

厂商直送模式咨询及售后服务考核标准

此标准中甲乙双方为签订零号库（厂商直送）协议的甲、乙方。

一、服务内容及要求：

商品咨询服务：是指在从商品详情页咨询入口或自营店铺咨询入口等甲方为乙方开通的所有入口的咨询服务。

商品售后服务：是指根据用户提交的售后服务申请，结合商品情况给出退货、换货、维修等审核意见，并且依据甲方系统录入的拆包检测状态在线给出最终退款、换货、维修处理结果。

2、服务未达标的处理

2.1 若乙方提供商品售后服务无法达到附件二《商品售后服务标准》要求（以下简称附件二）服务指标的，则甲方有权参照附件二对乙方做相应奖惩及整改通知，通知方式不仅限于邮件等方式，整改周期为一个考核月。乙方须在整改周期内达到附件二的服务水平，或乙方在整改周期内所有未达成指标呈现持续改善状态。若整改期届满，乙方服务仍未达到以上任一点要求，则甲方有权关闭乙方全部或部分服务指标不达标售后分类的服务权限。乙方无法达到服务指标或违反双方其他约定并被关闭服务权限的，由甲方提供服务，乙方同意按本协议约定标准支付费用。甲方在接受乙方委托后，可根据自身安排转委托给甲方关联公司或第三方公司提供上述服务。

2.2 若乙方提供商品咨询服务无法达到附件一《商品咨询服务标准》要求（以下简称附件一），则甲方有权参照附件一对乙方做相应奖惩及整改通知，通知方式不仅限于邮件等方式，整改周期为一个考核月。乙方须在整改周期内达到附件一的服务水平，或乙方在整改周期内所有未达成指标呈现持续改善状态。若整改期届满，乙方服务仍未达到以上任一点要求，则甲方有权关闭乙方服务。乙方商品咨询服务入口被关闭后一个自然月内不得申请开通，若一个自然月后乙方申请开通且完成甲方咨询相关在线课程培训并考试合格（90 分合格），甲

方将重新开通乙方商品咨询服务入口。此外，乙方可委托甲方或甲方指定第三方提供服务，具体事项以乙方与甲方或第三方另行签署的协议为准。

2.3 若乙方提供的商品咨询服务和售后服务过程中出现服务违规行为，甲方有权参照附件三《服务奖惩标准》对乙方服务违规行为进行判责。甲方有权对乙方进行警告，警告方式包含但不限于邮件等方式，乙方须将服务违规处理结果反馈至甲方，反馈时效为 2 个工作日，若超出时效未反馈改善结果或处理结果未完全达到指标或标准的，甲方有权对乙方进行二次警告，且再给予乙方 2 个工作日反馈时效，若乙方仍然未将服务违规处理结果反馈至甲方或处理结果未完全达到指标或标准的，甲方有权直接关闭乙方的服务权限；若乙方在 30 天内二次出现同一类型服务违规行为，甲方有权直接关闭乙方的服务权限。甲方关闭乙方商品售后服务的服务权限后由甲方提供服务，乙方同意按本协议约定标准支付费用。

3、甲方代为处理情形

如乙方出现下述情形，甲方有权代乙方处理商品售后服务，乙方同意接受甲方处理结果并配合甲方完成售后服务，包括：

3.1 用户直接联系甲方，向甲方投诉乙方的；

3.2 乙方未按照本协议中规则约定进行服务，如服务单或工单超出时效、未按规范执行等；

3.3 乙方关闭权限的；

3.4 乙方未按规范要求对转入待客户反馈的服务单在 7 个自然日内进行处理的；

3.5 其他甲方代为乙方处理售后服务的情形。

二、 甲方权利义务

1、乙方提供服务的，甲方应为乙方开通商品服务操作系统权限并完成双方间的系统对接及调试，实现商品咨询及售后服务信息的互通。

2、甲方负责制定或调整各项服务事项的服务标准和考核评分标准，作为乙方提供服务和承担责任的依据。

3、甲方应向乙方提供必要的业务培训，培训内容包含但不限于业务操作标准、系统使用方法。

4、甲方有权对乙方所提供服务的情况及内容进行监督，进行不定期抽查，并有权要求乙方配合提供相关资料。

5、《咨询服务管理手册》、《售后服务管理手册》、《商家售后操作流程标准》《服务类问题判定标准》是与服务相关的业务制度，详情见 <http://storage.jd.com/ztc/cx.zip>。甲方有权对上述内容调整和修改。甲方在做出相应调整和修改之前应通过包括但不限于服务系统公告、邮件、电话的方式通知乙方，乙方应按照最新的服务管理要求履行。

