

ICS 67.120.10

CSS 053

团体标准

T/NXZX 031-2024

牛羊肉电商销售质量服务规范

Beef and mutton e-commerce sales quality service specifications

2024-12-04 发布

2024-12-12 实施

宁夏质量技术协会 发布

目 次

1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 商品质量保障	2
5 信息展示与广告宣传	3
6 销售与服务流程	4
7 售后服务与投诉处理	5
8 知识产权与品牌建设	6

前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由宁夏质量技术协会归口。

本文件由宁夏伊塞电子商务有限公司提出。

本文件起草单位：宁夏伊塞电子商务有限公司、宁夏宁彝源牛羊肉有限公司、宁夏博展农业科技有限公司、宁夏宁彝源农牧科技有限公司。

本文件主要起草人：纪泽欣、纪成军、杨纯玲、纪泽文、杨瑞、杨凯燕、杨冲、王倩、隋东茂、黄金梅、闫飞宇。

牛羊肉电商销售质量服务规范

1 范围

本文件规定了牛羊肉电商销售的质量服务要求，包括商品质量保障、信息展示与广告宣传、销售与服务流程、售后服务与投诉处理、知识产权与品牌建设等方面的要求。

适用于从事牛羊肉电商销售的所有经营主体或销售平台。

2 规范性引用文件

下列文件对本文件的应用是必不可少的。凡日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括有的修改单）适用于本文件。

GB 2707-2016 食品安全国家标准 鲜（冻）畜、禽产品
GB 2762-2022 食品安全国家标准 食品中污染物限量
GB 2763-2021 食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量
GB/T 19012 质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南
SB/T 11052 电子商务售后服务评价准则

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

牛羊肉电商销售 beef and mutton e-commerce sales

指通过电子商务平台进行的牛羊肉销售活动。

3.2

商品质量保障 commodity quality guarantee

指确保所售牛羊肉符合质量标准和安全要求的一系列措施。

3.3

信息展示与广告宣传 information display and advertising promotion

指在电子商务平台上展示商品信息和进行广告宣传的行为。

3.4

售后服务与投诉处理 after-sales service and complaint handling

指销售后提供的服务和对消费者投诉的处理。

3.5

知识产权 intellectual property

指智力创造成果依法享有的专有权利，包括专利、商标、著作权等。

3.6

品牌建设 brand building

指通过一系列策略和活动，提升品牌知名度、美誉度和忠诚度的过程。

4 商品质量保障

4.1 指标要求

主要指标应符合GB 2707-2016要求，见表1。

表 1 主要指标要求

指标	要求	牛肉	羊肉
感官指标	色泽	肌肉有光泽，红色均匀，脂肪洁白或淡黄色	肌肉色泽鲜红或深红，有光泽，脂肪呈白色或乳黄色
	气味	具有鲜牛肉或冻牛肉正常的气味，无异味、臭味或氨味等不良气味	具有羊肉特有的膻味，无异味、臭味或其他不良气味
	质地	肉质紧实，有弹性，指压后凹陷立即恢复	肉质坚实而有弹性，指压后凹陷立即恢复
理化指标	水分含量/%	≤77	≤78
	蛋白质含量/%	≥20	≥18
	PH 值	5.8~6.4	6.0~6.5
	脂肪含量/%	4~20	5~25

4.2 商品质量基本要求

4.2.1 新鲜度

所售牛羊肉必须新鲜，无异味、无变质。所有产品直接从农场或养殖场采购，确保产品的新鲜度。在采购过程中，严格控制采购渠道，确保牛羊肉从源头到餐桌的每一个环节都符合新鲜度要求。同时，采用冷链运输方式，确保牛羊肉在运输过程中的新鲜度不受影响。

4.2.2 安全性

符合GB 2763-2021标准要求，无农药残留、重金属超标等问题。销售生鲜牛羊肉需要遵守当地的食品安全法规和相关法规。商家按批次对牛羊肉进行安全检测，确保产品符合食品安全标准。

