共同購買網路平台社員專區

目的：

 為吸引協會所屬社員登錄共購平台以達規模經濟之綜效。

說明：

1. 上架資格認定：
2. 儲互社之社員本身商品。
3. 儲互社之往來廠商商品。
4. 經協會認定之專案商品。
5. 上架流程：
6. 儲互社之社員本身商品：

社員商品→經所屬儲互社推薦→協會同意→上架

1. 儲互社之往來廠商商品：

廠商商品→經所屬儲互社推薦→協會同意→上架

(備註：若廠商商品有兩家(含以上)儲互社推薦，則依照送件協會之時間為準)

1. 經協會認定之專案商品：

專案商品→上架

1. 上架費用：免費
2. 茲附上上架推薦表、上架合約書

附件

共購平台社員專區引薦商品申請單

 一、推薦商品基本資料

|  |  |
| --- | --- |
| 姓名/公司 |  |
| 聯絡方式 | 地址 |  | 公司統編 | □ 有□ 無 |
| 電話 | (公)：(宅)：(行動)： |
| 商品概述 |  |

二、推薦人

|  |  |
| --- | --- |
| 儲互社名稱 |  |
| 推薦理由概述 |  |

附件

共同購買網路平台社員專區上架合約書

立約人： 仕誠整合行銷有限公司 (以下簡稱甲方)

 立約人： (以下簡稱乙方)

甲方建置「中華民國儲蓄互助協會共同購買網站平台社員專區」(網址：<https://www.culroc.com.tw/collections/>社員專區)，提供網路平台服務; 乙方提供各種商品以供銷售。甲方處理乙方商品上架操作、商品上架初步審核與提供乙方在操作電商平台所需的相關協助。茲雙方為進行線上商品訂購服務之合作，協議訂立下列合作條款，以資共同遵守:

茲甲、乙雙方同意簽訂此合約書(以下稱「本合約」)，並經協商共同約定合作條款如下，以資信守：

1. 合約標的：甲方提供乙方於「中華民國儲蓄互助協會共同購買網站平台社員專區」(以下稱「本平台」)進行銷售。為配合本平台金物流控管之需求， 與甲方簽訂本約後，需使用甲方提供金流服務與第三方支付系統 。
2. 合約時效為一年。

