

T/CFLP

中国物流与采购联合会标准

T/CFLP 0015—2018

商品现货电子交易市场经营管理规范

Specification for spot e-market operation and management

2018 - 06 - 07 发布

2018 - 07 - 15 实施

中国物流与采购联合会 发布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	2
5 业务规范	5
6 交易商管理	7
7 服务商管理	8
8 从业人员管理	9
9 监督管理	9
参考文献	10

前 言

本标准按照GB/T 1.1—2009给出的规则起草。

本标准由中国物流与采购联合会提出。

本标准由中国物流与采购联合会团体标准化技术委员会归口。

本标准起草单位：中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会、北京物资学院经济学院、西安交通大学管理学院、清华大学电子交易技术国家工程实验室、宁波大红鹰学院、上海通衍信息科技有限公司、四川中国白酒产品交易中心有限公司、无锡市不锈钢电子交易中心有限公司、宁波大宗商品交易所有限公司、广西糖网食糖批发市场有限责任公司、浙江塑料城网上交易市场、金网安泰信息技术有限公司、郑州郑大信息技术有限公司、时力永联科技有限公司、国采华南金属市场服务有限公司、西安矩阵商品信息咨询有限公司、中煤远大（北京）电子商务股份有限公司、西南大宗商品交易中心有限公司、盘锦辽东湾国际商品交易有限公司、泛东北亚大宗商品交易中心有限公司、内蒙古草都草牧业发展有限公司、青岛华银商品交易中心有限公司、青岛国际有色金属市场有限公司、大唐高鸿信安（浙江）信息科技有限公司、安徽省江海通供应链管理有限公司、中金金融认证中心有限公司、北京众签科技有限公司、中物动产信息服务股份有限公司、金联汇通信息技术有限公司、上海澎博网络数据信息咨询有限公司、北京瑞卓喜投科技有限公司、上海有孚网络股份有限公司、北京信构信用管理有限公司、长沙沁坤大宗农产品现货电子交易市场股份有限公司、天津嘉悦电子商务管理咨询有限公司。

本标准主要起草人：何辉、周旭、赵娴、冯耕中、柴跃廷、廖英敏、邓立、洪涛、姜旭、王永龙、尹满华、杨洪波、郁晓春、朱金祥、周广俊、黄全明、关键、肖燕林、周世俊、赵广浩、张斌、胡诗科、孙大鹏、王可、何勇、高美丽、张力、池勇、李海燕、王磊、赵旭、李国才、朱巍、晏加铭、董彦文、吕亭、李健、张行、廖逸、郭宏杰、许进、邓辉、甘明春、程思、张单军、孙毅、钟晓瑜、吴勇刚、代官飞、蔡盛洁。

声明：本标准的知识产权归属于中国物流与采购联合会，未经中国物流与采购联合会同意，不得印刷、销售。任何组织、个人使用本标准开展认证、检测等活动应经中国物流与采购联合会批准授权。

商品现货电子交易市场经营管理规范

1 范围

本标准规定了商品现货电子交易市场经营管理的基本要求、业务规范、交易商管理、服务商管理、从业人员管理和监督管理。

本标准适用于商品现货电子商务活动，不适用于期货交易。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 18769—2003 大宗商品电子交易规范

SB/T 10519—2009 网络交易服务规范

T/CFLP 0010 商品现货市场交易商主体信息规范

T/CFLP 0011 商品现货市场电子商务从业人员能力要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商品现货电子交易市场 spot e-market

依法设立的，为交易商开展商品现货交易活动提供电子商务平台，并能够提供信息、物流等配套服务的法人。包括大宗商品电子交易中心（俗称大宗商品交易市场）、商品交易市场电子商务平台、为其他第三方开展电子商务活动提供综合服务的企业电子商务平台，以及其他涉及大宗商品产品、服务、信息交换的B2B电子商务平台。

3.2

电子合同 electronic contract

自然人、法人、其他组织之间以数据电文为载体，并利用电子通信手段设立、变更、终止民事权利义务关系的协议。

3.3

商品现货市场 spot market

依法设立的，由买卖双方进行公开的、经常性的或定期性的商品现货交易活动，具有信息、物流等配套服务功能的场所。

[T/CFLP 0009—2018，定义 2.1]

