

华润 e 购电子商务平台供应商管理细则

第一章 总则

第一条 为提升华润守正招标有限公司（以下简称“平台经营者”）经营管理的华润 e 购电子商务平台（以下简称“华润 e 购”或“平台”）的综合管理及服务水平，降低采购成本、提升采购效率，促使平台供应商提高产品质量、提升服务水平，达到参与采购各方共同发展的目的，根据国家有关法律、法规，结合平台业务实际情况特制定本细则。

第二条 本细则适用于华润 e 购的平台供应商管理工作。

第三条 术语与定义

（一）平台/本平台

指华润守正招标有限公司以及其承继主体经营、管理的华润 e 购电子商务平台，包括网址（网址：<https://shop.crpsz.com/>）的网站以及应用程序、微信公众号等客户端在内的各种形态（包括未来技术发展出现新的服务形态）。**特别说明，平台经营者有权根据经营、管理需要对平台名称、网址等进行变更，平台相关信息以届时平台经营者发布的相关公告为准。**

（二）平台经营者

指负责运营、管理本平台的华润守正招标有限公司以及其承继主体。

（三）平台采购商

指使用本平台进行采购活动的主体。

(四) 平台供应商

指接受本平台的所有规则/合同条款，有权在平台自行开展销售活动的主体。

(五) 平台服务费

指平台经营者基于合同约定/平台规则的服务内容应向平台供应商收取的平台使用服务费用。

(六) 平台供应商分类

根据平台供应商的管理状态，分为潜在供应商、合格供应商、优质供应商、淘汰供应商。

1.潜在供应商

指有能力提供符合平台经营者要求的平台商品和服务，与平台经营者有较高合作意向的平台供应商。

2.合格供应商

指已与平台经营者签约入驻华润 e 购，符合平台经营者要求的、具有符合或超出标准绩效的能力（综合评分高于 60 分、评价等级为 C 及以上）的平台供应商。

3.优质供应商

指在采购交期、质量、价格、售后服务等方面与平台经营者配合优秀的合格供应商。

4.淘汰供应商

指经过平台经营者评价、认定存在重大违规行为，需被剔除出合格供应商库的平台供应商。此类平台供应商应永久或者在一定期限内、一定范围内，部分或者全部商品禁止上架，平台经营者将根据内部管理规定并视平台供应商违规严重程度评估是否将上述供应商纳入平台供应商黑名单。

第二章 权利和义务

第四条 平台供应商应：

（一）配合华润 e 购运营管理工作，平台供应商负责对其生产或合法代理销售的产品进行整理上架，对商品池进行维护管理，及时更新价格、库存、配送、发票等信息，做好售前、售后服务；

（二）当商品或售后服务出现投诉或纠纷时，平台供应商应在服务承诺、协议等范围内妥善解决。如出现严重质量问题或商品厂商推诿质量和服务责任时，平台供应商应承担并提供质量和服务保障；

