，本规则已有规定的，适用本规则；本规则尚无规定的，根据《商家管理规范总则》、《苏宁云台服务协议》进行处理。营销平台对商家的处理不免除商家应尽的法律责任。

第六条【违规处理】商家发生营销平台违规行为的，其违规行为应当纠正，并扣以一定的营销平台分值。营销平台扣分进行累计，但不对商家在苏宁云台的分值产生影响，营销平台扣分在每年的十二月三十一日二十四时清零。

第三章 营销平台违规行为

第一节 营销平台违规处理措施

第七条 为保障消费者、经营者或营销平台的正当权益，在商家违规处理期间营销平台按照本规则规定的情形对商家采取以下违规处理措施：

（1）警告，是指营销平台通过口头或书面的形式对商家的不当/轻微违规行为进行提醒和告诫，商家需进行自查自纠；

（2）取消当次商品活动权，是指商家的商品不能参加当次已排期的营销平台活动；

（3）取消当次活动参与权，是指商家的所有商品不能参加当次已排期的营销平台活动；

（4）限期中止活动，是指商家在限定期间内不能参加营销平台活动，处理前已排期的营销平台活动除外；

（5）永久终止合作，是指商家永久不能参加营销平台活动。

第八条 商家可在被营销平台违规处理之时起 72 小时内（营销平台审核时间除外）通过线上违规申诉入口提交违规申诉申请。

第九条【营销平台扣分】营销平台扣分采取以下节点处理方式：

（1）营销平台扣分累计达二十四分的，自最后一次处理之日起限期中止活动 10 天；

（2）营销平台扣分累计达四十八分的，自最后一次处理之日起限期中止活动 20 天；

（3）营销平台扣分累计达七十二分的，自最后一次处理之日起限期中止活动 30 天。

（4）营销平台扣分累计达九十六分的，永久中止合作。

第二节 营销平台违规行为

第十条 活动后降价，是指商家的商品在参加营销平台活动结束后 15 日内，出现实际成交价格低于其参加营销平台活动期间任一实际成交价格的情形。

首次出现活动后降价的，给予警告处理；再次及以上的，每次扣 6 分；

第十一条 排期违约，是指商家获得营销平台排期后，在活动开始前因自身原因临时退出导致活动无法正常进行的行为。商家自身原因包括但不仅限于以下内容：

1、商家库存不足导致无法参加活动；

2、商家自己四级页下架活动商品导致无法参加活动；

3、商家在商品发布时仍然未付款相关费用（如：基础报名费、广告费等）；

4、商品价格验证不通过（如：15 天最低价）；

5、其他未约定的商家自身要求取消活动行为。

商家出现排期违约的，每次扣 12 分，所涉及的排期软件服务费退回商家，同时苏宁易购有权对商家因自身原因导致无法正常进行活动的行为采取公示警告、活动下架、店铺屏蔽等违规处罚措施。

第十二条 素材不达标，是指商家参加营销平台活动时，上传的商品、品牌或其他宣传材料不符合营销平台招商规定。

首次出现素材不达标，给予警告处理，由商家自查自纠；

再次及以上出现素材不达标，每次扣 3 分。

第四章 附则

第十三条【生效时间】本规则于 2019 年 1 月 4 日进行公示，于 2019 年 1 月 15 日生效。

第十四条【新旧衔接】除《苏宁云台规则》、《苏宁易购服务协议》已有规定的内容外，营销平台商家的行为，发生在本规则生效或修订以前的，适用当时的规则；发生在本规则生效或修订以后的，适用本规则。

第十五条 本规则中的“首次”、“再次”、“每次”，以活动报名记录计算。

第十六条 本规则中的“月”，以三十天计算，非自然月。

第十七条 本规则中的“日”，以 24 小时计算。

苏宁易购平台最低页面售价规则

第一条 目的

本规则的制定旨在保证平台活动价格心智，为消费者带来更好的购物体验。

第二条 适用范围

本规则适用于报名苏宁易购官方发起的营销活动（包括 S+，S 级大促，A 级大促）及营销产品（天天低价、苏宁秒杀、苏宁拼购）的商品。

第三条 定义

历史最低页面售价（简称最低页面售价），取自活动前一定时间（校验期）内，该商品在苏宁易购所有页面售价中的最低价格。

第四条 最低页面售价类型

最低页面售价包含 S+/S 级大促页面售价、A 级大促页面售价、营销产品页面售价，具体根据活动不同校验不同时间周期（S+/S 级大促校验 30 天、A 级大促及营销产品校验 15 天）。各自使用范围以及校验时间如下：

具体类型	S+/S 级大促最低页面售价	A 级大促最低页面售价	营销产品最低页面售价
具体适用范围	在参加苏宁易购 S+/S 级大促时校验	在参加苏宁易购 A 级大促时校验	在参加限时抢购、拼购时校验
校验期	近 30 天	近 15 天	近 15 天
校验时间	商品申报时以及申报成功后至活动上线前		商品申报、审核、排期、发布等各环节

第五条 最低页面售价校验规则

报名参加苏宁易购发起的营销活动及营销产品的商品，其价格须满足最低页面售价的具体要求。上述 3 类最低成交价校验过程中，均有部分类目商品无需进行最低页面售价校验、部分场景产生的页面售价不会被校验，为最低页面售价基础排除规则。但根据各自业务特性以及适用范围不同，也会有各自的业务特殊排除规则。最低页面售价基础排除规则以及特殊排除规则如下：

1、【最低页面售价基础排除规则】为本规第四条所述 4 类最低页面售价规则在应用时所共同排除的部分，详情如下：

以下类目商品因其类目特殊性不进行最低成交价校验：

一级类目	二级类目
珠宝/钻石/翡翠/黄金	黄金首饰（新）、铂金/PT(新)、K 金首饰
新车/二手车	全部
摩托车/装备/配件	摩托车整车

整车（经销商）	全部
水产肉类/新鲜蔬果/熟食	新鲜水果、新鲜蔬菜/蔬菜制品、生肉/肉制品、冰淇淋/冻品、海鲜/水产品/制品、蛋/蛋制品、半成品菜
鲜花速递/花卉仿真/绿植园艺	鲜花速递(同城)、婚礼鲜花布置、商务用花、花艺包装/材料
保险	全部

2、【最低页面售价特殊排除规则】为本规第四条所述 4 类最低成交价规则依据各自营销活动的特殊性而分别适用的特殊排除规则，详情如下：

以下特殊场景产生的页面售价不计入对应营销活动类型的最低页面售价，即对应营销活动类型的商品价格无需与以下特殊场景所产生的真实交易价格进行比较：

日常价格剔除规则	
参与指定活动产生的页面售价不计入最低价，如拼购邀新团页面售价、拼购助力团页面售价、super 会员价（普通 super 价、spuer 会员营销价）、苏宁企业购页面售价、闪拍页面售价、特卖页面售价、苏宁众筹价、二手优品价、0 元试用。	
活动最低价校验规则	
S+/S 级大促活动中产生的最低价	校验营销产品，A 级活动，日常页面售价
营销产品中产生的最低价	校验营销产品，A 级活动，日常页面售价
A 级活动中产生的最低价	校验 A 级活动成交价，日常页面售价

第六条 附则

本规则自 2019 年 10 月 8 日对外公示，公示期公开征求意见，公示期满如无意见则于 2019 年 10 月 15 日正式生效。如有修改，则另行公示及通知。

苏宁易购平台最低成交价规则

第一条 目的

本规则的制定旨在保证平台活动价格心智，为消费者带来更好的购物体验。

第二条 适用范围

本规则适用于报名苏宁易购官方发起的营销活动（包括 S+，S 级大促，A 级大促）及营销产品（天天低价、苏宁秒杀、苏宁拼购）的商品。

第三条 定义

历史最低成交价（简称最低成交价），取自活动前一定时间（校验期）内，该商品在苏宁易购真实成交的最低价格，税费、运费、服务费、保险保费等非商品金额不计入最低成交价。

第四条 最低成交价类型

最低成交价包含 S+/S 级大促最低成交价、A 级大促最低成交价、营销产品最低成交价，具体成交价根据活动不同校验不同时间周期（S+/S 级大促校验 30 天最低成交价、A 级大促及营销产品校验 15 天）。各自使用范围以及校验时间如下：

具体类型	S+/S 级大促最低成交价	A 级大促最低成交价	营销产品最低成交价
具体适用范围	在参加苏宁易购 S+/S 级大促时校验	在参加苏宁易购 A 级大促时校验	在参加限时抢购、拼购时校验
校验期	近 30 天	近 15 天	近 15 天
校验时间	商品申报时以及申报成功后至活动上线前		商品申报、审核、排期、发布等各环节

第五条 最低成交价校验规则

报名参加苏宁易购发起的营销活动及营销产品的商品，其价格须满足最低成交价的具体要求。上述 3 类最低成交价校验过程中，均有部分类目商品无需进行最低成交价校验、部分场景产生的真实成交价不会被校验，为最低成交价基础排除规则。但根据各自业务特性以及适用范围不同，也会有各自的业务特殊排除规则。最低成交价基础排除规则以及特殊排除规则如下：

1、【最低成交价基础排除规则】为本规第四条所述 4 类最低成交价规则在应用时所共同排除的部分，详情如下：

以下类目商品因其类目特殊性不进行最低成交价校验：

一级类目	二级类目
珠宝/钻石/翡翠/黄金	黄金首饰（新）、铂金/PT(新)、K 金首饰
新车/二手车	全部
摩托车/装备/配件	摩托车整车
整车（经销商）	全部
水产肉类/新鲜蔬果/熟食	新鲜水果、新鲜蔬菜/蔬菜制品、生肉/肉制品、冰淇淋/冻品、海鲜/水产品/制品、蛋/蛋制品、半成品菜

鲜花速递/花卉仿真/绿植园艺	鲜花速递(同城)、婚礼鲜花布置、商务用花、花艺包装/材料
手机	全部
保险	全部

2、【最低成交价特殊排除规则】为本规第四条所述 4 类最低成交价规则依据各自营销活动的特殊性而分别适用的特殊排除规则，详情如下：

以下特殊场景产生的真实成交价格不计入对应营销活动类型的最低成交价，即对应营销活动类型的商品价格无需与以下特殊场景所产生的真实交易价格进行比较：

活动期间价格剔除不计入	
活动类型	剔除不计入
S+/S 级大促活动中产生的最低价	全部不计入
营销产品中产生的最低价	通过券、满减产生的成交价剔除不计入
A 级活动中产生的最低价	通过 A 级大促下预约，预定，券，满减，加购，购物补贴等活动产生的成交价剔除不计入
日常价格剔除规则	
参与指定活动产生的成交价不计入最低价，如拼购邀新团、拼购助力团、拼购抽奖团、拼购砍价团、super 会员价（普通 super 价、spuer 会员营销价）、苏宁企业购、闪拍、特卖、苏宁众筹、二手优品、0 元试用。	
活动最低价校验规则	
S+/S 级大促活动中产生的最低价	校验营销产品，A 级活动成交价，日常成交价
营销产品中产生的最低价	校验营销产品，A 级活动成交价，日常成交价
A 级活动中产生的最低价	校验 A 级活动成交价，日常成交价
成交价计算规则	
到手价计算逻辑：到手价=订单商品实付价格（优惠分摊，不计算运费，税费，运费险）+还原部分（含云钻兑换得到的权益，如抵扣金额，优惠券，购物补贴；平台理赔给消费者/小游戏中获得的无敌券；苏宁金融渠道发放的优惠券，或支付时立减的金额）	

第六条 附则

本规则于 2019 年 7 月 1 日首次发布公示，公示期间征求相关意见。公示期满如无意见将于 2019 年 7 月 8 日 00:00:00 生效，如有修改将另行通知。

苏宁易购商品价格力规则

第一条 商品价格力定义

商品价格力是苏宁易购提供给商家，帮助商家在营销活动期间更好的管理商品价格的工具。商品申报营销活动或营销产品后，根据申报的价格及同时期存在的促销工具，计算出商品在活动期间大部分可享有的普惠到手价，与校验周期内商品的最低成交价进行比较，计算得出商品价格力。

第二条 最低成交价定义及计算

定义：在计算周期内，商品在苏宁易购真实成交的最低价格。

具体关于最低成交价规则，可点击参考《苏宁易购平台最低成交价规则》。

第三条 普惠到手价定义及计算

定义：普惠到手价是根据商品的活动价，促销工具的优惠，计算出大部分消费者最容易享受的到手价。

计算条件：

各优惠工具优惠金额的计算方式如下：

<table>
<tr><td colspan="5">参与普惠成交价计算条件</td></tr>
<tr><td>优惠工具</td><td colspan="2">领取时间</td><td>张数要求</td><td>优惠属性</td></tr>
<tr><td>购物补贴</td><td colspan="4">计入</td></tr>
<tr><td>限品类云券/易券</td><td colspan="2" rowspan="3">券活动时间动态覆盖活动预热期+爆发期</td><td>券活动数量≥1000</td><td rowspan="4">非限制指定人群领取</td></tr>
<tr><td>店铺云券/易券</td><td rowspan="2">每人每天参与次数≥100</td></tr>
<tr><td>平台云券/易券</td></tr>
<tr><td>满件打折/订单直降</td><td colspan="2">活动周期动态覆盖活动预热期+爆发期</td><td>/</td></tr>
</table>

针对同一商品设置多重优惠，若多重优惠均符合计入条件， 则会按照叠加规则进行叠加计算。具体各优惠计算方式如下：

<table>
<tr><td>优惠工具</td><td>优惠计算方式</td></tr>
<tr><td>购物补贴</td><td rowspan="5">按照最高门槛，等比例计算</td></tr>
<tr><td>限品类云券/易券</td></tr>
<tr><td>店铺云券/易券</td></tr>
<tr><td>平台云券/易券</td></tr>
<tr><td>满件打折/订单直降</td></tr>
</table>

如：某商品价格 100 元，有优惠（券/订单直降）满 200 元减 10 元，则商品普惠到手价为 100-100/200*10=95 元。若优惠（券/订单直降）有两档不同门槛，分别为满 200 元减 10 元以及满 300 元减 30 元，则商品普惠到手价为 100-100/300*30=90 元

第四条 常见 FAQ

1、商品价格力如何计算？

答：商品申报后，会根据商品活动报名价及优惠玩法（如购物补贴、满减活动、优惠券等），计算出普通消费者基于当前活动价最容易享受到的普惠成交价，该普惠成交价会和校验周期内最低成交价进行比较，计算出 “商品价格力”。

2、普惠成交价是什么？哪些优惠会被纳入计算？

答：普惠成交价是基于活动报名价及设置的优惠，计算出消费者最容易享受到的到手价。购物补贴、店铺云券/易券、平台云券/易券、限品类云券/易券、满减满折、等优惠，当设置的门槛和条件符合消费者最容易享受到的优惠时，会纳入普惠成交价的计算。具体各工具计算条件以商品报名阶段-商品申报页显示为准。

3、商品价格力怎样提升？

答：可通过调低活动价，或加大促销工具满减力度提升商品价格力。

4、为什么修改了活动价/促销优惠，商品价格力扔未更新？

答：因数据计算有一定时效性，故商品价格力调整需要一段时间后才会生效。原则上今日调整的数据将于次日展示。若您进行了调整，请密切关注页面。

5、为什么我的商品不展示商品价格力？

答：因商品价格力计算需将普惠到手价与校验周期内最低成交价比较， 如您的商品无最低成交价，则不会展示商品价格力。同时，若您参与的活动未通过审核，或活动已结束都将无价格力数据。

6、最低成交价的校验时间周期是多久？

答：最低成交价的校验时间周期与最低标价在活动前的校验时间周期保持一致，营销产品一般计算近 15 天最低成交价，S 级特殊大型营销活动一般计算近 30 天最低成交价，具体请以活动招商规则或活动招商说明页为准。

7、最低成交价在不同活动的计算逻辑是否会有差异？

答：会有差异。如：营销产品在使用最低成交价计算商品价格力时，会剔除 S 级大型营销活动价格。具体活动是否会使用最低成交价计算价格力、使用时间/方式请以活动招商规则或活动招商说明页为准。

第五条 附则

本规则于 2019 年 11 月 25 日首次发布公示，公示期间征求相关意见。公示期满如无意见将于 2019 年 12 月 2 日 00:00:00 生效，如有修改将另行通知。

天天低价基础招商规则

第一章 概述

第一条【目的和依据】为促进开放、透明、分享、责任的新商业文明，保障天天低价用户合法权益，维护天天低价正常运营秩序，根据《商家管理规则总则》、《苏宁云台服务协议》、《苏宁易购营销平台商家管理规则》等相关规则和协议的规定，特制定本标准。

第二条【适用范围】本标准适用于参加天天低价日常单品及品牌活动的所有商家。

第三条【效力级别】本标准是《苏宁云台服务协议》、《苏宁易购营销平台商家管理规则》的配套规则。上述协议中已有规定的，从其规定，未有规定或本标准有特殊规定的，按照本标准执行。

第四条【说明】商户在天天低价上的任何行为，应同时遵守与苏宁及其关联公司所签订的各项协议。天天低价有权随时变更本规则并在网站上予以公告，完成公示期并征求意见后生效。若商户不同意相关变更，应立即停止使用天天低价的相关服务或产品。天天低价有权对商户行为及应适用的规则进行单方认定，并据此处理。

第二章 准入

第一节 报名

第五条【商家条件】商家必须同时符合以下条件，方可报名。同时天天低价也有权基于选择更为优质商品/商家等原因，面向满足特定要求的商家定向招商：

（一）报名基本条件：

1、商家须符合《苏宁易购招商标准》、《苏宁易购营销准入基础规则》、《苏宁易购营销平台商家管理规则》要求；

2、不在因违反《商家管理规范总则》、《苏宁易购营销准入基础规则》、《苏宁易购营销平台商家管理规则》导致的处罚期内；

3、支持消费者保障服务，并承诺提供正品保障服务；

4、商家开店时长（即店铺上线时间）须满 30 天（含）（新奇特商品、农村电商扶贫项目商户暂不做要求）；

5、商家开店时长（即店铺上线时间）已满 180 天（含）且近 180 天（含）内未达成任何成交的商家，将被限制参加天天低价活动。

6、店铺服务体验星级不得低于 3.5 星；

7、店铺综合等级不得低于银牌；

8、商家近 30 天纠纷退款率小于 2.5%；

9、商家近 90 天店铺订单金额退款率不超过 8%。

10、支持七天无理由退换货，下述商品除外：

（1）消费者定做/定制类的商品，如个性定制，设计服务等；

（2）鲜活易腐类的商品，如鲜花绿植，水产肉类，新鲜蔬果，宠物等；

（3）在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；

（4）交付的报纸、期刊；

（5）海外购海外店铺出售的商品；

（6）其他根据法律法规或商品属性不适合退换货的商品。

11、商家应合法、合规经营并确保所活动商品及其来源、售卖（含价格）完全符合国家法律法规等有关规定，确保商品无任何质量、权利瑕疵，并保留所有相关有效凭证。

（二）商家存在以下任一情形的，不得报名。参加天天低价活动：

1、违规计分周期内，店铺存在《商家管理规范总则》中严重违规行为处罚的；

2、因发生违规行为被屏蔽店铺的商家，屏蔽期未届满的；

3、店铺因违规而处于苏宁云台限制参加营销活动，尚在处罚期内的；

4、店铺因违反天天低价规则或《苏宁易购营销平台商家管理规则》导致被限期参加天天低价活动，导致被限期中止天天低价活动，尚在处罚期内的。

（三）商家及其报名店铺必须签署天天低价相关准入协议，包括但不仅限于《天天低价服务协议》、《易付宝代扣协议》及日常活动相应的具体活动协议，并同时遵守相应有效规则、规范和标准。

（四）除符合本标准相关要求外，报名商家还需符合所报名的具体天天低价活动类型的招商标准，以及苏宁云台关于所属商品品类的招商标准。

第六条【商品条件】商品必须同时符合以下条件，方可报名参加天天低价：

（一）商品基本资质：

1、报名商品的价格须符合《苏宁易购平台最低成交价规则》《苏宁易购平台最低页面售价规则》。

2、品牌商品必须有品牌方提供的售卖证明、或者商品以报名库存为要求的购买发票、或者有品牌渠道商的资质证明；自有品牌商品提供自有品牌的相关证明。

3、报名商品历史销售记录（新品及有价优惠券除外）：

（1）商品价格在 500 元（含）以下的，报名商品近 30 天的历史销售记录必须在 20 笔及以上；

（2）商品价格在 500 元以上，3000 元（含）以下的，报名商品近 30 天的历史销售记录必须在 10 笔及以上；

（3）商品价格在 3000 元以上的，报名商品近 30 天的历史销售记录必须在 5 笔及以上。

4、报名商品的评价数量不少于 10 条，好评率须在 90%以上；

5、报名商品库存要求：

（1）除类目为有价优惠券的商品外，其他类目商品报名库存数量下限 =5000 元/抢购价；

（2）类目为有价优惠券的商品，报名库存数量下限=100 元/抢购价；

（3）活动开始时，商品实际库存不得小于商品报名库存。

6、【包邮】除特殊类目商品外，其他报名商品必须支持包邮。包邮是指由卖家承担从卖家处发货到买家处的大陆地区（大陆地区，是指除香港、澳门、台湾地区以外的中国所有省、直辖市和自治区）首次发货的运费；

（1）家装主材、家装灯饰光源、基础建材、住宅家具、商业/办公家具类目下的大件商品，支持包物流；

（2）电动车/配件/交通工具、电动车整车、电动摩托车、电动自行车、电动三轮车、电动四轮车、老年代步车类目、摩托车整车、沙滩车、摩托车实体服务、船舶整船、整车、飞行器整件等不支持包邮服务。

7、【发货时间】商家需按照《苏宁云台商家发货管理规范》进行发货。

（二）除符合以上商品基本资质外，报名商品图片为 800*800 白底，大小控制在 200Kb 以内，图片清晰，主题明确且美观，不拉伸变形、不拼接，无水印、无 logo、无文字信息，支持 JPG、JPEG、PNG 格式；

（三）报名商品的展示名称必须是 8-14 个汉字或 16-28 个字符以内，标题格式为“品牌”+“商品内容”，商品描述清晰准确，严禁堆砌关键字，不可出现特殊符号。如：南极人加绒加厚保暖牛仔裤、稻香村坚果礼 1508g；

（四）报名商品的卖点须填写促销卖点或产品卖点，单个卖点控制在 7 个汉字或 14 个字符以内，一个商品最多可展示两个卖点，如：领券立减 30，下单立享优惠；

（五）报名品牌的品牌卖点须填写促销卖点或产品卖点，控制在 6 个汉字或 12 个字符以内，如：满 99 减 50；品牌下的商品卖点控制在 7 个汉字或 14 个字符以内；

（六）报名商品图片需保证取得有效版权人或肖像权人等第三方权利人明确授权并有可转授权权利证明；且权利证明文件必须真实完整，确保合作期内持续有效；

（七）报名商品必须设置商品限购数量，如无特殊要求，商家应当对商品维护限购数量，建议 5 件，最高不超过 99 件，避免消费者批量购买；有库存限制的，必须在页面明确参与天天低价活动的商品数量，库存销售完毕的，应当及时在页面维护活动已结束或下架商品，避免消费者误解。

（八）报名商品的天天低价活动期间的售价不得高于此商品在苏宁易购近 30 天历史最低价。

（九）除符合本标准相关要求外，报名商品还需符合所报名的具体天天低价活动类型的招商标准，以及苏宁云台关于所属商品品类的招商标准。

第七条【疲劳度控制】

（一）一个商家在 1 个自然月内参加天天低价日常单品抢活动，最多 8 次；

（二）一个商家在 1 个自然月内参加天天低价品牌抢活动，最多 5 次

（三）类目为有价优惠券的商品不计疲劳度；

（四）从商品报名开始到活动结束前，商品不允许重复报名。在此期间内，若审核未通过或活动取消，可以再次报名。

第二节 审核

第八条 【审核原则】本着对消费者负责的原则，针对所有报名商品，天天低价将根据包括但不限于如下维度择优选择高品质商品：

（一）参团品牌为国际、国内知名品牌或苏宁易购 TOP 品牌者优先；

（二）报名商品为店铺主营类目的日销 TOP 商品者优先；

（三）报名商品备货充足者优先；

（四）店铺近六个月日常销售、天天低价销售和店铺历史活动表现良好者优先；

（五）店铺服务体验星级、评价数、好评率高者优先。

第九条 天天低价将根据具体的经营和业务需要，适时新增或调整相应审核标准，具体以届时的活动报名通知为准。

第三节 排期

第十条【排期方式】遵照天天低价品类规划，优先以商家报名时选择的开团时间进行排期，但天天低价保留特殊情形下对开团排期时间进行调整的权利。

第十一条【排期确定】商品实际排期以最终页面展示的排期时间为准，特殊节假日和特殊营销活动的开始时间以届时公告为准。

第四节 商品信息修改

第十二条【修改限制】商品从待审核到开团前，全程可进行相关信息的编辑与修改；开团后，限制修改商品信息，如需修改受限信息，请联系对应品类招商管理人员。商家商品信息编辑和修改，应按照《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》、《中华人民共和国电子商务法》规定对其发布信息中属于广告的部分显著标明“广告”，使该部分信息具有可识别性，消费者能够辨明其为广告。

第十三条【处罚办法】审核通过的商品，商家不得私自更换商品，也不得增加审核前不存在的内容，否则将被视作违背承诺，并根据《商家管理规范总则》予以处罚。

第十四条 若天天低价具体业务类型招商标准中有特殊规定的，按照其标准执行。

第五节 等待上架

第十五条【等待上架】商家可以在商品审核通过后，在商家后台等待上架，等待上架截止至商品预热展示开始之时。在商品预热展示前，商品可以按日常销售价格进行销售。

第十六条【商品锁定】天天低价在商品开团前一天 0 点对参团商品信息进行锁定，一旦锁定，将限制修改商品信息。

第十七条【取消交易】等待上架期间，商家存在以下任一情形的，将被取消相关天天低价活动资格：

1、店铺不存在或商品已被删除；

2、店铺违反《商家管理规范总则》、《苏宁易购营销平台商家管理规则》导致无法正常参加；

3、等待上架前不符合当前活动的商家和商品报名准入条件；

4、实际参团时商品的材质、成分、品质等描述与报名时不一致；

5、商品获得排期后，在商品等待上架前中途退出当前活动；

6、出现强制搭售或拼款；

7、提供的质检报告已过有效期；

8、根据法律法规、苏宁云台平台规则或具体情形判定，需要取消活动的其他情形。

第十八条 若商家报名的天天低价具体业务类型招商标准中有特殊规定的，按照其标准执行。

第三章 交易

第十九条【服务保障】参团商品必须按照店铺保障情况提供相关服务保障（例如提供发票、七天无理由退换等服务）。

第二十条【交易超时】购买天天低价商品的买家，未在点击天天低价页面上参团按钮后 30 分钟内付款成功的，系统将自动关闭该笔交易。其余环节的交易超时遵循《商家管理规范总则》关于交易超时的通用规定。

第二十一条【商品库存】天天低价页面展示的库存为拍下库存，订单拍下后 30 分钟未付款且被系统关闭的库存，将会在订单关闭后被释放。

第二十二条 订单交易纠纷的处理依据，以《苏宁云台交易争议处理规范》以及平台仲裁机构仲裁处理结果为准。

第四章收费

第二十三条 具体依据《天天低价收费规则》中相关规定，该细则如有变动或更新的，应以其变动/更新内容为准。

第五章 违规处理

第二十四条【违规处理】《苏宁易购营销平台商家管理规则》中已有规定的，从其规定，未有规定的，按照《商家管理规范总则》等相关规则执行。

第六章 附则

第二十五条【生效时间】本规则于 2020 年 1 月 9 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见,如有修改，则另行公示。

第二十六条【新旧衔接】天天低价商家的行为，发生在本标准生效之日以前的，适用当时的标准。发生在本标准生效之日以后的，适用本标准。

第二十七条 如各类目准入规则有特别规定的，遵从该规定；没有规定的，以本标准为准。

第二十八条 天天低价亦将定期或不定期组织各类营销活动，营销活动的具体活动标准有特别规定的，从其规定；无特别规定的，按照本标准执行。

天天低价收费规则

第一条 收费范围

所有报名参加天天低价活动，并审核通过的商家。

第二条 收费模式

平台商家商品报名参加天天低价活动，会针对活动期间产生的订单收取交易服务费。

交易服务费：活动开始后，天天低价交易订单在消费者确认收货时，将会根据用户确认收货的金额扣除一定比例的交易服务费，实时进行划扣。各类目收费明细见《天天低价收费费率》。

第三条 收费方式

1、收取维度：商品参与天天低价活动产生的订单后，根据不同类目根据确认收货订单收取和类目费率收取交易服务费，费用均直接从商家易付宝余额划扣；

2、收取时间：天天低价交易订单在消费者确认收货时，扣除一定比例的交易服务费，实时进行划扣；

3、收费公式：交易服务费计算方式=消费者确认收货的累计金额*类目收费费率。

第四条 收费对象

天天低价收费系统为商家提供自主选择是否参加天天低价招商活动的权利，收费项目包含单品抢、品牌抢。

第五条 收费处理原则

1、若商品存在以下情况，取消商品活动资格，活动商品将按正常参加天天低价活动结算费用；

（1）活动期间，系统校验到活动商品的状态变更为不可正常售卖的；

（2）活动期间，因商家违规，被天天低价取消活动资格的。

2、以活动开始后, 天天低价按消费者确认收货的总金额乘以类目收费费率，实时划扣交易服务费，收货后退款的订单，天天低价不进行退费。

第六条 发票开具

1、天天低价资源费开票类型为增值税专用发票，发票开具项目为服务费，发票开具税率为6%，由平台商家在 SOP 管理后台申请开具；

2、商家自行选择开具资源费发票；

3、当年度所有发票开具时间应当在次年 1 月 31 日之前申请，逾期将不再受理。

第七条 附则

1、审核通过商品须遵循天天低价规则；

2、本实施细则公示时间 2020 年 1 月 9 日，修订生效时间 2020 年 1 月 16 日；

3、天天低价商家参加天天低价活动，发生在本标准生效之日以前的，适用当时的标准。发生在本标准生效之日以后的，适用本标准；

4、本规则有特别规定的从其规定，本规则无特别规定的，遵循苏宁云台规则和天天低价规则；

5、天天低价收费明细：具体细分到三级类目费率请参看文件《天天低价收费费率表》。

苏宁拼购营销产品管理规范

第一章 概述

第一条【目的和依据】为保障苏宁拼购用户权益，维护苏宁拼购正常的运营秩序，根据《商家管理规范总则》及苏宁云台其他相关规则，制订本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于报名参加苏宁拼购营销产品的所有商家。

第三条【苏宁拼购定义】苏宁拼购是一种基于互联网人人社交而将网购决策环节进行社群化包装的新型营销方式，目前规划 7 个子频道：精选、9.9 包邮、母婴、水果生鲜、零食饮料、美妆、生活日用。

第四条【苏宁拼购活动形式】苏宁拼购活动形式包含：重点策划类活动、日常连版活动。

第二章 商家准入

第一节 报名

第五条【商家条件】报名参加苏宁拼购的商家，除应符合苏宁云台各类目行业资质标准外，还应符合以下条件：

1、店铺在苏宁易购的开店时长在 30 天及以上；

2、报名店铺近 180 天店铺综合评分须达 4.6 及以上；

3、目前仅对超市、母婴、百货、3C 配件类目招商。

第六条【商品条件】报名商品必须同时符合以下条件，方可报名：

1、报名商品好评率须达到 90%及以上；

2、报名商品评论数量须达到 10 条及以上；

3、报名商品活动数量须达到 500 件及以上（秒杀、主推类选品除外）；

4、暂不支持海外购、SWL 和套餐商品报名；

5、品类 TOP10 商品须为国内外一、二线品牌，价格须低于正常促销价格 9 折，且为同时间段内各促销活动的最低价格 30 天内最低价；

6、不支持用券、满减和买二付一等促销形式；

7、苏宁拼购所有商品必须支持包邮（香港、澳门、台湾地区除外）。

第二节 报名审核

第七条【审核期限】苏宁拼购在活动报名时间截至后的 3 个工作日内完成审核。

第八条【审核原则】本着对消费者负责的原则，针对所有报名商品，苏宁拼购将根据包括但不限于以下维度择优选择高品质商品参加活动：

1、报名商品备货充足者优先；

2、店铺近六个月日常销售、苏宁拼购销售和店铺历史活动表现良好者优先；

3、店铺三项 DSR、评价数、好评率高者优先。

除以上的各项审核标准外，苏宁拼购也将根据具体的经营和业务需要，新增或调整相应审核标准并以届时报名活动的页面公示信息为准。

第三节 商品发布

第九条【发布规则】商家发布苏宁拼购商品，应特别遵守以下规则：

（1）图片要求

①图片要求：710*400，小于 150KB；

②图片上不得出现满减、用券及买二付一等促销消息。

（2）商品标题

商品标题命名应遵循“品牌/产地+商品+规格”的规则。

（3）商品卖点

应简洁有力，不得出现满减、用券及买二付一等信息，不得与商品名称完全相同。

第四节 商品管理

第十条【商品管理】苏宁拼购根据提报商品做排期规划，商品上架销售后，出现下列情况，苏宁拼购有权下架相关商品：

（1）商品上架 24 小时后无任何销售，苏宁拼购有权对商品进行下架处理；

（2）商品因价格、库存等原因出现异常，苏宁拼购有权进行下架处理。

第三章 违规管理

第十一条【违规行为】商家参加苏宁拼购时应严格遵守《商家管理规范总则》等平台规则；如发生违规行为，苏宁拼购将依据相关规定作出处理。

同时苏宁拼购还可以根据管理需要，采取以下管理措施：

（1）商家报名苏宁拼购上传素材不符合苏宁拼购规范，予以警告处理；

（2）商家商品在报名苏宁拼购期间，由于商家原因（以更低的价格报名其他营销活动等）导致苏宁拼购活动异常，将下架商品并限制商家 7 日内再次参加苏宁拼购活动；

（3）商家主推选品，由于物流、品质等原因导致商品 DSR 低于 4.3，将限制商家 7 日内再次参加苏宁拼购活动。

第四章 附则

第十二条【生效时间】本规范最新修订及发布时间为 2018 年 12 月 26 日，生效时间为 2019 年 1 月 2 日。

试用营销产品管理规范

第一章 概述

第一条【目的和依据】为促进开放、透明、分享、责任的新商业文明，保障试用用户的合法权益，维护试用的正常运营秩序，根据《商家管理规范总则》及苏宁云台相关管理规则，制订本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于报名参加试用的所有商家。

第三条【试用定位】商家向用户提供商品的免费或付邮试用，从而获取品牌推广、店铺流量提升、用户销售信息、市场调研以及试用报告，以培养大量潜在用户，为精准二次营销提供支持。

第四条【免费试用】商家提供的试用商品无需用户支付费用，用户申请条件，需关注店铺；微信分享邀请好友参与可提升获奖概率，获取用户需提交试用报告，试用报告通过无需返还商品；用户获取试用品一个月内未提交或者试用报告未通过审核的，商家保留试用品回收的权利（商家自己回收）。

第五条【付邮试用】商家提供的商品设置一定的付邮费用，邮费不超过 10 元；用户仅支付邮费即可获取商品的试用权，用户需提交商品评价。

第二章 试用报名

第六条【免费试用报名】商家参加免费试用，须进行报名，参加免费试用、付邮试用须满足以下条件：

1、免费试用

（1）商品总价值（单价*数量）大于等于 200 元；商品单价不低于 40 元；

（2）试用商品须是原厂出产合格全新且在保质期内的产品；

（3）用户申请成功后，商家须在 3 天内发货。

2、付邮试用

（1）每个商家每天提报商品不得多于两款，每款商品每周提报不得多于两次，第二次提报须第一次抢购完毕；

（2）报名商品数量不得少于 10 件、不高于 200 件；

（3）商品易购价 15 元及以下，不支持报名；

（4）付邮试用邮费与商品四级页设置无关联，商品易购价 15 元以上，运费设置不高于 10

元；

（5）试用商品须是原厂出产合格全新且在保质期内的产品；

（6）须支持全国范围内发货，用户申请成功后，商家须在 2 天内发货。

第三章 试用运营

第七条【试用报名审核】商品报名后每个工作日内 18 点前运营审核完毕。

第八条【试用名额确定】商品展示结束后系统将于第二天自动审核完毕。

第九条【试用商品展示】免费试用商品展示时间为 7-10 天，付邮试用商品展示时间为 4 天。

第十条【试用报告展示】试用报告将在商品评价模块展示。

第四章 违规行为及违规处理

第十一条【违规处理】商家在报名参加试用活动期间，如有违规情形，苏宁易购将立即下架该报名商品并限制商家报名试用活动七天。

同时根据商家下述违规情形分别处理：

（1）试用商品商家拒绝发货，苏宁易购进行先行赔付后有权在商家保证金中扣除相应款项，同时永久限制该商家参与试用活动；

（2）商家临时下架付邮试用商品、或出现商品无货等情况，造成用户投诉等恶劣影响的，苏宁易购将限制商家报名试用活动三十天。

第五章 附则

第十二条【生效时间】本规则于 2018 年 12 月 21 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 12 月 28 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

新品首发管理规范

第一章 概述

第一条【目的和依据】为帮助商家更好的参与新品首发产品，打造苏宁新品心智，根据《商家管理规范总则》及苏宁云台相关管理规则，制订本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于报名参加新品首发的所有商家的所有产品。

第三条【新品首发定义】新品首发是一款服务于新品上线各个周期，采用多种推广与内容方式，提升新品曝光与销售的营销产品。

第四条【资源介绍】新品首发资源包括以下四大类：

频道资源：是指“新品首发”频道内所有展示资源，新品首发公众号微信微博等频道拥有的资源；

站内资源位：是指新品首发产品沟通合作的，站内包括但不限于主站资源位，搜索资源，Push 资源等资源；

内容输出资源：是指新品首发产品沟通合作的，内容运营中心输出的包括但不限于发现频道资源位，软文输出，视频直播，好货清单等资源；

推广资源：是指新品首发产品沟通合作的，营销策划中心输出的包括但不限于新闻媒体传播，KOL 传播，话题打造等资源。

第二章 报名与审核

第五条【新品定义】新品定义包括适用于报名新品首发的产品定义，以及新品级别的定义。

新品包括：3 个月内上市的新产品；非新品但之前未曾在苏宁上架销售的产品；季节性新上线的换季上线品；已有产品无功能提升，但全新包装的产品。

第六条【新品级别】新品首发按照新品的重要程度区分新品级别，不同级别的新品匹配不同的资源匹配。

级别	定义	举例	资源匹配
S 级	拥有最高市场关注度的品类与品牌的年度旗舰；拥有革命性技术提升的产品；	苹果、戴森发布的产品；索尼、小米、华为、惠普、联想等发布的年度主推产品。	新品频道与合作部门的所有资源。
A 级	一、二线品牌发布的主力产品；品牌强力主推，并拥有最高资源倾斜的。	小米 Note3、红米系列；苹果 watch 系列；大疆 Phantom 4 等。	新品频道所有资源，合作频道视品牌投入而定。
B 级	知名品牌发布的新产品；高市场关注度品类的新产品或小众品类的领先产品。有一定推广资源投入	例行处理器升级的笔记本；3c 数码配件或其他品类的普通新品。	新品频道与合作部门的资源视品牌投入而定。

B 级以下	一般新品，无推广资源		频道一般资源位

第七条【报名流程】新品报名遵循以下流程

新品招商：不定期进行新品招商，具体见规则公示或新品频道沟通群；

品牌提报：品牌根据新品招商发布的要求，或根据自身新品发布周期，建议提前一个月进行沟通；

沟通与方案确认：品牌与新品首发部门确认新品发布方案，资源投入，上线时间等；

提交素材：根据各资源的要求提交，按时提交素材；

审核素材：新品部门与合作部门审核素材，不符合的素材按要求进行更改；

活动执行：按照先前沟通的方案执行活动。

第八条【报名条件、时间与具体展示说明】

1、频道资源：频道内拥有的资源位，所有资源位至少提前一周确认，提前 2 天提交相关素材。

名称	介绍	展示时间	提报要求	素材规范
连版	频道最佳位置，可并列五个。展示产品与产品卖点	1 天为 1 周期，最多连续三个周期；同商品一周只能参与一次	报名新品首发的商品；需拥有试用，首发，品牌日等特定活动	按照模板制作，必须展示无背景产品图
中通	频道最佳位置，频道横 banner，以展示品类品牌活动为主	1 天为 1 周期，最多连续三个周期；同品牌品类一周只能参与一次	报名新品首发的商品；需拥有试用，首发，品牌日等特定活动	尺寸 710x200，自由发挥，风格符合频道调性，描述清晰即可。
免费试用	展示参与免费试用的产品，可最多放置 10 个	每日更新，挑选较好的试用商品，并根据品牌活动展示，过期自动	报名免费试用的商品；	按照模板制作，必须展示无背景产品图
大广告	较大的展示位置，主要方式产品或活动的海报，一共两个。	1 天为 1 周期，最多连续三个周期；同商品一周只能参与一次	报名新品首发的商品；需拥有试用，首发，品牌日等特定活动	尺寸 710x300，自由发挥，风格符合频道调性，描述清晰即可。
小广告	较小的展示位置，主要展示产品，一共四个每行两个	1 天为 1 周期，最多连续三个周期；同商品一周只能参与一次	报名新品首发的商品	按照模板制作，必须展示无背景产品图
内容文章	分类资讯资源，包括精选、最前沿、数码控、生活家、洋范儿五个类目	特定文章可置顶 3 天，一般情况下每天更新文章。	报名新品首发的商品；有符合标准的软文可提供	符合内容运营中心规范的软文，并提供软文 id
底栏定制	可将低栏菜单中的图标定制生成	1 天为 1 周期，最多连续三个周期；同商品一月只能参与一次	报名新品首发的商品；产品级别需 A 以上，需拥有试用，首发，品牌日等特定活动	40x40 定制图标；活动页承接链接

霸屏	进入页面之后的霸屏弹窗，每个用户每天只会收到一次。	一天，同商品一月只能参与一次	报名新品首发的商品；产品级别需 A 以上，需拥有试用，首发，品牌日等特定活动	按照模板制作

2、微信公众号：新品试用频道拥有公众号近 25 万粉丝，并与新品试用频道实现互通，用户可以通过微信访问频道，查看试用进度等。可进行品牌活动推送，试用推荐，福利发放，软文转发等。需 S 级品牌或产品；拥有试用产品；品牌活动力度大。提前一周沟通申请，提前 2 天提交相关素材。

3、站内资源位：

类型	端口	形式
站内搜索资源	PC	热搜词
		搜索横通（1 个词）
	APP	热搜词
		搜索横通（1 个词）
		搜索红包雨
站内展示类资源	PC	联版 2（左侧大图）
		横通 1
	APP	联版 4-8
		横通 1-3/2-3
站内效果类资源	APP	PUSH（¥0.5/条）
合计		

站内资源位的最终解释权归广告经营中心，新品相关资源位需提前一个月申请，提前一周提交相关素材。

4、内容输出资源：

运营坑位	上线条件	频率	要求
今日热门广告位	品牌级以上	1 次/周	素材预估 PV>5W
首屏前三坑位	品牌级以上	2 次/周	素材预估 PV>3W
tab	公司级以上	待定	素材预估 PV>1W
发现弹窗	公司级以上	待定	素材预估 PV>5W
今日推荐	公司级以上	待定	素材预估 PV>5W

站内资源位的最终解释权归内容运营中心，新品相关资源位需提前 15 天申请，提前 3 天提交相关素材。

软文输出：提供不少于 3000 元的试用产品，提交产品的 20 天内，由达人团队输出相关测评口碑软文，软文将在新品频道、发现频道、好货等资源位展示；

直播合作：具体流程与资源参考直播平台管理规范，或联系新品相关运营进行沟通；

5、推广资源：

新闻输出：根据传播的内容和想要达到的效果，选择新闻客户端账号和媒体渠道，确定后通过外部公司发布，我们不直接发布。特殊稿件根据传播需要，选择特定类型的自媒体人或专业机构，然后根据采购进行报价，无误后直接与媒体人沟通，进行深度稿件撰写；

社交媒体互动：根据传播的内容和要覆盖的渠道选择大号，然后给采销询价，询价完成支付相关费用使用；

推广资源的最终解释权归市场策划中心，新品相关资源位需提前一个月申请，提前一周提交相关素材。

第九条【审核原则】所有报名新品首发的产品将在 1 个工作日内完成审核，在曝光时间冲突的情况下，根据包括但不限于以下维度选择优先展示的产品：

按时，按要求提交的产品优先；

新品级别越高的产品优先；

相同级别，资源投入越高的产品优先；

具有更高关注度的产品优先。

第三章 违规管理

第十条【违规行为】品牌参加新品首发时应严格遵守《商家管理规范总则》等平台规则；如发生违规行为，将依据相关规定作出处理。

同时新品首发还根据管理需要，采取以下管理措施：

品牌报名未按照时间，按照要求提交素材：第一次予以警告，第二次取消本次活动资格；

品牌在新品展示期间，引导的链接，产品四级页等出现问题：限 1 小时内进行修复并予以警告，否则取消本次活动资格；严重者取消 1 个月新品首发报名资格；

品牌的新品由于描述不符、物流、品质等原因导致用户进行投诉：经核实确是产品质量或服务问题，取消 1 个月新品首发报名资格。

第四章 附则

第十一条【生效时间】本规范最新修订及发布时间为 2017 年 10 月 12 日，生效时间为 2017 年 10 月 19 日。

内容导购体系商家内容输出规则

第一条【目的和依据】为增强会员体验，规范苏宁易购内容导购体系商户内容输出，根据苏宁云台《商家管理规范总则》及相关细则制定本规则。

第二条【清单和软文】内容导购体系商家内容形式主要包含清单和软文，清单和软文定义如下：

1、清单：指按主题或具体场景，推荐的多款商品的商品集合；

2、软文：软文含购物指导、攻略型文章及商品评测等，购物指导或攻略型文章指对商品的推荐和商品卖点的突出，商品评测指对商品属性的详尽描述。

第三条【条件】内容输出除须满足苏宁云台《商家管理规范总则》、《禁止使用国家领导人及家属名义开展营销活动管理细则》等规则外，还须满足以下条件：

要求	清单	内容
封面大小	710*320	750*750
封面图片要求	清晰美观精致、符合主题、无牛皮癣、无水印、无拼接、无 logo、无多余文字、非影视剧截图、非白底图、没有拉伸等	
其他图片要求	商品封面图应美观、主体明确，无水印、无拼接、无 logo、无多余文字、无牛皮癣等	软文首图应清晰，与主题契合
标题字数	15 字左右，不得超过 20 字	15 字左右，不得超过 20 字
标题其他要求	主题明确、简明扼要、有吸引力、不得有特殊符号，可包含商品品类、用户人群、购买场景、商品卖点等	主题明确、不能有特殊符号、有吸引力
文案	字数控制在 50-150 字，符合清单主题，导购思路清楚，场景明确，内容实际，避免使用生硬营销语、折扣优惠、大促信息，或大而空的语句	原创，图文并茂，段落排布合理，有引文和结束语，忌大量文字堆砌，可读性强，可以为商品评测或购买攻略，不得为单纯的活动推广或促销信息；购物指导类内容须包含推荐语，严禁简单罗列商品
选品	符合清单主题，不得超过四个品类，单品数量 8-20 个，不得出现同款不同型号商品，不得出现假冒伪劣、高仿山寨商品	单品 3 个及以上，不得有售罄情况；评测类文章单品可为 1 个，商品应有推荐语，不得直接堆砌

第四条【违规处理】商家内容输出应严格遵守《商家管理规范总则》等平台规则，如发生违规行为，苏宁易购有权依据相关规定作出处理，有权对商户输出内容予以删除，或限制商户内容输出，情节特别严重的，苏宁易购有权对店铺采取屏蔽、清退等处理措施。

第五条【生效时间】本规则于 2017 年 2 月 6 日公布，自 2017 年 2 月 13 日生效。

苏宁易购内容创作者管理规则

第一章概述

第一条【适用范围】

适用于使用苏宁合伙人平台（域名为 https://dr.suning.com/）及苏宁直播平台（域名为 http://slv.suning.com/slv-web/anchor/index.htm）的服务发布内容、进行信息推广的单位、个人用户（包括苏宁平台卖家、苏宁达人、媒体、机构等），统称“内容创作者”（以下简称“创作者”）。创作者可通过苏宁合伙人平台、苏宁直播平台（以下简称“平台”）发布文字、图片、视音频、表演（直播）等内容，在苏宁平台各站内渠道（包括创作者个人主页、苏宁合伙人平台、苏宁直播平台）及/或苏宁合作的第三方站点进行展示。

第二条【效力级别】

本规则是《商家管理规范总则》、《苏宁云台服务协议》、《苏宁直播用户注册协议》的有效补充。前述规则中已有规定的，从其规定；本规则有特殊规定的，根据本规则执行。

第二章　准入与清退

第三条 【准入与清退】

符合条件的苏宁平台会员（含个人、企业）可入驻苏宁易购创作平台成为达人以开展内容创作、信息发布和推广活动，满足相应条件的达人还可入驻苏宁直播平台成为达人主播。商家可以开通苏宁创作平台及苏宁直播平台功能以推广自身店铺商品，如商家拟推广其他商家的商品，则需满足达人相应准入条件并完成相应认证流程。

具体见《准入规则》

角色	准入要求	清退要求	清退再准入
直播达人	1、达人须年满十八周岁； 2、个人须完成易付宝个人实名认证，且同一身份信息下只能允许一个易购账号入驻； 3、本年度无出售假冒伪劣产品； 4、需要有相关直播经验； 5、月活跃内容数>2 6、达人的昵称、头像，对用户展示的信息无敏感词汇	不满足准入要求或违反《商家管理规范总则》处罚达到清退要求	满足准入要求
MCN 机构	1、企业必须为独立法人，有固定办公场地，且为一般纳税人资质，并能进行一个以上垂类的直播。 2、首月入驻主播数量大于等于 3 且长期直播达人数不少于 3。	不满足准入要求或违反《商家管理规范总则》处罚达到清退要求	清退 MCN 机构本年度无法无法入驻，次年满足准入要求方可入住
商家	1、在苏宁开通店铺并店铺状态正常的商家。 2、根据平台规定补全账号信息，并实名认证的商	不满足准入要求或违反《商家管理规范总则》处	满足准入要求

	家。 3、店铺 30 天销售数量>5	罚达到清退要求	

第四条【账号信息】

会员在设置账号名称、头像、简介等账号信息时应遵守国家法律法规，不得包含涉嫌侵犯他人权利、有违公序良俗或干扰平台运营秩序等相关信息。

第三章 运营

第五条 【信息发布要求与行为规范】

创作者须遵守《商家管理规范总则》、《苏宁云台服务协议》、《苏宁直播用户注册协议》对信息发布及行为的相关要求。

第六条【成长激励】

平台会分别根据创作者的内容生产、粉丝运营等进行综合评估，划分创作者等级，为其提供相应的运营激励机制。

第七条【公域展示】

公域展示是指创作者生产的图文或短视频内容在苏宁头条、榴莲社区（推荐）、榴莲视频、首页垂直频道等苏宁平台定性为公域的内容渠道展示。创作者及内容须满足以下条件，内容将有机会在公域展现：

（一）对创作者的要求：

1、如为达人，其创作者身份未因特定严重违规被处罚；

2、如为商家，须同时满足：

（1）如为苏宁商家须符合《商家管理规范总则》

（2）其创作者身份未因特定严重违规被处罚。

（二）对内容的要求：

（1）内容推广的商品如为苏宁商家商品须满足《苏宁易购营销准入基础规则》。

（2）以商品售卖为核心的直播内容。

如不再满足上述条件，平台将会取消其内容的公域展示。〞

第八条【浮现权】

开播浮现权为苏宁直播平台赋予创作者的，将其发布的直播内容优先展示在苏宁直播频道的权利。主播须满足以下条件，平台可择优开放浮现权：

1、主播开播场次>3，且直播时长>3 小时；

2、如为商家主播，苏宁商家还须符合《苏宁易购营销准入基础规则》

3、保持稳定的开播频次，持续推广优质的商品，持续生产优质的直播内容，如不再满足该条件，平台将会收回其浮现权。

4、符合苏宁直播浮现规则方可浮现。

角色	预告页	封面图	直播选品	推送	标题
达人	对于平台达人主播，在没收到官方通知下，默认必须使用普通预告页类型	在保证图人相符的前提下追求美观。 1、不要出现任何大量文字、logo；控制 3 个字以内，展示最核心利益点。 2、不要出现拼接图、边框图； 3、画面完整，主题突出；不可花哨，不可有细碎物体； 4、封面图内如另有主播外的人物，需要有版权。	不允许出现重复、无货商品	编辑的粉丝推送，语句通畅、无错别字、体现商品卖点。	杜绝无效信息、口水词、夸大夸张等词汇，符合广告法规定禁用极限词
MCN	对于平台达人主播，在没收到官方通知下，默认必须使用普通预告页类型	在保证图人相符的前提下追求美观。 1、不要出现任何大量文字、logo；控制 3 个字以内，展示最核心利益点。 2、不要出现拼接图、边框图； 3、画面完整，主题突出；不可花哨，不可有细碎物体； 4、封面图内如另有主播外的人物，需要有版权。	不允许出现重复、无货商品	编辑的粉丝推送，语句通畅、无错别字、体现商品卖点。	杜绝无效信息、口水词、夸大夸张等词汇，符合广告法规定禁用极限词
商家	平台店铺账号开播，原则上必须使用店铺直播预告类型，否则影响权重	在保证图人相符的前提下追求美观。 1、不要出现任何大量文字、logo；控制 3 个字以内，展示最核心利益点。 2、不要出现拼接图、边框图； 3、画面完整，主题突出；不可花哨，不可有细碎物体； 4、封面图内如另有主播外的人物，需要有版权。 5、不准放单品，因为其他商品头图显示后就会歧义引起投诉不满 6、严禁像素低劣，随意 P 图，抠图不清晰，严重影响商详页质量 7、严禁偷懒放一堆商品（同时不准超过 20 款）， 8、原则上禁止跨品类关联，例如手机和空气净化器，引起歧义和投诉！	不允许出现重复、无货商品	编辑的粉丝推送，语句通畅、无错别字、体现商品卖点。	杜绝无效信息、口水词、夸大夸张等词汇，符合广告法规定禁用极限词

第四章 市场管理与违规处理规范

第一节 违规类型及扣分

第九条 【违规行为类型】

内容创作者违规行为分为严重违规行为及一般违规行为，二者独立扣分、分别累计、分别

执行。

1、严重违规行为，是指严重破坏平台运营秩序，或者涉嫌违反国家法律规定的行为。

2、一般违规行为，是指除严重违规行为外的违规行为。

第十条【违规行为扣分及节点】

1、违规行为成立后，平台对创作者进行扣分。当扣分达到节点时，平台会对创作者采取相应的节点处理措施。

2、创作者因单次违规扣分较大，导致累积扣分满足多个节点处理条件的，或在违规处理期间又须执行同类节点处理的，以当前扣分分值执行节点处理措施。

三、被执行节点处理的创作者，当其全部违规行为被纠正、违规处理期满、违规处理措施执行完毕后，方可恢复正常状态。

四、创作者的违规扣分在每年的 12 月 31 日 23 时 59 分 59 秒清零。

第十一条【节点处理措施】

违规行为类型	情节严重程度	处理措施
一般违规	每 24 分	限制图文、短视频、直播内容发布 3 天
严重违规	24 分	限制图文、短视频、直播内容发布 7 天
	48 分	限制图文、短视频、直播内容发布 14 天
	72 分	限制图文、短视频、直播内容发布 28 天
	96 分	清退创作者身份
创作者违规行为将作为其成长激励的重要考核指标。		

第二节 市场管理情形及处理

第十二条 认证管理

【适用情形】创作者提供的认证信息不完整、失效或可能不准确。

【市场管理措施】视情节严重程度可采取限制内容展示、限制内容发布等措施。

【措施解除】创作者重新完成认证后，可解除部分或全部市场管理措施。

第十三条 诉讼应对管理

【适用情形】因创作者行为引发其他会员或第三方诉讼至司法机关的，若创作者提供的联系方式无效，或怠于处置、消极应对、继续违规的，对苏宁易购平台造成或可能造成实际损失或不良影响的行为。

【市场管理措施】视情节严重程度可采取限制内容展示、拉停直播、删除违规内容、限制内容发布、清退创作者身份等措施。

【措施解除】创作者妥善处理，平台获得第三方反馈后，可解除部分或全部市场管理措施。

第十四条 舆情曝光或行政部门要求管理

【适用情形】经新闻媒体曝光、行政管理部门通报或其他要求协查的内容或创作者。

【市场管理措施】视情节严重程度可采取限制内容展示、拉停直播、删除违规内容、限制内容发布、清退创作者身份等措施。

【措施解除】根据风险消除情形，可解除部分或全部市场管理措施。

第十五条 发布违反公序良俗、平台规则或服务协议的信息

【适用情形】创作者发布有违公序良俗、《商家管理规范总则》、《苏宁云台服务协议》、《苏宁直播用户注册协议》等平台规则或服务协议的信息。随着苏宁易购和社会的发展，可能会出现某些新的、国家不允许的、危害平台或消费者利益的、或网民普遍不认可的行为或信息，可能在本规范中没有涵盖但却又非常紧急、重要需要管控的。

【市场管理措施】视情节严重程度可采取限制内容展示、拉停直播、删除违规内容、限制内容发布、清退创作者身份等措施。

【措施解除】根据风险消除情形，可解除部分或全部市场管理措施。

第三节 违规情形及处理

第十六条【违规处理】《苏宁易购内容创作者管理规则》中已有规定的，从其规定；未有规定的，按照《商家管理规范总则》等相关规则执行。

第五章 附则

第十七条【生效时间】本规则于 2020 年 3 月 5 日进行公示，于 2020 年 3 月 12 日生效。

第十八条【新旧衔接】内容创作者的行为，发生在本规则生效或修订以前的，适用当时的规则；发生在本规则生效或修订以后的，适用本规则。本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照国家法律法规处理。

