

《社区电商商家入驻规范 鲜蛋类》（征求意见稿）编制说明

一、工作简况

1、任务来源

根据全国城市农贸中心联合会文件（国批联字（2021）50号），团体标准《社区电商商家入驻规范 鲜蛋类》正式立项，计划号 0112021。按照团体标准制定要求，成立了由北京三快在线科技有限公司、农业农村部食物与营养发展研究所、全国城市农贸中心联合会、邯郸市鑫冠禽业有限公司、安海县仲辉禽蛋合作社等为参加单位的团体标准编制工作组（以下简称“工作组”）。

2、主要工作过程

标准自 2021 年 8 月开始筹备，于 2021 年 12 月 3 日正式立项。在标准编制过程中，系统梳理了国内外标准，调研国内社区电商现状，在收集、整理不同类型资料的基础上，于 2021 年 9 月完成标准草案的撰写工作。随后针对草案召开 2 次研讨会，并多次修改完善，于 2022 年 10 月完成标准征求意见稿，具体工作进度如下：

（1）项目启动，编制标准计划（2021 年 8 月）

为做好标准的编制工作，全国城市农贸中心联合会制定了工作计划，广泛咨询、调研、收集有关资料，于 2021 年 8 月 26 日组织召开“团体标准《社区电商商家入驻规范 鲜蛋类》提纲讨论会”，通过与行业内专家、主要企业标准部门负责人充分研讨，初步确立了标准文本的结构框架。在此基础上成立了工作组。

（2）收集基础资料，编写标准初稿（2021 年 9 月中上旬）

根据收集的资料和调研结果，工作组对标准范围、技术内容范围、以及工作进度安排等事项进行充分讨论，各参编单位本着专业性、合规性的原则，紧密结合目前社区电商以及鲜蛋商家的需求进行标准草案编写，于 2021 年 9 月中旬完成工作组讨论稿。期间于 2021 年 8 月 31 日，在中国农业科院旧主楼工作组与主要企业召开碰头会，对接相关资料需求。

（3）修改完善标准初稿（2021 年 9 月底至 2022 年 6 月）

2021 年 9 月底，工作组将工作组讨论稿交由全国城市农贸中心联合会后发送给主要相关企业征求意见。并分别于 2021 年 9 月 29 日、2022 年 6 月 17 日与

主要企业、相关专家召开研讨会 2 次，将工作组讨论稿进一步修改完善。

(4) 完善标准工作组讨论稿及编制说明（2022 年 6 月至 10 月）

编制标准及条文说明，根据研讨会意见，进行多次修改完善，并逐条对照原标准进行编制说明编写工作。

(5) 形成征求意见稿（2022 年 10 月底）

工作组在编制过程中，严格按照标准编制大纲框架，遵循《标准化工作导则第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》（GB/T 1.1-2020）的编写要求，统一标准编写的思路，明确标准编写的原则，确定标准的层次，界定术语和定义，协调标准要素的一致性，形成征求意见稿提交全国城市农贸中心联合会。

二、编制原则、标准主要技术要求的依据

1、标准编制主要原则

(1) 规范性。标准的编写依照《团体标准管理规定》、国家标准 GB/T 1.1、GB/T20004.1 中的相关要求编写。按照引用推荐性国家标准、行业标准的规范性引用方法；未直接引用法律、行政法规、规章和其他政策性文件。

(2) 协调性。为了达到标准系统整体协调的目的，在制定本文件时分析已经发布的相关标准，遵守基础标准并合理的引用了相关推荐性标准。

(3) 统一性。充分考虑全国不同省市消费特点，消费形式，消费习惯等，对商家要求、供货商品要求、商家接入社区电商平台流程和商家管理等进行统一规范。

2、标准组成部分

2.1 范围

本文件规定了社区电商鲜蛋商家要求，供货商品要求，商家接入社区电商平台流程和商家管理要求。

本文件适用于社区电商商家的入驻。

2.2 规范性引用文件

明确了标准正文中所引用到的国家强制性、推荐性标准以及行业标准。

2.3 术语和定义

明确了适用于本标准的术语和定义。

2.4 商家要求

包括商家资质要求、可持续供应力要求、送货能力要求、质量管理要求四个大方面。

2.5 供货商品要求

供货商品要求包括产品生产，产品质量，产品包装、标识与运输，检验报告，售后管理等方面的内容。

2.6 商家接入社区电商平台流程

规定了基本流程，并对注册及提交基本信息及签署合同、资质审核、保证金缴纳做了基本规定。

2.7 商家管理

商家管理分为入驻初期、入驻后期两个阶段。在入驻后期，设定了信用分体系管理以及合作质量评估体系管理。

3、标准的主要内容确定依据

3.1 规范性引用文件

本标准引用了 4 项国家标准，其中 1 项为强制性标准，3 项为推荐性标准，以及 3 项农业行业标准。根据新版 GB/T 1.1-2020 要求，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

