

《网络交易主体信用名单管理规范》解读

一、标准编制背景

随着互联网信息技术的发展，电子商务已经广泛渗入社会生产生活的各个方面。据数据统计，全国企业名称或经营范围含“电子商务、互联网销售”的企业共有近 300 万家；据热力榜显示，深圳连续 8 年新增淘宝网店数位居全国第二位，超越北京、上海。加强对电子商务主体的信用管理，营造诚信经营环境，对于深圳乃至全国范围内保障电子商务健康发展，保护消费者权益都具有重要意义。

国务院、商务部等多部委陆续出台相关政策文件促进电子商务营商环境改善。《中华人民共和国电子商务法》《国务院办公厅关于进一步完善失信约束制度构建诚信建设长效机制的指导意见》（国办发〔2020〕49 号）、《关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见》（中办发〔2022〕25 号）等相关国家文件中，提出要推进电子商务诚信体系建设、建立守信联合激励和失信联合惩戒名单制度、加强各类主体信用建设等内容。同时，加强社会信用体系建设也是深圳建设中国特色社会主义先行示范区的重要内容。深圳市 2020 年优化营商环境改革重点任务清单中明确提出“完善税务、交通运输、电子商务等 20 个重点领域红黑名单管理办法”。从实际需求来看，网络交易主体基数大、治理难，网络市场治理工作需要社会力量积极参与，需要信用名单相关的标准或者规范性文件提供技术支撑；另外，有关行业协会、阿里、京东等电商平台，在进行会员管理、商户管理、平台治理的过程中，也在探索通过建立和应用信用名单，促进行业自律，提升治理效能。在此背景下，制定《网络交易主体信用

名单管理规范》地方标准。

二、标准实施意义

一方面有利于填补标准空白，发挥标准对网络市场治理的支撑作用，进一步支撑电商法及信用体系建设相关文件精神的落地实施；另一方面，有利于为行业协会、第三方机构、电商平台等开展信用名单的制定、应用管理等提供指导，助力保护企业和消费者正当权益。

三、标准主要内容

（一）范围

本文件规定了网络交易主体信用名单的管理原则、名单管理、名单应用。

本文件适用于社会团体、第三方机构对网络交易主体信用名单的管理，电子商务平台内部的信用名单管理可参照使用。

（二）规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

（三）术语和定义

本文件规定的术语包括：网络交易主体、信用名单、严重失信主体名单、守信主体名单、评价机构。主要参考了现行的电子商务相关政策文件、国家标准对相关术语的定义，包括《网络交易监督管理办法》和其他省市发布的“红黑名单”管理办法中较为通用的术语和定义。

（四）管理原则

提出了网络交易主体信用名单管理原则，包括客观性、有效性、实用性。

（五）名单管理

信用名单管理流程包括信息采集、名单审定、信息告知、名单公示、名单异议、名单发布、名单移出、名单资料存档，见图 1。

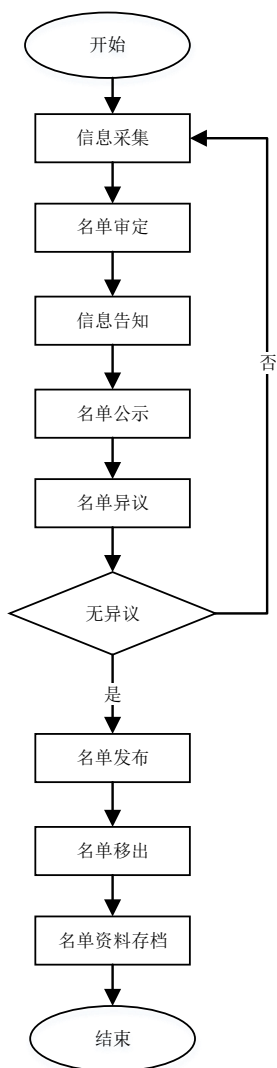


图 1 信用名单管理流程图

（六）名单应用

1. 失信约束措施

——向政府部门或网站备案地通信管理部门、网络交易平台经营者通报该网络交易主体失信行为情况，对可公布的重大失信行为予以

曝光；

——网络交易平台经营者可对被列入严重失信主体名单的网络交易主体在限制入驻会员、降低信用等级、屏蔽或关闭店铺、查封交易账户、公开曝光等方面给与约束措施；

——向社会公众发出在线消费警示；

——法律法规规定的可以实施的其他约束措施。

2. 守信激励措施

——优先考虑参与评先、评优等活动；

——提供优先办理、简化程序等“绿色通道”支持激励措施；

——网络交易平台经营者可对被列入守信主体名单的网络交易主体在搜索排序、流量分配、营销活动参与机会、信用积分等方面给与激励措施；

——法律法规、平台规则、协会章程、行业自律机制等规定的可以实施的其他激励措施。

3. 名单共享

评价机构应主动与行业组织、第三方机构、媒体等共享信用名单及相关信息。

（七）资料性附录 A-F

资料性附录 A-F 分别给出严重失信主体名单列入条件、严重失信主体名单列入事先告知书、信用名单异议申诉表、守信主体名单列入条件、信用名单信息项说明、信用名单移出申请表。