

ICS 点击此处添加 ICS 号

CCS 点击此处添加 CCS 号

T/NDAS

宁德市标准化协会团体标准

T/NDAS XXXX—2026

跨境电子商务 运营管理规范

点击此处添加标准名称的英文译名

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

宁德市标准化协会 发布

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 企业分类 1

 4.1 交易型 1

 4.2 第三方平台型 1

 4.3 支撑服务型 1

5 基本要求 1

 5.1 合法注册与登记 1

 5.2 信息公示 1

6 人员要求 2

 6.1 一般要求 2

 6.2 运营人员 2

 6.3 市场营销与推广人员 2

 6.4 数据分析与决策人员 2

 6.5 供应链管理人员 2

7 运营流程 2

 7.1 交易型企业运营流程 2

 7.2 第三方平台型企业运行流程 4

 7.3 支撑服务型企业运行流程 5

8 消费者权益 6

 8.1 信息披露 6

 8.2 售后服务 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由浙江跨运通科技集团有限公司提出。

本文件由宁德市标准化协会归口。

本文件起草单位：浙江跨运通科技集团有限公司。。

本文件主要起草人：

跨境电子商务 运营管理规范

1 范围

本文件规定了跨境电子商务运营管理规范的企业分类、基本要求、人员要求、运营流程、消费者权益。

本文件适用于跨境电子商务运营管理。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，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。

GB/T 35408 电子商务质量管理 术语

GB/T 40105 跨境电子商务交易要求

3 术语和定义

GB/T 35408界定的术语和定义适用于本文件。

4 企业分类

4.1 交易型

利用信息网络开展货物交易、服务交易的跨境电子商务企业，含自建网络交易平台销售自己产品的企业。

4.2 第三方平台型

运营第三方跨境电子商务平台的企业，主要为其他跨境电子商务企业提供交易撮合及其它辅助服务。

4.3 支撑服务型

为其他跨境电子商务企业开展跨境电子商务业务提供配套支撑服务的企业。

5 基本要求

5.1 合法注册与登记

跨境电子商务平台经营者及跨境电子商务企业卖家应按照法律法规的规定，完成工商登记、税务登记及互联网业务经营许可等相关手续，并确保登记信息和提交材料的真实有效。

5.2 信息公示

跨境电子商务平台经营者应要求入驻平台的经营者提交身份、地址、联系电话、行政许可等真实信息，并进行核验、登记，建立登记档案。同时，平台应在首页显著位置公示平台服务协议、交易规则信息及经营者主体信息，确保消费者能够清晰辨认。

6 人员要求

6.1 一般要求

- 6.1.1 应具备良好的团队合作精神和沟通协调能力、创新思维、敏锐的市场洞察力以及良好的抗压能力。
- 6.1.2 应对目标市场的文化、消费习惯、法律法规等有深入了解。
- 6.1.3 对于特定行业运营人员宜具备丰富的行业知识。