4.2.3 产地证明

提供牛羊肉的产地证明，确保来源可追溯。产品标识标明食用农产品的产地，减少信息不对称。商家确保所售牛羊肉的产地信息真实可靠，不得提供虚假产地证明。

4.2.4 检疫证明

提供牛羊肉的检疫证明，确保产品经过严格检疫。牛羊肉作为动物性食品，需要提供相应的动物检疫证明。商家在销售前对牛羊肉进行严格的检疫，确保产品符合相关检疫要求。

4.3 商品包装要求

4.2.1 包装材料

符合食品接触材料卫生标准，且适合农产品特性，不影响质量和食品安全。商家选择符合卫生标准的包装材料，确保牛羊肉在包装过程中不受污染。同时，包装材料具有良好的保鲜性能，以延长牛羊肉的保质期。

4.2.2 包装容器

内包装采用符合食品安全标准的塑料薄膜，外包装选择坚固、耐用的包装容器，确保牛羊肉在运输和储存过程中不受损害。同时，包装容器保持清洁、无异味，避免对牛羊肉造成污染。

4.2.3 包装方式

保证农产品新鲜度和质量，方便储运和销售，减少损耗。商家根据牛羊肉的特性选择合适的包装方式，如真空包装、气调包装等，以延长牛羊肉的保质期和保持其新鲜度。同时，包装方式方便储运和销售，减少损耗。

4.2.4 标识要求

品名、产地、生产日期、保质期、生产者或销售者名称等信息明确、准确。商家在包装上清晰标注牛羊肉的品名、产地、生产日期、保质期等信息，确保消费者能够准确了解产品的基本情况。同时，生产者或销售者名称也明确标注，以便消费者进行追溯和维权。

4.4 商品检测与认证

4.4.1 食品安全检验检测

应符合GB 2762-2022要求，所有牛羊肉在上架前经过第三方权威机构的食品安全检测，包括但不限于农药残留、重金属、微生物等指标。商家委托具有资质的第三方权威机构对牛羊肉进行食品安全检测，确保产品符合相关标准。同时，商家定期对在售牛羊肉进行抽检，确保产品质量持续稳定。

4.4.2 定期抽检

定期对在售产品进行抽检，频率不低于每季度一次，确保产品持续符合食品安全标准。商家建立完善的抽检制度，定期对在售牛羊肉进行抽检。抽检结果及时向消费者公示，增加透明度和消费者信任。

