商品上架规则

**生效日期：2024年8月1日**

# 一、店铺上架数量

1.1星火云购平台对享受试运营期免费上架商品的店铺设定了上传商品数量，最多为200款。超过部分的规定详见《星火云购试运营期政策》。

# 二、商品上架要求

## **2.1**产品信息完整

在星火云购平台上，商品信息的完整性至关重要。商家需要填写完整的产品信息，包括产品名称、描述、参数、价格等，以便于消费者进行比较和选择。

## 2.2产品分类明确

正确选择产品类别对于商家和消费者都有益。商家需要清晰地分类产品，以便于消费者快速找到所需商品。同时，正确的分类也有助于商家更好地管理库存和销售数据。

## 2.3产品标题规范

产品标题是吸引消费者注意力的关键因素之一。商家需要突出产品的关键词，描述产品的特点、功能等，以便于消费者快速了解产品并提高点击率。同时，标题的书写也需要规范，避免出现重复关键词或语法错误等问题。

## 2.4图片质量高

高质量的图片能够更好地展示产品形象，提高消费者的购买欲望。商家需要选择清晰、美观、能够突出产品特点的图片作为主图。

## 2.5库存管理合理

合理的库存管理是保证销售顺利进行的关键。商家需要根据销售情况及时调整库存数量，避免出现缺货或积压现象。

## 2.6价格合理

价格是消费者购买的重要考虑因素之一。商家需要根据市场情况和成本合理定价，以保证产品的竞争力。同时，也要注意不要过分追求利润而定价过高导致消费者流失。

## 2.7售后服务完善

完善的售后服务能够提高消费者的购买信心。商家需要提供优质的售后服务，如退换货政策产品保修等，以增加消费者的信任度和忠诚度，

# 三、商品标题发布规范

3.1商品标题内容必须包含商品名称。商品规格不做特殊要求。

3.2商品标题中是否包含商品规格不做特殊要求，但标题中规格一定与商品实际规格保持一致。

3.3 商品标题中包含商品品牌名的，拼接顺序一般为：品牌名+产品名称。

3.4商品标题不得出现与所发布商品无关的信息，不得重复关键词或出现无关的关键词，不得出现与发布商品不符的分类、品类词。

3.5当季或预售新品标题名称中可增加描述：年份+季节+新款来表示新品/新款，此描述应放置在品牌名称后面，其他商品描述要求不变。

3.6商品命名中不得擅自使用他人注册商标描述产品。如：XX品牌香奈儿风格珍珠耳环。

3.7商品标题和描述中不得有不科学的表示功效的断言或者保证；不得有与同类产品功效、性能进行比较的言论或画面、形象；不得使用专家、医生、患者、未成年人或医疗科研、学术机构、医疗单位的名义进行广告宣传；不得运用数字或图表宣传治疗效果；不得宣传不使用卖家的产品可能导致或加重某种疾病的语言、文字、画面；不得出现可能使人得出使用卖家的产品可以使疾病迅速治愈、身体迅速康复的印象或结论的语言、文字、画面、形象。不得含有医疗术语、明示或者暗示医疗作用和效果的用语、虚假/夸大/绝对化的词语、医学名人的姓名等国家相关法规明确规定禁止使用的词。

3.8商品广告语要求语言精练、语意明确、有营销理念，禁止出现歧义、虚假信息、夸大商品功能或表述不清等情形。

3.9特殊品类说明

3.9.1化妆品类商品标题应于化妆品注册或者备案资料、化妆品标签等内容一致。

3.9.2保健用品类商品标题应保证所填各属性内容客观、真实并且与产品注册或备案证明所再信息一致。

# 四、主图发布基本要求

## 4.1主图要求

4.1.1商家应根据系统提示和要求上传商品的主图，主图为640×640像素的正方形图片，大小尺寸不超过1M，分辨率达到72dpi，图片支持jpg、png等格式。图片背景无特殊要求，但一定要能突出产品主体。