期間：自 年 月 日起至 年 月 日止；期滿30日前，可申請續約，並須重新簽署續約合約。

1. 管理費用：

商品應經中華民國儲蓄互助協會審核通過，上架管理費免費。

1. 商品販售與上架：
2. 乙方同意遵守中華民國相關法令規範與附件A商品販售政策，甲方且應依法開立相關收據、銷售憑證或發票，乙方應注意商品販售政策所列禁止上架商品範圍，及乙方所屬國家當地法規，避免銷售與上架違反當地法規之商品。甲方保留調整本平台銷售商品之權利，若有違反相關規範，必要時甲方可終止本合約。
3. 乙方應告知甲方欲上架之商品相關資訊，含商品名稱、規格、價格等必要資訊與預估商品數量(乙方需確認是否備有足夠庫存)，初步審核後，經甲方核可後方得上架。
4. 乙方於本平台上架商品所使用的商標、商品照、圖片，應自行拍攝、創作或取得合法授權，並應符合附件B商品照規範，並同意無償授權甲方。使用前開商標、圖文作為甲方廣告行銷使用。如商品照違反前開規範，經甲方提醒而拒絕修改之乙方，甲方得不經預告強制下架該違反商品。
5. 乙方在銷售前須準備附件C上架前置作業，與其他相關內容包含：商品選擇、銷售網頁連結、銷售推廣頁面、銷售 Banner、銷售素材提供、版面位置等等或其他甲乙雙方約定內容。
6. 乙方應確保商品標示及說明屬實，確保上架販賣的商品頁中，所有商品敘述等皆符合商品真實情況，包含但不限於商品成分、商品產地，如有相關文件證明乙方需提供甲方備查。
7. 乙方應於頁面公告或於商品敘述中，充分揭示是否負擔商品瑕疵擔保、換貨、保固維修之責任及費用負擔等事項。
8. 若屬客製化商品、個人衛生商品、已拆封之特殊屬性商品等適用「通訊交易解除權合理例外情事適用準則」之商品，乙方須於商品頁面註明商品之退換貨詳細資訊及注意事項。
9. 乙方需保證其於本平台銷售之商品、標示、商品內容等，符合民法、消費者保護法、公平交易法、商品標示法、商品檢驗法及其他符合中華民國相關法令規範，必要時甲方得要求乙方檢附商品相關登記文件、政府許可、核准文件予甲方建檔存查。如有違反導致消費者或任何第三人請求損害賠償時，違反之一方應自行負責，與他方無涉。如因此而造成他方任何損害或費用支出(包括但不限於訴訟費用、律師費用等)，違反之一方應負損害賠償責任。
10. 訂單管理及貨款給付：
11. 消費者得於尚未付款前隨時取消訂單，但乙方與消費者另有客製化商品協議者，從其協議。
12. 消費者使用超商取貨付款服務之訂單，視同已完成訂購及付款，若消費者棄單，則乙方須自行處理並吸收相關費用。
13. 同一位消費者若有遲未付款或是惡意棄單訂單情形，乙方得回報相關訊息予甲方，以作為平台維運紀錄與會員帳號管理等相關因應措施。
14. 乙方於該月出貨後(以出貨月份為準)確認無虞後，甲方得於次月20日前給予乙方貨款明細確認後，並於次月25日給予乙方貨款。
15. 商品出貨、退換貨與運費：
16. 除客製化商品或另有約定外，乙方應於接獲訂單之次日起7日內到貨，運費費用由乙方自行管理訂定。如乙方依照消費者需求客製化商品，在商品出貨前應與消費者確認商品無誤後再將商品寄出。
17. 乙方應遵守並按照自行填寫之退款換貨須知、商品頁所標示之出貨天數，或以留言版、電子信箱等方式記錄承諾消費者之出貨日期按時出貨。
18. 若乙方因遇有特殊狀況無法如期出貨，應告知消費者並以留言版、電子信箱等方式記錄取得消費者之同意，始得延期出貨或取消訂單。
19. 乙方將消費者訂購之商品出貨後，需於「管理平台系統」勾選告知消費者商品已出貨。若未配合以系統告知消費者，得視同乙方未完成出貨。
20. 乙方應於出貨時一併提供物流廠商、寄件追蹤編號，供消費者查詢商品配送狀態，甲方不負商品追蹤責任。如出貨時未提供物流追蹤編號，消費者因此無法確認訂單出貨狀態、反應未收到商品或有商品遺失等情形，乙方應配合甲方要求申請相關證明並自行處理相關消費爭議，同時該筆訂單將不受7天退貨時間限制。
21. 乙方應遵守運費設定，不得向消費者收取運費後，再以貨到付運費方式寄送商品。
22. 後續商品退換貨需求和使用諮詢等業務應由乙方處理，並於處理完畢後14日內回報處理進度和結果。
23. 根據〈消費者保護法〉規定，消費者享有商品貨到後7天猶豫期(含例假日)的權益 (收到商品後隔天起算為第1天，含：如收件地址有管理員代收，則以管理員簽收的隔日起算) ，欲退購者，須確保商品是全新狀態且還原完整包裝，消費者須於7日內登入帳戶後進行退換貨及退款處理，逾期不受理退貨退款。
24. 若退貨退款條件成立，乙方需自行負擔商品退回運費，並退還購買商品之費用予消費者。
25. 其他若因商品特性（如依消費者要求所為之客製化商品、個人衛生商品、已拆封之特殊屬性商品等適用「通訊交易解除權合理例外情事適用準則」之商品）產生之退換貨糾紛，由乙方自行協調處理並與自行消費者協調運費負擔方式，並於處理完畢後14日內回報甲方進行相關內容紀錄。如乙方怠於為消費者解約退貨或未回報者，則記警告1點，情節重大者甲方保有終止本合約權利。
26. 消費者權益：

關於出貨期限，除無需交付商品之情形外，乙方同意，自接獲訂單之次日起 7日內，將消費者所訂購的商品，依約定方式交付寄送，並於交寄當日將物流業者及其所提供的出貨單號回覆甲方。除事先已告知或保留者外，不得拒絕交付訂購商品。

