

供应商管理规则

公示日期：2022-04-21 生效日期：2022-04-28

1 内容审查

1.1 商家应当对其本身在携程（香港）商城管理发布的信息内容负责，确保该等信息内容真实、准确、合法并且不侵犯任何第三方的合法权益。

1.2 如商家违反上述保证，携程有权停止发布或删除该等信息，同时，商家应赔偿携程因此所遭受的损失。

1.3 禁止发布的物品

1.3.1 黄色淫秽物品、性服务；

1.3.2 含有反动、淫秽、种族或者宗教歧视或其他法律禁止内容的出版物、文件、资料等；

1.3.3 非法所得之物，如走私、盗窃或抢劫所得；

1.3.4 任何形式的枪支、弹药及相关器材；

1.3.5 易燃、易爆物品、有毒、有腐蚀性的化学物品，如火药、烟花、爆竹等；

1.3.6 管制刀具

1.3.7 警用和军用物品、设备，如监视、监听类设备、警服、警徽、手铐、警灯、警笛、警用器械等；

1.3.8 武器装备，如弓箭、钢珠、铅珠等；

1.3.9 可能危害他人安全或利益或用于违法目的的物品，如撬锁设备、强效催情用品、解密软件、导弹发射程式、个人私密资料，汽车反雷达测速仪，电子狗，电击器，手机监听器，汽车隐性喷雾等；

1.3.10 需执照或政府许可才能使用的设备，如广播发射台，碟型人造卫星天线；

1.3.11 赌具，如吃角子老虎机，透视麻将，透视扑克等；

1.3.12 任何侵犯他人知识产权的物品，如假冒商品，侵犯他人版权或者专利权的产品，未授权的复制品；

1.3.13 药品，包括非处方药；

1.3.14 国家法律法规存在强制性质量或者安全标准/规定但未能符合强制性质量或者安全标准/规定的产品；

1.3.15 国家法律规定适用许可证管理规定而不能提供相关许可证的产品；

1.3.16 描述中带有“水货”“欧水”“港水”等相关字眼的商品，属于禁售品，一律禁止发布；

1.3.17 保健器械，商品信息中无品牌和无中文标明的产品名称，或者无生产厂名和厂址的，不允许发布，属于禁售商品；

1.3.18 其他国家法律法规规定不允许销售的商品；

1.3.19 其他携程（香港）商城不允许出售的商品。

1.4 商品价格、运费不符商品管理

定义：发布商品的定价或者运费不符合市场规律或所属行业标准，滥用网络搜索方式实现其发布的商品排名靠前，影响携程（香港）商城网正常运营秩序的，携程（香港）商城判定其相关商品为价格运费不符商品。

1.4.1 商品的价格或邮费，违背市场规律和所属行业标准的（包含但不限于如下情况：“北京烧饼”，携程价 1 元，运费 100 元）；

1.4.2 商品的价格和描述价格严重不符的（包含但不限于如下情况：商品发布携程价为 1 元，但是在商品描述中标注产品其它价格的）；

1.4.3 以过高或过低的价格发布赠品

1.4.4 彩妆/香水/护肤/美体及珠宝首饰/流行饰品/珠宝配件的分类商品管理规范：超大超小规格类商品不允许发布，如面膜粉按 1 克卖，眼霜按 1000 个卖，精油按 1 公斤卖，为价格、邮费不符；

1.5 禁止广告商品管理

定义：商品描述不详、无实际商品、仅提供发布者联系方式以及非商品信息商品，携程会员商城判定为发布广告商品。

1.5.1 发布已经出售或者仅供欣赏的商品；

1.5.2 发布实体店铺的店面图片或者介绍，品牌故事，行业知识或者纯粹贴图；

1.5.3 以批发、代理、广告、海报、招商等形式发布的商品；

1.5.4 发布仅提供发布者联系方式或其它非出售商品信息的商品；

1.6 乱用关键字商品管理规范

定义：商家为使发布的商品引人注目，或使顾客能更多的搜索到所发布的商品，而在商品名称中滥用品牌名称或和本商品无关的字眼，扰乱携程会员商城正常运营秩序的行为，携程会员商城判定其相关商品为乱用关键字商品。

