

国家电网公司客户服务电子商城

电动车品类标准

第一章 概述

第一条 为了提高商城电动车相关产品品质，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电动车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电动车类商品，包括电动汽车、充电桩、充电桩安装服务和小型电动车。

第四条 电动车业标准由商城制定，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 电动汽车商品规范

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：汽车厂商名称+中文品牌（及英文品牌）+车型+其他信息，其他信息是指：年份+新款，表示新品/新款；车型级别（尊贵型和旗舰

型)，此描述应放置在品牌名称之后。

例如：荣威（ROEWE）E50 2013 款 尊贵型

（二）商品标题应与对应类目及卖家经营的品牌一致，不得出现与该商品无关内容，不得堆砌关键词；不同品牌、车型、车体颜色和级别应当建立多个 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，不要求纯白色背景，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：

- 商品品牌名称；
- 商品型号、规格及尺码说明；

- 生产者的名称和地址(需标明承担商品质量责任的生产者地址、生产方或者经销商名称;进口商品需标明原产国或地区的名称和在中国依法登记注册的代理商、进口商或经销商的名称和地址,原产地应符合《中华人民共和国进出口货物原产地条例》);
- 执行标准;
- 商品等级:如标注“合格品”;
- 商品购物流程说明。

(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）。

第三章 充电桩商品规范

第一节 商品信息发布规范

第十二条 标题发布规范

（一）一条完整的商品标题应当具有以下元素：厂商名称+型号。

（二）商品标题应与对应类目及卖家经营的品牌一致，不得出现与该商品无关内容，不得堆砌关键词；不同型号应当建立多个 SKU；

（三）商品标题里除第（一）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。

第十三条 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，不要求纯白色背景，分辨率达到 72dpi。

（二）每件商品需要提供 3 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。

第十四条 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。

第十五条 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。

第十六条 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，卖家需在发布商品时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，包括但不限于如下内容：

- 商品品牌名称；
- 商品型号、规格及尺码说明；
- 生产者的名称和地址（需标明承担商品质量责任的生产者地址、生产方或者经销商名称；进口商品需标明原产国或地区的名称和在中国依法登记注册的代理商、进口商或经销商的名称和地址，原产地应符合《中华人民共和国进出口货物原产地条例》）；
- 执行标准；

| 标准号 | 标准名称 |
|--------------------|---|
| GB/T 2423.1-2008 | 电工电子产品环境试验 第2部分：试验方法 试验A：低温 |
| GB/T 2423.2-2008 | 电工电子产品环境试验 第2部分：试验方法 试验B：高温 |
| GB/T 2423.4-2008 | 电工电子产品环境试验 第2部分：试验方法 试验Db：交变湿热（12h+12h循环） |
| GB/T 2423.55-2006 | 电工电子产品环境试验 第2部分：环境测试实验 Eh：锤击试验 |
| GB 4028-2008 | 外壳防护等级（IP代码） |
| GB 17625.1 | 电磁兼容 限值 谐波电流发射限值（设备每相输入电流≤16A） |
| GB/Z 17625.6 | 电磁兼容 限值 对额定电流大于16A的设备在低压供电系统中产生的谐波电流的限制 |
| GB/T 17626.2-2006 | 电磁兼容 试验和测量技术 静电放电抗扰度试验 |
| GB/T 17626.3-2006 | 电磁兼容 试验和测量技术 射频电磁场辐射抗扰度试验 |
| GB/T 17626.4-2008 | 电磁兼容 试验和测量技术 电快速瞬变脉冲群抗扰度试验 |
| GB/T 17626.5-2008 | 电磁兼容 试验和测量技术 浪涌（冲击）抗扰度试验 |
| GB/T 17626.6-2008 | 电磁兼容 试验和测量技术 射频场感应的传导骚扰抗扰度试验 |
| GB/T 17626.8-2006 | 电磁兼容 试验和测量技术 工频磁场抗扰度试验 |
| GB/T 17626.10-1998 | 电磁兼容 试验和测量技术 阻尼振荡磁场抗扰度试验 |
| GB/T 17626.12-1998 | 电磁兼容 试验和测量技术 振荡波抗扰度试验 |
| GB/T 18487.1-2001 | 电动汽车传导充电系统 一般要求 |
| GB/T 18487.2-2001 | 电动汽车传导充电系统 电动汽车与交流直流电源的连接要求 |
| GB/T 18487.3-2001 | 电动汽车传导充电系统 电动汽车交流直流充电机（站） |
| GB/T 20234.1-2011 | 电动汽车传导充电连接装置 第1部分：通用要求 |