三、乙方权利义务

1、乙方应按照本协议所约定的服务标准对甲方渠道所销售商品提供第一条约定的相关服务。

2、乙方应为履行本协议配置场地、人员及相关系统，并承担相关费用。相关人员应接受过相关专业培训，以使得服务人员的服务质量（包括但不限于应答口径、应答标准评判、录音监听等）能达到协议所要求的服务标准。

3、乙方应妥善保管商品服务操作系统的用户名及自设的密码信息，不得未经甲方书面同意擅自转让或授权第三方使用，并对其在系统中所进行的一切行为负责。若甲方为此先行承担了相关责任，则乙方须赔偿甲方因此产生的所有费用及损失。

4、乙方应认真、及时填写和上传甲方要求的各种单据或系统信息，不得出现虚假、错误、遗漏、不及时的情形。

5、乙方应采取相应制度保存为用户提供服务过程中的服务录音、聊天文字等记录资料，确保如因甲方或司法、行政机关原因需要能及时调取。如客户出现投诉、曝光等情况时甲方有权要求乙方提供录音，以便判定责任，如不提供，若甲方判定为乙方责任，甲方有权要求

乙方按照客户诉求执行。

6、乙方负责甲方为客户提供的特色服务、服务产品等内容下商品售后服务的全部工作，前述工作包括但不限于退款催收工作、赔付工作。

7、甲方提供智能客服机器人（如京东小智）可协助乙方提供更优质的咨询服务，乙方可根据自身情况评估申请使用。同时如乙方开通商品咨询服务但未按照本协议约定标准提供服务时，甲方有权使用智能客服机器人提供咨询服务，产生咨询服务行为、咨询服务成果均由乙方全部承担。

8、如乙方使用的第三方服务商人员存在服务态度差、服务速度慢等问题，导致客户投诉或差评，甲方有权对乙方的第三方服务商发起调查、管理提升，乙方有义务配合甲方，并连带承担由此产生的损失。

9、本协议可能获知的甲方用户的订单信息、个人信息和其他保密信息应严格履行保密义务，应采取充分的保护措施和制度，确保用户信息的信息安全。乙方在本协议有效限内及合同终止后的任何时间，乙方都不得泄露、交易、非法向他人提供或通过其他形式利用用户信息等秘密信息，不得为任何目的以任何形式将用户信息等秘密信息用于本协议以外的用途。乙方每透露一条，应向甲方支付违约金人民币 1000 元；如乙方透露信息累计超过 20 条或透露范围较大，乙方向甲方支付违约金【伍拾万元】；如乙方将保密信息提供、泄露给与甲方存在商业竞争关系的公司甲方的竞争对手，则违约金的最低支付额应增加至【壹佰万元】。如因此给用户造成的损失，由乙方承担责任。

10、竞争关系的公司包括但不限于拥有或使用以下称呼或商标等标识的公司及其关联公司：亚马逊、当当、淘宝商城、阿里巴巴、淘宝网、天猫、凡客、我买网、红孩子、EBAY、苏宁、国美、库巴网、麦考林、大润发、物美、华润、百安居、和黄、新世界、万达、搜狐、

新浪、网易、瑞丽、百度、腾讯、大众点评网、口碑网、58 同城、拼多多。

11、乙方不得在甲方开通服务权限的载体上发布第三方信息，包括但不限于非甲方渠道购物链接或未经京东许可的第三方链接、银行账号、第三方支付账号、二维码、非京东咚咚/或 400 电话即时通讯账号、电子邮箱、实体店地址及未经京东备案许可的联系方式、广告商品信息等，且不得因包含但不仅限于因用户议价、商品缺货、京东无用户所需商品、京东无商品配件等原因引导用户至第三方购物平台购买商品的行为（第三方平台，包含而不仅限于天猫、淘宝、苏宁、品牌官网、微信小程序、支付宝等），如确认发生此类情况，甲方有权关闭乙方权限。

12、自本协议终止之日起甲方将开放给乙方使用的商品服务系统权限进行关闭，如因乙方在本协议终止前未履行已对用户承诺的服务内容，乙方同意由甲方继续按承诺内容提供相应服务，乙方对甲方继续提供的相应服务依据协议第五条约定支付相应服务费用。乙方对用户承诺服务内容全部履行完毕之日起 10 日内，双方就此合同约定服务费进行最后清算。