1.6.1 商家在所出售的商品标题中使用并非用于介绍本商品的字眼；

1.6.2 商家故意在所出售的商品标题中使用携程（香港）商城正在热推的关键词，并且该关键词和内容商品无直接关联；

1.6.3 商家在所出售的商品标题中使用非该商品制造或生产公司使用的特定品牌名称；

1.6.4 商家在所出售的商品标题中出现与其它商品和品牌相比较的情况（包含但不限于如下情况：“可媲美 LV 的真皮手袋”等）；

1.6.5 在标题中使用“最大”、“最高”、“最好”等最高级陈述；

1.6.6 不允许任何商品在标题中添加对赠品、奖品的描述，否则属于乱用关键词；

1.6.7 如未取得专卖资格或者特约经销商资格，不得在商品信息中声称其为“×××专卖”及“特约经销商”等暗示其与商标权人或生产厂家之间存在授权或者合同关系的字眼。

1.7 标题、图片、描述等不一致商品管理规范

定义：所发布的商品标题、图片、描述等信息缺乏或者多种信息相互不一致的情况，携程会员商城判断为形式要件违规商品。

1.7.1 商品必要要素缺乏的商品发布（包含但不限于如下情况：商品标题、商品描述中只有无含义的数字和字母等）；

1.7.2 商品必要要素相互不符的商品发布（包含但不限于如下情况：商品标题是“云南特色玉坠”，但是商品图片却是一根手链的图片等）；

1.7.3 商品信息中包含诽谤、谩骂、色情、暴力威胁等攻击性言语以及其它非商品信息的（包含但不限于如下情况：在商品标题或描述中私自公布他人 ID、聊天记录、交易纠纷、使用不文明语言等）；

1.7.4 珠宝/钻石/翡翠/黄金分类商品管理规范补充：商品的图片必须实物实拍。钻石的重量、净度、颜色不同，就不能用同一张图片发布，不能以钻石鉴定证书代替钻石，不能以钻石鉴定证书加钻石小图代替原图，必须以商品实物图来发布。否则属于标题、图片、描述等不一致商品；

1.7.5 商城标题、图片、描述等不一致商品管理规范：商品标题或者描述中所提及的商家资格与商家注册资格不符合的违规行为。比如：商品标题或者描述中写“XX 品牌专卖店”的实际情况是“普通经销商资格”。

1.8 授权链条不完整商品管理规范

1.8.1 完整授权链条：完整授权链条指的是可追溯至品牌方的授权关系。

1.8.2 商家上传未经甲方审核通过品牌商品（包含但不限于如下情况：上传未获得完整授权链商品、获得完整授权链但未经甲方审核通过品牌商品、上传商品品类与授权商品品类不一致等）

1.9 禁止套现行为管理

定义：商家以物质或优惠折扣承诺为条件鼓励、引导、配合消费者进行订单套现行为。

1.9.1 平台将视违规程度采取包括但不限于限制发布商品、限制营销活动、下架、清退等处理措施；

1.10 化妆品管理

1.10.1 商家需自查并停止售卖未经注册的特殊化妆品、未备案的普通化妆品、冒用他人化妆品注册证、无证生产的化妆品，以及国家或者省级药品监督管理部门公告或者通告不合格的化妆品

1.10.2 商家需自查并停止售卖标签存在虚假或者引人误解的内容，明示或者暗示具有医疗作用，违法宣称药妆、干细胞、刷酸、医学护肤品等的化妆品

1.10.3 商家需自查并停止售卖非法添加可能危害人体健康物质的化妆品、使用禁用原料生产的化妆品、超范围或者超限量使用限用组分生产的化妆品等

1.10.4 商家需自查并确保在其经营活动主页面展示的化妆品产品标签等信息全面、真实、准确且与化妆品注册或者备案资料一致

1.10.5 平台将定期对商家及商品进行排查，针对不合格的品牌、品类或批次的商品及信息，平台将对商家在售的相关商品及信息进行包括但不限于下架，删除，关店，清退等处理。

