



华信金泰检验认证有限公司

Huaxin Jintai Inspection and Certification Co., Ltd.

生鲜农产品电子商务交易服务认证评价规范

文件编号：CTS F/HXJT-10-2026

文件版次：A/0

编 制：文件编制小组

审 核：夏 露

批 准：程 峰

受控状态：受控

发布日期：2026年3月10日

实施日期：2026年3月10日



文件修改记录

修订说明	修订页数	修订日期	批准

该认证服务认证评价规范归华信金泰检验认证有限公司所有，华信金泰检验认证有限公司对其拥有最终解释权。认证相关方如需获取相关实施规则请与以下联系方式获取：

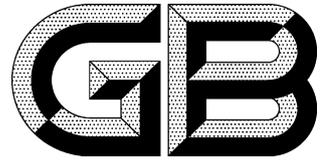
地址：河北省石家庄市长安区广安街 91 号世纪方舟 B-26-2203,2206

电话：0311-68008520 邮箱：hxjtcc@hxjtcc.com



目录

前言	4
1 范围	4
2 规范性引用文件	4
3 术语和定义	4
4 评价原则	5
5 评价指标	5
5.1 基础保障服务	6
5.1.1 组织架构	6
5.1.2 人员配置	6
5.1.3 资源保障	6
5.1.4 管理制度	7
5.1.5 监督机制	7
5.2 交易全流程服务	7
5.2.1 交易前服务	7
5.2.2 交易中服务	8
5.2.3 交易后服务	8
5.3 顾客服务保障	9
5.3.1 顾客信息保护	9
5.3.2 售后服务	9
5.3.3 投诉处理	10
5.4 服务评价与改进	10
5.4.1 评价体系建立	10
5.4.2 反馈信息收集	10
5.4.3 改进措施实施	10
6 评价方法	11
6.1 评价组织	11
6.2 评价方式	11
6.3 评分规则	11
6.4 评价结果判定	12
附件 A： 生鲜农产品电子商务交易服务认证评分表	13



中华人民共和国国家标准

GB/T 41714—2022

农业社会化服务 生鲜农产品电子商务交易服务规范

Agricultural service—Specification for electronic commerce service of fresh
agricultural products

2022-10-12 发布

2022-10-12 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 总则 2

5 交易服务体系 2

6 基础保障服务 3

7 交易过程服务 4

8 服务评价与改进 7

参考文献 8

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。

本文件由全国农业社会化服务标准化工作组(SAC/SWG 23)提出并归口。

本文件起草单位：中国标准化研究院、北京京东世纪贸易有限公司、深圳悦丰收农业科技有限公司、山东美佳集团有限公司、福州优野生态农业有限公司、中粮集团有限公司、中国农业大学、天津市农业科学院、合肥通用机械研究院有限公司、北京市农林科学院信息技术研究中心。

本文件主要起草人：云振宇、马晓蕾、文丽、曹高峰、王宇彤、廉双秋、翟润、李盛峰、郭晓华、陆志远、吕建军、董浩、初侨、陈存坤、张秀平、陈天恩、胡良兵、张瑶。

农业社会化服务 生鲜农产品电子商务交易 服务规范

1 范围

本文件规定了生鲜农产品电子商务交易服务体系、基础保障服务、交易过程服务和评价与服务改进等方面的要求。

本文件适用于直接面向消费者的生鲜农产品电子商务交易服务。

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 31524—2015 电子商务平台运营与技术规范
- GB/T 34344 农产品物流包装材料通用技术要求
- GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范
- GB/T 35411—2017 电子商务平台产品信息展示要求
- GB/T 36311 电子商务管理体系 要求
- SB/T 10428 初级生鲜食品配送良好操作规范
- SB/T 10873 生鲜农产品配送中心管理技术规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

生鲜农产品 fresh agricultural products

通过种植、养殖、采收、捕捞等产生，未经加工或经初级加工，供人食用的新鲜农产品。

注：包括蔬菜（包含食用菌）、水果、畜禽肉、水产品、鲜蛋等。

[来源：GB/T 22502—2008, 3.1, 有修改]

3.2

电子商务平台 electronic commerce platform

电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。

[来源：GB/T 31524—2015, 3.2]

3.3

电子商务经营者 e-commerce operator

通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织。

3.4

电子商务平台经营者 e-commerce platform operator

在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供双方或者多

方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

3.5

电子商务平台内经营者 merchants on e-commerce platform

通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

3.6

冷链 cold-chain

根据物品特性,从生产到消费的过程中使物品始终处于保持其品质所需温度环境的物流技术与组织系统。

[来源:GB/T 18354—2021,5.11]