四、服务及考核标准

1、甲方对乙方的咨询和售后服务质量以附件一《商品咨询服务标准》、附件二《商品售后服务标准》、附件三《服务奖惩标准》为标准进行考核。

2、如乙方未能达到约定服务标准时，需要承担相应的违约责任，违约标准详见附件一《商品咨询服务标准》、附件二《商品售后服务标准》、附件三《服务奖惩标准》。

3、如产生工单（工单是指甲方在受理用户服务过程中，遇到需要乙方确认时，在系统中触发的信息流，可以往返确认并有时效要求，同时可以考核回复满意度。），则乙方应按照《售后服务管理手册》中工单处理规范内容按时回复处理意见，乙方需在本协议约定的服务时间内（每日 9:00-21:00），在收到工单后的 1 小时内处理并给予有效回复方案。如乙方未按约定时间及时回复处理意见，甲方有权介入直接处理或乙方应按照甲方处理意见为用户提供咨

询或售后服务，因此产生的损失或费用将由乙方承担。

4、违约金（如有）支付方式：

优先使用货款账扣方式，如因客观原因导致无法使用货款账扣方式支付的部分，将自动转为电汇方式进行。对于乙方未在协议约定时间内支付的，甲方有权自其应当支付给乙方的任何款项中直接抵扣，不足以抵扣的部分，甲方仍有权追偿。

自产生违约金款项 30 自然日内，如乙方未确认且未提出异议，视为无异议，系统将自动确认并进行账扣。

6、甲方收款账户信息：

账户名称	开户银行	账号
北京京东世纪贸易有限公司	中国建设银行北京清华园支行	11001079900053009837
北京京东世纪信息技术有限公司	中国建设银行北京清华园支行	11001079900053007620
江苏圆周电子商务有限公司	中国建设银行北京清华园支行	11001079900053010598
上海晟达元信息技术有限公司	中国建设银行北京清华园支行	11001079900053009541

具体适用账户以主合同中甲方主体名称下账户为准。

7、咨询或售后相关服务产生的违约金款项可提供开具相应金额收款纸质或电子收据，具体收据方式以乙方实际收到收据为准。

五、结算条款：

1、乙方委托甲方或因乙方未达标转由甲方处理时，乙方应按如下标准向甲方支付费用。

售后服务价格：每服务单【10.59】元。

2、对账：每个自然月应结费用以甲方系统数据为准，甲方于每月 15 日前向乙方发出上月服务费用的结算通知,如果乙方对该结算通知有异议，应于收到通知后 3 个工作日内以

正式邮件形式向甲方反馈意见, 经双方核对后最迟在每月 20 日前确认完毕最终结果。乙方逾期未提出异议, 视为无异议, 自结算通知发出 30 自然日后, 系统将自动确认。

3、服务费支付方式:

优先使用货款账扣方式, 如因客观原因导致无法使用货款账扣方式支付的部分, 将自动转为电汇方式进行。对于乙方未在协议约定时间内支付的, 甲方有权自其应当支付给乙方的任何款项中直接抵扣, 不足以抵扣的部分, 甲方仍有权追偿。

4、甲方收款账户信息:

账户名称	开户银行	账号
北京京东世纪贸易有限公司	中国建设银行北京清华园支行	11001079900053009837
北京京东世纪信息技术有限公司	中国建设银行北京清华园支行	11001079900053007620
江苏圆周电子商务有限公司	中国建设银行北京清华园支行	11001079900053010598
上海晟达元信息技术有限公司	中国建设银行北京清华园支行	11001079900053009541

具体适用账户以主合同中甲方主体名称下账户为准。

六、规则有效期

本考核标准有效期与主合同一致, 本协议适用违约条款与主合同或京东供应商经营平台规则适用违约条款相冲突的, 以违约责任高者为准, 本协议其他条款与主合同相冲突的, 以本协议为准, 其他合同条款遵照主合同执行。

附件一:

商品咨询服务标准

1.1 服务时间

乙方提供在线服务时间为每周 7 天，工作时间为 9:00 至 21:00（服务时间包括国家法定节假日及周末）。乙方在线服务时长须满足最低要求（7 天*12 小时）/每周。乙方可根据所销售的产品特性自行调整延长服务时间。