3.2 术语和定义

本标准定义了“配送”、“仓储”、“社区电商”、“顾客”、“供应链”五个术语，根据新版 GB/T 1.1-2020 要求，选择要定义的术语文要满足条件为：标准中至少使用两次；专业的使用者在不同语境中理解不一致；尚无定义或需要改写已有定义；属于文件范围所限定的领域内。

3.3 核心要素的编写依据

参照国家有关法律、法规和相关政策，确定了团体标准制定结构，按照商家要求、供货商品要求、商家接入社区电商平台流程和商家管理四个部分进行管理规范。

商家要求从商家资质要求、可持续供应力要求、送货能力要求、质量管理要求四个大方面进行规范。商家资质要求分为商家基本资质和产品相关资质。商家

基本资质为组织基本资质齐全，商家应具备营业执照；销售品牌鸡蛋商品，宜具备销售授权委托书、商标注册证等，所有文件均在有效期内。产品相关资质为具备与产品生产经营要求相关的资质，所有文件在有效期内，包括但不限于质量管理体系认证证书、产地证明、地理标志、绿色、有机食品证书等。可持续供应力要求设置了供货渠道及规模、供货稳定性、价格应对情况、应急情况处理 4 个方面。

供货商品要求包括产品生产、产品质量、产品包装、标识与运输、检验报告、售后管理等方面的内容。由于本标准是针对鲜蛋类产品的，故供货商品要求全部围绕鲜蛋类产品进行规范。例如，产品生产、质量都要求符合 NY/T 2664、GB 2749 的要求。此外，本标准还创新性的增加了营养强化鸡蛋相关内容，以紧跟目前鲜蛋类市场产品功能化、营养强化的特点。

商家接入社区电商平台流程规定了基本流程，并对注册及提交基本信息及签署合同、资质审核、保证金缴纳做了基本规定。按照目前主要社区电商企业的流程，主要设置了以下环节：注册及提交基本信息、签署合同、资质审核、创建商品、提报排期、缴纳保证金、备货及履约送货等环节。

商家管理分为入驻初期、入驻后期两个阶段。在入驻后期，设定了信用分体系管理以及合作质量评估体系管理。商家在平台经营过程中产生违规行为且违规行为成立后，平台依据规则执行处理的同时，会根据违规情形进行记录并扣分。商家综合进行销售额、履约、品质等方面的评估，对评估出来不同分级的商家进行差异化的赋能及资源分配。

三、主要试验分析、论证，预期的经济效果

团体标准《社区电商商家入驻规范 鲜蛋类》涉及鲜蛋商家入驻社区电商时各个环节的具体要求。

社区电商为正面临亏损的鲜蛋产业，提供了新的销售渠道。农业农村部蛋鸡产业技术体系分析报告指出，2020 年度我国蛋鸡产能出现过剩趋势，饲料成本和饲养成本同比小幅增加，造成蛋鸡养殖全年处于亏损状态。据农业农村部定点监测，2020 年 1—12 月累计只鸡盈利同比降幅 102.3%。新冠疫情使经销商收购量减少、价格低，小养殖户资金运转出现困难，可持续生产受到冲击。随着生活节奏的加快、网络电商的普及、政府鼓励政策的实施，越来越多的消费者将习惯

网上购买生鲜副食。由于消费者网购鸡蛋时更注重品牌和价格选择，越来越多的养殖企业也在适应形势变化，注重企业品牌化建设，争取更多机会参与线上网络销售。

四、与有关法律、行政法规和其他强制性标准的关系

本标准是在我国法律、法规及相关国家标准的要求下，结合社区电商及鲜蛋产品的特点，规范了商家要求、供货商品要求、商家接入社区电商平台流程和商家管理四个部分。本标准与现行法律、法规和相关国家标准、行业标准能够协调一致，不存在矛盾。

五、与国际标准化组织、其他国家或者地区有关法律法规和标准的比对分析

经过网上搜索查新，目前国外对于社区电商平台的标准非常少，更无针对专门生鲜农产品品类的标准。国内关于生鲜农产品商家入驻社区电商的标准也是空白。已发布的《电子商务平台商家入驻审核规范》（GB/T 35409—2017）是针对整个电子商务平台的通用类标准。本标准的内容针对鲜蛋类及社区电商平台的特点，更加细化，针对性更强，提出了更具有操作性条款。

六、重大分歧意见的处理经过和依据

无重大分歧意见。

七、贯彻国家标准的要求和措施建议

建议社会团体组织能够对现有的社区电商平台、鲜蛋商家进行宣贯，让所有相关主体能够了解目前入驻过程中涉及的相关要求，更加注重对产品品质的认识，并且加强人员管理等。

八、其他应予说明的事项

无。