4.1.2图片要求清晰美观，不失真，不能有大面积黑色投影或大区域反射环境物，保证亮度充足，真实还原商品色彩，不得出现拉伸变形压缩等非等比例缩放的情况。

4.1.3不得出现水印、拼接；不得包含促销、描述等文字说明；图片中不应该包含日期、文字或其它网站名、品牌LOGO等信息，不得使用可能引起他人不适的图片或文字。

4.1.4首图中呈现商品个数与销售最小单位保持一致，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。

4.1.5主图中呈现商品个数与销售最小单位保持一致。主图片展示商品型号、颜色要与商品标题一致。

4.1.6除有特殊要求的品类商品，其余商品主图图片均应符合以上标准。

4.1.7说明

场景图：场景图是指将商品主体放置于特定场景中，此场景一定要与商品属性相符合，且必须突出商品主体。

LOGO：拥有商品商标使用权的商家可将品牌LOGO放置于主图的左上角，并左上对齐边框。

# 五、商品主图展示要求

## 5.1服饰规范描述

5.1.1第一张主图必须为商品主体正面实物图或模特展示的实物图，其余辅图需包含侧面、背面、平铺及细节或是商品不同颜色规格的图片等，顺序不强制要求。

5.1.2 每件商品需要提供1张主图图片，3-5张辅图图片。

5.1.3 主图中呈现商品个数与销售最小单位保持一致，如所售商品为情侣款、亲子款等单个的商品名称需明确标明所售商品为情侣款、男款、女款或童款。

## 5.2配饰规范描述

### 5.2.1眼镜

（1）主图以单品图展示的：第一张主图要求商品主体为向左倾斜45度展示（除夹片类商品），且商品必须完整露出展示，即必须完整露出镜腿；建议第二张主图正面展示；第三张主图平放展示；第四张主图侧面展示；第五张主图展示所有配件集合。

（2）图片以模特展示的：模特要求露出肩部以上完整头部（包含头发、头部配饰等），不可面部局部展示，建议模特面部向左倾斜45度，头顶距离图片顶部不超过10像素；建议第二张主图眼镜正面展示；第三张主图平放展示；第四张主图侧面展示；第五张主图展示所有配件集合。

### 5.2.2镜片

第一张主图要求以镜片或镜片外包装展示（单张包装平面平铺展示，不可多张叠加，不可倾斜角度）；建议第二张主图镜片参数细节；第三张主图镜片场景图片；第四张主图镜片细节；第五张主图镜片内包装细节展示。

### 5.2.3围巾

第一张主图模特或单品展示，背景颜色与围巾颜色呼应，能突出商品主体即可。模特图要求半身展示，模特头部必须完整露出。建议第二张主图模特图或场景展示图；第三张主图展示围巾整体图案；第四张主图展示围巾细节；第五张主图展示围巾材质细节。

### 5.2.4帽子

第一张主图模特或单品展示，背景颜色与帽子颜色呼应，能突出商品主体即可。模特图要求半身展示，截至腰部。模特头部必须完整露出，距离图片顶部不超过10像素。建议第二张主图模特图或场景展示图；第三张主图展示帽子整体图案；第四张主图展示帽子细节；第五张主图展示帽子材质细节。

### 5.2.5皮带

主图要求单品图展示，第一张主图要求皮带盘好竖起，皮带扣左前成45°。建议第二张主图盘2-3圈，平放，皮带尾翘起；第三张主图皮带扣起，单圈，平放；第四张主图皮带头，细节展示；第五张主图皮带，材质细节展示。

## 5.3内衣规范描述

内衣所有商品（睡衣、家居服除外）第一张图必须为商品单品图或模特展示的实物图，背景无特殊要求，能凸显产品主体即可。睡衣家居服采用白底主图拍摄，或使用浅色家居场景拍摄。

