

苏宁云台商家商品发布规范

第一章 概述

第一条【目的及依据】为了规范商家的商品发布行为，营造合法、和谐的购物环境，维护消费者的权益，依据《苏宁易购服务协议》、《商家管理规范总则》，制定本规范。

第二条【适用范围】本规范适用于苏宁易购线上所有商家。

第三条【效力级别】苏宁易购线上有特殊规定的，从其规定，未有规定的，按照本规则执行。

第四条【规范要求】商家在苏宁易购发布商品应当严格遵守本规范。商家同意苏宁易购对商家上传的信息进行审核、整理、修改、复制、传播，任何违反本规范而发布的商品信息，苏宁易购有权立即删除且不承担任何责任。商家不得重复上传被删除的信息。

第五条【权责分配】苏宁易购仅对商家上传的信息进行形式审查，不承担任何保证义务，因商家上传的信息违反本标准或造成任何法律后果的，由发布该信息的商家承担全部法律责任并赔偿苏宁易购及其关联公司因此遭受的全部经济及名誉损失（包括但不限于消费者投诉举报、行政处罚、违约、侵权等各类纠纷导致的损失），苏宁易购保留对商家进行处理并直至终止合作的权利。

第二章 基本要求

第六条 商家不得发布任何与法律、法规及违背公序良俗的信息，包括但不限于危害国家统一、主权和领土完整、泄露国家秘密、破坏民族团结、宣扬邪教、迷信、色情、暴力、赌博或教唆犯罪、危害社会公德等。

第七条 商家不得发布含有任何侵害他人姓名权、肖像权、隐私权、商标权、著作权或其他合法权益的信息，不上传任何带有贬损或损害性特征的内容，如未授权的复制品；无注册号的磁带或光盘，共享软件；Beta级或未公布的软件；未同设备捆绑出售的OEM软件；未正式发行的名录，隐私资料，商业内部数据等。

第八条 商家不得发布带有病毒或引导别人下载计算机病毒的信息。

第九条 商家不得发布《苏宁易购禁售商品管理规范》中禁售商品的信息，并且发布的商品品类不得超出与苏宁易购签订的合同约定范围。

第十条 商家的任何发布内容中（包括但不限于标题、广告语、图片、水印等）不得出现非苏宁（SUNING.COM）平台的其他平台标识、信息或链接及其他复制、抄袭等可能涉及侵犯第三方合法权益的内容。

第十一条 商家不得发布不符合国家规定的强制性质量标准或者安全标准的商品。

第十二条 商家不得发布未取得国家规定的生产经营许可或销售许可的商品。

第十三条 商家不得发布未经报关或虽经报关但没有完整报关材料的进口商品，亦不得出售没有中文标签的商品。

第十四条 未经苏宁易购许可，商家不得发布经监管部门或媒体曝光存在质量问题的商品。

第十五条 商家不得将任何形式的发票作为商品进行发布（不具有有效性和流通性的为收藏目的转让的情况除外）。

第三章 禁止发布的信息

第十六条 商家不得发布批发、招商、代理、广告、海报等形式的广告商品信息。

商品描述不详、无实货、仅提供发布者联系方式以及非商品信息的商品，苏宁易购将判定为发布广告商品，主要包括以下情形：

- 1、发布已经出售或者仅供欣赏的商品；
- 2、仅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；
- 3、以批发、代理、广告、海报、招商等形式发布的商品；

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。

第十七条 商家不得发布带有“水货”、“欧水”、“港水”或相关字眼的信息。

第十八条 商家不得发布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商品信息。

第十九条 商家不得随意更换商品重要属性(如主图等)导致商品信息更换。

第二十条 未经苏宁易购允许,商家商品信息不得有“苏宁首发”或“苏宁独家”等类似字样。

第二十一条 商家不得发布任何广告窗口(包括但不限于非苏宁的广告、广告浮窗等)。

第二十二条 商家不得使用“最大”、“最高”、“极致”、“第一”等绝对化的表述。

第二十三条 食品等产品禁止发布治疗效果或者暗示可以治愈、治疗功能;保健食品禁止发布批准文号载明的保健功能以外的保健功效或功能;普通食品禁止宣传任何功能和功效,通过任何成分暗示存在功能或者功效。