6.2 运营人员

熟悉主流跨境电子商务平台的运营规则及政策，能够熟练操作平台后台，进行产品上下架、订单处理、客户服务等工作。

6.3 市场营销与推广人员

具备市场敏锐度，能够根据市场趋势和消费者需求制定有效的营销策略和推广计划。熟悉各种线上推广方式并进行广告投放。

6.4 数据分析与决策人员

能够运用数据分析工具对销售数据进行深入分析，根据数据结果调整销售策略和推广计划。具备数据敏感性和逻辑思维能力，能够为公司决策提供有力支持。

6.5 供应链管理人员

了解供应链管理流程，包括供应商选择、库存管理、物流配送等。能够协调供应链各环节，确保产品能够及时、准确地送达消费者手中。

7 运营流程

7.1 交易型企业运营流程

7.1.1 服务流程

交易型跨境电子商务企业运营流程见图1。

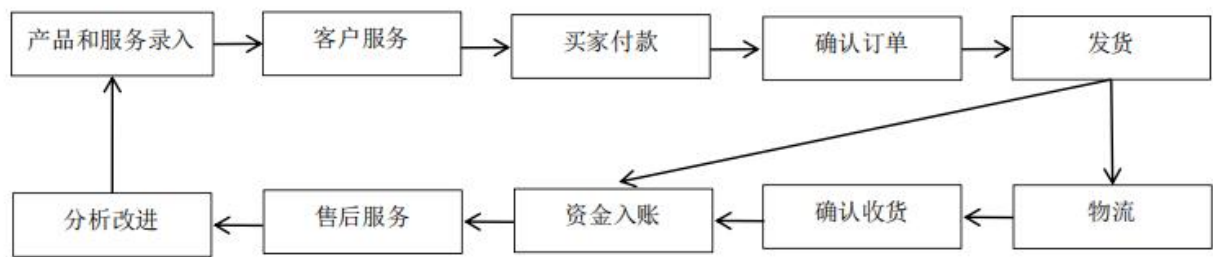


图 1 交易型跨境电子商务企业运营流程图

7.1.2 产品或服务录入

- 7.1.2.1 企业销售的产品质量应符合相应标准的规定，服务产品的提供应符合企业声明或公布的服务规范，需取得相应资质的产品或服务应取证后才可在网络交易。
- 7.1.2.2 产品标识内容及其他信息应录入正确、完整，符合相关法律法规及标准的规定。
- 7.1.2.3 产品图示、规格参数、广告宣传、描述用语等应清晰、正确，反映产品实际，方便消费者了解，不得用虚假、夸大等手段欺骗消费者。
- 7.1.2.4 服务产品的描述、广告宣传、功效等用语应符合实际情况，不得用虚假、夸大等手段欺骗消费者。
- 7.1.2.5 网页页面中各链接动作应安全正确。

7.1.3 客户服务

客服或销售人员用语应文明、礼貌，应能及时、正确解答客户提出的有关产品或服务的问题。

7.1.4 买家付款

7.1.4.1 买家付款过程应在合格安全的第三方电子商务平台或企业自建平台上完成。

7.1.4.2 客服或销售人员应通过平台确认买家付款情况。

7.1.4.3 产品或服务项目购入操作产生的订单应用订单号或编码识别，订单号或编码不得重复。

7.1.5 确认订单

7.1.5.1 客服或销售人员应对客户订单进行核对，核对内容包括购入的产品信息或服务项目、客户联系方式、地址等内容。

7.1.5.2 销售人员或仓管人员应对货源或服务提供能力进行确认，发现货源不足或服务不能提供时，应及时联系客户，告知实际情况，协商延期、换货或申请退款等事项。

7.1.6 发货或服务提供

7.1.6.1 销售人员应整理并打印订单。产品交易过程按订单流转。

7.1.6.2 发货人员应按单集货，并核实货物。

7.1.6.3 发货人员应打印快递单，核实客户信息。

7.1.6.4 货物应按规定包装好，包装质量应满足产品在正常运输过程中不损坏。

7.1.6.5 应做好已发或未发订单的标记工作，并分类保存订单，订单的保存期限不低于 12 个月。

7.1.6.6 服务类产品凭订单提供，应及时合理安排服务，服务提供前应核实客户信息，并做好已消费或未消费订单的标记工作，分类保存订单，订单的保存期限不低于 12 个月。