第十九条本规则中的“日”，以 24 小时计算。

苏宁易购榴莲视频管理规范总则

第一章 概述

第一条【目的及依据】为维护苏宁易购榴莲视频平台的正常运营秩序，保障苏宁易购榴莲视频平台所有用户的合法权益，根据《网络音视频信息服务管理规定》、苏宁易购《商家管理规范总则》等相关规则、协议的规定，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于使用苏宁易购榴莲视频发布内容的所有用户，包括商家、主播、互动参与用户（统称为“用户”）。

第二章 苏宁榴莲视频管理规范

第三条 为加强对榴莲视频的管理，给苏宁视频用户提供一个和谐健康的平台，本章规范所指的行为包含用户在榴莲视频平台上的个人资料、内容发布等所有行为。苏宁官方制定本管理规范，以明确违规行为及相应处罚办法，苏宁官方将依据违规行为类型，按照本规范相应作出处罚。

第四条 榴莲视频用户有义务保证视频健康和谐，若以上部分有违规行为，将依据违规情况，对违规者予以处罚。

第五条 榴莲视频用户需严格遵守本管理规范，如违反本管理规范的各项规定，自愿接受相应处罚。

第六条 若出现以下违规内容，一经认定，视情节严重程度进行处罚：

（一）严重违规内容（A 类违规）

1、发布危害国家政治政权内容，包括但不限于：

（1）发布反党、反政府或带有侮辱、诋毁党和国家的内容；

（2）进行散布谣言，聚众扰乱社会秩序，破坏社会稳定的行为；

（3）发布违反国家宗教政策，宣扬暴恐、邪教或其他封建迷信的行为。

2、直接或间接传播淫秽色情信息、进行露点或色情表演的行为；

3、宣扬暴力、血腥，危害生命安全等信息，及教唆犯罪的行为；

4、出现违反国家法律法规规定的其他行为，包括但不限于：

（1）贩卖传播或展示枪械、毒品或其他管制物品等违法行为；

（2）参与、教授、传播赌博的违法行为；

（3）组织、宣传、诱导用户加入传销（或有传销嫌疑）的机构。

5、严禁扰乱苏宁平台秩序的视频内容，包括但不限于：

（1）冒充苏宁官方的行为；

（2）平台挖人、外站拉人的行为；

（3）买卖账号、买卖苏宁云钻等违规行为。

如出现以上 A 类严重违规行为，账号将被永久封禁，并保留移交司法机关的权利。

（二）一般违规内容（B 类违规）

1、着装低俗、暴露或妆容低俗、不雅行为，包括但不限于：

（1）穿着情趣制服、情趣内衣、暴露装、透视装、睡衣裙、真空凸点、紧身衣、内衣外穿、半截抹胸、渔网袜、吊带袜、三角短裤或呈现三角状短裤、低腰超短裤等；

（2）大尺度裸露身体，包括男性赤裸上身；

（3）衣衫不整，裸露胸罩或内裤或仅用被子、浴巾、衣物等遮盖身体；

（4）湿身诱惑性内容；

（5）带有低俗、不雅、恐怖妆容或在身体各部位描画低俗文字或图案。

2、带有性暗示、性挑逗或其他低级趣味的行为，包括但不限于：

（1）揉挤胸部或刻意对着镜头抖胸、扭臀、抚摸敏感部位等；

（2）拉扯衣服、脱/穿丝袜或内衣胸罩等刻意表现低级趣味的动作；

（3）聚焦胸部、臀部、腿部、脚部等敏感部位博取眼球；

（4）使用性用品或暗示性的道具进行表演；

（5）低俗表演或低俗游戏，包括但不限于：撩上衣、撩裙子、拔毛、胸部、裆部夹物品、舔舐物品、模拟活塞运动等；

（6）播放低俗音乐、模仿叫床或是其他低俗声音的；

（7）宣传低俗话题、带动低俗氛围。

3、反党、反政府或带有侮辱、诋毁党和国家的内容，包括但不限于：

（1）歪唱国歌或以军旗、党旗、国旗等背景；

（2）谈论影响社会和谐的时政话题；

（3）在军事区域拍摄视频或穿着国家机关人员、军队的工作制服（包括但不限于公安、司

法、工商、税务、海关、城管以及军装迷彩服等军事元素服装）出镜；

（4）使用国家机关的名称、标志或国家领导人形象作为个人资料、头像、昵称等；

（5）歪曲诋毁或歧视宗教观念、宗教信仰的内容；

（6）反科学、封建迷信的内容，如算卦、占星占卜、塔罗牌、佛牌、看风水、碟仙、笔仙、筷仙等。

4、有违社会公序良俗的内容，包括但不限于：

（1）诋毁、谩骂、骚扰攻击他人；

（2）侵害他人隐私的录像、偷拍，未经当事人同意公开泄露他人隐私信息；

（3）破坏公共设施、影响社会秩序、违反社会公德的行为；

（4）宣传不良价值观，包括但不限于：拜金主义、贪污、受贿、婚外恋、一夜情、同性恋以及其他引人消极颓废的行为。

5、探险、探秘、灵异类的内容或其他带有惊悚和恐怖言语的行为；

6、古墓、坟地探险活动（参与挖坟、盗墓行为的，账号将被永久封禁）；

7、表演危害动物生命安全的内容，包括但不限于捕杀国家保护动物、虐待虐杀动物等；

8、在开车时危险驾驶、违法驾驶，包括但不限于闯红灯、遮挡变更号牌、酒驾、驾驶员未系安全带等行为；

9、未经授权的影视剧、综艺、赛事或其他侵犯他人知识产权的行为；

10、棋牌类、麻将类内容不得出现赌注、筹码等具备赌博性质的赌资；

11、其他扰乱苏宁平台秩序的行为：

（1）宣传其他平台的行为；

（2）辱骂诋毁苏宁平台的行为；

（3）其他官方活动刷票刷量的行为；

如违反以上 B 类一般违规行为,将依据情况进行删除、提醒、停播、封禁账号的处罚。

（三）轻微违规内容(C 类违规)

1、抽烟、酗酒等行为；

2、各类低俗、血腥、暴力、恐怖场面或其他令人不适、恶心的低俗画面(包括游戏画面)；

3、宣传私服游戏或其他侵犯游戏版权的行为；

4、未经授权使用“电视台”“广播电台”“电台”“TV”等广播电视专有名称的内容；

5、残疾人乞讨或以身体残缺博取眼球的行为；

6、含有赌博性质的互动游戏；

7、大面积纹身，低俗色情纹身的行为；

8、其他平台的内容及 LOGO；

9、言语低俗、用词低俗、爆粗口低俗黄段子等低级趣味的行为；

10、危害人身安全的内容，以进行危险动作、自虐等来吸引眼球的表演，包括但不限于自杀、酗酒、自残自虐、虐待他人或展示各种令人不适的物品、活物、死物等；

11、资料信息（个人签名、头像、昵称等）存在任何违法违规行为，包括但不限于：

（1）包含血腥暴力；

（2）头像不清晰、二维码违规信息图片化、含网址，微信公众号等带跳转信息的；

（3）头像及封面尺度过大，非主流类、大面积纹身露出（前胸、后背、花臂、花腿）、口罩、哺乳等；

（4）服装涉及军徽，警徽、国徽、党徽、国旗、军装、军装迷彩；

（5）使用未成年人肖像、名义等做封面；

（6）冒充明星；

（7）含有低俗信息，包括宣传以及涉嫌宣传一些与主流价值观不符、低级趣味如黄色笑话、婚外情等信；

（8）含有商业广告信息，如打广告、卖产品、未经官方审核的商业合作及推广行为。

12、骗取他人财物，包括但不限于：

（1）以包括但不限于销售价高质低、虚假物品等方式诈骗、骗取他人财物；

（2）诈骗、骗取他人苏宁账号、苏宁云钻、等虚拟物品。

如违反以上 C 类轻微违规行为,将依据情况进行删除、提醒、停播、短期账号封禁的处罚。

第三章 信息发布审核、安全管理及应急

第七条 实名审核入驻及内容来源

视频的上传用户分为两类：

A 类：面向全国招募视频达人及机构，将专业具有视频制作能力的达人及机构引入苏宁内容合伙人平台；

B 类：苏宁易购 app 站内会员；以上用户通过苏宁内容合伙人平台及苏宁易购 app 上传榴莲视频，在苏宁易购平台进行播放，让消费者在较为轻松娱乐的环境中了解产品，也可以不推荐产品，用于引流养粉；另外会增加品牌、商户等实名认证账户以官方账号的形式入驻苏宁内容合伙人平台，通过苏宁内容合伙人平台上传生产工艺流程、实物商品功能介绍及使用攻略相关的视频。

1、基本入驻条件

（1）易购用户需满足如下条件方可入驻苏宁内容合伙人平台：

①如为个人，年龄需年满 18 岁，个人须完成易付宝个人实名认证,且同一身份信息下只能允许一个易购账号入驻；

②如为企业，企业须完成易付宝企业实名认证，如企业用户需要发起直播必须绑定一个实名认证过的个人易购账号；

③如果您已经在易购平台开店，则直接在店铺后台提交申请。

（2）未入驻苏宁内容合伙人平台的易购 app 会员：

在发布视频前，苏宁易购将会校验用户是否已经实名认证，只有实名认证的用户才能成功发布视频。

2、苏宁内容合伙人平台账号申请

申请苏宁内容合伙人平台账户，入驻及登录链接为 dr.suning.com，具体操作可参考 http://help.suning.com/reg.htm。

第八条 网站安全保障措施

苏宁 IT 团队和阿里技术团队合作，有专门的技术人员负责产品的正常运维，建立问题响应机制，保证系统平台稳定性

1、网站服务器和其他计算机之间设置经公安部认证的防火墙，并做好安全策略，拒绝外来的恶意攻击，保障网站正常运行；

2、在网站的服务器均安装防病毒软件，对计算机病毒、有害电子邮件有整套的防范措施，防止有害信息对网站系统的干扰和破坏；

3、做好生产日志的留存。网站具有保存 180 天的系统运行日志和用户使用日志记录功能，内容包括 IP 地址及使用情况，主页维护者、邮箱使用者和对应 IP 地址情况等；

4、交互式栏目具备有 IP 地址、身份登记和识别确认功能；

5、网站信息服务系统建立备份，一旦主系统遇到故障或受到攻击导致不能正常运行，保证备用系统能及时替换主系统提供服务；

6、关闭网站系统中暂不使用的服务功能，及相关端口，并及时用补丁修复系统漏洞，定期查杀病毒；

7、服务器平时处于锁定状态，并保管好登录密码；后台管理界面设置超级用户名及密码，并绑定 IP，以防他人登入；

8、网站提供集中式权限管理，针对不同的应用系统、终端、操作人员，由网站系统管理员设置共享数据库信息的访问权限，并设置相应的密码及口令。对操作人员的权限严格按岗位职责设定，并由网站系统管理员定期检查操作人员权限；

9、中心机房内有必备的独立 UPS 不间断电源，定期进行电力、防火、防潮、和防鼠检查。

第九条 数据存储及信息安全保密

所有视频内容依托阿里云大数据平台，针对符合法律的视频内容进行存储并实时审核，存储合同详见另外附件；

1、为处理网站信息资源发布过程中涉及的办公秘密信息和业务秘密信息，特制定本制度；

2、网站应建立规范的信息采集、审核各发布机制，实行网站编辑制度；

3、各部门要设立网站信息员负责向网站编辑报送本部门需要公开发布的信息；

4、策划部网络信息组负责指导全公司各部门网站信息员的保密技术培训，落实技术防范措施；

5、凡需要发布上网的信息资源必须遵循“谁发布，谁负责，谁主管，谁管理”的原则；

6、各部门要有一名领导主管此项工作。要指定专人负责上网信息的保密检查，落实好保密防范措施，定期对本部门网站信息员进行保密教育和管理；

7、拟对外公布的信息，必须经本部门分管负责人审查同意并对上传的内容进行登记建档后方可发布上网，重要信息需经公司网站管理小组审核确认；

8、对互动性栏目加强监管，确保信息的健康和安全。以下有害信息不得在网上发布：

（1）反对宪法所确定的基本原则的；

（2）危害国家安全、泄露国家秘密，颠覆国家政权、破坏国家统一的；

（3）损害国家荣誉和利益的；

（4）煽动民族仇恨、民族歧视、破坏民族团结的；

（5）破坏国家宗教政策、宣扬邪教和封建迷信的；

（6）散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定；

（7）散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或教唆犯罪的；

（8）侮辱或诽谤他人，侵害他人合法权益的；

（9）含有法律、行政法规禁止的其他内容的。

9、网站必须设置不良信息过滤程序对信息进行甄选、筛选、把关，防止虚假、反动、淫秽信息发布到网上；

10、网站应当设置网站后台管理及上传登录口令。口令的位数不应少于 8 位，且不应与管理者个人信息、单位信息、设备（系统）信息等相关联。严禁将个人登录账号和密码泄露给他人使用；

11、网站应当设置合理的管理权限。对不同级别的网站管理人员应分配不同的权限、账号和密码；

12、不得利用网站从事危害国家安全，泄露国家机密的活动；

13、如在网站上发现反动、黄色的宣传品和出版物，要保护好现场，及时向网络安监部门报告。如发现泄露公司机密的情况，应采取果断措施并及时报告公司网站管理小组。对违反规定并给公司形象带来不良影响的，应根据有关规定进行处理，并追究相关部门领导的责任；

14、发生重大突发事件期间，公司网站管理小组及各部门领导要加强网络监控，及时、果断地处置网上突发事件，维护公司内部稳定。

第十条 内容审核培训规范

榴莲视频运营管理平台，拥有用户资质审核（实名）、视频（包含封面、文字标题）审核及视频监控功能，安排多人小组轮流负责每天的审核工作（审核人员都已取得网络文化内容审核人员证书），审核通过才会面对用户，保证平台内容符合平台内容属性及法律法规。每天产生的视频内容做好上下架的运维工作。对于违反国家相关法律法规的立即做下架处理并通知生产者，并将其设置为黑名单，在平台上禁播。

第十一条 用户信息安全保障措施

1、遵守《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》及其他有关的国家法律、法规和规定；

2、制定和严格执行安全管理制度；

3、保存会员登录记录 30 天以上。保护了验证过程，用户内部信息使用 AES-128 算法进行处理，保证用户信息的安全；

4、会员登记的私人信息资料，网站不得向外界散发、告知。未经许可，任何单位、团体、

个人不得查阅、拷贝、抄录私人信息资料内容；

5、会员不得传播违反国家法律的言论，对传播淫秽资料的，管理员和版主有责任阻止；

6、切实落实各项制度，做好各项管理制度的工作；

7、会员不得在论坛进行个人攻击和任何违法活动；

8、信息安全内部人员保密管理制度:

（1）相关内部人员不得对外泄露需要保密的信息；

（2）内部人员不得发布、传播国家法律禁止的内容；

（3）信息发布之前应该经过相关人员审核；

（4）对相关管理人员设定网站管理权限，不得越权管理网站信息；

（5）一旦发生网站信息安全事故，应立即报告相关方并及时进行协调处理；

（6）对有毒有害的信息进行过滤、用户信息进行保密设置。

9、登录用户信息安全管理制度：

（1）对登录用户信息阅读与发布按需要设置权限，不得擅自进入系统，篡改他人信息；

（2）对有害的信息进行过滤，对用户的信息进行有效管理并保证其信息的安全保密；

（3）建立信息编辑、审核、发布责任制及流程，信息发布之前必须经过相关人员审核；

（4）对用户在网站上的行为进行有效监控，保证内部信息安全；

（5）固定用户在网站上的行为进行有效监控，保证内部信息安全；

（6）一旦发生信息安全事故，就积极采取有效措施，并保存记录按规定报告有关部门。

第十二条 用户权益保障及纠纷处理

榴莲视频的目的是为了让消费者可以更加直观的了解商品情况并决定是否购买，用户在视频中购买的商品与在苏宁易购网站购买商品享受同等的售后服务，将由苏宁专业客服进行服务并按照国家法律法规解决，包括苏宁易购网站公示的退换货政策、贵就赔、维修/安装、订单修改、退换货申请、发票政策。苏宁自营商品。详细规则公示与苏宁官网：https://help.suning.com/page/channel-251.htm

用户对视频内容有任何意见和建议可通过以下渠道进行反馈：

1、400 客服热线：4008365365；

2、反馈邮箱：19032312@suning.com；

3、各视频举报入口。

用户之间纠纷处理方式

①若用户之间发生纠纷且无法协商一致的，可向国家相关行政机关或司法机关寻求解决，包括但不限于向公安机关报案、申请仲裁或向人民法院提起诉讼等。我司将会为实名注册用户提供必要的协助和支持，并根据有关行政机关的要求承担一定的举证责任或采取必要措施；

②用户之间发生纠纷的，也可向客服人员投诉并举证。用户需提供与其账号注册信息一致的个人有效身份证件、必要的国家行政或司法机关文件和其他相关证据。经审核确认后，我司可以给予必要的协助和支持。

用户与我们之间的纠纷处理方式

③如用户对我们服务有任何异议的，可是向客服人员投诉并举证。查证属实的，将立即更正并按照现行法律法规给予用户必要的补偿；

④如用户对我司服务有任何异议的，也可以向我司所在地人民法院提起。

第十三条 内容审核管理制度

所有内容都围绕“先审核后展示，不审核不展示的原则”，对网站发布内容信息进行认真审查。

苏宁运营管理平台，拥有资质审核（实名）、内容（包含封面、文字标题）审核及监控功能，安排多人小组轮流负责每天的审核工作，审核通过才会面对用户，保证平台内容符合平台内容属性及法律法规。每天产生的视频内容做好上下架的运维工作。对于违反国家相关法律法规的立即做下架处理并通知生产者，同时按照平台管理规范，决定是否并将其设置为黑名单，在平台上禁播。（苏宁平台审核人员均已取得网络文化内容审核人员证书）

第十四条 内容审核及人员奖惩制度

注册用户言行应严格遵守 “七条底线”，不得发布违反底线的有害信息：

（1）违反法律法规底线的；

（2）违反社会主义制度底线的；

（3）违反国家利益底线的；

（4）违反公民合法权益底线的；

（5）违反社会公共秩序底线的；

（6）违反道德风尚底线的；

（7）违反信息真实性底线的。

对于严格遵守平台规范及法律法规的用户，平台按照数据考核进行划分等级，不同等级用户可以通过自己的合法能力获得更多的报酬。

同时平台内部审核人员，也提供丰厚的晋升及奖惩制度。

第十五条 技术监管措施

1、网站建立规范的信息采集、审核各发布机制，实行网站编辑制度；

2、各部门设立网站信息员负责向网站编辑报送本部门需要公开发布的信息；

3、策划部网络信息组负责指导全公司各部门网站信息员的保密技术培训，落实技术防范措施；

4、凡需要发布上网的信息资源必须遵循“谁发布，谁负责，谁主管，谁管理”的原则；

5、各部门都有有一名领导主管此项工作。指定专人负责上网信息的保密检查，落实好保密防范措施，定期对本部门网站信息员进行保密教育和管理；

6、拟对外公布的信息，必须经本部门分管负责人审查同意并对上传的内容进行登记建档后方可发布上网，重要信息需经公司网站管理小组审核确认；

7、网站设置了不良信息过滤程序对信息进行甄选、筛选、把关，防止虚假、反动、淫秽信息发布到网上。

第十六条 突发事件应急预案保障措施

榴莲视频运营及 IT 团队以所有用户经过实名认证为基础，并严格正规培训，需第一时间发现违规苗头并操作内容下线。

应急响应级别	响应条件	影响范围	控制事态的能力
I 级（特别重大）	发生严重有害程序事件、网络攻击事件、设备设施故障、灾害性事件造成全校大面积网络与信息系统瘫痪；发生严重信息内容安全事件和信息破坏事件；	对网站校正常工作造成特别严重损害	事态发展超出网站控制能力的安全事件
II 级（重大）	发生有害程序事件、网络攻击事件、设备设施故障、灾害性事件造成全校性网络与信息系统瘫痪；发生信息内容安全事件和信息破坏事件；	对网站正常工作造成严重损害	事态发展超出技术部门控制能力，需要网站各部门协同处置的安全事件
III 级（较大）	发生有害程序事件、网络攻击事件、设备设施故障、灾害性事件造成网站某一区域网络与信息系统瘫痪；	对网站正常工作造成一定损害	网络信息中心可处理的安全事件
IV 级（一般）	发生有害程序事件、网络攻击事件、设备设施故障、灾害性事件造成网站某一局部网络与信息系统故障	对网站某些工作造成影响，但不危及网站整体工作	网络信息中心可处理的安全事

1、网站服务器和其他计算机之间设置经公安部认证的防火墙，并做好安全策略，拒绝外来的恶意攻击，保障网站正常运行；

2、在网站的服务器均安装防病毒软件，对计算机病毒、有害电子邮件有整套的防范措施，防止有害信息对网站系统的干扰和破坏；

3、做好生产日志的留存。网站具有保存 180 天的系统运行日志和用户使用日志记录功能，

内容包括 IP 地址及使用情况，主页维护者、邮箱使用者和对应 IP 地址情况等；

4、网站信息服务系统建立备份，一旦主系统遇到故障或受到攻击导致不能正常运行，保证备用系统能及时替换主系统提供服务；

5、网站提供集中式权限管理，针对不同的应用系统、终端、操作人员，由网站系统管理员设置共享数据库信息的访问权限，并设置相应的密码及口令。对操作人员的权限严格按岗位职责设定，并由网站系统管理员定期检查操作人员权限；

6、中心机房内有必备的独立 UPS 不间断电源，定期进行电力、防火、防潮、和防鼠检查；

7、其他保障措施：

（1）队伍保障

加强队伍建设，不断提高安全岗位工作人员的信息安全防范意识和技术水平，确保安全事件处置得当；

（2）技术保障

不断完善网络安全整体方案，加强技术管理，确保信息系统的稳定与安全；

（3）资金保障

网络信息中心应根据网站网络与信息系统安全预防和应急处置工作的实际需要，申报网络与信息系统关键设备及软件的运维专项资金，提出本年度应急处置工作相关设备和工具所需经费，上报至财务处纳入年度预算；

（4）安全培训和演练

网络信息中心定期对相关工作人员进行网络与信息系统安全知识培训，增强预防意识和应急处置能力，有针对性地开展应急演练，确保相关措施有效落实。建立 24 小时应急相应联络电话，用户可通过以下方式进行举报或者意见反馈；

①400 客服热线：4008365365；

②反馈邮箱：19032312@suning.com；

③各视频举报入口。

第四章 未成年保护规范

第十八条 未成年人使用条款

1、我们的产品、网站和服务主要面向成人。如果没有父母或监护人的同意，未成年人不应创建自己的用户账户。若您是未满 18 周岁的未成年人，您应在您的监护人监护、指导下并获得

监护人同意的情况下，认真阅读并同意本协议后，方可使用“苏宁易购榴莲视频”软件及相关服务。

2、苏宁平台重视对未成年人个人信息的保护，未成年用户在填写个人信息时，请加强个人保护意识并谨慎对待，并应在取得监护人的同意以及在监护人指导下正确使用“苏宁易购榴莲视频”软件及相关服务。

3、未成年人用户及其监护人理解并确认，如您违反法律法规、本协议内容，则您及您的监护人应依照法律规定承担因此而可能导致的全部法律责任。

4、未成年人用户特别提示

（1）未成年人使用“苏宁易购榴莲视频”软件及相关服务应该在其监护人的监督指导下，在合理范围内正确学习使用网络，避免沉迷虚拟的网络空间，养成良好上网习惯；

（2）青少年用户必须遵守《全国青少年网络文明公约》：

①要善于网上学习，不浏览不良信息；

②要诚实友好交流，不侮辱欺诈他人；

③要增强自护意识，不随意约会网友；

④要维护网络安全，不破坏网络秩序；

⑤要有益身心健康，不沉溺虚拟时空。

（3）为更好地保护未成年人隐私权益，苏宁平台提醒您慎重发布包含未成年人素材的内容，一经发布，即视为您已获得权利人同意在“苏宁易购榴莲视频”软件及相关服务展示未成年人的肖像、声音等信息，且允许公司依据本协议使用、处理该等与未成年人相关的内容。

5、监护人特别提示

（1）如您的被监护人使用“苏宁易购榴莲视频”软件及相关服务的，您作为监护人应指导并监督被监护人的注册和使用行为，如您的被监护人申请注册苏宁易购榴莲视频账号，公司将有权认为其已取得您的同意；

（2）您的被监护人在使用“苏宁易购榴莲视频”软件及相关服务时可能使用充值、打赏等功能。您作为监护人，请保管好您的支付设备、支付账户及支付密码等，以避免被监护人在未取得您同意的情况下通过您的苏宁易购榴莲视频账号使用充值、打赏等功能；

苏宁易购榴莲视频平台内容不涉及影响青少年身心健康类内容，如果您有其他意见和建议，也可以通过联系电话、邮件或来访的方式联系我们：

24 小时热线：4008365365

服务电话：025-66996699 转 887743（工作日 14-18 点）

服务邮箱：13070809@suning.com

邮寄地址：江苏省南京市玄武区苏宁大道 1 号

邮政编码：210000

第五章 知识产权保护

第十九条 苏宁的服务包括苏宁运营的网站、网页应用、软件及内涵的文字、图片、视频、音频等元素，苏宁服务标识、标志及专利权，苏宁对此享有知识产权。

第二十条 您在苏宁上发布的视频内容，本团队有权引用。

第二十一条 用户使用苏宁相关服务时发表的任何视频内容所涉及的著作权、表演权、肖像权等权利，已许可苏宁在全世界范围内免费地、永久性地、不可撤销地使用和可完全转授的权利；且苏宁有权单方决定对视频的全部内容进行任何方式的处置。

第二十二条 您向苏宁作出的上述授权是独家的，即包括用户之表演和肖像权等合法权利在内，任何第三方未经苏宁同意，不得将您在苏宁上的任何视频内容、发表言论等进行复制、修改、编辑、转让、使用或作其他用途，包括但不限于截取视频信号、编辑视频/音频/文字和其他形式的内容等行为。您许可本团队有权就任何主体侵权而单独提起诉讼或开展其他法律行动，并获得全部赔偿。

第二十三条 您不得对苏宁服务涉及的相关网页、应用、软件等产品进行反向工程、反向汇编、反向编译等。

第二十四条 若您发现在苏宁上发布、储存、使用、传播的信息、内容存在侵犯第三人权益的情况，苏宁提供投诉通道（24 小时 4008365365 客服热线），并将在核实后尽快采取积极行动终止该等行为，但因该等行为而产生的任何法律纠纷和赔偿责任由您自行承担。如苏宁因此遭受任何损失，苏宁有权向您追偿，您应向苏宁承担相应的损害赔偿责任。

第六章 附则

第二十五条【生效时间】本规则于 2019 年 12 日 16 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 12 月 23 日生效；如有修改，则另行公示。

第二十六条【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可以根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规 范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购 及其关联公司所签订的各项协议。

第二十七条【计算单位】本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁易购榴莲视频用户注册协议

尊敬的用户您好，在同意本协议前，请您认真阅读并充分知悉、理解苏宁平台的各项规则及要求，必须遵守《网络音视频信息服务管理规定》等国家关于该类互联网信息服务的法律法规等。如果您对本协议的任何条款表示异议，您可以选择不使用；使用或注册则意味着您将同意遵守本协议下全部规定，以及苏宁平台后续对使用协议随时所作的任何修改，并服从于苏宁团队的统一管理。本协议已对与您的权益有或可能具有重大关系的条款，及对苏宁平台具有或可能具有免责或限制责任的条款予以标注，请您注意。

第一章 总则

第一条 榴莲视频是苏宁视频团队(以下统称“本团队”)向用户提供的一种更方便的观看视频并进行购物的视频导购平台。

第二条 榴莲视频所有权、经营权、管理权均属本团队。

第三条 苏宁有权在法律允许的范围内对本协议进行修改。

第二章 苏宁平台账号

第四条 您注册成功后，苏宁平台（以下简称“苏宁”）将为您提供一个账号（下称“苏宁账号”)。您在申请使用苏宁服务时，应当向苏宁提供真实、准确的个人资料，以完成实名认证；您应确保开通本服务所提供的姓名和身份证号等信息为本人所有，并授权苏宁通过依法成立的合法采集机构或者认证机构对您所提供姓名和身份证号等信息的真实性和有效性进行认证。如个人资料有任何变动，您须及时在苏宁上予以更新。苏宁在向您提供服务及其他衍生服务或功能时，会搜集与您使用服务相关的必要信息，并对您的信息进行保密。

第五条 苏宁账号的所有权归苏宁所有，您完成注册申请手续后，获得苏宁账号的使用权。苏宁账号是您接受苏宁向您提供服务的凭证；您需要对自己在账号中的所有活动和事件负全责。如果由于您的过失导致您的账号和密码脱离您的控制，则由此导致的针对您、苏宁或任何第三方造成的损害，您将承担全部责任。

第六条 您的账号仅限于您本人使用，未经苏宁书面同意，禁止以任何形式赠与、借用、出租、转让或者以其他方式许可他人使用。如果苏宁发现或者有合理理由认为使用者并非账号初始注册人，苏宁有权在未通知您的情况下，暂停或终止向该注册账号提供服务，并有权收回该账号，且无需向注册该账号的用户承担任何法律责任。若账号的归属出现争议的，苏宁在收到投诉后，有权暂时冻结该争议账号；争议各方需在 3 个工作日内提供证据证明账号归属，苏宁依据各方提供的证据判断归属后，解冻争议账号。

第七条 您可自主设定账号名称、头像、简介等注册信息，不得含有违法和不良信息；如存在该等情况，苏宁有权采取通知限期改正、暂停使用、注销登记等措施。

您注册苏宁账号后，连续近一年不登录使用的，苏宁有权不提前通您的情况下收回该账号，以免造成资源浪费，由此带来的损失均由您自行承担。您如需注销账户，请联系苏宁客服。

第八条 您同意苏宁无偿使用您的名称（包括但不限于真实姓名、笔名、网名及任何代表您身份的文字符号）、肖像（包括但不限于真人肖像及卡通肖像）以及其他相关个人信息进行苏宁的各类宣传。您已理解并同意苏宁提供的服务中可能包括广告，同意在使用苏宁相关服务的过程中显示苏宁和第三方供应商、合作伙伴提供的广告。

第三章 用户说明

第九条 凡是下载、浏览和发布内容的用户均为苏宁用户。但您与苏宁不构成任何法律制度层面的雇佣、劳动或劳务关系。

第十条 您在开始使用苏宁服务时，您必须年满 18 周岁。

第十一条 您确认您已年满 18 周岁，了解苏宁产品功能，足以履行基于本协议项下的义务，且不是全国“扫黄打非”办、文化部、市文化执法总队公布的“主播黑名单”中的人员。

第十二条 您使用苏宁服务所需支付的费用（如为接入互联网而支付的电话费及上网费、为使用移动网而支付的手机费）均应由您自行负担。

第十三条 您的个人信息受到保护，不接受任何个人或单位的非法查询，但是国家机关依法查询除外、您个人设置同意公开个人信息除外。

第十四条 在不违反适用法律法规的前提下，您享有言论自由的权利。

第十五条 您的言行不得违反《网络音视频信息服务管理规定》、《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网电子公告服务管理规定》、《维护互联网安全的决定》、《互联网新闻信息服务管理规定》、《网络安全法》等相关法律规定，不得在苏宁上发布、传播或以其它方式传送含有下列内容之一的视频内容或信息：

1、违反宪法确定的基本原则，煽动抗拒或者破坏宪法、法律、行政法规实施的；

2、危害国家统一、主权和领土完整，泄露国家秘密，危害国家安全，损害国家尊严、荣誉和利益，宣扬恐怖主义、极端主义的；

3、损害国家荣誉和利益的；

4、诋毁民族优秀文化传统，煽动民族仇恨、民族歧视，侵害民族风俗习惯，歪曲民族历史和民族历史人物，伤害民族感情，破坏民族团结的；

5、煽动破坏国家宗教政策，宣扬宗教狂热，危害宗教和睦，伤害信教公民宗教感情，破坏信教公民和不信教公民团结，宣扬邪教、迷信的，如算命、占卜等；

6、危害社会公德，扰乱社会秩序，破坏社会稳定，宣扬淫秽、赌博、吸毒，渲染暴力、恐怖，教唆犯罪或者传授犯罪方法的；

7、侵害未成年人合法权益或者损害未成年人身心健康的；

8、侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；

9、未获他人允许，偷拍、偷录他人，侵害他人合法权利的；

10、煽动非法集会、结社、游行、示威、聚众扰乱社会秩序的；

11、以非法民间组织名义活动的；

12、含有虚假、有害、胁迫、侵害他人隐私、骚扰、侵害、侮辱、诽谤、中伤、粗俗、猥亵、或其它道德上令人反感的内容；

13、侵犯他人知识产权的内容；

14、含有中国法律、法规、规章、条例以及任何具有法律效力之规范所限制或禁止的其它内容的。

第十六条 您不得违规在苏宁发布广告，包括但不限于：

1、发布带有任何有联系方式的网络创业、网络兼职、刷 Q 币以及非真实性中奖信息；

2、内容包含带有任何联系方式的学历职称代办，专业代做试题，作业，论文等题目以及售卖考试答案等信息；

3、发布任何带有联系方式的银行卡代办、买卖发票、非法彩票等信息；

4、含有联系方式的黑客、收费删帖、办证刻章等违法信息；

5、非官方认证的发布任何带有联系方式的医院、美容、药品、祛斑、医生专家和整容等信息。

第十七条 您不得采用任何形式进行网络赌博活动，包括以“苏宁币”、“苏宁豆”、“虚拟礼物”等虚拟财产为标的或赌资进行线上赌博，或者通过苏宁组织线下赌博活动。苏宁将严密监控此类行为，并有权对多个定向账户中异常的、数额较大的虚拟资产流转进行调查，并有权配合主管机关的调查提交您的身份资料、有关账户的交易记录等信息。

第十八条 您不得利用苏宁进行任何形式的洗钱活动。苏宁将严密监控此类行为，并有权对多个定向账户中异常的、数额较大的虚拟资产流转进行调查，并有权配合主管机关的调查提交您的身份资料、有关账户的交易记录等信息。

第十九条 您通过苹果应用商店充值的次数每天不能超过 20 次，如果超过 20 次则苏宁冻结

该账户。如果您违规使用非本人苹果手机应用商店代冲值，或者通过其它非苏宁认可的渠道非法购买苏宁豆，则苏宁有权冻结该账户，并进行相应惩罚，严重者可以进行封号处理。通过 APPLE 账户、支付宝、微信等方式购买“苏宁豆”时由第三方收取的手续费等费用，由您自行承担。

第二十条 您应承担一切因您个人的行为而直接或间接导致的民事、行政或刑事法律责任，因您违反法律法规或违反本协议的行为给本团队造成损失的，您应负责赔偿。

第二十一条 禁止任何使用非法软件进行刷内容、违规发布内容的行为。

第二十二条 禁止转播他人视频内容、电视节目、电影、网络节目等，一经发现苏宁有权对您的苏宁账号进行封禁处理，如因您的行为给苏宁造成损失的，您应负责赔偿。

第二十三条 您发现苏宁上有内容涉嫌违法违规、侮辱或者诽谤他人、侵害他人合法权益、违反本协议或苏宁任何运营和管理规则的，有权进行直接举报。

第二十四条 未经苏宁书面同意，您不得在苏宁上以任何方式提及第三方竞争平台等相关信息，不得引导用户进入第三方平台或为其提供任何信息或便利，一经发现苏宁有权对您的苏宁账号进行永久封禁处理。

第四章 权利声明

第二十五条 本团队有权制定平台运营规则及注册用户管理规则，并有权根据运营情况对相应规则进行变更、调整、中止或终止。本团队拥有对苏宁上的内容进行监控并对违反协议的用户进行处理的权利。

第二十六条 您在苏宁发布内容仅为个人行为，与本团队无关。对于您的视频内容、言论的真实性、合法性引发的全部责任，由您自行承担，本团队不承担任何责任。因您发布的视频内容、言论而引起的法律纠纷，由您自行解决，与本团队无关。如苏宁因此遭受任何损失，苏宁有权向您追偿，您应向苏宁承担相应的损害赔偿责任，您承担赔偿责任的方式包括但不限于根据苏宁的书面通知向其支付与损失等额的资金等

第二十七条 用户之间因使用苏宁而产生或可能产生的任何纠纷和/或损失，由用户自行解决并承担相应的责任，与本团队无关。

第二十八条 苏宁未来可能提供部分收费的网络服务，对于此类服务，苏宁会在您使用前给与您明确的提示，只有您根据提示确认愿意支付相关费用，您才能使用该等收费网路服务；如果您拒绝支付相关费用，则苏宁有权不向您提供该等收费网络服务。

第二十九条 苏宁系统因下列状况无法正常运作，使您无法使用各项服务或任何信息、虚拟财产丢失时，本团队不承担损害赔偿责任，该状况包括但不限于：

1、在苏宁公告之系统停机维护、升级、调整期间数据和虚拟财产的暂时丢失；

2、电信通讯或设备出现故障不能进行数据传输的；

3、因台风、地震、海啸、洪水、停电、战争、恐怖袭击、政府管制等不可抗力之因素，造成苏宁系统障碍不能执行业务的；

4、由于黑客攻击、电信部门技术调整或故障、网站升级、相关第三方的问题等原因而造成的服务中断或者延迟。

第五章 处罚规则

第三十条 凡您发布的内容或信息出现以下情况之一，本团队管理人员有权不提前通知您直接删除内容。情节严重者，本团队管理人员有权采取关闭部分或全部权限、暂时封禁账号或永久封禁账号、配合主管部门调查等措施。

1、发布、传播含有本协议第十五条禁止发布、传播的内容；

2、发表无意义的灌水内容；

3、同一内容多次出现的；

4、违反本协议第十六条的规定，发布广告的；

5、违反本协议第十七条的规定，从事任何形式赌博行为的；

6、违反本协议第十八条的规定，从事任何洗钱行为的；

7、内容包含有严重影响浏览的内容或格式的；

8、从事非法商业活动；

9、假冒管理人员或破坏管理人员形象；

10、违反本协议第二十一条规定，使用非法软件进行刷内容、违规发布内容的行为；

11、使用不雅或不恰当昵称；

12、发布侵犯他人知识产权且被举报的；

13、利用苏宁系统漏洞、通过非苏宁认可渠道、违反规则、利用外挂程序、作弊等不正当方式进行交易、购物等活动等，无论是否获得不当利益；

14、其他不合法、不合规、不恰当的情况。

第三十一条 如用户在使用苏宁时出现本协议第三十条之任一情形而导致账号被暂时或永久封禁的。

第三十二条 苏宁有权对您在平台上发布的内容、发表的言论提出改进建议和意见，您在收

到苏宁的建议或意见后 1-3 日内进行相应的整改，否则苏宁有权采取上述第三十条、第三十一条项下相应的惩罚措施。

第三十三条 为了能够给广大用户提供一个优质的交流平台，同时使得苏宁能够良性、健康的发展，苏宁将对涉及反动、色情和发布不良内容的用户、采用任何形式从事线上、线下赌博活动的用户或利用本平台进行洗钱的用户，进行严厉处理。一经发现此类行为，将给予永久封禁并清空所有内容以及直接扣除账号。

第六章 知识产权

第三十四条 苏宁的服务包括苏宁运营的网站、网页应用、软件及内涵的文字、图片、视频、音频等元素，苏宁服务标识、标志及专利权，苏宁对此享有知识产权。

第三十五条 您在苏宁上发布的内容，本团队有权转播或引用。

第三十六条 用户使用苏宁相关服务时发表的任何视频内容所涉及的著作权、表演权、肖像权等权利，已许可苏宁在全世界范围内免费地、永久性地、不可撤销地使用和可完全转授的权利；且苏宁有权单方决定对全部内容进行任何方式的处置。

第三十七条 您向苏宁作出的上述授权是独家的，即包括用户之表演和肖像权等合法权利在内，任何第三方未经苏宁同意，不得将您在苏宁上的任何内容、发表言论等进行复制、修改、编辑、转让、使用或作其他用途，包括但不限于截取视频、编辑视频/音频/文字和其他形式的内容等行为。您许可本团队有权就任何主体侵权而单独提起诉讼或开展其他法律行动，并获得全部赔偿。

第三十八条 您不得对苏宁服务涉及的相关网页、应用、软件等产品进行反向工程、反向汇编、反向编译等。

第三十九条 若您在苏宁上发布、储存、使用、传播的信息、内容存在侵犯第三人权益的情况，苏宁提供投诉通道（4008365365 客服热线），并将在核实后尽快采取积极行动终止该等行为，但因该等行为而产生的任何法律纠纷和赔偿责任由您自行承担。如苏宁因此遭受任何损失，苏宁有权向您追偿，您应向苏宁承担相应的损害赔偿责任。

第七章 隐私保护

本协议基于《苏宁易购隐私政策》制定，如果未描述提及默认以《苏宁易购隐私政策》为准。

第四十条 苏宁不对外公开或向第三方提供您的注册资料及您在使用网络服务时存储在本网站的非公开内容，但下列情况除外：

1、事先获得您的明确授权；

2、根据有关的法律法规要求；

3、按照主管部门的要求或为配合主管部门调查；

4、为维护苏宁、其他用户或社会公众的利益；

5、其他苏宁认为合适的且法律并不禁止的披露。

在不透露单个用户隐私资料的前提下，苏宁有权对整个用户数据库进行分析并对用户数据库进行商业上的利用。

第四十一条 您在使用苏宁服务时请勿将自认为隐私的信息发表、上传至苏宁，也不可将该等信息通过苏宁的服务器传播给他人，若因您该等行为引起隐私泄露，由您自行承担责任。

第四十二条 请您注意勿在使用苏宁服务时透露自己的各类财产账户、银行卡、信用卡、第三方支付账户及对应密码等重要资料，否则由此带来的任何损失由您自行承担。

第四十三条 苏宁采用线上沟通的方式，禁止您以任何方式与对方进行进行线下沟通、见面，如因此造成的一切损失由您自行承担，苏宁不承担任何责任。

第四十四条 苏宁禁止您向对方提供您的任何的联系方式，包括但不限于电话号码、微信、QQ 等，并且苏宁禁止您将对方信息告知第三人或以其他任何方式进行公告或公开传播。由此产生的一切损失由您自行承担，苏宁不承担任何责任。如因此给苏宁造成损失的，苏宁有权向您追偿。

第四十五条 苏宁将采取积极的措施保护您的注册信息，但非苏宁可控制的因素导致您信息泄露的，苏宁不承担责任。

第四十六条 本软件包含问题反馈功能，在您提交反馈问题和联系方式的同时我们还会收集您的 IMEI 号、手机型号等相关信息。 您在反馈意见中所填写的联系方式，只会用于我们的客服与您沟通与反馈，除征得您的明确同意和法律明确规定外，苏宁不会向任何第三方提供您的上传信息。您的信息不会被用于出售，出借或交换。

第八章 异常账号及处理规则

第四十七条 异常账号包括但不限于：

1、使用他人手机号等信息注册的苏宁账号；

2、使用他人身份证信息完成实名认证的苏宁账号；

3、通过非正常手段获得的苏宁账号；

4、连续近一年未登录使用的苏宁账号；

5、同一手机、同一身份证号、同一设备号、同一 IP 下存在多个苏宁账号；

6、为破坏、滥用的目的开设多个账号；

7、恶意上传重复的、无效的大容量数据和信息的；

8、账号中出现低俗色情、格调低下内容；

9、账号中存在故意或非故意违反任何相关的中国法律、法规、规章、条例等其他具有法律效力内容。

第四十八条 异常账号处理规则：

1、苏宁有权根据自身掌握的情况独立判断是否为异常账号，并有权对账号进行进一步处理甚至冻结或封禁；

2、因异常账号给苏宁带来的一切损失（包括自身的直接经济损失、商誉损失以及须对外支付的赔偿金、律师费等间接经济损失），苏宁有权向您追偿，您应向苏宁承担相应的损害赔偿责任，您承担赔偿责任的方式包括但不限于根据苏宁的书面通知向其支付与损失等额的资金。

第九章 服务变更、中断或终止

第四十九条 鉴于网络服务的特殊性，用户同意苏宁有权根据业务发展情况随时变更、中断或终止部分或全部的网络服务而无需通知用户，也无需对任何用户或任何第三方承担任何责任。

第五十条 用户同意并知晓，苏宁有权根据业务发展需要、用户违反法律规定、监管部门的要求、苏宁制定的各项规则等，经提前通知或事后告知后，清理内容，或调整服务方式。

第五十一条 用户理解，苏宁需要定期或不定期地对提供网络服务的平台（如互联网网站、移动网络等）或相关的设备进行检修或者维护，如因此类情况而造成网络服务在合理时间内的中断，苏宁无需为此承担任何责任，但苏宁应尽可能事先进行通告。

第五十二条 如发生下列任何一种情形，苏宁有权随时中断或终止向用户提供本《协议》项下的网络服务（包括收费网络服务）而无需对用户或任何第三方承担任何责任：

1、用户提供的个人资料不真实；

2、用户违反本《协议》中规定的使用规则。

第十章 免责声明

第五十三条 苏宁不担保网络服务一定能满足用户的要求，也不担保网络服务不会中断，对网络服务的及时性、安全性、准确性也都不作担保。

第五十四条 苏宁不保证为向用户提供便利而设置的外部链接的准确性和完整性，同时，对于该等外部链接指向的不由苏宁实际控制的任何网页上的内容，苏宁不承担任何责任。

第五十五条 对于因电信系统或互联网网络故障、计算机故障或病毒、信息损坏或丢失、计算机系统问题或其它任何不可抗力原因而产生损失，苏宁不承担任何责任，但将尽力减少因此而给用户造成的损失和影响。

第五十六条 用户使用苏宁相关服务仅为个人行为，与苏宁无关。对于用户行为引发的全部责任，由用户自行承担。如苏宁因此遭受任何损失，苏宁有权向用户追偿。

第五十七条 用户之间因使用苏宁相关服务而产生或可能产生的任何纠纷和/或损失，由用户自行解决并承担相应的责任，与苏宁无关。

第五十八条 苏宁按照本协议的规定清理或处置视频内容，不需向用户承担任何责任。

第五十九条 对于涉嫌借款或其他涉及财产的网络信息、账户密码、广告或推广等信息的，请您谨慎对待并自行判断，如您因此遭受利润、商业信誉、资料损失等其他一切损失的，苏宁不承担任何赔偿责任。

第十一章 附则

第六十条 苏宁保留修改或增补本协议内容的权利。本协议的修改文本将公告于苏宁或以其他苏宁认为可行的方式公告。修改文本一旦公布则立即生效，且对生效前的用户同样适用。若您在本协议内容发生修订后，继续使用本服务的，则视为您同意最新修订的协议内容；否则您须立即停止使用本服务。

第六十一条 本协议的成立、生效、履行、解释及纠纷解决均适用中华人民共和国大陆地区法律（不包括冲突法）。因本协议引起的或与本协议有关的争议，首先应当友好协商解决；协商不成的，您同意将争议提交本协议签订地有管辖权的人民法院解决。

第六十二条 本协议部分内容被有管辖权的法院认定为违法或无效的，不因此影响其他内容的效力。

第六十三条 本协议未涉及的问题参见国家有关法律法规，当本协议与国家法律法规冲突时，以国家法律法规为准。

第六十四条 本协议签订地为南京市玄武区。

第六十五条 苏宁有权在法律允许的范围内对本协议进行修改并公示。

苏宁易购直播管理规范总则

第一章 概述

第一条【目的及依据】为维护苏宁直播平台的正常运营秩序，保障苏宁直播平台所有用户的合法权益，根据《网络音视频信息服务管理规定》、苏宁易购《商家管理规范总则》等相关规则、协议的规定，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于使用苏宁直播发布内容的所有用户，包括商家、主播、互动参与用户（统称为“用户”）。

第二章 苏宁直播平台管理规范

第三条 为加强对直播行为的管理，给苏宁主播及苏宁用户提供一个和谐健康的直播导购的平台，本章规范所指的行为包含苏宁主播以及苏宁用户在苏宁直播平台上的个人资料、直播、发言等所有行为。苏宁官方制定本管理规范，以明确违规行为及相应处罚办法，苏宁官方将依据违规行为类型，按照本规范相应作出处罚。

第四条 苏宁主播有义务保证直播环境健康和谐，主播需对直播间中的内容、直播间信息等所有直播内容负责，若以下部分有违规行为，将依据违规情况，对违规者及主播予以处罚。

第五条 苏宁主播以及苏宁用户需严格遵守本管理规范，如违反本管理规范的各项规定，自愿接受相应处罚。

第六条 若出现以下违规行为，一经认定，视情节严重程度进行处罚：

（一）严重违规行为（A 类违规）

1、发布危害国家政治政权内容，包括但不限于：

（1）发布反党、反政府或带有侮辱、诋毁党和国家的内容；

（2）进行散布谣言，聚众扰乱社会秩序，破坏社会稳定的行为；

（3）发布违反国家宗教政策，宣扬暴恐、邪教或其他封建迷信的行为。

2、直接或间接传播淫秽色情信息、进行露点或色情表演的行为；

3、宣扬暴力、血腥，危害生命安全等信息，及教唆犯罪的行为；

4、出现违反国家法律法规规定的其他行为，包括但不限于：

（1）贩卖传播或展示枪械、毒品或其他管制物品等违法行为；

（2）参与、教授、传播赌博的违法行为；

（3）组织、宣传、诱导用户加入传销（或有传销嫌疑）的机构。

5、严禁扰乱苏宁平台秩序的直播内容，包括但不限于：

（1）冒充苏宁官方的行为；

（2）平台挖人、外站拉人的行为；

（3）买卖账号、买卖苏宁云钻等违规行为。

6、游戏直播外挂或直播禁播游戏。

如出现以上 A 类严重违规行为，账号将被永久封禁，并保留移交司法机关的权利。

（二）一般违规行为（B 类违规）

1、着装低俗、暴露或妆容低俗、不雅进行直播，包括但不限于：

（1）穿着情趣制服、情趣内衣、暴露装、透视装、睡衣裙、真空凸点、紧身衣、内衣外穿、半截抹胸、渔网袜、吊带袜、三角短裤或呈现三角状短裤、低腰超短裤等；

（2）大尺度裸露身体，包括男性赤裸上身；

（3）衣衫不整，裸露胸罩或内裤或仅用被子、浴巾、衣物等遮盖身体；

（4）直播洗澡或湿身诱惑性的直播；

（5）带有低俗、不雅、恐怖妆容或在身体各部位描画低俗文字或图案。

2、带有性暗示、性挑逗或其他低级趣味的行为，包括但不限于：

（1）揉挤胸部或刻意对着镜头抖胸、扭臀、抚摸敏感部位等；

（2）拉扯衣服、脱/穿丝袜或内衣胸罩等刻意表现低级趣味的动作；

（3）聚焦胸部、臀部、腿部、脚部等敏感部位博取眼球；

（4）使用性用品或暗示性的道具进行表演；

（5）低俗表演或低俗游戏，包括但不限于：撩上衣、撩裙子、拔毛、胸部、裆部夹物品、舔舐物品、模拟活塞运动等；

（6）播放低俗音乐、模仿叫床或是其他低俗声音的；

（7）宣传低俗话题、带动低俗氛围的内容，如主播诱导连麦对象擦边、诱导观众违规等行为。

3、反党、反政府或带有侮辱、诋毁党和国家的内容，包括但不限于：

（1）歪唱国歌或以军旗、党旗、国旗等背景直播；

（2）谈论影响社会和谐的时政话题；

（3）在军事区域直播或穿着国家机关人员、军队的工作制服（包括但不限于公安、司法、工商、税务、海关、城管以及军装迷彩服等军事元素服装）进行直播；

（4）使用国家机关的名称、标志或国家领导人形象作为个人资料、头像、昵称等；

（5）歪曲诋毁或歧视宗教观念、宗教信仰的内容；

（6）反科学、封建迷信的内容，如算卦、占星占卜、塔罗牌、佛牌、看风水、碟仙、笔仙、筷仙等。

4、有违社会公序良俗的内容，包括但不限于：

（1）诋毁、谩骂、骚扰攻击他人；

（2）侵害他人隐私的录像、偷拍，未经当事人同意公开泄露他人隐私信息；

（3）破坏公共设施、影响社会秩序、违反社会公德的行为；

（4）宣传不良价值观，包括但不限于：拜金主义、贪污、受贿、婚外恋、一夜情、同性恋以及其他引人消极颓废行为。

5、直播夜间探险、探秘、灵异类的内容或其他带有惊悚和恐怖言语的行为；

6、直播古墓、坟地探险活动（参与挖坟、盗墓行为的，账号将被永久封禁）；

7、表演危害动物生命安全的内容，包括但不限于捕杀国家保护动物、虐待虐杀动物等；

8、在开车时危险驾驶、违法驾驶，包括但不限于闯红灯、遮挡变更号牌、酒驾、驾驶员未系安全带等行为；

9、播放未经授权的影视剧、综艺、赛事或其他侵犯他人知识产权的行为；

10、直播一般的棋牌类、麻将类内容不得出现赌注、筹码等具备赌博性质的赌资；

11、其他扰乱苏宁平台秩序的行为：

（1）宣传其他直播平台的行为；

（2）辱骂诋毁苏宁平台的行为；

（3）其他官方活动刷票刷量的行为；

如违反以上 B 类一般违规行为，将依据情况进行删除、提醒、停播、封禁账号的处罚。

（三）轻微违规行为(C 类违规)

1、在直播时抽烟、酗酒等行为；

2、在床上直播或以床为道具、背景或直播睡觉的行为；

3、直播过程中长时间挂机等消极行为，包括但不限于：黑屏挂机、长时间定格同一或相似画面、播放直播录像等；

4、拍摄各类低俗、血腥、暴力、恐怖场面或其他令人不适、恶心的低俗画面（包括游戏画面）；

5、游戏私服直播、宣传私服游戏或其他侵犯游戏版权的行为；

6、主播在驾驶过程中手持直播工具进行直播或进行其他因直播对驾驶产生干扰的行为，包括但不限于参与弹幕互动等行为；

7、未经授权使用“电视台”“广播电台”“电台”“TV”等广播电视专有名称进行直播；

8、直播残疾人乞讨或以身体残缺博取眼球的行为；

9、未满 18 周岁进行直播的行为；

10、直播含有赌博性质的互动游戏，通过具备赌博性质的方式来赚取苏宁币等虚拟礼物；

11、直播大面积纹身，低俗色情纹身的行为；

12、直播其他平台的内容及 LOGO；

14、表演言语低俗、用词低俗、爆粗口低俗黄段子等低级趣味的行为；

15、表演危害人身安全的内容，以进行危险动作、自虐等来吸引眼球的表演，包括但不限于自杀、酗酒、自残自虐、虐待他人或展示各种令人不适的物品、活物、死物等；

16、资料信息（个人签名、头像、昵称等）存在任何违法违规行为，包括但不限于：

（1）包含血腥暴力；

（2）头像不清晰、二维码违规信息图片化、含网址，微信公众号等带跳转信息的；

（3）头像及封面尺度过大，非主流类、大面积纹身露出（前胸、后背、花臂、花腿）、口罩、哺乳等；

（4）服装涉及军徽，警徽、国徽、党徽、国旗、军装、军装迷彩；

（5）使用未成年人肖像、名义等做封面；

（6）冒充明星；

（7）含有低俗信息，包括宣传以及涉嫌宣传一些与主流价值观不符、低级趣味如黄色笑话、婚外情等信；

（8）含有商业广告信息，如打广告、卖产品、未经官方审核的商业合作及推广行为；

17、骗取他人财物，包括但不限于：

（1）以包括但不限于销售价高质低、虚假物品等方式诈骗、骗取他人财物；

（2）诈骗、骗取他人苏宁账号、苏宁云钻、等虚拟物品。

18、在苏宁直播平台以任何方式篡改系统获取的用户地理定位，或以不正当方式误导系统获取与实际不符的定位；

如违反以上 C 类轻微违规行为,将依据情况进行删除、提醒、停播、短期账号封禁的处罚。

第三章 信息发布审核、安全管理及应急

第七条 实名审核入驻及内容来源

面向全国进行招募主播并实名注册审核，将专业具有直播能力的主播（个人）引入平台，在苏宁易购平台进行直播，让消费者在较为轻松娱乐的环境中了解产品，也可以不推荐产品，用于引流养粉；另外会增加品牌、商户等实名认证账户以官方账号的形式进行生产工艺流程、实物商品功能介绍及使用攻略拍摄、线下卖场活动同步直播等宣传。

1、主播基本入驻条件

易购用户需满足如下条件方可入驻易购达人平台：

如为个人，年龄需年满 18 岁，个人须完成易付宝个人实名认证,且同一身份信息下只能允许一个易购账号入驻;

如为企业，企业须完成易付宝企业实名认证，如企业用户需要发起直播必须绑定一个实名认证过的个人易购账号；

如果您已经在易购平台开店，则直接在店铺后台提交申请。

2、账号申请

申请苏宁内容合伙人平台账户，入驻及登录链接为 dr.suning.com，具体操作可参考 http://help.suning.com/reg.htm。

第八条 网站安全保障措施

苏宁 IT 团队和阿里技术团队合作，有专门的技术人员负责直播产品的正常运维，建立问题响应机制，保证系统平台稳定性，包括对产生的直播内容的监测、CPS/CPA/打赏的结算及风险控制等；

1、网站服务器和其他计算机之间设置经公安部认证的防火墙，并做好安全策略，拒绝外来的恶意攻击，保障网站正常运行；

2、在网站的服务器均安装防病毒软件，对计算机病毒、有害电子邮件有整套的防范措施，防止有害信息对网站系统的干扰和破坏；

3、做好生产日志的留存。网站具有保存 180 天的系统运行日志和用户使用日志记录功能，内容包括 IP 地址及使用情况，主页维护者、邮箱使用者和对应 IP 地址情况等；