4 总则

4.1 生鲜农产品电子商务经营者秉承自愿、平等、公平、诚信原则从事经营活动,并遵守法律和商业道德,公平参与市场竞争。

4.2 生鲜农产品电子商务经营者应履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务。

4.3 生鲜农产品电子商务经营者应承担产品和服务质量责任,接受政府和社会的监督。

5 交易服务体系

生鲜农产品电子商务交易服务体系包括基础保障服务、交易过程服务、服务评价与改进,见图 1。

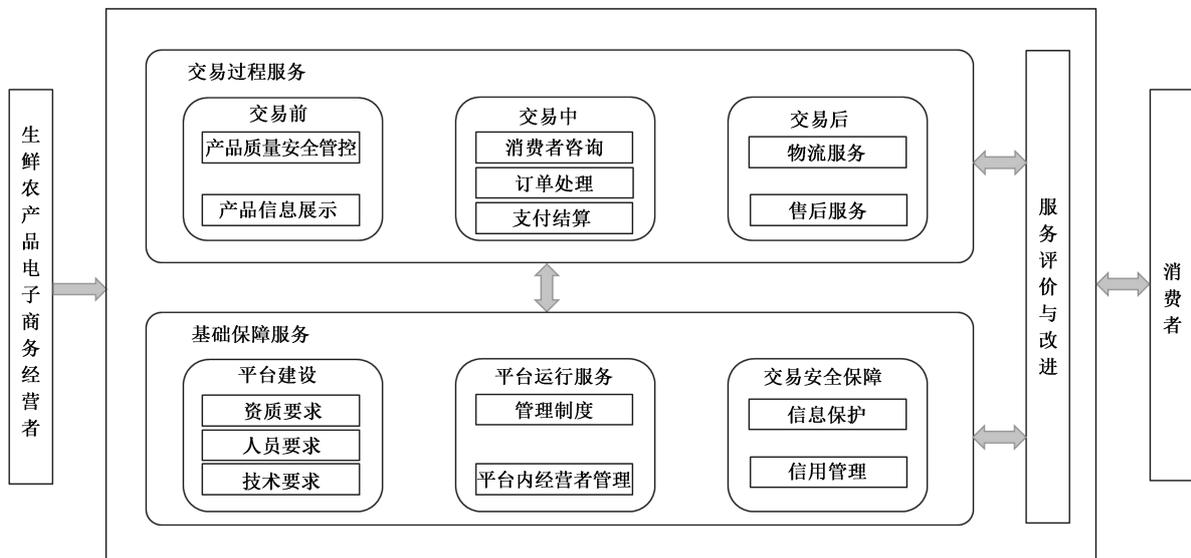


图 1 生鲜农产品电子商务交易服务体系图

生鲜农产品电子商务交易服务体系具体描述如下：

- a) 服务体系涉及的角色主体主要包括生鲜农产品电子商务经营者和消费者,其中生鲜农产品电子商务经营者包括电子商务平台经营者(以下简称“平台经营者”)和电子商务平台内经营者(以下简称“平台内经营者”);
- b) 基础保障服务为交易的正常开展和安全可信提供各种软硬件条件,主要包括平台建设、平台运行服务和交易安全保障;

- c) 交易过程服务为交易双方的交易全过程提供服务,主要包括交易前、交易中和交易后服务;
- d) 服务评价与改进为提升生鲜农产品电子商务交易服务质量开展的各类活动,主要包括评价活动和改进措施。

6 基础保障服务

6.1 平台建设

6.1.1 资质要求

6.1.1.1 平台经营者应为依法设立或注册,独立承担法律责任的机构。

6.1.1.2 平台经营者应获得互联网信息服务增值电信业务经营许可证。

6.1.2 人员要求

6.1.2.1 平台经营者应根据经营规模配备符合要求的专业技术人员、管理人员和客服人员。

6.1.2.2 平台经营者应建立培训管理机制,为生鲜农产品电子商务平台工作人员、平台内经营者、物流公司从业者等相关人员提供必要的培训。

6.1.3 技术要求

应符合 GB/T 31524—2015 中第 10 章的要求。

6.2 平台运行服务

6.2.1 管理制度

平台经营者应根据生鲜农产品的特点,建立符合 GB/T 36311 要求的管理体系,建立健全各项规章制度,提供规范化的电商交易服务,包括但不限于下列制度:

- 平台服务协议和交易规则;
- 交易系统安全制度;
- 用户注册管理制度;
- 保证金管理制度;
- 信息监管和举报制度;
- 交易数据存储和备份制度;
- 交易纠纷处理制度;
- 生鲜农产品质量安全管理制度;
- 平台内经营者资质审核和管理制度。