7.1.7 物流

7.1.7.1 建立物流跟踪系统，实时收集、发布物流跟踪信息。为客户提供透明的物流信息，监控物流进度，及时发现并解决问题。

7.1.7.2 引入物流管理系统、智能仓储系统等信息化手段，实现物流信息的实时监控和智能调度。

7.1.7.3 货物发出后应及时将物流单号告知客户。

7.1.7.4 应实时跟进物流情况，提高物流的及时性。

7.1.7.5 应与客户协商处理好因物流问题产生的丢件、时效性差、破损、补寄等事项。

7.1.7.6 应准备报关报检所需文件，进行报关报检申报、审核和放行，需严格遵守各国海关和检验检疫部门的规定。

7.1.7.7 及时了解并遵守各国海关和税务政策的变化，确保合规经营。

7.1.8 确认收货

应通过物流系统或平台及时确认客户收货情况，必要时可电话联系客户确认收货情况。

7.1.9 资金入账

7.1.9.1 应标注好每笔资金入账来源。

7.1.9.2 每笔入账资金真实有效地纳入企业整体销售数据。

7.1.9.3 入账资金配对仓库出货或服务提供数据。

7.1.10 售后服务

7.1.10.1 应有健全并公布的售后服务和退换货制度。

7.1.10.2 售后服务人员用语应文明、礼貌，应能及时、正确解答客户提出的有关产品或服务等问题。

7.1.10.3 应及时处理因产品质量问题或服务争议产生的退换货、退款、赔偿等事项，不应出现逃避售后责任、拖延换货或拒不受理退货、退款等行为。

7.1.10.4 售后服务人员应做好客户反馈信息及售后处理的记录。

7.1.11 分析改进

- 7.1.11.1 应有持续改进的机制。
- 7.1.11.2 改进机构或小组应收集整理，分析客户反馈及售后处理的信息，并找出原因。
- 7.1.11.3 应及时整改网络交易或服务提供过程中发现的问题。

7.2 第三方平台型企业运行流程

7.2.1 服务流程

第三方平台型跨境电子商务企业运行流程见图2。

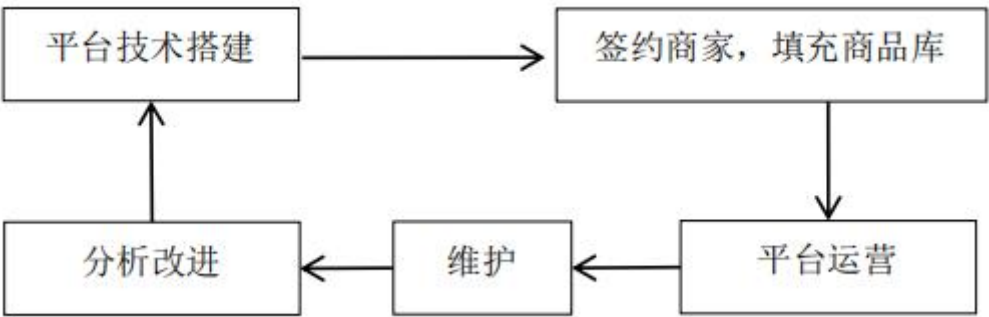


图2 第三方平台型跨境电子商务企业运行流程图

7.2.2 平台技术搭建

- 7.2.2.1 有与业务和规模相匹配的配套软硬件设施和安全环境。
- 7.2.2.2 有可靠的交易服务机制，充分保证网络交易的顺畅和交易安全。
- 7.2.2.3 有与业务和规模相适应的管理人员、技术人员和客户服务人员。
- 7.2.2.4 营业执照、税务登记证及各类经营许可证等证照应齐全有效，具有互联网信息服务许可登记或经备案的电子验证标识等。
- 7.2.2.5 建立明确、详实的交易和服务规则，如用户注册制度、平台交易规则、退换货制度、服务条款、投诉和客服渠道、维权、纠纷处理机制等，置于网站首页显眼位置。

7.2.3 签约商家

- 7.2.3.1 应有明确的商品分类及发展规划，引导不同品类商家入驻。
- 7.2.3.2 应对签约商家进行管理，对商家信息及其相关资质进行验证，确保签约商家的合规性。
- 7.2.3.3 应对商家发布的产品进行管理，确保商品信息的合规性、正确性。平台上发布的产品质量、标识信息、相关资质证书符合国家法律法规，相关标准等规定。

7.2.4 平台推广和运营

- 7.2.4.1 应制定平台推广和运营规划和计划。
- 7.2.4.2 应选择正规方式推广平台，并保证平台正常健康运营。
- 7.2.4.3 跨境电商平台经营者不得对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或附加不合理条件，确保平台内经营者的自主经营权。交易过程应符合 GB/T 40105 的要求。