4、交互式栏目具备有 IP 地址、身份登记和识别确认功能；

5、网站信息服务系统建立备份，一旦主系统遇到故障或受到攻击导致不能正常运行，保证备用系统能及时替换主系统提供服务；

6、关闭网站系统中暂不使用的服务功能，及相关端口，并及时用补丁修复系统漏洞，定期查杀病毒；

7、服务器平时处于锁定状态，并保管好登录密码；后台管理界面设置超级用户名及密码，并绑定 IP，以防他人登入；

8、网站提供集中式权限管理，针对不同的应用系统、终端、操作人员，由网站系统管理员设置共享数据库信息的访问权限，并设置相应的密码及口令。对操作人员的权限严格按岗位职责设定，并由网站系统管理员定期检查操作人员权限；

9、中心机房内有必备的独立 UPS 不间断电源，定期进行电力、防火、防潮、和防鼠检查。

第九条 数据存储及信息安全保密

所有直播内容依托 PP 云和阿里云大数据平台，针对符合法律的直播内容进行存储并实时监播，存储合同详见另外附件；

1、为处理网站信息资源发布过程中涉及的办公秘密信息和业务秘密信息，特制定本制度；

2、网站应建立规范的信息采集、审核各发布机制，实行网站编辑制度；

3、各部门要设立网站信息员负责向网站编辑报送本部门需要公开发布的信息；

4、策划部网络信息组负责指导全公司各部门网站信息员的保密技术培训，落实技术防范措施；

5、凡需要发布上网的信息资源必须遵循“谁发布，谁负责，谁主管，谁管理”的原则；

6、各部门要有一名领导主管此项工作。要指定专人负责上网信息的保密检查，落实好保密防范措施，定期对本部门网站信息员进行保密教育和管理；

7、拟对外公布的信息，必须经本部门分管负责人审查同意并对上传的内容进行登记建档后方可发布上网，重要信息需经公司网站管理小组审核确认；

8、对互动性栏目加强监管，确保信息的健康和安全。以下有害信息不得在网上发布：

①反对宪法所确定的基本原则的；

②危害国家安全、泄露国家秘密，颠覆国家政权、破坏国家统一的；

③损害国家荣誉和利益的；

④煽动民族仇恨、民族歧视、破坏民族团结的；

⑤破坏国家宗教政策、宣扬邪教和封建迷信的；

⑥散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定；

⑦散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或教唆犯罪的；

⑧侮辱或诽谤他人，侵害他人合法权益的；

⑨含有法律、行政法规禁止的其他内容的。

9、网站必须设置不良信息过滤程序对信息进行甄选、筛选、把关，防止虚假、反动、淫秽信息发布到网上；

10、网站应当设置网站后台管理及上传登录口令。口令的位数不应少于 8 位，且不应与管理者个人信息、单位信息、设备（系统）信息等相关联。严禁将个人登录账号和密码泄露给他人使用；

11、网站应当设置合理的管理权限。对不同级别的网站管理人员应分配不同的权限、账号和密码；

12、不得利用网站从事危害国家安全，泄露国家机密的活动；

13、如在网站上发现反动、黄色的宣传品和出版物，要保护好现场，及时向网络安监部门报告。如发现泄露公司机密的情况，应采取果断措施并及时报告公司网站管理小组。对违反规定并给公司形象带来不良影响的，应根据有关规定进行处理，并追究相关部门领导的责任；

14、发生重大突发事件期间，公司网站管理小组及各部门领导要加强网络监控，及时、果断地处置网上突发事件，维护公司内部稳定。

第十条 内容审核培训规范

苏宁直播运营管理平台，拥有主播资质审核（实名）、直播预告（包含封面、文字标题）审核及直播监控功能，安排多人小组轮流负责监播及每天的审核工作（审核人员都已取得网络文化内容审核人员证书），审核通过才会面对用户，保证平台内容符合平台内容属性及法律法规。每天产生的直播内容做好上下架的运维工作。对于违反国家相关法律法规的立即做下架处理并通知生产者，并将其设置为黑名单，在平台上禁播。

第十一条 用户信息安全保障措施

1、遵守《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》及其他有关的国家法律、法规和规定。

2、制定和严格执行安全管理制度。

3、保存会员登录记录 30 天以上。保护了验证过程，用户内部信息使用 AES-128 算法进行处理，保证用户信息的安全。

4、会员登记的私人信息资料，网站不得向外界散发、告知。未经许可，任何单位、团体、个人不得查阅、拷贝、抄录私人信息资料内容。

5、会员不得传播违反国家法律的言论，对传播淫秽资料的，管理员和版主有责任阻止。

6、切实落实各项制度，做好各项管理制度的工作。

7、会员不得在论坛进行个人攻击和任何违法活动。

8、信息安全内部人员保密管理制度:

相关内部人员不得对外泄露需要保密的信息。

内部人员不得发布、传播国家法律禁止的内容。

信息发布之前应该经过相关人员审核。

对相关管理人员设定网站管理权限，不得越权管理网站信息。

一旦发生网站信息安全事故，应立即报告相关方并及时进行协调处理。

对有毒有害的信息进行过滤、用户信息进行保密设置。

9、登录用户信息安全管理制度：

对登录用户信息阅读与发布按需要设置权限，不得擅自进入系统，篡改他人信息。

对有害的信息进行过滤，对用户的信息进行有效管理并保证其信息的安全保密。

建立信息编辑、审核、发布责任制及流程，信息发布之前必须经过相关人员审核。

对用户在网站上的行为进行有效监控，保证内部信息安全。

固定用户在网站上的行为进行有效监控，保证内部信息安全。

一旦发生信息安全事故，就积极采取有效措施，并保存记录按规定报告有关部门。

第十二条 用户权益保障及纠纷处理

苏宁直播的目的是为了让消费者可以更加直观的了解商品情况并决定是否购买，用户在直播中购买的商品与在苏宁易购网站购买商品享受同等的售后服务，将由苏宁专业客服进行服务并按照国家法律法规解决，包括苏宁易购网站公示的退换货政策、贵就赔、维修/安装、订单修改、退换货申请、发票政策。苏宁自营商品。详细规则公示与苏宁官网：https://help.suning.com/page/channel-251.htm。

用户对直播内容有任何意见和建议可通过以下渠道进行反馈：

1、400 客服热线：4008365365；

2、反馈邮箱：13070809@suning.com；

3、各直播间举报入口。

用户之间纠纷处理方式

若用户之间发生纠纷且无法协商一致的，可向国家相关行政机关或司法机关寻求解决，包括但不限于向公安机关报案、申请仲裁或向人民法院提起诉讼等。我司将会为实名注册用户提供必要的协助和支持，并根据有关行政机关的要求承担一定的举证责任或采取必要措施。

本网络直播用户之间发生纠纷的，也可向客服人员投诉并举证。用户需提供与其账号注册信息一致的个人有效身份证件、必要的国家行政或司法机关文件和其他相关证据。经审核确认后，我司可以给予必要的协助和支持。

用户与我们之间的纠纷处理方式

如用户对我们服务有任何异议的，可是向客服人员投诉并举证。查证属实的，将立即更正并按照现行法律法规给予用户必要的补偿。

如本网络直播用户对我司服务有任何异议的，也可以向我司所在地人民法院提起。

第十三条 内容审核管理制度

所有主播及内容都围绕“先审核后展示，不审核不展示的原则”，对网站发布内容信息进行认真审查。

苏宁直播运营管理平台，拥有主播资质审核（实名）、直播预告（包含封面、文字标题）审核及直播监控功能，安排多人小组轮流负责监播及每天的审核工作，审核通过才会面对用户，保证平台内容符合平台内容属性及法律法规。每天产生的直播内容做好上下架的运维工作。对于违反国家相关法律法规的立即做下架处理并通知生产者，同时按照平台管理规范，决定是否并将其设置为黑名单，在平台上禁播。（苏宁平台审核人员均已取得网络文化内容审核人员证书）

第十四条 内容审核及人员奖惩制度

注册用户言行应严格遵守 “七条底线”，不得发布违反底线的有害信息：

1、违反法律法规底线的；

2、违反社会主义制度底线的；

3、违反国家利益底线的；

4、违反公民合法权益底线的；

5、违反社会公共秩序底线的；

6、违反道德风尚底线的；

7、违反信息真实性底线的。

对于严格遵守平台规范及法律法规的主播，平台按照数据考核进行划分等级，不同等级主播可以通过自己的合法能力获得更多的报酬。

同时平台内部审核人员，也提供丰厚的晋升及奖惩制度

第十五条 技术监管措施

1、网站建立规范的信息采集、审核各发布机制，实行网站编辑制度；

2、各部门设立网站信息员负责向网站编辑报送本部门需要公开发布的信息；

3、策划部网络信息组负责指导全公司各部门网站信息员的保密技术培训，落实技术防范措施；

4、凡需要发布上网的信息资源必须遵循“谁发布，谁负责，谁主管，谁管理”的原则；

5、各部门都有有一名领导主管此项工作。指定专人负责上网信息的保密检查，落实好保密防范措施，定期对本部门网站信息员进行保密教育和管理；

6、拟对外公布的信息，必须经本部门分管负责人审查同意并对上传的内容进行登记建档后方可发布上网，重要信息需经公司网站管理小组审核确认；

7、网站设置了不良信息过滤程序对信息进行甄选、筛选、把关，防止虚假、反动、淫秽信息发布到网上。

第十六条 突发事件应急预案保障措施

应急响应级别	响应条件	影响范围	控制事态的能力
I 级（特别重大）	发生严重有害程序事件、网络攻击事件、设备设施故障、灾害性事件造成全校大面积网络与信息系统瘫痪； 发生严重信息内容安全事件和信息破坏事件；	对网站校正常工作造成特别严重损害	事态发展超出网站控制能力的安全事件
II 级（重大）	发生有害程序事件、网络攻击事件、设备设施故障、灾害性事件造成全校性网络与信息系统瘫痪； 发生信息内容安全事件和信息破坏事件；	对网站正常工作造成严重损害	事态发展超出技术部门控制能力，需要网站各部门协同处置的安全事件
III 级（较大）	发生有害程序事件、网络攻击事件、设备设施故障、灾害性事件造成网站某一区域网络与信息系统瘫痪；	对网站正常工作造成一定损害	网络信息中心可处理的安全事件
IV 级（一般）	发生有害程序事件、网络攻击事件、设备设施故障、灾害性事件造成网站某一局部网络与信息系统故障	对网站某些工作造成影响，但不危及网站整体工作	网络信息中心可处理的安全事

苏宁直播运营及 IT 团队以所有主播经过实名认证为基础，并严格正规培训，直播时间段专人多人监播值守，第一时间发现违规苗头并可直接终止直播间。

第十七条　系统类突发事件预防

1、网站服务器和其他计算机之间设置经公安部认证的防火墙，并做好安全策略，拒绝外来的恶意攻击，保障网站正常运行；

2、在网站的服务器均安装防病毒软件，对计算机病毒、有害电子邮件有整套的防范措施，防止有害信息对网站系统的干扰和破坏；

3、做好生产日志的留存。网站具有保存 180 天的系统运行日志和用户使用日志记录功能，内容包括 IP 地址及使用情况，主页维护者、邮箱使用者和对应 IP 地址情况等；

4、网站信息服务系统建立备份，一旦主系统遇到故障或受到攻击导致不能正常运行，保证备用系统能及时替换主系统提供服务；

5、网站提供集中式权限管理，针对不同的应用系统、终端、操作人员，由网站系统管理员设置共享数据库信息的访问权限，并设置相应的密码及口令。对操作人员的权限严格按岗位职责设定，并由网站系统管理员定期检查操作人员权限；

6、中心机房内有必备的独立 UPS 不间断电源，定期进行电力、防火、防潮、和防鼠检查；

7、其他保障措施：

（1）队伍保障

加强队伍建设，不断提高安全岗位工作人员的信息安全防范意识和技术水平，确保安全事件处置得当；

（2）技术保障

不断完善网络安全整体方案，加强技术管理，确保信息系统的稳定与安全；

（3）资金保障

网络信息中心应根据网站网络与信息系统安全预防和应急处置工作的实际需要，申报网络与信息系统关键设备及软件的运维专项资金，提出本年度应急处置工作相关设备和工具所需经费，上报至财务处纳入年度预算；

（4）安全培训和演练

网络信息中心定期对相关工作人员进行网络与信息系统安全知识培训，增强预防意识和应急处置能力，有针对性地开展应急演练，确保相关措施有效落实。建立 24 小时应急相应联络电话，用户可通过以下方式进行举报或者意见反馈；

①400 客服热线：4008365365；

②反馈邮箱：13070809@suning.com；

③各直播间举报入口。

第四章 未成年保护规范

第十八条 未成年人使用条款

1、我们的产品、网站和服务主要面向成人。如果没有父母或监护人的同意，未成年人不应创建自己的用户账户。若您是未满 18 周岁的未成年人，您应在您的监护人监护、指导下并获得监护人同意的情况下，认真阅读并同意本协议后，方可使用“苏宁直播”软件及相关服务。

2、苏宁平台重视对未成年人个人信息的保护，未成年用户在填写个人信息时，请加强个人保护意识并谨慎对待，并应在取得监护人的同意以及在监护人指导下正确使用“苏宁直播”软件及相关服务。

3、未成年人用户及其监护人理解并确认，如您违反法律法规、本协议内容，则您及您的监护人应依照法律规定承担因此而可能导致的全部法律责任。

4、未成年人用户特别提示

（1）未成年人使用“苏宁直播”软件及相关服务应该在其监护人的监督指导下，在合理范围内正确学习使用网络，避免沉迷虚拟的网络空间，养成良好上网习惯；

（2）青少年用户必须遵守《全国青少年网络文明公约》：

①要善于网上学习，不浏览不良信息；

②要诚实友好交流，不侮辱欺诈他人；

③要增强自护意识，不随意约会网友；

④要维护网络安全，不破坏网络秩序；

⑤要有益身心健康，不沉溺虚拟时空。

（3）为更好地保护未成年人隐私权益，苏宁平台提醒您慎重发布包含未成年人素材的内容，一经发布，即视为您已获得权利人同意在“苏宁直播”软件及相关服务展示未成年人的肖像、声音等信息，且允许公司依据本协议使用、处理该等与未成年人相关的内容。

5、监护人特别提示

（1）如您的被监护人使用“苏宁直播”软件及相关服务的，您作为监护人应指导并监督被监护人的注册和使用行为，如您的被监护人申请注册苏宁直播账号，公司将有权认为其已取得您的同意；

（2）您的被监护人在使用“苏宁直播”软件及相关服务时可能使用充值、打赏等功能。您作为监护人，请保管好您的支付设备、支付账户及支付密码等，以避免被监护人在未取得您同意的情况下通过您的苏宁直播账号使用充值、打赏等功能；

苏宁直播平台内容不涉及影响青少年身心健康类内容，如果您有其他意见和建议，也可以

通过联系电话、邮件或来访的方式联系我们：

24 小时热线：4008365365

服务电话：025-66996699 转 887743（工作日 14-18 点）

服务邮箱：13070809@suning.com

邮寄地址：江苏省南京市玄武区苏宁大道 1 号

邮政编码：210000

第五章 知识产权保护

第十九条 苏宁的服务包括苏宁运营的网站、网页应用、软件及内涵的文字、图片、视频、音频等元素，苏宁服务标识、标志及专利权，苏宁对此享有知识产权。

第二十条 您在苏宁上发布的直播内容（包括回放的内容），本团队有权转播或引用。

第二十一条 用户使用苏宁相关服务时发表的任何内容（包括直播及回放的全部内容）所涉及的著作权、表演权、肖像权等权利，已许可苏宁在全世界范围内免费地、永久性地、不可撤销地使用和可完全转授的权利；且苏宁有权单方决定对直播及回放的全部内容进行任何方式的处置。

第二十二条 您向苏宁作出的上述授权是独家的，即包括用户之表演和肖像权等合法权利在内，任何第三方未经苏宁同意，不得将您在苏宁上的任何直播及回放内容、发表言论等进行复制、修改、编辑、转让、使用或作其他用途，包括但不限于截取视频信号、编辑视频/音频/文字和其他形式的内容等行为。您许可本团队有权就任何主体侵权而单独提起诉讼或开展其他法律行动，并获得全部赔偿。

第二十三条 您不得对苏宁服务涉及的相关网页、应用、软件等产品进行反向工程、反向汇编、反向编译等。

第二十四条 若您发现在苏宁上发布、储存、使用、传播的信息、内容存在侵犯第三人权益的情况，苏宁提供投诉通道（24 小时 4008365365 客服热线），并将在核实后尽快采取积极行动终止该等行为，但因该等行为而产生的任何法律纠纷和赔偿责任由您自行承担。如苏宁因此遭受任何损失，苏宁有权向您追偿，您应向苏宁承担相应的损害赔偿责任。

第六章 附则

第二十五条【生效时间**】**本规则于 2019 年 12 月 16 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 12 月 23 日生效；如有修改，则另行公示。

第二十六条【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可以根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规 范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购 及其关联公司所签订的各项协议。

第二十七条【计算单位】本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁直播用户注册协议

尊敬的用户您好，在同意本协议前，请您认真阅读并充分知悉、理解苏宁平台的各项规则及要求，必须遵守《网络音视频信息服务管理规定》等国家关于该类互联网信息服务的法律法规等。如果您对本协议的任何条款表示异议，您可以选择不使用；使用或注册则意味着您将同意遵守本协议下全部规定，以及苏宁平台后续对使用协议随时所作的任何修改，并服从于苏宁团队的统一管理。本协议已对与您的权益有或可能具有重大关系的条款，及对苏宁平台具有或可能具有免责或限制责任的条款予以标注，请您注意。

第一章 总则

第一条 苏宁直播平台是苏宁直播团队(以下统称“本团队”)向用户提供的一种更方便的进行视频直播、观看视频直播服务并与用户进行互动购物的视频导购平台。苏宁平台将为用户提供技术支持、流量入口等进行视频直播、社交所需的互联网信息服务。苏宁相关服务的具体内容由苏宁平台根据实际情况提供，包括但不限于苏宁直播、苏宁所出售的商品等服务或产品，并有权根据业务发展需要随时新增、调整、终止服务或产品。

第二条 苏宁平台所有权、经营权、管理权均属本团队。

第三条 苏宁有权在法律允许的范围内对本协议进行修改。

第二章 苏宁平台账号

第四条 您注册成功后，苏宁平台（以下简称“苏宁”）将为您提供一个账号（下称“苏宁账号”)。您在申请使用苏宁服务时，应当向苏宁提供真实、准确的个人资料，以完成实名认证；您应确保开通本服务所提供的姓名和身份证号等信息为本人所有，并授权苏宁通过依法成立的合法采集机构或者认证机构对您所提供姓名和身份证号等信息的真实性和有效性进行认证。如个人资料有任何变动，您须及时在苏宁上予以更新。苏宁在向您提供直播服务及其他衍生服务或功能时，会搜集与您使用服务相关的必要信息，并对您的信息进行保密。

第五条 苏宁账号的所有权归苏宁所有，您完成注册申请手续后，获得苏宁账号的使用权。苏宁账号是您接受苏宁向您提供服务的凭证；您需要对自己在账号中的所有活动和事件负全责。如果由于您的过失导致您的账号和密码脱离您的控制，则由此导致的针对您、苏宁或任何第三方造成的损害，您将承担全部责任。

第六条 您的账号仅限于您本人使用，未经苏宁书面同意，禁止以任何形式赠与、借用、出租、转让或者以其他方式许可他人使用。如果苏宁发现或者有合理理由认为使用者并非账号初始注册人，苏宁有权在未通知您的情况下，暂停或终止向该注册账号提供服务，并有权收回该账号，且无需向注册该账号的用户承担任何法律责任。若账号的归属出现争议的，苏宁在收到投诉后，有权暂时冻结该争议账号；争议各方需在 3 个工作日内提供证据证明账号归属，苏宁

依据各方提供的证据判断归属后，解冻争议账号。

第七条 您可自主设定账号名称、头像、简介等注册信息，不得含有违法和不良信息；如存在该等情况，苏宁有权采取通知限期改正、暂停使用、注销登记等措施。

您注册苏宁账号后，连续近一年不登录使用的，苏宁有权不提前通您的情况下收回该账号，以免造成资源浪费，由此带来的损失均由您自行承担。您如需注销账户，请联系苏宁客服。

第八条 您同意苏宁无偿使用您的名称（包括但不限于真实姓名、笔名、网名及任何代表您身份的文字符号）、肖像（包括但不限于真人肖像及卡通肖像）以及其他相关个人信息进行苏宁的各类宣传。您已理解并同意苏宁提供的服务中可能包括广告，同意在使用苏宁相关服务的过程中显示苏宁和第三方供应商、合作伙伴提供的广告。

第三章 用户说明

第九条 凡是下载、浏览和发布内容的用户均为苏宁用户。但您与苏宁不构成任何法律制度层面的雇佣、劳动或劳务关系。您可在苏宁进行视频直播（此时您称为“主播”）、观看视频直播服务并与其他用户互动

第十条 您在开始使用苏宁服务时，您必须年满 18 周岁。

第十一条 您确认您已年满 18 周岁，了解苏宁产品功能，足以履行基于本协议项下的义务，且不是全国“扫黄打非”办、文化部、市文化执法总队公布的“主播黑名单”中的人员。

第十二条 您自己承担进行视频直播和观看视频直播所需要的网络、设备，并负责直播图像和语音质量。您使用苏宁服务所需支付的费用（如为接入互联网而支付的电话费及上网费、为使用移动网而支付的手机费）均应由您自行负担。

第十三条 您的个人信息受到保护，不接受任何个人或单位的非法查询，但是国家机关依法查询除外、您个人设置同意公开个人信息除外。

第十四条 在不违反适用法律法规的前提下，您享有言论自由的权利。

第十五条 您的言行不得违反《网络音视频信息服务管理规定》、《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网电子公告服务管理规定》、《维护互联网安全的决定》、《互联网新闻信息服务管理规定》、《网络安全法》等相关法律规定，不得在苏宁上发布、传播或以其它方式传送含有下列内容之一的直播内容或信息：

1、违反宪法确定的基本原则，煽动抗拒或者破坏宪法、法律、行政法规实施的；

2、危害国家统一、主权和领土完整，泄露国家秘密，危害国家安全，损害国家尊严、荣誉和利益，宣扬恐怖主义、极端主义的；

3、损害国家荣誉和利益的；

4、诋毁民族优秀文化传统，煽动民族仇恨、民族歧视，侵害民族风俗习惯，歪曲民族历史和民族历史人物，伤害民族感情，破坏民族团结的；

5、煽动破坏国家宗教政策，宣扬宗教狂热，危害宗教和睦，伤害信教公民宗教感情，破坏信教公民和不信教公民团结，宣扬邪教、迷信的，如算命、占卜等；

6、危害社会公德，扰乱社会秩序，破坏社会稳定，宣扬淫秽、赌博、吸毒，渲染暴力、恐怖，教唆犯罪或者传授犯罪方法的；

7、侵害未成年人合法权益或者损害未成年人身心健康的；

8、侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；

9、未获他人允许，偷拍、偷录他人，侵害他人合法权利的；

10、煽动非法集会、结社、游行、示威、聚众扰乱社会秩序的；

11、以非法民间组织名义活动的；

12、含有虚假、有害、胁迫、侵害他人隐私、骚扰、侵害、侮辱、诽谤、中伤、粗俗、猥亵、或其它道德上令人反感的内容；

13、侵犯他人知识产权的内容；

14、含有中国法律、法规、规章、条例以及任何具有法律效力之规范所限制或禁止的其它内容的。

第十六条 您不得违规在苏宁发布广告，包括但不限于：

1、发布带有任何有联系方式的网络创业、网络兼职、刷 Q 币以及非真实性中奖信息；

2、内容包含带有任何联系方式的学历职称代办，专业代做试题，作业，论文等题目以及售卖考试答案等信息；

3、发布任何带有联系方式的银行卡代办、买卖发票、非法彩票等信息；

4、含有联系方式的黑客、收费删帖、办证刻章等违法信息；

5、非官方认证的发布任何带有联系方式的医院、美容、药品、祛斑、医生专家和整容等信息。

第十七条 您不得采用任何形式进行网络赌博活动，包括以“苏宁币”、“苏宁豆”、“虚拟礼物”等虚拟财产为标的或赌资进行线上赌博，或者通过苏宁组织线下赌博活动。苏宁将严密监控此类行为，并有权对多个定向账户中异常的、数额较大的虚拟资产流转进行调查，并有权配合主管机关的调查提交您的身份资料、有关账户的交易记录等信息。

第十八条 您不得利用苏宁进行任何形式的洗钱活动。苏宁将严密监控此类行为，并有权对多个定向账户中异常的、数额较大的虚拟资产流转进行调查，并有权配合主管机关的调查提交

您的身份资料、有关账户的交易记录等信息。

第十九条 您通过苹果应用商店充值的次数每天不能超过 20 次，如果超过 20 次则苏宁冻结该账户。如果您违规使用非本人苹果手机应用商店代冲值，或者通过其它非苏宁认可的渠道非法购买苏宁豆，则苏宁有权冻结该账户，并进行相应惩罚，严重者可以进行封号处理。通过 APPLE 账户、支付宝、微信等方式购买“苏宁豆”时由第三方收取的手续费等费用，由您自行承担。

第二十条 您应承担一切因您个人的行为而直接或间接导致的民事、行政或刑事法律责任，因您违反法律法规或违反本协议的行为给本团队造成损失的，您应负责赔偿。

第二十一条 禁止任何使用非法软件进行刷内容、违规发布内容的行为。

第二十二条 禁止转播他人直播内容、电视节目、电影、网络节目等，一经发现苏宁有权对您的苏宁账号进行停播、封禁处理，如因您的行为给苏宁造成损失的，您应负责赔偿。

第二十三条 您发现苏宁上有内容涉嫌违法违规、侮辱或者诽谤他人、侵害他人合法权益、违反本协议或苏宁任何运营和管理规则的，有权进行直接举报。

第二十四条 未经苏宁书面同意，您不得在苏宁上以任何方式提及第三方竞争平台、家族、工会等相关信息，不得引导用户进入第三方平台或为其提供任何信息或便利，一经发现苏宁有权对您的苏宁账号进行永久封禁处理。

第四章 权利声明

第二十五条 本团队有权制定平台运营规则及注册用户管理规则，并有权根据运营情况对相应规则进行变更、调整、中止或终止。本团队拥有对苏宁上的内容进行监控并对违反协议的用户进行处理的权利。

第二十六条 您在苏宁发布、直播内容仅为个人行为，与本团队无关。对于您的直播内容、言论的真实性、合法性引发的全部责任，由您自行承担，本团队不承担任何责任。因您发布的直播内容、言论而引起的法律纠纷，由您自行解决，与本团队无关。如苏宁因此遭受任何损失，苏宁有权向您追偿，您应向苏宁承担相应的损害赔偿责任，您承担赔偿责任的方式包括但不限于根据苏宁的书面通知向其支付与损失等额的资金等

第二十七条 用户之间因使用苏宁而产生或可能产生的任何纠纷和/或损失，由用户自行解决并承担相应的责任，与本团队无关。

第二十八条 苏宁未来可能提供部分收费的网络服务，对于此类服务，苏宁会在您使用前给与您明确的提示，只有您根据提示确认愿意支付相关费用，您才能使用该等收费网路服务；如果您拒绝支付相关费用，则苏宁有权不向您提供该等收费网络服务。

第二十九条 苏宁系统因下列状况无法正常运作，使您无法使用各项服务或任何信息、虚拟财产丢失时，本团队不承担损害赔偿责任，该状况包括但不限于：

1、在苏宁公告之系统停机维护、升级、调整期间数据和虚拟财产的暂时丢失；

2、电信通讯或设备出现故障不能进行数据传输的；

3、因台风、地震、海啸、洪水、停电、战争、恐怖袭击、政府管制等不可抗力之因素，造成苏宁系统障碍不能执行业务的；

4、由于黑客攻击、电信部门技术调整或故障、网站升级、相关第三方的问题等原因而造成的服务中断或者延迟。

第五章 处罚规则

第三十条 凡您发布、直播的内容或信息出现以下情况之一，本团队管理人员有权不提前通知您直接采取停播、删除内容。情节严重者，本团队管理人员有权采取关闭部分或全部权限、暂时封禁账号或永久封禁账号、配合主管部门调查等措施。

1、发布、传播含有本协议第十五条禁止发布、传播的内容；

2、发表无意义的灌水内容；

3、同一内容多次出现的；

4、违反本协议第十六条的规定，发布广告的；

5、违反本协议第十七条的规定，从事任何形式赌博行为的；

6、违反本协议第十八条的规定，从事任何洗钱行为的；

7、内容包含有严重影响浏览的内容或格式的；

8、从事非法商业活动；

9、假冒管理人员或破坏管理人员形象；

10、违反本协议第二十一条规定，使用非法软件进行刷内容、违规发布内容的行为；

11、使用不雅或不恰当昵称；

12、发布侵犯他人知识产权且被举报的；

13、利用苏宁系统漏洞、通过非苏宁认可渠道、违反规则、利用外挂程序、作弊等不正当方式进行交易、购物等活动等，无论是否获得不当利益；

14、其他不合法、不合规、不恰当的情况。

第三十一条 如用户在使用苏宁时出现本协议第三十条之任一情形而导致账号被暂时或永久封禁的。

第三十二条 苏宁有权对您在平台上所作的直播内容、发表的言论提出改进建议和意见，您

在收到苏宁的建议或意见后 1-3 日内进行相应的整改，否则苏宁有权采取上述第三十条、第三十一条项下相应的惩罚措施。

第三十三条 为了能够给广大用户提供一个优质的交流平台，同时使得苏宁能够良性、健康的发展，苏宁将对涉及反动、色情和发布不良内容的用户、采用任何形式从事线上、线下赌博活动的用户或利用本平台进行洗钱的用户，进行严厉处理。一经发现此类行为，将给予永久封禁并清空所有内容以及直接扣除账号

第六章 知识产权

第三十四条 苏宁的服务包括苏宁运营的网站、网页应用、软件及内涵的文字、图片、视频、音频等元素，苏宁服务标识、标志及专利权，苏宁对此享有知识产权。

第三十五条 您在苏宁上发布的内容（包括回放的内容），本团队有权转播或引用。

第三十六条 用户使用苏宁相关服务时发表的任何内容（包括直播及回放的全部内容）所涉及的著作权、表演权、肖像权等权利，已许可苏宁在全世界范围内免费地、永久性地、不可撤销地使用和可完全转授的权利；且苏宁有权单方决定对直播及回放的全部内容进行任何方式的处置。

第三十七条 您向苏宁作出的上述授权是独家的，即包括用户之表演和肖像权等合法权利在内，任何第三方未经苏宁同意，不得将您在苏宁上的任何直播及回放内容、发表言论等进行复制、修改、编辑、转让、使用或作其他用途，包括但不限于截取视频信号、编辑视频/音频/文字和其他形式的内容等行为。您许可本团队有权就任何主体侵权而单独提起诉讼或开展其他法律行动，并获得全部赔偿。

第三十八条 您不得对苏宁服务涉及的相关网页、应用、软件等产品进行反向工程、反向汇编、反向编译等。

第三十九条 若您在苏宁上发布、储存、使用、传播的信息、内容存在侵犯第三人权益的情况，苏宁提供投诉通道（4008365365 客服热线），并将在核实后尽快采取积极行动终止该等行为，但因该等行为而产生的任何法律纠纷和赔偿责任由您自行承担。如苏宁因此遭受任何损失，苏宁有权向您追偿，您应向苏宁承担相应的损害赔偿责任。

第七章 隐私保护

本协议基于《苏宁易购隐私政策》制定，如果未描述提及默认以《苏宁易购隐私政策》为准。

第四十条 苏宁不对外公开或向第三方提供您的注册资料及您在使用网络服务时存储在本网站的非公开内容，但下列情况除外：

1、事先获得您的明确授权；

2、根据有关的法律法规要求；

3、按照主管部门的要求或为配合主管部门调查；

4、为维护苏宁、其他用户或社会公众的利益；

5、其他苏宁认为合适的且法律并不禁止的披露。

在不透露单个用户隐私资料的前提下，苏宁有权对整个用户数据库进行分析并对用户数据库进行商业上的利用。

第四十一条 您在使用苏宁服务时请勿将自认为隐私的信息发表、上传至苏宁，也不可将该等信息通过苏宁的服务器传播给他人，若因您该等行为引起隐私泄露，由您自行承担责任。

第四十二条 请您注意勿在使用苏宁服务时透露自己的各类财产账户、银行卡、信用卡、第三方支付账户及对应密码等重要资料，否则由此带来的任何损失由您自行承担。

第四十三条 苏宁采用线上沟通的方式，禁止您以任何方式与对方进行进行线下沟通、见面，如因此造成的一切损失由您自行承担，苏宁不承担任何责任。

第四十四条 苏宁禁止您向对方提供您的任何的联系方式，包括但不限于电话号码、微信、QQ 等，并且苏宁禁止您将对方信息告知第三人或以其他任何方式进行公告或公开传播。由此产生的一切损失由您自行承担，苏宁不承担任何责任。如因此给苏宁造成损失的，苏宁有权向您追偿。

第四十五条 苏宁将采取积极的措施保护您的注册信息，但非苏宁可控制的因素导致您信息泄露的，苏宁不承担责任。

第四十六条 本软件包含问题反馈功能，在您提交反馈问题和联系方式的同时我们还会收集您的 IMEI 号、手机型号等相关信息。 您在反馈意见中所填写的联系方式，只会用于我们的客服与您沟通与反馈，除征得您的明确同意和法律明确规定外，苏宁不会向任何第三方提供您的上传信息。您的信息不会被用于出售，出借或交换。

第八章 异常账号及处理规则

第四十七条 异常账号包括但不限于：

1、使用他人手机号等信息注册的苏宁账号；

2、使用他人身份证信息完成实名认证的苏宁账号；

3、通过非正常手段获得的苏宁账号；

4、连续近一年未登录使用的苏宁账号；

5、同一手机、同一身份证号、同一设备号、同一 IP 下存在多个苏宁账号；

6、为破坏、滥用的目的开设多个账号；

7、恶意上传重复的、无效的大容量数据和信息的；

8、账号中出现低俗色情、格调低下内容；

9、账号中存在故意或非故意违反任何相关的中国法律、法规、规章、条例等其他具有法律效力内容。

第四十八条 异常账号处理规则：

1、苏宁有权根据自身掌握的情况独立判断是否为异常账号，并有权对账号进行进一步处理甚至冻结或封禁；

2、因异常账号给苏宁带来的一切损失（包括自身的直接经济损失、商誉损失以及须对外支付的赔偿金、律师费等间接经济损失），苏宁有权向您追偿，您应向苏宁承担相应的损害赔偿责任，您承担赔偿责任的方式包括但不限于根据苏宁的书面通知向其支付与损失等额的资金。

第九章 服务变更、中断或终止

第四十九条 鉴于网络服务的特殊性，用户同意苏宁有权根据业务发展情况随时变更、中断或终止部分或全部的网络服务而无需通知用户，也无需对任何用户或任何第三方承担任何责任。

第五十条 用户同意并知晓，苏宁有权根据业务发展需要、用户违反法律规定、监管部门的要求、苏宁制定的各项规则等，经提前通知或事后告知后，清理直播及或回放的内容，或调整直播及或回放的服务方式。

第五十一条 用户理解，苏宁需要定期或不定期地对提供网络服务的平台（如互联网网站、移动网络等）或相关的设备进行检修或者维护，如因此类情况而造成网络服务在合理时间内的中断，苏宁无需为此承担任何责任，但苏宁应尽可能事先进行通告。

第五十二条 如发生下列任何一种情形，苏宁有权随时中断或终止向用户提供本《协议》项下的网络服务（包括收费网络服务）而无需对用户或任何第三方承担任何责任：

1、用户提供的个人资料不真实；

2、用户违反本《协议》中规定的使用规则。

第十章 免责声明

第五十三条 苏宁不担保网络服务一定能满足用户的要求，也不担保网络服务不会中断，对网络服务的及时性、安全性、准确性也都不作担保。

第五十四条 苏宁不保证为向用户提供便利而设置的外部链接的准确性和完整性，同时，对于该等外部链接指向的不由苏宁实际控制的任何网页上的内容，苏宁不承担任何责任。

第五十五条 对于因电信系统或互联网网络故障、计算机故障或病毒、信息损坏或丢失、计算机系统问题或其它任何不可抗力原因而产生损失，苏宁不承担任何责任，但将尽力减少因此而给用户造成的损失和影响。

第五十六条 用户使用苏宁相关服务仅为个人行为，与苏宁无关。对于用户行为引发的全部责任，由用户自行承担。如苏宁因此遭受任何损失，苏宁有权向用户追偿。

第五十七条 用户之间因使用苏宁相关服务而产生或可能产生的任何纠纷和/或损失，由用户自行解决并承担相应的责任，与苏宁无关。

第五十八条 苏宁按照本协议的规定清理或处置直播及回放的内容，不需向用户承担任何责任。

第五十九条 对于涉嫌借款或其他涉及财产的网络信息、账户密码、广告或推广等信息的，请您谨慎对待并自行判断，如您因此遭受利润、商业信誉、资料损失等其他一切损失的，苏宁不承担任何赔偿责任。

第十一章 附则

第六十条 苏宁保留修改或增补本协议内容的权利。本协议的修改文本将公告于苏宁或以其他苏宁认为可行的方式公告。修改文本一旦公布则立即生效，且对生效前的用户同样适用。若您在本协议内容发生修订后，继续使用本服务的，则视为您同意最新修订的协议内容；否则您须立即停止使用本服务。

第六十一条 苏宁将在本协议基础上制定苏宁豆充值提现协议、主播及用户行为规范等细则法律文件。该等法律文件为本协议的不可分割部分，与本协议具有同等法律效力。本协议的成立、生效、履行、解释及纠纷解决均适用中华人民共和国大陆地区法律（不包括冲突法）。因本协议引起的或与本协议有关的争议，首先应当友好协商解决；协商不成的，您同意将争议提交本协议签订地有管辖权的人民法院解决。

第六十二条 本协议部分内容被有管辖权的法院认定为违法或无效的，不因此影响其他内容的效力。

第六十三条 本协议未涉及的问题参见国家有关法律法规，当本协议与国家法律法规冲突时，以国家法律法规为准。

第六十四条 本协议签订地为南京市玄武区。

第六十五条 苏宁有权在法律允许的范围内对本协议进行修改并公示。

苏宁易购开放平台达尔文小程序管理标准

为促进已在“苏宁易购达尔文小程序生成平台”开通达尔文小程序的商家的销售，现制定达尔文小程序管理标准，明确渠道销售专属技术服务费比例。即商家在苏宁易购达尔文小程序生成平台开通的达尔文小程序为苏宁易购所带来的订单，苏宁易购将对符合条件的订单收取对应比例的专属技术服务费。相关费用亦在平台与商户签订的《苏宁达尔文服务条款》中予以明确。

此外，本规则还明确了商家虚假交易等违规行为的处理标准。

第一章 资费标准

第一条 专属比例订单定义：消费者通过商家的达尔文小程序下单购买的商品订单。

第二条 适用对象及费用标准：苏宁易购开放平台各类目 商户将按照交易订单额的 1%支付技术服务费(仅限入驻苏宁云台（sop.suning.com）的开放平台商户，不包含苏宁国际和苏宁拼购商户)。

第三条 适用截止时间：2020 年 12 月 31 日。

第四条 订单货款结算时，将按本规则中相应类目的平台技术服务费用规则收取结算。

第五条 若在该规则执行期间，商家存在作弊违规操作或虚假交易行为的（具体以苏宁云台系统为准），苏宁易购有权取消商家享受本规则的专属技术服务费比例并按双方签署的原平台资费标准执行并不承担任何责任，如已执行本规则比例的，商家应补足差额部分，苏宁易购有权自未结款中扣除。

第六条 苏宁达尔文平台有权对此规则内容进行调整并以公告或其他书面形式通知商家。

第二章 参与开通

第七条 符合开通条件的商家可自愿在商家后台进行申请。

第八条 申请开通路径：对应行业商家和商管联系发起申请，开通达尔文小程序管理入口。

入口地址：商家工作台—店铺管理—小程序管理。

第九条 享受专属技术服务费的商家请在商家后台点击确认相关协议，确认后，双方按专属比例执行。

第三章 小程序虚假交易处理

第十条 虚假交易，是指商家通过虚构或隐瞒交易事实、规避或者恶意利用信用记录规则等

不正当方式获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论等不当利益，妨害买家权益、干扰或妨害苏宁易购信用记录秩序的行为。如果商家存在虚假交易行为，苏宁将根据商家违规行为的严重程度，扣除四至九十六分不等，搜索降权 15 天,同时苏宁易购对涉嫌虚假交易的商品以及虚假交易中产生的店铺评分与评价给予删除处理。商家除了按照苏宁平台规则应承担相应责任外，苏宁易购还有权对商家的小程序虚假交易的违规行为进行纠正，具体参照下表。

<table>
<tr><td>违规交易次数</td><td colspan="2">违规纠正</td></tr>
<tr><td>第一次（警告，不支持申诉）</td><td rowspan="4">删除违规商品销量、评价、情节严重的，违规单品下架 30 天，多次发生的，下架时间滚动计算，情节特别严重的屏蔽店铺</td><td>违规店铺小程序扣点优惠取消 7 日
情节严重的，违规店铺小程序扣点优惠取消 14 日</td></tr>
<tr><td>第二次</td><td>违规店铺小程序扣点优惠取消 14 日
情节严重的，违规店铺小程序取消扣点优惠取消 21 日</td></tr>
<tr><td>第三次</td><td>违规店铺小程序取消扣点优惠取消 21 日
情节严重的，违规店铺小程序取消扣点优惠取消 28 日</td></tr>
<tr><td>第四次及以上</td><td>违规店铺小程序取消扣点优惠取消 30 日
情节严重的，违规店铺小程序取消扣点优惠取消 60 日</td></tr>
<tr><td>若商家发生以下任一情形的：
1.商家短期内进行大规模虚假交易的，不论次数和笔数均视为情节严重；
2.为他人提供虚假交易服务、帮助和便利、两个及以上商家配合完成虚假交易；
3.存在情节恶劣、行为密集、后果严重、恶意规避监管等特殊情节；
4.存在套券、套利等虚假交易</td><td>删除违规商品销量、评价、情节严重的，违规单品下架 30 天，多次发生的，下架时间滚动计算，情节特别严重的屏蔽店铺</td><td>永久取消小程序优惠扣点</td></tr>
<tr><td>商家虚假交易占比过高。</td><td>/</td><td>苏宁易购有权删除小程序</td></tr>
<tr><td colspan="3">注：
①苏宁易购有权在未通知商家的情况下处理任何涉及虚假交易的信息。包括但不限于删除评论、删除（屏蔽）相关评论、删除店铺评分、取消店铺小程序优惠政策以及苏宁开放平台苏宁好店中评选指标中的虚假交易数据等；
②对大促期间的违规商家，苏宁易购有权限制虚假交易情节严重的商家参加苏宁易购官方发起的营销活动；
③关于虚假交易的判定以苏宁易购系统统计为准。</td></tr>
</table>

注：平台虚假交易处罚如下：

<table>
<tr><th>虚假交易次数</th><th>扣分处罚</th><th>违规纠正</th><th>备注</th></tr>
<tr><td>第一次</td><td>一般违规行为，扣 4 分</td><td rowspan="8">删除虚假交易产生的商品销量、店铺评分、商品评价。对于情节严重的单品，苏宁易购有权对违规单品下架 30 天，多次发生的，下架时间滚动计算。情节特别严重的将屏蔽店铺。</td><td rowspan="8">由于商家套利的行为而对苏宁易购或友商造成损失的，平台有权冻结商家易付宝相应的涉案金额并通过划扣保证金和易付宝余额的方式追回损失。如保证金和易付宝余额不足赔付时，商家应自行支付额外的赔付金额。必要时苏宁易购有权追究商家法律责任。</td></tr>
<tr><td>第二次</td><td>一般违规行为，扣 8 分</td></tr>
<tr><td>第三次</td><td>一般违规行为，扣 12 分</td></tr>
<tr><td>第四次或以上</td><td>一般违规行为，视违规情节严重性最多扣 24 分</td></tr>
<tr><td>若商家短期内进行大规模虚假交易</td><td rowspan="3">严重违规行为，按照扰乱市场秩序进行处理。视违规情节严重性最多扣 96 分。</td></tr>
<tr><td>卖家发生以下任一情形：
1、存在手段恶劣、行为密集、规模庞大、后果严重、恶意对抗监管等特殊情节；
2、存在套券、套利的虚假交易；</td></tr>
</table>

3、为他人提供虚假交易服务。			

第四章 附则

第十一条 苏宁开放平台商家的行为，发生在本管理标准生效之日以前的，适用当时的标准。发生在本管理标准生效之日以后的，适用本标准。

第十二条 苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理标准并以“苏宁开放平台”公告的形式向商家公示并征求意见，公示并征求意见后无其他异议的，视为商家同意接受更新的平台规则。

第十三条 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本标准已有规定的，适用于本标准。本标准尚无规定的，苏宁易购有权酌情处理。但苏宁易购对商家的处理不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购及其关联公司签订的各项协议；如有违约即视为对本标准的违反。

第十四条 本标准于 2020 年 2 月 28 日发布，本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁线上预约业务管理规范

第一章 概述

第一条【目标和依据】为促进苏宁易购开放、透明、分享、责任、法制的商业文明，保障苏宁预约用户合法权益，维护正常运营秩序，根据苏宁易购售后政策、商户管理规范等，特制定本管理规范。

第二条【适用范围】本规范适用于所有苏宁预约用户。

第二章 定义

第三条 预约模式

预约是指商家事先约定商品或服务的预约时间、抢购时间，顾客先通过预约行为获取商品抢购资格，并在规定时间内前往购买的销售模式。

第四条 预约产品

预约活动分为以下的阶段：等待预约、立即预约、等待抢购、立即抢购、抢购结束。

1、等待预约。在商品等待预约期间，顾客只能查看该商品的信息，不能操作进行预约操作。

2、立即预约。在商品预约期间完成预约，获得该商品抢购资格。已预约成功的商品，PC 端可以通过“我的易购-特色服务-我的预约”（PC 端）查看；APP 端可以通过“我的易购-更多-我的活动-我的预约”查看。

3、等待抢购在商品预约期结束后、抢购开始前半小时会有开抢短信提示；建议您下载易购客户端并开通 PUSH 提醒，商品开抢前提前 10 分钟会发送开抢 PUSH 提醒。

4、立即抢购。在抢购开始后，请点击商品详情页“立即抢购”按钮参与抢购，进入购物车后请尽快提交订单。

（1）普通预约抢购。只有成功预约的会员才有资格参与购买，享受相应预约商品的优惠活动，未预约的顾客在活动期间无法参与购买且不享受优惠，如直降、返券、赠品等；

（2）会员优先购买。针对不同等级的会员，享有不同的购买权益，如：SUPER 卡会员享有提前开抢权益等。

5、支付阶段。提交订单后请在 15 分钟之内完成支付，否则订单将被取消。提交订单并支付成功视为抢购成功。

6、收货阶段。抢购成功后，请保持手机畅通等待收货，收货时间以物流平台显示时间为准。

第五条 预约商品

【预约商品】指参与预约活动的商品（包含苏宁自营、云台商户、海外购等）。预约商品详情页面显示预约活动价，并显示预约起止时间、抢购起止时间等信息。

参加预约活动的商品，会在商品搜索结果页、商品详情页的主图上，展示“预约”标签卡片。

第六条 预约用户

【预约用户】指参与预约活动的商家和买家。

预约商家，指按照苏宁规则，使用预约产品工具，销售预约商品的自营、云台商户、海外购等商户。

预约买家，指购买预约活动商品的顾客。

第七条 预约价格

预约价格，指参与预约活动的商品价格，包括预约期价格、预约期文本价、抢购期价格。

【预约期价格】指预约活动的商品，在预约期间，页面展示的价格，该价格不一定等于抢购期的真实购买价格。

【预约期文本价】预约活动的商品，在预约期间，页面展示的价格，可以是数字形式（数字形式即上述“预约期价格”），也可以是文本形式。但数字价格和文本价格，两者只能展示其一。

【抢购期价格】指预约活动的商品，在抢购期间，展示的顾客抢购下单的价格。

第三章 规范详情

第八条 参与规则

【自营商品报名路径】自营商品，可以在预售后台单独创建预约活动；也可以在运营管理平台预约报名入口，报名参加活动。都需要通过审核，活动才能启用生效。

【商家商品报名路径】商家商品，可以在商家工作台单独创建预约活动，无需平台审核即可自动启用生效；也可以在商家工作台预约报名入口，报名参加活动，报名后需通过平台类目的审核，活动才能启用生效。

【预约报名条件】苏宁不承诺满足以下条件的商家和商品，能全部通过预约报名审核：

1、符合苏宁预约报名的店铺要求条件（以具体发布的报名活动资质要求为准）；

2、符合苏宁预约报名的商品要求条件（以具体发布的报名活动资质要求为准）。

第九条 每人限购

【每人限购数】参与预约活动的商品可设置每个账户限购数量，如发现黄牛用户多个订单超出限购数量，苏宁平台有权进行截单，取消交易。

第十条 购买规则

1、同一件商品同一帐号只有一次预约资格，及一次抢购资格，且仅限当次活动使用，限购数量以页面提示为准；

2、预约商品订单不支持货到付款，不支持门店付款，请通过先款后货方式支付，支付方式为在线支付；

3、订单生成后，请在 15 分钟之内完成支付，超时未支付或取消订单，则该次交易将自动取消，且将不再享有购买资格。

第十一条 价格规则

1、抢购期价格必须≤预约期价格（当预约期价格为数字价时）；

2、创建预约活动的时候，只有将“预约期价格”设置为“-1”时，才能设置预约期文本价。

第十二条 时间规则

为保障预约顾客有足够的时间参与购买，抢购开始时间--抢购结束时间，必须大于等于 1 小时。

第十三条 预约与其他促销活动的叠加说明

预约活动叠加其他促销活动的规则，与普通现货购买叠加其他促销活动的规则相同。以抢购期页面展示的促销活动内容为准。

第十四条 售后规则

【物流规则】预约商品发货时间参考页面预计发货时间。

【退换货规则】预约商品的售后服务无特殊差异，遵循苏宁退换货政策及维修安装服务。

【其他】

1、预约商品在预约活动时间内，不得参与大聚惠、预订、闪拍、秒杀等其他营销产品；

2、除活动特殊说明外，预约商品可参与直降，支持使用易购券、云钻、礼品卡、贵宾卡、联盟推荐号；

3、针对仅限部分城市可预约的商品，具体可参与预约城市以四级页信息提示为准。

第十五条 修改规则

1、预约活动期间，在已产生顾客预约的情况下，预约活动不得中途撤销停用；

2、预约活动期间，商品不得下架；

3、库存修改，参加预约活动的商品，如申请修改库存数量（即预约活动可售数量），只能增加库存数量，不能减少；

4、价格修改，参加预约活动的商品，在预约期间，可以修改预约期价格，预约期文本价、抢购期价格，且价格只能改低，不能改高。抢购期不允许修改价格；

5、预约活动，不得与其他营销活动重叠冲突；

6、遵守特殊类目的其他特殊规定。

第四章 违规处理

第十六条 【处理措施】

（1） 商家的该商品 1 个月内不允许申请参加预约活动。

（2） 商家的该商品 3 个月内不允许申请参加预约活动。

第十七条 【违规处理】

参与预约的商家，出现以下违规行为的，除依据苏宁相关的规定进行处理外，自发现该违规行为之日起将同时对商家进行以下违规处理：

1、发货时间不明确的，该商家的该商品 1 个月内不允许申请参加预约活动；

2、预约期间下架商品的，该商家的该商品 1 个月内不允许申请参加预约活动；

3、预约商品构成延迟发货的，该商家的该商品 1 个月内不允许申请参加预约活动；

4、预约活动期间，修改价格，将价格调高的，该商家的该商品 3 个月内不允许申请参加预约活动；

5、预约商品，在已产生顾客预约的情况下，中途撤销停用预约活动的，该商家的该商品 3 个月内不允许申请参加预约活动；

6、预约商品进行虚假交易的，该商家的该商品 3 个月内不允许申请参加预约活动。

第五章 附则

第十八条 预约用户的行为，发生在本规范生效或修订以前的，适用当时的规范；发生在本

规范生效或修订以后的，适用本规范。

第十九条 本规则中的“月”，以三十天计算，非自然月。

第二十条 本规则于 2019 年 1 月 22 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 1 月 29 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

苏宁线上预定业务管理规范

第一章 概述

第一条【目标和依据】为促进苏宁易购开放、透明、分享、责任、法制的商业文明，保障苏宁预定用户合法权益，维护正常运营秩序，根据苏宁易购售后政策、商户管理规范等，特制定本管理规范。

第二条【适用范围】本规范适用于所有苏宁预定用户。

第二章 定义

第三条 预定模式

预定是指商家事先约定商品或服务的价格和付款时间，顾客先支付一定数额的定金（或一次性支付全款），提前订购商品或服务的销售模式。只有支付定金并支付尾款（或一次性支付全款）的顾客，才可最终获得预定的商品或服务。

第四条 预定产品

【预定产品】根据商品价格与所需支付金额的差异，可分为一阶预定、多阶预定、全额预定三种形式。预定商品暂只支持在线支付和配送，暂不支持使用云钻抵扣尾款，暂不支持自提、货到付款。满减、券、礼品卡等，不能抵扣定金，只能在尾款里面抵扣。

【一阶预定】预定商品以固定价格售卖，定金在不同的时段，抵用额度都相同。支付阶段分为“定金支付阶段”和“尾款支付阶段”。

【多阶预定】定金在不同的时段，抵用额度不同。根据支付定金的时间段，最终决定商品的成交价格，支付阶段分为“定金支付阶段”和“尾款支付阶段”。

【全额预定】预定商品以固定价格（预售价）售卖，需要顾客一次性支付全款，即不享受定金抵用优惠。

第五条 预定商品

【预定商品】指参与预约活动的商品（包含苏宁自营、云台商户、海外购等）。预约商品详情页面显示预售价、定金、定金抵用额度、尾款，并显示付定金起止时间、付尾款起止时间、预计发货时间等信息。

参加预定活动的商品，会在商品搜索结果页、商品详情页的主图上，展示“预定”标签卡片。

第六条 预定用户

【预定用户】指参与预定活动的商家和买家。

预定商家，指按照苏宁规则，使用预定产品工具，销售预定商品的自营、云台商户、海外购等商户。

预定买家，指购买预定活动商品的顾客。

第七条 预定价格

预定价格，指参与预定活动的商品价格，包括预售价、定金、定金抵用额、尾款。

【预售价】指预定商品的价格。

【定金】指顾客购买预定商品，预先支付的金额，作为预定交易的担保金，顾客需在提交订单后 30 分钟内完成定金支付，否则系统将自动关闭订单，取消该交易。

【定金抵用额】指顾客支付的定金，能够抵用的金额。

【尾款】指预售价减去定金抵用额之后，剩余支付的对应数额的款项。

例：预定商品 A 预售价 3000 元，定金 100 抵 400。那么顾客需先支付定金 100 元，后支付尾款 3000-400=2600 元，顾客实际到手价为定金 100+尾款 2600=2700 元。如果改商品还叠加了满减和券活动，那么将再在 2700 元的基础上，先扣除满减额度，再扣除券额度。

第三章 规范详情

第八条 参与规则

【自营商品报名路径】自营商品，可以在预售后台单独创建预定活动；也可以在运营管理平台预定报名入口，报名参加活动。都需要通过审核，活动才能启用生效。

【商家商品报名路径】商家商品，可以在商家工作台单独创建预定活动，无需平台审核即可自动启用生效；也可以在商家工作台预定报名入口，报名参加活动，报名后需通过平台类目的审核，活动才能启用生效。

【预定报名条件】苏宁不承诺满足以下条件的商家和商品，能全部通过预定报名审核：

1、符合苏宁预定报名的店铺要求条件（以具体发布的报名活动资质要求为准）；

2、符合苏宁预定报名的商品要求条件（以具体发布的报名活动资质要求为准）。

【买家购买条件】预定活动设置到渠道（PC、移动、门店需选择性参与），限制到城市（部分无法调货或配送的城市不参与）。部分活动会设置一定门槛，如需绑定手机号、开通易付宝、激活零钱宝、一定会员等级等，只有达到门槛的会员顾客才能参与。

第九条 每人限购

【每人限购数量】参与预定活动的商品可设置每个账户限购数量，如发现黄牛用户多个订单超出限购数量，苏宁平台有权进行截单，且定金不退还。

第十条 定金规则

1、定金额度规则

（1）报名预定的商品，定金金额，必须是正整数，且不得小于 10 元；

（2）若商品预售价小于 500 元时，定金金额须在预售价的 5%（含）至预售价的 30%（含）之间；

（3）若商品预售价大于在 500（含）至 2000（不含）之间，定金金额需大于等于 25 元，且小于等于预售价的 30%；

（4）若商品预售价大于等于 2000 元，定金金额需大于等于 49 元，且小于等于预售价的 30%。

2、定金支付流程

“支付定金”订单提交后，顾客需在 30 分钟内完成定金支付，否则系统将自动关闭订单，取消该交易。

3、违约责任

（1）支付定金后，因顾客自身原因导致未如期支付尾款，或顾客申请退款且根据《商家管理规范总则》、《苏宁云台交易争议处理规范》等相关规则判定非商家责任的，定金均不退还；

（2）支付定金后，若因商家原因，导致顾客未如期支付尾款的，商家应退还定金给顾客，并向顾客补偿与定金同等额度的价款或无门槛抵用券；

（3）支付定金后，若因商家中途停用预定活动，导致顾客已付定金订单被系统取消的，除退还定金给顾客外，商家还应向顾客补偿与定金同等额度的价款或无门槛抵用券；

（4）顾客支付定金，并如期支付了尾款，若因商家延迟发货，导致顾客投诉赔偿或退款退货的，参照苏宁延迟发货处理规则、苏宁退换货政策等相关规则，进行处理；

（5）定金数额若超过主合同标的额的 20%，超出部分不适用定金罚则。

第十一条 尾款规则

1、在支付定金期间，商品详情页会展示尾款金额；在“我的易购--我的订单”页面，也会展示预定订单的尾款金额；

2、顾客需在尾款支付开始时间--付尾款结束时间内，在“我的易购--我的订单”里，完成预定订单的尾款支付。否则超过付尾款结束时间，预定订单将关闭尾款支付通道，订单将最终被取消，定金将被罚没；