3.4

市场经营者 market operator

依法设立商品现货电子交易市场，制定市场相关业务规则和规章制度，并为商品现货交易等电子商务活动提供场所及相关配套服务的法人和其他经济组织。

3.5

交易商 trader

根据有关法律法规及商品现货市场章程的有关规定审核批准，在商品现货市场从事电子商务及有关服务活动的企业法人、其他经济组织和自然人。

[T/CFLP 0009—2018，定义 2.4]

3.6

服务商 service provider

为商品现货电子交易市场及与其业务经营活动相关的企业、机构或自然人，提供产品或服务交易及辅助服务的企业或自然人。

3.7

交易商适当性 trader appropriateness

商品现货电子交易市场为规范与交易商之间权利义务关系，通过对交易商基本情况、现货贸易履约能力和风险承受能力等进行评估和管理，确保将适当的产品或者服务销售或者提供给适合的交易商所作出的制度安排。

4 基本要求

4.1 基础设施

商品现货电子交易市场的基础设施应满足GB/T 18769—2003中3.2.1的要求。

4.2 信息公开

4.2.1 市场经营者应在其网站首页显著位置及中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会网站持续并至少公示以下信息：

- a) 公司名称、经营范围、注册资本、公司住所、法定代表人、办公地址及邮编、公司

网址、公司电子邮箱，以及与其经营业务有关的行政许可信息；

- b) 市场及其分支机构真实的实体经营地址和联系方式，以及法律文书送达地址；
- c) 各项协议、业务规则、规章制度和其他重要信息；
- d) 监管部门、行业协会或投诉机构的联系方式；
- e) 公司诚信记录，包括监管部门实施的行政处罚；
- f) 法律、法规规定其他应披露的信息。

4.2.2 市场经营者的营业执照信息或者行政许可信息发生变更时，应及时公示。

4.2.3 市场经营者提供的信息服务应满足 GB/T 18769—2003 中 3.2.4 的要求。

4.2.4 市场经营者应提醒交易商注意与其自身合法权益有密切关系的内容，从技术上保证交易商能够便利、完整的阅读和保存。

4.2.5 市场经营者修改业务规则（包括但不限于入市协议、交易规则、结算规则、交收管理办法、风险控制管理办法、违规违约处理办法、信息发布管理办法等各类规章制度和业务细则）时，应至少提前一周在市场经营者网站主页面显著位置和中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会网站予以公示，同时公开征询相关各方意见。

4.3 账户和资金安全

4.3.1 市场经营者应为交易过程提供安全可靠的资金结算渠道或在线支付服务。

4.3.2 市场经营者对结算银行的管理应满足 GB/T 18769—2003 中 3.5 的要求。电子支付应当由银行或具备合法资质的第三方支付机构提供。

4.3.3 市场经营者对交易商资金的管理应符合 SB/T 10519—2009 中 4.2.5 和 GB/T 18769—2003 中 4.3 的规定。

4.3.4 市场经营者应提示交易商提高风险意识，选择安全的结算或支付方式，保护账户和密码不泄露。

4.4 交易秩序维护

4.4.1 市场经营者应根据电子商务活动的特点，应至少制定以下方面的制度：交易商注册制度、信息披露与审核制度、隐私权与商业秘密保护制度、交易商适当性制度、广告发布审核制度、网上交易的信用评价体系、交易安全保障与数据备份制度、争议解决机制、不良信息及垃圾邮件举报处理机制，以及法律、法规规定的其他制度。

4.4.2 市场经营者应全面、真实、准确披露商品或者服务信息。

4.4.3 市场经营者应建立交易商信用评价机制，将交易商失信行为记入诚信档案并及时报送相关主管部门和行业协会。

4.4.4 市场经营者应定期组织检查管理制度的实施情况，并根据检查结果及时采取改善措施。

4.5 隐私与商业秘密保护

4.5.1 市场经营者应制定保护交易商和消费者注册信息、隐私和商业秘密的管理制度。

4.5.2 未经交易方同意，市场经营者及市场参与各方不应向第三方披露、转让或出售交易当事人名单、交易记录等数据，但通过正常途径已经为公众获知的资料或法律法规另有规定的除外。

