

《电子商务快递服务合同编制指南》团体标准 (征求意见稿) 编制说明

一、项目来源

《电子商务快递服务合同编制指南》是中国快递协会于 2022 年 10 月批准的团体标准项目。本标准由中国快递协会提出并归口，由深圳顺丰泰森控股（集团）有限公司牵头，联合日日顺供应链、中通等企业共同起草。

二、标准制定的目的和意义

电子商务与快递物流是现代服务业的重要组成部分，与民生息息相关。近年来，我国电子商务与快递服务协同发展不断加深，推进了快递服务转型升级、提质增效，促进了电子商务快速发展，但两者仍面临着诸多挑战。

一方面，市场对于电子商务快递服务质量提出了更高的要求，譬如《“十四五”快递业发展规划》将“提升行业服务质效”作为十大重点任务中的首要任务，明确提出“支撑电商发展的多种服务模式不断创新”、“引导快递企业深化与电商企业合作，合理制定与服务里程、服务成本相适应的服务价格，探索建立符合农村实际的成本分担、利益共享机制。”，同时国家邮政局按照《规划》正在推动快递“三分”，即成本分区、服务分层、产品分类；另一方面，电子商务与快递服务的一些不协同问题也逐渐暴露，譬如电子商务经营者普遍以价格优势吸引消费者，影响了快递服务质量的提升和服务内容的创新；

以及在农村和偏远地区大部分快递物流企业不愿意进行配送，经营行为不规范，存在违规收费现象，甚至还要承担“最后一公里”费用，不能享受电商带来的便利，这些都间接影响到消费者的网购体验，也加大了消费者与快递服务组织之间的权益纠纷。

合同作为约定快递服务内容、质量、价款等信息的文件，在推动解决电子商务与快递服务不协同问题、落实《规划》及国家邮政局的“三分”任务上具有十分重要的作用。目前，快递业针对电子商务快递服务尚无合同示范文本，各快递服务组织与电子商务经营者按实际情况制定的合同文本质量良莠不齐，在合法合规、公平合理等方面存在一定的问题，无法体现行业特性和满足行业发展需求。

因此，行业内亟需制定相关的标准，通过规范电子商务快递服务合同编制工作，进而明确快递服务行为，维护快递服务组织、电子商务经营者和消费者等各方当事人权利义务，促进电子商务与快递服务更好地协同发展，提升电子商务快递服务水平。

三、标准的起草过程

（一）立项

2022年6月，中国快递协会组织召开关于《电商快递冷链服务》等3项团标动员会，会上就《电商快递冷链服务》等3项标准的编制思路、要求以及参会企业初步想法进行了沟通；2022年8月，顺丰作为牵头单位主导编写了《电子商务快递服务合同编制指南》立项建议书并参加立项评估会；2022年10月，中国快递协会正式批准《电子商务快递服务合同编制指南》立项。

（二）起草

为确保专业性和广泛代表性，顺丰在预研、考察的基础上，组织在电子商务快递服务领域具有较大影响力的快递服务企业、电子商务企业和司法领域专家共同组成了标准起草小组。

标准起草小组首先对国内快递、电子商务相关法律法规体系进行了调研，了解快递服务合同所在的法律系统环境。随后对我国快递服务开展的现状、主要服务种类、服务特点、服务对象等进行了梳理，了解相关方对快递服务合同的需求和期望，参考《GB/T 30333-2013 物流服务合同准则》和全国合同示范文本库收录文本，确定标准草案基本构成框架，最后对部分国内企业签订的电子商务快递服务合同实例进行了深入分析和研究，并结合企业在使用这些合同的过程中的体会，提炼快递服务合同条文设置的关键环节，形成标准草案基本内容。

（三）预审

在中国快递协会组织下，标准起草工作组于2023年6月27日参加了标准预审会，邀请专家覆盖了有关行政主管部门、高等院校、学会/协会、龙头企业、法律专家等各主要相关方，共同对标准框架及具体内容进行了研讨，并提出了大量的有价值的建议和意见，为标准征求意见稿的形成提供了有益的帮助。

在综合考虑了各方面的建议和意见的基础上，标准起草工作组最终讨论确定了《电子商务快递服务合同编制指南》征求意见稿。

四、制定标准的原则和依据，与现行法律、法规、标准的关系

为加强合同在“规范电子商务快递服务行为，减少快递服务过程

中的法律纠纷，明确快递服务合同相关方权利义务”等方面的作用，本标准在制定过程中遵循了以下原则：

（一）规范性

本标准严格按照《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》编写。

（二）全面性

本标准充分考虑了现行相关法律、法规和标准的规定，基于电子商务快递服务的特点，全链条、全环节对合同相关方的权利义务给出了指导。

（三）实用性

本标准给出了符合快递服务特点的通用合同编写要求以及合同示范文本，使用人可以根据自身情况，依据有关要求编写合同文本，或直接对合同示范文本中的有关条款进行修改和使用。

（四）协调性

本标准符合现行相关法律、法规的规定，与现有标准，特别是强制性标准无冲突之处。

五、标准主要技术内容

本标准分为7个部分，主要内容如下：

（一）范围

介绍本标准的主要内容以及本标准所适用的领域。

（二）规范性引用文件

本标准无规范性引用文件。

（三）术语和定义

为了便于对本标准的理解和对条文的准确把握，本标准给出“电子商务”“快递服务”等5条术语。

（四）基本原则

本章共有三条，是基于电子商务快递服务合同编制的总体认识，经提炼总结形成的具有普适性的指导原则，分别是合规原则、权利义务对等原则以及适用原则。

（五）合同的构成

本章给出了电子商务快递服务合同的基本组成及其约定内容。合同一般包括约首部分、主文部分、约尾部分和补充部分，其中主文部分包括服务内容，服务质量，权利和义务，费用与结算，保密，个人信息保护和数据安全，不可抗力的处理，违约责任，合同的生效、变更和解除，解决争议的办法等。

（六）合同的编写

本章给出了合同表述、合同审查、合同谈判的建议。

（七）资料性附录

为帮助标准的使用者更直观地理解电子商务快递服务合同应涵盖的基本内容和表现形式，以针对性编写符合自身实际需要的合同，本标准给出了资料性附录——电子商务快递服务合同示范文本。

六、重大意见分歧的处理依据和结果

本标准在起草过程中无重大意见分歧。

七、贯彻标准的措施建议

本标准建议按照三个步骤进行贯彻实施：一是编写标准宣讲材料，举办线上标准宣讲会、培训会，对标准进行宣贯和推广，推动本标准在行业内普及与认知；二是推行标准试点，不定期召开研讨会等交流活动，跟踪、调查、汇总标准实施情况；三是不断对标准编制说明和宣贯文件再次完善，通过各项活动在全国推广，利用协会网站、公众号等媒体宣传渠道，扩大标准的影响力。

标准起草工作组

二〇二三年八月二日