1.11 进口商品管理

1.11.1 进口商品中无中文标签标明的产品，不允许发布；若有中文标签，中英文标签信息能够一一对应

1.11.2 免税商品不得二次销售

1.12 盲盒经营管理

1.12.1 销售实物类盲盒，应当确保商品来源可靠、质量合格；盲盒产品标签标注信息（产地、成分、生产日期、“三包”条款等）真实、准确

1.12.2 盲盒经营活动禁止开展的领域：法律法规明确规定禁止销售、流通的商品，对销售资质、存储运输、使用条件等方面有严格要求的特殊食品、药品、医疗器械、有毒有害物品、易燃易爆物品等

1.12.3 盲盒商品的售卖价格与其实际价值基本相当，不得设置空盒；隐藏款商品与普通款商品的成本价格差距不应过大；坚持小额、非现金属性，单个盲盒商品的售价一般不高于人民币 200 元

1.12.4 不得违法利用盲盒开展金融经营活动和类金融经营活动；

1.12.5 不得违法开展二手盲盒经营活动，诱导非玩家用户加入投机炒作，故意造成二手市场价格剧烈波动，扰乱正常交易秩序

1.12.6 不得传播虚假市场信息进行天价炒作

1.12.7 盲盒商品不得含有歪曲历史、封建迷信、淫秽色情、恐怖暴力等法律法规禁止以及违背公序良俗的内容

1.12.8 不得以盲盒名义从事赌博、彩票销售或变相开展赌博、彩票销售。

1.13 医疗器械管理

1.13.1 从事医疗器械网络销售的企业应当是依法取得医疗器械经营许可或者办理备案的医疗器械经营企业，且应事先向所在地设区的市级药品监督管理部门备案。

1.13.2 从事医疗器械网络销售的企业，应当在其主页面显著位置展示其医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证，产品页面应当展示该产品的医疗器械注册证或者备案凭证。相关展示信息应当画面清晰，容易辨识。其中，医疗器械经营许可证件或者备案凭证、医疗器械注册证或者备案凭证的编号还应当以文本形式展示。相关信息发生变更的，应当及时更新展示内容。

1.13.3 从事医疗器械网络销售的企业在网上发布的医疗器械名称、型号、规格、结构及组成、适用范围、医疗器械注册证编号或者备案凭证编号、注册人或者备案人信息、生产许可证或者备案凭证编号、产品技术要求编号、禁忌症等信息，应当与经注册或者备案的相关内容保持一致。

1.13.4 从事医疗器械网络销售的企业应当记录医疗器械销售信息，记录应当保存至医疗器械有效期后 2 年；无有效期的，保存时间不得少于 5 年；植入类医疗器械的销售信息应当永久保存。相关记录应当真实、完整、可追溯。销售记录包括：（1）医疗器械的名称、型号、规格、注册证编号或者备案编号、数量、单价、金额；（2）医疗器械的生产批号或者序列号、使用期限或者失效日期、销售日期；（3）医疗器械注册人、备案人和受托生产企业名称、生产许可证编号或者备案编号。

1.13.5 从事医疗器械网络销售的企业，经营范围不得超出其生产经营许可证或者备案的范围。

1.13.6 销售给消费者个人的医疗器械，应当是可以由消费者个人自行使用的，其说明书应当符合医疗器械说明书和标签管理相关规定，标注安全使用的特别说明。

1.13.7 医疗器械经营企业应当配备专职或者兼职人员负责售后管理，对客户投诉的质量问题应当查明原因，采取有效措施及时处理和反馈，并做好记录，必要时及时通知医疗器械注册人、备案人、生产经营企业。

1.13.8 医疗器械经营企业发现其经营的医疗器械不符合强制性标准、经注册或者备案的产品技术要求，或者存在其他缺陷的，应当立即停止经营，通知医疗器械注册人、备案人等有关单位，并记录停止经营和通知情况。医疗器械注册人、备案人认为需要召回的，应当立即召回。

1.13.9 从事医疗器械经营活动的，不得经营未依法注册或者备案，无合格证明文件以及过期、失效、淘汰的医疗器械。禁止进口、销售过期、失效、淘汰等已使用过的医疗器械。

