

华润 e 购商城商品发布规范

第一章 总则

第一条 为规范华润守正招标有限公司（以下简称“平台运营机构”）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”）的商品发布流程，提升采购体验，加强华润 e 购商品发布管理，打造优质的供应生态，根据国家有关法律法规、监管规定和业务实际需要，制定本规范。

第二条 本规范适用于华润 e 购内所有发布商品的信息管理。

第三条 商品信息应符合《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》及相关法律法规、行政管理条例等规定。

第四条 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。特别说明，平台运营机构有权根据经营、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）平台运营机构

指负责运营、管理本平台的华润守正招标有限公司及其承继主体。

第二章 基本要求

第五条 商品信息展示页面应当公示平台供应商信息或其链接标识，平台供应商信息包括但不限于营业执照、与其经营业务有关的行政许可信息等法规要求公示的相关信息。

第六条 平台供应商应当对发布商品的内容负责，并确保全面、真实、准确、及时、合法地披露商品信息，积极保障用户的知情权和选择权。不得发布虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导用户。

第七条 平台供应商不得发布任何含有侵害他人姓名权、肖像权、隐私权、商标权、著作权或其他合法权益的信息，如隐私资料，商业内部数据等。

第八条 平台供应商不得通过编造、传播虚假信息或误导性信息的方式，实施扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者、平台或者用户合法权益的不正当竞争行为。

第九条 平台供应商不得发布未达到国家有强制性质量标准或者安全标准的商品。

第十条 平台供应商不得发布未取得国家规定的生产经营许可或销售许可的商品。

第十一条 平台供应商不得发布未经报关或虽经报关但没有完整报关材料的进口商品，亦不得出售没有中文标签的商品。

第十二条 平台供应商不得发布假冒伪劣商品，不得通过发布引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的信息，实施混淆行为。

第十三条 平台供应商发布的商品，若属于主流品牌商品，需具备真实有效的商标注册证或其他授权证明文件，华润 e 购鼓励平台供应商在商品页面发布和展示前述品牌权属或授权证明文件。

第三章 禁止发布的信息

第十四条 禁止在平台上发布任何违反法律、法规和违背公序良俗的信息，包括但不限于反对宪法所确定的基本原则、危害国家安全、泄露国家秘密、颠覆国家政权、破坏国家统一、损害国家荣誉和利益、破坏民族团结及宗教政策、宣扬邪教和封建迷信、散布谣言、散布淫秽色情、暴力、赌博或教唆犯罪、危害社会公德、侮辱诽谤他人等。

第十五条 禁止在平台上发布带有广告法违禁词、保证医疗功效用语、存在履约不能的风险用语、诱导误导用语等相关信息。

（一）广告法违禁词，包括但不限于：最高级、最好、最佳、最高端、第一、唯一、NO.1、TOP1、国家级、国际级、世界级、宇宙级、XX 特供、特权、独创、首个、首发、贵族、皇家、高贵、XX 阶层、XX 阶级、贫民窟、弱智、绝版、前所

未有、绝无仅有、领袖、引领、领先、大牌、王牌、至尊、极品、绝佳、绝对等；

（二）保证医疗功效用语，包括但不限于：延年益寿、养胃生津，调节内分泌、增强或提高免疫力、助眠、滋阴补阳、壮阳、防癌、抗癌、减肥、清热解毒等；

（三）存在履约不能的风险用语，包括但不限于：假一赔十、包赔等；

（四）诱导误导用语，包括但不限于：再不抢就没了、全民抢购、史上最低价、仅此一次、售罄、售空等；

（五）其他可能违反《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国价格法》、《互联网广告管理暂行办法》、《食品广告发布暂行规定》等法律法规及相关平台规则之规定的信息。