（三）在合作期间，平台经营者有义务维护平台供应商公平参与业务的义务，平台供应商有申诉、检举等法律法规赋予的权利。

第三章 管理内容及方法

第五条 平台实行“统一管理、动态评价、科学管控、扶优汰劣”的原则：

（一）统一管理。对于华润 e 购所有平台供应商实行统一管理，保证平台供应商管理公开、公平、公正、科学合理。

（二）动态评价。对平台供应商整体实力、供货份额、履约情况、平台采购商投诉等进行综合量化评价，实现对平台供应商的动态量化评价。

（三）科学管控。平台经营者应按照定量评价与定性评价相结合、实时评价与定期评价相结合的原则，对平台供应商周期性跟踪评价，并记入平台供应商档案。

（四）扶优汰劣。平台经营者将依据平台供应商动态量化评价结果引导平台采购商进行交易活动，旨在培育优质平台供应商，优化平台供应商结构，控制平台内的采购风险。

第六条 管理内容如下：

（一）准入管理

1.常规平台供应商的引入需经过平台经营者资格审查，由平台经营者通过招标或竞争性谈判等形式确定。

2.华润集团各业务单元及子公司的集采供应商，由平台经营者进行资格审查后决定是否引入。

3.华润集团内部单位作为供应商，即华润集团内部单位有资格和能力提供商品和服务，且价格公允的，接受本平

台相关约定及规则的，平台经营者可以直接引入，若涉及上市公司关联交易，须满足监管要求。

（二）违规管理

1.平台商品红线违规管理

（1）禁止出售未取得资质、假冒伪劣、国家明令禁止销售的商品。

（2）禁止出售假冒注册商标商品、盗版商品。

（3）禁止出售质量不符合国家标准、行业标准的商品。

（4）平台供应商存在本节所述情形的,平台经营者将视供应商违规行为的严重程度，对供应商采取如下处理措施：

①情节轻微：平台供应商违规行为积极配合处理，未给华润 e 购或平台采购商造成实际损失，要求平台供应商承担 10,000 元人民币或按违规商品历史成交总金额的五倍的违约金（以低者为准）。

②情节严重：平台供应商违规行为造成华润 e 购或平台采购商实际损失或其他重大影响，要求平台供应商承担实际损失总价十倍的违约金，情况严重的将被列入平台供应商黑名单。

2.经营违规管理

(1) 禁止经营资质造假，盗用其他主体的经营证照、行政许可、授权文件等证明文件，或提供伪造、变造、虚假的证明文件。

(2) 禁止出售通过非官方渠道采购的商品，禁止出售留有他人使用痕迹的非全新商品。

(3) 禁止私下引入客户指定的线下贸易商，上架商品销售，供应价格较历史采购价相比明显偏高。

(4) 禁止串通平台采购商报价，不正当获取订单，对华润 e 购相关工作人员、平台采购商进行商业贿赂行为，包括但不限于提供回扣、现金及有价证券、贵重礼物等情况。

(5) 禁止泄露客户信息，未经允许收集、使用、加工、传输客户个人信息；非法买卖、提供或者公开客户个人信息，涉嫌侵犯他人隐私权或人身权的行为。

(6) 禁止使用华润集团各公司名下的黑名单供应商。

(7) 禁止故意规避华润 e 购相关规则或管控措施，扰乱正常经营秩序的行为。

(8) 平台供应商存在本节所述情形的，平台经营者将对供应商采取如下处理措施。

①第一次发生：警告一次，下架全部商品 1 个月。

②第二次发生：严重警告一次，下架全部商品 2 个月。

③第三次发生：下架全部商品 3 个月，并要求平台供应商承担 100,000 元人民币，情况严重的将被列入平台供应商黑名单，永不合作。

（三）日常评价管理

1.评价标准

对于不同类别的平台供应商，平台经营者将采取不同的评价管理模式，其中平台采购商专属供应商平台经营者不进行评价管理，由对应的平台采购商自行考评。日常运营评价管理标准详见附录。

2.评价指标

(1) 包含但不限于商务评价、技术评价、质量评价、服务评价等。

(2) 具体评价指标细项，根据实际情况另行设置，评价指标参考附录。

3.评价方法

(1) 按权重计算汇总分数。

(2) 单项指标评分按百分制，满分 100 分， ≥ 90 分、75（含）-90 分、60（含）-75 分、 < 60 分四个分值档次，评分人根据平台供应商实际表现进行评价并打分；

(3) 平台供应商评价对应分 A、B、C、D 四个等级，具体如下：

等级	分值	等级定义
A	90≤得分≤ 100	优秀；质量、服务、支持表现都非常好
B	75≤得分 <90	良好；质量、服务、支持表现较好
C	60≤得分 <75	需整改；质量、服务、支持一般
D	得分<60	淘汰；质量、服务、支持不能满足业务要求

4.评价周期

平台供应商评价以季度为一个考核周期，并于每季度15日前将考核结果反馈给对应供应商。所有异常次数、比例均以考核周期内的行为为基础计算，实行周期内累计制。进入下一考核周期后，上一考核周期内的次数、比例自动作废，重新计算。

5.评价结果发布

供应商评价完成后，平台经营者将通过书面方式告知供应商评价结果，后续实现系统展示评价结果。

6.奖惩管理

(1) 平台经营者有权对平台供应商所提供的商品和服务进行不定期抽查，有权随时根据平台采购商的反馈对平台供应商的履约情况进行考核和评价，推进与评级优秀的供应商建立长期合作、利益共享、深度协同的合作关系，全面提升采购供应链的整体效益和效率。

