

# 安徽省财政厅

## 安徽省财政厅关于印发《“徽采云”电子卖场 供应商及商品管理工作指引（2024年版）》 的通知

省直各部门、单位，各市、县（区）财政局，集中采购代理机构，电子卖场供应商：

现将《“徽采云”电子卖场供应商及商品管理工作指引（2024年版）》印发给你们，请遵照执行。

附件：“徽采云”电子卖场供应商及商品管理工作指引  
（2024年版）



2023年12月14日

# “徽采云”电子卖场供应商及商品管理工作指引（2024年版）

## 第一章 总 则

**第一条** 为加强“徽采云”电子卖场的运行和管理，进一步规范“徽采云”电子卖场的交易秩序，提升供应商的服务水平和质量，根据《安徽省政府采购“徽采云”电子卖场管理办法》及安徽省政府采购“徽采云”电子卖场供应商承诺书等，制定本工作指引。

**第二条** 入驻“徽采云”电子卖场的供应商及其上架商品适用本工作指引。

**第三条** 供应商负责对其生产或合法代理销售的商品进行整理上架，严格遵守“徽采云”电子卖场管理规定，做好合同履行及相关配套服务。

## 第二章 供应商管理

**第四条** 供应商在“徽采云”电子卖场上架的商品在安装调试或提供服务中涉及另行购置配件或支付服务费用的，应当公开有偿收费标准，未公开收费标准的，不得要求采购人另行付费。

**第五条** 供应商在“徽采云”电子卖场上架的商品应符合国家的有关法律法规。

**第六条** 供应商应遵守“徽采云”电子卖场管理规定，按采购订单和合同约定做好供货与服务。

**第七条** 供应商应具备完善的售后服务保障体系（包括但不限于：及时响应、上门安装、调试、保修、退换货），当商品或售后服务出现投诉或纠纷时，应在服务承诺及合同、协议约定范围内妥善解决。如出现严重质量问题或商品厂商推诿质量和责任时，供应商应承担相应责任并提供质量和服务保障。

**第八条** 供应商有以下行为之一被书面或在线反馈并查实的，限制交易行为 90 天：

1.不具备电子卖场供应商申请入驻相关资质，但通过承诺进入取得电子卖场资格；

2.营业执照、法人身份等供应商主体信息盗用及基本信息、人员信息等资料信息虚构、造假；

3.店铺名称、LOGO 等侵犯他人权限或造成不正当竞争的情形；

4.供应商相关证件有过期、失效、注销、吊销等无效情形，但未及时在电子卖场更新的；

5.采购人已经提交订单，供应商点击拒绝接单或者两个工作日内不予确认；

6.供应商确认订单后，未在五个工作日内完成合同签订并供货至收货地址（合同另有约定的除外）；

7.合同签订后，供应商未按合同要求提供服务，或者与采购人另行订立背离合同实质性内容协议；

8.供应商向监管部门反馈的问题存在捏造事实、提供虚假反馈材料或一年内三次及以上反馈信息均查无实据。

9.操作采购人的电子卖场账号的。

**第九条** 供应商有下列情形之一的，应当主动退出电子卖场，拒不退出的，将由集采机构或监管部门强制清退：

1.被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购活动中严重违法失信行为记录名单、经营异常名录、严重违法失信名单等；