1.13.10 从事医疗器械网络销售的企业还应遵守医疗器械相关法律法规、平台《医疗器械网络交易服务质量管理制度》等相关规定。

2 商品销售

2.1 商家使用携程提供的后台管理系统在甲方建立网上店铺，发布和管理商品信息。

2.2 商家应保证其在甲方上店铺中的商品信息合法、真实、准确。如因商家提供的商品信息存在问题而引起任何纠纷，商家应负责解决；如给甲方造成任何损失，全部由商家负责赔偿。

2.3 甲方有权审核商家提供的商品信息，对不符合法律、法规或甲方有理由相信如果发布将给甲方带来不利影响的商品信息，甲方有权要求商家进行修改，也有权拒绝发布或删除该信息。

2.4 商家保证对其在甲方上店铺的商品提供对消费者有利的价格。

2.5 商家必须按照其经营范围在甲方上店铺销售相应的商品和服务，并保证有关商品和服务本身的合法性。如因商家非法经营而引起任何法律纠纷，商家负责解决；如给甲方造成损失，商家应负责赔偿。

2.6 用户在甲方上店铺交易过程中，如因商家原因使交易产生纠纷，可提请甲方从中予以协调，经甲方审核后，有权通过电话或电子邮件联系向纠纷双方了解情况，并将所了解的情况通过电子邮件互相通知对方。

2.7 备货要求商家在携程会员商城发布的商品数量必须有现货库存；如买家在携程会员商城下单购物之后，商家出现缺货，不能在商家承诺时间给顾客发货，商家将受到携程会员商城的相关处罚。

2.8 商家不得在携程会员商城发布任何吸引甲方用户到其他平台或商家自身网络销售平台或渠道进行交易的信息，也不得在配送包裹中夹带此类吸引甲方用户的信息，对于发现商家有如上行为，甲方有权立即解除本协议没收保证金并追究乙方违约、侵权责任。如因此造成携程损失的，乙方应予以赔偿携程所有直接及间接损失，包括但不限于罚金、赔偿金、律师费、诉讼费、商誉损失等。

3 商家售后服务保障政策

为了向顾客提供全程愉悦的购物体验，保证顾客的合法权益不受损害，提升交易质量，甲方向每位在甲方上购买商品的消费者承诺零风险购物。凡入驻甲方的商家，我们要求该商家严格执行下列售后服务保障政策：

3.1 退货/换货保障

3.1.1 定义：生鲜商品包括初级生鲜商品、冷冻冷藏生鲜商品和加工生鲜商品三大类。

- ①初级生鲜商品，指属于新鲜的、未经烹饪等热加工的蔬菜和水果；家禽和家畜；水产品中的鱼类、贝类等，经简单处理后在冷藏、冷冻或常温陈列架上贩卖的商品；
- ②冷冻冷藏生鲜商品，指以农、畜、水产原料经加工调理，急速冷冻及严密包装在 - 18 C 以下储存、售卖的食品，以及以农、畜、水产原料经加工调理，急速冷却及严密包装在 7 C 以下储存及售卖的食品；
- ③加工生鲜商品：指经过烹饪等热加工处理后的熟食、面包点心和其它加工食品。

3.1.2：商品退换货规则

名词	说明	用户	商家
7 天无理由退换货	以下商品除外 （1）生鲜、鲜花等鲜活易过期/腐烂商品 （2）黄金商品、手机、电脑数码、家电 （3）消费者定做的 （4）消费者与商户另有约定的	（1）提供电子订单，商品要求外包装完好无损（包括包裹填充物及外包装箱或外包装袋），商品附件、说明书、保修单、标签等齐全； （2）商品保持原质原样，不影响二次销售； （3）标注退换货原因说明； （4）已开据发票的顾客需退回发票； （5）退回商品的运费、商家可能造成的损失由消费者承担。	除以下情况，务必受理 （1）退回商品外包装不完整；退回商品的配件及所附资料不全；退回商品的发票或发货单丢失、涂改或损坏； （2）化妆品、食品、保健品、纸制品、贴身用品等商品，一旦打开包装后不予退换； （3）直接接触皮肤的商品（如内衣、袜子等），如果试穿试用后，将不予退还； （4）服装类等商品非质量问题，有使用痕迹的，将不予退换。
使用后质量问题	保修期内	顾客根据商品保修卡所标明的方式直接与厂家或维修站联系，费用依旧三包规定。	售前做好保修激活等使用说明 售后协助沟通
	保修期外	顾客根据商品保修卡所标明的方式直接与厂家或维修站联系，费用自行承担。	
收货质量问题	退货	（1）商品要求外包装完整（包括包裹填充物及外包装箱或外包装袋），商品附件、说明书、保修单、标签等齐全； （2）标注商品质量问题说明； （3）已开据发票的顾客需退回发票。	承担消费者运费及其他约定的损失
	换货	（1）商品要求外包装完整（包括包裹填充物	承担消费者运费及其他约定的损失