4.6 知识产权保护

市场经营者、交易商和服务商不应侵害他人的专利权、商标权、著作权等，并有权利和义务保护相关知识产权。

4.7 交易系统

4.7.1 市场经营者应按照国家信息安全登记保护制度的有关规定和要求建设、运行、维护网络交易平台系统，落实网络安全保护技术措施。

4.7.2 市场经营者应建立交易数据存储、备份和灾难恢复系统，实时记录商品仓储、交易、交收、结算和支付等相关信息，采取措施保证相关信息的完整性、安全性和不可更改性。信息保存时间自交易完成之日起应不少于 5 年，涉税资料需根据国家相关部门规定年限保存。

4.7.3 年交易额 30 亿元人民币以上（含 30 亿元）的商品现货电子交易市场应设置异地灾难备份系统，建立灾难恢复体系和应急预案。

4.8 禁止行为

4.8.1 市场经营者不应以任何直接或间接方法操纵市场价格，扰乱市场交易秩序，损害其他市场参与各方的合法权益。

4.8.2 市场经营者不应以任何方式恶意占压、挪用或转移交易商资金，以及非法套现、非法融资等。

4.8.3 市场经营者不应利用服务协议、业务规则、限制交易、滥收费用或者附加不合理交易条件等手段，限制或阻碍交易商的商品现货交收。

4.8.4 市场经营者不应以虚构交易、删除不利评价、发布不实信用评价信息、有偿或者以其他条件换取有利评价等形式，为自己或者他人提升商业信誉。

4.8.5 市场经营者不应为被政府监管部门或行业协会宣布为市场禁止进入者且禁入期未满的人员办理任职手续或提供交易服务。

4.9 市场统计

4.9.1 市场经营者应按照国家行政主管部门及行业协会有关规定建立完整的会计、统计、财务制度。

4.9.2 市场经营者应做好统计工作，填写统计报表，定期向有关行政主管部门及行业协会报送经营状况、资产状况、业务规模等商品现货电子商务及有关服务经营统计资料。

5 业务规范

5.1 业务规则制定

5.1.1 市场经营者应制定商品现货电子合同示范文本、服务协议和业务规则，明确进入和退出市场、商品和服务质量保障、市场参与方权益保护等方面的权利和义务。

5.1.2 市场经营者制定业务规则应符合 GB/T 18769—2003 中 3.2.5.3、4.4 和 SB/T 10519—2009 中 4.2.2 的规定。

5.2 电子合同

5.2.1 市场经营者可发布经交易商认可的示范性或格式化电子合同文本。合同中应至少包括以下内容：

- a) 买、卖方的名称；
- b) 标的；
- c) 数量；
- d) 质量；
- e) 包装方式；
- f) 检验或验收的标准和方法；
- g) 交付；
- h) 价款和费用；
- i) 结算或支付；
- j) 履行期限、地点；
- k) 违约责任；
- l) 解决争议的方法；

- m) 合同订立的地点;
- n) 其他国家法律和行政法规规定的条款。

5.2.2 市场经营者应提示交易双方依照《中华人民共和国合同法》和《中华人民共和国电子签名法》的规定订立合同,选择依法设立电子签名和电子认证服务提供者提供的服务。

5.3 投诉与纠纷处理

5.3.1 市场经营者应建立商品或服务违规信息举报机制。

5.3.2 商品现货电子交易市场应建立网上纠纷处理机制和投诉渠道,并在网站主页显著位置公布纠纷处理机构及联系方式。当发生纠纷时,市场经营者应协调处理和协助取证。

5.4 违规违约处置

5.4.1 市场经营者应依据相关法规及市场章程,制定交易商违规违约处理办法。应明确违规违约行为的认定、处置和记入交易商诚信档案的工作规程。

5.4.2 违规违约情形包括但不限于以下内容:

- a) 以欺骗手段获取从事商品现货电子商务活动业务资格的;
- b) 出具虚假仓单,或交收商品与单证不符,或违反市场业务规则,限制、故意拖延交收商品的入库、出库的;
- c) 单独或者合谋,集中资金优势、信息优势、货物优势或通过其他方式操纵市场、扰乱正常交易秩序的;
- d) 拒不履行电子合同约定义务的;
- e) 拖欠费用或款项的;
- f) 其他违反法律、法规及交易市场章程或业务规则的行为。