### 5.3.1文胸

（1）有模特展示，完整展示模特上半身，不可有任意部位被切割。

（2）无模特展示，采用正面3D效果呈现。

（3）文胸套装

必须使用模特图，下方截止到大腿部位，不可切除头部及其他身体各部位。

### 5.3.2美腿袜、连体袜/丝袜、打底裤袜

采用站姿拍摄，单条装产品不可出现多个模特。

### 5.3.3塑身美体

图片不可切割身体，尤其是头部，保证完整展示产品。

### 5.3.4内裤

（1）单只：若使用模特展示，需展示腿以上完整部分；或只展示腹部一下，膝盖以上部分。

（2）盒装：呈右上向左下45°角度倾斜展示，盛放货品的包装盒皆不可切割，盒盖可切割。

### 5.3.5袜子

（1）单只：采用正面摆拍（卡袜）或脚模拍摄；多条装的商品可体现出该SKU下商品的实际颜色和数量；

（2）盒装：呈右向左下45°角度倾斜展示，盛放货品的包装盒皆不可切割，盒盖可切割；

（3）非盒装多双装：采用罗列方式，呈右上向左下45°角度倾斜展示。

### 5.3.6秋衣秋裤保暖衣

采用半身拍摄或全身拍摄，均不可切割头部。

### 5.3.7睡衣家居服

采用白色主图拍摄，或使用浅色家居场景拍摄，不可切割模特膝盖以上部分，尤其是头部。若采用模特图、站姿坐姿均可。

## 5.4鞋类规范描述

### 5.4.1鞋靴、童装童鞋、运动鞋包分类下的鞋类商品主图展示要求

第一张主图必须为单品实物图，背景无特殊要求，可凸显产品主体即可，鞋头水平向左45°展示，第二张主图开始不强制角度展示。

### 5.4.2运动鞋包分类下的鞋类商品主图展示要求

第一张主图必须为单品实物图，鞋头向左正侧水平展示，第二张主图开始不强制要求角度展示。

### 5.4.3鞋靴、运动鞋包、童装童鞋分类下的鞋类商品

每件商品（SKU）需要提供每件商品需要提供1张商品主图图片以及3-5张不同角度展示细节的商品辅图图片，禁止重复。

### 5.4.4凉鞋

凉鞋必须使用透明鞋撑展示，为保证图片美观可用PS将鞋撑去掉。如使用非透明鞋撑则必须在处理图片时去掉鞋撑。

### 5.4.5人字拖

人字拖主图第一张要求2只鞋平铺垂直展示，第二张主图开始不做强制要求。

### 5.4.6鞋类商品主图

鞋类商品主图第一张展示单只，第二张开始不强制单只展示。如所售商品为情侣款、亲子款等单个SKU的商品名称需明确表明所售商品为情侣款、男款、女款或童款。主图片展示商品的型号、颜色要与商品标题一致。

### 5.4.7鞋靴类目下商品主图

鞋靴类目下商品主图必须添加LOGO，LOGO必须与商标注册证上一致，运动户外分类下的商品及自营商品不可添加。

## 5.5运动户外规范描述

5.5.1第一张主图必须为商品主体正面图。

5.5.2每件商品需要提供1张商品主图图片以及3-5张不同角度展示细节的商品辅图图片。

5.5.3健身训练类目根据发展需要授权优质商家添加服务标识。

## 5.6孕妇服/防辐射服用品规范描述

5.6.1第一张主图必须为商品模特展示正面图。

5.6.2每件商品需要提供1张商品主图图片以及3-5张不同角度展示细节的商品辅图图片，图片排放顺序，细节包含但不局限于一下内容，卖家可根据商品本身的卖家和优势进行细节展示：

第一张：正面全貌图

第二张：侧面全貌图

第三张：背面全貌图

第四张：细节图（款式细节：设计特别的要素，如领口、袖口、裙摆、褶皱、腰带等；做工细节：走线、内衬拷边、里料等；面料细节：微距拍摄面料、颜色、面料纹路、面料花纹等；辅料细节：拉链、纽扣、铆钉、蕾丝等）

## 5.7玩具乐器规范描述

5.7.1玩具类商品主图展示要求：第一张主图必须为商品主体正面或水平向左30度展示的实物图，第二张主图开始不强制展示角度。

5.7.2乐器类商品主图展示要求：第一张主图必须为商品主体正面或产品完整展示的实物图，第二张主图开始不强制要求展示角度。

5.7.3每件商品需要提供1张商品主图图片以及3-5张不同角度展示细节的商品辅图图片，图片排放顺序，细节包含但不局限于于一下内容，卖家可根据商品本身的卖点和优势进行细节展示。