3、预定订单，暂不支持云钻抵扣尾款，不支持货到付款。

第十二条 时间规则

1、付定金开始时间--付定金结束时间，必须≥48 小时，且≤30 天；

2、付尾款开始时间--付尾款结束时间，必须≥20 小时，且≤3 天；

3、预计发货时间，大于付尾款结束时间；

4、预定活动，不允许修改活动时间节奏。

第十三条 预定与其他促销活动的叠加说明

1、如预定商品参加订单返券活动，按照定金支付的先后顺序，锁定返券资格，在尾款支付完成之后，获得返券。数量有限，返完即止；

2、如预定商品参加尾款返券活动，则按照尾款支付的先后顺序返券。数量有限，返完即止；

3、如预定商品提供赠品，则按照定金支付的先后顺序，订单锁定赠送，在尾款支付完成之后，获得赠品。数量有限，送完即止；

4、如预定商品参加满减活动，则在支付定金阶段获取满减资格，支付尾款阶段享受满减优惠；

5、如预定商品有优惠券，则在支付尾款的时候享受优惠券抵用。满减和优惠券都存在的情况下，先满减，后用券；

第十四条 售后规则

【物流规则】预定商品发货时间参考页面预计发货时间。

【退换货规则】生鲜、定制类预定商品不支持 7 天无理由退换货。

【其他】预定商品在预定活动时间内，不得参与大聚惠、预约、闪拍、秒杀等其他营销产品。

第十五条 修改规则

1、预定活动期间，在已产生预定订单的情况下，预定活动不得中途撤销停用；

2、预定活动期间，商品不得下架；

3、库存修改，参加预定活动的商品，如申请修改库存数量（即预定活动可售数量），只能增加库存数量，不能减少；

4、价格修改，参加预定活动的商品，在付定金期间，可以修改定金抵用额，且抵用额只能改高，不能改低。定金抵用额修改之后，对于前期已预定的订单，系统也会将其尾款金额相应地做调整；

5、预定活动，不得与其他营销活动重叠冲突；

6、遵守特殊类目的其他特殊规定。

第四章 违规处理

第十六条【处理措施】

1、商家的该商品 1 个月内不允许申请参加预定活动；

2、商家的该商品 3 个月内不允许申请参加预定活动。

第十七条【违规处理】

参与预定的商家，出现以下违规行为的，除依据苏宁相关的规定进行处理外，自发现该违规行为之日起将同时对商家进行以下违规处理：

1、发货时间不明确的，该商家的该商品 1 个月内不允许申请参加预定活动；

2、预定期间下架商品的，该商家的该商品 1 个月内不允许申请参加预定活动；

3、预定商品构成延迟发货的，该商家的该商品 1 个月内不允许申请参加预定活动；

4、预定商品，在已产生预定订单的情况下，中途撤销停用预定活动的，该商家的该商品 3 个月内不允许申请参加预定活动；

5、预定商品进行虚假交易的，该商家的该商品 3 个月内不允许申请参加预定活动。

第五章 附则

第十八条 预定用户的行为，发生在本规范生效或修订以前的，适用当时的规范；发生在本规范生效或修订以后的，适用本规范。

第十九条 本规则中的“月”，以三十天计算，非自然月。

第二十条 本规则于 2019 年 1 月 24 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 1 月 31 日 00：00 生效，如有修改，则另行公示。

苏宁会员云钻通用规则

第一章　定义

1、云钻：是指苏宁易购会员通过完成苏宁平台（含苏宁易购、苏宁广场、苏宁小店、PP视频、PP体育、苏宁金融、苏宁拼购、苏宁联盟、苏鲜生、苏宁红孩子、苏宁企业购、苏宁零售云等）要求的指定行为，获得的苏宁平台提供的会员专属的云钻奖励。

2、云钻服务：是指苏宁平台（含商家）为了答谢会员在苏宁成交合资格商品或服务，或满足其他苏宁事先公示/认可的云钻获取条件，而特意推出的专属会员的云钻奖励服务。

3、会员：是指遵守《苏宁易购会员章程》及《易付宝协议》、《苏宁广告联盟在线协议》、《隐私政策》，具备完全民事行为能力且同时遵守本规则的苏宁会员（以下简称“会员”或“您”）。

4、云钻账户：是指会员账户项下的、由苏宁颁发给会员作为其苏宁会员专属权益证明的虚拟账户。

5、云钻权益：是指会员因其拥有的云钻而在苏宁享受的、区别于其他苏宁会员以及非会员的专属人身权利，包括会员专享折扣让利、礼品/礼券兑换以及云钻权益兑换等。

6、实际支付金额：是指支付时不包含运费、用券、云钻抵现等促销折扣部分（买礼品卡不返云钻，使用礼品卡支付返云钻）支付的金额。

第二章　总则

1、云钻的有效期是1年，即从获得之日起滚动1年的当月月底过期，会员未在云钻有效期内行使云钻权益的，相应的云钻将自动作废。

2、获得云钻后，可前往以下链接进行查询，可查询当前云钻总数、云钻获得明细、云钻使用明细。

PC端：

https://vip.suning.com/scdc-web/member/exchangeDetail.do

APP端：

https://vip.suning.com/m/toMyCloudDiamond.do

3、苏宁有可能在经营活动中，根据不同的场景制定并公示适用于单一特殊活动场景的、临时的云钻权益规则；会员可以根据自身情况自主选择是否参加该类特殊活动，但一经参加则应当遵守苏宁的临时云钻权益规则。

4、会员丧失苏宁会员身份（包括但不限于会员账号被查封等致使会员无法使用苏宁易购账号的情形）的，登记在会员云钻账户的云钻及其相应的云钻权益将随会员苏宁会员身份的丧失

而同步消失。

5、对于会员违反法律法规之规定，或违反《苏宁易购会员章程》及《易付宝协议》、《苏宁广告联盟在线协议》、《隐私政策》、《通用营销会员行为规则》等苏宁规则的规定所获取的苏宁云钻，苏宁有权取消登记其云钻以及云钻权益，并撤销相关违规交易。

第三章　细则

1、会员可通过以下途径获得云钻

（1）会员在苏宁易购、苏宁小店、苏宁线下门店购买特定商品“交易成功”且并未发生退款的，均可获取云钻，订单支付完成后即发放相应云钻。

①会员可累积获取的云钻数量（个）=会员交易成功的商品实际支付金额*相应品类返云钻比例（在苏宁易购 PC 端、门店端、移动端、TV 端及苏宁小店移动端购物获得云钻：数码及配件、电脑、OA 办公类发放云钻数额为实际支付金额*0.025；黑电、冰洗、空调、厨卫、生活电器、手机、箱包皮具类发放云钻数额为实际支付金额*0.05；母婴、家居建材、食品酒水、家居日用、宠物生活、美妆个护及其他快消品类、家纺家装、服饰鞋靴、运动户外、汽车用品及其他百货品类发放云钻数额为实际支付金额*0.1；在苏宁易购 PLAZA 购物获得云钻，黄金珠宝、钟表眼镜、数码商品、小家电、名品发放云钻数额为实际支付金额*0.1；服饰、内衣、鞋类、化妆品发放云钻数额为实际支付金额*1。）；

②会员获得云钻的数量精确到个位（小数点后全部舍弃，不进行四舍五入）；

③特别关注：选择开具增值税发票的订单不返云钻；

④购物返云钻排除项详见《云钻规则介绍》。

（2）在苏宁易购购买商品后，对商品进行评价，可获得云钻奖励。

①商品评价：

在苏宁易购线上、苏宁易购门店及苏宁其他线下门店（除苏宁小店线下门店）购物并确认收货，且商品单价不小于 10 元，评价成功且系统审核通过后，将获得相应的云钻奖励。苏宁小店线下门店购物并确认收货，且单件商品实际支付不小于 10 元，完成评价且系统审核通过后，将获得相应的云钻奖励。

在苏宁小店线上购物并确认收货后（仅限自营商品订单，如普通一小时达商品、菜场、预售、限时抢等），且单件商品实际支付金额不小于 5 元，评价成功且系统审核通过后，将获得相应的云钻奖励。

②上传图片：

在苏宁易购线上、苏宁易购门店及苏宁其他线下门店（除苏宁小店线下门店）购物并确认

收货，且商品单价不小于 10 元，上传 3 张及 3 张以上真实的商品图片(不同角度)，评价成功且系统审核通过后，可获得 50 云钻奖励。苏宁小店线下门店购物并确认收货，且单件商品实际支付不小于 10 元，上传 3 张及 3 张以上真实的商品图片(不同角度)，评价成功且系统审核通过后，可获得 50 云钻奖励。

在苏宁小店线上购物并确认收货后（仅限自营商品订单，如普通一小时达商品、菜场、预售、限时抢等），且单件商品实际支付金额不小于 5 元，上传至少 3 张图片或完成 15 字以上的评论，评价成功且系统审核通过后，可获得 15 云钻奖励。

特别关注：针对违规评价情况，苏宁易购保留删除评价或禁止该账户评价、回复的权利，对应该条评价所奖励的云钻也将被扣除，详情参考:《评价晒单说明》、《苏宁易购恶意评价规则》。

③评价返云钻排除项规则详见《云钻规则介绍》。

（3）可以在苏宁平台上参与云钻类活动，在完成相对应的要求后，即可获得一定数量的云钻。具体的返云钻规则将根据具体的活动规则确定。

（4）为便于苏宁平台履行对消费者作出的服务承诺及/或服务规范等，苏宁会在相应的规则中以云钻的形式向会员进行赔付，会员未能享受相应服务等苏宁规则规定情况出现时可主张获得相应云钻，以享受云钻对应的云钻权益。

2、云钻权益的实现途径：

（1）会员获得的云钻，在苏宁易购、苏宁小店、苏宁线下门店购物时，可按照 100 云钻抵 1 元的比例抵扣购物款。

① 在苏宁易购线上、苏宁易购门店及苏宁其他线下门店购物时可使用云钻抵扣现金：

A、账户云钻余额低于 1000 云钻（不包含 1000 云钻）或实付金额低于 20 元时（不包含 20 元），无法使用云钻购物抵现；

B、账户云钻余额高于 1000 云钻（包含 1000 云钻）时，且实付金额高于 20 元时（包含 20 元），订单最低抵扣的云钻数额为 1000 云钻或 1000 整数倍云钻，如 1000、2000、3000 等云钻；

C、购物结算时，除延保、运费金额、用券外，每笔订单云钻最多可抵用订单实际支付金额的 50%。

②在苏宁小店线上及线下购物时，可使用云钻抵扣现金：

A、账户云钻余额低于 500 云钻（不包含 500 云钻）或实付金额低于 10 元时，无法使用云钻购物抵现；

B、当账户云钻余额高于 500 云钻（包含 500 云钻）时，且实付金额高于 10 元时（包含 10 元），订单最低抵扣的云钻数量为 500 云钻或 500 整数倍云钻，如 500、1000、1500 等云钻；

C、 在购物结算时，除延保、配送费、用券、包装费及随单购买会员外，每笔订单云钻最

多可抵用订单实际支付金额的 50%。

③购物抵现排除项详见《云钻规则介绍》;

④会员在苏宁购物使用云钻抵扣购物款,若此商品发生退货,退货成功后云钻会自动退回到会员账户，建议及时关注【云钻账户】。若您的云钻余额不足，则将按照 100 云钻=1 元的比例扣退货款。退还的苏宁云钻有效期不变,超过有效期的云钻只在退货当天有效;

⑤针对部分会员使用云钻抵现的订单，在提交订单但未支付状态发生退货或其他占用云钻的行为，可能会产生因云钻余额不足导致订单异常，建议会员重新下单并尽快完成支付;

⑥会员在苏宁购物使用云钻抵扣购物金额，单日使用云钻额度不超过 10000 云钻（不包含当日完成退货流程订单），超出单日云钻额度后，当日将无法使用云钻抵扣购物金额;

（2）会员可通过商品页面、云钻商城等渠道消耗云钻即可兑换苏宁易购购物券。

（3）会员可通过云钻商城页面消耗云钻兑换实物及虚拟类商品。

（4）可以在苏宁平台上参与活动，可能需要会员消耗云钻作为活动准入及报名门槛。具体参见活动当时的正式规则。

（5）云钻权益的实现限制：

①云钻权益仅限会员本人享有，云钻不具备可让与性，不可转赠亦不得为会员本人以外的其他人士实现云钻权益;

②会员通过云钻实现云钻权益时，系统将优先消耗旧云钻（如会员云钻由去年 3 月份和今年 5 月份的云钻共同累积而成，则优先消耗去年 3 月份的云钻）;会员通过云钻抵扣功能实现其云钻权益的，当超过云钻有效期后会员消耗云钻的相关交易订单发生退款的，会员所消耗的云钻将无法予以退还;

③特别关注：使用公共会员卡、业务活动卡不返云钻。

（6）会员应当遵照苏宁的规定合法正当地获取云钻，合规使用云钻。苏宁将基于有限的技术手段，对涉嫌以非正当途径获取、使用云钻的行为予以坚决打击，任何涉嫌非正当途径获取的云钻苏宁均有权随时取消登记（即扣除）;如存在恶意注册、攻击网络、刷单套钻，滥用服务权益或者规则等不正当手段导致苏宁易购虚拟资产“云钻”方面遭受不同程度损失的，平台运营方有权做出独立判断，并采取冻结账户、冻结/清空云钻、取消相关订单等措施，并且保留追究相关法律责任的权利且无需征得您的同意。

第四章　其他

1、苏宁会对本云钻规则及/或其他苏宁规则进行不定期的修订或新增，并在规则频道（hc.suning.com）执行公示程序。若修订内容对多数会员的权益构成重大影响，则另行执行征

求意见程序。公示期结束后，规则修订内容即告生效。

2、会员不同意修订或新增后的规则中与云钻相关的内容的，可在规则生效后停止使用云钻服务，并在规则生效前充分行使您的云钻权益；如其后仍继续使用苏宁云钻服务，则视为同意遵守相应的变更内容。

第五章　附则

1、本规则于 2020 年 2 月 26 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2020 年 3 月 4 日开始生效；如有修改，则另行公示。

2、商家行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

3、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

4、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁易购云钻规则

一、云钻发放规则

苏宁易购会员可通过以下主要途径获得云钻：

(一)购物返云钻

1、返云钻计算规则

会员在苏宁购物会按照实际付款金额乘以相应品类返云钻比例后数值取整；订单支付完成后即发放相应云钻(选择货到付款或门店自提付款时会在实际付款后发放云钻)。

场景类型	具体场景	品类	发放规则及数额
购物类	在苏宁易购 PC 端、门店端、移动端、TV 端及苏宁小店移动端购物获得云钻	数码及配件、电脑、OA 办公	实际付款金额×0.025
		黑电、冰洗、空调、厨卫、生活电器、手机、箱包皮具、母婴、家居建材、食品酒水、家居日用、宠物生活、美妆个护及其他快消品类、家纺家装、服饰鞋靴、运动户外、汽车用品及其他百货品类	实际付款金额×0.05
	在苏宁易购 PLAZA 购物获得云钻	黄金珠宝、钟表眼镜、数码商品、小家电、名品	实际付款金额×0.1
		服饰、内衣、鞋类、化妆品	实际付款金额×1

2、促销返云钻排除项

（1）购物返云钻数额只计算购买商品时实际付款金额，不包含运费（含苏宁小店配送费）、用券、云钻抵现、购物金抵扣、包装费、促销折扣及服务部分(买礼品卡不返云钻，使用礼品卡支付返云钻)。获得云钻的数量精确到个位（小数点后全部舍弃，不进行四舍五入）；

（2）拼购非自营商品等不支持购物返云钻，拼购部分非自营店铺可根据其自身运营需要，自行设置购物返云钻及评价返云钻，具体以会员云钻账户实际到账为准；

（3）购买参加预定活动的商品，支付的定金部分不返云钻，支付的尾款部分返云钻；

（4）购买参加苏宁小店拼团类活动的商品不返云钻；

（5）特殊抢购商品不返云钻，如茅台抢购活动。

3、购物返云钻排除项

购物返云钻排除类目：运营商服务/产品（充值话费、合约机）、钱币藏品、券票藏品、商旅服务/产品、物流服务、除甲醛服务、空气检测服务、票务类如演唱会门票等、转账汇款、生活缴费、加油卡充值、本地生活、游戏虚拟物品及充值点卡、彩票、保险、会员类商品、观影卡、延保产品、虚拟类订单、一段奶粉、特殊配方奶粉、黄金、投资黄金、奢侈品、艺术拍卖品、整车销售等不支持购物返云钻。

4、其他排除项

（1）在苏宁小店线上购买非自营商品/苏宁小店云超等不返云钻；

（2）在苏宁易购 PLAZA 购物，非联营店铺不返云钻。具体云钻发放规则，详询门店。

5、特别说明

（1）所购商品发生退货，会员购买该商品获得的云钻将相应扣除。优先扣云钻，若您的云钻余额不足则按 100 云钻=1 元比例扣退货款；

（2）选择开具增值税发票的订单不返云钻；

特别注意：当订单已完成，发生增值税发票更换普通发票情况时，不补发对应云钻；发生普通发票更换增值税发票情况时，则需要扣减该笔订单发放的云钻。

（3）使用公司会员卡购物不返云钻；

（4）所购商品具体云钻返还规则和数量，以商品详情页面为准。

（二）评价晒单返云钻

1、商品评价

使用商品评价功能，您的评价成功后，将获得相应的云钻奖励。

（1）在苏宁易购线上、苏宁易购门店及苏宁其他线下门店（除苏宁小店线下门店）购物并确认收货，且商品单价不小于 10 元，评价成功且系统审核通过后，将获得相应的云钻奖励。

苏宁小店线下门店购物并确认收货，且单件商品实际支付不小于 10 元，完成评价且系统审核通过后，将获得相应的云钻奖励。

（2）在苏宁小店线上购物并确认收货后（仅限自营商品订单，如普通一小时达商品、菜场、预售、限时抢等），且单件商品实际支付金额不小于 5 元，评价成功且系统审核通过后，将获得相应的云钻奖励。

2、上传图片

使用商品评价功能并上传图片，您的评价成功后，将获得相应的云钻奖励。

（1）在苏宁易购线上、苏宁易购门店及苏宁其他线下门店（除苏宁小店线下门店）购物并确认收货，且商品单价不小于 10 元，上传 3 张及 3 张以上真实的商品图片(不同角度)，评价成功且系统审核通过后，可获得 50 云钻奖励。

苏宁小店线下门店购物并确认收货，且单件商品实际支付不小于 10 元，上传 3 张及 3 张以上真实的商品图片(不同角度)，评价成功且系统审核通过后，可获得 50 云钻奖励。

（2）在苏宁小店线上购物并确认收货后（仅限自营商品订单，如普通一小时达商品、菜场、预售、限时抢等），且单件商品实际支付金额不小于 5 元，上传至少 3 张图片或完成 15 字以上的评论，评价成功且系统审核通过后，可获得 15 云钻奖励。

3、评价返云钻排除项

（1）评价返云钻排除类目：拼购非自营商品评价不返云钻。拼购部分非自营店铺可根据其自身运营需要，自行设置评价返云钻规则（具体以会员云钻账户实际到账为准）

（2）苏宁小店线上购买非自营商品、苏宁易购 PLAZA 商品不支持评价返云钻。

注：针对部分评价情况，可能因为违反苏宁平台相关规则（详情参考： 《评价晒单说明》、《苏宁易购恶意评价规则》），苏宁将扣除该条评价所奖励的云钻。

（三） 参与云钻活动

可以在苏宁上参与云钻类活动，在完成相对应的要求后，即可获得一定数量的云钻。具体的返云钻规则将根据具体的活动规则确定。

二、如何使用

会员可通过以下主要途径使用云钻

（一）云钻抵现

1、抵扣购物金额

会员获得的云钻，在苏宁易购、苏宁小店或全国任一家苏宁门店购物时，可按照 100 云钻抵 1 元的比例抵扣购物金额。

（1）在苏宁易购线上，苏宁易购门店及苏宁其他线下门店购物时，可使用云钻抵扣购物金额

①当账户云钻余额低于 1000 云钻（不包含 1000 云钻）或实付金额低于 20 元时（不包含 20 元），无法使用云钻抵扣购物金额；

②当账户云钻余额高于 1000 云钻（包含 1000 云钻）时，且实付金额高于 20 元时（包含 20 元），订单抵扣的云钻数额为 1000 云钻或 1000 整数倍云钻，如 1000、2000、3000 等云钻；

③在购物结算时，除延保、运费金额、用券外，每笔订单云钻最多可抵用订单实际支付金额的 50%。

（2）在苏宁小店线上及线下购物时，可使用云钻抵扣购物金额

①当账户云钻余额低于 500 云钻（不包含 500 云钻）或实付金额低于 10 元时（不包含 10 元），无法使用云钻抵扣购物金额；

②当账户云钻余额高于 500 云钻（包含 500 云钻）时，且实付金额高于 10 元时（包含 10 元），订单抵扣的云钻数量为 500 云钻或 500 整数倍云钻，如 500、1000、1500 等云钻；

③在购物结算时，除延保、配送费、用券、包装费及随单购买会员外，每笔订单云钻最多可抵用订单实际支付金额的 50%。

2、抵用方式

会员在提交订单的页面会有相关的礼品卡券、云钻的罗列展示，按照抵扣规则，使用云钻余额抵扣购物金额。

3、购物抵现排除类目

运营商服务/产品、商旅服务/产品、转账汇款、生活缴费、本地生活、游戏、彩票、保险、延保产品、虚拟类商品、会员类商品、艺术拍卖品、苏宁国际等不支持购物抵扣购物金额。

4、购物抵现排除项

（1）在苏宁小店线上购买非自营商品/苏宁小店云超等不支持云钻抵扣购物金额；

（2）苏宁小店拼团、苏宁预售活动在定金期提交订单时不支持云钻抵扣购物金额。

5、特殊说明

（1）针对部分会员使用云钻抵扣购物金额的订单，在提交订单但未支付或未支付尾款状态下发生退货或其他占用云钻的行为，可能会产生因云钻余额不足导致订单异常，建议会员重新下单并尽快完成支付；

（2）会员在苏宁使用云钻抵扣购物金额，若此商品发生退货，退货成功后云钻会自动退回到会员账户，建议及时关注【云钻账户】。退还的苏宁云钻有效期不变，超过有效期的云钻只在退货当天有效；

（3）会员在苏宁使用云钻抵扣购物金额，单日使用云钻额度不超过 10000 云钻，超出单日云钻额度后，当日将无法使用云钻抵扣购物金额。

请注意：

①会员当日有云钻抵扣购物金额的订单发生退货且退货完成时，此订单使用抵扣购物金额的云钻不计入当日额度内；

②当抵扣购物金额使用云钻数超出 10000 云钻后，云钻兑礼品、云钻游戏、参与云钻活动等其他非购物类场景下，仍可正常使用云钻。

（二） 云钻兑礼品

会员可通过云钻商城使用云钻兑换实物及虚拟类礼品，会员使用云钻兑换的礼品可在云钻商城【我的兑换】查看。

（三）云钻游戏

会员可通过云钻游戏赚取云钻，同时游戏中会涉及云钻的消耗。

（四）参与云钻活动

会员可以在苏宁上参与活动，可能需要会员消耗云钻作为活动准入及报名门槛。具体参见活动活动的正式规则。

三、使用期限

1、云钻的有效期是 1 年，即从获得之日起滚动 1 年的当月月底过期，会员未在云钻有效期内行使云钻权益的，相应的云钻将于自动作废；

2、使用云钻时优先消耗旧云钻(如买家云钻由去年 3 月份和今年 5 月份共同累积，则优先消耗去年 3 月份的云钻)；

3、会员在当月存在云钻即将过期时，会在云钻频道展示即将过期信息，会通过 APP 消息推送、消息、PC 端站内信等任一渠道告知会员云钻即将过期信息。（如因您未即时关注相关信息或者其他个人原因（含注销）导致云钻未即时使用导致的过期、无法使用等不可恢复的操作不予任何补偿。）

四、云钻查询

您可以在苏宁易购-【我的易购】或苏宁小店-【我的】等查询入口中查询云钻总额、云钻获得明细、兑换和使用明细。

五、附则

1、本规则于 2020 年 3 月 2 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2020 年 3 月 9 日开始生效；如有修改，则另行公示。

2、商家行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

3、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

4、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

六、服务规则

基础服务

苏宁易购正品保障规则

一、服务定义

“正品保障”服务是指苏宁易购承诺客户在苏宁易购平台购买商品，在收到货后若确认该商品为非“正品”，则除交易退款外，还将向消费者支付商品实际成交金额的三倍作为赔偿。

“正品”，是指非“假冒（包括盗版）品牌”的商品、非“未经报关”的进口商品、非“假冒材质成份”的商品。其中“假冒（包括盗版）品牌”、 “未经报关”、 “假冒材质成份”的定义以《苏宁易购正品保障规则》具体内容的规定为准。

二、消费者权益保障

1、苏宁易购平台未履行正品保障服务承诺的，可通过苏宁易购客服渠道（客户服务-在线咨询）进行投诉。

2、客户投诉商品非“正品”的，应向苏宁易购提供有效凭证，该凭证包括但不限于具备相关检测资质的质检机构出具的材质鉴定报告、品牌方出具的假冒（包括盗版）品牌鉴定报告等。

3、商家履行“正品保障”赔偿义务后，并不免除商家依照国家有关法律法规依法应当承担的赔偿责任。如国家相关法律法规规定的赔付标准高于平台规则赔付标准的，消费者就赔偿不足部分可通过法律途径继续向商家追偿。

三、注意事项

正品保障服务以保障客户权益为核心，为保障交易双方权益，下述情形苏宁易购不支持客户的相关索赔申请，具体如下：

1、服务申请方为品牌权利人或疑似为品牌权利人的。

注：品牌权利人的权益维护行为可通过“知识产权举报”发起主张。

2、非以生活消费为目的生成的订单。

3、依据当前证据，苏宁易购难以判断及认定苏宁易购平台未履行“正品保障”承诺的。

注释：

1.出售假冒商品的定义

①出售假冒注册商标商品：假冒注册商标商品是指未经注册商标权人许可，在相同商品上使用相同的商标的商品；

②假冒材质成份，是指商家对商品全部材质或成份信息的描述与买家收到的商品完全不符的；

③出售盗版商品：盗版商品是指未经著作权人许可复制其作品的图书、电子书、音像作品和软件。

2. 出售未经报关进口商品的定义

出售未经报关进口商品，是指出售未经正常中国海关报关程序的进口商品。

苏宁易购买家评价及商家回复管理规范

第一章 相关释义

评价，是指买家购买商品并确认收货完成后，对商家商品、服务以及物流进行的满意度评分及相关文字性描述（含晒单）；满意度评分范围为 1-5 分，其中 1、2 分为差评、3 分为中评，4、5 分为好评。

商家回复，是指商家针对买家购物完成后就商品评价或下单前就商品相关问题进行咨询所做的回复。

为规范苏宁易购商家经营，改善商家服务质量，提升顾客购物体验，特制定本规范。

第二章 评价管理

1、违规评价

买家购买商品并确认收货后有权对商家商品、服务和物流进行评价，评价（含追评）中有如下内容的为违规评价，苏宁易购有权对该评价进行屏蔽或删除：

（1）评价上传的内容、视频及语音中有违反法律、法规、社会道德标准以及违反苏宁易购相关规定的；

（2）评价人以给予中评、差评、负面评论等方式谋取额外财物或其它不当利益的恶意评价行为；

a、买家在交易后并未提出商品问题，直接给出中差评，随后主动联系商家要求提供额外钱财或其他不当的利益；

b、买家在交易后未提出商品问题直接给出中差评，在收到商家的联系后，主动提出删除或修改中差评的条件，要求商家提供额外钱财或其他的不当利益；

c、拒绝与商家协商解决问题，对商家进行威胁或提出不合理的要求。如要求商家重新邮寄商品或给予赠品，要求降价、不退货退款等。

（3）苏宁易购排查到的其他违规评价。

注：恶意差评举证均以云信内容为准，并提供全部的聊天内容。

2、中差评价管理

（1）商家发现买家评价中有上述违规评价且系统审核通过的，可以申请苏宁易购进行屏蔽或删除，苏宁易购核查确认属于买家违规评价的有权进行屏蔽或删除；

（2）商家对于买家评论，应当在 72 小时内予以回复，且回复应当符合相关规范要求；

（3）买家做出中差评的商品，商家没有在 72 小时内回复的，一经核实，苏宁易购有权对该单品进行下架处理，同时要求商家整改并及时回复；商家整改完毕并按照要求回复的，下架 7 日后恢复；

（4）商品周度差评（1 分或 2 分评价）超过（含）5 条的，商家应当在苏宁易购商品详情页显著位置展示该商品品牌授权书和/或质检报告等资质材料，否则苏宁易购有权对该商品进行下架处理，并对其进行抽检。

3、高危评价管理

高危评价是指苏宁易购根据评价管理需要，将一些严重影响页面友好、会给消费者带来不良购物体验的评价进行重点监控和管理。苏宁易购根据买家评价的内容及其危害程度将高危评价做以下分类：

风险等级	场景分类	具体描述	时效要求	处罚标准
一级	出售假冒商品	买家投诉商品为假冒的，假冒商品是指商家发布和销售的商品冒用他人厂名、厂址、商标、认证标识等使消费者对实际生产经营者或商品性质产生误解以及品质低劣严重不符合国家标准的情况。	高危评价，商家应当在评价产生后 24 小时内进行回复且应在 72 小时内与消费者达成一致意见(如消费者同意追为好评或者同意删除该评价)，逾期没有回复或没有达成一致意见的，由苏宁易购客服按照苏宁自营商品高危评价处理标准并结合有关凭证介入处理，苏宁客服介入处理可能产生的不利后果由商家自行承担。	1、高危评价一经产生，苏宁易购有权立即对该商品做下架处理，并需在 72 小时内在该商品详情页显著位置展示该商品品牌授权书和/或质检报告等资质材料。 2、商家没有在规定时间内回复高危评价的，苏宁易购有权介入处理，自处理完毕 7 日后可恢复。 3、商家没有在规定时间内与消费者达成高危评价处理一致意见的，苏宁易购有权介入处理，自处理完毕 15 日后可恢复。
	食品安全	买家投诉商品不符合食品安全标准、产品存在过期等可能威胁食用者生命健康安全或者未经过国家强制检验或认证的情况。		
	返修机	买家投诉商品疑似报废机、二手货、商品有维修记录、商品有明显使用痕迹等，且商家未在其销售页面明示相关瑕疵的。		
	夸大宣传/功效	买家投诉产品夸大宣传商品使用功效、功能或违反国家法律规定宣传产品的治疗效果、功效等，涉嫌虚假宣传的。		
	缺陷产品	买家投诉商品存在不合理的危险，可能在正常使用过程中对人身财产安全造成危害或者买家称商品经相关部门公告确为缺陷产品的。		
二级	产品资质	买家投诉商品不具备国家强制要求的相关认证或者资质，如生产许可证、3C 认证、进网许可证等，或者买家投诉商品无厂名、厂址、中文标签标识，涉嫌未办理进口报关手续而进口的(食品无中文标签标识的按照食品安全处理）。		
	知识产权侵权	商家销售的商品及宣传使用内容侵害他人商标、专利、著作权等(不包含出售假冒伪劣商品中的相关情形)。		
三级	不合格产品	买家投诉商品存在使用性能方面的问题或者产品软硬件损坏以及投诉商品不符合其所标称的执行标准的情况。		
	描述不符	买家投诉收到的商品与商家在商品详情页面、咨询回复、客服告知等途径所表述的不一致，或者未告知买家商品存在相关缺陷或不一致的情况。		

同时，苏宁易购有权对上述情形的商品进行抽检，具体标准、流程和处罚措施，参照适用《苏宁易购商家商品品质管理细则》和《苏宁云台商家商品抽检管理规范》。

第三章 回复管理

1、商家回复要求

（1）评价回复：买家评论审核通过的，商家依需要在评论通过后 72 小时内进行回复；高危评价信息应在 24 小时内回复。

（2）回复规范：商家回复买家评价的，应当及时、专业、礼貌且具有针对性，商家回复，应当具有如下内容：①开头语（含尊称和问候语），②针对性回复，③结束语，④店铺名称。

回复示例：尊敬的苏宁易购会员/顾客，您好！**********。感谢您对苏宁易购的支持，祝您购物愉快！【X 官方旗舰店/旗舰店/专营店】

商家回复除不得有违规评价中情形外，还不得有以下情形，否则视为回复违规：

①商家没有针对买家在评价/咨询中提出的问题进行回复；

②商家在给买家回复时，态度强硬、语气傲慢，给顾客造成不良感知；

③其他推卸责任等违规的情形；

（3）咨询回复：商家回复顾客咨询，回复时效要求和规范，参照适用评价回复。

2、买家回复

苏宁易购鼓励苏宁会员之间互帮互助，允许会员对相关评价和咨询进行回复，但回复中有违规评价中情形的，视为会员回复违规，苏宁易购有权介入处理。

第四章 违规处理

1、买家评价/回复违规

买家评价/回复违规的，苏宁易购主动介入处理，对相关评价/回复内容进行屏蔽或删除，情节严重的，苏宁易购有权禁止该买家进行评价（含追评）和回复。

2、商家回复违规

商家回复违规，含评价回复违规和咨询回复违规，主要是指商家回复不及时和商家回复不符合规范。商家回复违规的，参照适用《不当使用在线客服系统解读及处理细则》。

第五章 附则

1、本规则于 2019 年 2 月 15 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 2 月 22 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

2、商家行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

3、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

4、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁云台商家客诉回复规范

一、客诉定义

客诉是指买家签收商品后十五天内，在苏宁易购投诉页面发起的投诉，或者买家向苏宁易购客服反馈，由苏宁易购客服代买家提交投诉流程。

二、客诉处理原则

苏宁云台商家处理客诉，应当遵循下述原则：

（一）及时回复原则

商家应当及时回复客诉，当日产生的客诉原则上要求商家当日回复完毕，因特殊情况不能当日回复的，应当在客诉产生 24 小时内回复完毕。

（二）高效处理原则

客诉一经产生，商家必须要保证快速高效解决买家问题，并且在 24 小时内处理完结客诉或者给出具体处理方案，不得推诿或者拖延回复。

（三）买家满意原则

商家应在买家需求合理情况下尽量满足买家合理需求，以达买家的期望值，确保客诉能够及时解决，提高买家购物体验。

（四）回复规范原则

商家回复客诉，应当严谨、规范且具有针对性，商家在回复客诉的同时，必须加上店铺有效的联系方式。

三、客诉回复规范

以下为客诉类型回复标准，苏宁云台商家必须严格按照标准明确回复，各类型客诉及其回复标准，详见下表。

类型	顾客投诉问题	场景分析	回复规范示范
商品类	商品外残	买家 XXX 时间，购买 XXX 商品，表示收到商品后有破损	尊敬的顾客您好，您反馈的问题核查原因为 XXX，处理方案为 XXX，如有疑问可电话进一步沟通，联系方式为 XXX-XXXXXX。（如涉及快递情况说明快递单号）
	质量问题	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，现反馈商品质量问题，要求处理	示例：尊敬的顾客您好，你反馈的*商品外残*问题核查原因为*物流问题*，处理方案为*我司为您换货*，如有疑问可电话进一步沟通，联系方式为

			*025-6699*****。
送货及物流类	发货不及时	买家来电表示，商品一直未发货，要求尽快处理	尊敬的顾客您好，您反馈的问题核查原因为 XXX，处理方案为 XXX，如有疑问可电话进一步沟通，联系方式为 XXX-XXXXXX。（如涉及快递情况说明快递单号）
	送货不及时	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，买家来电表示之前未收到，要求尽快送达。	
	物流信息	买家来电表示，订单 XXX，一直未有物流信息，要求我处理	示例：尊敬的顾客您好，你反馈的*货物丢失*问题核查原因为*物流问题*，处理方案为*我司为您补寄商品，现在货物已经发出，物流单号为苏宁物流 SN201507221043*，如有疑问可电话进一步沟通，联系方式为 *025-66996699*****。
	错送	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，表示商品已收到，但是不是自己购买的 XXX，要求处理	
	漏送	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，表示部分商品未送到，要求处理	
	物流超区	买家于 XXX 时间购买 XXX 商品，来电反馈，物流无法送达，要求处理	
	货物丢失	买家于 XXX 时间购买 XXX 商品，来电反馈物流告知买家没有这个商品，或商品丢失，买家要求处理	
	出库拦截商品	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，已出单，现来电要求拦截，商品不要了，请处理	
售后类	退换货办理不及时（已寄）	买家于 XX 时间购买 XXX 商品，商家认可办理退货，买家已将商品寄回，要求商家尽快处理	尊敬的顾客您好，您反馈的问题核查原因为 XXX，处理方案为 XXX，如有疑问可电话进一步沟通，联系方式为 XXX-XXXXXX。（如涉及快递情况说明快递单号）
	办理退换货不及时（未寄）	买家于 XX 时间购买 XXX 商品，商家认可办理退货，要求商家尽快处理	
	给买家人、财、物造成损失	买家于 XX 时间，购买 XXX 商品，由于 XX 问题，造成买家损失，要求处理	示例：尊敬的顾客您好，您反馈的*页面与实际不符*问题核查原因为*我司没有及时更新页面商品信息*，处理方案为*我司将根据商品页面实际情况向您提供服务*，如有疑问可电话进一步沟通，联系方式为 *025-66996699*****。
	返还运费	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，已做退换货，要求返还运费	
	违规收费	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，来电反馈，物流要求收取买家 XX 费用，要求处理	
	页面与实际不符	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，来电反馈，投诉收到商品与页面上描述有差异，要求处理	
	服务态度差	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，投诉态度问题，要求处理	
	违背承诺	买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，表示商家承诺买家 XXX，要求处理	

	处理不及时	此单买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，投诉商家一直未联系买家进行处理，要求处理	
发票类	发票未发	此单买家于 XXX 时间，购买 XX 商品，来电表示签收后没有发票，要求处理	尊敬的顾客您好，您反馈的问题核查原因为 XXX，处理方案为 XXX，如有疑问可电话进一步沟通，联系方式为 XXX-XXXXXX。（如涉及快递情况说明快递单号）
	发票信息错误	此单买家于 XXX 时间，购买 XXX 商品，表示发票信息有问题，要求处理	示例：尊敬的顾客您好，您反馈的*发票信息错误*问题核查原因*是您提供了错误的开票抬头导致开票信息错误*，处理方案为*我司为您开发票*，如有疑问可电话进一步沟通，联系方式为 025-6699****。

苏宁易购在线客服系统服务使用规范

第一章　概述

第一条 为规范商家使用苏宁易购在线客服系统的行为，营造良好的客服环境，维护苏宁云台的良好形象，根据《商家管理规范总则》、《苏宁云台商家违规行为及处理规则》，制定本规范。

第二条 本规范适用于所有使用苏宁易购在线客服系统的商家。

第三条 苏宁易购在线客服系统是指苏宁易购提供给商家的即时沟通工具，通过该工具顾客可以联系商家，进行商品或服务咨询。

第二章　在线客服系统管理及使用要求

第四条 用语规范

（一）欢迎语

欢迎语是顾客寻求咨询时看到的第一句话，对顾客形成良好的第一印象至关重要，建议话术：

（1）尊敬的用户您好，我是本次为您服务的客服***，非常高兴能为您服务！

（2）亲爱的顾客您好，欢迎您咨询**旗舰店/专营店，很高兴能为您服务，请问您购物过程中遇到什么问题了呢？

（二）结束语

建议话术：

（1）感谢您的惠顾，您的满意就是我们最终的目标，祝您购物愉快，欢迎下次光临哦！

（2）亲爱的朋友，祝您购物愉快，再见！

第五条 商家应当配备专业的客服团队（或人员）使用苏宁易购在线客服系统处理来自苏宁易购顾客的问题，包括但不限于商品的咨询、配送、售后、投诉等内容。

第六条 商家以及商家所配备的客服团队（或人员）不得在苏宁易购在线客服系统发布第三方信息，包括但不限于非苏宁易购购物链接或未经苏宁易购许可的第三方非苏宁易 购链接、银行账号、第三方支付账号、二维码、非苏宁易购在线客服系统即时通讯账号、电子邮箱、实体店地址及未经苏宁易购备案许可的联系方式、广告商品信息 等。

第七条 商家以及商家所配备的客服团队（或人员）不得在沟通过程中使用任何形式的有人身攻击、侮辱性等不文明的语言，包括但不限于诽谤、骚扰、诋毁、谩骂顾客以及使用任何引起顾客不满的字句或以其他方式侵犯顾客的合法权益的行为。

第八条 商家以及商家所配备的客服团队（或人员）不得将苏宁易购在线客服系统用于任何非法的或违背正常交易的目的，不得将苏宁易购在线客服系统用于任何为苏宁易购顾客提供服务之外的目的，包括但不限于：

1、不得违反国家法律法规的规定、商家与苏宁易购合同的约定以及苏宁云台对商家的管理规定；

2、不得诋毁苏宁品牌形象以及其他任何品牌、产品的形象；

3、未经苏宁书面同意不得泄露、使用或允许他人使用苏宁的任何商业机密，包括但不限于签订合同以及合作过程中所获知的与苏宁相关的情报、计划、方案、数据、保密资料、经营决策、技术信息等；

4、不得向苏宁顾客透露苏宁以外的网络店铺、实体商店以及其他销售平台的联系方式等信息，更不得引导顾客去苏宁易购以外的网络店铺、实体商店以及其他的销售平台进行交易；

5、不得与苏宁买家进行任何场外交易行为；

6、不得传送含有受到知识产权保护的图像、相片、软件或其它资料的文件，包括但不限于著作权或商标权，除非商家拥有此权利或已得到所有必要的认可；

7、不得以任何方式损坏或破坏“苏宁易购在线客服系统”或使其不能运行或超负荷运行或干扰其他方使用苏宁易购在线客服系统；不得在未经授权的情况下访问任何与苏宁易购在线客服系统服务关联的所有账户、计算机系统或网络；不得利用苏宁易购在线客服系统进行传销、发送垃圾信息或任何重复的未经顾客许可的广告信息；

8、向苏宁顾客做出任何不实承诺，提供虚假不实的宣传材料，使用虚假不实荣誉，包括但不限于商品本身属性、发票信息以及物流配送、返修、退换货服务等环节，不得制作虚假身份欺诈、误导顾客；

9、与苏宁顾客沟通时应当使用规范的用语，不得出现反动、色情、威胁、恐吓、暴力等字句，不得出现诽谤、骚扰、威胁、诋毁、谩骂、冷暴力对待顾客以及使用任何其他引起顾客不满或不适的字句。

第三章　在线客服系统违规处理及考核要求

第九条　商家客服违规处理

（一）处理流程

1、买家发起

买家通过苏宁客服热线、在线客服、自助投诉、微博、工商、315 等形式进行投诉，苏宁易购受理查证并将结果通知商家。

2、苏宁易购排查

苏宁易购有权对商家客服每日对话进行抽检，对违规情况进行查证并将结果通知商家。

（二）违规行为

1、发生符合上述第六条、第七条、第八条的违规行为，苏宁云台有权根据具体情况和影响扣除商家积分，每次扣 24 分。

2、商家在使用苏宁易购在线客服系统的过程中，有以下违规行为的，视为情节一般，具体扣分情况如表所示：

运营模块	违规情节	扣分分值
在线时间	（1）苏宁云台商家客服平均每天 9:00-24:00 期间累计在线时长少于 9 小时（自然月日均在线时长）。	2 分/次
	（2）在苏宁云台大促期间，商家客服不在线或者虽然在线但不满足大促期间在线时长特殊要求。	12 分/次
	（3）平均月度 45S 人工首次响应率低于 90%	2 分/次
	（4）买家提出问题后，商家客服回复时间间隔超过 90s	2 分/次
	（5）商家在线客服对于苏宁云台客服处理买家咨询和投诉，态度消极、不配合。	8 分/次
服务禁语	商户在线客服服务过程中应体现出专业、热情、高校的职业素养，严禁出现带有辱骂、质问、质疑、推诿、敷衍性质的对话，否则视为违规。	4-12 分/次
	1、出现服务推诿、敷衍、质问、不热情，4 分/次	
	2、出现辱骂、攻击等恶劣性质，12 分/次	
	3、在线客服聊天窗口输入违禁词未成功发送，且被苏宁易购监测到的，4 分/次。	
离线留言回复率	苏宁云台商家客服不在线时，顾客可以进行离线留言，商家对顾客离线留言应当及时回复，自然周度内离线留言数超过 10 条（含本数）且回复率低于 80%（不含本数），视为违规	4 分/次

（三）违约责任

1、 商家应对发生在其“苏宁易购在线客服系统”账户中的所有活动负完全责任，应妥善保管其账号、个人信息及相关密码；对于未经授权的人员使用商家“苏宁易购在 线客服系统”账户而使其可能遭受的任何损失均自行承担，如果苏宁易购为此先行承担了相关责任，则商家同意赔偿苏宁易购因此而支出的所有费用及损失；

2、 商家应对发生在其“苏宁易购在线客服系统”账户中的所有活动负完全责任，若违反本规范 “禁止行为”内的任何条款，给苏宁易购、买家以及其他方造成损失的，商家必须承担

全部的赔偿责任；同时，如发现商家违反本规定，或有买家对商家发起投诉且 查证属实的，苏宁易购有权不经通知而立即终止商家继续使用“苏宁易购在线客服系统”；除此之外，苏宁易购还有权根据具体情况和影响要求商家承担违约金或按 其与苏宁易购签订的其他合同相关违约条款处理（二者取高值）；

3、商家负有对客服人员进行产品知识、规范服务行为进行培训的义务，因商家或其雇员的故意或过失行为给买家或任何第三方造成损失，由商家自行承担赔偿责任，与苏宁易购无关。

第十条 注意事项

1、规定时间不在线时长已纳入商家绩效考核指标，直接影响商家搜索排名、商家成长进度等；

2、对于违反在线时间及在线工作规范要求的商家，苏宁易购有权取消其参加苏宁官方促销活动资格，或重点商家年底评优资格；

3、如因商家客服违反本规范“服务禁语”，对苏宁易购或最终买家造成损失的，商家应承担全部的赔偿责任；

4、非因苏宁易购原因造成买家投诉的，若对苏宁易购或最终买家造成损失，商家应承担全部的赔偿责任。

第十一条 规则解读

1、如何理解“商业秘密”？

本细则所指的商业秘密，包括但不限于签订合同以及合作过程中及合作前后所获知的与苏宁易购及其关联公司相关的情报、计划、方案、数据、保密资料、经营决策、技术信息等。

2、如何理解“场外交易行为”？

场外交易行为，指商家或其工作人员引导苏宁买家与其线下或其他非苏宁商家私下成交，从而导致或可能导致苏宁丧失与买家成交机会的行为。

场外交易行为是严重违反合同及商业规范的行为，属严重违约行为，苏宁易购有权对商家的场外交易行为追究其违约责任。

3、如何理解“在未经授权的情况下访问其他方苏宁易购在线客服系统”的账户？

是指 A 商家通过 B 商家的页面在线客服系统，侵占 B 商家在线通话资源，致使 B 商家一直处于繁忙状态，导致其他买家无法与 B 商家沟通或者沟通回复不及时，影响买家购物体验的行为。

4、这里“商家”的内涵有哪些？

本细则所指商家，不仅指实际与苏宁云台签订入驻协议的人员，还包括店铺的经营者、代运营方以及为客服在线系统专门配备的服务人员和团队。

5、服务禁语敏感词包含哪些？

反动、色情、威胁、恐吓、暴力等字句；诽谤、骚扰、威胁、诋毁、谩骂、冷暴力对待买家以及使用任何其他引起买家不满或不适的字句。

第四章 附则

第十二条【生效时间】本规则于 2019 年 3 月 11 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 3 月 18 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

七天无理由退货规范

第一条　　定义

“七天无理由退货”是指商家承诺当消费者购买其店铺内带有“七天无理由退货”服务标识的商品后，自消费者签收商品之日起七天内（自签收次日零时起满 168 小时为七天），若商品符合完好标准，可向商家发起七天无理由退货申请。

商品完好指商品能够保持原有的品质和功能。同时消费者需保证退回的商品及其附属配（附）件（包含商标吊牌、使用说明书等）的齐全，并能保持其原有的品质及功 能。消费者基于查验需要而打开商品包装，或者为确认商品的品质、功能而进行合理、适当的试用和调试不影响商品的完好（具体商品退货完好标准请参见下边表 1）。

第二条　　适用范围

本规则适用于苏宁易购主站商品。特卖的商品参照《苏宁 Outlets 七日无理由退货管理规范》,苏宁拼购的商品参照《苏宁拼购 7 天无理由退货实施细则》，苏宁国际的商品参照《苏宁国际自营商品 30 天无忧退规则》，不适用于本规则。

第三条　　运费说明

消费者进行七天无理由退货时，若商品商家包邮，消费者仅承担退回运费；若商品未有包邮或商品系商家附条件包邮的，消费者部分退货致使无法满足包邮条件的，由消费者承担所有邮费。双方另有约定的，从其约定。

第四条　“七天无理由退货”商品分类

七天无理由退货场景	商品类型	举例
不适用七天无理由退货	定制类、定做类商品	个性定制、设计服务等
	鲜活易腐类商品	鲜花绿植、水产肉类、新鲜蔬果、活体类等
	在线下载或者客户拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品	充值点卡、加油卡、虚拟类等
	交付的报纸、期刊	期刊杂志等
	服务类	教育培训、装修设计/施工/监理等
经消费者在购买时确认可以不适用七日无理由退货	拆封后影响人身安全或者生命健康的商品，或者拆封后易导致商品品质发生改变的商品	食品、酒水、内裤、短袜/打底袜/丝袜/美腿袜、塑身裤、塑身连体衣、乳贴、插片/胸垫等贴身用品等
	一经激活或者试用后价值贬损较大的商品；或非生活消费所需的商品	智能设备（如 VR 头盔等）、商用厨具、工业品、办公耗材、黄金、铂金、K 金、投资金银、钻石、电动车整车等
	其他根据商品性质并在消费者购买时确认不宜退货的商品	临近保质期/有瑕疵的商品、二手商品等
支持七天无理由退货	除上述类型外的其他商品	服饰、鞋帽、箱包、玩具等

注：①具体商品是否支持“七天无理由退货”以商品详情页展示为准。

②虚拟类商品包括但不限于酒店/门票/度假旅游/保险、彩票、电影/演出/体育赛事、网络游戏虚拟商品交易区类、充值/手机号/增值业务、电脑/服务器/游戏软件类(包括但不限于序列号、激活码、CDKEY 等)。

第五条　　商品详情页“七天无理由退货”政策文案介绍

商品详情页“七天无理由退货”分类	说明	商品举例说明
不支持七天无理由退货	商品不支持七天无理由退货。	生鲜商品等
支持七天无理由退货	商品支持签收后的七天内在商品完好的情况下由于消费者主观原因申请退货。	如服饰、鞋靴等，无穿着痕迹，无洗涤、无损、吊牌未摘等。
支持七天无理由退货（拆封后不支持）	商品支持签收后七天内由于消费者主观原因申请退货，但商品外包装已拆封、缺少附件、外观损坏等任一商品不完好情形，均不适用七天无理由退货。	如美妆、个护清洁、母婴、食品类等商品，商品塑封膜完好（若有）、密封包装完好（若有）、商品瓶盖未打开等。
支持七天无理由退货（安装后不支持）	商品支持签收后七天内由于消费者主观原因申请退货，但商品已安装、缺少附件、外观损坏等任一商品不完好情形，均不适用七天无理由退货。	如健身车、踏步机、挂装空调、油烟机、热水器等需要安装的商品等。
支持七天无理由退货（激活后不支持）	商品支持签收后七天内由于消费者主观原因申请退货，但商品已激活、缺少附件、外观损坏等任一商品不完好情形，均不适用七天无理由退货。	如笔记本、台式机、手机、PS4 有激活限制的商品等。
支持七天无理由退货（使用后不支持）	商品支持签收后七天内由于消费者主观原因申请退货，但商品已使用、缺少附件、外观损坏等任一商品不完好情形，均不适用七天无理由退货。	如汽车洗车机、电子熏香、汽车香水等。

第六条　　温馨提示

苏宁易购鼓励商家提供优于苏宁易购平台公示的无理由退换货期限（如 15 天/30 天）或商品完好标准。但是若商家提供的无理由退货期限或商品完好标准劣于苏宁易购平台公示要求，降低消费者依法或依照苏宁易购平台公示要求所能获得权益的，将视为无效。

第七条　　附则

本规范自 2019 年 7 月 30 日起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于 2019 年 8 月 6 日生效，如有修改，将另行公示。

表 1　商品退货完好标准

商品分类	通用型完好标准	特殊完好标准
音乐、教育音响、影视	1、消费者应当确保退回商品和相关配（附）件（如吊牌、说明书、三包卡、入网卡等）齐全，并保持原有品质、功	音响制品、书籍杂志类（若有）一次性密封外包装未拆封。
电脑整机、办公用品		1、windows 系统或 office 主机未激活。 2、多功能一体机、打印机未通电。 3、墨盒等耗材类（若有）一次性密封外包装未拆封。
手机		未激活、进网许可证未损坏。
图书		（若有）一次性密封外包装未拆封。如果商品无一次性密

	能，无受损、受污、刮开防伪、产生激活（授权）等情形，无难以恢复原状的外观类使用痕迹和不合理的个人数据使用痕迹。 2、部分商品外包装具有一定特殊功能或一定价值，商家需事先向消费者显著明示退回时外包装的特殊要求，若商家未事先向消费者明示，将按普通外包装的完整标准处理。 3、赠品遗失或破损、发票遗失不影响商品退货。赠品破损或遗失作折价处理，发票遗失由消费者承担相应税款。 4、化妆品、个人护理用品、图书、婴儿尿片、音像制品等外包装被一次性密封的，不得拆封。 “密封”是指：商品外包装被生产厂商加以封条（签）或整体塑（密）封的包装措施。	封外包装的，不适用七天无理由退货。
厨房电器		洗碗机、燃气灶、热水器、油烟机等商品未安装，具体以商品详情页展示为准。
大家电		挂装空调、洗衣机等商品未安装（空调内机与连接管接口处未打开），具体以商品详情页展示为准。
家居、家具、家装		物品未使用、未安装、无人为损坏、标牌附件齐全。
个护健康		洁面仪、剃须刀、美容器、理发器、剃/脱毛器等因与肌肤接触后易影响人身安全或者生命健康的商品未拆封。
生活电器		净（滤）水设备未过水。
家居家纺、运动户外		健身训练、骑行运动类商品未安装。
礼品箱包		1、商品无显著使用痕迹，无磨损/划痕； 2、含有棉芯的打火机类商品未注油使用； 3、打火轮、火石无明显磨损。
汽车用品		维修保养类、清洁美容类、轮胎、轮毂等商品不适用七天无理由退货。
服饰、鞋靴		商品无显著穿戴、洗涤、沾染化妆品（如沾染口红）等痕迹，商标吊牌齐全。
女士内衣/男士内衣/家居服		内裤、短袜/打底袜/丝袜/美腿袜、塑身裤、塑身连体衣、乳贴、插片/胸垫等商品不适用七天无理由退货。
母婴类		纸尿裤、湿巾、吸奶器、牙胶安抚、奶嘴奶瓶、防溢乳垫类商品外包装未拆封。
珠宝首饰		1、相关鉴定证书完整且无显著污染痕； 2、价格标签牌完整； 3、黄金、铂金、K 金、投资金银、钻石不适用七天无理由退货。
彩妆/香水/美妆工具		美妆类、个护清洁类不得拆封商品外包装。
美容护肤/美体/精油		
美发护发		
智能设备		1、进网许可证未损坏（毁）。 2、智能眼镜/VR 头盔类商品不适用七天无理由退货。 3、部分商品一次性密封外包装未拆封。
酒水		啤酒一次性密封外包装未拆封，其余酒水类商品不支持。
医药		1、血糖试纸、阿胶类商品、鹿茸、花胶/鱼胶、制氧机、雾化器等一次性密封外包装未拆封。 2、冬虫夏草、燕窝、隐形眼镜、护理液、计生用品、海参/参等不支持。
休食/粮油/冲饮		1、商品一次性密封外包装未拆封。 2、进口巧克力等商品不适用七天无理由退货。

苏宁云台美妆类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营美妆类卖家。

第一章 商品签收退换货

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收；如果物流公司不支持先验货再签收，请致电卖家协商。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理。

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

第二章 商品签收后退换货

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可参加无理由退货；

（2）质量问题退/换货：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可申请换货；

2、退换货条件

（1）无理由退货

①商品签收 7 日内在保证商品（含附件）完好，可享受 7 日无理由退换货（**页面明示不参加无理由退货的商品除外**），运费由买家承担；

②完好标准：能够保持原有品质、功能，商品本身、配件、商标标识齐全的，视为商品完好。

（2）商品质量问题

①商品签收后出现质量问题，买家提供国家权威鉴定机构出具的报告/厂商确认问题属实后，卖家应按规定办理 7 日内退货，15 日内换货；

②使用后出现不适症状（过敏等），买家提供三甲医院出具的医疗报告，并判定由商品引起，卖家应按规定办理退货，并承担相关费用，若无法判定为卖家责任，则相关费用由买家自行承担。

第三章 特别提醒

1.如果客户在使用时对商品质量表示质疑，请出具权威机构出具的质量检测报告、书面鉴定文件，将按照国家法律规定予以处理；

2.因个人原因造成的商品损坏，不予退换货；

3.包装含防伪码的商品防伪码一经刮开不支持 7 天无理由退货；

4.套装商品不支持单独退换货，退货时赠品需一并返回卖家，如赠品缺失，则主商品无法全额退款（换货无需返回），发票遗失可由买家承担相应税点办理退换货。

第四章 附则

1、本规则于 2019 年 3 月 5 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 3 月 12 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