2.受到政府采购行政处罚且一至三年内禁止参加政府采购活动，并在执行有效期内的。

**第十条** 供应商有以下行为之一被书面或线上反馈并查实的，对供应商予以清退，不得再次入驻，并追究其相应责任：

1.向运维单位、采购人、监督管理部门有关人员行贿或提供其他不正当利益；

2.与其他供应商、运维单位、采购人、集中采购机构、监督管理部门有关人员恶意串通；

3.无正当理由拒绝签订合同、履行合同义务，或未按合同约定履行义务构成违约；

4.利用系统漏洞或者其他黑客手段侵入系统篡改数据或者虚构交易记录；

5.拒不执行监督管理部门或同级集中采购机构的监管措施或者拒不纠正违规、违约行为；

6.各级监管部门认定的其他违规行为。

**第十一条** 各地违规处理期限采取累加计时。供应商在违规行为处理期内，再次被处理或在不同地区被处理的，其处理期限自前次处理期满开始计时。

**第十二条** “徽采云”电子卖场各级监管部门定期或不定期对上架商品进行检查，有权强制下架不符合规定的商品，并对供应商扣 10 分/次，情节严重的，对供应商予以限制交易、清退等处理。

### 第三章 商品上架管理

**第十三条** “徽采云”电子卖场上架的商品（不含乡村振兴馆，下同）应满足国家或行业强制性标准、符合国家三包政策及相关产业政策，执行政府采购有关政策；

如属于节能、环保、进口等商品的，应按照有关规定执行。

**第十四条** 入驻电子卖场的供应商发布商品，应及时完善商品名称、型号规格、参数配置、注册商标以及销售价格等信息，并对其发布商品信息的真实性、合法性负责。监管部门有权对违反相关法律法规和本工作指引相关条款的商品进行下架等处理。

**第十五条** 供应商发布商品必须选择准确的类目，例如“笔记本电脑”应发布在“3C 数码-电脑/服务器/工作站-笔记本电脑”类目下。

**第十六条** 商品标题格式规范：“品牌+规格型号+商品名称”，例如“清华同方超扬 A8500 台式电脑”、“奔图 P3022D 黑白激光打印机”。标题建议 60 个字符以内（即 30 个汉字）。

**第十七条** 商品主图像素不小于 800\*800px，大小不超过 1M，支持 JPG、JPEG、PNG 格式，图片需清晰、亮度充足、布满画

布。商品主图必须为实物拍摄图片且须达到两张及以上，第一张图片为商品正面图。不得为拼接图片、重复图片，不得出现违反相关法律法规的内容。商品主图建议为白底图，图片中可以适当加入道具或装饰物作为衬托，但需要与销售商品作区分。

### **第十八条** 商品参数信息有关要求：

（一）商品型号需要按照实际情况填写，商品标题、参数、详情页等填写的型号需要保持一致。若厂家及品牌方未定义商品型号的，供应商可自行编写；

（二）商品各属性项需要按照实际情况填写，不得填写纯符号等无效内容；

（三）上架商品原则上应提供商品来源相关证明文件（如厂家授权、发票等）；

（四）针对需要强售后服务属性的商品（如空调、软件等设备安装），供应商原则上应提供具备售后服务能力的相关证明文件（高空作业证、施工证等）。

### **第十九条** 厂家商品库有关要求：

（一）为更好保障商品信息的规范性，针对标准化程度较高的集中采购目录内商品，由平台及品牌厂家共建标准商品库，并设置价格区间，防止恶意低价；发布对应厂家商品时，供应商须引用商品发布，引用商品基础信息参数不得修改；平台针对引用厂家商品库发布的商品进行一键确认；

（二）供应商发现市场主流、标准商品库中缺失的商品，可提交商品申请，由品牌厂商新增，平台进行确认；供应商发

现标准商品库商品信息错误的，可提交修改申请，平台确认后  
进行修正；

（三）为更好的保障商品信息的时效性，平台定期对标准  
商品库进行清理，对已停产、变更的商品进行下架或更新。

**第二十条** 发布商品时，供应商需填写主流电商网站同款商  
品链接，同款不同规格商品需要填写多个对应商品链接。填写  
的电商平台链接对应的商品需与电子卖场中商品保持一致，电  
子卖场商品销售价不得大于市场价和填写的电商链接价。

**第二十一条** 商品详情建议图片和文字相结合，商品图片必  
须是实物图片，展示的信息必须与实物一致。除“电商平台链接”  
项外，商品详情页不允许填写其他店铺或者外部网站信息。

**第二十二条** 供应商在商品发布页面所填商品销售价、市场  
价均会显示于该商品详情页面，供应商需保障以上各项价格真  
实、准确，并随市场变化及时调整。

市场价为该商品在主流电商网站的销售价格，主流电商网  
站没有销售的，则为该商品品牌官方网站销售价格。该商品无  
品牌官方网站的（或品牌官方网站中无销售价格信息），允许  
供应商上传针对该商品市场价格的承诺书，此类商品将打上“自  
有商品”标签。