6.2.2 平台内经营者管理

6.2.2.1 平台内经营者资质应符合 GB/T 35409 的要求,有条件的平台经营者可选取部分平台内经营者对其供应商及其产地进行实地考察与评估。

6.2.2.2 平台经营者有责任审核和监控平台内经营者发布的商品和服务信息、消费者评价信息,对违法违规信息应当及时予以删除,并保存相关记录。

6.2.2.3 平台经营者应对平台内经营者的产品质量、经营规模、信用状况等实施跟踪和记录,对供应假冒伪劣商品、存在信用问题的平台内经营者,应取消其经营资格。

6.3 交易安全保障

6.3.1 信息保护

6.3.1.1 平台经营者应采取合理有力的措施保护交易用户的信息、账户、密码及交易资金的安全。

6.3.1.2 未经用户同意,平台经营者不应向任何组织或个人披露或转让用户名单、交易记录以及其他相关信息,法律法规另有规定的除外。

6.3.2 信用管理

交易信用管理应符合以下要求:

- 应建立对买卖双方交易服务过程的信用管理制度;
- 应对交易评价及交易统计信息予以记录;
- 应制定相应的信用管理办法和处理机制;
- 应制定信用信息维护机制,并定期更新信用信息;
- 应建立交易评价体系,对交易主体、商品质量、过程、服务水平等进行评价。

7 交易过程服务

7.1 交易前服务

7.1.1 产品质量安全管控

7.1.1.1 食品安全检验检测

7.1.1.1.1 平台内经营者应根据在售生鲜农产品品类向平台经营者提供第三方的检验报告,并根据平台经营者要求定时更新检验报告。

7.1.1.1.2 平台经营者应设置专业部门或人员对平台售卖的生鲜农产品进行定期的抽检,检验检测内容宜根据生鲜农产品品类及食品安全标准要求进行选择,可包括:农药、兽药等化学物质残留,重金属等有毒有害物质,有害微生物等。

7.1.1.1.3 平台经营者应在限定期限内对食品安全检验不合格产品进行下架处理,并要求平台内经营者整改。

7.1.1.2 产品质量分等分级

7.1.1.2.1 有条件的平台经营者宜针对主要在售生鲜农产品建立产品质量分等分级体系。

7.1.1.2.2 平台经营者宜根据平台内经营者宣称的质量等级对在售生鲜农产品进行抽检,对不符合平台内经营者宣称的质量等级的产品宜进行下架处理。

7.1.2 产品信息展示

7.1.2.1 基本原则

生鲜农产品电子商务交易中,产品信息展示符合合规性、真实性、完整性、规范性、一致性、时效性的原则。

7.1.2.2 信息展示内容

7.1.2.2.1 生鲜农产品在生鲜农产品电子商务平台上的信息展示,应包括产品名称、产品图片、质量状况(产品质量等级、产品或体系认证信息、食用农产品合格证)、产地信息、价格信息、包装规格、贮存方

式、保质期、产品运输条件等内容。

7.1.2.2.2 有条件的生鲜农产品电子商务平台,可展示生鲜农产品的产品检验报告、营养信息、产品执行标准、成熟度判断方法、库存量、销售量等信息。

7.1.2.3 信息展示方式和要求

应符合 GB/T 35411—2017 中第 6 章的相关规定。

7.2 交易中服务

7.2.1 消费者咨询

7.2.1.1 应提供在线咨询、电话咨询等交互式消费者咨询服务。

7.2.1.2 应在页面显著位置提供消费者咨询支持,并明确客服工作时间。

7.2.1.3 咨询服务人员应在承诺时间内对咨询做出有效解答。

7.2.1.4 宜为消费者提供个性化服务。

7.2.2 订单处理

7.2.2.1 可提供消费者常用选项记录的功能,包括但不限于:记录消费者常用地址、送货方式和支付方式。

7.2.2.2 可支持电脑客户端下单、手机客户端下单等多种下单方式。

7.2.2.3 应为消费者提供简单的订单取消方式。

7.2.2.4 应为消费者提供对订单的评价、物流跟踪、手机提醒等服务。

7.2.2.5 有条件的可为消费者提供自选配送时间的功能。

7.2.3 支付结算

7.2.3.1 支付流程应简单、合理,便于操作。

7.2.3.2 应提示消费者关注交易风险,在执行消费者交易支付指令前,应要求消费者对交易进行确认。

7.2.3.3 应提供发票或收据等支付、结算凭证。

7.2.3.4 应为消费者提供两种(含)以上支付方式与便捷的退款途径。

7.3 交易后服务

7.3.1 物流服务

7.3.1.1 仓储服务

7.3.1.1.1 贮存条件应符合 SB/T 10873 的相关要求。

7.3.1.1.2 需要冷链配送的生鲜农产品在入库前应对车厢体中心温度进行检测,符合产品属性要求方可入库。

7.3.1.1.3 生鲜农产品应分类分区存放,在贮存期间应对产品品质进行定期检查,并及时剔除变质产品。

7.3.1.1.4 宜根据产品属性设置不同温区的独立贮存空间,贮存设施设备及器具应有专人管理,做好检查、维护和记录工作。

7.3.1.1.5 应保持温湿度的相对稳定,定时检测库房内的温度和相对湿度。

7.3.1.1.6 应利用臭氧、紫外线等手段,定期对库房进行清洁消毒,设施设备及器具应保持清洁卫生,无异味。当冷链物流关系到公共卫生事件时,应加强对货物转运存放区域、冷库机房的清洁消毒频次,并