2、商家行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

3、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

4、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁云台运动户外类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营运动户外类卖家。

一、商品签收退换货

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理。

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

3、 卖家应选择正规物流公司且支持现场验机，并以醒目方式提示买家进行验机操作，发现外观问题可现场拒收，并联系卖家进行退换货处理；如买家签收后（委托他人 代收视为本人签收）发现外观问题，卖家有权拒绝退换货处理；如快递公司未按要求验机造成商品损坏或其他外观问题由卖家承担退换货责任。

二、商品签收后退换货

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可参加无理由退货；

（2）质量问题退换货：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可申请换货。

2、退换货条件

（1）无理由退货：在退换货期限内，需要买家保持商品本身完好，商品表面无划痕、无磕碰、无破损等痕迹，（若有）唯一性三包卡不能缺失或撕损；

（2）商品质量问题：在退换货期限内，如果发现质量问题并经卖家或厂商确认问题属实，非人为原因造成，卖家应给予退换货。

三、特别提醒

1、（若有）赠品破损或发票遗失可折价（如能估量折价的，以估值折价为准；无法估值折价的，折价上限不超过原商品成交价的 10%），发票遗失按相应税点由买家自行承担。

2、望远镜/显微镜/夜视镜属于特殊易碎品，不支持无理由退换货服务。

3、望远镜需要厂家授权的转机构进行故障确认，确认产品属于质量问题卖家应承担相应运费并进行退换货。

4、运动户外类商品，申请退换货(包含有质量问题的商品）时，买家需将内带附件、商品吊牌、标签、保修单等保存完好，如有赠品需同商品一起退回。如果缺少上述附件及文件，退换货将不予办理。

5、运动户外贴身部分贴身类商品不参加无理由退货。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台箱包皮具、珠宝首饰奢侈品类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营箱包皮具、珠宝首饰和奢侈品类卖家。

一、商品签收退换货服务

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收；如果物流公司不支持先验货再签收，请致电卖家协商。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理。

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

二、商品签收后退换货服务

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可申请退货（黄金、珠宝首饰、玉器、钟表、定制、奢侈品、贴身货品除外）；

（2）商品质量问题：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可以申请换货。

2、退换货条件

（1）无理由退货：商品签收 7 日内在保证商品（含附件）完好，可享受 7 日无理由退换货，运费由买家承担。

（2）商品质量问题：

商品签收后出现质量问题，经生产厂家售后服务中心开具检测报告（维修检验单据），或卖家确认质量问题，且附件、说明书、发票、保卡、购物凭证齐全，商家应按规定为客户办理 7 天内退货、15 天内换货。

三、特别提醒

1、对于附带国家级宝玉石鉴定中心出具的鉴定证书的高档首饰，如果买家对此有任何质疑，可到出具该证书的鉴定机构进行复检。

2、发票遗失可由买家承担相应税点办理退换货。

3、商品退回第三方卖家时，买家应使用塑料袋将品牌原包装包好，不要让快递公司将快递单和粘胶直接粘在商品的品牌原包装上（特别是商品品牌原包装盒表面），因此造成污损的，第三方卖家不予退换，请买家理解。

4、ZIPPO 类所退换商品要求芯、火石完整，未使用。

5、手表类商品手表表带不在免费保修范围之内。

6、因个人非正常使用出现问题，如佩戴饰品不慎造成的变色、斑点、污染、折断、变形开裂、松动、掉石、出现擦痕等不予退换货。

7、购买物品被洗过、戴过、人为破坏或标牌拆卸不提供退换，任何经过佩戴的、订制的、有雕刻的、改动过的或有其他损坏的货品不予退换。

8、钟表类商品在三包有效期内，同一问题，维修 2 次及以上仍不能正常使用的产品，买家提供两次修理记录和证明，商家应承担运费给予退货。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台文化制品类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营文化制品类卖家。

一、商品签收退换货服务

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收；如果物流公司不支持先验货再签收，请致电卖家协商。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理。

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

二、商品签收后退换货服务

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可申请退货；

（2）商品质量问题：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可以申请换货。

2、退换货条件

（1）无理由退货：商品在实际签收 7 日内，如商品保持完好，发票、配件齐全，买家提出退货，卖家应按规定办理，运费由卖家承担。

（2）商品质量问题

①图书音像类商品签收后，在退换货期限内，出现以下情况：印刷错误、错页、倒页、掉页、折页、漏页、未裁开页、封面起泡、封面覆膜脱落、印刷污渍、装订开胶开线等质量问题，经苏宁或厂商确认问题属实，非人为原因造成，卖家应给予办理退换货。

②图书音像类商品，在退换货期限内，如商品出现漏失光盘等情况，经确认属实后，卖家可给予补寄。

三、特别提醒

1、交付的报纸、期刊、电子书、拆封的音像制品不参加无理由退换货。

2、一次性塑封包装含防伪码的商品防伪码一经刮开不予退换货。

3、发票遗失可由客户承担相应税点办理退换货。

4、退回的商品必须带有原有的配件、附带品，如有赠品，买家也必须将赠品一并退回，多件套产品需保证退回数量及配件齐全。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台食品酒水类商品（含宠物食品）退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营食品酒水（含宠物食品）、保健品类卖家。

一、商品签收退换货服务

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收；如果物流公司不支持先验货再签收，请致电卖家协商。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理。

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

二、商品签收后退换货服务

1、退换货时限

（1）无理由退货：非食品和美容类宠物商品 7 天内可申请退货；

（2）商品质量问题：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可以申请换货。

2、退换货条件

（1）无理由退货：非食品和美容类宠物商品，在退换货期限内，在退换货期限内，如商品保持完好、配件齐全，可以申请无理由退换货；

（2）商品质量问题：

①商品签收后出现质量问题，买家提供国家权威鉴定机构出具的报告后，卖家应按规定办理 7 日内退货、15 日内换货，运费卖家承担；

②使用后出现不适症状（过敏等），买家提供三家医院出具的医疗报告，判定由商品引起，卖家应按规定办理退货，运费卖家承担。

三、特别提醒

1、套装商品不支持单独退换货，页面明示商品、防伪码损坏不支持无理由退货，赠品遗失可折价退货，发票遗失可由买家承担相应税点办理退换货；

2、食品类保质期已超出三分之二时间的商家需在页面标明，未标明的客户有权申请退货，运费卖家承担；

3、如果由国家质量监督检验机构公告的有质量问题的商品，卖家应按规定办理退货，并承担一切费用；

4、生鲜食品自实际收到商品之日起质量问题 24 小时内可退换货，不支持 7 天无理由退货；

5、生鲜举证规范：如用户反馈生鲜食品存在问题(如虾子发黑，水果坏果重量不符等问题)需用户在货物签收后 48 小时内提供凭证，如逾期未提供则不作为有效凭证。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2018 年 12 月 29 日

【生效时间】2019 年 1 月 5 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台汽车用品类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台汽车用品类卖家，电动车卖家也适用本细则。

一、商品签收退换货

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理；

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

3、 卖家应选择正规物流公司且支持现场验机，并以醒目方式提示买家进行验机操作，发现外观问题可现场拒收，并联系卖家进行退换货处理；如买家签收后（委托他人 代收视为本人签收）发现外观问题，卖家有权拒绝退换货处理；如快递公司未按要求验机造成商品损坏或其他外观问题由卖家承担退换货责任。

二、商品签收后退换货

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可参加无理由退货；

（2）质量问题退换货：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可申请换货。

2、退换货条件

（1）无理由退货：在退换货期限内，需要买家保持商品本身完好，商品表面无划痕、无磕碰、无破损等痕迹，（若有）唯一性三包卡不能缺失或撕损；

（2）商品质量问题：在退换货期限内，如果发现质量问题并经卖家或厂商确认问题属实，非人为原因造成，卖家应给予退换货。

三、特别提醒

1、GPS 及汽车电子商品送货时，买家应仔细检查，在退换货期限内，如果发现有质量问题，根据商品品类不同，需要按照说明书上的联系方式与厂家或其指定售后维修中心联系，办理检测报告。检测报告办理成功后，卖家应予以退换货。

2、汽车用品(GPS 及汽车电子商品除外)签收后，在退换货期限内，如发现有质量问题并经商家或厂商确认问题属实，非人为原因造成，可办理退换货。

3、油蜡商品如因买家未按说明操作造成的退换货申请，不予办理退换货。

4、汽车改装产品如因安装不当而造成的配件变形、破损的退换货申请，不予办理退换货。

5、未经授权的修理、误用、疏忽、滥用、事故、改动、不正确的安装，不予以办理退换货。

6、机油、防冻液、玻璃水、添加剂、清洁剂等汽车养护类以及密封包装商品（考虑商品特殊性），拆封后不予退换货。

7、卖家有如实描述商品并按买家订单履约的义务，如因卖家原因导致商品尺寸/容量错误、或者商品样式、材质及服务标准与页面描述不符，或出现错发、少货等情况，卖家应按照页面描述及客户订单履约，如买家要求退货或者换货，卖家应接受，产生的退换货运费由卖家承担。

8、专车专用定制类商品属于特殊类型商品，如非质量或发货错误问题暂不支持退换货。

9、（若有）赠品破损或发票遗失可折价（如能估量折价的，以估值折价为准；无法估值折价的，折价上限不超过原商品成交价的 10%），发票遗失按相应税点由买家自行承担。

10、符合法律规定的 7 日无理由退换货条件；电动车整车类不支持 7 天无理由退换货。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台农资类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营农资类（鲜花、绿植类）商品类目卖家。

一、商品签收退换货服务

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收；如果物流公司不支持先验货再签收，请致电卖家协商。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理。

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

二、商品签收后退换货服务

1、退换货时限

（1）无理由退货：不支持；

（2）商品质量问题：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可以申请换货；

2、退换货条件

（1）无理由退货

①商品本身无划痕、无磨（破）损、无磕碰、无使用（农用机械等需要试机的除外）、无拆卸、无泄漏等痕迹；

②（若有）唯一性三包卡不能缺失或撕损；

③（若有）赠品破损或发票遗失可折价（如能估量折价的，以估值折价为准；无法估值折价的，折价上限不超过原商品成交价的 10%），发票遗失按相应退税点由买家承担。

（2）商品质量问题

对于商品质量问题，买家需向卖家提供证据，若卖家收到证据后，确认商品本身确实存在质量问题，应接受退货或者换货。买家应妥善包装后（将附件、说明书、发票、购物凭证、包装）退回商品，返回方式及地址以售后服务单审核为准；产生的退换货运费由卖家承担。

三、特别提醒

1、针对农资类商品的配送方式及范围，卖家有主动告知义务，卖家应在商品详情页中标注。肥料、农药和饲料类商品货物非商品质量问题，在到货后因储存不善导致板结和挥发，不支持退换货。

2、农资类商品物流成本较高（肥料、农机和饲料等），如出现零部件和部分商品质量问题，优先以换件、补件或补货为主；产品包装破损在不影响使用效果等情况下，可由卖家直接补寄，无需全部退回。花卉绿植类商品，如不存在质量问题，则不支持 7 天无理由退货，也不支持换货。

3、对于花卉绿植等产品，由于花卉绿植自身的生长周期、品种以及季节的差异，可能会造成同一种绿植、花卉颜色及茂盛程度上的差异，该情况不属于质量问题。

4、定制类不参与无理由退换货；

5、因客户个人原因（如因情感问题等）引起的鲜花类商品（非货到付款）的拒收，卖家有权拒绝退款，鲜花类有质量问题可正常签收，在 24 小时内拍照联系卖家处理。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台母婴类商品(含玩具)退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营母婴类卖家，并适用于经营玩具商品类目的卖家。

一、商品签收退换货

1、卖家应选择正规物流公司，支持且必须现场验机，并以醒目方式提示买家验机操作，如买家发现外观问题、商品不完整、保质期不足两个月等应现场拒收，并联系买家申请退换货，买家签收后（委托他人代收视为本人签收）发现外观问题，卖家有权拒绝退换货。

2、如快递公司未按要求验机造成商品损坏或其他外观问题由卖家承担退换货。

二、商品签收后退换货

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可参加无理由退货；

（2）质量问题退/换货：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可申请换货。

2、退换货条件

（1）商品签收 7 日内在保证商品（含附件）完好，可享受 7 日无理由退换货（页面明示不参加无理由退货的商品除外），运费由买家承担；

（2）商品签收后出现质量问题，买家提供国家权威鉴定机构出具的报告/厂商确认问题属实后，卖家应按规定办理 7 日内退货，15 日内换货；使用后出现不适症状（过敏等），买家提供三甲医院出具的医疗报告，并判定由商品引起，卖家应按规定办理退货，并承担相关费用。

三、特别提醒

1、套装商品不支持单独退换货，页面明示商品、防伪码损坏不支持无理由退货，母婴喂养、辅食、营养品、纸尿裤、洗护、贴身用品为了保证安全，一律不参加无理由退货，卖家需在页面明示，赠品遗失可折价退货，发票遗失可由买家承担相应税点办理退换货。

2、童车童床类商品，由于商品缺少配件，导致无法安装的退换货申请，以补寄配件为主，非特殊情况，不予退换货。

3、在三包有效期内，同一问题，修理 2 次及以上仍不能正常使用的产品，买家提供两次修理记录和证明，卖家应承担运费给予退货。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台乐器礼品类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营乐器、礼品类卖家。

一、商品签收退换货

1、卖家应选择正规物流公司，支持且必须现场验机，并以醒目方式提示买家验机操作，如买家发现外观问题、商品不完整、保质期不足两个月等应现场拒收，并联系买家申请退换货，买家签收后（委托他人代收视为本人签收）发现外观问题，卖家有权拒绝退换货。

2、如快递公司未按要求验机造成商品损坏或其他外观问题由卖家承担退换货。

二、商品签收后退换货

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可参加无理由退货；

（2）质量问题退/换货：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可申请换货。

2、从苏宁易购订购的工艺品类商品，在退换货期限内，如商品保存完好、配件齐全，可以申请无理由退换货。

（1）工艺品类商品签收后，在退换货期限内，如发现有质量问题并经苏宁或厂商确认问题属实，非人为原因造成，可办理退换货；

（2）商品外包装完整，商品表面无划痕、无磨（破）损、无磕碰、无使用、无拆卸等痕迹则予以办理无理由退换货。

三、特别提醒

1、在页面中已明示商品在某些特定情形下不在无理由退换货范围内的，包括但不限于个人定制类商品（在页面中已明示），不予退换货。

2、因个人原因造成的商品损坏不予退换货。

3、由于大件类乐器（如钢琴等）属于贵重商品，运输成本较高商品出现问题建议优先以换件、补件、维修为主，产生的相关费用由卖家承担。

4、因拍摄设备、光线、显示器等原因产生的色差问题，以及因商品测量标准不一致导致的尺寸问题在相关标准规定的尺寸误差范围内的，不属于商品质量问题。

5、（若有）赠品破损或发票遗失可折价（如能估量折价的，以估值折价为准；无法估值折价的，折价上限不超过原商品成交价的 10%），发票遗失按相应退税点由买家承担。

6、（若有）防伪标识码未刮开或撕损、（若有）唯一性三包卡不能缺失或撕损。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台家装建材、家居家具厨具类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营家装建材类卖家，包括但不限于经营家装建材、家居、家具、厨具等类目的卖家。

一、商品签收退换货服务

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收；如果物流公司不支持先验货再签收，请致电卖家协商。

如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理；如买家未进行验收即做签收，将默认为买家已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题第三方卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

二、商品退换货服务

因大件家具物流成本较高，如出现零部件质量问题，优先以换件、补件为主；玻璃制品和易损制品局部损坏，可由第三方卖家直接补寄，无需全部退回。

1、退换货时限

（1）无理由退换货：自签收次日起 7 日内可申请无理由退货；

（2）商品质量问题：自签收次日起 7 日内可以申请退货，15 日内可以申请换货。

2、退换货条件

（1）无理由退货：7 天无理由退货,需要客户保持商品本身完好。

①商品表面无划痕、无磨（破）损、无磕碰、无使用、无拆卸等痕迹；

②（若有）防伪标识码未刮开或撕损、（若有）唯一性三包卡不能缺失或撕损；

③（若有）赠品破损或遗失可折价（如能估量折价的，以估值折价为准；无法估值折价的，折价上限不超过原商品成交价的 10%），发票遗失按相应退税点由买家承担。

（2）商品质量问题：在退换货期限内，如果发现质量问题并经苏宁或厂商确认问题属实，非人为原因造成，可办理退换货。

①消费者需向第三方卖家提供证据，若第三方卖家收到证据后，确认商品本身确实存在质量问题，应接受退货或者换货，运费卖家承担。消费者应妥善包装后（将附件、说明书、发票、购物凭证、包装）退回商品，返回方式及地址以售后服务单审核为准；

② 第三方卖家有如实描述商品的义务，如因第三方卖家原因导致商品尺寸错误、或者商品样式、材质及服务标准与页面不符，第三方卖家应按照页面描述履约，如消费 者需要退货或者换货，产生的退换货运费应由商家承担，因拍摄设备、光线、显示器等原因均会产生色差，故色差问题不属于商品质量问题；如因商品测量标准不一 致导致的尺寸问题在相关标准规定的的尺寸误差内则不算商品质量问题。

三、**安装收费规范：**

①如商家在页面显著位置明确标注安装服务规则，按照商户公示的规则进行收费；

②如商户未在显著位置公示收费标注，则按照苏宁安装收费标准进行收费，商家收费超出苏宁服务标准的，要求商家 24 小时内退还客户超出部分的费用。

四、退货费用处理规范：

①非买家原因：

买家使用和卖家发货同等方式退回，退货产生的必要费用由卖家承担。卖家对该必要费用产生争议的，可自行上门取件，如商家无法上门取件则要求正常签收消费者寄回商品，邮费标准以物流反馈为准。

②买家原因：由买家办理退货事宜并承担退货产生的必要费用。

必要费用：系指包括但不限于商品拆卸、打包、加固、搬运等相关费用以及退货运费，该等费用以承运物流出具的相关票据上载明的金额为准。

五、特别提醒

1、买家收货地址是否可以提供送货上门和安装服务，是否收取上楼费、安装费以及其他收费标准，具体以第三方卖家页面公示的地区范围及收费标准为准，苏宁易购建议买家购买前与第三方卖家沟通确认上述服务内容。

2、由于家具运输特殊性，如遇到特殊情况（如道路受阴、天气原因等）时，“送至物流点自提”及“送货上门并安装”业务将合理顺延，在第三方卖家提前与买家沟通告知的情况下，买家不能以该理由拒收。

3、家居/家纺类物品被洗过、穿过、人为破坏或标牌拆卸的不提供退换；所有预定特殊尺码、代购商品等恕不退换。

4、运费：非商品质量问题且非因卖家原因而由客户发起的退换货行为，运费承担分以下两种：

（1）卖家包邮商品，客户承担退换货时产生的运费；

（2）卖家非包邮商品，所有运费均由客户承担；

（3）买家拒收商品运费：客户拒收交易（非货到付款）的货物，原则上：

①若为有理由拒收（商品有质量问题、少货等情况），卖家非包邮商品，由卖家承担全部运费；卖家包邮商品，由卖家承担商品退回时产生的运费；

②若为无理由拒收（商品无质量问题、少货等情况），卖家非包邮商品，由买家承担全部运费；卖家包邮商品，由买家承担商品退回时产生的运费。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2018 年 12 月 29 日

【生效时间】2019 年 1 月 5 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台家电类（电器类）商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营家电类卖家，包括但不限于经营空调、冰洗、黑电、厨卫、生活电器、小家电等类目的卖家。

一、商品签收退换货

1、卖家应选择正规物流公司，支持且必须现场验机，并以醒目方式提示买家验机操作，如买家发现外观问题、商品不完整、保质期不足两个月等应现场拒收，并联系买家申请退换货，买家签收后（委托他人代收视为本人签收）发现外观问题，卖家有权拒绝退换货。

2、如快递公司未按要求验机造成商品损坏或其他外观问题由卖家承担退换货。

二、商品签收后退换货

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可参加无理由退货；

（2）质量问题退/换货：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可申请换货。

2、退换货条件

（1）商品签收 7 日内在保证商品（含附件）完好（未被损坏、吊牌齐全）的情况下，可享受 7 日无理由退换货，运费由买家承担；

（2）商品签收后出现质量问题，经生产厂家售后服务中心开具检测报告（维修检验单据），且附件、说明书、发票、保卡、购物凭证齐全，买家应按规定为卖家办理 7 天内退货，15 天内换货。

三、特别提醒

1、无需安装类商品（冰箱等）由物流人员现场验机，发现问题可拒收后联系卖家解决，需安装类商品（彩电、空调、烟灶等）签收时只验外观（彩电等需要通电查看屏幕是否有内损）和装箱清单，其他由安装人员上门验机。

2、未经授权的修理、误用、疏忽、滥用、事故、改动、不正确的安装、使用环境不符，不予退换货。

3、大家电出现质量问题需联系商家/厂家上门检修，小家电出现质量问题送指定网点检修，如当地无检测维修中心的，卖家应主动帮助买家代检代修，检测周期为：代检 7 到 15 天，代修 30 天，送修类商品自卖家收到买家寄回商品之日算起。

4、寄回用费由买家垫付，如确认商品存在问题需要维修/退换货，卖家应承担所有运费。

5、家电类商品在三包质保期内，同一问题维修 2 次及 2 次以上，买家提供维修记录证明，卖家承担运费给予退货。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 7 月 11 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台服饰鞋帽类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营服饰鞋帽类卖家，包括但不限于经营男装、女装、内衣、鞋靴等类目的卖家。

一、商品签收退换货

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收；如果物流公司不支持先验货再签收，请致电卖家协商。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理；

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

二、商品签收后退换货

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可参加无理由退货；

（2）质量问题退/换货：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可申请换货。

2、退换货条件

（1）商品签收 7 日内在保证商品（含附件）完好（未被洗涤、损坏、吊牌齐全）的情况下，可享受 7 日无理由退换货，运费由买家承担；

（2） 商品签收后出现质量问题【鞋靴严重脱胶（有侧帮缝线的除外）、裂浆、裂面、裂帮、裂底、断（脱）跟、泛硝、表皮脱落、塌芯、开线、开裂、脱胶、坏拉锁、钉 头突出、网面破裂（如旅游鞋）或新鞋不成双及鞋号大小不同；服饰布料颜色不均、面料开裂、脱皮、五金退换货期限内有脱色、损坏、衬里缝合开裂、拔丝】，经 生产厂家售后服务中心开具检测报告（维修检验单据）或由卖家确认且附件、说明书、发票、保卡、购物凭证齐全，卖家应按规定为买家办理 7 天内退货，15 天内 换货。

三、特别提醒

1、特殊尺码商品、代购商品、定制类商品、内衣裤、袜子、泳衣、抹胸文胸、内衣配件、基础内衣类商品，一经签收，概不参加 7 天无理由退货，买家需在页面明确标示。

2、任何因非正常使用、洗涤等个人原因造成的商品损坏，概不退换。

3、发票遗失可由买家承担相应税点办理退换货。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台 3C 类商品退换货细则

本细则适用于在苏宁云台经营 3C 类卖家，包括但不限于经营手机、数码、电脑等类目的卖家。

一、商品签收退换货服务

1、买家在签收商品前应对商品当面验收，检查货物外包装及内物外观，在确定货物完好无损后进行签收；如果物流公司不支持先验货再签收，请致电卖家协商。

（1）如在验收过程中如发现外包装破损、商品出现破损、少件等问题，买家需自行拍照并让配送人员签字，以保留相关证据，并联系卖家进行核实处理；

（2）如客户未进行验收即做签收，将默认为客户已经对商品进行了表面验收，后期商品出现破损、少件等问题卖家有权拒绝退货或补发。

2、卖家需告知买家签收标准，委托他人代收的行为视同于买家本人已对商品进行签收。

二、商品签收后退换货服务

1、退换货时限

（1）无理由退货：签收次日起 7 日内可申请退货；

（2）商品质量问题：签收次日起 7 日内可申请退货，15 日内可以申请换货。

2、退换货条件

（1）无理由退货：商品在实际签收 7 日内，如商品保持完好，发票、配件齐全，买家提出退货，卖家应按规定办理，运费顾客承担；

（2）商品质量问题：如买家在使用 3C 类商品时发现产品存在质量问题或对商品质量表示置疑，经厂家指定或特约售后服务中心检测确认商品存在质量问题的，卖家应按照国家三包规定予以退换货，运费由卖家承担。

①由生产厂家指定或特约售后服务中心确认故障类型，并提供故障确认函（维修检测单据）；

②卖家根据故障确认函（维修检测单据）并在收到商品附件、说明书、发票、保修卡、问题商品后办理退换货手续。

三、特别提醒

1、3C 类商品通过软件升级可以排除的故障，只要送到当地生产厂家指定或特约售后服务中心升级即可，不予退换货；

2、如当地无授权检测、维修中心的，卖家可帮助顾客代检代修，检测周期为：代检 7 到 15 天，代修 30 天，自售后签收之日起算；

3、未经授权的修理、误用、疏忽、浸液、摔过而造成商品出现故障或损坏的，不予退换货；

4、假性故障或因顾客使用环境影响使用效果的，经核实确认无故障的，不予退换货；

5、因个人使用不当造成商品损坏的，不予退换货；

6、对于存储类电子商品，卖家概不提供数据导出服务，请务必在返修前将里面的数据导出，否则有数据遗失、损坏等卖家概不承担相应的责任；

7、运营商合约机的手机产品，均不参加无理由退换，商品如经厂家授权机构或网点确认存在质量问题，可在 15 天内提供换货服务，因运营商要求手机卡与手机需绑定，故换机后需您至营业厅办理换绑手续；

8、建议外包装在收货之日起保留 15 天，商品如包装破损或丢失，退货时需要承担相应的包装材料费用；

9、包装含防伪码、一次性塑封的商品，防伪码或包装一经损坏不予退换货；

10、电脑、笔记本液晶显示屏存在 3 个以内（含 3 个）亮点属于正常情况，不予退换货。

11、发票遗失可由买家承担相应税点办理退换货；

12、在三包有效期内，同一问题，修理 2 次及以上仍不能正常使用的产品，买家提供两次修理记录和证明，卖家应承担运费给予退货；

13、已拆封或已使用的办公耗材不支持无理由退换货，其他同品类商品塑封包装打开、通电、开机等已使用的，除商品自身质量问题外，不予退换货。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台整车销售类目售后政策

本细则适用于在苏宁云台经营整车销售类目卖家。

一、商品签收退换货服务

汽车是特殊商品，一旦签订了购车协议，将不再享受商品退换货服务，所售商品将严格按照国家相关法律和 4S 店的相关规则执行，具体事宜可线下与 4S 店经销商进行协商。

二、商品签收后退换货服务

1、退换货时限

整车商品不参与 7 天无理由退换货。

三、特别提醒

1、所售车辆为符合国家相关质量标准的正品全新车辆，享受国家质量监督检验检疫总局《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》的相关规定；

2、关于车辆的质保、维修、保养等售后服务与该品牌汽车厂商所提供的售后服务一致，并根据汽车厂商的政策，该等售后服务由向买家开具购车发票的 4S 店负责；

3、整车商品咨询及服务买家可直接联系汽车厂商或所属 4S 店；

4、对于车辆交易后产生的质保、维修、保养等售后或其他问题，依据处理流程及用户购车时签署的相关质保等文件由相应汽车厂商或所属 4S 店承担。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

退货运费险定义的实施细则

第一章 规则定义

“退货运费险”是指买卖双方在交易未完结前，买家发起退货请求时，保险公司对退 货产生的单程运费提供保险服务。退货运费险目前针对加入消费者保障服务并交保证金的开放平台卖家（机票、酒店、充值缴费等虚拟类卖家除外）。卖家加入成功 后在商品详情页面会有运费险标识。在购物中，如果卖家参加了 “退货运费险（卖家版）”，对于买家来说，购买前可以增强购买信心，购买后可以加快退货的沟通成本和经济成本，提升退货体验。

说明：目前只针对交易未完结时发生的退货运费损失给予赔付，交易完结后由于维权造成的退货运费暂时不在理赔范围内。

第二章 规则解读

一、为什么要有“退货运费险”？

为解决退货过程中买卖双方就运费支出产生的纠纷，减少商家的售后成本，提高买家的售后体验，推出此项服务。

二、退货运费险投保须知

1、投保

甲方作为投保人，为在苏宁云台上购买其所售商品的买家投保退货运费险，并向乙方支付保险费。

在协议期限内，甲方须为其所售的除乙方关闭投保权外的每一笔订单投保，不能选择性投保。买家以购物车形式拍下的每份订单，将作为一个整体投保一次，但针对大、小件物品则分别计算投保。具体以甲方订购服务完成后的页面展示为准。

2、协议期限

本协议有效期自签订之日起生效，为期 90 天。本协议期满前七日，如甲乙双方均未提出异议，则本协议将自动延续，延续次数不限。

3、保险期间

本协议项下保单的保险期间自甲方发货时起，至买家或买家代表在线点击“确认收货”或交易平台自动“确认收货”后 15 日止，以时间先后顺序较早发生者为准。

4、保障项目及赔偿限额

保障内容：在保险期间内，当网络购物行为发生后，因实物与网上展示不符或其他由买方与卖方协商一致的理由，买家或收货方在买卖双方约定的退货期间内退货，且卖家允许买家或收货方退货并承诺返还货款，保险人按照保险单约定的退货运费进行赔偿。

赔偿限额：赔偿限额根据乙方认可的物流公司相同路线最低首重物流价格，具体以《网络购物运费损失保险赔偿标准》为准。

如甲方实际所支付的退货运费低于保险金额时，按甲方实际所支付的运费赔付；如果甲方实际支付的退运费高于保险金额时，按保险金额赔付。

每张订单的保险金额以实际签发的保险单或凭证约定的为准，无论任何情况，乙方赔偿责任皆以保险单记载的保险金额为限，但实际发生的损失小于保险金额或者最高赔付标准的则以实际损失为准。

具体保险责任和责任免除以《网络购物退货运费损失保险条款》的约定为准

5、理赔与服务

每份保险合同的理赔基本原则是在保险金额范围内以实际损失为限，对未实际发生的损失不予赔付。

甲方同意且确认为购买其货物的 3 买家退货款，在易付宝将退货款划入买家易付宝账户或银行账户后，乙方将根据甲方同意退款的系统数据开始审核退货运费险理赔申请，审核时间需要 72 小时。

通过审核后理赔款实时划入甲方确认退款的买家易付宝账户或银行账户。

如果实际发生的退货运费为第三方垫付，则运费险理赔款将直接赔付给垫付的第三方。

如果买卖双方或一方故意制造保险事故，或在未发生保险事故的前提下谎称发生了保险事故的，乙方不承担赔偿保险金的责任，并有权解除本合同，且不退还保费。

6、争议处理

在协议履行过程中如双方发生争议的，应本着友好协商的方式予以解决。未能达成一致时，可提交被告所在地人民法院进行诉讼。

第三章 附则

1、本规则于 2019 年 2 月 13 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 2 月 20 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

2、商家行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

3、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

4、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

包邮定义的实施细则

第一章 规则定义

包邮，指卖家就所售商品承诺在其指定的地区内向买家承担首次发货运费。

第二章 解读

1、大陆地区的具体范围

大陆地区，指除香港、澳门、台湾地区以外的中国所有省、直辖市和自治区。

2、如何理解首次发货的运费

包邮商品第一次发出所产生的运费由卖家承担。如包邮商品因退、换货产生的邮费，参照《苏宁云台交易争议处理规范》处理。

3、首次与首重的区别

首次不等于首重。无论商品重量是多少，包邮商品卖家均应承担全部首次发货的运费。

第三章 附则

1、本规则于 2019 年 1 月 31 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 2 月 7 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁鞋类三包服务规范

一、定义

1、“鞋类三包服务”，是指消费者在苏宁平台购买自营鞋类商品后，商家承诺当鞋类商品出现如下质量问题时，依据服务规范向消费者提供退货、更换、维修（或退还维修费用）的服务。

质量问题是指：

（1）肉眼可予识别的情形（符合下述任一情形）：

1）开线、脱胶、变形、泛硝、表皮脱落、塌芯、钉头（尖）突出、凹凸不平；

2）开裂：包括但不限于裂浆、裂面、裂帮、裂底（外底或内底）、裂跟；

3）断裂：包括但不限于断底、断根或根面脱落、断面、断勾心（包括勾心软或松动）、网面破裂；

4）其他特殊保障质量问题如下：

a. 断带：凉鞋绑带、拖鞋绑带、人字拖人字部分断裂；人字拖夹脚处拔出；

b. 染色：鞋内里染脚（染全脚/染脚超过 2 个部位）；颜色互染（特殊商品特别提示的除外）；

c. 功能鞋功能缺失；

d. 鞋内里断裂、皮毛出现块状脱落。

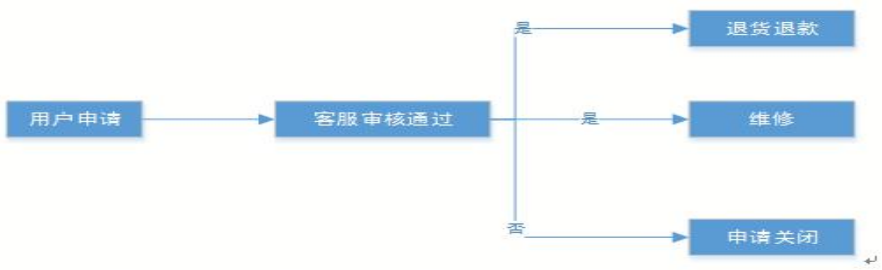
（2）经苏宁平台或消费者所在地消费者协会认定或具有法定资质的质检部门检测鉴定存在质量问题的。

二、权益保障

1、申请路径

消费者可通过“我的订单”-“退货/退款”或“申请售后”-选择退货原因商品质量问题等相关原因发起“鞋类三包服务”服务申请。

2、申请流程



3、权益内容

时间	自 签收次日零时起算至 7 日 24 时止	自 签收次日起 8 日零时起算至 15 日 24 时止	自签收次日第 16 日零时起算至第 N 日
内容	可选维修、更换或退货	可选维修、更换，符合如下”特殊情形”的支持退货退款；	可选维修，符合如下”特殊情形”的支持退货退款；
特殊情形	1、当经两次或两次以上服务（更换或维修）仍无法正常使用的，消费者可选择退货，商家需支持退货退款；		
	2、换货无货时可退货。		
N 天取值	50 元以上 100 元以下(含 50 元)的为 30 天；		
	100 元以上(含 100 元)的为 90 天；		
	300 元以上(含 300 元)的为 120 天。		

三、消费者需知

1、以下情况不属于本规范三包服务范畴：

（1）消费者自行修理、剪裁，无法保持原样的；

（2）因消费者穿着、保养不当，或人为破坏而导致商品破损的；

（3）超出本规范约定“三包”服务期限的；

（4）销售时商家标明有质量瑕疵的“处理品”、“次品”或“等外品”的。

2、消费者提出三包服务请求时应首先提供商品存在本规范所列明质量问题的证据，买卖双方对商品质量问题存在争议的，可寄送具有法定资质的质量检测部门进行检测或鉴定，检测或鉴定的费用由消费者先行垫付，最终由责任方承担。

3、关于三包服务范围内，维修要求如下：

（1）消费者可选择由商家进行修理或自行修理，若选择由商家修理，则商家需承担因此产生的所有邮费；

（2）若选择自行修理，商家需向消费者支付商品实际成交金额 20%的修理费用，最高不超过 50 元（“居家日用/鞋用品/居家鞋”类目下商品最高不超过 10 元）；

（3）商家应当自收到商品之日起 20 个工作日内修复，并不得收取任何费用。商家或其安排的维修人员应当在“三包”凭证上如实记录每次接受修理日期、修理所占时间、修理部位等情况；

（4）鞋类商品的三包服务期应当扣除修理占用的时间，并按所扣时间相应顺延到期日；

（5）消费者要求修理商品的，如商家无法修理或经一次修理后仍然不能正常使用的，商家应当根据消费者的要求为其更换或退货并承担因此产生的所有邮费。

4、消费者保障条款

（1）商家未在规定的期限内修复商品，每延误一日按商品实际成交金额 2%的标准补偿消费者(补偿金额最高不超过商品的实际成交金额)；

（2）商家拒绝补偿的，消费者可选择退货或更换，发货时效参照平台发货时效规则履行。

苏宁腕表三包服务规范

一、定义

1、“腕表三包”服务，是指消费者在苏宁平台购买腕表类商品后，商家承诺当腕表出现如下质量（性能故障）问题时，依据服务规范在承诺的时效内向消费者提供退货、更换、维修、保养的服务。

2、质量（性能故障）问题是指：

（1）腕表机芯：因零件制造缺陷、装配质量不高引起的停走或走时不正常、自动失灵、日历及其它功能出现故障（因人为原因使用不当造成的零件损坏除外）；

（2）腕表内部件：如表头及表头组成件、内部饰品、电池等因非运输及非人为因素导致的脱落或损坏；

（3）腕表外观件：因制作工艺出现如表壳不对称、表面刻度不全、镀层起泡脱片等非人为使用导致的缺陷；

（4）在符合产品标注的防水范围及使用场景内，因正常佩戴造成出现表镜起雾、表头进水、表头渗水等情况；

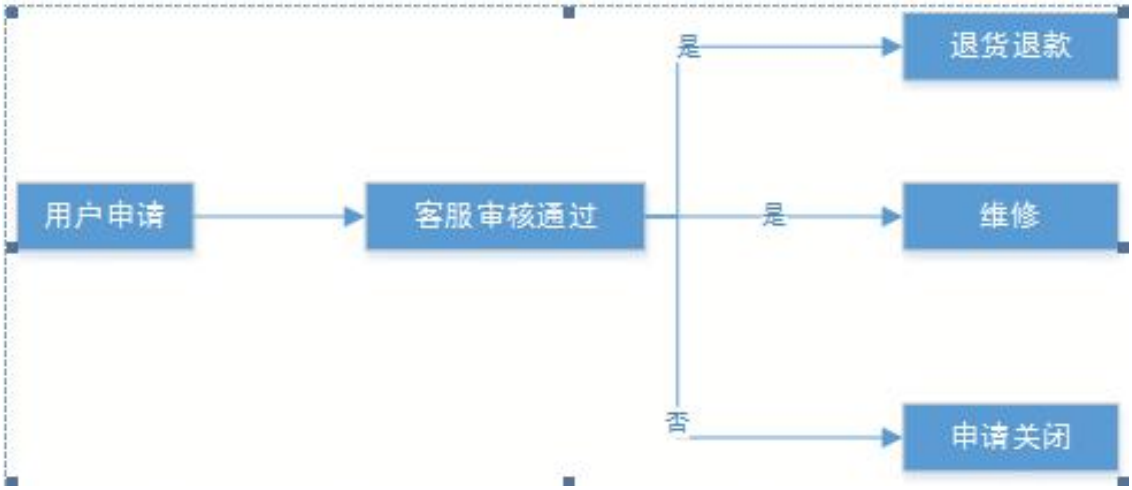
（5）经消费者所在地消费者协会认定或具有 CMA 资质的质检机构（如深圳市计量质量检测研究院、深圳市腕表质量检验中心等）检测鉴定存在质量（性能故障）问题的。

二、权益保障

1、申请路径

消费者可通过“我的订单”-“退货/退款”或“申请售后”-选择退货原因商品质量问题等相关原因发起“腕表三包服务”服务申请。

2、申请流程



3、权益内容

时间	自 签收次日零时起算至 7 日 24 时止	自收货起 8 日零时起算至 15 日 24 时止	自签收后第 16 日零时起算至第 N 日（保修期以说明书为准）
内容	可选维修、更换或退货	可选维修、更换，符合如下“特殊情形”的支持退货退款；	可选维修,符合如下“特殊情形”的支持退货退款；
特殊情形	1、非人为原因出现的商品问题，当经两次或两次以上服务（更换或维修）仍无法正常使用的，消费者可选择退货，商家需支持退货退款； 2、换货无货时可退货。		
特殊说明	享受无理由退货时注意： 1、自签收后起七日内，商品未经使用和佩戴，保证商品完好，且商品必须处于原始状态，手表镜面，表带等贴膜完好无损； 2、商品及附件(表盒、保卡等)应保持完整；商品外包装应完整、标配配件、赠品(如购买时有赠品)或说明书应完整，保修凭证和发票任一不能缺失或涂改； 3、购买皮表带的顾客，在不确定是否喜欢前请勿佩戴以及将表针插入表带的表孔中，因皮表带佩戴后产生痕迹和表孔磨损不能进行退货。		

4、注意事项

（1）手表使用者各不相同,因震动、受磁等外力因素影响,引起快慢误差超过标准,属使用中正常现象,不属质量（性能故障）问题，商家可帮助免费调整。当经二次及以上调整仍未达到标准，服务时效内商家需为消费者免费检测或更换有关零部件（误差标准：机械表瞬时日差每日±45 秒；石英表每日±0.5 秒）；

（2）消费者应当在签收货物后 24 小 时内针对腕表外观件（如壳、面、表把、玻璃、表面字块、商标、外观固定件及表带等）进行检查，若因非人为原因导致的自然松脱需及时拍照并上传反馈给商家。 因维修或保养由商家使用机械工具拆卸的外观件在服务时效内出现自然松脱，经二次以上修理，仍不能正常使用，并能用手拆散属不合格，商家需免费更换该部件；

（3）对没有刻印有防水字样或标志的手表属非防水手表。注明防水字样和标志的手表应耐压按照标识的压力（后盖和柄头处有防水胶圈,表玻璃与表壳连接无缝隙）具备一般日常生活中洗手、洗脸等偶尔受水溅碰的防水作用,但不应在洗澡、桑拿、游泳等场合中使用（具有特殊说明的手表除外),当因人为原因使用不当出现进水起雾等现象,商家可协助予以清除,零件锈蚀需配换的,相关费用由消费者自行承担；

（4）服务时效内因质量（性能故障）问题需放置修理的，商家需认真填写修理记录，且服务时效顺延（即加上修理时间）；

商家修理时间为 30 个工作日，服务时效内因质量（性能故障）问题需换货的，服务时效自消费者签收次日零时起重新计算；

（5）消费者选择换货时，商家应当自签收被更换商品的次日零时起三个工作日内发出更换商品。

三、消费者需知

1、一切因消费者人为原因使用不当导致商品受到碰撞、震动、进水、接触化学品、遇强磁场影响、自行拆卸等造成损失的不属于服务内容范围。服务时效内商家可协助解决，相关配换所产生费用由消费者自行承担。

2、人为原因造成的损坏场景包括但不限于：

（1）佩戴时未根据说明书要求使用，如进行游泳、洗澡等造成的进水进气；

（2）佩戴过程中出汗或接触到其他腐蚀性物质等造成的损坏；

（3）佩戴时未根据说明书要求使用，极端天气使用手表造成的损坏（+60 度，-10 度）；

（4）人为撞击或高处落下造成的损坏；

（5）手表与强磁场接触造成的机芯走时误差；

（6）佩戴时未根据说明书要求使用，蛮力调时间造成的机芯内部损坏；

（7）晚上 21 点至凌晨 3 点之间拨动日历造成的内部齿轮损伤。

3、以下服务内容在服务时效内因非人为原因使用不当的情况下商家不得收费：

（1）机械腕表齿轮损坏、发条断等零件配换；

（2）石英腕表电池无电。

4、在规定时限内因质量（性能故障）问题产生的维修或换货均为免费服务，服务包含但不局限于邮寄运费、更换零配件等。

5、产品鉴定：因消费者自行对产品真伪进行质检而产生的费用由消费者承担；若是产品存在假冒伪劣问题，消费者需提供相关购买记录及权威机构的鉴定报告，该费用由商家承担。

苏宁云台商家发货管理规范

第一章 概述

第一条【目的和依据】为促进开放、透明、分享、责任的新商业文明，保障用户合法权益，维护营销活动的正常运营秩序，根据《苏宁云台服务协议》、《商家管理规范总则》及相关规则和协议的规定制定本规则。

第二条【适用范围】本标准适用于苏宁云台商家。

第二章 发货管理规范

第三条 定义 延迟发货，是指除特殊商品外，商家在买家付款后（在线支付订单付款时间以系统记录的买家付款成功的时间为准）实际未在四十八小时内发货，或定制、预售及大 件等其他特殊场景商品未遵循买卖双方约定承诺发货时间或者页面承诺发货的，妨害买家购买权益的行为。商家参加苏宁易购大型活动以活动官方要求发货时间为 准。

第四条 存在如下情形之一的，将按照延迟发货进行处罚：

1、除另行约定发货时间的商品外，买家下单成功后四十八小时内商家未将买家所购商品的快递运单号传至苏宁云台系统，且消费者查询不到订单的快递公司揽件跟踪信息的（以快递公司系统内记录的时间为准）。

2、定制、预售及其他特殊情形等另行约定发货时间的商品，商家实际未在约定时间内发货的；定制、预售及其他特殊情形未另行约定发货时间或约定的发货时间不清，商家未在收到买家的发货要求后四十八小时内发货。

第五条 前款所称特殊商品的发货时间详见《延迟发货解读及处理细则》。

第六条 违规处罚

1、延迟发货

商家若违反上述规则，将按《延迟发货解读及处理细则》进行处罚；

2、虚假发货

商家不得上传无效物流单号或收货地址与订单约定地址不符的物流单号，不得向买家邮寄空包裹或与订单商品严重不符的物品，否则，苏宁易购有权按照《商家管理规范总则》及《虚假发货解读及实施细则》进行处理。

第七条 其他规定

1、买家主张未收到货的，由商家对买家已签收商品承担举证责任。

2、顾客申请退款时商家尚未发货的，商家应当征得顾客同意后再发货。

3、商家发现订单存在《苏宁云台非正常订单处理规则》规定的情形，希望取消订单的，应当依据规则向申请易购提出申请，并经苏宁易购同意后方可不再发货。

第三章 附则

【生效时间】本规则于 2019 年 10 月 1 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 10 月 8 日生效；如有修改，则另行公示。

【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可以根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购 及其关联公司所签订的各项协议。

【计算单位】本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁平台星盘规则解读

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【定义】苏宁平台星盘是苏宁易购对于平台第三方店铺运营能力、消费者服务能力、诚信度等开展综合评估，并在此基础上进行店铺等级划分和好店认证的综合系统。

第三条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 苏宁星盘

第四条 苏宁平台星盘定义

“苏 宁平台星盘”是苏宁易购对于平台第三方店铺运营能力、消费者服务能力、诚信度等开展综合评估，并在此基础上进行店铺等级划分和好店认证的综合系统。主要包 括店铺综合等级、服务体验星级及苏宁好店认证三个模块。对于在星盘系统中排名优异的店铺，平台将从活动、流量等方面予以资源支持，从而为消费者提供更多优 质店铺的选择。

第五条 模块介绍

1、店铺综合等级和店铺综合得分

店铺综合得分：平台通过对店铺评价及物流、流量、转化、售后、客服、加分项、减分项类别的多项考核指标的运营结果及指标在同行业的排名进行综合建模分析，得到的反映店铺整体服务能力的分值。

店铺等级：店铺等级是店铺综合能力的直观反映，帮助商家快速发现店铺在所在商家中的定位。店铺等级从低到高共计分为 4 个，即：铜牌、银牌、金牌、钻石级。高等级商家将获得更多营销活动资源，若达到钻石级，则有机会获得苏宁好店的认证；

2、服务体验星级和服务体验分

服务体验得分：平台通过对店铺评价及物流、售后、客服、加分项、减分项类别的多项考核指标的运营结果及指标在同行业的排名进行综合建模分析，得到的反映店铺整体服务能力的分值。

服务体验星级：服务体验星级是店铺综合服务能力的直观反映，帮助商家快速发现店铺在所在商家中服务能力的定位。店铺服务等级从低到高共计分为 4 个，即：三星、三星半、四星、四星半。得出来的服务体验星级会在消费者端展示出来。

3、苏宁好店

“苏宁好店”是苏宁易购平台对于店铺综合运营能力及诚信度良好的店铺进行的官方认证。用于帮助消费者甄选有品质和信用保障的店铺。苏宁好店的认证以店铺等级达到钻石级作为核心指标，以开店时长、违规量、净成交额等作为基础指标综合评定，认证规则详见：苏宁好店规则详解。

店铺综合等级与服务体验星级

1、店铺综合等级与服务体验星级指标

1.1、苏宁平台店铺综合得分统计包括以下八个指标分类：流量及转化、评价、物流、售后、客服、加分项、减分项。每个指标分类下包含多细分指标，具体指标如下：

1.2、苏宁平台服务体验得分统计包括以下六个指标分类：评价、物流、售后、客服、加分项、减分项。每个指标分类下包含多细分指标，具体指标如下：

指标类别	指标名称	综合等级评定	服务体验星级评定	类别得分直接对消费者展示
流量	搜索 UV			
	付费流量			
	营销渠道 UV			
	自主访问 UV			
	内容 UV			
	促销页 UV			
	站外 UV			
转化	店铺净成交额			
	店铺成交转化率			
	店铺商品动销率			
	人均购买商品数			
	新增店铺收藏人数			
	成交用户数			
	商品页跳失率			
	复购率			
评价	商品满意度			
	服务满意度			
	物流满意度			
物流	隔日达订单占比			
	延迟发货率			
	平均到货时长			
售后	退款平均响应时长			
	投诉自主完结率			
	店铺退货率			

	投诉商家责任占比			
客服	日均在线时长			
	45 秒客服响应率			
	客服满意度			
	订单投诉率			
加分项	退货运费险			
	退款助手			
	店龄			
	商品主图视频覆盖率			
	商品内容质量分			
	仓配服务			
减分项	商品一般违规量			
	商品严重违规量			
	店铺一般违规量			
	店铺严重违规量			

注：店铺考核指标取以上列表中的所有指标项的一部分，不同行业的行家考核的具体指标可能会有所区别，请以本店的综合得分详情页下方的指标详情为准。

店铺综合得分与服务体验得分计算规则

①店铺综合得分计算规则

1.1 计算方式：根据店铺上述各指标项的经营数据和所在行业中的排名综合建模计算得到该店铺的综合得分。

1.2 店铺所在行业：根据店铺近期销量、销售额、SKU 数等，综合计算得到最符合商家实际经营类目的二级类目，并将其作为店铺所在的行业。店铺所在行业每周一进行一次更新，因此可能会发生动态变化。

1.3 综合得分数据更新时间：每天更新一次，上午 10 点左右更新。

②服务体验得分计算规则

2.1 计算方式：根据店铺上述各指标项的经营数据和所在行业中的排名综合建模计算得到该店铺的服务体验得分。

2.2 店铺所在行业：根据店铺近期销量、销售额、SKU 数等，综合计算得到最符合商家实际经营类目的二级类目，并将其作为店铺所在的行业。店铺所在行业每周一进行一次更新，因此可能会发生动态变化。

2.3 服务体验得分数据更新时间：每天更新一次，上午 10 点左右更新。

店铺等级评估规则与服务体验分规则

①店铺等级评估规则

1.1 店铺等级从低到高共计分为 4 个，即：铜牌、银牌、金牌、钻石级。

1.2 等级划分逻辑：以本店店铺等级详情页为准。

1.3 店铺等级更新时间：两周更新一次；周一上午 10 点左右，与当日商家综合得分同步更新。

②服务体验分评估规则

2.1 服务体验星级从低到高共计分为 4 个等级，即：三星、三星半、四星、四星半。

2.2 等级划分逻辑：以本店服务体验星级详情为准。

2.3 店铺等级更新时间：每日更新一次；上午 10 点左右更新，与当日服务体验得分同步更新。

店铺等级和服务体验星级在商家后台的展示如下：

①店铺等级在商家后台的展示：

1.1 商家工作台首页模块



1.2 苏宁平台星盘综合得分和商家等级详情 tab 页



②服务体验星级在商家后台的展示：



5、**服务体验星级在消费者页面的展示如下：**

商品页：



店铺页：



店铺信息页：



搜索结果页：



我的关注：



第三章 附则

第八条【生效时间】本规则于 2019 年 6 月 28 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 7 月 5 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第九条【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可以根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规 范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购 及其关联公司所签订的各项协议。

第十条：本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁好店规则解读

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了更好的规范苏宁易购线上商家经营秩序，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【定义】苏宁好店是苏宁易购平台对于店铺综合运营能力及诚信度良好的店铺进行的官方认证。

第三条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 苏宁好店

第四条 什么是苏宁好店？

“苏宁好店”是苏宁易购平台对于店铺综合运营能力及诚信度良好的店铺进行的官方认证。用于帮助消费者甄选有品质和信用保障的店铺。

苏宁好店的认证以店铺等级（苏宁平台星盘规则详情）达到钻石级作为核心指标，以开店时长、违规量、净成交额等作为基础指标综合评定，认证规则详情可见下文。

苏宁好店标签样式为：



苏宁好店宣传图为：



第五条 认证为苏宁好店对店铺有什么好处？

认证为苏宁好店可以获得苏宁平台在店铺的 PC/APP/WAP 端的好店打标；易于获得消费者的关注，更有提高店铺流量转化率和订单量的机会。

第六条 如何成为苏宁好店？

6.1 苏宁好店通用要求：

A、认证周期与更新时间： 每 14 天认证一次，认证有效期 14 天。周一更新认证结果，更新时间为上午 10 点左右，与当日商家综合得分同步更新。

B、认证标准：请对照下述图表。

苏宁好店认证标准		
考核项	**标准**	**启动认证时间**
店铺等级	钻石级	启动认证当天
开店时长	≥91 天	
店铺状态	未屏蔽	启动认证前 1 天
店铺内上架 sku 数	≥10 个	
严重违规量	0	启动认证前 30 天
净成交额	≥N 万	
	（N 值根据行业有所不同）	

注：

①店铺等级基于店铺综合得分进行评定，从低到高分为铜牌、银牌、金牌、钻石级，等级评估详情见苏宁平台星盘规则解读；

②店铺所在行业净成交额标准中 N 值以该店铺的苏宁好店认证页中为准。

另，店铺所在行业是根据店铺近期销量、销售额、SKU 数等因素综合计算求得的店铺所在的二级类目。

6.2 苏宁好店特殊要求：

店铺内出售进口奶粉、国产奶粉、奶瓶奶嘴、纸尿裤 、香水、面膜、面部彩妆 、面部护肤 、面部清洁 、植物精华/提取物 、动物精华/提取物 、手表 、箱包皮具、箱包、皮具箱包、男士钱包/卡包 、女士钱包/卡包 、钱包/卡包/证件包 、腰带、太阳镜/、跑步鞋、篮球鞋、板鞋/休闲鞋 、牛仔裤、POLO 衫、运动裤、白酒、机油等三级类目下任意一件商品的，店铺类型必须为旗舰店，方可参与认证。

注：如出现店铺资质、商品缺陷、假货、侵犯第三方知识产权、苏宁抽检不合格、行政机关抽检不合格、客诉发生后苏宁核查资质不通过等违反平台规则、合同约定的情况，苏宁有权根据严重程度取消相关认证打标，且苏宁保留根据情况调整认证标准和适用范围的权力。

第七条 苏宁好店如何展示？

7.1 商家后台展示

①商家工作台首页苏宁平台星盘窗口：



②商家工作台苏宁平台星盘详情页：



7.2 消费者端展示

A、好店标识的穿透：包含店铺页、店铺商品四级页、购物车页、订单页、店铺搜索结果页、商品搜索结果页、好店推荐；通过此方式提高消费者认知。

B、具体位置

PC 端

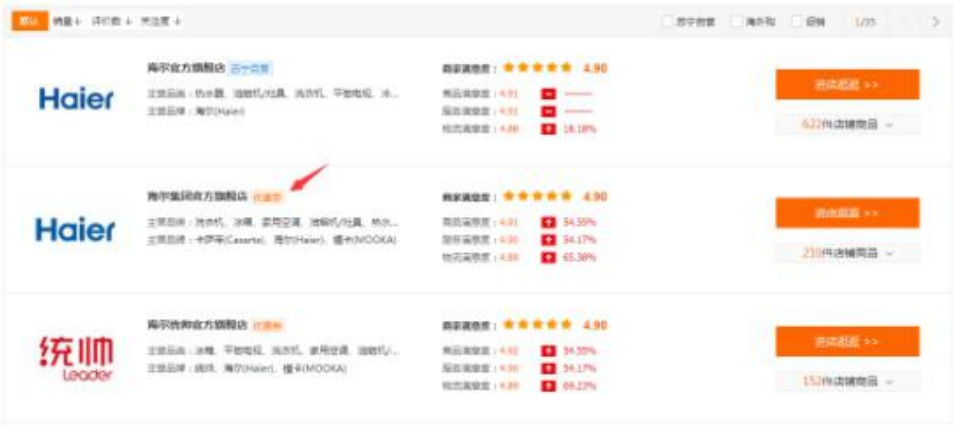
店铺首页：



商品详情页：



店铺列表页：



购物车页：



订单页：



移动端

店铺首页



商品详情页


送至 江苏 南京 玄武区
店铺发货&售后
不支持无理由退换货
运费险
评价(0)
查看全部评价
苏宁测试店铺
苏宁好店
店铺评分4.74分
卖家
进店逛逛
热销排行
财到木门时尚定制室内门 实木...
¥1099.00
TATA木门 简约时尚室内门 卧室...
¥999.00
TATA木门 简约室内门 卧室门实...
¥1449.00
¥2999
图文详情
规格参数
包装售后
=1=2
快速导航
卖家
店铺
购物车
立即购买
加入购物车

购物车页


购物车
编辑
店铺666
领优惠券
一口价商品 - 测试测试测试测试测试测试测试 白色
颜色:白色
¥1.00
1
提货门店:yanxj(徐庄店)
全选
合计：¥1.00
免运费
去结算(1)
首页
分类
我的
搜索
购物车

订单页



第三章 附则

第八条【生效时间】本规则于 2018 年 8 月 26 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 9 月 3 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第九条【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可以根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规 范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购 及其关联公司所签订的各项协议。