5.5 应急预案

5.5.1 市场经营者应依法建立突发事件应急预案和风险警示制度。如遇突发事件,应立即启动应急预案,宣布进入异常状况,采取相应的补救措施,并依法向有关部门报告。

5.5.2 出现以下情形之一的,市场经营者应宣布进入异常情况,并采取紧急措施化解风险:

- a) 地震、水灾、火灾等不可抗力或者计算机系统故障等不可归责于交易市场的原因导致交易无法正常进行;
- b) 交易商出现结算、实物交收危机,对市场正在产生或者即将产生重大影响;
- c) 发生突发事件,对市场持续经营或者交易商资产安全产生或者可能产生重大不利影响;

- d) 业务规则及其实施细则中规定的其他情形；
- e) 法律、行政法规规定的其他情形。

6 交易商管理

6.1 总则

市场经营者对交易商的管理应满足GB/T 18769—2003中3.3 的要求。

6.2 真实身份核验

市场经营者应核验交易商提交的各类身份及资质证明，并每年定期进行审核，包括营业执照、税务登记证、特殊业务许可证（如涉及特殊业务）以及真实的实体经营地址和联系方式等。

6.3 交易商适当性

6.3.1 市场经营者应建立交易商适当性制度，并根据交易商的风险承受能力提供相匹配的建议和适当的服务。产品或服务信息告知，应以录音、录像或其他必要的形式进行留痕。

6.3.2 市场经营者应完善内部管理制度，定期开展自查，禁止采取鼓励从业人员不当销售的考核激励措施等。

6.4 入市协议

6.4.1 市场经营者与交易商所签订的入市协议中，风险与责任应满足 GB/T 18769—2003 中 4.7 的要求。入市协议应包括但不限于以下内容：

- a) 风险揭示声明；
- b) 交易商注册条件；
- c) 业务规则；
- d) 隐私及商业秘密的保护；
- e) 协议生效的条件和修改程序；
- f) 争议解决方式；
- g) 受我国法律管辖的约定及具体管辖地；
- h) 有关责任条款。

6.4.2 市场经营者在风险揭示声明中，应充分揭示商品现货电子商务活动的特点以及存在的风险，履行各项告知义务，并与交易商就风险揭示声明达成共识，明确双方的权利、义务、免责条款和协议生效的条件。

6.4.3 市场经营者应引导交易商完整阅读入市协议，知晓业务规则；应向交易商提示交易风险、责任限制和责任免除条款，但不应排除交易商的法定权利。

6.4.4 市场经营者与交易商签订的格式化协议（合同）及其修改应提前进行公示，涉及消费者权益的应抄送当地消费者权益保护机构。

6.5 交易商编码

6.5.1 市场经营者应为每一个客户单独开立专门账户、设置交易编码，不应混码交易。对交易商注册信息的真实性进行审查和注册资料的备份。若发现和证实交易商使用虚假信息注册并进行交易，市场经营者有权注销账户，同时保存好相关记录以备查询。

6.5.2 交易商编码应符合 T/CFLP 0010 的规定。

6.6 信息发布与合同履行

6.6.1 市场经营者应敦促交易商或服务商如实发布商品采购、销售或服务信息，以及必要的和应明确的说明。

6.6.2 对已具有法律效力的合同，市场经营者应监督履约，保障交易各方的合法权益。

6.7 权益保护

交易商与其他交易商或服务商之间发生交易纠纷，或交易商合法权益受到损害的，市场经营者应协助交易商维护自身合法权益，为交易商提供必要的网上纠纷处理机制和申诉渠道。

7 服务商管理

7.1 资质管理

7.1.1 市场经营者应建立服务商管理制度，明确服务商注册条件，注销流程，以及为保证辅助服务的

7.1.2 稳定和安全，服务商所应制定的规章制度。

7.1.3 市场经营者应要求服务商提供真实身份信息，并进行年检和不定期检查。对存在身份无法验证、使用虚假信息从事相关市场活动的服务商，市场经营者应按规定对其进行注销，并按规定保存有关记录。

