

团 体 标 准

T/CSTE 0000X—2023

茶叶电商销售服务技术规范

Technical Specification for E-Commerce of Tea

（征求意见稿）

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

海峡两岸茶业交流协会 发 布

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。

本文件由福建省茶业电商协会提出。

本文件由海峡两岸茶业交流协会归口。

本文件起草单位：福建省茶业电商协会、福建省海丝互联网经济研究院。

本文件主要起草人：傅天龙、何开杰、吴成建、何道斌、苏峰、饶耿慧、周锋、赖玲玲、叶翱、魏文生、林清修、陈仕渠、吴彩炎、刘敬德、黄勇、苏龙海、李黎东、林迪、张帆、周而原、张燕玲……。

茶叶电商销售服务技术规范

1 范围

本文件规定了茶叶电商销售服务的术语和定义、电商企业要求、电商销售服务流程、销售产品的类别与要求、销售服务行为规范要求、仓库与物流管理、售后管理、质量管控等。

本文件适用于茶叶电商销售服务管理。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅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（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 30766-2014 茶叶分类

GH/T 1070-2011 茶叶包装通则

GH/T 1091-2014 代用茶

3 术语和定义

GB/T 22291 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

电商 e-Commerce

电子商务的简称，交易当事人或参与人利用现代信息技术和计算机网络（包括互联网、移动网络或其他信息网络）所进行的各类商业活动，包括商品交易、服务交易和知识产权交易，也包括为上述交易所提供的信息、金融、物流及信用评价、交易纠纷解决等公共服务。