名词	说明	用户	商家
		及外包装箱或外包装袋), 商品附件、说明书、 保修单、标签等齐全; (2) 标注商品质量问题说明。	及时重新发货, 确保质量无误

ps: 保留送货凭证

3.2 售后投诉处罚详见《[违规管理规则](#)》

4 违约处理

4.1 商家违反服务协议、本服务条款或携程会员商城相关规则约定的消费者权益保障义务导致买家投诉的, 商家应积极予以处理, 若商家未能妥善处理导致投诉扩大或未按上述约定的要求处理的, 携程有权以普通人身份, 对买家及商家提供的证据材料进行认定, 若判定属于商家未正确履行上述约定的义务的, 携程有权要求商家立即履行义务并承担相应的责任, 携程亦有权先行赔付。

4.2 携程先行赔付的, 商家应按照服务协议、本服务条款或携程会员商城相关规则的要求补足相应的款项并支付相应的违约金, 若商家未予以补足的, 携程有权从商家未结算款项中予以扣除, 若不足以补偿携程损失时, 携程保留继续向商家追偿相关损失的权利。

4.3 服务协议及携程会员商城规则对商家违反消费者权益保障义务所应承担的违约责任另有约定的, 依约定执行。

4.4 供应商处罚规则具体以《[违规管理规则](#)》为准, 若《[违规管理规则](#)》及本规则尚无规定的, 携程会员商城平台有权依据相应法律、行政法规等酌情处理。

4.5 携程会员商城平台对用户的处理不免除用户因违法、违约等行为应承担的法律责任。

5 有限责任

5.1 商家为消费者权益保障服务的责任主体, 无论何时或任何原因, 携程都不应成为承担消费者权益保障或销售者责任的主体, 若因某种情况, 导致携程承担了此类责任, 商家应竭力使携程免责并承担携程因此遭受的所有损失。

5.2 商家同意携程并非司法机关, 亦非专业的纠纷解决机构, 携程对于商家及买家之间纠纷的处理完全是基于相关法规的规定、协议的约定及买卖双方的意愿, 携程仅能以普通非专业人士的知识水平和能力对买家和商家提交的相关证据材料进行鉴别和认定, 携程对据此作出的交易纠纷处理结果及保证金赔付决定等无法保证完全正确, 也不对此承担任何责任。商家应对其提交的证明材料的真实性、合法性独立承担完全的法律风险, 若携程根据商家提供的证明材料做出的决定或处理结果被有关司法机关予以否定的, 商家应承担因此导致的一切责任; 若携程据以做出判断的买家提供的证明材料被相关国家机关否定的, 商家应独立向买家追索损失, 若造成携程损失的, 商家应承担赔偿责任。

6 其他

6.1 如商家违反服务协议、本服务条款或携程平台相关规则而携程放弃向商家主张权利的, 不视为携程放弃了商家以后发生的同样或类似违约行为时携程向其主张权利的权利, 即某一次未行使权利仅可被认为是针对该次商家违约行为放弃权利, 而不是放弃该权利本身。

6.2 商家已仔细阅读本服务条款的所有内容, 对本服务条款相关内容均已理解并同意接受, 同时商家同意在平台服务协议签字页签字确认即视为对本服务条款所有内容的认可, 只要服务协议生效, 则商家即受本服务条款相关内容所约束

6.3 携程会员商城平台有权随时变更本规则并在携程会员商城平台、或商家管理系统等渠道予以公告。若用户不同意相关变更, 应立即停止使用携程会员商城平台提供的相关服务, 并及时通知携程会员商城平台。携程会员商城平台有权对用户行为及应适用的规则/协议约定进行单方认定, 并据此处理。