销售价为该商品在电子卖场最高销售价格，实际采购中该  
价格经买卖双方协商一致可以下浮，但不得上浮。

供应商填写的市场价须与其提供的电商链接或官方网站销  
售链接中的商品价格一致。供应商填写的销售价由供应商根据

自身实际自主填报，但不得高于同期市场价，也不得高于财政部门认可的市场合理价。其中，电商提供的商品价格不得高于其自有电子商务平台同期销售价格。不得出现虚抬价格、错误标注、恶性竞争等情况。

网上超市商品价格应符合相关业务管理要求，网上超市上架和交易价格不得高于主流电商网站自营商品平均销售价格及在非政府采购渠道的价格。平台将定期对商品价格进行抽查和巡检，并有权对违反价格管理要求的商品进行冻结、下架等处理。

主流电商网站自营商品平均销售价格：

1、同期系指价格监测信息查询当日；

2、主流电商网站自营商品系指京东、天猫、苏宁等电商的自营商品，如无法查询到自营商品的，以主流电商能买到的相同商品为准，如主流电商中未能查询到相同商品的，则以不同配置、保修期等的商品通过电商或市场公允的配件、保修期进行价格测算调整后为准。

3、主流电商网站自营商品平均销售价格系指主流电商自营商品，按价格孰低原则从低到高取 1-3 名的算术平均价。

**第二十三条** 禁止发布违反《中华人民共和国产品质量法》规定的产品。

**第二十四条** 为了提升采购体验，对于 180 天内没有成交且无编辑记录的商品作自动下架处理，若供应商确认该商品仍有必要发布的，可以重新申请上架。



**第二十五条** 为保障采购体验，节约服务资源，系统对供应商单个店铺上架商品的数量原则上不得超过 600 个，若需增加上架商品数量，需提交申请。

**第二十六条** 处罚措施依据《“徽采云”电子卖场网上超市违规商品处理规则（2024 年版）》（见附件）处理。

**第二十七条** 本工作指引规定与国家有关规定不符的，按照国家规定执行。

**第二十八条** 本工作指引自 2024 年 1 月 1 日起实施。

附件：“徽采云”电子卖场网上超市违规商品处理规则（2024 年版）

## “徽采云”电子卖场网上超市违规商品处理规则（2024年版）

序号	详细说明	处理方式
1	所检项目存在一项或一项以上不符合商品质量标准、平台商品质量要求和供应商商品描述内容时，判定被抽检商品的检测结论“不合格”；	<p>一经发现立即下架该商品，接受3个工作日内供应商提出的异议和复验申请，若不通过，按以下规则处理：</p> <p>1.质量检测相关费用（包括样品采买费和质量检测服务费）由该供应商承担</p> <p>2.清退供应商</p>
2	当商品的国家、行业、地方和企业标准检测项目（含国家、行业、地方和企业的执行标准、强制性条例和明示质量指标），平台商品质量要求和供应商商品描述内容中关于商品质量及检测方法等存在不同解释时，按照从严管理商品质量的角度，依高标准、严尺度的原则，选择相关商品的质量要求和检测方法进行判定；	
3	当商品部分指标无明确国家、行业、地区、团体、企业等判定标准可依时，可根据商品质量管理的需要委托具备相关检测认证资质的第三方检测机构采用与平台质量要求相匹配的判定方法进行检测判定；	
4	提供假冒伪劣产品或盗版商品或擅自更换配件，非原厂原装全新正品，降低约定的商品质量或配置，以次充好，经查属实；	
5	发布信息有下列情形：使用或变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽；使用或变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或形象；使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；损害国家的尊严或利益，泄露国家秘密；妨碍社会安定，损害社会公共利益；危害人身、财产安全，泄露个人隐私；妨碍社会公共秩序或违背社会良好风尚；含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；含有民族、宗教、性别歧视的内容；妨碍环境、自然资源或文化遗产保护；使用代表党和国家形象的元素，或利用国家重大活动、重大纪念日等，进行违规宣传类；法律、行政法规规定禁止的其他情形类；	<p>一经发现立即下架相关商品，清退供应商（2年内不得重新进入）</p>
6	发布反动、反对宪法、危害国家安全等信息；	
7	未经允许盗取、发布、传递他人隐私信息。	
8	夸大宣传、提供虚假信息或引人误解的内容欺骗或故意误导采购人，与商品实际不符；恶意利用规则误导采购人获取虚假商品销量、评价、满意度等。	
9	发布的产品不当使用他人商标权、著作权、专利权等，经查属实。	
10	发布易燃易爆类、毒品类、监控化学品、危险化学品、易制毒化学品类产品；	
11	发布仿真枪、危险武器类、军警用品类产品；	
12	发布色情低俗、催情用品类产品；	
13	发布非法服务、票证类产品；	
14	发布受国家保护的动植物、动植物器官及动物捕杀工具类产品；发布关于出售、购买、利用野生动物或禁止使用的猎捕工具的广告，发布关于违法出售、购买、利用野生动物制品的广告等；	
15	发布涉及盗取等非法所得及非法用途软件、工具或设备类产品；	
16	销售特供、专供、特配商品，经查属实。	
17	其他法律法规或规章规定禁止经营类；	

