

# 团 体 标 准

T/CGCC 84—2023

---

## 易货贸易业务流程与管理基本要求

Basic requirements for barter trade business procedures and management

2023-09-13 发布

2023-10-01 实施

---

|         |     |
|---------|-----|
| 中国商业联合会 | 发 布 |
| 中国标准出版社 | 出 版 |

## 前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国商业联合会提出并归口。

本文件起草单位：中国商业联合会易货贸易分会、中库会易融通(北京)物资贸易有限公司、河南物桥实业有限公司、济南爱航云网络信息服务有限公司、山东省易货标准化研究院、易站绿色科技集团有限公司、融易通(深圳)投资股份有限公司、辽宁中小企业信用服务有限公司、中库会(临沂)国际易货交易股份有限公司、云南盾元投资管理有限公司、快易货国际贸易有限公司、易货师(济南)职业技能鉴定中心、重庆贝宜贝物资有限公司、易物慧商(贵州)数字经济产业集团有限公司、西部易货国际贸易(重庆)有限公司、内蒙古北方科技专修学院、中警智链(山东)云科技集团股份有限公司、华商丝路易货总会(海南)管理服务有限公司、中易物联(深圳)库存数据管理有限公司。

本文件主要起草人：洪涛、李兴远、刘宇虹、马育松、吴庆涛、黄兰育、林丽、朱济全、何新科、李维新、许强、田汉文、李光华、阿丽古娜、李苑茜、张晗、宋镇宇、卢奇、李婧瑜、宋昊东、武玉玺。

# 易货贸易业务流程与管理基本要求

## 1 范围

本文件界定了易货贸易涉及的相关术语和定义,规定了分类、业务流程及经营管理的基本要求。

本文件适用于易货需求、易货服务、易货配套相关单位、个人开展的国内易货贸易业务活动。国际易货贸易业务不适用于本文件。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范