5 信息展示与广告宣传

5.1 信息展示基本要求

5.1.1 产品名称

商家在展示牛羊肉产品时，使用明确、准确的产品名称，确保消费者能够准确了解产品的基本情况。

5.1.2 图片展示

使用高质量、清晰的商品图片展示牛羊肉产品，确保消费者能够直观地了解产品的外观和质地。同时，图片真实反映产品的实际情况，不得进行夸大或虚假宣传。

5.1.3 质量状况

商家在商品详情页中详细描述牛羊肉的质量状况，包括肉质、口感、营养成分等信息。

5.1.4 产地信息

商家在商品详情页中标明牛羊肉的产地信息，确保消费者能够了解产品的来源。

5.1.5 价格信息

商家在商品详情页中明确标注牛羊肉的价格信息，确保价格真实、透明。同时，商家遵守价格法律法规，不得进行虚假标价、价格欺诈等行为。

5.1.6 包装规格、贮存方式、保质期、运输条件等

商家在商品详情页中提供详细的包装规格、贮存方式、保质期、运输条件等信息，确保消费者能够全面了解产品。

5.2 广告宣传要求

5.2.1 真实性

广告宣传内容必须真实，不得夸大其词、虚假宣传。商家在进行牛羊肉广告宣传时，确保宣传内容真实可靠，不得夸大其词或进行虚假宣传。

5.2.2 合法性

广告宣传内容必须符合国家法律法规和广告法规定。商家在进行牛羊肉广告宣传时，遵守国家法律法规和广告法规定，确保宣传内容合法合规。

5.2.3 规范性

广告宣传遵守社会公德和职业道德，不得损害社会公共利益和他人合法权益。商家在进行牛羊肉广告宣传时，遵守社会公德和职业道德，确保宣传内容健康向上、积极向上。

6 销售与服务流程

6.1 销售流程

6.1.1 订单创建

建立订单发布需求信息模板，为牛羊肉电商销售用户提供在线填写信息、发布需求、创建订单的服务。商家建立完善的订单创建系统，为消费者提供便捷的订单创建服务。消费者可以在线填写购买信息、发布购买需求并创建订单，商家则根据订单信息进行备货和发货。

6.1.2 订单确认

接到订单后，立即进行订单确认，并开始分拣、包装、配送等流程。商家在接到订单后，立即进行订单确认，确保订单信息的准确性和完整性。同时，商家开始分拣、包装、配送等流程，确保产品能够及时送达消费者手中。

6.1.3 物流配送

确保物流配送及时、准确，减少损耗和延误。商家选择合适的物流配送方式，确保牛羊肉产品能够及时、准确地送达消费者手中。同时，商家加强与物流公司的合作与沟通，减少损耗和延误情况的发生。

6.1.4 售后服务

提供完善的售后服务，包括退换货、维修等。商家建立完善的售后服务体系，为消费者提供便捷的退换货、维修等服务。在售后服务过程中，商家积极响应消费者的需求和投诉，确保问题得到及时解决。

6.2 服务流程

6.2.1 售前咨询服务

提供关于牛羊肉的相关知识、处理方法等信息，以帮助客户更好地了解产品。商家提供专业的售前咨询服务，为消费者解答关于牛羊肉的相关知识、处理方法等问题。

6.2.2 售中服务

在销售过程中，提供及时、准确的信息反馈，解答客户疑问。商家在销售过程中提供及时、准确的信息反馈，解答消费者的疑问和问题。这有助于提升消费者的购物体验 and 满意度。同时，商家还关注消费者的购买行为和偏好，以便更好地满足其需求。

6.2.3 售后服务

针对客户在使用产品过程中出现的质量问题，提供详细的解决方案，包括退换货、维修等服务。商家建立完善的售后服务体系，针对消费者在食用牛羊肉产品过程中出现的质量问题提供详细的解决方案。这些解决方案包括退换货、维修等服务选项，确保消费者能够得到及时、有效地帮助和支持。

6.2.4 投诉处理

接受客户的投诉，并进行及时、公正地处理，确保客户的合法权益。商家建立完善的投诉处理机制，接受消费者的投诉并进行及时、公正地处理。在处理投诉过程中，商家尊重消费者的权益和意见，积极寻求解决方案并确保问题得到妥善解决。

7 售后服务与投诉处理

7.1 售后服务基本要求

7.1.1 高品质服务

应符合SB/T 11052要求，提供高品质的售后服务，满足客户的需求和期望，增强客户的信任感。商家致力于提供高品质的售后服务，满足消费者的需求和期望。通过提供优质的售后服务，商家可以增强消费者的信任感和忠诚度，进而提升品牌形象和市场竞争力。

7.1.2 及时响应

对客户的问题进行及时处理，确保问题尽快解决。商家在接到消费者的售后服务请求后，迅速响应并尽快处理。通过及时响应和处理问题，商家可以减少消费者的不满和抱怨情绪，提升消费者的满意度和忠诚度。

7.1.3 综合解决方案

针对客户的问题，提供综合的解决方案，包括技术支持、售后培训等。商家在提供售后服务时，针对消费者的具体问题提供综合的解决方案。这些解决方案可以包括技术支持、售后培训等多种形式，旨在帮助消费者更好地使用和维护牛羊肉产品。