## 5.8家纺规范描述

5.8.1第一张主图所展示商品必须为商品主体正面全貌实物图，其余图片展示细节即可，顺序不作要求（可展示商品实拍实景图，用以衬托商品尺寸大小）。

5.8.2每件商品需要提供1张商品主图图片以及3-5张不同角度展示细节的商品辅图图片。

5.8.3主图中呈现商品个数与销售最小单位保持一致（毛巾、毯子、窗帘、布艺软饰类目除外）。主图片展示商品型号、颜色要与商品标题一致。

## 5.9家具规范描述

5.9.1第一张主图所展示商品必须为商品主体正面实物图，（可展示商品实拍实景图，用以衬托商品尺寸大小）。

5.9.2每件商品需要提供1张商品主图图片以及3-5张不同角度展示细节的商品辅图图片。主图可按照第一张正面全貌图，第二张侧面/反面全貌图，后几张细节图的顺序发布。

## 5.10家装建材规范描述

5.10.1第一张主图所展示商品必须为商品主体正面实物图（可展示商品实拍实景图）。电工电料类目中，所有商品主图可以使用白底和场景图。五金工具中，家用五金类目可以使用白底和场景图，但是不能使用其它背景图。锁具第一张主图必须为白底图片，其它图片可以使用白底和场景图。

5.10.2每件商品需要提供不少于5张（含本数）不同角度展示细节的商品主图图片，主图可按照第一张正面全貌图，第二张侧面/反面全貌图，后几张细节图的顺序发布。

5.10.3拥有商品商标使用权的卖家可将品牌LOGO放置于主图左上角指定区域。

## 5.11居家用品规范描述

5.11.1第一张主图所展示商品必须为商品主体正面实物图。

5.11.2每件商品需要提供3-5张（含本数）不同角度展示细节的商品主图图片。

## 5.12宠物用品规范描述

5.12.1首图必须为商品主体正面实物图，背景无特殊要求，能突出产品主体即可。

5.12.2每件商品需要提供3-5张（含本数）不同角度展示细节的商品主图图片。

## 5.13珠宝首饰规范描述

5.13.1第一张主图必须为商品主体正面图，可使用衬托物，但衬托物占比不得大于商品，第二张主图开始不强制要求背景及展示角度。

5.13.2每件商品需要提供3-5张上（含本数）不同角度展示细节的商品主图图片。

5.13.3拥有商品商标使用权的卖家可将品牌LOGO放置于主图左上角指定区域。

## 5.14手机通讯行业规范描述

5.14.1每件商品需要提供不少于5张不同角度展示细节的商品主图图片。

5.14.2主图中呈现商品个数与销售最小单位保持一致，如所售商品为套装、多件装等单个SKU的商品名称需明确表明所售商品为套装、X件装或其它。主图图片展示商品的型号、颜色要与商品标题一致。

## 5.15普通食品规范描述

5.15.1 第一张主图图片必须为食品实物图，除商品外不得出现与商品无关的其他主体（人物等），为方便拍摄而放置商品的托盘等除外。

（1）茶、水产肉类/生鲜果蔬/熟食、传统滋补营养品类商品第二张图片为清晰可放大的食品标签实物图，能清晰展示配料表、生产许可证编号、执行标准、贮存条件、营养成分等，如果不能完全展示，则在第三或第四张主图中展示。另新鲜水果的主图右上方高度约为图片的十分之一处需增加单果规格（单果定义除香蕉可以以串、把来计算外，其余水果均以最小颗粒单位进行描述，如颗、个、只等）的说明框。

（2）零食/坚果/特产、粮油调味/速食/干货/烘焙、酒类、咖啡/麦片/冲饮、奶粉/辅食/营养品/零食、孕妇装/孕产妇用品/营养类商品第二张图为清晰平整可放大的食品标签图，能清晰展示配料表、营养成分表（如有）、食品生产许可证编号、执行标准、贮存条件等，如果不能完全展示、则在第三张主图中展示（可使用设计图等，但必须和食品实际包装内容一致；配料表、营养成分表必须文字/数字清晰可识别，无任何遮挡修改）。

### 5.16保健用品规范描述

5.16.1第一张主图展示商品包装正面实物图，若无包装，则在本图中展示商品实物图，且同时展示销售包装品牌名与商品名，第二张主图需展示包装内商品实物图，若无包装，应于第一张图有区别，第三张图展示标签信息，能够清晰的看到展示的生产商等信息，消毒产品（消字号产品）需同时展示消毒产品生产企业卫生许可证号。若单张图无法展示完整的，可进行拼接。如果商品有说明书的，在第四张图片展示商品说明书。