SB/T 10698 库存积压商品流通技术规范通则

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**易货贸易 barter trade**

物品、服务、资产或其他资源之间进行的非货币的交易活动。

注:也称易货。

### 3.2

**易出 barter out**

用易货的方式销售。

### 3.3

**易入 barter in**

用易货的方式采购。

### 3.4

**易货师 barter broker**

经过综合考评取得相应技能,从事货物、服务等非货币互换及策划、咨询和管理工作人员的人员。

### 3.5

**易货商 barter demander**

有易货需求的组织、个人。

### 3.6

**易货服务商 barter service provider**

为易货商提供易货交易及相关配套服务的机构。

### 3.7

**易货交易平台 barter trade platform**

易货服务商为易货商提供交易撮合、信息匹配、安全保障等相应服务的系统。

3.8

**易货方案 barter scheme**

运用易货思维,为易货商策划、设计、提供的可行性的方式、方法。

3.9

**易货额度 barter credit**

记录易货商之间进行易货交易的结算凭证和支付媒介。

3.10

**易货佣金 barter commission**

易货商通过易货服务商完成易货交易后,向其交纳的服务费。

3.11

**易货合同 barter contract**

为实现易货交易,交易各方经协商一致所达成的协议。

4 分类

4.1 按交易主体划分

4.1.1 市场主体对个人的易货

市场主体与个人之间进行的易货交易。

4.1.2 市场主体对市场主体的易货

市场主体与市场主体之间进行的易货交易。

4.1.3 个人对个人的易货

个人与个人之间的易货交易。

4.2 按交易标的划分

4.2.1 产品易货

针对生产环节的产品进行的易货。

4.2.2 商品易货

针对流通环节的商品进行的易货。

4.2.3 服务易货

广告、酒店、餐饮、旅游、培训等服务的易货。服务是一方对另一方提供的各种服务。

4.2.4 体验易货

各种体验场景活动的易货。这里所指的体验是指主体与对象互动的过程,包括线上体验、线下体验的各种场景。体验是双方之间的互动活动。

4.2.5 资产易货

土地、厂房、房地产、知识产权、股权等的易货。



#### 4.2.6 其他易货

其他资源的易货。

### 4.3 按交易地区划分

#### 4.3.1 国内易货

在中华人民共和国境内开展的易货贸易活动。

#### 4.3.2 国际易货

与境外有关国家或地区开展的易货贸易活动。也称跨境易货。

## 5 业务流程

### 5.1 业务对接

了解易货商的易货需求,进行业务对接。

### 5.2 业务调查

通过信息平台、社会公众、实地考察等方式对易货商的经营水平、履约能力、信用状况等展开业务调查。

### 5.3 价值评估

对易货商的产品、商品、服务、资产或其他资源进行价值评估。

### 5.4 策划易货方案

根据易货商的需求,结合业务调查,经过可行性评估,策划易货方案。

### 5.5 签订易货合同

在自愿、平等的基础上签订易货合同。按易货合同中的约定,履行相应的义务。

### 5.6 提供易货额度

易货服务商向易货商提供易货额度,易货商提供与易货额度等值的产品、商品、服务、资产或其他资源。

### 5.7 匹配资源

根据易货方案,使用各类易货交易平台优化配置易货商的资源。

### 5.8 标的交割

凭易货额度在易货交易平台展开易货交易,第三方物流发货,完成标的交割。

### 5.9 支付结算

易货交易建档并录入数据库,完成易货额度的支付结算。

5.10 收取易货佣金

根据不同的易货标的,收取相应的易货佣金。

5.11 交纳税款

因易货交易产生的收益,应依法纳税。

5.12 易货后服务

提供易货交易后的有关服务。

易货贸易的业务流程如图 1 所示。

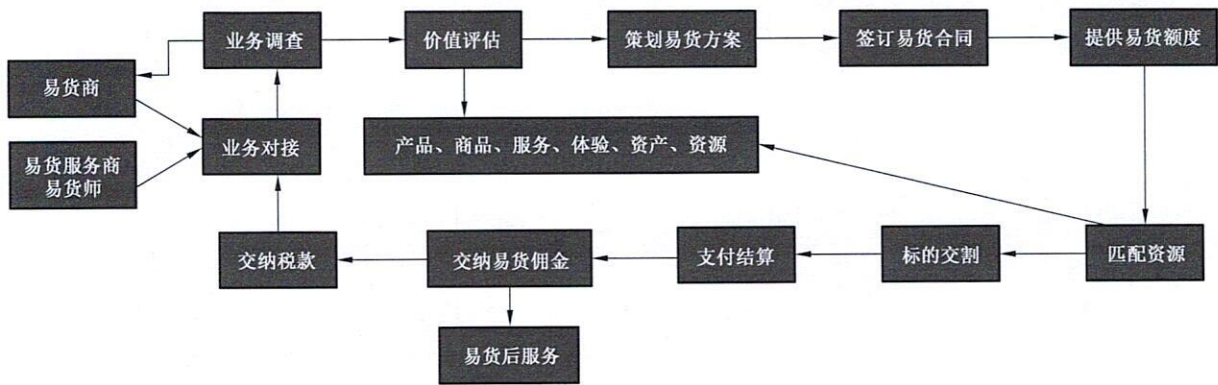


图 1 易货贸易业务流程

6 经营管理

6.1 易货服务经营资质

- 6.1.1 应依法办理市场主体登记,取得市场监管部门颁发的经营资质。
- 6.1.2 应按照营业执照核定范围开展经营,经营主体或经营主体的股东单位的核定经营范围应包含易货、易货贸易、易货交易、易货服务等。
- 6.1.3 涉及行政许可的,应根据国家或行业有关规定的强制要求,取得主管部门的行政许可。
- 6.1.4 易货电子商务平台应进行网站备案,获得网络平台经营需要依法取得的资质。
- 6.1.5 在显著位置公开证照和相关许可资质。
- 6.1.6 应有至少 3 名主要人员参加易货行业相关培训,经考试合格取得易货相关培训证书。

6.2 易货标的的质量

- 6.2.1 易货标的的质量应符合国家有关标准的要求。
- 6.2.2 库存积压商品进行易货时,库存积压商品的品质应符合 SB/T 10698 的要求。

6.3 易货交易价格

- 6.3.1 应遵循诚信、合法、公平、合理的定价原则。
- 6.3.2 易货价格由易货相关方协商确定。
- 6.3.3 可将产品出厂发票、零售发票价格及第三方销售平台价格作为易货价格定价的主要依据,将不低于销售成本价不高于市场零售价之间的价格确定为易货定价区间。



