



上海国际酒业交易中心
消费类酒交易平台
单项会员管理办法

第一章 总则

- 1.1 为维护上海国际酒业交易中心（以下简称“本中心”）的交易秩序，维护会员及客户的合法权益，明确消费类酒交易平台单项会员的权利义务，根据《上海国际酒业交易中心交易规则》和《上海国际酒业交易中心会员管理办法》，制定本办法。
- 1.2 本中心在消费类酒交易平台设置单项会员，包括消费类酒 A 类会员（又称消费类酒发行会员）、消费类酒 B 类会员（又称消费类酒承销会员）和消费类酒 C 类会员（又称消费类酒经纪会员）。本办法中 A 类会员、B 类会员和 C 类会员指仅通过消费类酒交易平台开展发行、承销和经纪业务的 A 类、B 类和 C 类单项会员。
- 1.3 单项会员的申请程序及会籍资格期限按《上海国际酒业交易中心会员管理办法》执行，会籍到期前向本中心续缴下一年会费的，会籍自动延续。
- 1.4 会费收取标准为：A 类会员人民币 500 万元/5 年；B 类会员人民币 500 万元/5 年；C 类会员人民币 100 万元/5 年。本中心可对会费收取标准进行调整。
- 1.5 在会籍期限范围内，会员会籍不得主动退出；A 类会员会籍不能转让，B 类会员和 C 类会员的会籍可以转让，会籍转让按照《上海国际酒业交易中心会员管理办法》执行。
- 1.6 在消费类酒交易平台，A 类、B 类、C 类单项会员的权利义务与《上海国际酒业交易中心会员管理办法》有不一致处以本管理办法为准。
- 1.7 本办法是对《上海国际酒业交易中心会员管理办法》的补充。本办法未列明事项，参照《上海国际酒业交易中心会员管理办法》执行。

第二章 A 类会员

- 2.1 除《上海国际酒业交易中心会员管理办法》规定的 A 类会员权利外，还享有以下权利：
 - 2.1.1 结算货款；
 - 2.1.2 与 B 类会员共同确定酒品上市批发价、团购价；
 - 2.1.3 与 B 类会员共同确定酒品配额积分规则；
 - 2.1.4 与 B 类会员共同确定酒品上市数量。
- 2.2 除《上海国际酒业交易中心会员管理办法》规定的 A 类会员义务外，须承担以下义务：
 - 2.2.1 向本中心提供样品酒及酒品检测报告，确保发行的酒品与样品酒质量保持一致；

- 2.2.2 向本中心提供的酒品应符合国家、行业强制性标准，对提供的酒品承担瑕疵担保责任，该瑕疵担保责任不因其会籍到期而消灭；
- 2.2.3 保证酒品库存，确保酒品及时发货；
- 2.2.4 向本中心缴纳保证金（金额由本中心在酒品上市前确定），保证金用于担保酒品质量和及时发货义务，本中心有权根据会员违约情况扣收全部或部分保证金；剩余保证金于项目结束后无息返还会员；
- 2.2.5 向客户开具发票；
- 2.2.6 不得有任何损害甲方利益的活动，不得以甲方的名义设立经营服务网点；
- 2.2.7 向本中心和B类会员各自交纳销售金额5%的酒品上市服务费；该服务费直接从销售货款中扣除。

第三章 B类会员

- 3.1 除《上海国际酒业交易中心会员管理办法》规定的A类会员权利外，还享有以下权利：
 - 3.1.1 按配额积分规则获取配额积分；
 - 3.1.2 从A类会员获得销售金额5%的上市服务费（不再获得发行服务费）。
- 3.2 除《上海国际酒业交易中心会员管理办法》规定的B类会员义务外，须承担以下义务：
 - 3.2.1 开发消费类酒C类会员；
 - 3.2.2 协助A类会员选定上市酒品；
 - 3.2.3 协助A类会员制定上市酒品销售规则，包括上市数量、配额积分规则等；
 - 3.2.4 协助A类会员完成上市流程；
 - 3.2.5 协助A类会员开展市场推广活动，包括路演及酒品品鉴等；
 - 3.2.6 酒品线上销售不畅或本中心认为有必要时，客户的订单优先成交；
 - 3.2.7 向客户开具发票。
 - 3.2.8 定期完成本中心制定的工作任务（含开发一定数量的消费类酒A类会员、消费类酒C类会员以及社区酒窖等）。

第四章 C类会员

4.1 C类会员包括只开展线上业务的普通经纪会员和兼营线上和线下业务的社区酒窖经纪会员等。

4.2 除《上海国际酒业交易中心会员管理办法》规定的C类会员权利外，还享有以下权利：

4.2.1 按照上市酒品配额积分规则获得配额积分（不再有手续费收入）；

4.2.2 社区酒窖经纪会员的权利还包括接受辖区内客户委托完成客户酒品线下销售，获取相应利润。

4.3 除《上海国际酒业交易中心会员管理办法》规定的C类会员义务外，须承担以下义务：

4.3.1 开发客户，准确、客观地向客户说明消费类酒平台各项规则和制度，全面完整地向客户揭示平台购销活动的风险；

4.3.2 辖下客户在消费酒类酒平台内的购销活动视为委托C类会员的行为；

4.3.3 社区酒窖应于线下开设实体门店，门店内不得销售除本中心上市酒品之外的任何酒品；

4.3.4 酒品线上销售不畅或本中心认为有必要时，客户的订单优先成交；

4.3.5 向客户开具发票。

4.3.6 定期完成本中心制定的工作任务（含开发一定数量的客户等）

第五章 其他

5.1 本办法的解释权和修改权归本中心所有。

5.2 本办法自发布之日起施行。