第四章 发布行为限制

第二十四条 【禁止错放商品分类属性】即商品分类属性与发布商品所选择的
不一致。

第二十五条 【禁止重复发布商品】完全相同的以及重要属性完全相同的产品,只允许发布一次。对于不同的商品,必须在商品标题、描述、图片等方面体现商品的不同,否则将判定为重复发布,具体情形如下:

1、本定义中所指重要属性为:

(1) 颜色: 同款商品不允许不同颜色分别发布;

(2) 大小规格：同款商品不允许以大小规格不同分类发布（例如：男装、女装、童装、鞋帽）；

(3) 同款商品不允许附带不同的附赠品或附带品而作为不同商品分别发布；

2、同款商品通过更改其价格、时间、数量、组合方式及其它发布形式进行多次发布，属于重复发布；

3、服务类商品，以相同价格、相同服务的不同表现形式发布，属于重复发布（如：T 恤烫画服务，烫画价格相同的请以一件商品发布，花样可在描述中展示）；

4、手机分类商品发布要求：网络电话卡下每个商家所发布的相同运营商的不同面值的充值商品不能超过 15 件；

5、家电分类商品发布要求：电子器械及配件类商品，若图片价格一致，描述相同，属于重复发布，如果只是型号不同，一家店铺每类产品最多只允许发布 50 件不同型号的商品，超过 50 件的商品，视为重复发布处理。

第二十六条 【禁止乱用关键字】

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，扰乱苏宁易购或苏宁易购网站正常运营秩序的行为，苏宁易购将判定其相关商品为乱用关键字商品，主要包括如下情形：

1、商家故意在所出售的商品标题中使用苏宁易购网站正在热推的关键词，并且该关键词与内容商品无直接关联；

2、商家在所出售的商品标题中添加非用于介绍本商品的字眼，对赠品、奖品的描述，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）；

3、商品关键字中使用与本商品无关的商标或企业字号等字眼，误导消费者或者提升搜索量的。

4、商家在商品主图、标题、详情页中自行填加打标文字，误导消费者进行“虚假宣传”的行为，（包含但不限于如下情况：“自营”、“苏宁配送”等），“自营 苏宁配送” 等词语已有专用标签展示，请勿重复打标或者虚假打标。

第二十七条 【禁止商品标题、图片、描述等不一致】

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，苏宁易购判断为形式要件违规商品。

1、商品必要要素缺乏、相互不符的商品发布（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、商品标题为“**连衣裙”但图片为裤子等）；

2、在服装分类下，商家发布商品时未使用实物拍摄图片（实物拍摄图片定义：该件商品本身的拍摄图片，不包括杂志图片、官方网站图片及宣传图）。苏宁易购有权将违规商品计数下架，情节严重者做冻结账户处理；

3、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、图片描述等不一致的商品；

4、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质与商家注册资质不符合的违规行为。比如：商品标题或者描述中写“***品牌专卖店”的实际情况是“普通经销商资格”。

第五章 商品发布标准

第二十八条 【商品标题标准】

1、商品标题字数限制：标题长度不得少于 20 个字符，标题内容不允许为纯字母、数字，不允许使用特殊符号，例如【】、■等。（标题前 22 个字符将在首页、猜你喜欢、搜索等页面展示，尽量保证标题前 22 个字符言简意赅，能描述清楚商品重要信息；家电 3C 类商品型号描述后置。）

2、商品标题和商品图片与对应类目及商家经营的品牌应一致，商品标题中不得出现与商品无关的内容。

3、各类目商品标题命名组成结构，应当根据各类目商品本身属性进行提炼，结构主要包括中文品牌(英文品牌)+品类+型号或描述+功能属性(颜色、尺码、材质、规格、货号、容量、其他等)；描述内容顺序视情况可调整，图书类目发布的商品标题中可不包含品牌词。