做好记录。

7.3.1.2 配送服务

7.3.1.2.1 配送加工应符合 SB/T 10428 的要求。

7.3.1.2.2 应按消费者订单要求并依据先进先出的原则进行拣选、组配、包装。产品装入量应与快递包装袋或快递包装箱规格相适应。生鲜农产品物流包装材料应符合 GB/T 34344 的要求。

7.3.1.2.3 常温、冷藏、冷冻、鲜活水产品 & 特殊气味的产品应分别进行打包。

7.3.1.2.4 不应和其他对生鲜农产品安全和卫生有影响的物品混合打包。

7.3.1.2.5 应依据贮存条件,在快递包装袋或快递包装箱的显著位置添加“冷藏”或“冷冻”等标签。

7.3.1.2.6 应根据生鲜农产品特性合理选择物流配送方式及配送顺序,宜优先配送冷藏、冷冻产品。运输过程中温度应维持在生鲜农产品要求的温度范围内,对于装卸货的温度和时间应进行适当控制。

7.3.1.2.7 快递业务员在配送过程中应采用电话、发送信息等方式提醒消费者及时收取快递,并在承诺的配送时效内配送至消费者。

7.3.1.3 物流服务质量评估

7.3.1.3.1 平台内经营者应采用合理方式对物流公司的资质、设施设备、产品防护、人员管理、追溯管理及应急管理等方面进行评估。

7.3.1.3.2 平台内经营者应将评估结果反馈至物流公司,并要求不能满足物流服务质量要求的物流公司及时改进物流服务。

7.3.2 售后服务

7.3.2.1 退换货

7.3.2.1.1 平台经营者应根据生鲜农产品特点制定合理的退换货细则,宜设置先行赔付等条款,对于不满足退换货的情况应在平台上进行详细说明。

7.3.2.1.2 平台经营者应在平台上公布生鲜农产品退换货时限,告知消费者应在签收后的规定时限内提出退换货申请。

7.3.2.1.3 平台内经营者应在承诺的退换货时间范围内按照退换货细则为消费者提供退换货服务。

7.3.2.2 投诉处理

7.3.2.2.1 生鲜农产品电子商务经营者应为消费者提供便捷、有效的投诉渠道。

7.3.2.2.2 在电子商务争议处理中,生鲜农产品电子商务经营者应向消费者提供真实的原始合同和交易记录,平台经营者应积极协助消费者维护自身合法权益。

7.3.2.2.3 对平台经营者投诉问题成立的,平台经营者应赔偿消费者经济损失并针对投诉内容进行整改。

7.3.2.2.4 对平台内经营者投诉问题成立的,平台内经营者应赔偿消费者经济损失并针对投诉内容进行整改。平台内经营者拒绝履行责任的,平台经营者应督促其赔偿和整改。

7.3.2.2.5 投诉应在承诺的时间范围内进行处理,无法及时有效处理的,应提前与消费者沟通。

7.3.2.3 召回管理

生鲜农产品电子商务经营者发现经营的生鲜农产品存在或可能存在质量安全问题的,应当立即停止经营,通知供应商和消费者,并记录停止经营和通知情况。有需要的可召回已经销售的生鲜农产品。

8 服务评价与改进

- 8.1 生鲜农产品电子商务经营者应建立生鲜农产品电子商务交易服务相关的评价标准和改进制度。
- 8.2 平台经营者可采用线上或线下方式定期开展服务回访,收集交易相关方的意见和建议。
- 8.3 平台经营者可针对消费者评价建立大数据评价模型,针对产品质量、商品价格、咨询服务、售后服务、物流服务等方面分析消费者的评价和反馈,并根据分析结果,及时进行改进。
- 8.4 平台经营者应采取自我评价和外部评价相结合的方式,定期开展服务质量评价。根据评价结果以及相关方的意见和建议,采取相应措施提升生鲜农产品电子商务交易服务质量,提高消费者满意度。

参 考 文 献

- [1] GB/T 18354—2021 物流术语
 - [2] GB/T 22502—2008 超市销售生鲜农产品基本要求
 - [3] GB/T 31524—2015 电子商务平台运营与技术规范
-