7.1.4 市场经营者对指定交收仓库和结算银行的管理应满足 GB/T 18769—2003 中 3.4 和 3.5 的要求。

7.2 服务协议

市场经营者在与服务商订立服务协议或进场经营合同时，应依法约定双方规范经营的权利义务、市场参与各方隐私及商业秘密保护、违约责任及纠纷解决方式、受我国法律管辖的约定及具体管辖地，以及有关的责任条款。

7.3 辅助服务

市场经营者应督促服务商履行有关法律规定和市场管理制度，提供规范化的辅助服务；应要求服务商建立纠纷调解处理的有关制度，并在公开渠道公布纠纷处理机构及联系方式。

7.4 权益保护

服务商与交易商或其他服务商之间发生交易纠纷，或者服务商合法权益受到损害的，市场经营者应积极协助服务商向有关当事人追偿，并为服务商提供必要的网上纠纷处理和申诉的渠道。

8 从业人员管理

8.1 市场经营者应督促市场从业人员诚实守信，恪尽职守，维护行业声誉，不应从事损害客户和公司利益的活动；应遵守行业规范和市场章程，抵制商业贿赂，不应从事不正当竞争行为和不正当交易；应充分向交易商与客户提示业务风险，不应做出不当承诺或者保证。

8.2 市场经营者对从业人员的管理应符合 T/CFLP 0011 的规定。

9 监督管理

9.1 行业自律

9.1.1 市场经营者应依照本标准进行自律管理。

9.1.2 行业协会应依据本标准对市场经营者的服务进行监督和协调，制定行规行约，建立诚信体系，设立警示制度。

9.1.3 行业协会受理的对会员单位或从业人员的投诉，会员单位、从业人员所在机构及被调查人员应及时配合处理与反馈。

9.2 自律管理

9.2.1 对严重失信的从业人员或交易商，行业协会可依据自律规则和失信惩戒机制规定的程序和规则对其市场准入进行限制。

9.2.2 对于严重失信的交易商，市场经营者可根据事先公示的程序和规则对其市场准入进行限制。

参 考 文 献

- [1] GB/T 18811—2012 电子商务基本术语
 - [2] GB/T 24661.2—2009 第三方电子商务服务平台服务及服务等级划分规范 第2部分：企业间（B2B）、企业与消费者间（B2C）电子商务服务平台
 - [3] GB/T 26839—2011 电子商务 仓单交易模式规范
 - [4] SB/T 10518—2009 电子商务模式规范
 - [5] T/CFLP 0009—2018 商品现货市场电子商务统计指标体系
 - [6] 中华人民共和国合同法. 主席令第15号. 1999年3月15日
 - [7] 中华人民共和国公司法. 主席令第8号. 1993年12月29日
 - [8] 中华人民共和国拍卖法. 主席令第23号. 2004年8月28日
 - [9] 中华人民共和国电子签名法. 主席令第18号. 2005年4月1日
 - [10] 中华人民共和国侵权责任法. 主席令第21号. 2009年12月26日
 - [11] 中华人民共和国消费者权益保护法. 主席令第7号. 2013年10月25日
 - [12] 中华人民共和国产品质量法. 主席令第33号. 2009年8月27日
 - [13] 中华人民共和国反不正当竞争法. 主席令第10号. 1993年8月2日
 - [14] 中华人民共和国广告法. 主席令第22号. 2015年4月24日
 - [15] 互联网信息服务管理办法. 国务院令第292号. 2000年9月25日
 - [16] 中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例. 国务院令第147号. 1994年2月18日
 - [17] 商品现货市场交易特别规定. 商务部令2013年第3号. 2013年11月22日
 - [18] 关于网上交易的指导意见(暂行). 商务部公告第19号. 2007年3月6日
 - [19] 网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法. 国家工商行政管理总局令第49号. 2010年5月31日
 - [20] 第三方电子商务交易平台服务规范. 商务部公告2011年第18号. 2011年4月12日
 - [21] 信息安全等级保护管理办法. 公通字[2007]43号. 2007年6月22日
-