

神州商桥内容管理规范

一、规范目的

为提高神州商桥平台的整体商品品质，更好地规范卖家店铺发布商品信息的行为，提高商品信息的精准度，统一商品内容信息发布规范，维护神州商桥平台的正常秩序，根据国家相关法律法规及神州商桥规则等，制订本规范。

二、适用范围

本规范适用于神州商桥平台卖家店铺。

三、标题发布规范

- 1、通用性框架：品牌（非必填）+商品品名（必填）+基本属性（非必填）+规格参数（非必填）。
 - a. 品牌：中文品牌/英文品牌
 - b. 基本属性：材质/功能/特征/风格
 - c. 规格参数：型号/颜色/尺寸/规格/用途/货号
- 2、标题中的信息应当真实、准确，不得出现虚假、错误、存在歧义或与商品无关的内容，欺骗和误导消费者。
- 3、标题应严格按通用性框架的组成要素填写，除本规则另有规定外，不得超过通用性标题规范框架填写其他信息；
- 4、标题中填写的品牌应与卖家店铺经营的品牌保持一致，并不得使用其他品牌。
- 5、标题中的商品属性、品名、规格参数描述应语言精练、突出商品特质，禁止使用与商品真实信息无关的文字或符号，且不得重复、互斥关键词或出现无关的关键词。
- 6、标题中不得出现宣传其他商品的信息，不得与其他商品、店铺相类比，不得涉及第三方商品、店铺的负面信息，不得贬损第三方商品、店铺。
- 7、标题中不得出现无实际商品、仅提供发布方联系方式等非商品信息的内容。反例如（包括但不限于）：心情故事、店铺介绍、外网购物链接、批发、招商、代购等形式的违规信息。
- 8、标题不得发布营销广告类信息，包括但不限于以下情形：导购、团购、批发、微商、微信号、代理、满 199-100、买一赠一、打折、热卖、疯抢、直降、清仓、推荐、爆款、首发、让利、特价等；
- 9、标题必须保证语句通顺，不得语意前后不搭，不得使用与商品无直接关联的词汇（包括但不限于商桥物流、包邮、货到付款等），不得添加用户热搜词或热搜词

- 10、标题不得借用明星、组织、影视节目、社会热点人物的名义进行宣传。反例如（包括但不限于）：xx 节目鼎力推荐、鹿晗同款、何以笙箫默同款；
- 11、标题不得在未取得专卖资格或特约经销商资格的情况下，暗示其与商标权持有人或者生产厂家之间存在授权或者合同关系的字眼。反例如（包括但不限于）：“特约经销商”、“官方”、“官方授权”、“专供”、“特供”、“专用”等。
- 12、如果卖家店铺不具有相关资质或未参加商桥的相关活动，不允许在商品标题或中使用与特定资质或者活动相关的词汇。
- 14、标题的描述中不得有不科学的断言或者保证。
- 15、标题中对商品的性能、产地、用途、质量、价格、生产者、有效期限、允诺或者对服务的内容、形式、质量、价格、允诺有表示的，应当清楚、明白。
- 16、标题中不得发布《中华人民共和国广告法》等法律法规中明令禁止的内容。
- 17、法律、行政法规规定及神州商桥规则禁止的其他情形。
- 18、商品标题里严禁出现 a 品牌套用 b 品牌等品牌套用的情况。
 - a. 标题是体现商品品牌、属性、品名、规格等商品基础信息的文字。
 - b. 标题乱填是指卖家店铺为使其发布的商品引人注目，或使消费者能有更高频率搜索到卖家店铺所发布的商品，而在商品名称中擅自使用未经授权的品牌名称、堆砌关键词，或填写与商品无关的字词等，扰乱神州商桥平台市场秩序的行为。

