

服务类商品上架工作规范

(通用版)(试行)

一、总体概述

为进一步提升国网商城用户可视化选购体验，提高服务类合同和商品信息规范管理力度，规范服务类合同基本信息和商品信息发布行为，对服务类合同及商品的服务内容、服务标准、服务图文等内容的规范进行明确，确保服务类商品信息真实、准确、完整，特制定本规范。请公司各单位及供应商遵照执行。

二、基础规范

(一) 适用范围

本规范适用于国网商城服务类采购结果部署和服务类商品上架管理。

(二) 名词定义

服务类合同是指在国网商城部署的服务品类采购结果载体，服务类合同基本信息包括合同编号、合同名称、合同状态、供应商、合同起始时间、采购批次编号、分标、分包，服务内容、服务标准、图文详细介绍等，服务类合同分为定点模式和框架模式两种。

定点模式是指用户直接选购下单的模式，适用于单次采购金额小，采购频次高、同质性强的，内容单一、明确，采购价格能依据市场或政府指导价格确定的日常成本性支出

的服务项目，用户选择具体定点合同，勾选该合同下的服务内容明细生成专区订单。

框架模式是指用户需要比价选购再下单的模式，适用于需求计划不确定、单次采购金额小、灵活性较高的服务项目采购，实际需求发生时，项目单位与协议内的服务商按照约定规则进行比价，选择最低价中选，根据结果完成下单。

定点模式服务类合同商品信息是指某个服务合同对应的服务类成交结果明细信息，用于介绍该服务合同中的主要服务内容，主要包含物料编码、物料描述、服务商品名称、规格型号/服务基础要求、计价单位、价格、税率等信息。

（三）基本原则

各单位物资管理部门遵照采购结果部署服务合同和服务商品信息，供应商负责补充维护的服务合同可视化信息，服务合同可视化信息与采购结果必须保持一致，需要遵循“完整性、真实性、一致性、清晰性”原则。

1.完整性。为保证采购用户在选购服务商品时拥有充分知情权，供应商需在补充维护服务合同可视化信息时，完整描述该服务项目基本信息，包括但不限于服务内容、服务标准、图文详情介绍、供应商名称及联系方式等信息。

2.真实性。供应商应根据服务合同对应内容如实描述服务合同可视化信息，保证信息真实、正确、有效；不得夸大、过度、虚假承诺，不得违反法律法规、采购协议相关要求，包括但不限于《广告法》规定的“国家级”“最**”“第一”等夸大或误导性的绝对化用语。

3.一致性。供应商部署服务合同明细信息与采购结果必须保持一致。

4.清晰性。可视化信息应当画面清晰，容易辨识，禁止出现画质模糊、压缩图等情况。

三、具体要求

1.服务类合同基本信息。各采购单位负责维护服务类合同，合同编号、合同名称、供应商、合同起始时间、采购批次编号、分标、分包等信息需与采购结果严格保持一致；供应商需在合同生效前，补充服务内容、服务标准、服务项目图文详情介绍，补齐供应商联系方式等信息。

2.服务类商品信息。采购单位对照采购结果进行服务类合同部署，针对定点服务模式，采购单位需导入或维护服务商品信息，具体包括物料编码、服务商品名称、服务商品基础要求、计价单位、价格、税率等信息，服务类商品信息需严格与采购结果保持一致，供应商不可更改。