第十条：本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁易购违规订单处理规则

苏宁易购长期坚持正品、物美价廉的原则，让利并服务于广大消费者。为了保证更多消费者能够享受到我们提供的特惠商品、优质服务，保障消费者的合法权益，对于不以生活消费为目的客户，我们将不受理其订单。

一、违规订单概述

购买商品时，请正确、如实填写订单信息，以便及时、准确地将商品送至您的手中。苏宁易购将对用户订单信息进行综合分析，根据相同 IP、相似地址、相似会 员账号等判断实际为同一用户或购买人之间有紧密关联（以下统称“同一用户”），并且存在下列任一情况的，可能会被判定为**违规订单**，苏宁易购将取消订单并关闭账号：

（1）填写明显错误的地址、姓名或联系方式，或者配送不到的订单；

（2）多次联系均提示关机、停机、无人接听、空号（拨打频次 3 次及以上，每次间隔时间不小于 2 小时）；

（3）一个月内同一用户累计下单次数≥10 次，且退货/拒收比例≥40%；

（4）一个订单中单一商品≥5 台，且连续退货/拒收≥3 次记录；

（5）订单生效后，联系收货用户反馈非本人购买，且在通过会员账号（手机号）等其他联系方式均无法联系到收货/购买用户的情况；

（6）订单正常流转后，按照用户意愿连续 3 次延期，并按照约定时间送货上门，用户仍不能正常收货的情况；

（7）用户一次性购买≥8 台商品，订单在配送过程中，且用户要求更改收货地址或收货电话的订单≥3 次；

（8）订单生效后用户在 1 天内联系客服取消同一用户订单≥10 次。

二、违规订单处理规则

（一）违规订单包括但不限于：

1、商家刷单炒信或帮助商家刷单炒信的订单；

2、盗取他人苏宁易购账号、苏宁易购账号中的财产下单，盗用他人银行账号、支付平台帐号下单；

3、出现威胁苏宁易购或商家系统安全、系统正常运行的行为；

4、使用软件注册的苏宁易购账号，或注册信息、订单详情中含任何虚假信息的苏宁易购账号，或者以任何非苏宁易购认可的方式（如：机器人软件、蜘蛛软件、爬虫软件、刷屏软件等）访问或登录苏宁易购商城网站进行包括但不仅限于如下行为：

（1）领取、兑换优惠券；

（2）进行抽奖；

（3）领取云钻；

（4）购买商品；

（5）参与各类优惠活动；

5、利用软件、技术手段、拆单或其他方式，为套取优惠、折扣、赠品、运费或其他利益而注册苏宁易购账号、一人使用同一或多个苏宁易购账号或者合意他人使用同一或多个苏宁易购账号等进行下单；

6、供应商、代理商、销售商等对其所供或所售商品、服务进行回购的订单；

7、代购、中间商、零售商或批发商等人员或群体、公司等，以再销售或商业使用为目的的订购行为；（企业用户、或与苏宁易购特殊销售渠道商签订合同的除外）

8、一人或多人合意使用一个或多个苏宁易购账号购买商品或服务等数量超过正常生活消费需求的订购行为；

9、一人或多人合意使用一个或多个苏宁易购账号下单不支付、不完全支付或者选择延迟发货等方式违规占库存；

10、一人或多人合意使用一个或多个苏宁易购账号购买商品或服务等，要求更改收货地址、收货人的，单次或累计更改订单商品总数量大于等于 50 件，或 30 天内要求更改次数大于等于 3 次，或者要求转交其他承运商进行二次配送的；

11、下单后拒不收货的行为，包含但不仅限于以下情形：

（1）使用货到付款支付方式，同一用户的相同或不同苏宁易购账号累计出现 3 次以上无法联系到客户，或在付款前无正当理由拒收的；

（2）收货人声称非本人订购的订单，苏宁易购判定为虚假下单或违规代下单的情形；

12、购买大批量商品，以资金紧张或其他理由要求分批送货；

13、以不正当理由向商家索赔，且商家可提供聊天记录或录音等证据；

14、滥用购买商品或服务、评价、申请退款、申请售后服务、发起投诉或索赔、滥用苏宁所提供或赋予的工具等权利，损害他人合法权益或妨害平台运营秩序的行为，如：利用他人的行为瑕疵，以发起投诉、给予恶意差评等手段威胁他人，索取不当利益；

15、通过订单收货信息、订单备注、留言、评价等手段发送违规内容、广告或垃圾信息等；

16、购买正品商品，退货时退回非苏宁平台对应订单中销售的商品的行为；

17、出现其他违反苏宁易购会员章程约定、苏宁易购平台规则规定的行为。

（二）如发生上述第（一）条中的任一情形，用户承诺自愿接受苏宁易购或商家对违规订单进行以下任一项或多项操作：

1、取消订单；

2、不发货；

3、对已发货的订单进行拦截、追回；

4、限制全部或部分苏宁易购会员权益（如货到付款、领取优惠券、下单购买商品等）；

5、扣除云钻；

6、回收、作废、或禁止、限制使用通过上述第（一）条获得的云钻、积分、优惠券、赠品、礼品卡或者已经发放的实物奖品等；

7、删除或屏蔽违规文字、图片或信息；

8、暂停或停止服务；

9、其他苏宁易购或商家认为有必要的管控措施。

三、特别说明

1、发生本规则规定的违规订单情形的，按照本规则进行处理；苏宁易购其他规则与本规则规定不一致的部分，优先适用本规则。

2、发生本规则规定的违规订单情形的，将按照本规则采取取消订单、不予发货等措施，无任何赔偿和补偿。

3、订单基于本规则被取消的，将按照退款流程进行退款。

4、如用户对订单取消、不发货等存有疑问，可与苏宁易购、商家客服进行联系。

5、以上适用于苏宁易购所有注册会员。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2018 年 7 月 19 日

【生效时间】2018 年 7 月 26 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

苏宁云台非正常订单处理程序

一、商家申诉

当商家发现《非正常用户订单处理规则》中规定的非正常用户订单时，可收集并提供如下材料，向苏宁易购进行申诉：

1、订单编号及买家 ID；

2、判定非正常订单的依据及相应证据，包括但不限于聊天记录截图、公安报案回执、手机短信照片等可以证明订单为非正常订单的证据；

3、关于非正常订单的书面说明及请求苏宁易购协助事项（包含责任承诺、商家处理方案）；

4、依苏宁易购平台规则相应增加并缴纳保证金。

二、苏宁易购审查

苏宁易购收到商家全部资料后，将在 3 个工作日内依普通人判断标准做出形式审查和判定。商家申诉成立的，将依据平台规则予以相应处理；商家申诉不成立的，商家应正常发货或与买家协商一致处理，否则，将依平台规则对商家进行相应的处理。

三、买家申诉和处理

1、买家对订单的处理有疑问或异议，向商家申诉的，商家须在收到买家全部申诉资料后 3 个工作日内给予回应。申诉成立的，商家应正常发货（鉴于订单可能已取消，需要重新下单的，买家应予配合），造成买家直接经济损失的，商家应予以赔偿；申诉不成立的，应予回复驳回。

2、买家对订单处理有疑问或异议，向苏宁易购申诉的，苏宁易购将根据买家申诉资料进行审查和判定。若认定申诉成立，商家应根据苏宁易购要求正常发货，并据实赔偿买家的直接经济损失。

四、其他约定

1、本处理程序对实体处理依据为《非正常用户订单处理规则》；

2、因本程序的适用和执行产生争议，当事人一致同意提交苏宁易购所在地南京市玄武区相应级别的人民法院依法裁决。

3、本程序于 2016 年 6 月 18 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2016 年 7 月 1 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

坏果包退

一、定义

1、坏果包退服务，是指消费者在苏宁易购购买生鲜类商品后，商家承诺消费者在指定时间内商品出现明显损伤、变质、腐烂等影响食用情形可联系客服维权，若消费者提供有效凭证的，客服在 24 小时内响应消费者发起的维权申请为其提供按损坏比例进行退款处理的服务。海外购除外。

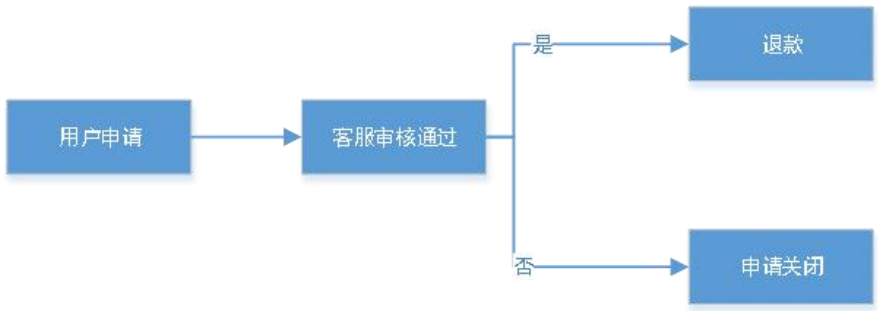
2、指定时间：快递公司系统内记录签收时间之时起的 48 小时内（冻品等特殊商品的指定时间以商品页面要求为准）。

二、权益保障

1、申请路径

消费者可通过“我的订单”-“退换/售后”或“申请售后”-选择退货原因“商品腐烂/变质”发起服务申请。

2、申请流程



三、消费者需知

1、商家履行“坏单包退”服务的条件如下：

1）消费者购买的商品是带有“坏单包退”服务标识的生鲜商品；

2）自消费者收到商品之时起的 48 小时内，商品存在明显损伤、变质、腐烂等影响食用的情形，且消费者以“商品腐烂/变质”为原因发起维权，并提供有效凭证的，有效凭证包括但不仅限于：

a）图片凭证：明显损伤、变质、腐烂商品的细节实拍；收到的商品整体实拍（完好的与腐烂的商品放在一起整体拍照）以及商品的快递签收面单；

b)快递凭证：快递公司出具的可证明消费者收到商品时已存在明显损伤、变质、腐烂等情形的书面盖章凭证；

所有凭证需未经涂改、未有增删、未经任何编辑等痕迹，否则视为无效凭证。

2、 因不可抗力因素造成的未履行服务，商家不承担因此而导致的服务未履行责任。“不可抗力”指不可预见、不可避免或不可克服的客观情况以及其他影响服务履行的 客观情况，包括但不限于全国性或区域性空中或地面交通系统管制或中断（如天气原因等）、或通讯系统干扰或故障、或政府行为、邮政主管部门政策变化、战争、 地震、台风、洪水、火灾、大雾、大雨等其他类似事件。

3、消费者蓄意利用此服务牟利的，一经发现，平台有权取消享受此服务的资格，同时影响其账户的信誉评级。

4、双 11/春节期间的 24 小时响应时效可能适时延长，延长时间与此期间的主交易流程保持一致。

四、服务未履行保障

1、商家应当履行“坏果包退”服务但实际未履行的，商家需以发放苏宁云钻方式（或者与云钻等价的无敌券）赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*10（个），最高不超过 5000 个云钻。

2、特别提示：商家向消费者发放云钻后，该未履行或未按时履行服务的行为，不再属于一般违规行为中违背承诺的投诉受理范围。

美妆、酒类、母婴-破损包退

一、定义

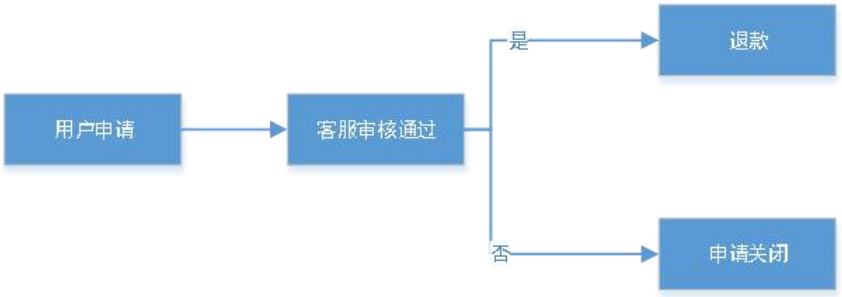
破损包退服务：是指消费者在苏宁易购平台购买带有“破损包退”服务标识的商品时，商家承诺若消费者收货时商品存在破损且漏液（粉）情形并通过“货物破损已拒签”或“商品破损/漏液”发起维权申请的，则在 24 小时内响应消费者的维权申请，且在消费者提供有效凭证的情况下，对破损商品对应金额做退款处理的服务。

二、权益保障

1、申请路径

消费者可通过“我的订单”-“退换/售后”或“申请售后”-选择退货原因“商品破损/漏液”发起“破损包退”服务申请。

2、申请流程



三、消费者需知

商家承诺提供“破损包退”服务的条件如下：

1、消费者购买的是带有“破损包退”服务标识的商品；

2、消费者须通过“货物破损已拒签”及“商品破损/漏液”的原因发起维权申请，并提供有效凭证；

有效凭证是指消费者自签收之时起的 24 小时内提供的如下凭证（签收时间以物流官网显示的签收时间为准，若无详细签收时间的，以物流官网显示签收的次日零时起计 24 小时内）：

（1）带物流面单的包装图片；

（2）破损且漏液（粉）商品的细节实拍，包括但不限于破损漏液（粉）情况、商品污损情况、商品条形码等商品信息。

注：所有凭证需上传原图，内容真实有效，凭证需未经涂改、未有增删等痕迹，否则视为无效凭证。

3、 因不可抗力因素造成的未履行服务，商家不承担因此而导致的服务未履行责任。“不可抗力”指不可预见、不可避免或不可克服的客观情况以及其他影响服务履行的客观情况；

4、如消费者通过包括但不限于伪造/变造相关凭证、使用历史凭证、使用他人商品凭证或其他形式骗取退款或其他补偿款项或获取收益的，一经发现，平台有权随时取消享受此服务的资格，同时影响其账户的信誉评级并追究其法律责任；

5、双 11/春节期间 24 小时响应时效可能适时延长，延长时间与此期间的主交易流程保持一致。

四、服务保障说明

1、商家应当履行“破损包退”服务但实际未履行的，商家需以发放苏宁云钻方式（或者与云钻等价值的无敌券）赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*10（个），最高不超过 5000 个云钻。

2、特别提示：商家向消费者发放云钻后，该未履行或未按时履行服务的行为，不再属于一般违规行为中违背承诺的投诉受理范围。

苏宁云台交易争议处理规范

第一章　总则

第一条 为构建苏宁云台开放、透明、诚信、尽责的经营环境，明确存在争议的交易款项归属或资金赔偿，保障苏宁云台上买家和商家在交易中的合法权益，依据《中华人民 共和国合同法》、《消费者权益保护法》、《网络交易管理办法》等相关法律法规以及苏宁云台《商家管理规范总则》，制定本规范。

第二条 苏宁云台争议处理规范，是买家和商家不可撤销地授权苏宁云台基于相关法律法规、苏宁云台《商家管理规范总则》以及自己的判断，作为独立第三方，对买卖双方存在争议的交易款项归属或资金赔偿做出处理的基本程序与标准。

第三条 苏宁云台将基于法律法规、平台规则及普通人的判断，根据本规范的规定对买卖双方的争议做出处理。苏宁云台并非司法机关，对凭证/证据的鉴别能力及对争议的处理能力有限，苏宁云台不保证争议处理结果符合买家和(或)商家的期望，也不对依据本规范做出的争议处理结果承担任何责任。第四条 处理争议期间，苏宁云台通过苏宁云台在线客服系统、电子邮件、短信或电话等方式向买卖双方发送的与争议处理相关的提示或通知，构成本规范的有效组成部分。

第四条 苏宁云台有权随时变更本规范并在网站上予以公告。买家和（或）商家不同意相关变更的，可自行协商或通过其他途径解决争议。

第五条 买家与商家应当严格遵守国家法律法规，对于本规则已有的规定，买家与商家争议适用于本规范，本规范尚无规定的，苏宁云台有权依据法律法规及一般规律酌情处 理。苏宁云台对于当事人的处罚，不免除其应承担的法律责任及赔偿义务。苏宁云台有权对于用户行为的规范进行单方认定，并据此处理。

第二章　成交后争议仲裁规范

第一节　一般规定

第六条 成交后争议仲裁系指交易完结(系指苏宁云台系统显示“已退货”或“已完成”时的状态)前买卖双方提起交易保障要求，苏宁云台根据相关要求对交易款项归属作出处理的基本程序与标准。

第七条 本章规定事项为成交后争议仲裁的一般规定，本规范第四章特殊交易争议处理规范有特殊要求的，依照第四章的规定处理。

第八条 买家在苏宁云台上的交易过程中，如因商家原因使交易产生纠纷，可提请苏宁云台从中予以协调，经苏宁云台审核后，有权通过电话或电子邮件等联系方式向纠纷双 方了解情况，商家应积极配合苏宁云台工作人员调解，苏宁云台有权将所了解的情况通过电话或邮件等方式互相通知对方。

第二节 交易标的规范

第九条 商家交付给买家的商品应当符合法律法规的相关规定，商家发布的商品品类不得超出与苏宁云台签订的合同约定范围，且所售商品不得违反苏宁云台《商家管理规范 总则》和《苏宁云台商家违规行为及处理规则》中关于发布违禁信息、滥发信息、滥用关键字，发布违禁商品、广告商品，出售假冒商品、假冒材质成份、出售未经 报关进口商品、伪造产地商品等条款的相关规定。

第十条 商家应当对其所售商品进行如实描述，即应当在商品描述页面、店铺页面、苏宁云台在线客服系统等所有苏宁云台提供的宣传渠道中，对商品的基本属性、成色、瑕疵等必须说明的信息进行真实、完整的描述。如因商家提供的商品信息存在问题而引起的任何纠纷，商家应自行负责解决，商家未能按照苏宁云台要求及时解决纠纷 的，苏宁云台有权视纠纷情况先行处理，商家应当接受苏宁云台的一切处理结果；如给苏宁云台造成任何损失，全部由商家负责赔偿。苏宁云台有权审核商家提供的 商品信息，对不符合法律、法规或苏宁云台有理由相信如果发布将给苏宁云台带来不利影响的商品信息，苏宁云台有权要求商家进行修改，也有权拒绝删除该信息。

第十一条 商家应当对其所售商品质量承担保证责任，保证有关商品和服务本身的合法性，其交付给买家的商品须已验明产品合格证明和其他标识，并在合理期限内可以正常使 用，包括商品不存在危及人身财产安全的不合理危险、具备商品应当具备的使用性能、符合商品或其包装上注明采用的标准等。如因商家非法或违规经营而引起的法 律纠纷，由商家自行负责解决，同时，苏宁云台有权对涉及的商品做下架处理；如给苏宁云台造成损失，商家应负全部责任。

第十二条 商品属于“三包”（系指法律法规规定的三包或所在地适用的三包，以下简称“三包规定”）范围内的，买家要求商家履行换货或维修义务的，商家应当按照买家的要求提供相应服务，不可故意拖延或无理拒绝。

第十三条 商家所售商品为虚拟物品的，应当确保其交付给买家的虚拟物品符合约定的使用目的和期限，并按照订单约定的数量向买家交付虚拟物品。

第三节 交易行为规范

第十四条 买卖双方应当进行真实交易，不进行以增加信用和销量为目的的虚假交易。

第十五条 发货规范

（一）商家应当在买家付款后的 48 小时内或与买家约定的时间内发货，如有延迟发货情况出现，按照交易笔数对商家进行处罚。延迟发货是指除特殊商品外，商家在买家付款后实际未

在 48 小时内发货，或定制、预售及其他特殊情形等另行约定发货时间的商品，商家实际未在约定时间内发货，妨害买家购买权益的行为（商家的发货时间，以苏宁云台系统内记录的物流揽件时间为准，苏宁云台系统无物流揽件时间记录的，以物流公司系统内记录的时间为准）。商家需以发放苏宁云钻方式赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*30（个），最低不少于 500 个云钻，最高不超过 5 万个云钻。买家申请退款时商家尚未发货的，商家应当征得买家同意后再发货。商家逾期发货，或者未经买家同意在买家申请退款后发货，商家有权追回已经发出的商品，但买家已经签收并确认收货的除外。

（二）商家应当按照订单约定的收货地址发货。

（三）除非买卖双方另有约定，商家应当负责将货物送达到买家收货地址。商品需要买家到指定地点提取的，应当在发货前告知买家并征得买家同意。

商家违反前述规定的，买家有权拒绝签收商品。

第十六条　补发规范

商家换货或者补发货物，需在客户投诉至平台的 48 小时内重新发出货物(定制、预售及其他特殊情形等另行约定发货时间的商品除外)，逾期未发出则按照延迟发货处理，商家需以发放苏宁云钻方式赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*30（个），最低不少于 500 个云钻，最高不超过 5 万个云钻。

第十七条　打包规范

默认商户发货按照订单为单位，同一个订单一个包裹发出，不同订单分不同包裹。如拆分合并快递发货必须提前告知用户，并与用户达成一致。否则，买家签收后主张商品少件的，由卖家负举证义务。

第十八条　强制发货

如用户在下单后的 48 小时内发起退款申请或与商家达成了退款协议，且商家未发出货物的（以物流揽件记录为准）如商家强制发货导致后期用户拒签或签收产生返件或者退货邮费的，该费用由商家承担。

第十九条 签收规范

（一）买家应当在订单中向商家提供准确的收货地址和收货人信息。

买家需要变更订单中的收货地址或收货人信息的，应当征得商家的明确同意。

（二）买家在提供收货人信息时，可以选择本人或者他人作为收货人。买家选择他人作为收货人，该收货人违反本节约定义务的，由买家承担相应责任。

（三）因买家填写的收货地址和(或)收货人信息不准确，或者未经商家同意要求变更收货地址或收货人信息，导致商家发货后无法送达的，运费由买家承担。

（四）买家只填写了收货地址，但没有填写收货人或填写的收货人信息不特定，商品在收货地址被签收的，该签收视为买家本人签收。

（五）商家按照约定发货后，收货人有收货的义务。

收货人无正当理由拒绝签收商品的，运费由买家承担。

收货人拒绝签收商品后，商家应当及时联系承运人取回商品。因商家怠于取回商品所产生的额外运费、保管费等费用由商家承担。

（六）收货人可以本人签收商品或委托他人代为签收商品，被委托人的签收视为收货人本人签收。

（七）收货人签收商品时，应当对商品进行验收。

涉及商品表面一致的事项，收货人应当在签收商品时进行验收。

对于不能在签收商品时验收的事项，收货人应当在确认收货前或在超时打款时限内进行验收。

本条所称“表面一致”，是指凭肉眼即可判断所收到的商品表面状况良好且与网上描述相符，表面一致的判断范围可参考但不限于货物的形状、大小、数量、重量等。

（八）收货人签收商品时发现表面不一致的情形，有权拒绝签收商品。

对于需要先签收再打开包装查看的商品，收货人应当要求承运人当场监督并打开包装查看，如发现表面不一致，应当在签收单（收货人联和承运人联）上备注详细情况并让承运人签字确认或者直接退回商品。

（九）收货人签收商品后，商品毁损、灭失及瑕疵的风险由商家转移给买家，但自买家签收起六个月内，因商品瑕疵而发生争议的，由商家承担有关瑕疵的举证责任，举证材料包括但不仅限于买家签收商品单据、产品合格证明、苏宁云台质量检验证明等。

第二十条 退换货操作相关

（一）买卖双方达成退货或换货协议，或苏宁云台做出退货退款的处理结果后，商家应当在收到苏宁云台处理结果后的 24 小时内或者与买家约定的时间内提供退货地址。商家逾期未提供退货地址的，以其在苏宁云台系统内填写的“默认退货地址”作为退货地址。

（二）商家提供的退货地址错误导致买家操作退回商品后无法送达的，商家承担因此产生的运费。

（三）买家根据协议约定或苏宁云台做出的处理结果操作退货时，应当使用与商家发货时相同的运输方式发货，运费差价由买家承担。除非得到商家的明确同意，买家不得使用到付方式支付运费。退货后，商家有收货的义务。

第二十一条 买卖双方应当在交易前对商品情况、交易过程及物流费用进行详细、清晰明确的约定。因商家在提供商品或者服务过程中，采取虚假或者其他不正当手段欺骗、误导 买家，使买家的合法权益受到损害的，商家需向买家增加赔偿其损失，增加赔偿金额为该商品价款或者服务费用的三倍，增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。 法律另有规定的，依照其规定。

第四节　物流规范

第二十二条 商家应当使用有揽收和签收凭证的运输方式发货。买家要求使用没有揽收和签收凭证的运输方式(以下简称“平信方式”)发货的，商家应当在发货前以苏宁云台在线客服系统的方式明确告知买家该方式存在的风险，并截图留证。

第二十三条 买卖双方指定了特定承运人的，商家应当委托该特定承运人运送商品。商家违反前款约定的，买家有权拒绝签收商品。

第二十四条 经买家明确同意，商家可以使用到付方式委托承运人发货。未经买家明确同意，商家使用到付方式委托承运人发货的，买家有权拒绝签收商品；买家签收商品的，到 付运费超出约定运费的部分由商家承担。本规范所称到付方式系指在委托承运人时不支付运费，而由收货人在收货时向承运人支付运费的运输方式。

第二十五条 签收异常

如客户反馈未收到货，但物流信息显示已签收，商家需在 48 小时内提供签收凭证（有效签收底单或物流公司提供的红章证明）如商户未能提供凭证则需在 24 小时内补发货物或退款处理，超时未处理或拒绝处理的由平台强制操作退款处理。

第二十六条 运费

（一）商家应当对运费的承担和组成做出清晰、准确的描述。

商品描述中对运费做出两个以上的不同描述，或者实际发生的运费与商品描述的运费不一致的，商家应当通过苏宁云台在线客服系统向买家进行说明，并取得买家的同意。商家违反前款约定的，以有利于买家的描述支付运费。

（二）运费由买家承担的，商家应当按照实际发生的金额向买家收取运费，运费水平须与相应物流公司水平保持一致。

（三）商品在换货或维修过程中需要寄送且未约定运费承担方式的，因此产生的运费由商家承担。

（四）错发、漏发等需补发商品/配件的流程：商家收到需补发商品/配件的通知后，由商家按照苏宁云台发货及配送时限重新直接为客户补发商品/配件，补发产生的运费由商家承担。

第二十七条 商家交易行为违反法律法规规定，或为依据苏宁云台《商家管理规范总则》中的出售假冒商品、出售未经报关进口商品、拖欠苏宁贷款、骗取他人财物行为，一经查实，苏宁云台将给予相应处罚。

第二十八条 商品存在质量问题或与网上描述不符的，一经查实，苏宁云台将给予相应处罚。

因商品存在危及人身财产安全的不合理危险，导致买家损失的，由买卖双方另行协商或通过其他途径解决，苏宁云台不予处理。

第二十九条 商家交付给买家的交易凭证虚假，商家不同意重新开具且买家拒绝保留商品的，交易做退货退款处理。

第三十条 商家所售商品为虚拟物品的，

（一）向买家交付的虚拟物品数量不足的，视具体情况，按实际交付比例部分做退款或者退货退款处理。

（二）向买家交付的虚拟物品多于约定数量的，商家如需取回商品，应当自行联系买家解决，苏宁云台不予处理。

（三）以“自动发货”方式交易的虚拟物品，买家在苏宁云台系统内点击“查看卡密”之前申请退款的，交易做退款处理。

（四）交付给买家的虚拟物品无法达到约定使用目的的，交易做退款处理。无法达到约定使用期限的，根据实际可使用期限做部分退款处理。

第三十一条 就成交后而言，买卖双方采用不正当手段提高商品销量、DSR 评分等行为（包括但不限于向苏宁云台工作人员及/或其关联人士提供财物、消费、款待或商业机会等；通过其他手段谋取不正当利益的，一经查实，苏宁云台将给予相应处罚。就售后而言，买卖双方有第二十八条所述行为的，驳回买家退款要求。

第三十二条 商家违反发货规范，导致买家未收到货、拒绝签收商品或者签收后退回商品的，交易做退款处理，运费由商家承担。如因延迟发货导致买家投诉的，商家需以发放苏宁云钻方式赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*30（个），最低不少于 500 个云钻，最高不超过 5 万个云钻。

商家提供凭证证明买家已收到货，买家未提出其他异议的，交易做打款处理。

第三十三条 买家依据签收规范拒绝签收商品或者退回商品的，交易做退款处理，运费由商家承担。涉及表面一致的事项，买家提供有效凭证证明签收时既已存在表面不一致情形的，交易做退款或退货退款处理；买家无法有效举证的，交易做打款处理。

对于不能在签收商品时验收的事项产生争议的，适用本规范第二十四条的规定进行处理。

第三十四条 有关退换货处理措施以买卖双方协商决定为主，若苏宁云台介入仲裁，则以相关法律法规、《商家管理规范总则》等平台相关规则规范等为准。此外，买家或商家违反退换货相关规范的，作如下处理：

（一） 商家未在规定时间内提供退货地址，或者提供退货地址错误导致买家无法退货或操作退回商品后无法送达的，或者买家根据协议约定操作退货后，商家无正当理由拒 绝签收商品的，苏宁易购将交易款项退回买家，退货运费由商家承担。商家需要取回商品的，应当与买家另行协商或通过其他途径解决，苏宁云台不予处理。

（二）买家逾期未根据协议约定或苏宁云台规定时间操作退货的，苏宁易购将交易款项支付给商家。交易款项支付给商家后，买家再次要求退货的，应当与商家另行协商或通过其他途径解决，苏宁云台不予处理。

（三）商品在退货过程中损毁的，商品退回买家或买家无理由拒签的，苏宁易购交易款项支付商家。

（四）买卖双方达成退货退款协议或苏宁云台做出退货退款处理的交易，商品退回至商家退货地址后，苏宁云台有权退款给买家。

（五）买卖双方达成换货协议的交易，商家收到买家退回的商品后逾期未再次发货的，苏宁云台有权退款给买家。

（六）就退货退款处理的跨境交易而言，因商家原因导致买家无法退货的，交易作不退货退款处理。

第三十五条 买卖双方约定不清，根据本规范无法确定争议的责任归属的，交易作退货退款处理，发货运费由商家承担，退货运费由买家承担。

第三十六条 买家或商家违反物流规范的，做如下处理：

（一）未向买家提示风险而使用平邮方式发货的，苏宁易购有权视情况将交易款项退回买家。

（二）运费由买家承担情况下，买家支付的运费高于实际发生的运费的，超出部分做退款处理；约定运费低于实际发生的运费的，依照本规范第六十条规定执行。

（三）商家违反物流发货规范导致买家未收到货、拒绝签收商品或在签收后退回商品的，交易做退款处理，运费由商家承担。

第三十七条 运费承担

（一）交易中的运费争议，根据“谁过错，谁承担”的原则处理，但买卖双方协商一致的除外。本规范已经做出明确规定的，按照相应的规定处理。

（二）买卖双方达成退款协议，但未就运费进行约定的，由商家承担与其发货相同货运方式的运费。

（三）苏宁云台处理争议期间，商家同意退货或换货，但就运费的承担提出明确异议的，买家应当先行退货，商家签收商品后，由苏宁云台根据本规范对运费承担做出处理。

（四）因商家过错或过失或商品质量问题退换货，往返运费由商家承担；因七天无理由退换货，寄回运费由买家承担。商家和买家另有约定的，按照约定。

（五）本规范所提及运费，均须与相应物流公司一般收费水平保持一致。

第三章　售后争议处理规范

第三十八条 售后争议处理系指交易完结后买卖双方提起交易保障要求，苏宁云台对相关要求对交易赔偿作出处理的基本程序与标准。

第三十九条 符合苏宁云台平台规则约定条件的买家在交易成功后提起的未收到货、商品描述不符、商品存在质量问题、商家未履行售后服务或特色服务的保障要求的，参照本规范售中争议处理相应条款进行认定，苏宁云台平台规则中有特别规定的除外。

第四十条 对于国家规定或者商家与买家约定包修、包换、包退的商品，商家应当负责修理、更换或者退货，在保修期内两次修理仍不能正常使用的，商家应当负责更换或者退 货。对包修、包换、包退的大件商品，买家要求商家修理、更换、退货的，商家应当承担运输等合理费用。如商家未按时提供售后服务的，则苏宁云台有权视客户投 诉情况，直接为客户办理退货退款等事宜，因此产生的全部费用及损失均由商家承担。

第四十一条 如买家对商家销售的商品真伪、质量、重量（黄金珠宝类）等方面提出质疑的，商家应对疑问作出明确合理的解释，且应提供相应的文件资料予以证明。如商家无法 提供文件证明或提供的文件不足以证明客户投诉无依据，则应为客户办理退货，承担退货产生的费用，如因此产生损失的，商家应予以全部赔偿。

第四章　特殊交易争议处理规范

第一节　场外交易处理规范

第四十二条 买卖双方不通过苏宁易购网站与易付宝或者采用当面交付商品的方式进行交易的，应当自行承担因此产生的风险。

第四十三条 因买家未收到货产生的争议，交易做退款处理，但商家可以证明买家收到商品的除外。

第四十四条 因商品表面不一致产生的争议，交易做打款处理，但商家可以证明已自认商品存在表面不一致的除外。

第四十五条 因商品描述不符、存在质量问题产生的争议，适用本规范第十一条和第十二条的规定进行处理。

第二节　定金交易处理规范

第四十六条 需要买家预先支付部分款项的交易，买卖双方应当具体约定该部分款项的支付和返还条件。仅以“定金”、“订金”、“预付款”等字样进行描述，但未明确约定具体支付和返还条件的，相应争议依据法律规定参照第二章和第三章的处理。

第三节　定制交易处理规范

定制商品是指消费者介入产品的生产过程，以获得符合自己的个人属性、需求以及尺寸样式的商品。

第四十七条 买卖双方进行定制商品交易的，应当对商品的交付时间、交付标准作明确的约定。未约定具体交付时间的，商家应当在买家首次要求交付后的 48 小时内发货。未约定交付标准的，适用本规范第三十二条的规定进行处理。

第四十八条 买卖双方约定的商品交付时间届满前，买家不得要求退款，但商家明确表明不履行定制合同的除外。

第四十九条 买家无正当理由拒绝签收定制商品的，应当承担商家因此产生的损失，具体标准由苏宁云台根据实际情况判断。

第五十条　定制商品处理规范

①定制商品不支持 7 天无理由退换货，但如客户下单后买卖双方就定制协议未达成一致，可支持退款处理；

②定制商品如产生质量问题，7 天内支持退货处理，15 天内换货处理，邮费商家承担；

③定制商品的售后保修期不得低于国家的三包政策要求。

第五章　举证责任

第五十一条 争议处理过程中，苏宁云台有权要求买家或商家提供证明证据，且有权单方判断证据的效力。

第五十二条 买家主张未收到货的，商家对买家已按照本规范规定签收商品承担举证责任。

第五十三条 买家签收商品后，因表面不一致产生争议的，买家对签收商品时即已存在表面不一致的情形承担举证责任。但对于商家提供的冰箱洗衣机、厨房卫浴电器、电脑、家用视听设备、空调、整车等耐用商品或者装修设计/施工/监理等服务，自买家签收商品（以物流签收时间为准）或接受服务之日起六个月内，因商品瑕疵而发生争议的，由商家承担有关瑕疵的举证责任，举证材料包括但不仅限于买家签收商品单据、产品合格证明、苏宁云台质量检验证明等。

第五十四条 买家主张收到的商品存在质量问题或系假冒商品且通过肉眼无法做出判断的，商家应当按照苏宁云台的要求提供厂家的经销凭证、产品合格证、商业发票等证明文 件。买家

主张商品存在质量问题或与网上描述不符，且可通过肉眼做出判断的，苏宁云台有权根据商品图片直接认定。

第五十五条 商家提供符合本规范第五十条规定的证明文件后，买家应当根据苏宁云台的要求提供相应的检测凭证。

检测结果为商品存在质量问题或系假冒商品的，检测费用由商家承担；检测结果为商品不存在质量问题且非假冒商品的，检测费用由买家承担。因商品在检测过程中产 生的损坏责任承担原则，与检测费用的责任承担相同。客观上无法提供检测证明或者提供检测证明的代价超过争议金额本身而导致事实无法查明的，损失由双方共同承担。

非应苏宁云台要求，买家自行检测的，检测费用由买家承担。

第五十六条 如果商家没有声明发货，但在买家申请退款前已经实际发货的，应当提供相应的发货凭证。

第五十七条 因虚拟物品产生的争议，买卖双方应当按照苏宁云台的要求提供相关官方网站的查询记录或者相关单位的书面证明进行举证。

第五十八条 针对苏宁云台受理的各类型争议所需提供的全部证明文件，以苏宁云台要求的内容为准。

第五十九条 苏宁云台作为独立第三方，仅对双方提交的证据进行形式审查，并作出独立判断，双方自行对证据的真实性、完整性、准确性和及时性负责，并承担举证不能的后果。

第六章　　争议仲裁程序

第一节　　申请和受理

第六十条 买申请退款后，买卖双方可以选择自行协商、要求苏宁云台介入或通过司法途径等方式解决存在的争议。任一方要求苏宁云台介入的，苏宁云台即有权根据本规范对争议进行仲裁。

第六十一条 买卖双方向苏宁云台申请争议仲裁，必须符合以下条件：

（一）就售中争议而言，因买家未收到商品、商品表面不一致、收到的商品与描述不符、商品存在质量问题产生争议的，买家应当在付款后，确认收货前或在相关法律法规规定时限内提出退款申请。

（二）就售后争议而言，符合以下条件的争议处理，买家可以提出退款申请：

1、因商品系假冒商品产生争议的，买家应当在交易成功后的九十天内提出退款申请。

2、购买商品为虚拟物品的，因未收到货产生争议的，买家应当在交易成功后的十五天内提出退款申请，虚拟物品使用期限短于该期限的，买家应当在虚拟物品的使用期限内提出退款申请。

3、因收到的商品与描述不符产生争议的，买家应当在交易成功后的十五天内提出退款申请。

4、享受“三包规定”保障的商品产生的保障范围内的争议，买家应当在交易成功后的九十天内提出售后申请。

5、类目对售后争议处理的受理有特殊规定的，依照类目的特殊规定。

第六十二条 苏宁云台对符合第五十九条的争议处理申请，予以受理；对下列申请，分别情形，予以处理：

（一）买家超出规定时限提出退款申请的，苏宁云台不予受理。

（二）商家向买家提示使用平信方式的风险后，买家仍要求使用平信方式发货的，相应的争议苏宁云台不予处理。

（三）运费由买家承担情况下，约定运费低于实际发生的运费的，不足部分由买卖双方自行协商或通过其他途径解决，苏宁云台不予处理。

（四）货到付款交易产生的运费争议，苏宁云台不予处理。

（五）买卖双方经自行协商达成退款协议并履行完毕，一方或双方反悔产生争议的，苏宁云台不予处理；买卖双方经自行协商达成退款协议但尚未履行，一方或双方反悔，要求苏宁云台介入的，苏宁云台按照本规范进行处理。

（六）交易做不退货退款处理后，商家需要取回商品的，应当联系买家自行协商或通过其他途径解决，苏宁云台不予处理。

（七）买卖双方实际交易商品与订单显示商品不一致，因实际交易商品产生的争议，苏宁云台不予处理。

（八）驳回买家退款要求后，买家再次申请的苏宁云台不予处理。

（九）本规范有特别规定的其他情形，苏宁云台不予处理。

第二节　争议的处理

第六十三条 苏宁云台处理争议期间，买卖双方应当按照苏宁云台系统的提示和（或）苏宁云台规定的时间内提供凭证。

第六十四条 苏宁云台收集到双方提供的凭证后，将在苏宁云台系统提示的时间内，按照本规范对相应争议仲裁；本规范没有明确规定的，由苏宁云台依其独立判断仲裁。

任何一方无正当理由，未按照前款规定提供凭证的，苏宁云台有权按照实际收集到的凭证仲裁。

第六十五条 苏宁云台按照其独立判断，根据不同情况，将对买卖双方的争议做以下类型的处理：

（一）交易做撤销处理的，交易款项支付给买家；

（二）交易做退款处理的，交易款项支付给买家；

（三）交易做退货退款处理的，在商家签收退货商品后，交易款项支付给买家；

（四）交易协商不退货部分退款处理的，交易款项分别支付给买家和商家；

（五）交易做打款处理的，交易款项支付给商家；

（六）驳回买家退款要求。

第三节　处理中止

第六十六条 苏宁云台处理争议期间，有下列情形之一的，苏宁云台中止处理相应争议：

（一）买卖双方一致要求自行协商处理争议；

（二）任何一方通知苏宁云台通过司法途径解决争议。

第六十六条 争议处理程序恢复

（一）买卖双方一致要求自行协商处理争议的，应当在提出协商要求后的 30 天内自行操作交易款项，或向苏宁云台提供协商结果，由苏宁云台代为操作。逾期未操作交易款项也未告知协商结果的，苏宁云台有权根据本规范处理争议；

（二）一方通知苏宁云台通过司法途径解决争议的，应当在通知苏宁云台后的 7 个工作日内向苏宁云台提供司法机关的案件受理凭证。逾期未提供案件受理凭证，或司法机关在受理案件后的六个月内未对交易款项做出冻结、划拨等处理的，苏宁云台有权根据本规范处理争议。

第四节　执行

第六十七条 苏宁云台处理争议期间，买卖双方达成退款协议，但无法自行操作的，苏宁云台将根据双方达成的退款协议，通知南京苏宁易付宝网络科技有限公司操作相应的交易款项和（或）保证金。

第六十八条 苏宁云台对争议做出处理后，有权通知南京苏宁易付宝网络科技有限公司按照处理结果将交易款项和（或）保证金的全部或部分支付给买家和（或）商家，或由商家（或买家）按照处理结果将相关款项支付给买家（或商家）。

第六十九条 在将交易款项全部支付给买家后，根据争议处理结果仍需商家承担责任的，苏宁云台有权通知南京苏宁易付宝网络科技有限公司，自商家根据《商家管理规范总则》缴纳的保证金或其他款项中划拨相应的钱款补偿支付给买家。

交易款项或保证金支付后，根据处理结果仍需商家(或买家)承担责任的，由买卖双方自行协商或通过其他途径解决，苏宁云台不予处理。

第七十条 处理争议期间，苏宁云台使用消费者保障资金代替商家先行退款给买家（亦称“先行垫付”）的，交易做出处理后，苏宁云台有权通知南京苏宁易付宝网络科技有限公司，将交易款项、保证金或买家易付宝账户中与先行垫付金额相当的部分划扣至消费者保证基金账户。

第五节　其他救济方式

第七十一条 苏宁云台对争议做出处理并通知南京苏宁易付宝网络科技有限公司支付争议款项后，买家或(和)商家对苏宁云台的处理有异议的，可向人民法院起诉。

第七十二条 争议通过司法途径解决的，苏宁云台将根据司法机关的生效法律文书，通知南京苏宁易付宝网络科技有限公司操作相应的交易款项和相关保证金。

第七章　附则

第七十三条 苏宁云台对争议做出处理后，不免除买卖双方基于与苏宁云台签署的其他协议、规则应当承担的责任。

第七十四条 苏宁云台定期或不定期的官方活动规则，对买卖双方争议处理有特殊要求的，按照活动规则的特殊要求进行处理。

第七十五条 本规范生效或变更前苏宁云台已介入处理的争议，适用当时的规范进行处理；本规范生效或变更后苏宁云台介入处理的争议，适用本规范或变更后的规范进行处理。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2018 年 12 月 29 日

【生效时间】2019 年 1 月 5 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

黑电碎屏问题的判责及处理规则

第一章 概述

第一条 【目的及依据】为了更好的解决黑电碎屏纠纷，改善服务质量和提高服务时效，提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条 【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条 【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章 发货规范

第四条 商家必须选择正规物流公司，物流公司在派送商品时应主动联系收货人，在未征得收货人同意的情况下不得将商品交由他人签收；物流公司应明确提示收货人当面验货，并支持现场通电验机。

第五条 签收提醒

1、商家应在商品详情页面明确公示签收验机流程，内容须包括：

（1）客户可开箱通电验机

①提醒用户检查外包装及附件（外包装是否有明显变形、受潮、破损状况；对照说明书检查附件及发票是否齐全）；

②提醒用户检查外观屏幕（检查电视外观、屏幕是否有划痕、裂痕及瑕疵等异常情况）；

③提醒用户开箱通电验机；

（2）客户不可开箱通电验机（厂家安装调试验机）

①提醒用户检查外包装（外包装是否有明显变形、受潮、破损状况）；

②提醒用户切勿自行开箱，联系厂家上门开箱安装调试。

2、商家可在消费者下单后以短信或电话等方式提醒消费者先验货后签收及检验期限（24小时），本条不作为商家举证的必要条件。

第三章 举证责任

第六条 消费者应就商品存在碎屏、裂屏等外观不一致情形进行举证。

第七条 商家可提供页面上规范签收步骤的提示、短信记录、电话录音、商品外包装提示等有效证据材料证明其已通过明确方式提醒消费者先验货再签收。

第四章 判责及处理

若商家与消费者就商品外观不一致问题产生纠纷，并申请苏宁云台介入的，苏宁云台将根据本标准内容进行判责处理：

第八条 如商家能举证证明其已通过明确方式（页面上规范签收步骤的提示、短信记录、电话录音、商品外包装提示等）提醒消费者先验货再签收，而消费者未验货即签收（委托他人代收视为本人签收），且签收后未在商家提醒的检验期限内（24 小时）验机并主张存在碎屏/裂屏等外观不一致情形，商家有权拒绝退换货，苏宁云台原则上不介入纠纷处理，但若依据检测报告是因质量问题造成的碎屏/裂屏等外观不一致情形，按照国家三包法处理。

第九条 如商家未能举证证明其已通过明确方式提醒消费者先验货再签收，消费者签收后主张商品存在碎屏/裂屏等外观不一致情形的，需要在签收次日起 15 日 内举证，如根据检测报告确认商品确实存在问题，商家应为消费者提供退货、换货或维修等售后服务，具体服务方式以商家与消费者沟通确认意见为准。若消费者不 接受商家的处理方案，除非商家能提供有效的反证，否则苏宁云台将优先处理消费者问题，并判定为商家责任。如消费者签收超过 15 日主张商品存在碎屏/裂屏等外观不一致情形的，苏宁云台原则上不介入纠纷处理，但若依据检测报告是因质量问题造成的碎屏/裂屏等外观不一致情形，按照国家三包法处理。

第十条 如商品详情页提示厂家售后上门安装时开箱验机，售后开箱发现商品存在碎屏/裂屏等外观不一致情形的，在外包装完好的情况下，除非商家能提供有效的反证，否则苏宁云台将优先处理消费者问题，并判定为商家责任。

第五章 特别提醒

第十一条 在开箱通电验机的情况下，消费者仍可依照法律规定享受七天无理由退货的权利。

第六章 附则

第十二条 【生效时间】本规则于 2018 年 12 月 4 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2018 年 12 月 12 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

第十三条 本规则中的“天”，以 24 小时计算。

总则

商家违规行为及处理规则

第一章　概述

第一条【目的及依据】为了规范商家行为，营造良好的购物环境，持续提升消费者购物体验，根据国家法律法规规范，以及苏宁线上等相关协议和规则，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第二章　违规行为

违规行为根据情节严重程度分为严重违规行为和一般违规行为，二者分别扣分、分别累计、分别执行。

（1）严重违规行为，是指违反法律法规中的禁止性规定，或者严重破坏苏宁易购经营秩序的行为；

（2）一般违规行为，是指除严重违规行为之外的违规行为。

第三章　严重违规行为

第四条　出售假冒、盗版商品

是指商家出售假冒、盗版商品的行为。为保护消费者权益，对涉嫌违反上述情形的商家，苏宁易购视情节严重程度采取包括但不限于违规商品下架、商品删除、屏蔽店铺、关闭关联店铺等市场管理措施。

（1）认定出售假冒商品的，每次扣九十六分。处违约金 100 万元，并划扣所有保证金和易付宝余额，苏宁易购有权强制下架或删除商家所发布的假冒、盗版商品。

（2）为了防止对公众造成不利影响，保护消费者权益，对涉嫌该情形的商家，苏宁易购将视情节严重程度立即予以店铺监管。

（3）假冒材质成份，指商家对商品全部材质或成份信息的描述与消费者收到的商品实际材质成分完全不符的。情节轻微的，每次扣二十四分；情节严重的，每次扣四十八分；情节特别严重的，每次扣九十六分。

第五条　出售未经报关进口商品

是指商家出售未经正常中国海关报关程序的进口商品。出售未经报关进口商品的，每次扣九十六分。苏宁易购有权下架或删除商家所发布的商品信息；同时为了防止对公众造成不利影响，对涉嫌违反上述情形的商家，苏宁易购有权立即对涉嫌出售未经报关进口商品的店铺进行监管。

第六条　发布违禁信息

是指商家发布《苏宁易购禁售商品管理规范》及附件中构成严重违规的商品或信息的行为。

发布违禁信息的，依据《苏宁易购禁售商品管理规范》的相关规定执行。

第七条　扰乱市场秩序

指商家通过不正当手段，刻意规避法律规定、协议约定、平台规则或市场管控措施的行为，或在经营过程中，采取不正当竞争方式，侵害其他商家权益，扰乱苏宁易购网站正常经营秩序的行为。扰乱市场秩序的，每次扣四十八分；情节特别严重的，每次扣九十六分。

第八条　出售质量不合格商品

是指出售的商品品质不符合国家、行业、地方标准及平台相关管理要求的情形，或者出售不具备商品使用性能的商品，苏宁易购有权强制下架或删除商家所发布的不合格商品，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天。

1、鉴定为假冒商品，依据严重违规第四条，出售假冒、盗版商品的行为管控；

2、质检一般违规，指不合格项目涉及商品一般功能及相关参数，如产品外观、材质、标签、性能、功效、物理指标等，情节轻微的，按一般违规行为每次扣四至二十四分；情节严重的，按严重违规行为每次扣四至四十八分；情节特别严重的，按严重违规行为每次扣九十六分。同时一经发现上述场景，不论情节严重，均扣除 2000 元/sku/次的违约保证金处罚。

3、质检严重违规，指不合格项目涉及商品核心功能及相关参数，如涉及危害人身财产安全的功能参数等，情节轻微的，按一般违规行为每次扣四至二十四分；情节严重的，按严重违规行为每次扣四至四十八分；情节特别严重的，按严重违规行为每次扣九十六分。同时一经发现上述场景，不论情节严重，均扣除 4000 元/sku/次的违约保证金处罚。

4、商家二次上架出售不合格商品，按严重违规行为，每次扣四十八分。

第九条　发布非约定商品

指商家通过苏宁易购平台发布或出售未经苏宁易购允许的品牌或类目的商品的行为。商家发布非约定商品的，视情节严重程度，扣四到四十八分不等，同时苏宁易购对商家所发布的非约定商品或信息进行删除处理。

第十条　骗取他人财物

指以非法获利为目的，采用虚构事实、隐瞒真相等方法获取他人财物，侵犯他人财产权的

行为。骗取他人财物的，每次扣九十六分；苏宁易购有权删除用以骗取他人财物的商品或信息及因此产生的交易评价。

对前述财物遭侵害的受害方，苏宁易购有权基于现有的技术手段采取临时性保护措施，包括但不限于通知易付宝公司实施易付宝账户强制措施、店铺监管、限制网站登录、限制苏宁易购在线客服系统登录等。

第十一条　盗用他人账户

指指盗用他人苏宁易购网站或易付宝账户，涉嫌侵犯他人相关信息、财产权的行为。盗用他人账户的，每次扣九十六分。

第十二条　泄露他人信息

指商家未经允许发布、泄露、传播他人个人信息，涉嫌侵犯他人隐私权的行为。泄露他人信息的，首次扣十二分，再次及以上，每次扣二十四分；同时苏宁易购有权删除商家所泄露的他人隐私的信息。

第十三条　不配合平台管理

指商家在日常经营中不配合苏宁易购管理，导致相关管理工作进展缓慢等行为。

1、不配合提交资料

（1）商家未按要求、时间更新提交资料或信息；

（2）提供虚假资料或信息，指商家向苏宁易购提供的公司名称、地址、联系方式、联系人等信息与实际情况不符或虚假无效的情形。

2、商家消极对待或明确拒绝配合苏宁易购工作人员的管理工作

对于不配合平台管理的商家，苏宁易购将根据情节轻重程度，每次扣四至九十六分不等，同时苏宁易购有权视情况对不配合平台管理的商家采取公示警告、商品下架、限制发布商品、店铺屏蔽等违规处罚措施。

第十四条　不正当牟利

指商家采用不正当手段牟取利益或采用其他手段牟取不正当利益的行为，包括但不限于向苏宁易购工作人员及或其关联人士提供财物、消费、款待或商业机会等。

1、不正当谋利的商家，无论是否获得利益，原则上每次扣九十六分，苏宁易购永久不向其提供或接受其提供的任何产品或服务；同时，该商家的关联店铺六个月内不得参加苏宁易购网站营销活动；

2、实施不正当谋利行为的运营服务商，苏宁易购永久不向其提供或接受其提供的任何产品或服务，由该运营服务商代运营的其它店铺亦应在收到苏宁易购通知之日起三个月内自营或更

换运营服务商，逾期，苏宁易购将对相关店铺进行监管直至其执行完毕；

3、实施不正当谋利行为的商家有如实主动申报或如实积极举报情形的，苏宁易购可以酌情从轻或减轻处理；

4、自对商家进行不正当谋利调查之日起，苏宁易购将限制该商家店铺或其关联店铺参加苏宁易购网站营销活动，直至调查终结；

5、商家向苏宁易购工作人员或其关联人士明确表达不正当谋利意图或已经开始实施不正当谋利行为，但由于商家意志以外的原因而未得逞的，构成不正当谋利未遂，每次扣二十四分；

6、有以下情形之一的，视为不当谋利行为：

（1） 商家为苏宁工作人员的，每次扣九十六分，并将依据《苏宁云台服务协议》第 18 条阳光条款的相关规定，给予谋取不当利益的五倍或者合同标的额的 20%取其高承担违约责任（最低拾万元），该笔违约金将直接从商户易付宝余额中扣除。商家易付宝余额不足以扣除的，仍应对不足部分承担赔偿责任；

（2）商家为苏宁工作人员之关联人士且该苏宁工作人员未依据“阳光公约”规定进行如实申报的，每次扣四十八分；若有利用苏宁易购工作人员职务便利条件的，每次扣九十六分。除以上扣分处罚外，以上两种违约情形亦将依据《苏宁云台服务协议》第 18 条阳光条款的相关规定，给予谋取不当利益的五倍或者合同标的额的 20%取其高承担违约责任（最低拾万元），该笔违约金将直接从商户易付宝余额中扣除。商家易付宝余额不足以扣除的，仍应对不足部分承担赔偿责任。

第十五条　拖欠苏宁贷款

指商家自苏宁易购或其关联公司申请并获得苏宁贷款，到期未足额偿还贷款本息或其他费用，经苏宁易购或其关联公司自催或委外催收仍未归还的行为。

拖欠苏宁贷款的，每次扣九十六分，该商家符合特定条件的关联店铺永久不得参加苏宁易购网站营销活动。

第四章　一般违规行为

第十六条　不当注册

指商家通过软件、程序等方式，大批量注册苏宁易购网站账户，或通过已注册的苏宁易购网站账户，滥用会员权利损害他人合法权益、妨害苏宁易购运营秩序的行为。

不当注册的，每次扣二十四分。对于涉嫌不当注册的商家，苏宁易购将视情节采取公示警告、身份验证、限制网站登录、限制登录苏宁易购在线客服系统、限制买家行为、限制发起投诉、延长交易超时等违规处理措施。

第十七条　发布禁售信息

指商家发布《苏宁易购禁售商品管理规范》及附件中构成一般违规的商品或信息的行为。

发布禁售信息的，依据《苏宁云台禁售商品管理规范》的相关规定执行。

第十八条　滥发信息

指商家未按法律规定、服务协议、平台规则等要求发布商品或信息，妨害买家权益的行为。

1、发布广告信息

（1）乱发广告信息

在商品页、店铺页或苏宁云台门户类页面发布以下商品或信息的，以及利用客服在线系统等群发重复的或未经请求的商家店铺消息、产品或服务消息等广告消息。苏宁易购有权按情节严重程度下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息，同时每件商品或每条信息扣两分。

1）发布仅供欣赏的商品信息；

2）发布品牌故事、行业知识或者纯粹贴图；

3）以批发、代理、广告、海报、招商等形式发布的商品；

4）发布仅提供商家联系方式、实体店铺地址和其它非出售商品的信息；

5）利用苏宁在线客服系统或短信等群发重复的或未经请求的商家店铺消息、产品或服务消息等广告信息。

（2）发布或推送其他销售渠道信息

禁止商家在苏宁平台页面发布除苏宁易购网站之外的其他销售渠道信息，或在给买家发送的在线客服聊天信息、评价回复、短信信息、邮件、物流包裹及商品包装中包含、附带除苏宁易购网站之外的其他销售渠道信息的行为。

出现该违规行为的，情节轻微的，予以警告，并下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息；

情节严重的，如在上述渠道发布第三方信息的，每次扣 4 分，并下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天，二次发现属实后删除；

情节特别严重的，如通过上述渠道引导消费者在苏宁平台以外进行交易的，按严重违规每次扣 24 分，并下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天，二次发现属实后删除。

2、发布重复信息

指同一店铺或多个店铺中发布两件及以上同款商品的行为；出现该违规行为的，根据违规情节轻重程度，下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息，同时每件商品或每条信息扣两分。

（1）店铺中同时出售同款商品两件及以上

（2）开设两家以上店铺且出售同款商品

3、发布错误描述信息

在商品类页面发布以下错误描述的商品或信息， 出现该违规行为的，按情节轻重程度，下架违规商品或者每件商品或每条信息扣两分；若在店铺装修区页面或活动页面发布的，出现该违规行为的，按情节轻重程度，每件商品或每条信息扣二到八分。

（1）商品发布不合规，商品信息中缺少标题、主图，或商品缺少所售商品本身的实物图片，或商品名称和图片未按照《关于商品主图基本规范及考核机制通知》和《苏宁云台商品发布规范》发布的；使用虚假的店铺评分、苏宁云台店铺类型或使用与店铺实际信息不符的标识。