1. 乙方應保留交付運送及出貨單據等憑證原本至少1年；甲方得於必要時、或依消費者之要求，隨時向乙方查詢出貨情形、並要求乙方提供出貨單據，乙方應於3日內回覆及提供。
2. 乙方應隨時注意、並保持適當數量之上架商品之庫存(除依消費者要求所為之客製化商品外)，以供線上訂購。如乙方發現上架商品有短缺之虞、或恐無法繼續如期出貨時，應於24小時內線上設定暫停接受訂購，乙方線上設定暫停接受訂購前，甲方網站系統已接受之所有線上訂購，已方仍負有出貨之義務。
3. 乙方違反本條約定時，如甲方因此而受有財產上或非財產上之損害或支出費用，包括且不限於訴訟費、罰金、罰鍰、賠償金或和解金、及合理之律師費等，乙方應負賠償及償還之責任。
4. 如消費者向本平台提出申訴，乙方應依本平台之通知，即時出面負責為適當之處理至爭議解決時止，但本平台所為之處置，不得解釋為乙方因此而減免其對消費者及本平台依法及依約所應負之義務。
5. 甲方僅提供本平台上架服務及網站管理；乙方與消費者因交易行為產生之金物流問題，應由乙方自行處理，並於14天內回報予甲方進行相關內容記錄。情節重大則甲方保有終止本合約權利。
6. 違規管理及懲處辦法：
7. 乙方應遵守本合約相關規範，包含完成出貨、消費爭議處理等事宜，若乙方違反規範規定，甲方將記錄違規事實，並將以email通知違規警告。乙方對於警告如有異議，應於接獲通知後3日內向甲方提出，逾期未提出異議者，視為接受此次警告記錄。
8. 如有違反經甲方警告後，仍未妥善處理者且依甲方評估為情節重大者，甲方得以終止本合約。
9. 中華民國儲蓄互助協會如發現乙方有違反本合約相關規範，亦得將違規事實通知甲方請乙方限期改善，如違規情節重大者，逕由甲方下架違規商品。
10. 合約終止：
11. 本合約有效期間內，如合約之一方因故未能持續提供服務正常運作，如乙方有聲請或被聲請重整、宣告破產、停業歇業、解散清算或發生債信不良而有無法履約/清償債務之虞之情形時，或因乙方商品本身性質具特殊性、季節性、週期性、易腐性而無法長期提供商品穩定之產量，如為農林畜產或手工製作產品時，方得終止本契約〈但甲方因不可抗拒之外力因素，如天災、電力公司暫停供電、電信網絡暫停服務、或網路主機系統更新等因素，導致暫時性未能提供服務之情況不在此限）或有其他違約情事經未違約之一方限期催告仍未改善者，未違約之一方得逕以書面通知違約方以終止本合約。
12. 本契約之終止或解除，甲方將下架乙方全部商品，而終止前之尚未完成出貨之訂單，乙方須於7日內出貨或一一通知消費者訂單取消等相關聯繫事項，倘若乙方與消費者尚有消費糾紛，乙方須自行處理至爭議結束為止。
13. 商標及企業識別標誌之使用：

除為銷售之目的而使用於本平台之商標或圖片使用外，本合約並未授權亦無默示許可任一方得使用他方之商標或企業識別標誌。雙方同意於合約期間，如需使用他方之公司名稱、及任何義務形式掛名、商標及 LOGO（代表圖樣）以表彰雙方合作之事實時，應事先取得他方書面同意，且應依他方規定之標準規格、使用商標字樣及授權範圍、期間內使用之。有上開授權情事時，於本合約終止時，被授權者亦應回復未授權前之狀態，並將一切有關他方之標誌等圖樣、文件切結銷毀之或交還他方，不再使用。