1.2 考核周期：

每个自然月为一个考核周期，考核结果在下个自然月的 15 日前提提供（遇法定节假日时，数据提供时间向后顺延）。如乙方因客观原因或特殊原因（如服务量过小等）需适当调整考核周期的，必须甲、乙双方达成一致，经过甲方授权邮箱确认或其他书面形式的为准，如为授权邮箱则后缀为@jd.com。考核结果以甲方指定系统中下载数据内容为准；如有异议，乙方应在甲方提供考核结果之日起 3 个工作日内以正式邮件形式向甲方提出申诉，经双方核对后最迟在每月 20 日前确认完毕最终结果。乙方逾期未提出异议，视为认同考核数据。

1.3 商品咨询服务指标及考核标准

指标	目标值	权重分值	说明	评分标准
即时满意度	90%	50	在线会话过程中或结束时， 用户对于服务的评价：（非常满意+满意）/评价量	月度参评服务量 > 50： 完成值≥目标值：满分； 完成值<目标值：每少 1%，此项扣分 2 分，最低 0 分。 月度参评服务单≤50： 每出现一条差评，扣减 1 分，最低 0 分（差评包含评价结果为非常不满意和不满意的评价量）。

平均响应时长	30S	30	平均响应时长=(响应总时长+超 10min 客服未回复断线量*600+工作时间留言量*600)/(响应次数+超 10min 客服未回复断线量+工作时间留言量)。	完成值≤目标值：满分； 完成值>目标值：每多 2 秒，此项扣分 2 分，最低 0 分
咨询服务时长达标率	80%	20	咨询服务时长达标率=月商品咨询服务时长大于或等于连续 12 小时的天数/月自然天数。	完成值≥目标值：满分； 完成值<目标值：每少 5%，此项扣分 2 分，最低 0 分

说明：

1.甲方以综合服务评分作为考核指标考核乙方服务水平，并参照本协议附件一 1.4 商品咨询服务评分标准对乙方进行相应奖惩。综合服务评分的计算方式为：即时满意度得分+平均响应时长得分+咨询服务时长达标率得分+服务奖惩评分加减分，服务问题扣分的违规情形参照本协议附件三《服务奖惩标准》及《咨询服务管理手册》中咨询服务管理规范内容。

2.商品咨询服务除以上考核指标外，甲方对于咨询回复率、用户咨询留言率、咨询解决率等客户体验类指标将作为监控项，乙方应保证服务质量，并在指标未达到甲方要求时配合提升，否则甲方有权关闭乙方商品咨询服务权限。

3.甲方根据业务情况有权变更以上考核项、目标值、权重分值，甲方在做出相应调整和修改之前将通过包括但不限于服务系统公告、邮件等方式通知乙方，乙方应按照最新的服务管理要求履行。

1.4 商品咨询服务评分标准（总分为 100 分）

综合服务评分	奖惩
得分 \geq 90 分	达到服务标准，可参与年度优质服务商评选
80 分 \leq 得分 < 90 分	达到服务标准
70 分 \leq 得分 < 80 分	被确定为无法达到服务标准，违约金 2000 元，给予一个考核月的改进期限
60 分 \leq 得分 < 70 分	被确定为无法达到服务标准，违约金 5000 元，给予一个考核月的改进期限
得分 < 60 分	综合服务评分如果低于 60 分，违约金 10000 元，被确定为无法达到服务标准，给予一个考核月的改进期限

说明：当乙方连续超过 2 次低于 80 分（不含 80 分）时，被确定为无法达到服务标准，参照本协议正文第一条“合同内容”第 2 款“服务未达标的处理”规则处理。

1.5 乙方在该协议咨询服务运营过程中有任何问题，可通过咚咚界面左下角“小耳机图标”点击进入联系商家在线支持团队。

附件二：

商品售后服务标准

1.1 售后服务时间

乙方提供售后服务时间为每周 7 天，工作时间为 9:00 至 21:00（服务时间包括国家法定节假日及周末）。乙方售后服务时长须满足最低要求（7 天*12 小时）/每周。

1.2 考核周期

售后服务以每个自然月为一个考核周期。如乙方因客观原因或特殊原因（如服务量过小、商品售后服务流程特殊等）需适当调整考核周期的，必须甲、乙双方达成一致，经过甲方授权邮箱确认或其他书面形式的为准，如为授权邮箱则后缀为@jd.com。经过共同邮件或书面认可。考核结果以甲方指定系统中下载数据内容为准；如有异议，乙方应在甲方提供考核结果之日起 3 个工作日内以正式邮件形式向甲方提出申诉，经双方核对后最迟在每月 20 日前确认完毕最终结果。乙方逾期未提出异议，视为认同考核数据。若乙方未达到服务标准，则该项商品服务转由甲方提供，乙方按约定支付服务费。