(1) 商品标题结构中品牌需要与授权经营该商品所使用商标一致(与商标注册证一致)，品牌名为中英文时，命名格式为：中文品牌(英文品牌)；

(2) 品类根据其行业内习惯性归类进行定义，不得出现与其他品牌或商品相类比的情况，比如“天堂款雨伞”，实际上不是“天堂”品牌；

(3) 商品型号与商品包装箱、机身标注的型号保持一致。

(4) 商品功能属性如填写规格，请在规格重量后添加计量单位，例如 125g×2 袋、300ml*6 瓶。

4、商品标题中不得出现涉黄、涉暴、涉政等违禁词。

5、商品标题中不得出现“最好、第一”等夸大宣传的违反广告法的内容。

6、商品标题中不得出现敏感、触犯法律、含苏宁易购竞争对手信息的内容。

7、商品标题中不得出现与该商品无关的内容，如促销等信息，包括但不限于以下字眼“热卖、新品、疯抢、直降、清仓、推荐、爆款、首发、正品、行货、专卖、包邮以及当季流行语”。

8、商品标题中不得展示价格。

9、商品标题中不得带有欺诈或者诱惑消费者的词语，例如以批发、代理、广告、海报、招商等形式发布的商品。

10、商品命名中不得擅自使用他人注册商标描述产品，例如：“**品牌风格**手机”。

11、商品标题中不得出现与实际商品不符的关键词堆砌，比如卖金枕榴莲，标题中出现非猫山榴莲这种；或者卖九分裤，标题中出现五分裤、七分裤这种情况。

12、商品标题中的属性不得与实际参数的属性不一致，比如面膜标题中卖10片，实际参数属性为5片这种情况。

第二十九条 【商品卖点标准】

商品卖点定位为通过简短的描述让顾客了解商品的核心参数、突出的特色、特点及优势。商品卖点为必填，维护内容为商品属性中最突出的一个或几个核心信息，禁止维护任何促销服务类信息，禁止维护任何活动信息、赠品信息等促销类信息，例如满减、直降、到手价、赠XX等；促销卖点为选填，维护内容可包括促销信息、赠品信息、服务信息等内容，要求语言精练、语意明确、有营销理念，禁止出现歧义、虚假信息、夸大商品功能或表述不清等情形；活动链接中广告词禁止包含“官方正品、官方授权、专供、特供、专用、热卖、疯抢、直降、清仓、推荐、爆款、首发、让利、特价、特级、极品”等触及新广告法的词语或与产品无关字样。链接地址必须正确且真实有效，商品必须参加链接中活动才能维护活动链接，且不得出现链接页面与链接文案描述不一致。

1、卖点分商品卖点、促销卖点及活动链接，商品卖点限制字数为45个字符、促销卖点限制字数为30个字符、活动链接限制字数为25个字符。

2、商品卖点描述中不得展示包含厂家电话或其他联系方式、链接等。

3、商品卖点描述中不得展示价格相关信息，如参考价**、秒杀价**、市场价**等。

4、促销卖点描述不得展示“不参加某活动”、“不可使用某券”等剔除类卖点。

5、卖点描述中不能含有错别字、特殊字符、生僻字符、怪异、无法认知的符号、图案以及影响客户理解的错别字、歧义用语。

6、卖点描述中不得出现与现行法律相悖、包含苏宁易购竞争对手信息的内容；非药品不能出现宣传产品有治疗功效的描述，如“对**有治疗作用”。

7、卖点描述中禁止出现“正品”、“行货”、“保真”等字样。

8、卖点描述中禁止出现不能够实现的承诺内容。

9、卖点描述中禁止使用“比xx更好”、“质比xx大牌”等字眼，商品发布以上不当信息属于不正当竞争、混淆、傍品牌行为，可能引起知识产权侵权——知识产权包括但不限于以下情形：