7.1.4 客户满意度优先

应符合GB/T 19012要求，将客户的满意度放在首位，从客户的角度出发，全力以赴解决问题。商家在提供售后服务时，将客户的满意度放在首位。从客户的角度出发思考问题并全力以赴解决问题是提升售后服务质量的关键。通过关注客户的满意度和需求变化，商家可以不断优化售后服务流程和服务质量以满足客户的期望和要求。

7.2 投诉处理流程

7.2.1 接受投诉

接受客户的投诉，建立服务工单，记录客户问题的详细信息。商家建立完善的投诉处理机制并接受消费者的投诉。在接受投诉时，商家建立服务工单并详细记录消费者的问题信息以便后续处理和分析。

7.2.2 初步检查

对问题进行初步检查和判断，确定问题的性质和解决方案。商家在接到投诉后对问题进行初步检查和判断以确定问题的性质和解决方案。这有助于商家快速响应并处理消费者的投诉问题提高投诉处理效率和质量。

7.2.3 处理投诉

根据问题的性质，提供相应的售后服务，包括退换货、维修等。商家根据问题的性质提供相应的售后服务以解决消费者的投诉问题。这些售后服务可以包括退换货、维修等多种形式旨在帮助消费者解决使用牛羊肉产品过程中遇到的问题和困难。

7.2.4 反馈结果

在问题解决的过程中，保持与客户的及时沟通，及时反馈处理结果。商家在处理投诉问题的过程中保持与消费者的及时沟通并及时反馈处理结果。这有助于增强消费者的信任感和满意度同时也有助于商家不断改进和优化售后服务流程和服务质量。

7.2.5 售后评价

问题解决后，进行售后评价，了解客户对服务的满意度和建议意见。商家在解决投诉问题后进行售后评价以了解消费者对服务的满意度和建议意见。

7.3 持续改进

7.3.1 定期培训

定期对售后服务团队进行培训和考核，提升服务的质量和效率。商家定期对售后服务团队进行培训和考核以提升服务的质量和效率。

7.3.2 优化方案

根据客户的需求和反馈，不断优化和更新售后服务方案。商家根据客户的需求和反馈不断优化和更新售后服务方案。

7.3.3 建立反馈渠道

设立专门的售后服务反馈渠道，及时了解客户的意见和反馈。商家设立专门的售后服务反馈渠道以便及时了解消费者的意见和反馈。

8 知识产权与品牌建设

8.1 知识产权保护

8.1.1 尊重知识产权

尊重他人的知识产权，不得侵犯他人的商标、专利、著作权等。商家在经营过程中尊重他人的知识产权不得侵犯他人的商标、专利、著作权等合法权益。这有助于维护市场秩序和公平竞争环境促进牛羊肉电商行业的健康发展。

8.1.2 自主研发

鼓励和支持经营主体研发自己的生产（采购）上游标准化体系，提升核心竞争力。商家鼓励和支持自主研发活动建立自己的生产（采购）上游标准化体系以提升核心竞争力。

8.1.3 品牌保护

树立本区域特色产品原产地品牌统一形象，打击不法商家滥用特色品牌和外地产品滥竽充数。商家树立本区域特色产品原产地品牌统一形象并打击不法商家滥用特色品牌和外地产品的行为。

8.2 品牌建设

8.2.1 品牌意识

强化品牌意识，提升品牌影响力和溢价空间。商家强化品牌意识并重视品牌建设和维护工作。

8.2.2 品牌推广

通过线上线下多种渠道进行品牌推广，提高品牌知名度和美誉度。商家通过线上线下多种渠道进行品牌推广活动以提高品牌知名度和美誉度。这些渠道可以包括社交媒体、电商平台、线下门店等多种形式旨在扩大品牌曝光度和影响力吸引更多潜在消费者的关注和认可。

8.2.3 品牌维护

加强品牌维护，及时处理品牌危机，维护品牌形象。商家加强品牌维护工作并及时处理品牌危机以维护品牌形象和声誉。通过加强品牌维护商家可以确保品牌形象的一致性和稳定性提升消费者的信任感和忠诚度进而实现品牌价值的持续增长

全国团体标准信息平台