1.3 乙方进行售后服务中发现大规模（24 小时内发生 5 起以上）同类问题、自然灾害、乙方内部影响客服服务效率的大型活动或投诉甲方等问题出现时，应 24 小时内以邮件形式报告甲方。

1.4 售后服务指标及考核标准

名称	目标值	权重 分值	数据来源	评分标准
NSS 净满意度	88%	40	NSS 净满意度 = (非常满意 + 满意 - 不满意 - 非常不满意 * 2) / 评价量	月度参评量 > 40: 完成值 ≥ 目标值：满分； 完成值 < 目标值：每少 1%，此项扣分 2 分，最低 0 分。

				<p>月度参评量≤40：每出现一条评价为“非常不满意”，扣减2分，每出现一条“不满意”，扣减1分，最低0分。</p>
服务单审核 20 分钟达标率	<p>90% (手机、电脑、家电品类服务单占比超50%商家目标值为85%，详见说明3)</p>	20	<p>服务单审核 20 分钟达标率= (用户申请时间到首次审核时间时长≤20 分钟的服务单量) /审核服务单量。服务时间为每日 9:00-21:00。</p>	<p>完成值≥目标值：满分； 完成值<目标值：每少1%，此项扣分1分，最低0分。</p>
服务单处理时效达标率	90%	10	<p>服务单处理时效达标率= (商品签收完成到服务单完成时间 (服务单为暂完结状态) ≤24 个自然小时的服务单量 /签收服务单量。</p>	<p>完成值≥目标值：满分； 完成值<目标值：每少2%，此项扣分1分，最低0分</p>
服务单处理 20 分钟达标率	90%	10	<p>服务单处理 20 分钟达标率= (从服务单商品拆包完成并转入待处理状态或从服务单直接转入待处理状态开始到</p>	<p>完成值≥目标值：满分； 完成值<目标值：每少1%，此项扣分0.5分，最低0分。</p>

			第一次给出处理结果时长≤20 分钟的服务单量) /处理服务单量。服务时间为每日 9:00-21:00。	
服务规范达标率	抽查方式： 95%	20	抽查方式服务规范达标率=抽查达标量/抽查总数，抽查服务包括但不限于录音规范达标率、服务单规范达标率、待用户反馈超时率、工单超时未处理率、未解决处理超时率等已开通售后服务。	仅抽查方式服务规范达标率得分规则： 月度服务单抽检量≥20：完成值≥目标值：满分 完成值<目标值：每少1%，此项扣分1分，最低0分 月度服务单抽检量<20：每出现一条抽检不达标，扣减1分，最低0分。

1、如特殊情况需调整，须在协议签订前甲乙双方确认一致，售后服务指标目标值以协议约定内容为准。

2、用户满意度评价中，如存在虚假好评，应剔除后统计考核指标；如存在恶意用户差评、乙方不可控因素导致差评，乙方可向甲方提出申诉，经甲方判定确认后，可在考核指标中予以剔除。

3、如乙方提供服务的商品包含下列品类且对应服务单占比高于 50%，则乙方审核 20 分达标率目标值为 85%，品类列表如下：

一级品类	二级品类
------	------

电脑、办公	办公设备、电脑配件、电脑整机、外设产品、网络产品、游戏设备。
家用电器	厨房小电、厨卫大电、大家电、个护健康、商用电器、生活电器。
手机	手机通讯、运营商。
数码	摄影摄像、影音娱乐、智能设备。

注：服务单占比数据使用乙方提供服务商品品类的 2018 年全年服务单量占比统计。如甲方商品品类树名称调整，则列表品类按照新品类名称对应调整，以甲方公布信息为准。

4、服务规范达标率抽查方式抽查内容包含但不限于工单处理、服务单信息录入、服务单处理、用户未解决处理等操作的规范达标情况。

5、商品售后服务指标除以上考核指标外，甲方对于待客户反馈率、用户点击未解决时效、升级准确率、工单操作规范等客户体验类指标将作为监控项，乙方应保证服务质量，并在指标未达到甲方要求时配合提升，否则甲方有权关闭乙方商品售后服务权限。

6、甲方以综合服务评分作为考核指标考核乙方服务水平，并参照本协议附件二 1.5 商品售后服务评分标准对乙方进行相应奖惩。综合服务评分的计算方式为：NSS 净满意度+服务单审核 20 分钟达标率+服务单处理时效达标率+服务单处理 20 分钟达标率+服务规范达标率+服务奖惩评分加减分，服务问题扣分的违规情形参照本协议附件三《服务奖惩标准》及《售后服务管理手册》、《商家售后操作规范》、《服务类问题判定标准》中售后服务管理规范内容。