(1)、在所发布的商品信息或域名等中不当使用他人商标权、著作权等权利；

(2)、出售商品不当使用他人商标权、著作权、专利权等权利；

(3)、所发布的商品信息或所使用的其他信息造成其他用户的混淆或误认；

第三十条【商品属性标准】

1. 发布的商品分类与所填写的属性要保持一致。如洗手液选择洗衣液的目录发布商品，需填写的属性值完全与洗手液商品不符；

2、发布的商品挂靠品牌必须与实际品牌保持一致，以商品外包装为准，不得混淆品牌。

例如：海飞丝为宝洁旗下独立品牌，宝洁既为公司同时也是一个独立注册的品牌，海飞丝的商品包装品牌展示为海飞丝，商品需挂靠海飞丝品牌，不允许挂靠宝洁品牌。（宝洁和海飞丝在标题中可同时维护）。



3. 带“*”的属性项必填，请全部填全后提交，不带“*”的属性项请按商品实际情况填写，如商品无此属性，则无需填写；如出现可选属性值缺失，请使用发布界面类目属性问题反馈功能及时反馈，由平台运营审批后，再进行准确发布；

4. 商品属性信息必须填写准确，属性值禁止与实物不符，如连衣裙材质，属性值为100%纯棉，实际收到货为90%棉，10%聚酯纤维；

5. 商品属性信息与其他模块（如标题、详情）描述信息要保持一致，如床垫厚度，属性值为20cm，标题中为15cm；

6. 商品属性信息禁止出现单一特殊符号值，如洗发水产地填写为/；

7. 商品属性信息禁止出现值过低或过高的情况，如空调属性值制冷量填写为1，功率填写为1；儿童滑板车净重100kg；

8. 商品属性信息禁止虚假或夸大宣传，如转基因的油，属性值为非转基因；美妆类化妆品单一功效、保健类商品单一功能填写为多种功效或多种功能；

9. 应用通子码的商品（如同一件服饰的不同颜色和尺码）各子码之间应仅存在销售属性的差别（即开通的规格特性颜色、尺码等），其他属性值应完全一致，不得出现不同商品应用通子码形式发布，如一双布鞋与运动鞋发布在一个通码上。同时必须严格按照类目开通的销售属性进行维护，如颜色仅可维护不同颜色规格商品。

10. 一旦发现商品存在以上任一场景的属性错误，均执行下架处理。

第三十一条 【商品主图图片标准】

1、主图5~10张，不得少于5张；当主图数量大于5张时，前5张为必填，其它为选填，主图规格800PX×800PX，2M以内，格式JPEG、PNG、JPG，主图不得重复。

2、不可以使用有版权、明星代言、非正常光线下拍摄的图片，除特殊商品需要场景拍摄外，搜索图大小家电、3C必须为白底图，3C配件、超市、百货、母婴除服饰鞋帽、家装、家纺类目可配合适当场景渲染，其他类目必须为白底图。同时图片上需无外部链接、二维码及水印，不可使用未经处理的商品图片；