(2) 对提供不符合要求的商品、不达标的服务或其他违约行为的平台供应商，平台经营者有权强制下架，并要求平台供应商进行限期自查整改，要求平台供应商提交整改情况报告。

(3) 如供应商对平台经营者提出的整改要求未给予实质性整改措施，平台经营者将视情节轻重给予警告、严重警告、暂停供货资格、扣除履约保证金等惩罚措施，情节严重的，情况严重的将被列入平台供应商黑名单，永不合作。

7.淘汰管理

(1) 综合评分低于 60 分、评价等级为 D 的平台供应商，原则上平台经营者将不再与其合作并从平台供应商库里剔除。

(2) 出现严重质量问题或连续出现质量问题无法改进的平台供应商，从平台供应商库里剔除并追究相关法律责任。

第四章 附则

第七条 平台供应商违规行为发生在本规则生效之日以前的，适用此前的规则；发生在本规则生效之日以后的，适用本规则。

第八条 平台经营者可根据实际情况不时调整平台规则，并通过系统、邮件、官网公示等方式通知平台供应商；平台供应商收到通知后，如不同意相关变更，应当立即停止使用华润 e 购进行供货并告知平台经营者。如继续使用的，即表示接受经修订的细则。

第九条 本细则由平台经营者负责解释、修订。

第十条 本细则于平台公示之日起生效。

华润 e 购平台供应商评价指标								
父级指标	权重	子级指标	指标说明	分数	评分标准	评分 (0-100分)	得分	扣分说明 (低于80分须说明)
交易评价	25%	价格违约/价格虚高	未按照协议中规定的价格上架商品； 提供的前台售价格与市场行情的平均价格差异较大； 供给价格高于其他国	70	如发现一次扣除5分，扣完为止			

			央企电商平台的正常供给价格；市场价与供应商官网价格展示不符					
		销售额	公式计算：销售额得分 = (其销售额/全平台总销售额) * 满分分值 (即 30 分)	30	按实际销售额测试			
商品评价	25%	商品分类	供应商分类错误，商品类目乱挂	20	查实一次扣 1 分，扣完为止			
		商品命名	商品命名不规范，带特殊标识	20	查实一次扣 1 分，扣完为止			
		商品图文、特征数据	供应商上传图片错误、图片缺失、商品详情特征描述错误或不完善，影响用户采购行为	20	查实一次扣 1 分，扣完为止			
		商品动销	供应商推送的商品动销率低于平台商品平均动销率	20	低于平台商品平均动销率 10%扣 5 分，以此类推，扣完为止			
		产品质量、包装投诉	产品质量、货物包装投诉	10	如发现平台采购商投诉供应商因商品质量问题、包装问题影响正常使用，查实一次			

				扣除 2 分， 扣完为止。			
		产品质量证明 文件 (随商品提供)	对于必须提供质量证明文件的商品未随商品提供相关证明文件	10	查实一次扣除 2 分，扣完为止。		
售后评价	20%	库存/物流状态同步	供应商库存/物流状态未同步到平台，或者同步库存状态错误等	25	查实一次扣 1 分，扣完为止		
		售后投诉	平台采购商反馈供应商在投诉处理、发货与订单不符、少发货、漏发货、退换货处理、退换货处理等售后服务不满意的情况	25	投诉一次扣除 2 分，扣完为止。		
		配送时效/准确度	除不可抗力外，凡平台采购商反馈超期末到货或者未送货至指定地点，且供应商未提前与平	25	查实一次扣除 1 分，扣完为止		

			台采购商沟通一致的					
		开票时效	除不可抗力外，供应商未提前与平台采购商沟通一致的，收到开票申请7个工作日内未开具发票	25	查实一次扣除1分，扣完为止			
服务评价	30%	运营配合度	日常问题处理配合表现	30	由平台经营者/平台采购商根据供应商表现综合打分			
		客服响应速度	客服处理问题速度过慢或订单、配送、发票出现问题未及时主动与平台采购商沟通协调等情况	30	由平台经营者/平台采购商根据供应商表现综合打分			
		价格合理性	商品整体价格合理性	40	由平台经营者/平台采购商根据供应商表现综合打分			