3.2

电商企业 e-Commerce Enterprise

直接从事电子商务或移动电子商务活动，或为电子商务或移动电子商务提供各类服务的社会经济组织。

3.3

质量管控 Quality Control

为达到质量要求所采取的作业技术和活动。通过监视质量形成过程，消除质量环上所有阶段引起不合格或不满意效果的因素，以达到质量要求，获取经济效益。

4 电商企业要求

电商企业应符合以下要求：

4.1 经营资质

4.1.1 是电商个人和企业等销售主体合法存在并具有履行交易能力的要求。

4.1.2 如主体是个人，其应具有完整的民事行为能力、履行完成整个交易能力的中华人民共和国公民。

4.1.3 如主体是组织，其应依法取得市场监管部门的企业经营许可（“四合一”营业执照）或民政部门的民间社会组织登记许可。

4.2 销售资质

4.2.1 经营主体所具有专项特征的情况。

4.2.2 如经营主体是生产型企业，其应具有由国家市场监管部门颁发的茶叶相关类别的食品生产许可证。

4.2.3 如经营主体是销售型企业，其应具有由国家市场监管部门颁发的茶叶相关类别的食品卫生许可证。

4.2.4 如经营主体是个人，其销售产品和行为应具有符合国家关于个人可销售预包装食品方面的法律法规的相关要求。

4.3 其他

4.3.1 经营主体如为企业，其应取得政府相关主管部门对其经营活动要求必备的经营资质，失效资质或已被限制资质视为无资质。

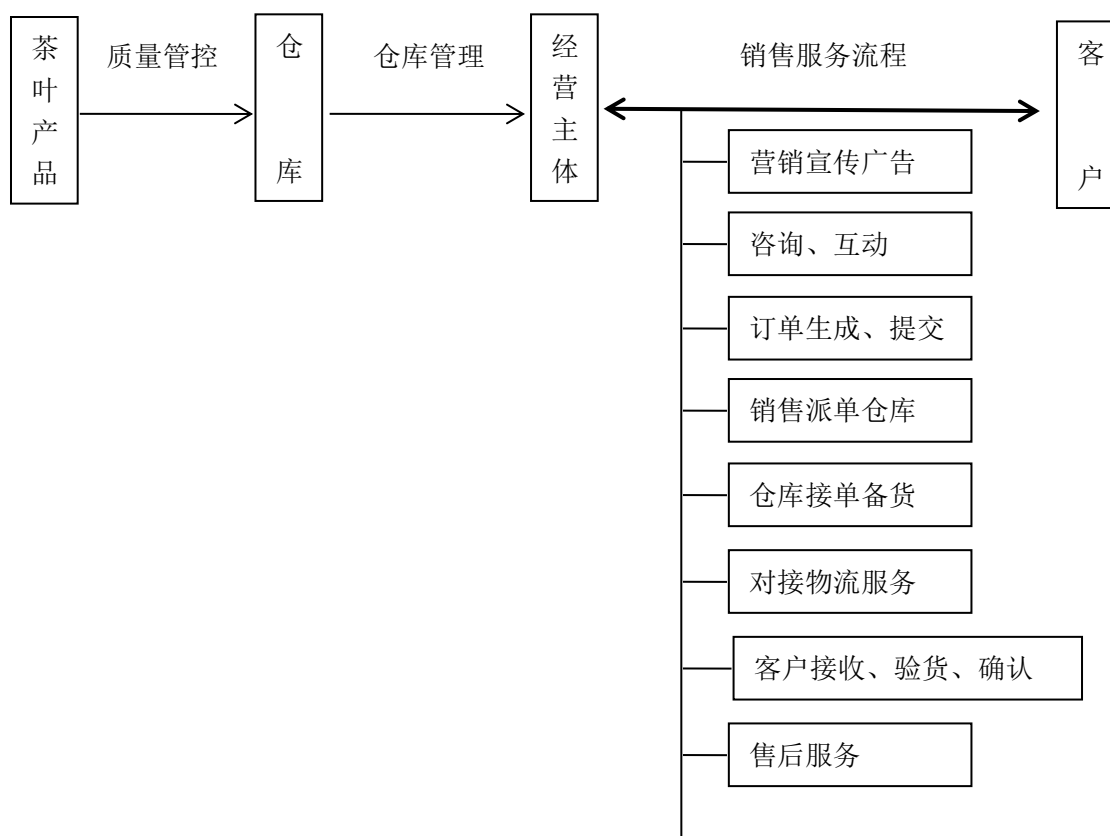
4.3.2 经营主体应合法购置必要的软、硬件设备。

4.3.3 经营主体应建立健全必要的管理制度，并有能力实施与执行。

4.3.4 经营主体应开展针对于技术和职业道德等方面的系统培训。

5 电商销售服务流程

5.1 流程图



黄色底纹文字是否改为：数据存储与分析**5.2 要求**

- 5.2.1 经营主体应提供以上相应环节的服务。
- 5.2.2 相应环节的服务应建立相应的管理制度。
- 5.2.3 管理制度须得到有效实施。

6 产品类别与要求**6.1 产品类别**

根据 GB/T 30766，茶叶产品可以分为绿茶、青茶（乌龙茶）、红茶、白茶、黄茶和再加工茶六大类，在基础上再进行细分。代用茶为第七类，其它茶器具等不列入本标准覆盖范围。

6.2 产品要求

- 6.2.1 产品必须为合法正规厂家生产，精制大宗茶或小包装成品茶生产厂商必须取得国家市场监督管理总局颁发的相应类别的食品生产许可证。电商经营主体应对其供应商的生产资质进行验证，应负责对产品质量的管控和检验。
- 6.2.2 电商经营主体应建立采购产品清单、供应商名录；在对其资质进行验证、对产品品质进行检验后，做好记录，并妥善保管 5 年以上。