7、甲方根据业务情况有权变更以上考核项、目标值、权重分值，甲方在做出相应调整和修改之前将通过包括但不限于服务系统公告、邮件等方式通知乙方，乙方应按照最新的 service 管理要求履行。

1.5 商品售后服务评分标准（总分为 100 分）

综合服务评分	奖惩
--------	----

得分 \geq 90 分	达到服务标准，可参与年度优质服务商评选
80 分 \leq 得分 < 90 分	达到服务标准
70 分 \leq 得分 < 80 分	被确定为无法达到服务标准，违约金 2000 元，给予一个考核月的改进期限
60 分 \leq 得分 < 70 分	被确定为无法达到服务标准，违约金 5000 元，给予一个考核月的改进期限
得分 < 60 分	综合服务评分如果低于 60 分，违约金 10000 元，被确定为无法达到服务标准，给予一个考核月的改进期限

说明：

- 1、根据甲方需求设置综合服务评分和在同行业服务中进行排名，并进行公示；
- 2、当乙方连续超过 2 次低于 80 分（不含 80 分）时，被确定为无法达到服务标准，参照本协议正文第一条“合同内容”第 2 款“服务未达标的处理”规则处理。
- 3、如出现一例乙方采用的售后服务标准低于国家三包规定及相关法律法规的、或双方签署合同约定的相关规则的，被确定为无法达到服务标准。

1.6 服务要求

1.6.1 乙方应在售后服务完毕后当天内将结果录入系统。

1.6.2 服务单因乙方未进行及时审核，甲方系统将会在服务单超出审核时效后按照超时系统自动审核标准通过用户的申请，如服务单因自动审核造成的损失及额外费用，全部由乙方承担。

超时系统自动审核标准：

用户申请时间段	系统自动审核时效
0:00-12:00	超出 12 小时无响应，系统自动审核通过。

12:00-18:00	超过当日 24:00 无响应，系统自动审核通过。
18:00-24:00	超过次日 12:00 无响应，系统自动审核通过。

说明：响应指服务单状态从待审核领取或待审核状态变为非待审核领取和非待审核状态，从任何状态变更回待审核状态时不再计时（如取件终止驳回待审核等）。

1.6.3 服务单转入“待用户反馈”状态后，乙方应在 7 日内处理完毕，如未处理跟进，甲方有权对乙方参照考核标准进行评价。

1.6.4 服务单审核或处理过程中符合《商家售后操作流程标准》中需电话联系用户的情况，乙方必须通过电话形式联系用户，沟通相关内容，且外呼联系用户时间，必须控制在每日 8:00-22:00 之间。

1.6.5 服务单待收货状态中，乙方在商品签收之后应在 24 小时内完成拆包并在 VC 系统中登记。

1.7 乙方在该协议售后服务运营过程中有任何问题，可通过以下途径反馈：

- 1、甲方在线支持（推荐）：VC 系统—售后管理主页—右上角“联系商家业务支持团队”咚咚入口联系商家在线支持团队；
- 2、甲方支持热线：400-608-2200 转 2。

附件三：服务奖惩标准

序号	类别	内容	处理方式
1	特别严重 违规项	不得传输或发表煽动抗拒、破坏宪法和法律、行政法规实施的言论，煽动颠覆国家政权，推翻社会主义制度的言论，煽动分裂国家、破坏国家统一的言论，煽动民族仇恨、民族歧视、破坏民族团结的言论。	扣违约金 4 万元 并关停服务。
2		不得向甲方员工及关联人士直接或间接赠送礼金、物品、有价证券或采取其他变相手段提供不正当利益，包括但不限于现金、支票、信用卡、礼品、样品或其他商品、娱乐票券、会员卡、货币或货物形式的回扣、回佣、就业或置业、乙方付款的旅游、宴请及个人服务等。	
3	严重违规 项	不得诋毁京东品牌形象（包含而限于京东、京东系统、京东物流、京东客服等）或者甲方渠道对应平台上其它任何商家、品牌、产品的形象。	每出现 1 次，扣 50 分并扣违约金 1 万元，情节严重的（情节严重的情形包括但不限于出现 1 次以上，对甲方造成群体性声誉、形象或利益损害
4		不得出现因乙方责任导致用户投诉至包含但不限于消费者协会、食药监局、质检局、工商局、法院等行政机构以及媒体、电台等国家/单位，乙方责任是指在处理敏感投诉或群诉类问题时，未执行包含但不限于甲方流程、规范、话术或者服务态度冷漠机械、控制和引导用户投诉等行为。	