第十六条 禁止出现错别字，包括但不限于标题、品牌、属性、规格、图片等商品信息中的所有文字信息。

第四章 标题规范

第十七条 商品标题规范：品牌名+描述词（非必须）+商品名称/型号（系列）+基本属性+规格，其他具体要求如下：

（一）国产商品：

1. 商品具有品牌，示例如下：

联想 pro14 13 代酷睿超能本 16 英寸；

2. 商品若无品牌，用工厂名称缩写代替，示例如下：

XJ（如新津工厂） 一次性丁腈手套 100 只/盒。

（二）进口商品的国别信息需按照如下要求展示：

1. **【国别】 / 【国别进口】 +标题：**

智利进口 车厘子 JJ 级 单果 28-30mm；

越南 高乐蜜芒果 单果 200g+；

2. 标题+ **【国别原装进口】：**

德亚 原味酸牛奶 200ml*10 盒礼盒装 德国原装进口。

第十八条 商品命名中不得擅自使用他人注册商标描述产品，如：XX 品牌 充电线中的爱马仕。

第十九条 标题禁止描述词重复堆砌，相近的描述词禁止超过 3 个。

（一）错误案例 1：

海南 妃子笑荔枝 精选大荔枝 3 斤，该案例中荔枝重复。

（二）错误案例 2：

清风柔软柔滑柔韧柔顺餐巾纸 1 包，该案例中相近的描述词有 4 个。

第二十条 推荐类的信息：如 XX 明星同款、XX 同款、XX 明星代言，需加 **【】** 且放置在标题后面。

正确案列：

Swisse/斯维诗 **【迪丽热巴同款】** 小 Q 瓶血橙胶原蛋白精华饮料 30ml*7 瓶。

第二十一条 数量规格符号统一使用“/”“*”“-”，净重或毛重说明用（）。

正确示例：

256ml*12 瓶；250ml/盒；3-5 斤（带壳整果）。

第五章 图片要求

第二十二条 图片版权所有方归平台供应商，如包含人物肖像信息等，需获得相应授权，严谨任何形式的盗版侵权行为。

第二十三条 首图展示内容必须符合《广告法》等相关法律法规，禁止出现极限词或绝对性描述词。

第二十四条 主体图片必须清晰不虚化，无马赛克、噪点，不能拼图，不能 P 图过度，如：曝光过度、颜色偏差等影响商品真实度。

第二十五条 市场主流通用品牌主图需要展示产品多角度的方位图以及产品细节图，不得出现所有主图展示同一个角度的情况。

第二十六条 主图中呈现商品个数与销售单位（产品信息）保持一致，主图所示商品颜色、规格等必须与文字介绍一致，不得出现与所售商品无关的其他商品和物体。

第六章 详情页内容规范

第二十七条 详情页必须图文结合，内容必须与商品相关，包括但不限于商品的品牌、功能、功效、使用说明、规格参数、注意事项等。

第二十八条 详情页内容须与标题、属性等信息对称；

第二十九条 必须保持整体内容风格统一，不得出现拼接文字或拼接物品，不得模糊。

第三十条 描述中不得有不科学的表示功效的断言或者保证；不得有与同类产品功效、性能进行比较的言论或画面、形象。

第三十一条 不得使用专家、医生、患者、未成年人或医疗科研、学生机构、医疗单位的名义进行广告宣传。

第三十二条 不得宣传不使用卖家的产品可能导致或加重某种疾病的语言、文字、画面。

第三十三条 不得出现可能使人得出使用卖家的产品可以使疾病迅速治愈、身体迅速康复的印象或结论的语言、文字、画面、形象。

第三十四条 不得含有医疗术语、明示或者暗示医疗作用和效果的用语、虚假/夸大/绝对化的词语、医学名人的姓名等国家相关法规明确规定禁止使用的词。

第三十五条 商品广告语要求语言精练、语意明确、有营销理念，禁止出现歧义、虚假信息、夸大商品功能或表述不消等情形。

第七章 违规处理

第三十六条 违规情形包括但不限于以下内容：

- （一） 图片或者标题涉及黄赌毒、敏感词、政治相关，暴力相关；
- （二） 商品标题品牌、属性品牌描述与售卖品牌不一致；
- （三） 商品标题品牌描述与商详情页展示品牌不一致；
- （四） 商品发布信息类目与所选商品类目信息不一致；
- （五） 需要涉及规格/克重填写的商品，没有填写规格/克重、填写规格/克重不明确或者填写规格/克重与实际商品售卖展示不一致；
- （六） 刻意规避平台商品发布规则及其他相关规则，商品实际发布的价格与商品的实际价格严重不符；
- （七） 添加剂、配料与实际售卖商品展示不一致；
- （八） 商品主图、轮播图、商详情页图片、视频图不清晰、不完整、缺损；
- （九） 商品标题关键词堆砌或带有与商品完全无关的信息；

第三十七条 对出现违规情形的平台供应商，根据情节严重性，处于以下惩罚：

- （一） 商品当日警告要求 3 日内整改，3 日内未按照

要求整改完，第3日下架处理；

- (二) 商品当日下架；
- (三) 平台供应商禁止上新；
- (四) 不予审批上架；
- (五) 平台供应商清退。

第三十八条 商品一经发布，即可以被用户获取商品链接并下单购买，平台供应商应谨慎发布商品，不得发布测试商品，否则应按已发布商品信息承担销售者责任。

第三十九条 平台供应商应遵守国家法律、行政法规、规章以及与平台签订的各项协议。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规定的行为，本规则已有规定的，适用于本规则。本规则尚无规定的，平台有权根据相关法律及与平台签订的各项协议酌情处理。

第四十条 若平台供应商发布国家相关法律明确禁售的商品，平台有权根据法律、法规之规定移交司法机关。

第八章 附则

第四十一条 法律法规、监管规定或政策文件另有规定的，从其规定。

第四十二条 本规范由平台运营机构华润守正招标有限公司负责解释、修订。

第四十三条 本规范自平台公布之日起生效。