（2）商品页面表述不一致，商品标题、图片、物流方式、价格、运费及售后服务等商品要素之间明显不匹配，商品标题等信息不实或者与本商品无关的。

（3）错用、滥用关键词，指发布的商品或信息所使用的关键字/词错误或重复（包括商品广告词），造成消费者购物困扰，但未涉及到虚假宣传或描述不符的；

（4）类目错放，指所发布的商品与类目或商品属性不符。

4、发布不当营销类信息

（1）引导好评

商家在店铺页面、商品详情页面、活动页等页面中出现或者利用云信、短信或配送包裹等形式推送“以物质或金钱承诺为条件鼓励、引导顾客进行“好评”的营销内容，包括但不限于：全五星返现、好评返现、好评免单、好评返红包、好评返优惠券、好评赠礼等。若出现以上行为。出现该违规行为的，按情节轻重程度，情节特别轻微的，予以警告，情节轻微的，每次扣 2 分，情节严重的，下架违规商品，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天，二次发现属实后删除。

（2）使用已结束活动信息，指商家参加的平台活动结束后，未及时调整店铺或商品中的活动信息。出现该违规行为的，情节轻微的，予以警告；情节严重的，每次扣 2 分，搜索降权 15 天。

5、发布规避信息

（1）以非常规的数量单位发布商品的；

（2）刻意规避苏宁易购商品 SKU 设置规则发布商品或隐藏、遮挡、模糊处理商品相关信息的；

（3）通过编辑商品类目、品牌、型号等关键属性使其成为另一款商品。

使用不当方式发布商品或信息的，按情节轻重程度，下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息，同时每件商品或每条信息扣两分。

6、虚假宣传，指商家在信息发布中含有与商品或者服务做出与实际内容不相符的虚假信息，欺骗和误导消费者的行为，使消费者对商品或服务的特征、商品的产地、价格、质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限及其它情况产生误解。虚假宣传的，情节轻微的，每次扣4分，并予以违规商品下架的处理，整改完成恢复上架后，搜索降权15天，二次发现属实后删除；情节严重的，每次扣24分，并予以删除违规商品的处理。

7、商家发布除以上滥发信息情形之外其它有违公序良俗或《苏宁云台服务协议》的商品或信息的，苏宁易购可以对商品或信息进行下架或删除处理。

出现违反本条所规定的滥发信息行为的，苏宁易购有权采取删除商家所滥发的商品或信息。若商家发布除以上滥发信息情形之外其它有违法律规定、公序良俗和《苏宁云台服务协议》的商品或信息，苏宁易购可对商品或信息进行下架或删除。

第十九条　虚假交易

指商家通过虚构或隐瞒交易事实、规避或者恶意利用信用记录规则等不正当方式获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论或成交金额等不当利益，妨害、干扰消费者权益和苏宁易购信用记录秩序的行为。

虚假交易的，根据情节严重程度，扣除四至九十六分不等，搜索降权15天。同时苏宁易购对涉嫌虚假交易的商品以及虚假交易中产生的店铺评分与评价给予删除处理。

第二十条　描述不符

指买家收到的商品或经苏宁易购抽检的商品，与达成交易时商家的商品详情页面、商家在线客服等渠道中的商品描述不相符（包括商家夸大宣传），或商家未对商品瑕疵、保质期、附带品等必须说明的信息进行披露，妨害买家权益的行为。

1、商家对商品材质、成分、品质等信息的描述与买家收到的商品严重不符，或导致买家无法正常使用的；首次违规，每次扣十二分，下架违规商品，整改完成恢复上架后，搜索降权15天；再次及以上违规，每次扣二十四分，同时苏宁易购有权删除该描述不符商品；

2、商家未对商品瑕疵等信息进行说明或对商品的描述与买家收到的商品不相符，且影响买家正常使用的，每次扣十二分，同时苏宁易购有权下架该描述不符商品，整改完成恢复上架后，搜索降权15天，二次发现属实后删除；

3、商家未对商品瑕疵等信息进行说明或商品的描述与买家收到的商品不相符，但未对买家正常使用造成实质影响的，每次扣四分，搜索降权15天；

4、被抽查的商品出现描述不符情形，情节特别轻微的，只删除商品信息不扣分。

第二十一条　不当使用他人权利

指商家所使用的宣传推广内容，涉及侵害他人商标权、专利权、著作权等权利的行为。

不当使用他人权利的，每次扣两分；同一权利人在三天内对同一商家的投诉视为一次投诉，同时苏宁易购有权对商家所发布的不当使用他人权利的商品及信息进行删除。

不当使用他人权利，包括但不限于以下情形：

（1）商品名称、宣传用语、详情介绍等对外推广用语中未经授权使用他人商标的；

（2）商家店铺名称未经许可使用他人商标，且该店铺销售的产品或提供的服务与该注册商标注册的类别相同或类似的；

（3）商家在店铺域名中使用他人注册商标相同的字符，且该店铺销售的产品或提供的服务与该注册商标注册的类别相同或类似的；

（4）商品外包装、推广画面、宣传资料等未经授权使用他人权利作品的；

（5）商品宣称具备某项专利但实际不具备或具备专利但未公示专利号或虽公示专利号但实际错误的；

（6）其他侵害他人商标权、专利权及著作权等权利的。

第二十二条　违背承诺

指商家未按照承诺向买家提供服务，妨害买家权益和/或未按照承诺向苏宁或其关联公司履行义务的行为。违背承诺，商家须继续履行法定或约定的如实描述、赔付、退换货、维修、交付发票等义务，包含但不限于以下情形：

1、违反了《苏宁易购服务协议》中关于消费者权益保障要求的，每次扣十二分；

2、商家就已付款订单或特殊情形下对应的商品或服务有未履行的其它承诺的，每次扣八分；

3、商家未按照承诺的方式或者拒绝提供发票，不仅限于商家承诺的发票买家未收到或收到的发票信息错误，每次扣二到二十四分；

4、消费者收到的商品与达成交易时的订单商品明细存在少配件、少赠品，少商品等情形，每次扣八分，商家需在 48 小时内补发；

5、交易订立过程中商家自行承诺承担发货或退换货的运费，但实际未履行的，或质量问题退货，商家拒绝承担退货运费的，每次扣八分；

6、商家未按约定向买家提供退换货、维修、保修等售后服务的，每次扣八分；

7、加入苏宁易购官方活动的商家，未按照活动要求（除发货时间外）履行的，商家须按照活动要求履行，每次扣十二分；

8、在交易纠纷中，苏宁易购介入判定商家应承担后续义务和责任，但商家拒绝承担的，每次扣十二分；

9、商品在平台展示为上架销售状态且有足够库存，买家付款成功后商家未经消费者同意取消订单且买家投诉的，每次扣八分。

商家公示或发布的相关规则、规范等属于格式条款，免除商家责任、加重买家责任、排除买家主要权利或显失公平的的条款无效，如：请勿给差评，否则不予售后等。

第二十三条　延迟发货

是指除特殊商品外，商家在买家付款后（在线支付订单付款时间以系统记录的买家付款成功的时间为准）实际未在四十八小时内发货，或定制、预售及大件等其他特殊场景商品未遵循买卖双方约定承诺发货时间或者页面承诺发货的，妨害买家购买权益的行为。商家参加苏宁易购大型活动以活动官方要求发货时间为准。

对于延迟发货的商家，将根据延迟发货率（延迟发货率=48 小时内超期未发订单量/考核总订单量）进行以下考核：

店铺周度延迟发货率≤5%，延迟发货订单每单扣 1 分，每周不超过 6 分；

店铺周度延迟发货率＞5%，延迟发货订单每单扣 1 分，每周不超过 8 分；其中周度延迟发货≥50%且延迟发货订单数≥50 单视为情节严重，扣 12 分。

同时商家需以发放苏宁云钻方式赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*30（个）,最低不少于 500 个云钻，最高不超过 5 万个云钻。且同一买卖双方付款时间在 24 小时内的多笔订单合并计算最高不超过 5 万云钻。

有如下情形之一的，视为延迟发货：

（1）除另行约定发货时间的商品外，买家下单成功后四十八小时内商家未将买家所购商品的快递运单号传至苏宁云台系统，且消费者查询不到订单的快递公司揽件跟踪信息的（以快递公司系统内记录的时间为准）。

（2）定制、预售及其他特殊情形等另行约定发货时间的商品，商家实际未在约定时间内发货的；定制、预售及其他特殊情形未另行约定发货时间或约定的发货时间不清，商家未在收到买家的发货要求后四十八小时内发货的。

第二十四条　　虚假发货

虚假发货，是指商家将无效快递单号传至苏宁云台系统，及/或买家实际收到空包裹或收到商品与页面描述严重不符，导致买家权益受到损害的行为。

有如下情形之一的，视为虚假发货：

1、有以下情形之一的：每单扣四分。

（1）商家将买家订购商品的快递运单号上传至苏宁云台系统的 24 小时内（以苏宁云台系统内记录的时间为准），消费者查询不到订单的快递公司揽件跟踪信息的。

（2）商家上传的商品物流单号，在相应物流公司官网存在异常、重复物流信息。

（3）商家上传的商品物流单号对应的收件地址与消费者订单显示的收货地址不符。

（4）商家填写的发货物流信息与卖家实际收到物流不一致的。

（5）其他订单物流信息异常的情形。

2、有以下情形之一的：每单扣十二分。

（1）商家上传订单物流单号后，消费者收到空包裹的。

（2）顾客实际所收商品与商家页面描述严重不符的。

（3）其他情节严重的情形。

第二十五条　恶意骚扰

指商家采取恶劣手段对他人实施骚扰、侮辱、恐吓等，妨害他人合法权益的行为。包括但不限于以下情形：

1、商家骚扰、侮辱、恐吓消费者，影响他人正常生活的行为；

2、商家骚扰、谩骂、恐吓平台工作人员，散播恶意攻击平台的消息等情形。

恶意骚扰的，每次扣十二分。

第二十六条　客诉处理超时

客诉处理超时，是指商家未在苏宁易购平台规定时间节点内处理客诉，甚至引起顾客二次及以上投诉，或商家处理客诉不达标，妨害顾客权益的行为。

客诉处理超时的，扣两分每单，单日累计扣分最多不超过二十四分。

第二十七条　　不当使用在线客服系统

不当使用在线客服系统，是指商家在使用苏宁易购在线客服系统与买家交流的过程中，由于操作不当或服务不规范影响买家购物体验的行为。

不当使用在线客服系统的，违规情形及处罚标准适用《苏宁易购在线客服系统使用规范》。

第二十八条　无货空挂

无货空挂，是指订单成交后，商家以库存不足为由拒绝发货，给苏宁易购和顾客体验造成不良影响的行为。

因商品无货无法发出，消费者不同意取消订单仍要求发货的，商家应在自苏宁判责时起 24 小时内为消费者发货并提供发货快递单号，若消费者无法在判则后 48 小时内查询到订单的快递公司揽件跟踪信息，则苏宁有权认定该商品无货并下架该商品，且按照无货空挂进行处罚，扣

两分，下架违规商品，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天。

第二十九条　价格虚高

价格虚高，是指入驻苏宁易购平台的商家，如果在其他平台也有经营，所经营的同型号商品价格高于其他平台的行为。

价格虚高的，视情节轻重程度，每次扣四至四十八分不等，搜索降权 15 天。

第三十条　SKU 不足

SKU 不足，是指入驻苏宁易购平台的商家，如果在其他平台有经营，在苏宁云台所经营的商品 SKU 数量少于其他平台同一品类商品 SKU 数量。

SKU 不足的，视情节轻重程度，每次扣四至二十四分不等。

第五章　附则

第三十一条【生效时间】本规则于 2019 年 7 月 15 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 7 月 22 日生效；如有修改，则另行公示。

第三十二条【新旧衔接】

1、商家的行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

2、苏宁易购可以根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、 商家应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本规范已有规定的，适用于本规 范，本规范尚无规定的，依照法律法规处理。商家依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。商家在苏宁易购的任何行为，应同时遵守与苏宁易购 及其关联公司所签订的各项协议。

第三十三条【计算单位】本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁云台段位处罚规则

苏宁云台段位处罚规则			
违规类型	段位处理点	处罚方式	违规行为整改
严重违规	24 分	屏蔽店铺七天	√
		限制发布商品、限制创建新店铺七天	√
		限制社区功能及公示警告七天	√
		限制参加营销活动十天	√
		向苏宁云台支付违规金 0.6 万元	√
		参加考试	√
	48 分	屏蔽店铺十四天	√
		限制发布商品、限制创建新店铺十四天	√
		限制社区功能及公示警告十四天	√
		限制参加营销活动二十天	√
		向苏宁云台支付违规金 0.8 万元	√
		参加考试	√
	72 分	屏蔽店铺二十一天	√
		限制发布商品、限制创建新店铺二十一天	√
		限制社区功能及公示警告二十一天	√
		限制参加营销活动三十天	√
		向苏宁云台支付违规金 1 万元	√
		参加考试	√
	96 分	清退，查封账户，支付全部保证金作为违约金	√
	注：1、商家因单次违规扣分分值较高，导致累计扣分达到或超过多个降段处理点的，符合多个段位处罚条件的，执行其中最高段位的处罚方式； 2、在被执行段位处理期间（24 小时内）又须执行同类降段处理的，仅执行最重的降段处理。		
违规类型	段位处理点	处罚方式	违规行为整改
一般违规	24 分	屏蔽店铺三天	√
		限制参加营销活动七天	√
		向苏宁云台支付违约金 0.4 万元	√
		参加考试	√
	商家一般违规扣分累计到达 24 分，需要参加考试并通过方能如期解除上述限制。被执行处罚且考试通过后，将对一般违规扣分清零，即予以降段处理。		
处罚方式解释			
屏蔽店铺	指在搜索、导航、营销等各项服务中对商家店铺及商品等信息进行屏蔽；		
限制发布商品	指限制商家发布新商品；		
限制创建新店铺	指限制商家在苏宁云台创建新的店铺；		
限制社区功能	指限制商家使用评价、晒单、咨询、营销活动等社区类服务；		
关闭店铺	指删除苏宁云台商家的店铺，下架店铺内所有出售中的商品，限制发布商品，并限制创建店铺；		
公示警告	指在苏宁云台的店铺页面、商品页面、在线客服系统界面等门户页面，对商品正在执行的处罚措施进行公示；		
查封账户	指永久禁止商家使用违规账户登录苏宁云台、使用在线客服系统等工具；		
限制参加营销活动	是指限制商家参加苏宁易购发起的营销活动。		

参加考试	指对于处罚扣分到达一定段位屏蔽店铺的，通过参加线上规则考试解除店铺屏蔽。

节点处罚恢复正常条件规则与实施细则

一、规则定义

被执行节点处理的商户，当其全部违规行为被纠正、违规处理期间届满、违规处理措施执行完毕后，方可恢复正常状态。

二、解读

1、为什么规定商户在被执行节点处理之后，要纠正过并执行完所有处罚才能恢复正常？

因为只有纠正违规行为才能消除该行为产生的不良影响，只有违规处理期间届满才能使商户违规行为得到惩戒。

2、违规处理期间是指什么？天是如何计算的？

违规处理期间，是指商户从被开始执行处理措施到处理措施可以被解除的这段时长。

针对不同段位具体执行时长请见《苏宁云台段位处罚规则》

天，按小时计算，每天二十四小时为一天。比如处理期间为七天，就是一百六十八小时。

三、附则

1、本规则于 2019 年 1 月 28 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 2 月 4 日 00：00 生效；如有修改，则另行公示。

2、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

3、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

商家以考代罚及段位处罚考试规则

一、规则目的

由于部分商家不熟悉平台规则，缺乏对于规则的学习理解而导致违规处罚产生的，苏宁易购将对此部分的违规，为商家新增改正学习的机会，通过考试，减免部分违规处理的扣分，并对商家后期的经营进行正确的引导。同时对于商家违规到达段位，增加考试的违规处罚，引导商家了解熟悉平台规则，避免后期重复犯错。

二、基本规则解读

1、以考代罚规则解读

商家可以通过商家后台或违规单入口进入考试。针对每一项可以通过以考代罚解除扣分的违规场景，商家自然年内有一次考试机会。单次考试不通过可以补考。用尽补考机会仍不通过则正常扣分处罚，但不会用掉该违规项当年以考代罚机会。下次出现该违规仍然可以使用以考代罚的机会。若考试通过，则用掉该违规项当年以考代罚机会，并根据“以考代罚违规项一览表”撤销相应的违规处罚。超过申诉期未申诉或待申诉仲裁有结果后，以考代罚入口关闭，入口关闭后未考试的视为自动放弃本次以考代罚机会，但是不会用掉当年该违规项以考代罚机会。具体入口如下：



2、哪些违规行为可以通过以考代罚解除扣分？

违规大类	违规类型	违规行为	未考试前的违规处理措施	考试通过后可解除的措施	考试机会（每自然年）
滥发信息	发布广告信息	乱发店铺广告信息	苏宁易购有权按情节严重程度下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息，同时每件商品或每条信息扣两分。	免除扣分，违规商品整改后可正常上架	1 次
	发布错误	发布错误描	出现该违规行为的，按情节轻重程度，下架违规	免除扣分	1 次

	描述信息(不合规)	述信息	商品或者每件商品或每条信息扣两分；若在店铺装修区页面或活动页面发布的，出现该违规行为的，按情节轻重程度，每件商品或每条信息扣二到八分。		
	发布不当营销类信息	引导好评	（1）引导好评：若出现以上行为。出现该违规行为的，按情节轻重程度，情节特别轻微的，予以警告，情节轻微的，每次扣 2 分，情节严重的，下架违规商品。 （2）出现该违规行为的，情节轻微的，予以警告；情节严重的，每次扣 2 分。	免除扣分，违规商品整改后可正常上架	1 次
	发布不当营销类信息	使用已结束活动信息			
描述不符	描述不符(有瑕疵等未影响使用)	商家未对商品瑕疵等信息进行说明或商品的描述与买家收到的商品不相符，但未对买家正常使用造成实质影响的	收到投诉每次扣 4 分	免除扣分，产生的客诉赔付费用正常由商家承担。	1 次
延迟发货	延迟发货	延迟发货	对商家按照 2 分/单的标准进行处罚，单天累计最高扣 24 分。	免除扣分	1 次
不当使用在线客服系统	不当使用在线客服系统	不当使用在线客服系统	根据情节不同扣 4-12 分/次	免除扣分	1 次

3、以考代罚与申诉的关系

若商家在收到违规单的同时进申诉：

考试通过，申诉不通过。则解除相应的扣分处罚，扣减该违规项本年度考试机会。

考试通过，同时申诉也通过。则解除相应的处罚，并不扣减该违规项本年度考试机会。

考试未通过，同时申诉未通过。则正常执行处罚，并不扣减该违规项本年度考试机会。

考试未通过，申诉通过，则解除相应的处罚，并不扣减该违规项本年度考试机会。

4、商家段位考试规则解读

商家违规到达段位后，除段位带来的处罚外，仍需通过规则考试才能解除处罚节点带来的店铺限制条件。考试与段位限制条件并存。具体段位处罚概览见下表：

信用分节点处罚规划						
商家（C）店铺信用分节点处罚						
违规类型	扣分节点	店铺屏蔽	公示警告	限制参加营销活动	支付违约金	违规考试
一般违规	24 分	3 日	×	7 日	4 千	参加考试

商家一般违规扣分累计达 24 分，被执行处罚后，将对一般违规扣分清零，即予以降段处理。						
违规类型	扣分节点	店铺屏蔽	公示警告	限制参加营销活动	支付违约金	违规考试
严重违规	24 分	7 日	7 日	10 日	6 千	参加考试
	48 分	14 日	14 日	20 日	8 千	参加考试
	72 分	21 日	21 日	30 日	1 万	参加考试
	96 分	清退（店铺屏蔽和扣除全部保证金）				

三、附则

1、本规则于 2019 年 6 月 13 日发布并公示 7 日。公示期间，征求相关意见。公示期满如无修改，则于 2019 年 6 月 20 日 00：00 生效；规则生效前仍沿用老规则。如有修改，则另行公示。

2、商家行为，发生在本规则生效之日前的行为，适用当时的规则进行处理；发生在本规则生效之日后的，适用本规则。

3、苏宁易购可根据平台运营情况随时调整本管理规范并向商家公示。

4、本规则中的“天”，以 24 小时计算。

苏宁云台违规申诉材料一览表

苏宁云台违规申诉材料一览表				
违规类型	**违规行为**	**违规定义**	**扣分**	**申诉参考材料**
严重违规	出售假冒、盗版商品	出售假冒、盗版商品，是商家指出售假冒、盗版商品的行为。	出售假冒、盗版商品的，每次扣九十六分。(96)	1、合法进货凭证，购物发票、电子订单、采购合同、生产厂家订/出货单、报关单等； 2、合法品牌授权，包括但不限于商标注册证、商标受理通知书、生产厂家委托/授权销售凭证、授权链体系凭证。
	出售未经报关进口商品	出售未经报关进口商品，是指商家出售未经正常中国海关报关程序的进口商品。	出售未经报关进口商品的，每次扣九十六分。(96)	1、商家资质核查：营业执照（以判断是否在其营业范围）；如经营特许经营项目的，还应提供相应许可证书（以招商标准要求为准）； 2、品牌商标证明：品牌商持有在相应商品类别上的中国商标注册证或中国商标局出具的商标受理通知书；以确定该产品的品牌商，从而确定授权链源头； 3、提供证明产品来源渠道的授权文件：授权文件应形成授权链，且应在有效期内；（授权链是指从品牌商至与我司合作的商家一一授权形成的完整链条） 4、报关单：报关单上记载的商品应与商家在我司平台销售的商品品类对应； 5、提供涉及投诉商品的合法正常的进货凭证，如发票等，可追溯至生产企业或品牌拥有方；如有进口商品，需提供平台销售商品对应的境外专柜代购、超市等小票或买手与境外净销售采购合同及境外网站购物电子订单回执。
	发布违禁信息	发布违禁信息，是指商家发布《苏宁云台禁售商品管理规范》及附件中构成严重违规的商品或信息的行为。	据情节严重程度不同，扣除 2、4、8、12、24、96 分，具体情形及扣分情况见《苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表》。 (2,4,8,12,24,96)	商品详细信息（包含但不限于实拍图、使用说明书、包装等）。
	扰乱市场秩序	扰乱市场秩序，是指商家通过不正当手段，刻意规避法律规定、协议约定、平台规则或市场管控措施的行为，或在经营过程中，采取不正当竞争方式，扰乱苏宁易购网站正常经营秩序的行为。	扰乱市场秩序的，每次扣四十八分；情节特别严重的，每次扣九十六分。 (48,96)	依据实际情况提供有效证明。
	出售质量不合格商品	出售质量不合格商品，是指出售的商品品质不符合国家、行业、地方	出售劣质商品的，每次扣九十六分。 (96)	1、生产厂商具备生产该商品的合法有效资质； 2、有效产品质量检测证明； 3、合法进货凭证、发票、电子订单、采购合同、

		标准及平台相关管理要求的情形，或者出售不具备商品使用性能的商品。		生产厂家订/出货单、报关单等。
			假冒材质成份的，每次扣二十四分；情节严重的，每次扣四十八分；情节特别严重的，每次扣九十六分。(24, 48, 96)	1、有效产品质量检测证明； 2、合法进货凭证、发票、电子订单、采购合同、生产厂家订/出货单、报关单等。
	发布非约定商品	发布非约定商品，是指商家通过苏宁云台发布或出售未经苏宁易购允许的品牌或类目商品的行为。	商家发布非约定商品的，视情节严重程度，可以扣除四到四十八分不等。（4, 6, 12, 24, 48）	商品详细信息（包含但不限于实拍图、使用说明书、包装等）。
	骗取他人财物	骗取他人财物，是指以非法获利为目的，采用虚构事实、隐瞒真相等方法获取他人财物，侵犯他人财产权的行为。	骗取他人财物的，每次扣九十六分。(96)	依据实际情况提供有效证明。
	盗用他人账户	盗用他人账户，是指商家盗用他人苏宁易购网站、苏宁云台或易付宝账户，涉嫌侵犯他人相关信息、财产权的行为。	盗用他人账户的，每次扣九十六分。(96)	依据实际情况提供有效证明。
	泄露他人信息	泄露他人信息，是指未经买家及苏宁易购允许，发布、传递他人隐私信息、涉嫌侵犯他人隐私权的行为。	泄露他人信息的，首次扣十二分，再次及以上，每次扣二十四分。(12, 24)	依据实际情况提供有效证明。
	不配合平台管理	不配合平台管理，是指商家在日常经营中不配合苏宁易购管理，甚至发生骚扰、辱骂、殴打、恐吓苏宁易购工作人员，恶意散播攻击苏宁易购或其关联公司的消息等情形。	对于不配合平台管理的商家，苏宁易购将根据情节轻重程度，每次扣四至九十六分不等。（4, 24, 96）	依据实际情况提供有效证明。
			提供虚假资质，是指商家向苏宁易购提供伪造、篡改或者经过技术处理模糊、隐藏了重要信息的资质文件（包括但不限于营业执照、品牌授权、产品质量认证、专利证书）的行为。情节较轻的，每次扣二十四分；情节严重的，每次扣四十八分；情节特别严重的，每次扣九十六分。（24, 48, 96）	疑似虚假资质文件的原件，原件需要按苏宁云台要求提供。
	不正当牟利	不正当牟利，是指商家采取不正当手段（包括但不限于向苏宁易购工作人员或其关联人士提供财物、消费、款待和商业机会等），谋取非法利益的行为。	不正当谋利的，视情节轻重程度，每次扣二十四到九十六分。（24, 48, 96）	依据实际情况提供有效证明。

	拖欠苏宁贷款	拖欠苏宁贷款，是指商家自苏宁易购或其关联公司申请并获得苏宁贷款，到期未足额偿还贷款本息或其他费用，经苏宁易购或其关联公司自催或委外催收仍未归还的行为。	拖欠苏宁贷款的，每次扣九十六分，该商家符合特定条件的关联店铺永久不得参加苏宁易购网站营销活动。(96)	还款证明。
	质检严重违规	质检严重违规，是指商品质检不合格内容涉及产品核心功能及相关参数的，视为造成严重后果的违规行为。	质检严重违规的，可以参考适用《苏宁云台商家商品抽检管理规范》，每次扣除商家四十八分或者九十六分。（48,96）	经苏宁云台认可的质检机构出具的有效产品质量检测证明。
一般违规	不当注册	不当注册，是指商家通过软件、程序等方式，大批量注册苏宁易购网站账户，或通过已注册的苏宁易购网站账户，滥用会员权利损害他人合法权益、妨害苏宁云台运营秩序的行为。	不当注册，每次扣二十四分。(24)	依据实际情况提供有效证明。
	滥发信息	滥发信息，是指商家未按法律规定、服务协议、平台规则等要求发布商品或信息，妨害买家权益的行为。	发布滥发信息的，根据情形分别扣两分、四分或八分。(2,4,8)	商品详细信息（包含但不限于实拍图、使用说明书、包装等）。
		宣传其他销售渠道，是指商家在商品或店铺页面发布除苏宁易购网站之外的其他销售渠道信息，或在给买家发送的在线客服聊天信息、评价回复、短信信息、邮件、物流包裹及商品包装中包含、附带除苏宁易购网站之外的其他销售渠道信息的行为。	宣传其他销售渠道的，根据情节严重程度，每次扣四至二十四分不等。（4,8,12,24）	依据实际情况提供有效证明。
	虚假交易	虚假交易，是指商家通过虚构或隐瞒交易事实、规避或者恶意利用信用记录规则等不正当方式获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论等不当利益，妨害买家权益、干	虚假交易的，根据情节严重程度，扣除四至九十六分不等。(4 分、8 分、12 分、24 分、96 分)	依据实际情况提供有效证明。

		扰或妨害苏宁易购信用记录秩序的行为。		
	描述不符	描述不符，是指买家收到的商品或经苏宁易购抽检的商品，与达成交易时商家的商品详情页面、商家在线客服等渠道中的商品描述不相符（包括商家夸大宣传），或商家未对商品瑕疵、保质期、附带品等必须说明的信息进行披露，妨害买家权益的行为。	描述不符的，根据情形分别扣四分、十二分或二十四分。(4,12,24)	1、商品当天宣传页面截图（需与苏宁云台系统记录信息一致）、具体情况说明（有相关证明）： （1）涉及商品功能的，提供商品说明书； （2）涉及产品功效的，需提供相应资质证明； 2、质检机构出具的产品检验合格证明。
	不当使用他人权利	不当使用他人权利，是指商家所使用的宣传推广内容，涉及侵害他人商标权、专利权、著作权等权利的行为。	不当使用他人权利的，每次扣两分。(2)	1、合法正规进货凭证，包括但不限于（指向权利人或者其授权经销商的）小票、进货单、发票、电子订单、采购合同、生产厂家订/出货单、报关单等； 2、合法授权证明，包括但不限于授权销售证明链凭证、使用来自第三方且拥有第三方授权的证明（图片，文字、截屏等）、权利人授权使用的证明（图片、文字、截屏）等； 3、其他证明材料，包括但不限于陈述产品与权利人不同的声明、不同于权利人专利技术的证明、自身享有著作权、使用权的证明。
	违背承诺	违背承诺，是指商家未按照承诺向买家提供服务，妨害买家权益和/或未按照承诺向苏宁或其关联公司履行义务的行为。	违背承诺，根据情形分别扣两分、八分或十二分。(2,8,12)	提供非商家责任证明。
	延迟发货	延迟发货，是指除特殊商品外，商家在买家付款后（在线支付订单付款时间以系统记录的买家付款成功的时间为准）实际未在四十八小时内发货，或定制、预售及大件等其他特殊场景商品未遵循买卖双方约定承诺发货时间或者页面承诺发货的，妨害买家购买权益的行为。商家参加苏宁易购大型	延迟发货的，每单扣两分。(2)	1、提供商家按时发货的证明材料，包括但不限于物流信息截图等； 2、非商家责任证明。

		活动以活动官方要求发货时间为准。		
	虚假发货	虚假发货，是指商家将无效快递单号传至苏宁云台系统或者买家实际收到商品与页面描述严重不符，导致买家权益受到损害的行为。	虚假发货，根据情形分别扣四分或十二分。(4,12)	1、提供商家按时发货的证明材料，包括但不限于物流信息截图等； 2、非商家责任证明。
	客诉处理超时	客诉处理超时，是指商家未在苏宁客服规定时间节点内处理客诉，甚至引起顾客二次及以上投诉，或商家处理客诉不达标，妨害顾客权益的行为。	客诉处理超时的，每次扣两分，单日累计扣分最多不超过二十四分。(2,4,6,8,10,12,14,16,18,20,22,24)	提供非商家责任证明。
	无货空挂	无货空挂，是指订单成交后，商家以库存不足为由拒绝发货，给苏宁易购和顾客体验造成不良影响的行为。	无货空挂的，每次扣二十四分；情节严重的，每次扣四十八分。	依据实际情况提供有效证明。
	价格虚高	价格虚高，是指入驻苏宁云台的商家，如果在其他平台也有经营，所经营的同型号商品价格高于其他平台的行为。	价格虚高的，视情节轻重程度，每次扣四至四十八分不等。（4 分、8 分、12 分、24 分、48 分）	提供价格不高于其在其他平台销售价格的证明材料，如商品页面截图、后台价格设置截图等。
	SKU 不足	SKU 不足，是指入驻苏宁云台的商家，如果在其他平台有经营，在苏宁云台所经营的商品 SKU 数量少于其他平台同一品类商品 SKU 数量。	SKU 不足的，每次扣二十四分，情节严重的，每次扣四十八分。(24,48)	依据实际情况提供有效证明。
	不当使用在线客服系统	不当使用在线客服系统，是指商家在使用苏宁易购在线客服系统与买家交流的过程中，由于操作不当或服务不规范影响买家购物体验的行为。	不当使用在线客服系统的，违规情形及处罚标准适用《苏宁易购在线客服系统服务使用规范》。(4,8,12)	提供非商家责任证明。
	恶意骚扰	恶意骚扰，是指商家采取恶劣手段骚扰顾客，妨害顾客合法权益的行为。	恶意骚扰的，每次扣十二分。	依据实际情况提供有效证明。

	发票问题	发票问题，是指商家承诺的发票买家未收到或收到的发票信息错误。	发票未发，首次违规的，扣四分；再次及以上违规的，每次扣十二分；发票信息错误的，每次扣两分；提供虚假发票的，每次扣二十四分。(2,4,12,24)	提供非商家责任证明。
	质检一般违规	质检一般违规，是指商品质检不合格内容涉及影响商品基本功能及相关参数视为造成一般后果或商品质检不合格内容涉及商品外包装及相关标识视为造成轻微后果的违规行为。	质检一般违规的，可以参考适用《苏宁云台商家商品抽检管理规范》，每次扣除商家二至二十四分不等。(2,4,8,12,24)	经苏宁云台认可的质检机构出具的有效产品质量检测证明。
其他违规	排期违约	是指商家获得营销平台活动排期后，在活动开始前/活动中因自身原因临时退出导致活动无法正常进行的行为。	1)商家库存不足导致无法参加活动 2)商家自己四级页下架活动商品导致无法参加活动； 3)商家在商品发布时仍然未付款相关费用（基础报名费，广告费等）； 4）商品价格验证不通过（如：15天最低价）； 5)其他未约定的商家自身要求取消活动行为 每次扣 12 分（一项多项均 12 分）	商家可提供相关证明给营销平台进行申诉。
	素材不达标	是指商家参加营销平台活动时，上传的商品、品牌或其他宣传材料不符合营销产品招商规则的规定。	首次警告，再次出现每次扣 3 分(一项多项均 3 分）	依据实际情况提供有效证明。
	活动后降价	活动后降价，是指商家的商品在参加营销平台活动结束后 15 日内，出现实际成交价格低于其参加营销平台活动期间任一实际成交价格的情形。	首次出现活动后降价的，给予警告处理；再次及以上的，每次扣 6 分；	依据实际情况提供有效证明。

苏宁云台违规申诉管理规范

第一条 为规范商家违规申诉操作，促进商家及时、高效的进行违规申诉，提升苏宁云台违规申诉处理时效，现根据《商家管理规范总则》、《苏宁云台商家违规行为及处理规则》等平台规则，特制订本规范。

第二条 本规范适用所有苏宁云台商家，所有商家在进行违规申诉时均应严格遵守本规范。

第三条 苏宁云台针对商家违规行为，核实确认后将根据《苏宁云台商家违规行为及处理规则》下发违规单，商家可以在违规单作出之时起 3 日内对违规单进行查看、确认或发起违规申诉。3 日内未进行违规申诉的，视为商家认可违规处罚，违规处理措施将在申诉期满后自动生效。

第四条 针对同一违规单，商户只有一次申诉机会，商家可以通过店铺管理后台“体检中心”—“处罚记录”—“我的处罚”操作处发起违规申诉，同时提交相应证明材料。

鉴于不同的违规类型或违规情形需要商家提供的证明材料有所不同，因此商家可参照《苏宁云台违规申诉材料一览表》准备并提交申诉材料，如需补充其他申诉材料的则以苏宁云台另行通知内容为准。

第五条 苏宁云台在收到商家提起的申诉后，将及时审核商家提交的申诉材料并反馈相应处理结果。若违规申诉成功，则对应的违规处罚不成立、处罚措施不执行；若申诉不成功，则对应的违规处罚成立、处罚措施将直接执行。

第六条 为了保证申诉的有效性，提高申诉成功率，进行违规申诉时商家需按照苏宁云台的要求提供完整、真实、有效的证明材料，包括但不限于：聊天记录、截图、链接、照片、录音、快递单凭证、报案回执等。

如商家提供虚假证明材料的，苏宁云台将按照《提供虚假信息解读及实施细则》处理，每次扣除商家 6 分。

第七条 苏宁云台商家的行为，发生在本规范生效之日以前的，适用之前的规范。发生在本规则生效之日以后的，适用本规范。

第八条 本规范中的“日”均以 24 小时计算。

第九条 苏宁云台可根据平台运营情况调整本规范，并在修订生效的至少 7 日前在苏宁易购规则中心（rule.suning.com）向商家公示。

第十条 本规范将于 2016 年 9 月 19 日发布，并于 2016 年 9 月 27 日起生效施行。

不配合平台管理解读及处理细则

一、规则定义

不配合平台管理，是指商家在日常经营中不配合苏宁易购管理，甚至发生骚扰、辱骂、殴打、恐吓苏宁易购工作人员，恶意散播攻击苏宁易购或其关联公司的消息等情形。

二、内容概要

对于不配合平台管理的商家，苏宁易购将根据情节轻重程度，每次扣四至九十六分不等，同时苏宁易购有权对不配合平台管理的商家采取公示警告、商品下架、限制发布商品、店铺屏蔽等违规处罚措施。

不配合平台管理，包括以下情节：

1、不配合提交资料

（1）商家未按要求、时间更新提交资料或信息；

（2）提供虚假资料或信息，指商家向苏宁易购提供的公司名称、地址、联系方式、联系人等信息与实际情况不符或虚假无效的情形。

（3）提供虚假资质，情节较轻的，每次扣二十四分；情节严重的，每次扣四十八分；情节特别严重的，每次扣九十六分。

①何种情形属于“情节较轻的”？

商家提供虚假的进货发票等进货渠道资质证明的，属于情节较轻。

②何种情形属于“情节严重的”？

商家提供虚假的质检报告、3C 认证证书、《农产品检测报告》等商品质量资质证明，品牌授权、商标注册证等品牌资质的，属于情节严重。涉及到品牌授权造假的，造假品牌做下架处理，提供真实授权后方可重新上架。如商家同时经营多个品牌，超过三个品牌授权做假的，扣 96 分做清退处理。

③何种情形属于“情节特别严重的”？

商家提供虚假的营业执照、税务登记证、食品流通许可证、化妆品卫生许可证等企业资质的，报关单、原产地证明、进出口许可证等国家机关公文、证件、印章等，属于情节特别严重。

2、商家消极对待苏宁易购工作人员的管理工作，导致相关管理工作进展缓慢，情节轻微的，每次扣 4 分。

3、情节严重，包括但不限于以下情形：

①商家明确拒绝配合苏宁易购工作人员管理工作的；

②商家因不满苏宁易购工作人员的管理工作，骚扰、辱骂苏宁工作人员的；

③故意散播攻击苏宁易购或其关联公司的负面信息的；

不配合平台管理情节严重的，每次扣 24 分。

4、情节特别严重，是指商家因不满苏宁易购工作人员的管理工作，出现殴打苏宁易购工作人员或发生其他严重侵害苏宁易购工作人员权益行为的，每次扣 96 分。

三、规则解读

（一）“骚扰”具体指哪些情形？

骚扰苏宁易购工作人员，包括但不限于商家给苏宁易购工作人员发送垃圾信息、夜间拨打电话等影响苏宁易购工作人员正常工作或休息的情形。

（二）什么是恶意发布或散播攻击苏宁易购或其关联公司的消息？

举例 1：因商家自身操作失误，导致商品参数维护错误，该商家在与顾客协商过程中，却将责任归咎于苏宁易购或其关联公司的行为；

举例 2：因商家自身违规行为被扣除保证金的，却对外宣称苏宁易购滥扣商家钱财，给苏宁易购及其关联公司带来负面影响的行为。

（三）苏宁云台客服多次电联不上商家，是否属于“不配合平台管理”违规情形？

苏宁客服按照商家在商家后台系统提供的联系方式（特指座机和手机号码）与其联系，连续三次及三次以上联系不上商家，属于不配合平台管理轻微违规情形，苏宁云台有权根据本规则扣除商家四分。

联系过程中如发现商家联系方式（特指座机和手机号码）为空号、停机等状态的，苏宁云台有权按照“提供虚假信息”违规进行处理。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2019 年 3 月 12 日

【生效时间】2019 年 3 月 19 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

扰乱市场秩序解读及处理细则

一、规则定义

扰乱市场秩序，是指商家通过不正当手段，刻意规避法律规定、协议约定、平台规则或市场管控措施的行为，或在经营过程中，采取不正当竞争方式，扰乱苏宁易购网站正常经营秩序的行为。

二、内容概要

扰乱市场秩序的，每次扣四十八分；情节特别严重的，每次扣九十六分。

扰乱市场秩序包括但不限于以下情形：

（1）刻意规避苏宁云台的管理措施；

（2）以不正当的方式获取或使用苏宁官方资源，例：商家以任何方式参与优惠券、红包、云钻等的套现。

（3）恶意压低价格，以低于成本价销售商品，排挤竞争对手。

（4）捏造、散布虚假事实，恶意贬低其他商家的商誉及商品声誉。

（5）事先不作公示，搭售商品或附加不合理的购买条件。

（6）通过恶意差评等方式，降低其他商家的店铺评分。

（7）恶意利用平台规则，通过投诉维权等方式打压、排挤竞争对手。

三、规则解读

（一）优惠券、红包、云钻等是指哪一类事物？

是指苏宁易购官方向消费者发放的礼券或云钻，可用于在苏宁易购指定范围内进行消费，购买商品或服务，可折抵现金。

（二）扰乱市场秩序的，除扣分外，苏宁易购还将采取哪些纠正措施？

扰乱市场秩序的，苏宁易购将取消其通过不当方式获得、使用的官方资源。

举例：商家通过不正当方式进行云钻套现的，苏宁易购将通过划扣保证金和易付宝余额的方式追回所有涉案钱款。如保证金及余额不足赔付时，商家应自行支付额外的赔付金额。如因商家的原因导致苏宁易购向买家或第三方支付了超出保证金数额的款项，或使苏宁易购遭受的损失高于可支配的保证金余额，则苏宁易购有权采取下述全部或任一措施：

（1）要求商家偿付苏宁易购的损失，且在指定时间内补足保证金；

（2）要求易付宝公司将商家易付宝账户下的款项直接支付给苏宁易购，以补偿苏宁易购所遭受的损失。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2019 年 1 月 29 日

【生效时间】2019 年 2 月 5 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

出售未经报关进口商品解读及处理细则

一、 规则定义

出售未经报关进口商品，是指商家出售未经正常中国海关报关程序的进口商品。

二、内容概况

出售未经报关进口商品的，每次扣九十六分。

出售未经报关进口商品，苏宁易购有权强制下架或删除商家所发布的未报关进口商品或信息，包括出售中及线上仓库中的商品或信息。同时为了防止对公众造成不利影响，保护买家的合法权益，对涉嫌该情形的商家，苏宁易购将视情节严重程度立即予以店铺屏蔽。

三、规则解读

（一）所有进口商品都要报关吗？

苏宁云台商家所出售的进口商品，需按照正常中国海关程序进行报关，经过审核报关单据、查验实际货物，商家依法办理征收货物税费手续或减免税手续，海关在有关单据上签盖放行章后，方可在苏宁易购网站（SUNING.COM）上进行发布和销售。

（二）如果被投诉或举报出售未经报关进口商品，需要提供哪些凭证？

经消费者投诉或监管部门抽查通报后，商家需在苏宁易购规定时间内提供相关商品相应的中华人民共和国海关进口货物报关单。

特殊类目还需提供如下资料：

1、进口化妆品

（1）近一年内中华人民共和国海关进口货物报关单复印件；

（2）近一年内的商品入境货物检验检疫证明复印件；

（3）进口非特殊用途化妆品备案凭证；

（4）进口特殊用途化妆品许可批件。

2、进口保健食品

（1）需提供《进口保健食品批准证书》（即食健字号批件）及其附件（产品说明书）复印件；

（2）销售产品相应的进口报关单及检验检疫卫生证书；

3、进口食品

（1）当批次中华人民共和国进口货物报关单复印件；

（2）当批次的商品出入境检验检疫合格证明或卫生证书复印件；

（3）卖家若经营酒类，还需提供商家持有的《酒类流通备案登记表》（或《酒类零售许可证》、《酒类批发许可证》、《酒类产销许可证》）复印件；

（4）《食品流通许可证》复印件。

4、进口生鲜蔬果

（1）当批次产品的中华人民共和国进口货物报关单复印件；

（2）当批次产品的商品出入境检验检疫合格证明或卫生证书复印件。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

出售假冒盗版商品解读及处理细则

一、规则定义

是指商家出售假冒、盗版商品的行为。

二、内容概要

1、认定出售假冒商品的，每次扣九十六分。处违约金 100 万元，并划扣所有保证金和易付宝余额，苏宁易购有权强制下架或删除商家所发布的假冒、盗版商品。

2、为了防止对公众造成不利影响，保护消费者权益，对涉嫌该情形的商家，苏宁易购将视情节严重程度立即予以店铺监管。

3、假冒材质成份，指商家对商品全部材质或成份信息的描述与消费者收到的商品实际材质成分完全不符的。情节轻微的，每次扣二十四分；情节严重的，每次扣四十八分；情节特别严重的，每次扣九十六分。假冒材质成份的，按照以下情形进行管理：

①造成投诉但是商家积极解决，取得买家谅解的，每次扣 24 分；

②造成投诉且商家不积极与买家协商解决的，属于情节严重的情形，每次扣 48 分；

随你买家收到假冒材质成份的商品后造成买家人身伤亡或重大财产损失的，属于情节特别严重的情形，每次扣九十六分；

④因商家销售假冒材质成份商品导致不良曝光，给苏宁易购或其关联公司带来负面影响，属于情节严重的情形，每次扣 96 分。

然而，商家符合以下任一情形的，仅予纠正，不作处罚：

（1）根据商品的全部信息，不会误导买家将其认定为他人商品的；

（2）进口商品来源国的权利人与持有相同商标的中国权利人不同的；

（3）商品使用的商标先于注册商标在中国使用的。

上述（1）由苏宁易购工作人员基于一般社会公众的普通认知进行判断；（2）、（3）由苏宁易购根据商家和权利人提供的证明材料判断。

4、盗版商品，是指未经著作权人许可复制其作品的图书、电子书、音像作品和软件。

三、违规处理

严重违规-出售假冒盗版商品 96 分清退处理，处违约金 100 万元，并划扣所有保证金和易付宝余额，如保证金不足赔付时，商家应自行支付额外的赔付金额，如因商家的原因导致苏宁易购向买家或第三方支付了超出保证金数额的款项，或使苏宁易购遭受的损失高于可支配的保证金余额，则苏宁易购有权采取下述全部或任一措施：

（1）要求商家偿付苏宁易购的损失，且在指定时间内补足保证金；

（2）要求易付宝公司将商家易付宝账户下的款项直接支付给苏宁易购，以补偿苏宁易购所遭受的损失；

四、规则解读

（一）什么情况下会被判定为出售假冒、盗版商品？

经苏宁易购调查、消费者投诉或监管部门抽查通报后，未在苏宁易购规定时间内提供资质证明、授权、检测报告、专利（证书）等有效法律文件，或所提供法律文件虚假无效无法证明店铺或商品授权合法、有效的，将被判定为出售假冒、盗版商品。

（二）如何理解“与页面宣称的成份严重不符”？具体有哪些情形？

“商家对商品全部材质或成份信息的描述与顾客收到的商品不符”是指顾客收到的商品实际情况与商家对商品的描述（商品页关键词设置、标签标识标注等方式）不一致，包括但不限于以下情形：

1、商家店铺对商品的成份的描述与顾客收到商品的成份不一致，如顾客购买“9999”足赤黄金，但实际纯度只有“90%”；

2、商家店铺对商品的部件（不含配件）材质属性描述是 A，但是顾客收到商品的该部件材质属性却是 B，如对空调导管的描述是全铜管，但实际却是铜铝合金。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2019 年 12 月 13 日

【生效时间】2019 年 12 月 20 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

拖欠苏宁贷款解读及处理细则

一、规则定义

拖欠苏宁贷款，是指商家自苏宁易购或其关联公司申请并获得苏宁贷款，到期未足额偿还贷款本息或其他费用，经苏宁易购或其关联公司自催或委外催收仍未归还的行为。

二、内容概况

拖欠苏宁贷款的，每次扣九十六分，该商家符合特定条件的关联店铺永久不得参加苏宁易购网站营销活动。

三、规则解读

（一）苏宁易购的关联公司包括哪些？

苏宁易购的关联公司包括但不限于苏宁云商集团股份有限公司、南京易付宝网络科技有限公司等苏宁控股集团下属公司。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

不正当牟利解读及处理细则

一、规则定义

不正当牟利，是指商家采取不正当手段（包括但不限于向苏宁易购工作人员或其关联人士提供财物、消费、款待和商业机会等），谋取非法利益的行为。

二、内容概要

（1）不正当牟利的商家，无论是否获得利益，原则上每次扣九十六分，苏宁易购永久不向其提供或接受其提供的任何产品或服务；同时，该商家的关联店铺六个月内不得参加苏宁易购网站营销活动。

（2）实施不正当牟利行为的运营服务商，苏宁易购永久不向其提供或接受其提供的任何产品或服务，由该运营服务商代运营的其它店铺亦应在收到苏宁易购通知之日起三个月内自营或更换运营服务商，逾期，苏宁易购将对相关店铺进行监管直至其执行完毕。

（3）实施不正当牟利行为的商家有如实主动申报或如实积极举报情形的，苏宁易购可以酌情从轻或减轻处理。

（4）自对商家进行不正当牟利调查之日起，苏宁易购将限制该商家店铺及其关联店铺参加苏宁易购网站营销活动，直至调查终结。

（5）商家向苏宁易购工作人员及其关联人士明确表达不正当牟利意图或已经开始实施不正当牟利行为，但由于商家意志以外的原因而未得逞的，构成不正当牟利未遂，每次扣二十四分。

（6）有以下情形之一的，视为不当牟利行为：

① 商家为苏宁工作人员的，每次扣九十六分；

② 商家为苏宁工作人员之关联人士且该苏宁工作人员未依据“阳光公约”规定进行如实申报的，每次扣四十八分；若有利用苏宁易购工作人员职务便利条件的，每次扣九十六分。

三、规则解读

（一）如何理解关联人士？

“关联人士”指：

1、任何个人的三代以内直系或旁系亲属、姻亲（包括因领养而形成的同等关系，每一位分别称为“家庭成员”），或关系密切的朋友。

2、以下任何实体：

(1) 由员工个人和/或其家庭成员、关系密切的朋友单独或共同拥有的实体；

(2)员工个人、其家庭成员、或关系密切的朋友为董事、高管人员或信托人的实体；

(3) (1)-(2)款中所述的实体的关联公司。

（二）商家的关联店铺指什么？

商家的关联店铺是指以关联人士名义创建的店铺，或同一实际经营人的店铺。

（三）苏宁易购永久不提供或接受其提供的任何产品或服务，如何理解？

商家有不正当牟利行为且苏宁易购依据规则扣 96 分并给予查封账户处理后，将永久不提供或接受其提供的任何产品或服务，包括但不限于终止与其既有的合作关系并永久不再合作，该商家永久不得再次注册为苏宁云台商家，并不再接受该商家为苏宁云台的合作伙伴。

（四）运营服务商指什么？

运营服务商是指商家以合同方式委托的，为其苏宁云台店铺提供全部或部分电子商务运营服务的公司。

（五）实施不正当牟利的运营服务商被处理后，由其代运营的其它店铺应该怎么办？

由该运营服务商代运营的其它店铺应该在收到苏宁易购通知之日起三个月内选择自营其店铺或更换其他运营服务商代运营其店铺。

若商家店铺未在前述三个月内自主经营或更换其他运营服务商代运营的，苏宁易购将会对该商家店铺进行监管，直至其执行以上任一操作完毕后方取消监管。

（六）商家不正当牟利，苏宁易购酌情给予从轻或减轻的处理的情形有哪些？

商家实施不正当牟利行为是严重危害苏宁云台市场经营秩序的行为，一经发现将给予严肃处理。因此，苏宁易购欢迎商家如实主动申报不正当牟利情形，及/或如实积极举报不正当牟利情形，一经查证属实，针对主动申报人或举报人的店铺，在现有处理措施基础上，酌情给予从轻或减轻处理。

（七）“商家意志以外的原因而未得逞”，具体指什么原因？

商家意志以外的原因，包括被苏宁工作人员拒绝等情形。

（八）不当牟利与虚假交易的区别

二者的区别主要在于是否通过苏宁工作人员及/或其关联人士：

不当牟利是通过苏宁工作人员及/或其关联人士的手段提高商品销量、DSR 评分等行为，虚假交易是通过非苏宁工作人员及/或其关联人士的手段提高商品销量、DSR 评分等行为。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

盗用他人账户解读及处理细则

一、规则定义

盗用他人账户，是指商家盗用他人苏宁易购网站、苏宁云台或易付宝账户，涉嫌侵犯他人相关信息、财产权的行为。

二、内容概要

盗用他人账户的，每次扣九十六分。

三、规则解读

（一）何为盗用？

指在当事人未知或未授权情况下，进行非法获取。

（二）为什么是涉嫌侵犯他人财产权？

盗用他人账户，涉嫌危害到用户账户相关信息、相关金额等的安全。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

骗取他人财物解读及处理细则

一、规则定义

骗取他人财物，是指以非法获利为目的，采用虚构事实、隐瞒真相等方法获取他人财物，侵犯他人财产权的行为。

二、内容概要

骗取他人财物的，每次扣九十六分；苏宁易购有权删除用以骗取他人财物的商品或信息及因此产生的交易评价。

骗取他人财物，包括但不限于以下情形：

1、交易中诱导交易对方违背苏宁易购正常交易流程操作并取得钱、货一方的结果；

2、商家发送钓鱼链接或木马病毒信息用于骗取他人财物的；

3、商家利用非法手段骗取苏宁易购交易类保险的保险金、苏宁云台消费者保障基金或苏宁云台商家保证金等款项的；

4、商家发布虚假的商品或服务信息骗取交易款项的；

5、商家出售账号类商品后以恶意找回的途径获取不正当利益的；

6、商家利用苏宁云台独立担保交易服务骗取交易款项的；

7、商家假借苏宁易购或其关联公司工作人员或苏宁客服名义行骗的；

8、商家通过第三方账户实施诈骗行为骗取他人财物的；

9、商家违反《苏宁云台服务协议》及其附属协议约定，向他人提供苏宁云台商家账户实施诈骗行为的。

10、其他非法获取他人财产权利的行为。

对前述财物遭侵害的受害方，苏宁易购有权基于现有的技术手段采取临时性保护措施，包括但不限于通知易付宝公司实施易付宝账户强制措施、店铺监管、限制网站登录、限制苏宁易购在线客服系统登录等。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

延迟发货解读及处理细则

一、规则定义

延迟发货，是指除特殊商品外，商家在买家付款后（在线支付订单付款时间以系统记录的买家付款成功的时间为准）实际未在四十八小时内发货，或定制、预售及大件等其他特殊场景商品未遵循买卖双方约定承诺发货时间或者页面承诺发货的，妨害买家购买权益的行为。商家参加苏宁易购大型活动以活动官方要求发货时间为准。

二、内容概要

对于延迟发货的商家，将根据延迟发货率（延迟发货率=48 小时内超期未发订单量/考核总订单量）进行以下考核：

店铺周度延迟发货率≤5%，延迟发货订单每单扣 1 分，每周不超过 6 分；

店铺周度延迟发货率＞5%，延迟发货订单每单扣 1 分，每周不超过 8 分；其中周度延迟发货≥50%且延迟发货订单数≥50 单视为情节严重，扣 12 分。

同时商家需以发放苏宁云钻方式赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*30（个）,最低不少于 500 个云钻，最高不超过 5 万个云钻。且同一买卖双方付款时间在 24 小时内的多笔订单合并计算最高不超过 5 万云钻。

一、有如下情形之一的，将按照延迟发货处罚：

（1）除另行约定发货时间的商品外，买家下单成功后四十八小时内商家未将买家所购商品的快递运单号传至苏宁云台系统，且消费者查询不到订单的快递公司揽件跟踪信息的（以快递公司系统内记录的时间为准）。

（2）定制、预售及其他特殊情形等另行约定发货时间的商品，商家实际未在约定时间内发货的；定制、预售及其他特殊情形未另行约定发货时间或约定的发货时间不清，商家未在收到买家的发货要求后四十八小时内发货。

二、存在以下情景之一的，苏宁云台不强制支持赔付，由买卖双方自行协商确定：

①滥用延迟发货规则发起赔付申请的；

②非基于生活消费所需购买发起的赔付申请；

③经新闻媒体曝光、国家行政管理部门通报或经苏宁易购排查发现，商品本身或信息涉嫌违法违规的，为保障消费者权益，苏宁易购要求商家立即停止发货的；

④因水灾、火灾、地震、政府重大会议、重大赛事等特殊情形导致无法按照约定时间发货且向苏宁易购报备并经苏宁易购评估后予以准许的。

三、规则解读

（一）商家的发货时间怎么计算？

商家的发货时间，以苏宁云台系统内记录的物流揽件时间为准，苏宁云台系统无物流揽件时间记录的，以物流公司系统内记录的时间为准。

（二）不适用于本规则的特殊商品有哪些？

虚拟充值类目、运营商产品类目、本地生活类目、整车类目、票务/卡券类目和家装建材及五金下部分类目的商品（具体明细见下表）；

（三）规则中的“定制、预售及其他特殊情形等另行约定发货时间的商品”发货时间是以什么为准？

1、规则中的“定制、预售及其他特殊情形等另行约定发货时间的商品”发货时间以商家商品描述页面为准。

2、另行约定发货时间的商品，商家可以通过以下形式与买家进行约定：

①通过苏宁云台官方预售产品工具和“自定义发货时间”工具发布的预售商品；

②商家在商品标题、卖点或商品详情页显著位置标明发货时间的；

③卖家通过在线客服系统告知买家发货时间并征得买家同意的。

3、定制类的商品需制作的时间和材质等以商家商品详情页中的描述为准。商家未通过商详页描述或双方未约定发货时间的，发货时间为买家首次要求发货的 48 小时内，若发货时效不明确的如：（XX 天起、大概 XX 天、X-Y 天内发货），发货时间以最低时限计算。

（四）苏宁云台商家在顾客付款后实际未在四十八小时内发货，赔付云钻如何计算？

举例：商品实付金额为 2000 元，邮费是 10 元的交易，当顾客投诉商家延迟发货成立，商家需以发放苏宁云钻方式赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*30（个），最低不少于 500 个云钻，最高不超过 5 万个云钻，则需向顾客支付云钻的算法是 2000*30=60000(不包括邮费的金额)，因最高不超过 5 万个云钻，所以这笔交易商家需要支付云钻 5 万个。

（五）针对同一买卖双方同一个订单的多笔交易，其中一笔交易被投诉延迟发货成立，苏宁云台商家怎么赔付云钻?