5	<p>不得在沟通过程中使用任何形式的具备人身攻击、侮辱性、网络常见隐晦的骂人词汇等不文明的语言，包括但不限于辱骂、威胁、嘲讽、与用户发生争吵等恶劣行为（包含因用户先辱骂客服，客服反击）、骚扰（如采用呼死你软件，私自联系用户等）、恐吓、跟踪、诋毁京东用户以及使用任何引起京东用户不满的侮辱性字句或以其他方式侵犯京东用户的合法权益的行为。（参照《服务类问题判定标准》判定）</p>	<p>的)，扣 100 分并扣违约金 4 万元，或关停服务。</p>
6	<p>不得在甲方开通服务权限的载体上发布第三方信息，包括但不限于非甲方渠道购物链接或未经京东许可的第三方链接、银行账号、第三方支付账号、二维码、非京东咚咚/或 400 电话即时通讯账号、电子邮箱、实体店地址及未经京东备案许可的联系方式、广告商品信息等，且不得因包含但不仅限于用户议价、商品缺货、京东无用户所需商品、京东无商品配件等原因引导用户至第三方购物平台购买商品的行为（第三方平台，包含而不仅限于天猫、淘宝、苏宁、品牌官网、微信小程序、支付宝等）。</p>	
7	<p>不得泄露甲方的任何商业机密。乙方对甲方的知识产权或从甲方获知的商业秘密承担保密责任，在未经甲方同意的情况下不得将包括但不限于乙方与甲方签订合同以及合作过程中所获知的与甲方相关</p>	

		<p>的决策、计划、技术、数据、甲方的工作流程、考核方法、政策协议、用户资料（包括但不限于甲方用户的个人信息）、技术文件等企业机密透露给第三方。</p> <p>补充说明：甲方对乙方另有保密协议约定的，如乙方出现泄密情形，乙方应履行较重的保密协议中的处置条款。</p>	
8		不得出现盗用他人京东账户，涉嫌侵犯他人相关信息、财产权的行为。	
9		不得以非法获利为目的，出现骗取他人财物，非法获取他人财物，涉嫌侵犯他人财产权的行为。	
10		不得扰乱甲方渠道所在平台秩序，即通过不正当方式，刻意规避甲方渠道所在平台规则或市场管理措施的行为。如指标造假，伪造用户表扬，或将京东咚咚及京东系统用于任何为京东用户提供服务之外的目的等行为。	
11		不得擅自对未经授权服务内容进行服务。	
12		不得服务中违规收取用户费用。	
13		不得以任何形式的媒体负面曝光，或未经甲方相关部门同意下私自接受媒体采访，透露有关甲方的情况并给甲方造成声誉、形象或利益损害。	
14		不得通过不正当方式展示虚假的商品销量、商品评	

		论、满意度评价等，妨害、干扰消费者购物权益的行为。前述不正当方式主要包括但不限于以下几种形式：自买自评、第三方炒作等。	
15		商家在提供服务过程中（包含咨询服务和售后服务）使用的各类头像、文字、图片等各种形式的沟通信息不得出现违法、违规、涉黄等内容。	
16		商家通过各种形式对甲方用户进行欺诈，骗取商品安装费、维修费等。	
17	一般违规项	不得违反相关法律规定或以甲方名义从事违法行为，服务过程中不得传送含有受到知识产权保护的图像、相片、软件或其它资料的文件，包括但不限于著作权或商标权，除非乙方拥有此权利或已得到所有必要的认可。	服务评分-5/次
18		不得在服务过程中使用国家法律法规禁止使用的词语进行宣传的，包括但不限于“第一”、“最高”、“最好”、“国家级”、“首选”、“驰名商标”等。	服务评分-10/次
19		不得服务过程中通过文字或图片等方式明示或暗示与商品实际内容不相符的虚假信息，使用户对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等产生误解的行为。	服务评分-10/次
20		不得以任何方式损坏或破坏京东咚咚及京东系统，使其不能运行或超负荷运行或干扰其他方使用京东	服务评分-10/次

