TC563投票

1. **B2C电子商务平台用户条款编制指南**

赞成

标准中的第7点交易条款部分，应强调交易环境的安全性、交易的便捷性。

1. **电子商务平台销售预包装临期食品规范**

赞成

建议文本涉及的内容过于简单，不足以对临期食品予以有效规范。临期食品处理不当有一定的安全隐患，因此临期食品的规范要比一般的食品规范更加严格。比如退换货方面很容易出现纠纷，退换货规则要细化，要考虑到运输时间等等。

1. **电子商务 交易平台商品优选服务规范**

不赞成

1、可能涉嫌垄断构成不正当竞争，商家利用信息不对称会构成欺诈行为，可能诱发腐败行为。

2、主观价值的判断不应该成为国家标准的引导行为，容易造成灰色地带。商品的优良与否，在保证质量的前提下应主要以消费者的评论和喜好为主，不建议电子商务平台干预。

1. **电子商务客户服务规范**

赞成  
 我国电子商务管理的标准制定工作开展已久，目前已经对电子商务平台、商品质量、信用评价等分别作出了规定，但均未对《中华人民共和国电子商务法》中规定的电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者，在交易过程中全流程的客户服务进行规范。本标准的制定，将填补电子商务标准体系空白。此项规范的草案适用于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、法人和非法人组织所提供的客户服务，不适用于跨境电子商务交易客户服务。建议加入技术内容条款，把跨境电子商务交易客户服务的内容纳入此项标准。  
  
**5、电子商务企业服务质量规范**

赞成  
 电商企业以小企业为主，普遍存在服务与管理机制尚未健全，电子商务企业标准化工作真正探索当中，诚信体系尚未建立，电子商务产业的管理和服务跟不上其发展速度。出台标准规范和引导电商企业自身服务和管理能力提升则十分有必要，可进一步保障消费者个人隐私和信息保护，创新管理、优化服务、诚信守法经营、抵制侵权假冒、提高服务水平。建议加入限制性规范条款，体现惩戒措施。  
  
  
**6、网购商品消费者评价管理规范**

赞成  
 建议将《网购商品消费者评价管理规范》变为《网购商品消费评价管理规范》，评价管理规范不光是对消费者的评价行为进行规制，更是在另一层面上对商家在网购平台上为销售商品，对商家以“刷单”形式介入消费者售后评价体系的行为加以规制，以促使建立健全公平公正的消费者评价环境，为消费者带来真实评价环境。

**7、《网购商品配送人员服务站建设与管理规范》**

意见：赞成

理由：网购商品配送服务站在电子商务发展中发挥着举足轻重的作用，但是当前阶段在国家和地方层面关于服务站建设和运行管理的标准还处于空白。该标准基于适应新时代电子商务发展的实际需求，规定了网购商品配送人员服务站的基本原则、建设要求、管理要求、服务要求、评价和改进等内容。通过规范化、标准化的办法，解决服务站在建设与运行管理过程中所遇到的各类问题，提升网络商品配送服务站的服务效能。该标准维护作为企业员工的基本权益，同时提升其业务水平和规范。因此，应该发布并推广。

**8、《基于区块链的电子商务价值行为认定指南》**

意见：不赞成

理由：首先，区块链本身技术不成熟，而且电子商务价值的认定主体不明确，建议关于认定方面的国家标准审慎推出，容易导致不公平现象的发生。其次，该指南虽然有理论构思，但在具体实操方面的可行性、公平性、推广性等有待商榷，目前还不具备作为国家标准进行全国推广的条件。