按照被投诉成立的这笔交易商品实际成交金额（元）*30（个）计算发放云钻，且最高不超过 5 万个云钻。

举例：苏宁易购同一买卖双方的一个订单有 5 笔交易，每笔交易金额都不一致，其中被投

诉成立的一笔商品实际交易金额为 2500 元，商家需以发放苏宁云钻方式赔付消费者，发放苏宁云钻数量（个）=商品实际成交金额（元）*30（个），最低不少于 500 个云钻，最高不超过 5 万个云钻，则需向顾客支付云钻的算法是 2500*30=75000， 因最高不超过 5 万个云钻，所以这笔交易商家需要支付云钻 5 万个。

（六）针对同一买卖双方同一个订单的多笔交易，其中几笔交易被投诉延迟发货成立，苏宁云台商家怎么赔?

按照同一买卖双方付款时间在 24 小时内的多笔订单合并计算，被投诉成立的同一买家在 24 小时内订单的实际成交金额（元）*30（个）计算发放云钻，且最高不超过 5 万个云钻。

举例：苏宁云台同一买卖双方在 24 小时内有 5 笔订单，每个交易金额都不一致，其中被投诉成立的 3 笔商品实际交易金额分别是 2500、1000、100，商家需以发放苏宁云钻方式赔付消费者，则需支付的违约金的金额算法是 2500*30=75000（上限 50000），则商家需支付云钻 5 万个。

（七）苏宁云台商家延迟发货被顾客投诉成功怎么赔？顾客在哪里查看苏宁云钻？

当顾客申请退款时选择的原因为“未收到货”或“未按约定时间发货”，在维权成功的情况下，苏宁易购将发放等值苏宁云钻，此时顾客可以苏宁易购个人账户中查看。

（八）定制、预售及其他特殊情形等另行约定发货时间的商品怎么处理？

商家在买卖双方约定发货时间内发货的，不属于延迟发货；商家在超出约定时间发货的属于延迟发货，特殊情形另有规定的从其特殊规定。

（九）滥用延迟发货规则发起赔付申请的场景，包含但不限于以下场景：

1、买家不以交易为目的，为牟利而发生购买行为（多表现为利用商家的行为瑕疵索赔等）并以此申请延迟发货赔付的。

2、与正常消费账户存在明显异常的账户发起的所有赔付申请。

（十）商家延迟发货，消费者没有投诉，苏宁云台是否会处罚这些商家？

会的，将按照周度延迟发货率对商家进行处罚。

附件表：

家装建材及五金下部分类目

一级类目	二级类目	三级类目	一级类目	二级类目	三级类目
家装建材及五金	城市家具	公共休闲服务设施	家装建材及五金	家装主材	厨房主材
		交通服务设施			集成吊顶

		美化丰富空间设施			卫浴用品主材
		信息服务设施		墙地面材料	板材
	住宅家具	案/台类			窗
		成套家具			瓷砖
		床/床垫类			地板
		根雕类			钢材
		柜类			隔断墙
		户外/庭院家具			隔热材料
		几类			隔音材料
		架类			硅钙板
		屏风/花窗			家装主材配件专区
		沙发类			木方
		藤家具			砂岩
		箱类			石膏板
		桌类			水管管材
		坐具类			新型装饰材料
	商业/办公家具	办公家具		全屋定制	窗
		餐饮/烘焙家具			定制柜类
		超市家具			楼梯
		发廊/美容家具			门
		酒店家具			榻榻米空间
		桑拿/足浴/健身家具			整装定制
		商场家具		装修设计/施工/监理	装修工程监理
		校园教学家具			装修检测治理
		校园生活家具			装修设计/室内设计
		医疗家具			装修施工服务
		娱乐/酒吧 KTV 家具		五金/工具	清洁用品

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2019 年 12 月 30 日

【生效时间】2020 年 1 月 6 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

出售质量不合格商品解读及处理细则

一、规则定义

出售质量不合格商品，是指商家出售不符合国家标准、行业标准及企业标准的商品，或者出售不具备商品使用性能的商品，尚不构成严重违规行为情形。

二、内容概要

出售质量不合格商品，苏宁易购有权强制下架或删除商家所发布的不合格商品，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天。包含但不限于以下情形：

（1）鉴定为假冒商品，依据严重违规第四条，出售假冒、盗版商品的行为管控。

（2）质检一般违规，指不合格项目涉及商品一般功能及相关参数，如产品外观、材质、标签、性能、功效、物理指标等，情节严重的，按一般违规行为每次扣四至二十四分；情节严重的，按严重违规行为每次扣四至四十八分；情节特别严重的，按严重违规行为每次扣九十六分，**并扣除 2000 元/sku/次的违约保证金处罚。**

（3）质检严重违规，指不合格项目涉及商品核心功能及相关参数，如涉及危害人身财产安全的功能参数等，情节轻微的，按一般违规行为每次扣四至二十四分；情节严重的，按严重违规行为每次扣四至四十八分；情节特别严重的，按严重违规行为每次扣九十六分，**并扣除 4000 元/sku/次的违约保证金处罚。**

（4）商家二次上架出售不合格商品，按严重违规行为，每次扣四十八分。

《苏宁云台商家商品抽检管理规范》中有特别约定的，从其约定。

价格虚高解读及处理细则

一、规则定义

价格虚高，是指入驻苏宁云台的商家，如果在其他平台也有经营，所经营的同型号商品价格高于其他平台的行为。

二、内容概要

价格虚高的，视情节轻重程度，每次扣四至四十八分不等，搜索降权 15 天。

同型号商品在苏宁易购售价高于该商品在其他平台的售价，则按照以下情形进行管理：

（一）商品价格小于等于 500 元

1、若虚高率小于等于 2%，违规 SKU 数小于 5，则警告，并要求商家整改；若违规 SKU 数大于等于 5，则每次扣 4 分；

2、若虚高率大于 2%，违规 SKU 数小于 5，则每次扣 12 分；若违规 SKU 数大于等于 5，则每次扣 24 分，同时删除违规商品。

（二）商品价格大于 500

1、A 类商品

（1）若虚高率小于 2%，违规 SKU 数小于 5，则每次扣 4 分；若违规 SKU 数大于等于 5，则每次扣 8 分；

（2）若虚高率大于等于 2%小于 5%，违规 SKU 数小于 5，则每次扣 12 分；若违规 SKU 数大于等于 5，则每次扣 24 分；

（3）若虚高率大于等于 5%，违规 SKU 数小于 5，则每次扣 24 分；若违规 SKU 数大于等于 5，则每次扣 48 分，同时删除违规商品。

2、B 类商品

（1）若虚高率小于等于 2%，违规 SKU 数小于 5，则每次扣 4 分；若违规 SKU 数大于等于 5，则每次扣 8 分；

（2）若虚高率大于 2%，违规 SKU 数小于 5，则每次扣 24 分；；若违规 SKU 数大于等于 5，则每次扣 48 分，同时删除违规商品。

此外，除违规商品被执行删除处罚的情形外，所有违规商品需在苏宁易购通知整改之时起 1 小时内整改完毕，否则作下架处理。

附：价格虚高处罚一览表

商品价格（易购价）		虚高率	违规 SKU 数	违规纠正
≤500 元		≤2%	＜5	警告
			≥5	扣 4 分
		＞2%	＜5	扣 12 分
			≥5	扣 24 分+删除违规商品
＞500 元	A 类商品	＜2%	＜5	扣 4 分
			≥5	扣 8 分
		2%-5%	＜5	扣 12 分
			≥5	扣 24 分
		≥5%	＜5	扣 24 分
			≥5	扣 48 分+删除违规商品
	B 类商品	≤2%	＜5	扣 4 分
			≥5	扣 12 分
		＞2%	＜5	扣 24 分
			≥5	扣 48 分+删除违规商品

三、规则解读

（一）什么是 A 类商品，什么是 B 类商品？

A 类商品即单价较高的商品，主要为 3C 电器类，包括 OA 办公、冰洗、厨房卫浴电器、电脑、家用视听设备、生活电器、手机、数码照摄、智能设备、空调、珠宝首饰、乐器；

B 类商品单价较低，主要为百货类，包括家装建材及五金、汽车用品、工艺品、礼品、文化制品、服饰鞋帽、箱包皮具、眼镜、运动户外、钟表、成人用品、宠物食品及用品、家纺、食品及酒水、生活日用家庭清洁、母婴、美妆、3C 配件。

（二）什么是虚高率？

虚高率即同一型号商品的易购价高于该商品在其他平台最低售价的比率，计算公式为：同型商品（易购价- 其他平台最低价）/其他平台最低价×100%。

无货空挂解读及处理细则

一、规则定义

无货空挂，是指订单成交后，商家以库存不足为由拒绝发货，给苏宁易购和顾客体验造成不良影响的行为。

二、内容概要

商家发生无货空挂的，将按照以下情形进行管理：

因商品无货无法发出，消费者不同意取消订单仍要求发货的，商家应在自苏宁判责时起 24 小时内为消费者发货并提供发货快递单号，若消费者无法在判则后 48 小时内查询到订单的快递公司揽件跟踪信息，则苏宁有权认定该商品无货并下架该商品，且按照无货空挂进行处罚，扣两分，下架违规商品，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天。

描述不符解读及处理细则

一、规则定义

描述不符，是指买家收到的商品或经苏宁易购抽检的商品，与达成交易时商家的商品详情页面、商家在线客服等渠道中的商品描述不相符（包括商家夸大宣传），或商家未对商品瑕疵、保质期、附带品等必须说明的信息进行披露，妨害买家权益的行为。

二、内容概要

1、商家对商品材质、成分、品质等信息的描述与买家收到的商品严重不符，或导致买家无法正常使用的；首次违规，每次扣十二分，下架违规商品，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天；再次及以上违规，每次扣二十四分，同时苏宁云台将删除该描述不符商品；

2、商家未对商品瑕疵等信息进行说明或对商品的描述与买家收到的商品不相符，且影响买家正常使用的，每次扣十二分，同时苏宁云台将下架该描述不符商品，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天；

3、商家未对商品瑕疵等信息进行说明或商品的描述与买家收到的商品不相符，但未对买家正常使用造成实质影响的，每次扣四分，搜索降权 15 天；

4、被抽查的商品出现描述不符情形，情节特别轻微的，只删除商品信息不扣分。

三、规则解读

（一）达成交易时是指什么时候？

指顾客下单并成功支付的时候，货到付款的，是指顾客提交订单的时候。

（二）商品瑕疵怎么理解？

是指不影响商品本身功能和质量的小缺陷（例如：如衣服上的个别跳线）。

（三）附带品指什么？

指装箱清单中所列的所有物品。

（四）为什么商家要对商品瑕疵、保质期、附带品等必须说明的信息进行披露？

商家对商品瑕疵、保质期、附带品等信息进行清晰描述，为了让顾客可以从多方面了解清楚商品的情况，确保双方对商品描述都清楚了解，避免产生不必要的纠纷，因此商家必须对这些信息进行披露。

（五）商家描述不符的，同一买卖双方的一个订单多笔交易引起多次投诉怎么计算？

买卖双方的一个订单多笔交易引起多次投诉，合并成一个投诉进行处理。

（六）商品属性具体指哪些内容？

本条款中的商品属性是指除商品材质、成份之外的商品信息，包括商品名称、型号、重量、颜色、尺寸等内容。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

虚假交易解读及实施细则

一、规则定义

虚假交易，是指商家通过虚构或隐瞒交易事实、规避或者恶意利用信用记录规则等不正当方式获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论等不当利益，妨害买家权益、干扰或妨害苏宁易购信用记录秩序的行为。

二、内容概要

苏宁将根据商家违规行为的严重程度，扣除四至九十六分不等，搜索降权 15 天。同时苏宁易购对涉嫌虚假交易的商品以及虚假交易中产生的店铺评分与评价给予删除处理：

虚假交易违规处罚一览表：

<table>
<tr><th>虚假交易次数</th><th>扣分处罚</th><th>违规纠正</th><th>备注</th></tr>
<tr><td>第一次</td><td>一般违规行为，扣4分</td><td rowspan="6">删除虚假交易产生的商品销量、店铺评分、商品评价。对于情节严重的单品，苏宁易购有权对违规单品下架30天，多次发生的，下架时间滚动计算。情节特别严重的将屏蔽店铺。</td><td rowspan="6">由于商家套利的行为而对苏宁易购或友商造成损失的，平台有权冻结商家易付宝相应的涉案金额并通过划扣保证金和易付宝余额的方式追回损失。如保证金和易付宝余额不足赔付时，商家应自行支付额外的赔付金额。必要时苏宁易购有权追究商家法律责任。</td></tr>
<tr><td>第二次</td><td>一般违规行为，扣8分</td></tr>
<tr><td>第三次</td><td>一般违规行为，扣12分</td></tr>
<tr><td>第四次或以上</td><td>一般违规行为，扣24分</td></tr>
<tr><td>若商家短期内进行大规模虚假交易的</td><td>一般违规行为，视违规情节严重性最多扣24分</td></tr>
<tr><td>卖家发生以下任一情形：
1、存在手段恶劣、行为密集、规模庞大、后果严重、恶意对抗监管等特殊情节；
2、存在套券、套利的虚假交易；
3、为他人提供虚假交易服务。</td><td>严重违规行为，按照扰乱市场秩序进行处理。视违规情节严重性最多扣96分。</td></tr>
</table>

三、规则解读

（一）“不正当方式获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论等不当利益”，什么是不正当方式？

不正当方式是指商家通过非常规方式获得虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论等不当利益，包括但不限于以下方式：

1、商品

（1）发布纯信息，即无独立载体信息，包含但不仅限于如下情况：减肥秘方、赚钱方法、会员招募、商品知识介绍、免费信息以及购物体验介绍等等。

（2）发布免费获取低价商品，包含但不仅限于如下情况：从发行方获得或自主发行的优惠券、店铺券或资格权、免费商品、软件下载、电子刊物（凡是通过网络传输的一切电子商品）、电子邮件地址邀请等。

（3）在搭配套餐等打包销售形式的商品描述中有明确表示“仅部分商品会发货”的文字内容。

2、形式

（1）将一件商品拆分为多个不同形式或页面发布，包含但不仅限于如下情况：商品和商品的运费分开发布；一个商品拆分不同价格打包出售；

（2）将赠品打包出售或利用赠品提升信誉等；

（3）使用虚假的发货单号或一个单号重复多次使用；

（4）以直接或是间接的方式，变更商品页面信息、大幅度修改商品价格或商品成交价格等。

（5）以换商品形式累积销量或人气，包括但不限于如下情况：修改原有的商品的标题、价格、图片、详情、材质等使其变成另外一种商品继续出售；

（6）除抢/团购等特殊促销活动外，商家以限制买家购买商品的数量，包含但不仅限于如下情况：限制某件商品一个 ID 只能购买一件或几件，特殊市场另有规定的从其特殊规定；

（7）使用店铺券购买自己店铺内商品；

（8）其他构成虚假交易的形式。

3、手段

（1）朋友、同学、家人等相互进行线上购买；

（2）同个公司内部多个人反复多次购买同件商品；

（3）商家自己注册多个小号，购买自己发布的商品；

（4）商家利用第三方炒作团伙，或通过和别人协议交换购买；

（5）其他非正常交易手段。

4、如何理解“自买自卖”？

自买自卖包括但不限于上述“手段”（1）（2）（3）中所述情形。

（二）商家违反虚假交易规则，将会受到怎样的处理？

苏宁云台将根据商家违规行为的严重程度给予不同的处理，可参照上述《虚假交易违规处罚一览表》

（三）如何理解“下架违规单品 30 天，多次发生的，下架时间滚动计算”中的“下架时间滚动计算”？

举例说明：A 商品在 1 月 1 日、2 日、10 日分别被发现有虚假交易行为，则下架时间为 39 天。详细为：1 日开始应被下架 30 天（即截止 30 日），2 日开始应被下架 30 天（即截止 31 日），10 日开始应被下架 30 天（即截止至 2 月 8 日），故该商品的下架日期为 1 月 1 日至 2 月 8 日，总计 39 天。

（四）商家刻意规避苏宁易购监管发生虚假交易行为的或其虚假交易行为造成严重后果的

具体情形有哪些？

包括但不限于：

1、研究规避苏宁云台监管的虚假交易新模式，并加以传播或应用；

2、虚假交易情节特别恶劣，造成极不良影响，如短期内大量炒作，媒体曝光、遭受国家机关调查或处罚等。

3、为了规避平台佣金，刻意设置不合理的邮费进行虚假交易。

4、其他违反电商法的非正常交易违法行为。

（五）如何理解“短期内进行大规模虚假交易行为”?

该情形是指包含但不限于以下情形：

1）短期内炒作多笔，极快速获得销量、评价等不当利益等。

2）短期内通过虚假交易累计成交数额巨大的。

3）同一买家一次性购买超出该类目正常购买数量的商品

（六）商家“存在手段恶劣、行为密集、规模庞大、后果严重、恶意对抗监管等特殊情节“是指什么情形？

包含但不限于以下情形：

1、商家的虚假交易行为情节特别恶劣，造成极不良的社会影响；

2、研究规避苏宁监管的虚假交易新模式，并加以传播或应用；

3、通过大批量不当注册账户实施群体性虚假交易。

（七）商家若被判定为虚假交易，该如何申诉？

商家可在系统发出虚假交易违规通知之时起 3 天内，与对应运营部门，提交相应凭证进行申诉。若商品存在虚假交易行为被强制下架，可在商品下架期间内，与对应运营部门，提交相应凭证进行申诉。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2019 年 1 月 29 日

【生效时间】2019 年 2 月 6 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

滥发信息解读及处理细则

一、规则定义

滥发信息，是指商家未按法律规定、服务协议、平台规则等要求发布商品或信息，妨害买家权益的行为。

二、内容概况

滥发信息包括但不限于以下情形：

1、发布禁售信息

发布《苏宁云台禁售商品管理规范》及附件中构成一般违规的商品或信息的，具体依该规范执行。

2、发布广告信息

（1）在商品类、店铺装修区或苏宁云台门户类页面发布以下商品或信息的，苏宁易购有权删除商家所滥发的商品或信息，同时每件商品或每条信息扣两分：

①发布仅供欣赏的商品信息；

②发布品牌故事、行业知识或者纯粹贴图；

③以批发、代理、广告、海报、招商等形式发布的商品；

④发布仅提供商家联系方式、实体店铺地址和其它非出售商品的信息；

⑤利用苏宁在线客服系统或短信等群发重复的或未经请求的商家店铺消息、产品或服务消息等广告信息。

（2）发布或推送其他销售渠道信息

禁止商家在苏宁平台页面发布除苏宁易购网站之外的其他销售渠道信息，或在给买家发送的在线客服聊天信息、评价回复、短信信息、邮件、物流包裹及商品包装中包含、附带除苏宁易购网站之外的其他销售渠道信息的行为。

出现该违规行为的，情节轻微的，予以警告，并下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息；情节严重的，如在上述渠道发布第三方信息的，每次扣 4 分，并下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天，二次发现属实后删除；

情节特别严重的，如通过上述渠道引导消费者在苏宁平台以外进行交易的，按严重违规每次扣 24 分，并下架违规商品或者删除商家所滥发的商品或信息，整改完成恢复上架后，搜索降权 15 天，二次发现属实后删除。

3、发布重复/规避信息

使用以下不当方式发布商品或信息的，每件商品或每条信息扣两分，且苏宁易购有权删除商家所滥发的商品或信息：

（1）在禁止发布商品信息的门户、社区（如商品评价回复、晒单贴等）发布广告信息的（不包括为解答买家问题而发布的商品信息）；

（2）店铺中同款商品在同一时间以两个及以上商品编码发布的；

（3）以非常规的数量单位发布商品的；

（4）刻意规避苏宁云台商品 SKU 设置规则发布商品的；

（5）开设两家以上店铺且出售同样商品的；

（6）未经许可发布专营类目所属商品的；

（7）错用关键字或词：是指发布的商品或信息所使用的关键字、词错误或重复，造成买家购物困扰，但未涉及到虚假宣传或描述不符的。

对系统排查到的涉嫌违反第（2）、（6）目规定的商品，苏宁易购将在两个工作日内进行人工排查，人工排查期内给予单个商品苏宁易购网站下架处理。

对违反第（3）、（4）目规定的商品，同时给予单个商品苏宁易购网站下架处理直至商品整改完成后第三天恢复。

4、发布错误描述信息

在商品类页面发布以下错误描述的商品或信息，情节轻微未构成虚假经营或描述不符的，每件商品或每条信息扣两分；若在店铺装修区页面或活动页面发布的，情节轻微未构成虚假经营或描述不符的，每件商品或每条信息扣八分：

（1）商品信息中缺少标题、主图，或商品缺少所售商品本身的实物图片；

（2）商品品牌、名称、图片、价格、物流方式、邮费及售后服务等商品要素之间明显不匹配；

（3）商品名称等信息不实或者与本商品无关的；

（4）商品名称和图片未按照《关于商品主图基本规范及考核机制通知》和《苏宁云台商品发布规范》发布的；

（5）使用虚假的店铺评分、苏宁云台店铺类型或使用与店铺实际信息不符的标识；

（6）所发布的商品与类目或商品属性不符的；

（7）商品标题或描述中使用“驰名商标”、“免检产品”等国家禁止使用的用语作为宣传用语的。

对违反第四项中第（2）（3）（5）（6）目规定的商品，苏宁易购同时给予单个商品苏宁易购网站下架处理直至商品整改完成后第三天恢复。

5、好评返现

商家在店铺页面、商品详情页面、活动页等页面中出现或者利用云信、短信或配送包裹等形式推送“以物质或金钱承诺为条件鼓励、引导顾客进行“好评”的营销内容，包括但不限于：全五星返现、好评返现、好评免单、好评返红包、好评返优惠券、好评赠礼等。若出现以上行为。将依据《苏宁云台商家违规行为及处理规则》滥发信息违规情形处理。

6、商家发布除以上滥发信息情形之外其它有违公序良俗或《苏宁云台服务协议》的商品或信息的，苏宁易购可以对商品或信息进行下架或删除处理。

出现违反本条所规定的滥发信息行为的，苏宁易购有权采取删除商家所滥发的商品或信息。若商家发布除以上滥发信息情形之外其它有违法律规定、公序良俗和**《苏宁云台服务协议》**的商品或信息，苏宁易购可对商品或信息进行下架或删除。

三、规则解读

（一）发布《苏宁云台禁售商品管理规范》中构成一般违规行为的商品或信息，这里的一般违规行为有哪些情形？

详见《苏宁云台禁售商品目录及对应违规处理一览表》。

（二）如何理解“同款商品”？

同款商品是指商品标题、图片、重要属性、描述等完全相同或高度相似的商品。对于不同的商品，必须在商品的标题、描述、图片、重要属性等方面体现商品的不同，否则将被判定为重复铺货。

同款商品不允许发布的情况：

1、同款商品不允许不同颜色分别发布（如服饰、数码产品、网游、家电、汽车配件及饰品类商品）；

建议方案：因颜色不同影响到商品价格时可开设通子码，编辑对应颜色商品的价格；

2、同款商品不允许以大小规格不同分开发布（如男装、女装、童装、鞋靴类商品）；

3、同款商品不允许附带不同的附赠品或附带品分别发布（如数码产品、母婴、运动户外、汽车类商品）；

4、同款商品，通过更改其价格、时间、数量、组合方式及其它发布形式进行多次发布；

5、专车专用商品不允许不同车型分别发布（专车专用商品如专车专用脚垫、专车专用座套、专车专用后备箱垫、专车专用导航等）；

建议方案：

（1）如果不同车型，商品图片不一致，可分车型发布；

（2）一般商品图片、标题、描述有 80%相似，所选商品车型属性有重合，将判定为重复铺货，可选多个车型属性发布避免因车型重复铺货；

（3）非专车专用商品标专车专用发布，如雨刮、装饰性尾喉等；商家可按通子码发布商品避免重复铺货。

6、能适用于多款机型的通用型商品不允许不同机型分别发布，建议以搭配套餐形式发布（如 3C 配件、数码照摄类商品）；

7、服务类商品，不允许以相同价格、相同服务的不同表现形式发布；

情形 1：T 恤定制服务，价格相同的请以一件商品发布，花样可在描述中展示。

8、汽车用品、自行车类商品，相同属性或者相同性质的商品，以不同颜色，或者“适用于不同车型”而多次发布；

情形 2：“点缤喷漆大众宝来专用补漆笔”和“点缤喷漆雪佛兰专用补漆笔”商品实际是相同的，但以不同车型来分开发布。

（三）“以非常规的数量单位发布商品的”是什么意思？

指将商品的正常规格进行拆分后发布。

情形 1：纸巾的正常规格以“包”为单位，但商家拆分后以“张”为单位进行销售；窗帘的正常规格以“米”为单位，但商家拆分后以毫米为单位进行销售。

（四）如何理解“刻意规避苏宁云台商品 SKU 设置规则发布商品的”？

刻意规避苏宁云台商品 SKU 设置规则,是指商家滥用商品属性（如套餐,配件等）设置过低或者不真实的商品价格，使商品排序靠前（如价格排序）的行为，或者在同一个商品的属性选择区放置不同商品的行为。

刻意规避苏宁云台商品 SKU 设置规则，包括但不限于以下情形：

1、将常规商品和瑕疵品、单机、样品、模型等非常规商品放在一个商品链接里出售；

2、将常规商品和批发、缺货、换购、赠品、定金、订金等特殊商品放在一个商品链接里出售；

3、设置虚假的商品价格；

4、将常规商品和商品配件（如：手机和充电器，抱枕和枕套，单只鞋等）放在一个商品链接里出售；

5、将不同的商品放在一个商品链接里出售；

6、将材质款式规格等属性值不同的商品放在一个商品链接里出售；

7、将不同容量的 U 盘等存储设备放在一个商品链接里出售；

8、将正常出售和不支持出售（或非正常）的商品放在同一个商品链接里出售。

（五）商家可开设多个店铺，每个店铺出售的商品必须完全不同吗？

是的。如果商家开设的多个店铺中出现相同的商品，每个商品 SKU 扣 2 分，并且商家须在收到通知之时起 6 小时内，删除任意店铺的相同商品 SKU，仅允许一家店铺正常销售该商品。

（六）如何理解“专营类目”？

专营类目是指苏宁易购尚未对外公布或虽对外公布，但暂不招商的类目。

（七）什么样的图是实物图？哪些图片不算实物图？实物图需放置在哪里？

实物图是指本件商品本身的实拍图。

以下情况不算实物图：其他品牌物品图片、同款官网图、杂志图、或者其他网站所刊载的效果图等。

商品主图必须是实物图。

（八）商品要素之间明显不匹配主要有哪几种情况？

商品要素包括商品品牌、标题、图片、价格、属性、描述中的重要信息（如商品介绍、物流方式、运费、售后服务等），这些要素之间的彼此不匹配，都是违规的信息。

主要举例如下：

1、商品发布价格与商品描述中标注的价格不符；

情形 1：发布价格为 X 元，但是却在商品描述中标注产品其它价格的；

情形 2：商品的价格标 1 元，但实际却是 10 件起卖；

情形 3：利用低价吸引流量，引导到其他店铺下单；

2、邮费与商品实际承运市场价不符；

情形 4：商品的价格很低，但邮费却不切实际，如标价为 1 元，但邮费却是 50、100 元等。

3、标题与实际描述不符；

情形 5：标题是包邮的，但是实际描述是需要运费；

情形 6：标题是 15 天无理由退换货的，但实际描述表示不退换。

4、标题、图片与属性不符；

情形 7：标题和图片都是匡威鞋，属性里面有袜子，利用价格区间拉低价格，以吸引流量，如袜子价格 10 元，匡威鞋的价格是 200 元，将匡威鞋的价格设置为“10-200 元”。

（九）商品标题等信息不实或者与本商品无关有哪些情形？

1、乱用与本商品无关的品牌；

情形 1：使用与其他大牌比较的方式，如某运动品牌服饰的商品标题是“媲美阿迪达斯的 XX 商品”；

情形 2：使用热门明星名字或社会现象名词。

2、夸大或过度承诺商品效果及程度；

情形 3：全网最高、最低、最热等最高级描述；

情形 4：假一罚万、考试必过、N 天见效、无任何副作用、立竿见影、想瘦就瘦等夸大效果的描述；

情形 5：非药品进行药效功效类夸大宣传的。

3、关键词堆砌；

情形 6：标题中出现多种茶的名字，如某种茶叶商品的标题是“西湖龙井茶、绿茶、铁观音”；

情形 7：鲜花速递类商品要求买卖同城的，但商家在商品信息中写了多个配送地区，出现互斥。

（十）苏宁云台店铺类型是指什么？

苏宁云台店铺类型是指官方旗舰店、旗舰店、专营店。这三类称呼是苏宁云台店铺的特有称呼，不与三类店铺相对应的苏宁云台店铺，均不能在店铺、商品页面内使用三类店铺名称。

（十一）哪些情形属于使用与店铺实际信息不符的标识？

1、在店铺装修、商品发布页面等处使用虚假的信用等级标识（如 DSR 评分等）；

2、非苏宁商家在其店铺装修、商品发布页面等中使用苏宁的标识、图片等宣传标识的，如苏宁云台某电器商家的店铺页面有“苏宁电器”字样；

3、未参加大聚惠、闪拍等苏宁官方服务的商家，在其店铺装修、商品发布页面等处使用该服务的标识、图片等宣传标识的。

（十二）什么是商品与所发布的类目或属性不符？

1、属性不符：指发布商品时填写的品牌、规格等商品属性与商品标题或商品描述不符；

情形 1：将实际为兰蔻品牌的商品发布到鳄鱼品牌。

2、类目不符：指商品放置的类目与苏宁易购要求放置的类目不一致；

情形 2：将应该放在户外运动类目下的登山鞋放在了男装类目下。

（十三）如果由于苏宁云台类目设置错误或者调整，导致商家商品类目不符，会如何处理？

对于此类情况，苏宁易购将下架违规商品并警告，请商家尽快调整到正确的类目下。如果是明显恶意的或者同样商品多次被下架仍然错放类目的，比如放错的类目和应该放的类目差距甚远，明显没有任何关系，才会直接删除或扣分。

（十四）“对违反第四项中第二、三、五、六目规定的商品，苏宁易购同时给予单个商品苏宁易购网站下架直至商品整改完成后第三天恢复。”如何理解整改完成后第三天？

即商品整改完成 48 小时后。

（十五）商家若发布除上述滥发信息规定情形之外其它有违公序良俗的商品或信息，苏宁易购可对商品或信息进行临时性下架或删除。那么，什么是临时性下架或删除？

随 着苏宁云台和社会的发展，可能会出现某些新的、国家不允许的或网民普遍不认可的行为或信息，可能在本规则中没有涵盖但却又非常紧急、重要需要管控的。如果 出现上述情况，则苏宁云台可能会在没有通知的情况下，通过临时下架或删除的商品和信息的方式管控此类信息的传播，但是通常不会涉及到扣分。

（十六）商家使用人民币图案作为宣传素材，会受到哪些处罚？

商家未经中国人民银行批准，使用人民币图案进行宣传并经查证属实的，苏宁易购工作人员将会按照以下情形进行处罚：

1、在商品页使用人民币图案进行宣传的，每次扣 2 分，并要求商家整改；

2、在店铺页或广告页使用人民币图案进行宣传的，每次扣 8 分，并要求商家整改。

商家未经中国人民银行批准使用人民币图案进行宣传的，苏宁易购按照**《商家管理规范》**进行处罚后，并不免除商家因违反**《中华人民共和国人民币管理条例》**而需承担的法律责任。

（十七）商家邀请用户进行评价是不是也属于好评返现？

邀评行为是被平台认可的，但以免单、返现等给与物质或金钱方式引导用户好评的行为是被禁止的，例如全五星返现、好评返现、好评免单等，规避非客观评价影响其他用户购买判断。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2019 年 1 月 22 日

【生效时间】2019 年 1 月 29 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

虚假发货解读及处理细则

一、规则定义

虚假发货，是指商家将无效快递单号传至苏宁云台系统，及/或买家实际收到空包裹或收到商品与页面描述严重不符，导致买家权益受到损害的行为。

二、内容概要

有如下情形之一的，视为虚假发货：

1、有以下情形之一的：每单扣四分。

（1）商家将买家订购商品的快递运单号上传至苏宁云台系统的 24 小时内（以苏宁云台系统内记录的时间为准），消费者查询不到订单的快递公司揽件跟踪信息的。

（2）商家上传的商品物流单号，在相应物流公司官网存在异常、重复物流信息。

（3）商家上传的商品物流单号对应的收件地址与消费者订单显示的收货地址不符。

（4）商家填写的发货物流信息与卖家实际收到物流不一致的。

（5）其他订单物流信息异常的情形。

2、有以下情形之一的：每单扣十二分。

（1）商家上传订单物流单号后，消费者收到空包裹的。

（2）顾客实际所收商品与商家页面描述严重不符的。

（3）其他情节严重的情形。

3、虚假发货考核不与其他违规行为考核相斥。

三、规则解读

（一）“客查询不到订单的快递公司揽件跟踪信息或物流信息异常、重复的”具体指哪些情况？举例说明。

举例：顾客购买商品后，根据商家提供的发货快递单号，在该快递物流公司系统中，均无法查询到该快递单号的任何物流信息的，视为虚假发货。

顾客购买商品后，根据商家提供的发货快递单号，在相应快递物流公司系统中，查询到该快递单号对应的物流信息与顾客实际收货信息明显不一致的，如顾客实际收货地址在南京，而该物流信息却显示发往北京(后经证实确需长途中转的除外)，视为虚假发货。

（二）“客实际所收商品与商家页面描述严重不符的”具体指那些情形？举例说明。

举例：顾客购买商品后，收货时仅收到商品包装盒或附件，视为虚假发货，每单扣十二分。

恶意骚扰解读及处理细则

一、规则定义

恶意骚扰，是指商家采取恶劣手段骚扰顾客，妨害顾客合法权益的行为。

二、内容概要

恶意骚扰，包括但不限于以下情形：

因买卖双方在退款、投诉或评价等方面产生纠纷，商家多次恶意致电顾客或者给顾客发送垃圾信息，甚至辱骂顾客，干扰顾客休息或正常生活的行为。

恶意骚扰的，每次扣十二分。

三、规则解读

（一）商家恶意骚扰顾客，联系方式从何而来？

这里的联系方式包括但不限于电话号码、QQ、邮箱账号等通讯信息，商家获取的这些联系方式主要有以下途径：

1、商家利用顾客与之达成交易的订单信息中的联系方式；

2、商家未与顾客达成交易，但是在和顾客的聊天过程中获取到相关的联系方式；

3、其他渠道获取的联系方式。

（二）“顾客”包括哪些人员？

顾客包括买家及其他利益相关人员，包括账号所有人、收货人、付款人或者前述人员的亲属、朋友。

（三）如何理解“垃圾信息”？

所谓“垃圾信息”，是指对顾客无用、甚至有害的信息或其传播会给社会带来负面影响的信息。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

客诉处理超时解读及处理细则

一、规则定义

客诉处理超时，是指商家未在苏宁客服规定时间节点内处理客诉，甚至引起顾客二次及以上投诉，或商家处理客诉不达标，妨害顾客权益的行为。

二、内容概要

客诉处理超时的，每次扣两分，单日累计扣分最多不超过二十四分。

处理客诉超时，包括但不限于以下情形：

1、顾客投诉或苏宁客服代客投诉后，商家没有在系统规定时间内回复客诉，这里系统规定时间是 24 小时；

2、苏宁客服介入后，商家未在苏宁客服规定时间节点内处理客诉。

三、规则解读

（一）如何理解“客诉处理超时”中“处理”二字？

处理，是指消费者在线投诉后，商家在规定时间内积极响应、在线回复消费者的投诉或疑问，并不要求商家直接给出投诉处理结果。

（二）如何理解“单日最多扣分不超过二十四分”？

该条款仅指商户单日因“客诉处理超时”这一违规行为处罚扣分最多不超过 24 分，如苏宁易购工作人员在核实到某商家在 10 月 1 日累计产生客诉 20 单，其中 15 单超时未回复，根据本规则，苏宁最多只能扣除商家 24 分而不是 30 分。

同时商家因其他违规行为被扣除的分值，不计算在本规则最高扣分范围内。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

不当使用他人权利解读及处理细则

一、规则定义

不当使用他人权利，是指商家所使用的宣传推广内容，涉及侵害他人商标权、专利权、著作权等权利的行为。

二、内容概要

1、违规情形

不当使用他人权利的，包括但不限于以下情形：

（1）商品名称、宣传用语、详情介绍等对外推广用语中未经授权使用他人商标的；

（2）商家店铺名称未经许可使用他人商标，且该店铺销售的产品或提供的服务与该注册商标注册的类别相同或类似的；

（3）商家在店铺域名中使用他人注册商标相同的字符，且该店铺销售的产品或提供的服务与该注册商标注册的类别相同或类似的；

（4）商品宣称具备某项专利但实际不具备或具备专利但未公示专利号或虽公示专利号但实际错误的；

（5）商品外包装、推广画面、宣传资料等未经授权使用他人权利作品的；

（6）其他侵害他人商标权、专利权及著作权的行为的不当使用他人权利的。

2、违规处罚

不当使用他人权利的，每次扣两分；同一权利人在三天内对同一商家的投诉视为一次投诉，同时苏宁易购有权对商家所发布的不当使用他人权利的商品及信息进行删除。

三、规则解读

（一）为什么“同一权利人在三天内对同一商家的投诉视为一次投诉”？

因处理投诉和商家整改需要时间，因此，苏宁易购将同一权利人在三天之内就权利人提出的投诉均视为一次投诉，此期间内时间在后的投诉将视为对之前投诉的补充，而不视为再次投诉。

同时，同一权利人在三天内对同一商家的同一类型的侵权投诉（包括但不仅限于：专利权，版权，商标权）视为一次投诉。

此规定旨在鼓励投诉人一次列明被投诉商家店铺中存在的所有侵权信息，提高投诉处理效率。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

不当注册解读及处理细则

一、规则定义

不当注册，是指商家通过软件、程序等方式，大批量注册苏宁易购网站账户，或通过已注册的苏宁易购网站账户，滥用会员权利损害他人合法权益、妨害苏宁云台运营秩序的行为。

二、内容概要

不当注册，每次扣二十四分。

苏宁易购有权对使用软件、程序方式大批量注册而成的账户进行查封；并对滥用权利导致的订单予以关闭。

对于排查到的涉嫌不当注册的商家，苏宁易购将视情节采取公示警告、身份验证、限制网站登录、限制登录苏宁易购在线客服系统、限制买家行为、限制发起投诉、延长交易超时等违规处理措施。

三、规则解读

（一）通过已注册的苏宁账户，滥用会员权利损害他人合法权益、妨害苏宁云台运营秩序的行为，具体指什么？举例说明。

指会员通过注册的苏宁账户，滥用购买商品、申请退款、发起投诉或索赔等会员权利，损害他人合法权益，妨害苏宁云台运营秩序的行为，包括但不限于以下情形：

1、利用他人的违规行为，以发起投诉等手段，谋取额外财物或其他不当利益的；

2、通过使用无效的或不准确的收货地址和（或）收货人信息，导致其他商家无法按时发货等手段，从而出现违规情形，妨害苏宁云台运营秩序的；

3、利用一个或多个账户，在短时间大量购买商品不付款，导致其他商家商品暂不销售，影响苏宁云台正常经营秩序的。

（二）为什么不当注册的纠正是查封账户？

因为会员是以不恰当的方式获得了大量账户，对苏宁云台的运营秩序产生了不良的影响，所以对这些账户进行查封，才能消除不当注册行为产生的影响。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

发布非约定商品解读及处理细则

一、规则定义

发布非约定商品，是指商家通过苏宁云台发布或出售未经苏宁易购允许的品牌或类目商品的行为。

二、内容概要

商家发布非约定商品的，视情节严重程度，可以扣除四到二十四分不等，同时苏宁易购对商家所发布的非约定商品或信息进行删除处理。

1、发布非约定商品包含但不限于以下情形：

（1）未经苏宁易购允许的品牌的商品；

（2）在某个类目发布未经苏宁易购允许的品牌的商品。

2、商家发布未经苏宁易购允许品牌的商品，将按照以下细则进行处理：

（1）违规商品 SKU 数小于 5，每次扣 2 分；

（2）违规商品 SKU 数大于等于 5 小于 10，每次扣 6 分；

（3）违规商品 SKU 数大于等于 10 小于 30，每次扣 12 分，并屏蔽店铺 1 天；

（4）违规商品 SKU 数大于等于 30，每次扣 24 分，并屏蔽店铺 3 天。

附：发布非约定商品处罚一览表：

<table>
<tr><td colspan="4">发布非约定商品•严重违规</td></tr>
<tr><td>违规情形</td><td>违规商品 SKU 数</td><td>扣分处罚</td><td>违规纠正</td></tr>
<tr><td rowspan="4">通过苏宁云台发布或出售未经苏宁易购允许的品牌的商品</td><td>＜5</td><td>扣 2 分</td><td rowspan="4">限期补足品牌资质
否则删除违规商品</td></tr>
<tr><td>5-10（不含）</td><td>扣 6 分</td></tr>
<tr><td>10-30（不含）</td><td>扣 12 分+屏蔽店铺 1 天</td></tr>
<tr><td>≥30</td><td>扣 24 分+屏蔽店铺 3 天</td></tr>
</table>

三、规则解读

（一）什么叫通过苏宁云台发布或出售未经苏宁易购允许的品牌或类目的商品？

1、经苏宁易购允许，商家可以发布或出售某类目 A 和 B 品牌，但实际发布或出售该类目 C 品牌商品，且商家实际持有 C 品牌方和商标持有人授权。

例如：商家被允许在苏宁易购发布或出售三星手机，未提交联想品牌资质，但发布或出售联想手机（实际具有联想手机品牌方授权）；

2、经苏宁易购允许，商家可以发布或出售 A 类目下 B 品牌，但实际发布或出售 C 类目 B

品牌商品，且商家实际持有 C 类目 B 品牌的品牌方和商标持有人授权。

例如：商家被允许在苏宁易购手机类目下发布或出售三星手机，无彩电类目授权，但发布或出售三星彩电（实际具有三星彩电品牌方授权）。

（二）发布非约定商品与错放类目商品的区别是什么？

经苏宁易购允许，商家可以在 A 类目和 B 类目下发布 X 品牌的商品，根据类目属性 X 品牌商品应该发布在 A 类目下，但商家将该商品发布在 B 类目下，则属于放错类目；未经苏宁易购允许，商家在 A 类目或者 B 类目下发布 X 品牌的商品，均属于发布非约定商品。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

描述不符的认定和处罚的规则与实施细则

一、“达成交易时”是指什么时候？

指买家拍下商品的时候。

二、“商品瑕疵”怎么理解？

是指不影响商品本身功能和质量的小缺陷（例如：如衣服上的个别跳线）

三、“附带品”指什么？

指产品包装清单中所列的所有物品。

四、为什么商家要对商品瑕疵、保质期、附带品等必须说明的信息进行披露？

商家对商品瑕疵、保质期、附带品等信息进行清晰描述，为了让买家可以从多方面了解清楚商品的情况，确保双方对商品描述都清楚了解，避免产生不必要的纠纷，因此商家必须对这些信息进行披露。

五、商家描述不符的，同一买卖双方的一个订单多笔交易发起多次投诉怎么计算？ 买卖双方的一个订单多笔交易发起多次投诉，合并成一个投诉进行处理。

六、商品材质、成份、品质信息描述与买家收到的商品 “严重不符”是指什么？

商家对商品材质、成份信息的描述与买家收到的商品“严重不符”包括但不限于以下情形：

1、商品描述或者标识标注（以下简称标称值）为纤维（包括棉、麻、粘纤、锦纶、涤纶、羊毛等）的，实际材质、成份结果存在以下任一情形的：

（1）标明的纤维含量＞10%，偏差超过 5%；

（2）标明的纤维含量≤10%，偏差超过 3%；

（3）当某种纤维标明的含量≤3%时，实际含量为 0；

（4）当标称值的仅有一种纤维，如标明“全”、“纯”、“100%”等字样表示纤维含量，纤维含量中存在其他任何成分的；其中，如标称值是全、纯、100%羊绒的，羊绒成分含量小于 95%的，或者羊绒成分含量大于等于 95%，但差值部分材质非羊毛的。

2、商品描述或者标识标注的填充物为纤维（包括棉、麻、粘纤、锦纶、涤纶、羊毛等）、实际材质、成分结果在以下任意情形：

（1）标明的纤维含量＞20%，偏差超过 10%；

（2）标明的纤维含量≤20%，偏差超过 5%；

（3）标明的纤维含量≤5%，实际含量为 0；

（4）当标称值的仅有一种纤维，如标明“全”、“纯”、“100%”等字样表示纤维含量，纤维含量中存在其他任何成分的；其中，如标称值是全、纯、100%羊绒的，羊绒成分含量小于 95%的，或者羊绒成分含量大于等于 95%，但差值部分材质非羊毛的。

3、商品描述或者标识标注为羽绒（包括白鸭绒，灰鸭绒，白鹅绒，灰鹅绒等）的，实际材质、成份结果存在以下任一情形的：

（1）标称值中羽绒种类为鹅绒（包括白鹅绒、灰鹅绒）的，鸭毛含量超过毛片总量的 15%,，或鸭绒含量超过绒子总量的 15%；

（2）标称值中羽绒种类为白绒（白鹅绒、白鸭绒），异色毛绒、陆禽毛含量超标；

（3）羽绒服装含绒量以标称值为基准，含绒量偏差＜-3%，或绒子含量＜含绒量标称值的 90%；羽绒寝具用品（标称绒子含量≥50%）绒子含量以标称值为基准，绒子含量偏差＜-5%；羽毛寝具用品（标称绒子含量＜50%），偏差＜-3%。

（4）充绒量或填充物质量偏差以标称值为基准，偏差＜-5%。

4、商品描述或者标识标注为皮革（如羊皮、牛皮等）的，实际材质、成份存在以下任一情形：

（1）以牛皮革类商品举例：标注“牛皮革”或者“头层牛皮革”，检验结果为牛剖层革，牛剖层移膜革，牛剖层绒面革。

（2）标注聚氨酯（PU）人造革（或合成革），检验结果为聚氯乙烯（PVC）人造革（或合成革）。

5、商品描述或者标识标注为葡萄酒的，实际存在以下任一情形的：

（1）产地、产区描述与实际不符，如商品描述为法国波尔多地区，实际非该产区的；

（2）葡萄酒中掺入外源水、糖、CO2 等的情形，法规规定的限量内少量添加以满足工艺需求的除外。

6、“保健食品/膳食营养补充食品”、“传统滋补营养品”类目下的商品存在以下任一情形的：

（1）经检测，商品标签或页面描述与实际成份不一致，或掺入其他物质的。如商品描述为蜂蜜，实际检测掺入 C3、C4 植物糖的，且未在商品标签中进行说明的，法规规定的限量内少量添加以满足工艺需求的除外；商品描述含有灵芝成分，实际检测无灵芝的；

（2）商品描述为带有溯源码的干燕窝，但在实物商品中并未带有溯源码，或通过中国燕窝溯源管理服务平台（http://ebn.caiq.org.cn/）查询该溯源码不存在或者不相符的。

7、除以上情形外，国家、行业标准就材质、成份等有其他明确规定的从其规定。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2017 年 10 月 23 日

【生效时间】2017 年 10 月 30 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

SKU 不足解读及处理细则

一、规则定义

SKU 不足，是指入驻苏宁云台的商家，如果在其他平台有经营，在苏宁云台所经营的商品 SKU 数量少于其他平台同一品类商品 SKU 数量。

二、内容概要

SKU 不足的，每次扣四分，情节严重的，每次扣二十四分。

同一店铺在其他平台有经营的，若在苏宁云台的 SKU 数量小于该店铺在其他平台的 SKU 数量，将按照以下情形进行管理：

（一）电器类商品

1、苏宁易购 SKU 数小于等于 10

（1）若 SKU 不足率小于等于 10%，商家须在收到苏宁易购通知之时起 24 小时内补足 SKU；

（2）若 SKU 不足率大于 10%，每次扣 4 分，商家须在收到通知之时起 24 小时内补足 SKU；

2、苏宁易购 SKU 数大于 10 小于等于 50

（1）若 SKU 不足率小于等于 5%，每次扣 4 分，并须在收到通知之时起 24 小时内补足 SKU；

（2）若 SKU 不足率大于 5%，每次扣 24 分，商家须在收到通知之时起 24 小时内补足 SKU；

3、苏宁易购 SKU 数大于 50

（1）若 SKU 不足率小于等于 3%，每次扣 4 分，并须在收到通知之时起 24 小时内补足 SKU；

（2）若 SKU 不足率大于 3%，每次扣 24 分，商家须在收到通知之时起 24 小时内补足 SKU；

（二）非电器类商品

1、苏宁易购 SKU 数小于等于 100

（1）若 SKU 不足率小于等于 10%，商家须在收到苏宁易购通知之时起 24 小时内补足 SKU；

（2）若 SKU 不足率大于 10%，每次扣 4 分，商家须在收到通知之时起 48 小时内补足 SKU；

2、苏宁易购 SKU 数大于 100 小于等于 500

（1）若 SKU 不足率小于等于 5%，每次扣 4 分，并须在收到通知之时起 24 小时内补足 SKU；

（2）若 SKU 不足率大于 5%，每次扣 24 分，商家须在收到通知之时起 72 小时内补足 SKU；

3、苏宁易购 SKU 数大于 500

（1）若 SKU 不足率小于等于 3%，每次扣 4 分，并须在收到通知之时起 24 小时内补足 SKU；

（2）若 SKU 不足率大于 3%，每次扣 24 分，商家须在收到通知之时起 72 小时内补足 SKU；

此外，商家需在各类情形规定整改时效内进行 SKU 补足，否则将屏蔽店铺，直至商家整改完毕。

附：SKU 不足处罚一览表

SKU 不足				
商品属性	易购 SKU 数	SKU 不足率	违规纠正	整改时效
电器类商品	≤10	≤10%	警告	24H
		＞10%	扣 4 分	24H
	10-50	≤5%	扣 4 分	24H
		＞5%	扣 24 分	24H
	＞50	≤3%	扣 4 分	24H
		＞3%	扣 24 分	24H
非电器类商品	≤100	≤10%	警告	24H
		＞10%	扣 4 分	24H
	100-500	≤5%	扣 4 分	24H
		＞5%	扣 24 分	24H
	＞500	≤3%	扣 4 分	24H
		＞3%	扣 24 分	24H

三、规则解读

（一）哪些是电器类商品，哪些是非电器商品？

电器类商品主要包括：OA 办公、冰洗、厨房卫浴电器、电脑、家用视听设备、生活电器、手机、数码照摄、智能设备、空调类目下的商品；

非电器类商品主要包括：家装建材及五金、汽车用品、工艺品、礼品、文化制品、服饰鞋帽、箱包皮具、眼镜、运动户外、钟表、成人用品、宠物食品及用品、家纺、食品及酒水、生活日用家庭清洁、母婴、美妆、3C 配件、珠宝首饰、乐器类目下的商品。

（二）什么是 SKU 不足率？

SKU 不足率是指同一经营主体在苏宁易购在线商品数低于该主体在其他平台最高在线同品类商品数比例。

计算公式为：同店铺（其他平台最高 SKU 数-苏宁易购 SKU 数）/其他平台最高 SKU 数×100%

（三）商家的主营类目是服饰鞋帽，在苏宁易购开的店铺里有 100 个 SKU，在天猫开的店有 150 个 SKU，这样违规吗？

SKU 不足率=(150-100)/150=33%，主营非电器类商品，苏宁易购 SKU 数小于等于 100，商家的 SKU 不足率为 33%，高于 10%，属于 SKU 不足，扣 4 分，同时商家须在收到通知之时起 48 小时内补足 SKU。

【发布方】江苏苏宁易购电子商务有限公司

【发布时间】2016 年 7 月 4 日

【生效时间】2016 年 8 月 1 日

【说明】本规范自发布时起公示 7 日，并在公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间生效，如有修改，将另行公示。

违背承诺解读及处理细则

一、规则定义

违背承诺，是指商家未按照承诺向买家提供以下服务，妨害买家权益和/或未按照承诺向苏宁及其关联公司履行以下义务的行为。

二、内容概要

商家须继续履行法定或约定的如实描述、赔付、退换货、维修、交付发票等义务，包含但不限于以下情形：

1、违反了《苏宁易购服务协议》中关于消费者权益保障要求的，每次扣十二分；

2、商家就已付款订单或特殊情形下对应的商品或服务有未履行的其它承诺的，每次扣八分；

3、商家未按照承诺的方式或者拒绝提供发票，发票未发，首次违规的，扣 4 分；再次及以上违规的，每次扣 12 分；发票信息错误的，每次扣 2 分；提供虚假发票的，每次扣 24 分；

4、消费者收到的商品与达成交易时的订单商品明细存在少配件、少赠品，少商品等情形，每次扣八分，商家需在 48 小时内补发；

5、交易订立过程中商家自行承诺承担发货或退换货的运费，但实际未履行的，或质量问题退货，商家拒绝承担退货运费的，每次扣八分；

6、商家未按约定向买家提供退换货、维修、保修等售后服务的，每次扣八分；

7、加入苏宁易购官方活动的商家，未按照活动要求（除发货时间外）履行的，商家须按照活动要求履行，每次扣十二分；

8、在交易纠纷中，苏宁易购介入判定商家应承担后续义务和责任，但商家拒绝承担的，每次扣十二分；

9、商品在平台展示为上架销售状态且有足够库存，买家付款成功后商家未经消费者同意取消订单且买家投诉的，每次扣八分。

商家公示或发布的相关规则、规范等属于格式条款，免除商家责任、加重买家责任、排除买家主要权利或显失公平的的条款无效，如：请勿给差评，否则不予售后等。

三、规则解读

（一）如何理解“违反了《苏宁云台服务协议》中关于消费者权益保障要求的，每次扣十二分”？

该情形是指苏宁易购判定商家应该承担“商品如实描述”、“商品三包保障”、“正品保障”、“7 天无理由退换货”等消费者权益保障责任，但商家拒绝承担的。

（二）售后保障指什么？什么情况下会判定成立？

包括但不仅限于以下售后服务：商品退换货、售后维修、保修、返修等。判定成立依据是商家未在约定时间内/地点及时提供安装、维修等售后服务。

（三）苏宁云台营销活动是指哪些？活动要求在哪里可以看到？

苏宁云台营销活动是指由苏宁易购发起并组织的，由苏宁易购统一协调主题、形式、内容、时长、参与商家或商品以及后续服务的活动。包括但不限于：网站常规推广或促销活动，如 818 年中庆、020 购物节等；网站不定期推广或促销活动，如保暖季推广活动等。

每个官方活动，会在该活动页面详细说明活动规则、活动要求，所有参加活动的商品必须符合活动要求，所有参与活动的商家必须遵守活动承诺。

（四）商家就已付款订单或特殊情形下对应的商品或服务有未履行的其它承诺，具体指什么？

主要指商家与顾客之间存在已付款订单，但商家未履行其在店铺、商品描述、苏宁易购在线客服系统聊天中所做的承诺；或未履行与顾客所达成的对交易的补充及变更约定，且该约定与规则的强制性规定无冲突，包括但不仅限于以下情形：

①交易订立过程中，商家承诺给予顾客赠品等交易商品之外的物品，但实际并未赠与；

②交易订立过程中，商家自行承诺退换货、包维修等服务，但实际未履行的；

③交易订立过程中，商家自行承诺承担发货或退换货的运费，但实际未履行的；

④交易订立过程中，商家自行承诺或与顾客约定特定运送方式，特定运送物流、快递公司等，但实际未遵从相关承诺或约定的；

⑤商家拒绝给予顾客，其曾在交易过程中与之达成的对商品价格的个别优惠或折扣。对于该优惠或折扣价格的有效期，如双方已有约定的则遵从约定；双方未约定的，则有效期应视为商家给出优惠或折扣价格的当日。顾客在有效期内下单且完成付款，即可享受约定的优惠或折扣。

（五）已付款订单具体指什么？

是指交易状态为支付成功、因退款导致交易关闭的订单。

（六）苏宁易购对违背承诺投诉的处理原则是什么？

1、苏宁易购依据买卖双方举证情况进行判定；

2、在未建立订单或建立订单但未付款状态下，顾客对商家进行违背承诺投诉的，苏宁易购

不予处理。

（七）如何理解“发票未发”？

顾客在苏宁易购下单付款成功后，商家应当将发票随货物一起在苏宁云台规定时间或买卖双方约定时间内寄出；对于发票没有随货物一起寄出，商家应当在顾客申请补寄发票之日起 10 日内将发票寄出，补寄费用由商家自行承担；商家和顾客另有约定的，从其约定。

（八）什么样的情况属于商家拒绝提供或者拒绝按照承诺的方式提供发票？

1、顾客索取发票时，明确告知不提供；

2、顾客索取发票时，要求顾客额外支付钱款才提供发票；

3、销售商品的为 A 商家，但顾客收到的发票开具人或公章显示 B 公司；

4、商家未按照顾客符合法律法规规定和平台公示的规则并在订单中达成的发票开具要求提供的，如双方达成一致开具增值税发票，但商家向顾客开具普通发票的；

5、商家自行设定无法律法规依据提供发票的额外条件，包括但不限于拒绝提供商品退换货服务等。

（九）哪些属于特定商品无须提供发票？为什么？

特定商品指移动/联通/电信充值中心商品。该类目是话费充值虚拟业务，充值是预付费业务，发票是需要消费后以月账单形式提供。

（十）顾客在苏宁易购上充值话费，话费发票报销怎么办？

商家可引导顾客凭身份证到运营商实体营业店开具发票。



封面设计：IDC 苏宁创意设计中心

苏宁易购规则：https://rule.suning.com/portals/index.htm