		咚咚及京东系统；不得在未经授权的情况下访问任何与京东咚咚或京东系统服务关联的所有账户、计算机系统或网络；不得利用京东咚咚或京东系统进行传销、发送垃圾信息或任何重复的未经用户许可的广告信息。	
21		不得使用未通过京东服务认证的人员进行咨询及售后服务操作。	服务评分-5/次
22		不得骚扰、谩骂、恐吓甲方及甲方渠道所在平台工作人员。	服务评分-10/次
23		不得出现未依照咚咚使用规则要求，将京东用户的账号屏蔽加入黑名单。具体规则参照《咨询服务管理手册》中咚咚服务管理规范。	服务评分-5/次
24		商家未备案或备案未批准的情况下，不安排人员值班，未按协议提供咨询或售后服务。	服务评分-10/天， 如连续三天无服务，增加罚款1万元。
25		商家在为用户提供服务过程中（包含商品咨询及售后），不得出现恶意评论竞品、贬低竞品的语言或行为。	服务评分-5/次
26	商业信誉	暗示或直接要求用户对其服务质量和过程给与虚假反馈或满意度好评。	服务评分-20/次
27		伪造各种形式的用户表扬。	服务评分-20/次

28		通过不正当手段操作导致指标严重异常行为。	服务评分-20/次
29		在系统中记录的服务信息与实际服务过程不相符、 或未将售后服务信息记录在服务单中，审核或处理 过程中信息弄虚作假。	服务评分-10/次
30		在系统中录入虚假或未经甲方相关部门同意的内部 沟通信息，给甲方造成声誉、形象或利益损害。	服务评分-10/次
31		向用户传达虚假的服务政策。	服务评分-10/次
32	投诉 & 诉 讼	用户通过信函、传真、邮件、热线电话、在线客服等 各种形式向甲方投诉乙方，甲方判定投诉成立且给 甲方造成声誉、形象或利益损害。	服务评分-5/次
33		用户通过信函、传真、邮件、热线电话、在线客服等 各种形式向甲方投诉乙方，甲方判定投诉成立。	服务评分-2/次
34		用户通过信函、传真、邮件、热线电话、在线客服等 各种形式向甲方反馈商家服务态度存在严重问题， 甲方核实属实的。	服务评分-2/次
序号	类别	内容	激励方式
35	表扬奖励	由于乙方提供的优质服务获得媒体对甲方品牌或服 务进行正面宣传，或者获得用户以锦旗、奖杯等形式 表扬至甲方的情形	服务评分+10/次
36		乙方获得用户以邮件或书面形式表扬至甲方的情形	服务评分+2/次
37		乙方获得用户口头表扬（通过电话录音及回访进行 确认的）至甲方的情形	服务评分+2/次

38		乙方获得公共平台（不仅限于电视、报纸、微博等）作为优秀商家或优秀案例进行表扬，且获得甲方确认有效(经过提报并获得甲方审批通过)。	服务评分+10/次
----	--	--	-----------

说明：

1.投诉、诉讼处理判定：因乙方提供的咨询或售后服务不符合法律法规或本协议约定的服务判定标准而引起的投诉、诉讼。

2.乙方以及乙方所配备的客服团队（或人员）违反本规则的任何条款，给甲方、用户以及其他方造成损失的，乙方必须承担全部的赔偿责任。如果甲方为此先行承担了相关责任，或者用户的赔偿金或补偿金由甲方先行垫付的，乙方应自甲方通知之日起 5 日内向甲方支付相应款项，逾期未支付的甲方有权自应结算的货款或保证金中扣除，如相应款项不足以抵扣赔偿金或补偿金的，则乙方同意赔偿甲方因此而支出的所有费用及损失。同时，如发现乙方违反本协议附件三约定，或有用户对该乙方发起投诉且查证属实的，甲方有权不经通知而立即终止该乙方咨询及售后服务权限；

3.咨询服务和售后服务各自按百分制评分。奖惩标准依据引起加分或减分的事由在相应综合评分中加减分。奖惩判定来源于多种渠道，包括但不限于甲方监控、电话、在线、微博、邮件、政府公示等。

4.扣除分数每个考核周期最低零分，最高 100 分。

5.奖励分数每个考核周期内咨询服务事由和售后服务事由分别最高加 100 分，奖励分数不计入咨询、售后综合评分，表扬奖励获得分值将作为乙方评奖评优参考依据之一。

6、奖惩得分扣除或奖励、违约金及权限关停，甲方通过系统中奖惩单或书面（不限于邮件）形式与乙方进行确认；如有异议，乙方应在甲方提供考核结果之日起 3 个工作日内以系统中奖惩单确认结果或邮件形式向甲方提出申诉，乙方逾期未提出异议，视为认同考核数据。

