

非电网零星物资商品上下架工作 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，提高物资类商品信息规范管理力度，规范供应商商品信息发布行为，对商品上架内容的规范和标准进行明确，确保上架商品信息真实、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非电网零星物资类商品采购结果部署和商品上下架管理。针对一级专区办公类物资、车辆、计算机等，按需另行制定上下架工作规范（专用版）。

（二）名词定义

细分物料是指以国网物料主数据为基础，基于物资小类进行特征属性扩充和延展，归属同一品类物料且特征信息一致的条目形成细分物料，具备唯一的“细分物料编码”及“细分物料名称”，在国网商城进行部署和维护，主要应用于需求提报、寻源采购、比价选购等环节。

技术规范书固化ID（简称“固化ID”）是指通过确定特定物料技术参数值的主要组合方式，规定产品性能和服务质

量要求的规范性文件，在电子商务平台（ECP）编制完成后生成对应编号。

商品基本信息是指构成一个完整商品所必须包含的信息模块，包含省公司部署采购结果时维护的物料编码、细分物料、商品名称、品牌名称、成交价格等成交结果基础信息，需供应商上架商品时补齐的商品详细描述、商品主图、商品详情图及商品关键属性参数等商品补充介绍信息。

商品名称是指用于概括性介绍商品关键核心信息的名称，与成交结果商品明细的商品名称保持一致，由省公司在国网商城采购结果部署时进行维护，供应商不可编辑。商品名称由“品牌名+商品通用名称+型号规格”组成，省公司在此基础上可按需增加所需描述。

商品详细描述是指用于清晰、完整地描述该商品最醒目、主要的文字内容，包括“品牌名称+规格型号+通用名称+关键参数信息+计价单位”等字段，由供应商在发布上架商品时维护。

品牌名称是指成交商品品牌名称，上架商品品牌需与成交商品品牌保持一致。

（三）基本原则

供应商部署上架商品与采购结果必须保持一致，商品基础信息需要遵循“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商品时拥有充分知情权，供应商需在商品上架时，完整描述商品基本信息，包括但不限于商品名称、品牌、价格、保质期、外包装、交易附

带清单、主图、商品详情页面、商品关键属性参数以及国家法律法规规定的产品标识等信息。

2.真实性。供应商应根据所上架商品的属性如实描述商品信息，保证商品信息真实、正确、有效；不得夸大、过度、虚假承诺商品效果及程度等，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，不得出现与商品无关的信息，确保商品功能、用途、性能、规格、等级、检验合格证明（如有）、使用方法说明书（如有）等信息与实际情况相符。

3.一致性。供应商部署上架商品与采购结果必须保持一致，上架商品各介绍信息在商品详情页面各版块中（如商品名称、主图、详情描述等）应保证信息一致性。

4.清晰性。商品相关展示图片应当画面清晰，容易辨识，禁止出现画质模糊、压缩图等情况；商品基础信息中含有非汉语信息的，应标注汉语含义。

三、具体要求

（一）商品上架具体要求

商品上架具体要求是指供应商对照采购结果申请上架商品，商品基本信息要与采购结果严格保持一致，针对商品主图、商品详情图、商品详细描述等商品补充介绍信息必须遵循的规范和要求。

1.商品基本信息。供应商对照相关单位部署的采购结果逐一进行商品发布，其中，物料编码、细分物料、标准库编

码（如有）、商品名称、品牌名称、成交价格等商品基本信息需严格与采购结果保持一致，供应商不可更改。

2.商品主图。商品主图是直观呈现商品的外观、功能、特点的可视化主要信息，商品主图规范如下：

（1）商品主图尺寸为 800px*800px 的方图，支持 JPG、PNG、GIF 等格式的图片，单张大小在 1M 以内，每件商品系统支持上传 5 张商品主图，每件商品主图数不得少于 3 张。

（2）主图不得重复，建议展示商品不同角度，内容排版美观，风格协调统一，清晰展现商品信息。

（3）商品第一张主图应在纯色背景（建议白色）上展示商品正面图，且与商品名称中的颜色保持一致，其他主图应包含展示细节（材质、做工）、规格型号、不同角度、包装内容等，为商品验收提供可参照性指导。

