

# 深圳市二手网络交易平台服务协议 和交易规则合规指引

## 第一章 总 则

### 第一条 目的和依据

为引导我市二手网络交易平台经营者加强合规管理，营造公平透明健康的网络市场环境，维护平台内经营者和消费者的合法权益，促进平台经济规范健康持续发展，依据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》《网络交易监督管理办法》等法律法规，制定本合规指引。

### 第二条 适用范围

本指引作为规范二手网络交易平台经营者在制定平台服务协议和交易规则的程序和实质合规指导性建议，适用于本市登记注册的从事二手商品交易的网络交易平台经营者。

本指引所称二手网络交易平台经营者是指在二手商品网络交易活动中为交易双方（至少交易一方的身份为经营者）提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方独立开展二手商品网络交易活动。

## 第二章 程序合规要求

### 第三条 信息公示

二手网络交易平台经营者依法在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置持续公示平台服务协议和交易规则信息或者上述信息的链接标识，并保证平台内经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

#### **第四条 修订流程**

平台服务协议和交易规则修订的流程应包括：起草、征求意见、公示等环节。

（一）起草。二手网络交易平台经营者根据自身经营内容、组织方式等确定平台服务协议和交易规则的起草程序。

（二）征求意见。平台服务协议和交易规则起草完成后，依法在平台网站首页显著位置和移动端显著位置对平台服务协议和交易规则草案公开征求意见，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。及时修改不公平、不合理内容，并公示意见采纳情况和理由。

（三）公示。平台服务协议和交易规则修改内容依法至少在实施前七日，在平台网站首页显著位置和移动端显著位置予以公示。

#### **第五条 信息保存**

二手网络交易平台经营者依法完整保存修改后的平台服务协议和交易规则版本生效之日前三年的全部历史版本，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

#### **第六条 显著提醒**

平台服务协议和交易规则属格式条款的，依法以单独告知、字体加粗、弹窗等显著方式提请消费者、平台内经营者注意与其有重大利害关系的内容，并按照消费者、平台内经营者的要求予

以说明，依法不在格式条款中作出减轻或者免除自身责任、加重消费者、平台内经营者责任、排除或者限制消费者、平台内经营者权利的规定，不利用格式条款并借助技术手段强制交易。

### **第三章 实质合规要求**

#### **第一节 必要性服务协议与平台交易规则**

##### **第七条 用户注册服务协议**

二手网络交易平台经营者制定的用户注册服务协议，须确定与用户之间的权利与义务，并采用合理和显著的方式提请用户注意有关平台责任的条款。

二手网络交易平台经营者的用户注册服务协议内容必须明确交易平台的权利及义务，交易双方的权利及义务，双方的责任范围，平台服务的中断和终止条件，法律适用和管辖以及其他需双方明确及注意的条款。

##### **第八条 身份核验规则**

身份核验规则包括但不限于以下内容：申请人入驻平台应符合的基本条件（鼓励平台经营者对申请人的身份类别、经营状况、守法合规、诚信自律等方面提出具体要求）；申请人入驻平台所需提供的身份、许可等证明材料及其合法性要求；对申请人入驻条件及有关证明材料的核验规则，如核验依据、核验标准等。

##### **第九条 商品信息发布及展示规则**

二手网络交易平台经营者应制定严格的信息发布交易规则，要求平台内经营者发布二手商品信息时，必须提供以下详细信

息：品牌信息，产品功能及参数，产品成色定级标准。

明确描述二手商品成色，包含但不限于以下内容：商品外观状况、商品磨损瑕疵、功能缺陷情况、是否在质保期内、是否有维修史、包装以及配件情况。

二手商品外观展示：提供清晰的商品实物照片，包括但不限于正面、背面、侧面等方式展示磨损瑕疵细节、包装、配件，如有货源证明，展示商品货源相关证明或购买凭据。

#### **第十条 商品质量保障规则**

二手网络交易平台经营者应建立商品质量购销核查登记规则，规则内容应包含由鉴定估价人员对入市交易的商品进行定期或不定期的质量安全抽检，检验方案应执行相关标准，对主要的商品索票、索证并建立交易档案。

#### **第十一条 七天无理由退货规则**

二手网络交易平台经营者在平台交易规则中约定适用七日无理由退货时，交易双方应遵循七日无理由退货。若二手网络交易平台经营者在平台交易规则中约定不适用七日无理由退货时，经营者需在商品销售必经流程中设置“一对一”明示的确认程序，如通过聊天工具、弹窗等方式与消费者协商，获得消费者的单独、明确同意。