7 仓库与物流管理**7.1 仓库管理**

- 7.1.1 仓库管理应制定科学合理的管理制度，实行规范化管理，制定相应的卫生管理规范。
- 7.1.2 应根据本仓库条件及成品的特点归类划区，设置适宜的储存条件并分类存放。
- 7.1.3 产品入库时，应按照相应的检验标准程序进行检验，判定合格的产品才能入库，入库产品须做好标识。做好进仓记录，由相关人员及仓管员签名。
- 7.1.4 仓内如有损坏、盘盈、盘亏等，应按规定办理相关手续，不得擅自处理。
- 7.1.5 仓管员接到销售人员的派单时，应对单上的成品名称、规格、数量、批次号等进行仔细核对，若有不明之处应向业务部询问，并做好出库记录。
- 7.1.6 仓库内做好防火、防盗、防潮等工作。

7.2 物流管理

- 7.2.1 物流服务外包承接方应证照齐全且在有效期内。
- 7.2.2 应建立物流服务外包承接方名录，并对其资质进行查验。做好查验记录，并在服务后及时进行跟踪和评价，做好评价记录。

8 销售服务行为规范要求

8.1 营销宣传广告

8.1.1 宣传广告必须符合国家法律法规规定，不得进行虚假宣传，不得误导客户，不得欺骗客户、隐瞒质量问题。

8.1.2 宣传广告必须符合相应的道德规范，不得使用恶俗、色情、怪异、洋名等用语，不得侵害他人的商标、著作权、名誉权等。

8.2 咨询、互动

8.2.1 茶叶电商经营主体必须配备专门的客服人员接受客户咨询。

8.2.2 客服人员的工作时间应明示，如有周末、节假日等特殊不服务时间，也应提前 3 天以上予以公告。在工作时间范围内，除特殊情况，应在 1 小时内回应客户咨询。

8.2.3 咨询与互动应有记录并能留存保管。

8.3 订单生成与提交

8.3.1 订单生成如有产品类别、规格等选择项，应与产品信息相一致。

8.3.2 应给予开具发票，并在订单生成前能够输入相关开票资料。

8.3.3 无偿提供的物流服务应可变更为有偿的非指定物流服务，有偿的物流服务应可选择主流的物流服务企业。

8.3.4 订单提交应有确认，提交后 1 个小时内（商家可自行规定，但不得少于 1 个小时）可无责取消。

8.4 销售派单仓库

销售应在超过客户取消时间后派单给仓库，派单应有记录。

8.5 仓库接单备货

仓库在接到销售派单后，应有确认，并有记录。接单后应按清单准确准备货物，备货封装前应进行查验，确保货品无损坏、缺少。

8.6 对接物流服务

8.6.1 按客户要求对接物流企业提供服务，如客户无明确要求，应按明示服务内容进行对接。

8.6.2 应确保物流企业提供的物流服务符合茶叶产品运送要求，不得污染，产品如有破损、丢失应负责跟进处理。

8.7 客户接收、验货、确认

8.7.1 应有信息提醒客户进行及时的货物接收。

8.7.2 应提示客户接收时应对产品进行目视验收，验收包括但不限于这些内容：货品包装无破损、污染；品类、数量无差错。

8.7.3 应提示客户验收后及时确认收货。

9 售后管理

- 9.1 应建立售后服务制度，设置客户投诉接收通道，并及时跟进处理，与客户保持沟通，做好相关记录。
- 9.2 接到产品质量投诉，应文明接待，认真询问并记录其投诉的有关情况（姓名、联系方式、投诉内容），以口头或书面形式进行报告。
- 9.3 对客户投诉进行调查，开展原因分析，对留样、取样进行检验、检测分析，并查阅有关生产（采购）和检验记录。
- 9.4 对所有客户投诉（包括电话、口头等）均须给予客户满意的答复（无理要求、敲诈或非产品质量、物流服务质量等除外）。

10 质量管控

- 10.1 茶叶电商企业应设专门质量管控人员，定期检查茶叶产品质量、仓库管理情况，防止变质和包装损坏，并做好相关记录。
- 10.2 应建立销售和仓库管理档案，做好进出的记录，保证茶叶质量达到可追溯的要求。
- 10.3 所有生产记录保留 5 年以上。
-