

国家电网公司客户服务电子商城

电力图书品类标准

第一章 概述

第一条 为了提高商城图书相关产品品质，更好地规范卖家发布商品信息的行为，提高商品信息的精准度，统一网站商品信息发布规范，特拟定行业标准。

第二条 本标准规定了在商城销售的图书商品所应遵循的信息发布规范和商品质量规范。

第三条 本标准适用于所有在商城销售的图书类商品。

第四条 图书品类标准由商城制定，商城有权对本标准进行修订和解释并在商城上进行发布。本规则于发布之日起执行。

第二章 电力图书商品规范

第一节 商品信息发布规范

第五条 标题发布规范

(一) 一条完整的商品标题应当具有以下元素：书籍名称+（其他信息），其他信息是指：特殊版本+套装内册数量，此描述应放置在书籍名称之后。

例如：后宫·甄嬛传（典藏版共6册）

(二) 商品标题应与对应类目及卖家经营的品类一致，不得出现与该商品无关内容，不得堆砌关键词；不同版本、套装应当建立多个 SKU；

(三) 商品标题里除第(1)点提及的标题元素外的内容统称为商品广告语，商品广告语要求语言精练、有营销理念，不得出现歧义、夸大商品功能及其他违反法律法规的情形。

第六条 主图发布规范

(一) 主图图片规格 800*800 像素，第一张主图必须为商品主体正面图，要求纯白色背景，分辨率达到 72dpi；

(二) 每件商品需要提供 5 张及以上（含本数）不同角度展示细节的商品主图图片；

(三) 商品图片清晰不失真，不能有大面积黑投影或大区域反射环境物，不得出现拉伸变形压缩等非等比例缩放的情况；

(四) 图片不得拼接，不得出现水印，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）。

(五) 拥有商品商标使用权的卖家可将品牌 LOGO 放置于主图左上角，大小不能超过主图的 1/9。

第七条 商品价格描述规范

(一) 商品价格真实准确描述，单品及专题活动价格描述必

须符合逻辑，售价一律以商城前端页面展示出来的商城价为准。单个商品信息有标识价格，点击进入商品详情页后商城价应与标识价格一致。

（二）商品价格不得出现虚报价格、错误标注等情形；单品及专题活动价格描述不得混淆参考价（或建议零售价、专柜价）、商城价、促销价、折扣等信息。

第八条 店铺内品牌/店铺介绍、商品信息及活动说明总体设计规范

（一）店铺内促销标签与单独商品标签涵盖的促销信息应一致。店铺内商品、活动等说明中不得出现如：最低、第一、冠军、顶级、100%等绝对化用语；不得出现如：原价、市场价、xx 特供、几折起、几折封顶等字样；不得出现不能够实现的承诺内容；不得出现影响客户理解的错别字、词及歧义用语；卖家描述不得出现“本公司”等不符合商城用语大环境的词句。例如：促销标签为半价/5折促销，实际的商品售价也应为本次降价前7日内在商城成交的有交易票据的最低交易价格的5折（如前7日内没有交易价格，以本次降价前最后一次交易价格为准计算折扣）。

（二）店铺页面设计所体现的内容应全部符合法律法规，且不得存在任何侵犯第三方合法权益的内容，否则卖家应承担全部赔偿责任（包括直接损失和间接损失）。

（三）卖家进行店铺页面设计、商品信息编辑时应谨慎使用特殊字库字体（如方正字库、汉仪字库等），如确需使用，则卖家应确保已获得权利人的合法授权且在授权使用范围和授权期内使用，否则卖家应承担全部赔偿责任（包括直接损失和间接损失）。

（四）店铺内不得出现非商城的其他平台标识及其余复制、抄袭等可能涉及侵犯第三方合法权益的内容。

（五）不得发布非商城购物链接，或未经商城许可的第三方非商城链接、银行账号、第三方支付账号、非商城即时通讯账号、电子邮箱、实体店地址及联系方式等信息。

第九条 商品详情描述规范

（一）为保证消费者在购买商品时拥有充分知情权，便于消费者更全面地了解商品属性，卖家在发布商品时须明示商品的主要参数指标。卖家应根据所销售的商品实际属性录入参数，并及时维护，保证参数真实、正确、有效。具体商品主要参数指标详见各品类模板，包括但不限于如下内容：

- 商品出版社名称；
- 商品 ISBN 号；
- 编著者信息；
- 出版时间；

➤ 印刷时间；

➤ 印次。

（二）商品描述建议图片和文字相结合，描述中的图片增加图片文字描述，描述信息可以为商品标题。（注：图文结合，图片增加图片文字描述可提升商品搜索命中率。）包括但不限于商品全景实物图、实物或外包装上的品牌信息、细节图、各类认证信息图、附件清单及外包装图；商品详情不得出现广告浮动窗口。

（三）有商城独家、商城首发等信息的，必须由卖家向商城出示相关证明文件，经商城批准后方可使用。

（四）商品详情页面如有活动链接图，图片上描述的促销时间不能过期，图片上描述的信息和点击进入商品详情页后的信息一致。

（五）卖家应对使用图片拥有著作权或合法的使用权；对于详情图片中涉及模特肖像的，卖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。

（六）无商标使用权的卖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；拥有商品商标使用权的卖家可以在商品说明介绍图片左上角位置显示品牌 LOGO 及商标，标识统一尺寸规格为 240*80 像素。同一卖家的同一品牌的 LOGO 及商标必须体现统一颜色和形式且 LOGO 及商标不得为

水印形式。

（七）商品详情页面图片建议宽度不超过 740px，高度不超过 1000px，单款颜色商品大图不超过 8 张。

（八）商品描述图片少用或者不用 GIF 等闪烁、动态图片；Flash 不大于 1 兆，格式为 swf、flv。

第二节 标识标志规范

第十条 在商城上出售的商品须带有完整的规范简体中文标识标志，内容包括：

➤ 法律法规、国家/行业标准要求标注的事项。

第三节 商品质量规范

第十一条 商品质量必须符合商品标签上所标识的商品执行标准（执行标准必须符合或高于国家标准/行业标准）。