#### **第十二条 质保期限规则**

二手网络交易平台经营者在平台交易规则中与消费者约定二手商品质保有效期的，交易双方应遵循质保有效期。若无质保有效期约定，可参考《消费者权益保护法》有关规定，若经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规

定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。

### **第十三条 纠纷解决与投诉处理**

二手网络交易平台经营者制定的纠纷解决规则应包含平台内经营者及消费者的举证责任、二手商品的退货退款维修等要素。

二手网络交易平台经营者制定纠纷解决与投诉处理规则应明确相关责任，明确投诉处理人员、渠道、时间，确保投诉得到及时处理；对于非消费者原因导致的分歧，如二手商品质量问题、外观与质检报告不符等，经营者应承担相应责任，并采取适宜的补偿措施，保证消费者的利益。

平台内经营者与消费者发生纠纷和分歧需要借助纠纷调解机构等第三方介入时，二手网络交易平台经营者应出示完整的交易记录，以协助调查。

### **第十四条 信息隐私保护规则**

二手网络交易平台经营者制定严格的隐私保护规则，规则内容应包含用户信息擦除后不应再含有个人使用者的任何隐私信息，包括姓名、通讯地址、照片等；确保查验、登记以及录入的信息仅用于执法机关或行政管理部门查询、检查、取证，严禁登记信息滥用和未经允许使用；对超过售后保修期限的出售者登记信息应及时销毁。

## **第二节 推荐性平台服务协议与交易规则**

### **第十五条 新旧程度标识规则**

鼓励二手网络交易平台经营者建立二手商品新旧程度的规

则并加强向消费者宣贯，规则内容应包含“全新未拆封”“九九新”“九成新”“八成新”“七成新及以下”等新旧程度的定义，并要求平台内经营者按照规则规定的等级进行标识。

#### **第十六条 回收价格制定规则**

鼓励二手网络交易平台经营者提供公正合理的二手商品回收价格制定规则，并在平台上公示，具体要求如下：价格评估应基于市场行情、品牌、型号、新旧程度等因素；价格信息应公开透明，不能有误导性或虚假宣传；禁止恶意压价或不透明的价格操作，确保交易的公平性；定期更新价格参考体系，以反映市场变化。

#### **第十七条 鉴定规则**

鼓励二手网络交易平台经营者提供或合作提供专业的二手商品鉴定服务，制定的鉴定规则应包含具体要求如下：鉴定内容包括真伪、性能、质量、是否有非法修改等；鉴定结果应以书面形式提供，并明确告知消费者；鉴定过程应公正、透明；鉴定结果应作为交易的重要参考，并在平台上公示。

### **第三节 禁止性平台服务协议与交易规则**

#### **第十八条 禁止利用格式条款逃避责任**

二手网络交易平台经营者不应在其自行制定的用户注册服务协议，不得利用格式条款等方式做出减轻或者免除自身责任的规定。

#### **第十九条 禁止侵害消费者权益**

二手网络交易平台经营者制定的交易规则不应减轻或免除

平台在商品质量、服务质量、信息安全等方面的责任或加重消费者在商品退换、维修、投诉等方面的责任；排除或限制消费者依法享有的知情权、选择权、公平交易权等权利；限制消费者依法享有的索赔权、起诉权等法律救济权利。

#### **第二十条 禁止不正当竞争**

二手网络交易平台经营者制定的交易规则中无正当理由，不能含有限制平台内经营者与其他经营者的正常合作、通过技术手段，干扰或阻碍平台内经营者的正常经营活动、其他违反公平竞争原则，损害其他经营者或消费者权益的行为等要素。

### **第四章 合规管理**

#### **第二十一条 行业自治**

鼓励二手商品网络交易平台经营者成立行业自治组织，实施行业服务和自律管理，建立健全行业规范和标准，推动形成健康有序的循环经济发展环境。

#### **第二十二条 合规中心建设**

鼓励二手行业自律组织设立合规中心，由合规中心负责与市场监督管理部门对接具体工作要求，并做好组织内成员单位的宣传落实。合规中心根据需要不定时向市场监督管理部门反馈产业合规体系和机制建设成果。

鼓励合规中心下设各职能部门，具体落实合规教育、合规培训、合规监督、合规检查、合规评价、合规整改等工作内容。

### **第五章 附 则**

### 第二十三条 指引解释

本指引由深圳市市场监督管理局负责解释。

### 第二十四条 指引实施

本指引并非规范性文件，仅对二手网络交易平台服务协议与交易规则合规作出推荐性指引，不具有强制性。