四、图片发布规范

- 1、主图基础要求：图片尺寸 800*800，白色背景（#ffffff），图片分辨率 72dpi，PNG/JPG 格式。
- 2、主图数量至少 1 张，最多 5 张。
- 3、Logo 的使用者需为商标所有人或者已取得商标所有人合法有效授权的，logo 只能上传至首图。logo 展示范围在左上角 150px *250px 区域内。
- 4、首图必须展示商品整体实物图，第一张为白底，其他辅图可以根据商品特性灵活调整设计。
- 5、主图不得连续提交相同的图，建议展示商品不同的角度
- 6、不能有大面积黑色投影（大区域反射环境物）。
- 7、不得出现非等比例缩放情况，包括拉伸、变形、压缩等。
- 8、图片质量要清晰，不能虚化，边缘清晰，接近满画布显示即可，亮度充足。
- 9、图中呈现商品个数与销售单位（产品信息）保持一致，首图所示商品颜色、规格等必须与文字介绍一致，不得出现与所售商品无关的其他商品和物体。
- 10、首图上不允许出现“赠、赠品”等文字字样。
- 11、禁止使用诱导用户点击的形式如拆红包、视频播放按钮等。
- 12、首图不要出现牛皮癣：文字、水印、边框等。
- 13、不要出现拼接图，不出现明显拼合而成的商品图，除套装以外，不要出现明星代言。
- 14、文字、图片展示内容必须符合《新广告法》相关法律法规。

五、商品详情页发布规范

- 1、建议图文相结合，商品的基本信息及关键字需以文本形式展示。
- 2、不允许出现其他平台的任何信息及神州商桥以外的链接地址和水印。
- 3、卖家店铺不能利用格式条款限制消费者向有关部门维权。例如：某某活动最终解释权归**所有或者以上文案仅供引流不具有法律效应等类似的格式条款。
- 4、不得出现不能够实现的承诺内容和影响客户理解的错别字、词及歧义用语。
- 5、活动图上描述的信息和点击进入商品详情页后的信息一致。
- 6、不得发布非神州商桥链接，或未经神州商桥许可的第三方非神州商桥链接、银行账号、第三方支付账号、非神州商桥通讯账号、电子邮箱、实体店地址及联系方式等信息。
- 7、建议使用官方公布的开源字体，例如登录方正官网，查看方正公开的几款免费字体。字体应谨慎使用特殊字库字体，如确需使用，则卖家店铺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，否则卖家店铺应承担全部赔偿责任（包括直接损失和间接损失）。
- 8、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，卖家店铺需在发布商品时明示商品的主要参数指标。卖家店铺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。
- 9、文字、图片展示内容必须符合《新广告法》相关法律法规。

六、内容发布规范

- 1、发布方不得发布危害信息，包括但不限于反动等破坏性信息、色情低俗信息。
- 2、发布方不得发布虚假宣传信息，包括但不限于捏造细节、图文不符、夸大事实、虚假中奖信息、伪造官方活动的信息。
- 3、如果文字、图片出现侵权或违规现象，相关责任由内容发布方承担
- 4、发布方不得发布不当信息，包括但不限于发布第三方信息、垃圾广告和大量重复内容。
- 5、发布方不得发布神州商桥平台官方不允许发布的商品信息。

七、行为规范

- 1、发布方不得违背其自身所作出的服务承诺。
- 2、发布方不得出现作弊行为，包括但不限于通过不正当方式获得关注数、赞、评论、转发数或进行内容抄袭等。
- 3、发布方不得推广假冒商品，包括但不限于在内容中推广的商品明显涉及出售假冒、盗版、山寨商品。
- 4、发布方不得出现提交虚假材料行为，材料提报环节包括但不限于准入申请、活动报名、违规申诉等。

- 5、发布方不得有其他侵犯他人权益的行为，包括但不限于泄露他人信息、不当使用他人权利、骚扰他人等。
- 6、发布方不得通过不正当、作弊等手段获得平台权益、权限等。
- 7、发布方不得在任何社交平台泄漏神州商桥平台任意数据、信息等。
- 8、发布方不得利用平台权益发生金钱交易或变相收取利益等行为。

八、附则

- 1、本规范于 2023 年 2 月 23 日发布，2023 年 4 月 25 日生效。
- 2、神州商桥可根据运营情况随时调整本管理规则并向卖家店铺公示。
- 3、卖家店铺应遵守国家法律、行政法规、条例、部门规章等法律法规，对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等法律法规的行为，本规则已有规定的，适用于本规则。本规则尚无规定的，神州商桥有权酌情处理。但神州商桥对卖家店铺的处理不免除其应承担的法律责任。卖家店铺在神州商桥的任何行为，应同时遵守与神州商桥及其关联公司签订的各项协议。