序号	详细说明	处理方式
18	发布无线电干扰器/屏蔽器、无人机反制、ATG无线电发射设备等对公众安全造成严重干扰无线电发射设备类；	一经发现立即下架商品，扣供应商30分/次
19	发布药品类、医疗器械类、烟草类产品；发布含有医疗、药品、特殊医学用途配方食品、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定需经广告审查机关进行审查的特殊商品或服务类；	一经发现立即下架商品，扣供应商20分/次
20	发布其他不在电子卖场允许上架目录内商品；	
21	发布信息前后出现品牌、价格、图片、属性等不一致、重复铺货类；发布的商品参数信息与实际商品不相符，与产品说明书不一致；	一经发现立即下架商品，扣供应商10分/次
22	供应商未按照电子卖场交易目录分类上架商品、上架类目错误等不符合平台商品发布规则。	
23	滥用销售规格属性发布套餐商品，或在一款商品的销售规格属性选择区放置不同商品类；	
24	商品信息出现与商品无关的手机号、二维码、除品牌LOGO以外的水印等信息	
25	填写的主流电商平台链接与电子卖场中商品不一致；	
26	未取得相关经营资质发布商品类；	
27	上架商品的参数配置、市场价格、服务标准等信息因市场发生变化或者型号停产、缺货的，但未及时在电子卖场更新或下架的；	

#### 处理说明

- 1、本规则适用于安徽省政府采购“徽采云”电子卖场网上超市提供商品的供应商；
- 2、处理方式有扣分、商品冻结、暂停交易权限、供应商清退等；
- 3、上述行为违反相关法律法规的，提请监管部门，追究其责任；
- 4、供应商违规情形中，如造成重大负面影响的，平台将在第一时间内冻结商品，并对供应商操作权限等做限制处理；
- 5、供应商违规处理会在“曝光台”公布；
- 6、供应商可在收到处理通知3个工作日内发起申诉，对有误计入的处理记录可予以撤销；
- 7、供应商商品涉嫌违法违规问题次数，按查实的商品违规次数计算；
- 8、扣分机制
  - 1) 累计扣分达20分的，冻结协议30天；
  - 2) 累计扣分达30分的，共冻结协议60天；
  - 3) 累计扣分达40分的，共冻结协议90天；
  - 4) 累计扣分达50分的，共冻结协议120天；
  - 5) 累计扣分达60分的，共冻结协议150天；
  - 6) 累计扣分达70分的，共冻结协议180天；
  - 7) 累计扣分达80分的，共冻结协议210天；
  - 8) 累计扣分达90分的，共冻结协议240天；
  - 9) 累计扣分达100分的，清退供应商（2年内不得重新进入）；
  - 10) 扣分分数按自然年度清零。