- 3、图片需填满画布，居中放置，所有图片不加边框，不需要留间距。
- 4、严禁使用爆炸贴，如：最低价、批发价、出厂价、秒杀价等。
- 5、图片保存的时候需注意色彩格式为 RGB，图片保存为 web 下的 jpg 格式。
- 6、图片不得拼接，不得出现水印、店铺 LOGO，不得包含促销、夸大描述等文字说明，图片中不应该包括其它任何文字信息(包括日期、文字或其它网站名)。
- 7、拥有商品商标使用权的商家可将品牌 LOGO 放置于主图左上角，大小不能超过主图的 1/9，LOGO 大小不得超过 200*100PX。
- 8、每件商品图片数量以各类目行业标准规定为准，详见《苏宁易购行业标准》（行业标准未规定的类目，至少上传 5 张主图），不同角度商品展示图片，且至少一张商品主体正面图片作为主图（主图应展示商品的全部）。
- 9、图片背景以各类目行业标准规定为准，详见《苏宁易购行业标准》，图片一定要美观，除搜索图外图片中可以加入道具或装饰物作为衬托，不可使用未经处理的商品图片。
- 10、商家应对所使用的图片拥有著作权或合法的使用权，对于图片中涉及模特肖像的，商家应确保已获得肖像权人的授权，且在授权范围及有效期内合理使用。
- 11、图片中禁止包含其它任何文字、水印、二维码等信息。
- 12、商品活动图可选取颜色背景或创意拍摄，背景选择必须要衬托商品本身；商品促销标签不得多于 3 条，标签商品描述、促销内容必须与标题、卖点、详情描述保持一致，严禁使用最低价、批发价、出厂价、秒杀价等违规词；
- 13、氛围图功能会在大促期间或类目活动日期间开放，统一由平台下发制图模板，不可修改、添加非模板内任意元素，模板标签内商品描述、促销内容必须与标题、卖点、详情描述保持一致，严禁使用最低价、批发价、出厂价、秒杀价等违规词；
- 14、透明图为背景透明的单一商品图片，尺寸 800*800PX，格式 PNG。图片不为空，正面居中摆放，图片中商品展示清晰，完整无缺失，无变形。需将素材抠图、边缘处理干净，无阴影，不能有多余的背景、线条等未处理干净的元素。

无 LOGO，无链接、无文字、无水印、无拼接、无牛皮癣。无模特，不可出现人体任何部位：如手、脚、腿、头等部位。无假模、商品吊牌、衣架挂钩等非商品主体物体。每张图片中只能出现一主体，不可出现多个相同主体，套装商品不得超过 5 件。

第三十二条 【商品价格标准】

1、商品价格、运费应客观真实，符合市场规律。

商家发布商品的定价或者运费应当符合市场规律或所属行业标准，不得恶意标低商品价格以使其发布的商品在搜索结果中排名靠前，影响苏宁易购网站正常运行秩序的，例如：

(1) 商品的价格或邮费，违背市场规律和所属行业标准（包含但不限于如下情况：三格书柜，苏宁易购价 1 元，运费 100 元）；

(2) 商品价格和描述价格严重不符（包含但不限于如下情况：商品发布销售价为 1 元，但却在商品描述中标注其他价格）；

(3) 以过高或过低的价格发布赠品；

(4) 将彩妆/香水/护肤/美体及珠宝首饰/流行饰品/珠宝配件等商品以不符合市场规律的计量单位售卖，如面膜粉按 1g 卖，精油按 1kg 卖。

2、禁止价格欺诈。

(1) 商家销售商品与提供有偿服务，应当依法明码标价，商户降价销售商品或提供服务，应当如实说明降价原因、降价期间；

(2) 商家馈赠物品或者服务标示价格（或价值）的，应当真实明确；

(3) 禁止商家利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱导消费者与其进行交易；

(4) 禁止商家有下列任一情形：

【1】标示商品的品名、产地、规格、等级、质地、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关内容与实际不符，并以此手段诱骗消费者或者其他经营者购买的；