## 六、商品详情页基本要求

6.1商家应在商品描述中对商品进行拓展介绍，商品详情页信息应充分、完整、真实展示商品的必要信息。

6.2详情页信息不得出现与发布商品不符的分类、品类词。

6.3详情页图片为商品实拍照片，可以是产品的外包装图、内容物图等图片。

6.4详情页描述应真实、准确，不得以虚假、夸大、使消费者误解或欺骗性的文字、图形等介绍商品，也不得利用字号大小或色差误导消费者。不应直接或以暗示性的语言、图形、符号，误导消费者将商品某一性质与另一产品混淆。

## 七、商品详情页特殊要求

## 7.1普通食品

7.1.1临近保质期食品，商品详情页的最上方清晰明显地展示“临期商品”等相关字样，或展示【“X年X月到期”或“保质期到X年X月”】字样。

7.1.2属于传统滋补营养类目下的商品，需要在商品详情页中商品资质一栏中展示相应的资质。例：原产地认证商品，必须展示原产地认证证书；国内商品，必须展示商品近一年内的第三方检测报告；野山参等产品，必须展示权威机构鉴定的“身份证”信息等。

7.1.3预包装食品标签应标明：

（1）名称、规格、净含量、生产日期；

（2）成分或配料表；

（3）生产者的名称、地址、联系方式；

（4）保质期（乙醇含量10%以上的饮料、酒，食醋、食用盐、固态糖类，可以免除标注保质期）；

（5）产品标准代号或执行标准（进口食品可免）；

（6）贮存条件；

（7）所使用的添加剂在国家标准中的通用名称；

（8）生产许可证编号（进口食品可免）；

（9）营养标签（《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》豁免的商品除外）；

（10）法律、法规及食品安全标准规定必须标明的其他事项。

专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品，其标签还应当标明主要营养成分及其含量，且符合《食品营养标签管理规范》。

食品和食品添加剂的标签、说明书，不得含有虚假、夸大的内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。

驼奶（乳）粉类商品，驼奶（乳）需在其配料表中排在第一位。

## 7.2保健用品

7.2.1详情描述中必须包含一张能清晰且真实展现商品品牌的实物图片。

7.2.2详情描述中必须包含一张能清晰且真实展现商品内包装或内容物的实物图片。

7.2.3商品详情页页面不得违规宣传与商品无关内容。

7.2.4详情页展示信息应当画面清晰，容易辨识。备案 凭证的编号还应当以文本形式展示。相关信息发生变更的，应当及时更新展示内容。

7.2.5产品生产日期及保质期的要求：保质期剩余时长必须不低于保质期1/10的时长。

## 7.3化妆品类

7.3.1商家应当在商品详情页面全面、真实、准确披露与化妆品注册或者备案资料一致的化妆品标签等信息：

（1）化妆品的最小销售单元应当有中文标签，标签内容应当与化妆品注册或者备案资料中产品标签样稿一致；

（2）儿童化妆品应当在销售包装展示面标注国家药品监督管理局规定的儿童化妆品标志；

（3）进口化妆品可以直接使用中文标签，也可以加贴中文标签；加贴中文标签的，中文标签内容应当与原标签内容一致；

（4）经营的产品组合装、赠品等属于或者涵盖化妆品的，应展示化妆品标签等信息（组合装应分别展示产品标签图片）。

7.3.2商家展示的化妆品标签信息应包含以下全部内容：

（1）产品名称、特殊化妆品注册证编号；

（2）注册人、备案人、受托生产企业的名称、地址；

（3）化妆品生产许可证编号；

（4）产品执行的标准编号；

（5）全成分；

（6）净含量；

（7）使用期限、使用方法以及必要的安全警示；

（8）法律、行政法规和强制性国家标准规定应当标注的其他内容。

## 7.4个人洗护/家庭清洁用品、洗护类

7.4.1若产品有说明书，需要在详情页面展示产品说明书，餐具洗涤剂产品需展示餐具洗涤剂产品生产许可证号，消毒产品（抗（抑）菌制剂、消毒剂）需展示消毒产品生产企业卫生许可证号。

# 八、附则

8.1本规则的解释权归星火云购所有。

8.2本规则如有变更，平台有权在其网站上公告，不在另行通知。