7.2.5 平台维护

- 7.2.5.1 应有完善的平台运营管理制度，保障平台的正常运营，及时处理平台运营过程中出现的问题。
- 7.2.5.2 应有完善的客服制度，确保服务渠道畅通，服务及时响应，及时有效调解交易纠纷，并有真实记录等。
- 7.2.5.3 建立完善的电子商务物流配送服务体系，提高物流服务的准确性和及时性，保证网上交易的顺利完成。

7.2.6 分析改进

- 7.2.6.1 应有持续改进的机制。
- 7.2.6.2 改进机构或小组应收集整理，并分析平台运营过程中发现的问题及客户反馈的信息，找出原因。
- 7.2.6.3 应及时整改平台运营过程中发现的问题。

7.3 支撑服务型企业运行流程

7.3.1 服务流程

支撑服务型跨境电子商务企业运行流程见图3。

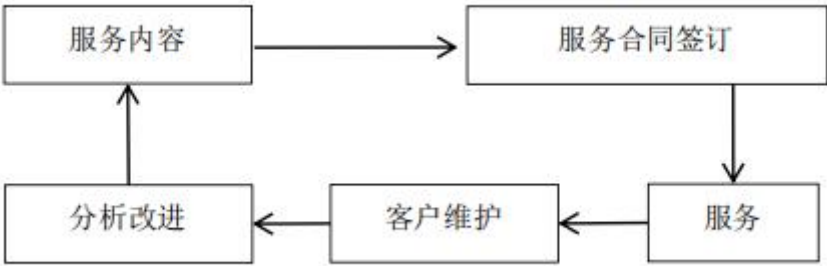


图 3 支撑服务型跨境电子商务企业运行流程图

7.3.2 服务内容

- 7.3.2.1 提供的服务内容应合法合规。
- 7.3.2.2 服务内容、流程、收费标准等需服务消费企业提前知晓的事项应公示或提前告知。
- 7.3.2.3 应具备与业务规模相匹配的软硬件设施和安全环境。
- 7.3.2.4 应具备与业务规模相适应的管理人员、技术人员和客户服务人员。

7.3.3 服务合同签订

- 7.3.3.1 服务合同内容和格式应符合相关合同法的规定。
- 7.3.3.2 服务合同中应注明双方责任、服务期限、服务方式、服务内容、服务费用、终止条款、附加内容等。
- 7.3.3.3 合同双方达成一致意见后，双方共同签字盖章，合同一式两份，一份由客户保存，一份由服务提供企业保存。

7.3.4 服务履行

- 7.3.4.1 应建立方便、易用、完善的服务机制，能满足用户的需求。
- 7.3.4.2 能够按照合同约定，履行相应的服务内容，完成与客户约定的服务目标。

7.3.5 客户维护

- 7.3.5.1 应有完善的投诉响应机制和客服制度，及时处理客户反映的问题，并做好记录。
- 7.3.5.2 定期对客户进行回访，了解客户经营、发展情况，并做好记录。
- 7.3.5.3 与客户保持良好关系。

7.3.6 分析改进

- 7.3.6.1 应有持续改进的机制。
- 7.3.6.2 改进机构或小组应收集整理，并分析服务提供过程中发现的问题及客户反馈的信息，并找出原因。
- 7.3.6.3 及时整改服务过程中发现的问题

8 消费者权益

8.1 信息披露

跨境电子商务经营者应向消费者提供详细的商品或服务信息，包括名称、种类、数量、质量、价格、生产者名称和住所、履行方式和期限、安全注意事项、风险警示、售后服务等，确保消费者能够做出明智的购买决策。

8.2 售后服务

跨境电子商务经营者应建立完善的售后服务体系，包括咨询反馈、订单跟踪、投诉处理、退换货等，确保消费者的合法权益得到保障。