| 标 准 号 | 标 准 名 称 |
|-------------------|--------------------------|
| GB/T 20234.3-2011 | 电动汽车传导充电连接装置 第3部分：直流充电接口 |
| GB/T 29316-2012 | 电动汽车充换电设施电能质量技术要求 |
| NB/T 33001-2010 | 电动汽车非车载传导式充电机技术条件 |

➤ 商品等级：如标注“合格品”；

➤ 商品购物流程说明。

（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

第十七条 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：

- 吊牌，吊牌上应标注：商品名称、制造者的名称和地址、商品号型和规格、执行标准、商品质量检验合格证明；
- 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

第十八条 商品质量必须符合商品详情描述规范上所描述执行标准（执行标准必须符合或高于国家标准/行业标准）。

第四章 充电桩服务商品规范

第一节 商品信息发布规范

第十九条 标题发布规范

（一）一条完整的商品标题应当具有以下元素：区域+厂商名称。

（二）商品标题应与对应类目及卖家经营的品牌一致，不得出现与该商品无关内容，不得堆砌关键词；不同区域、厂商应当建立多个 SKU；

（三）商品标题里除第（一）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。

第二十条 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，不要求纯白色背景，分辨率达到 72dpi。

（二）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。

（三）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）。

第二十一条 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。

第二十二条 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。

第二十三条 商品详情描述规范

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，卖家需在发布商品时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，包括但不限于如下内容：

- 商品品牌名称；
- 商品服务流程；
- 厂商的名称和地址。

第二节 商品质量规范

第二十四条 充电桩服务应当遵循《中华人民共和国电力供应与使用条例》，具体的参考条例如下：

（一）供电企业对申请用电的用户提供的供电方式，应从供电的安全、经济、合理和便于管理出发，依据国家的有关政策和规定、电网的规划、用电需求以及当地供电条件等因素，进行技术经济比较，与用户协商确定。

（二）用户需要备用、保安电源时，供电企业应按其负荷重要性、用电容量和供电的可能性，与用户协商确定。用户重要负荷的保安电源，可由供电企业提供，也可由用户自备。遇有下列情况之一者，保安电源应由用户自备：

（1）在电力系统瓦解或不可抗力造成供电中断时，仍需保证供电的；

（2）用户自备电源比从电力系统供给更为经济合理的。供电企业向有重要负荷的用户提供的保安电源，应符合独立电源的条件。有重要负荷的用户在取得供电企业供给的保安电源的同时，还应有非电性质的应急措施，以满足安全的需要。

第二十五条 供电企业的用电营业机构统一归口办理用户的用电申请和报装接电工作，包括用电申请书的发放及审核、供电条件勘查、供电方案确定及批复、有关费用收取、受电工程设计的审核、施工中间检查、竣工检验、供用电合同（协

议) 签约、装表按电等项业务。

(一) 承装、承修、承试受电工程的单位, 必须经电力管理部门审核合格, 并取得电力管理部门颁发的《承装(修)电力设施许可证》。在用户受电装置上作业的电工, 应经过电工专业技能的培训, 必须取得电力管理部门颁发的《电工进网作业许可证》, 方准上岗作业。

(二) 供电方案的有效期, 是指从供电方案正式通知书发出之日起至交纳供电贴费并受电工程开工日为止。高压供电方案的有效期为一年, 低压供电方案的有效期为三个月, 逾期注销。用户遇有特殊情况, 需延长供电方案有效期的, 应在有效期到期前十天向供电企业提出申请, 供电企业应视情况予以办理延长手续。但延长时间不得超过前款规定期限。