1. 保密義務：
2. 甲乙雙方同意如因本合作進行接觸而知悉、持有或可得知悉他方之營業秘密，包括但不限於本合約書內容、使用者名單、電腦軟體原始碼、資料庫設計、網頁架構、系統規劃設計資料、其他技術資料、或任何標示有機密或類似字樣之文件，雙方互負保密義務，且非經他方書面同意， 或依政府法令、法院命令必須揭露者（惟仍須提前以書面通知他方），不得以任何形式洩漏或交付予任何第三人。甲乙雙方亦應擔保其所屬員工將履行此保密約定，甲乙雙方所屬員工如有違反本條保密義務，視為該方之違約，應對他方負擔損害賠償責任。
3. 前項保密義務不因本合約無效、解除、終止、不成立、或屆滿而失其效力，永久有效。
4. 雙方因本合約所提供予他方之業務資料及其他一切文件，雙方除應負保密責任外，且不得洩露或運用於與本合約書無關之工作，否則視為洩密方違約，違約之一方應賠償他方因此所生之一切損害。
5. 乙方應遵循電腦處理個人資料保護法之規定，除為完成銷售之寄送服務外，乙方不應使用甲方之會員資料於其他用途，如因乙方違反規定而遭第三人求償或追訴，乙方應自負全責；如因而造成甲方之損害或費用支出(包括但不限訴訟費用、律師費用等)，乙方應賠償之。
6. 其他規定：
7. 本合約所使用之金額相關貨幣均為新臺幣。
8. 本合約所訂定之日期除特別註明為工作天外其餘都視為日曆天，即包含週六、日及國定例假日。
9. 甲、乙雙方銷售合作期間，甲方可依實際銷售情況保留商品更換、下架等彈性調整權利，惟調整前應提前7日向乙方告知原委、始末。
10. 甲、乙任一方未取得他方事前之書面同意，不得將本合約之權利義務轉讓予任何第三人。
11. 本合約規定事項，雙方應確實遵守，非經雙方書面同意，不得為任何修改或變更。
12. 本協議書一式兩份，並由甲、乙雙方各執一份，自雙方簽訂日起生效，若有未盡事宜，得經由雙方共同修訂之。雙方同意依本協議書行事，若有違反之規定，未違約之一方得限期要求違約之他方改善。雙方並同意以臺灣台北地方法院為第一審管轄法院，並約定以中華民國法為準據法，無國際衝突法相關規則之適用。

立合約書人

甲方：仕誠整合行銷有限公司

統一編號：82877561

代表人：林俊成

地址：臺北市內湖區文湖街 21 巷 82 弄 14 號 6 樓 1

乙方：

統一編號：

代表人：

電話：

地址：

中 華 民 國 年 月 日

附件 A 商品販售政策

乙方於網站上刊登銷售商品時應遵守下列規定，若有疑慮甲方不將商品上架： 禁止上架商品範圍

1. 非原創、非授權販售或非十年以上老件之商品。
2. 至各地少量帶貨、批貨而來之非原創商品（沒有授權文件、或拒絕提供授權文件予甲方建檔者）。
3. 仿冒品、盜版品、可能涉及侵害他人擁有之專利、著作、商標等權利之商品。
4. 違反中華民國商標法或未經肖像著作權所有權人同意使用之創作（包含但不限於卡通虛擬人物、電影人物、名人等肖像）。
5. 使用一般市售素材（包含但不限於羊毛氈、黏土、毛線、橡皮筋等材料）， 並依照網路範例、市售教學書之程序重現（製）不具有原創性之商品。
6. 針對特定人物人身攻擊或含有歧視意涵之商品。
7. 帶有攻擊或有歧視種族、宗教、性別認同、殘疾意涵或鼓吹犯罪之商品。
8. 其他違反公共秩序、善良風俗或依法令禁止販售、廣告之商品。
9. 其他經本平台判斷認為不符商品販售政策之商品。

附件Ｂ商品照規範

1. 商品照務必裁切為 500\*500px，以符合網站版面。
2. 請勿後製加上任何文字（包含外站網址、文字說明、logo 或其他聯繫方式）
3. 商品照請勿後製加上邊框（包含於商品照上下或左右兩側加上白邊）
4. 建議以商品攝影實拍照上架，避免使用設計/掃描圖檔作為商品照上架商品
5. 請勿使用暗角效果，過度使用濾鏡或更改商品照色調以致與實品色差過大， 會影響設計館曝光機會
6. 請勿合併、拼貼組圖
7. 不符合商品照規範之商品將影響乙方曝光機會。

附件Ｃ上架前置作業

1. 乙方應提供店家基本資料之相關規範如下：
	1. 品牌名稱(中/英文)：
	2. 後台帳號名稱(英文)：
	3. 品牌簡介：100 字以內
	4. 形象照片(Brand image)：JPG 檔/尺寸 375\*180/300dpi(首頁使用)
	5. 品牌 Logo：PNG 檔/300dpi/背景透明
	6. 品牌 Banner：JPG 檔/尺寸 996\*428 /300dpi(內頁使用)
	7. 電子郵件：
	8. 品牌負責人姓名：
	9. 郵遞區號：