6.3.4 不应扰乱正常的市场价格秩序。

6.3.5 根据易货相关方的需要,可委托第三方评估机构或取得易货评估相关培训证书的人员对易货标的的价值进行公平估算。

6.3.6 稀缺标的可在公平、公开、公正背景下进行溢价易货。过季标的可在公平、公开、公正背景下进行折价易货。

6.3.7 宜由第三方科学评估管理易货额度。

#### 6.4 易货从业人员

6.4.1 应遵守职业道德规范。

6.4.2 应掌握易货基础知识。

6.4.3 应明确易货工作要求。

6.4.4 应取得易货相关培训证书。

#### 6.5 易货服务商

6.5.1 应建立健全质量管理体系,严格控制易货标的的质量。

6.5.2 应主动公开易货交易规则流程,根据服务事实合理收取易货佣金。

6.5.3 应严格规范易货合同管理,不应以格式合同等形式侵害交易者合法权益,对合同中承担的义务、责任应切实履行。

6.5.4 应在明显位置公布法定代表人、联络人的联系方式,及时接听电话,歇业、停业前应明确告知交易者,返还物品。

6.5.5 应保持易货额度与存量商品的合理平衡,恪守风险提醒义务,避免货物提交给易货服务商后长期不能完成兑换。

6.5.6 应建立员工培训制度,定期组织参加相关知识技能培训,提高职业道德素质和业务技能水平。

6.5.7 进行易货宣传时,广告介绍应真实、客观、准确,符合相关法律的要求。

6.5.8 拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术等经营资源的易货服务商以合同形式将其拥有的经营资源许可其他经营者使用时,应符合以下要求:

- a) 拥有成熟的、已产生实际经济效益和良好社会效益的经营模式;
- b) 具备持续提供经营指导、技术支持和业务培训等服务的能力;
- c) 以服务事实为依据,合理收取客户的加盟费。

6.5.9 应按照国家有关规定,依法缴纳相应税款。

6.5.10 应建立完善的交易纠纷处理机制,保护交易者合法权益。

6.5.11 易货交易平台应符合以下要求:

- a) 在平台显著位置,公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息;
- b) 采取合理措施对注册用户信息的真实性进行审核,符合 GB/T 35409 的要求;
- c) 全面、真实、准确、及时地披露易货标的的信息,保障消费者的知情权和选择权;
- d) 采取数据备份、故障恢复等技术手段确保网络易货数据和资料的完整性和安全性;
- e) 有相关的安全提示说明,采用第三方担保方式,降低交易风险;
- f) 按照约定向客户收取押金的,应明示押金退还的方式、程序,不应将押金退还设置不合理条件。

#### 6.6 客户服务

6.6.1 可通过以下方式为客户提供易货服务:

- a) 易货减压:用易货的方式清理库存积压商品,换成所需;
- b) 易货采购:用易货的方式换回经营发展过程中需要用现金购买的办公用品、福利礼品、餐饮酒

店、广告宣传、生产资料等,实现产品当钱花,节约现金流;

- c) 易货营销:用易货的方式拓宽销售渠道,换到潜在客户,创造效益;
- d) 易货金融:用易货的方式提供金融服务;
- e) 易货解债:用易货的方式化解债务。

6.6.2 应建立规范化的服务制度。包括但不限于:

- a) 客户信息管理制度;
- b) 易货操作流程与规则指南;
- c) 交易安全保障制度;
- d) 监督与举报制度;
- e) 纠纷处理制度。

6.6.3 如易入商品存在质量等问题,易货商可提出退换货要求。

## 6.7 信用管理

6.7.1 应将诚信经营切实贯彻到易货业务的全流程,维护易货行业的社会形象 and 良好声誉。

6.7.2 易货服务商法定代表人和主要负责人应做好诚信表率,高度重视企业信誉。

6.7.3 易货服务商应持续开展诚信宣贯教育,使员工牢固树立诚信价值观。

6.7.4 易货交易平台应建立健全信用评价制度,公示信用评价规则,为消费者提供对平台内易货标的进行评价的途径。

6.7.5 易货服务商应建立客户诚信档案,并进行动态化管理。

6.7.6 签订的易货合同应遵守承诺,如约履行。

6.7.7 不应以易货服务的名义虚假宣传,进行违法违规的经营运作。

6.7.8 应建立和完善易货企业社会责任机制,接受公众监督,不断提升易货服务品质,增强客户的满意度。



团 体 标 准  
易货贸易业务流程与管理基本要求

T/CGCC 84—2023

\*

中国标准出版社出版发行  
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)  
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址 [www.spc.net.cn](http://www.spc.net.cn)

总编室:(010)68533533 发行中心:(010)51780238

读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷  
各地新华书店经销

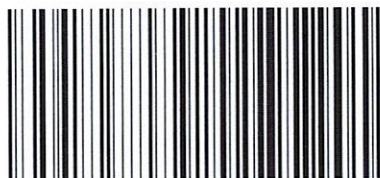
\*

开本 880×1230 1/16 印张 0.75 字数 16 千字  
2023年10月第一版 2023年10月第一次印刷

\*

书号: 155066·5-6787 定价 24.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换  
版权专有 侵权必究  
举报电话:(010)68510107



T/CGCC 84-2023