（4）主图中只能体现商品信息，不得包含商品模特等非商品信息。

（5）商品主图展示内容要遵循国家法律法规要求，不能出现《广告法》中的违禁词。

3.商品详情图。商品详情图是详细介绍商品信息的图文信息集合，应包含商品规格参数、商品整体外观及全方位展示、商品关键细节、铭牌样例、相关附件清单（包括但不限于配件、质量检测报告、合格证、说明书）及应用场景等图文可视化关键信息。商品详情图规范如下：

（1）商品详情图整体页面风格协调统一，清晰展现商品各项信息，图片宽度一致（宽度 750px）。

(2) 商品详情图图片清晰，没有模糊、变形、粗糙、严重色差等问题。

(3) 商品详情图出现的文字要内容合法、信息合规，文字描述准确，没有错别字，没有负面词和广告违禁词。

4.商品详细描述。商品详细描述字段包括“品牌名称+规格型号+通用名称+关键参数信息+计价单位”等具体信息，由供应商在发布上架商品时维护。

(1) 品牌名称，品牌名称直接应用采购结果部署中商品对应的品牌名称，与采购结果保持一致，供应商无需维护。

(2) 规格型号，商品规格型号应描述准确，与采购结果保持一致，禁止使用和商品真实信息无关的文字或符号。

(3) 通用名称，商品通用名称应描述语言精练、准确，突出商品特质，禁止使用和商品真实信息无关的文字或符号。

(4) 关键参数信息，商品关键参数信息是精准刻画商品核心特征的关键信息，请按照正确商品属性参数信息填写，禁止乱填/错填商品属性参数信息。

(5) 计价单位，按照成交商品约定价格对应的计价单位进行维护。

(二) 商品下架具体要求

商品下架具体要求是指在协议履约期间，依据供应商申请、价格动态稽查、日常运营管理、供应商违约处罚等原因执行商品下架的工作流程和规范管控要求。协议期满的商品自动下架，无需审核。

1.供应商主动申请。供应商因产品停产、无库存等原因申请下架并提交相应依据文件，各单位物资管理部门负责审核下架依据文件的合理性与一致性，执行商品下架。

2.价格动态稽查。国网商城系统自动开展价格稽查，因价格稽查原因被冻结的商品，系统自动下架，无需人工审核；供应商作出调价的，经各单位物资管理部门审核后恢复上架；针对专业性核实论证、补齐供应商应答技术参数文件的，商品恢复上架，并纳入价格稽查白名单。

3.日常运营管理。因商品日常稽查巡检、用户投诉等情形涉及商品下架的，经各单位物资管理部门核查后，执行商品下架处理。

4.供应商违约处罚。因供应商违反采购协议、商户服务协议等约定（如价格虚高、评价不达标、质量不合格、违规换货等），涉及商品下架处罚的，由各单位物资管理部门执行商品下架。

四、工作流程

国网商城商品上下架应遵循以下工作流程：

（一）商品上架流程

1.采购结果部署。各单位物资管理部门合同维护人员在国网商城系统部署采购结果基础信息，采购结果部署信息必须与采购结果、采购文件、合同等文件一致。基于采购结果信息维护成交商品清单，商品信息应与物料主数据、细分物料、固化ID的物资小类、物料描述和参数信息保持一致。

2.商品上架。各单位物资管理部门组织供应商开展商品上架工作，供应商上架商品须与成交供应商应答的品牌、价格、型号、图片等信息保持一致。

3.商品上架审核。各单位物资管理部门负责组织开展商品上架审核工作，商品上架审核要在协议期开始前完成。

（二）商品下架流程

1.商品下架发起。协议期内，供应商主动申请下架的，由供应商主动申请商品下架。稽查违规情形、其他协议约定等情形的，各单位物资管理部门发起商品下架。协议期满，商品自动下架。

2.商品下架审核。商品下架申请经各单位物资管理部门审核后，商品予以下架。