【2】对同一商品或者服务，使用两种标价签或者价目表，以低价招徕顾客并以高价进行结算的；

【3】使用欺骗性或者误导性的语言、文字、图片、计量单位等标价，诱导买家进行交易的；

【4】标示的出厂价、批发价、特价、极品价等价格表示无依据或者无从比较的；

【5】降价销售所标示的折扣商品或者服务，其折扣幅度与实际不符的；

【6】销售处理商品时，不标示处理品和处理品价格的；

【7】采取价外馈赠方式销售商品和提供服务时，不如实标示馈赠物品的品名、数量或者馈赠物品为假劣商品的；

【8】收购、销售商品和提供服务带有价格附加条件时，不标示或者含糊标示附加条件；

【9】虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或将要提价，诱骗买家购买；

【10】收购、销售商品和提供服务前有价格承诺，不履行或者不完全履行的；

【11】谎称收购、销售价格高于或者低于其他经营者的收购、销售价格，诱骗消费者或者经营者与其进行交易的；

【12】采取掺杂、掺假，以假充真，以次充好，短缺数量等手段，使数量或者质量与价格不符的；

【13】对实行市场调节价的商品和服务价格，谎称为政府定价或者政府指导价的；

【14】采取返还有价赠券方式销售商品或提供服务时，有价赠券在使用上有附加条件，且没有在显著位置明确标示的；

【15】“优惠打折”标示的原价等于或高于本次优惠打折活动前七日内，在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的；

【16】特价商品或者服务的价格等于或高于本次经营活动前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的；

【17】在开展送现金、返券、馈赠、积分等经营活动中，经营者标示的价格高于本次经营活动前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的；

【18】其他欺骗性价格表示或其他价格欺诈手段。

第三十三条 【商品详情标准】

- 1、商品描述必须符合 [《苏宁云台商家广告宣传管理规范》](#) 要求。
- 2、商品详情描述建议图片和文字相结合（注：图文结合，图片增加图片描述可提升商品搜索命中率）。
- 3、商品介绍的图片必须清晰，商品介绍页面整体宽度不超过 750px。
- 4、商品详情页面不允许出现其他购物网址的链接或提示，不允许出现商家自有的客服、销售电话及售后服务电话、网址等联系方式以及商家实体店等相关信息（经苏宁易购书面特别审批可以公布的除外）。
- 5、无商标使用权的商家在商品详情描述时不允许在任何位置出现品牌 LOGO 及商标；汽车用品及配件类商品除汽车商标所有人授权外，不能在商品上出现第三方的汽车商标，详情请见《苏宁易购汽车用品行业标准》。
- 6、同一商家同一品牌的 LOGO 及商标必须统一颜色和形式，且 LOGO 及商标不得为水印形式。
- 7、商品描述时不得出现以下不对称的促销信息：
 - （1）单个商品信息有标识价格，点击进入商品详情页后易购价与标识价格不一致的；
 - （2）活动链接图片上描述的促销时间已经过期，或者图片上描述的信息和点击进入商品详情页后的信息不一致；
 - （3）商品描述的内容与商品或商家品牌介绍、企业信息简介等自身属性无关的；

8、页面字段不得维护错误，如商品参数（参数值必须正确，禁止与实物不符、禁止与商品其它描述信息不一致）、价格、规格等与实际商品不符。

第三十四条 【视频发布标准】

1、商家在发布或修改商品时，可以选择上传与该商品宣传推广有关的视频资料，发布的视频，将在商品详情页面展示。商家发布视频的，应当严格遵守以下标准：

(1) 视频大小要求：视频比例 16：9，大小 1G 以内，质量 720p 及其以上；视频时长：5S≤主图视频≤90S、详情视频≤180S；

(2) 视频格式要求：wma、wmv、avi、wm、asf、rm、rmvb、mpeg、mpg、ts、mp4、mpeg4、mov、qt、3gp、mkv、mka、vob；

2、上传的视频内容不得违反法律法规及平台规则的规定，不得包含暴力、色情、反动等一切违法或不良因素等信息。

3、上传的视频内容不得侵犯任何第三人的合法权利。

4、上传的视频内容中不得出现（非苏宁）网购平台或竞争对手的标识。

5、视频内容宣传推广内容要和实际销售商品内容一致，不得出现文不对题或者涉嫌虚假宣传的视频内容。

6、商家必须通过商品视频模块进行视频上传，不允许在店铺代码中直接引用。

同时，商家上传视频应当遵守《视频上传服务协议》。

第六章 附则

第三十四条【生效时间】本规则于 2021 年 11 月 17 日正式公示，公示期为 7 天，公示期间征求相关意见，期间如无意见及修改，将于规定时间 2021 年 11 月 24 日生效，如有修改将另行公示。