ICS 35.240.60

A 10

团体标准

T/ZJWS 001—2020

|  |
| --- |
|  |

直播电子商务管理规范

Live-streaming Business management specification

|  |
| --- |
|  |
|  |

2020-11-09发布

2020-11-10实施

浙江省网商协会发布

目  次

[前言 II](#_Toc47109482)

[1　范围 1](#_Toc47109483)

[2　术语和定义 1](#_Toc47109484)

[3　基本要求 1](#_Toc47109490)

[4　平台管理要求 2](#_Toc47109491)

[5　商家管理要求 5](#_Toc47109492)

[6　主播管理要求 6](#_Toc47109493)

[7　MCN机构管理要求 8](#_Toc47109494)

[8　自律协同 8](#_Toc47109495)

[参考文献 9](#_Toc47109496)

前  言

本标准按照GB/T1.1-2020 的编写规则起草。

本标准由浙江省网商协会提出并归口。

本标准起草单位：

本标准主要起草人：

直播电子商务管理规范

1. 范围

本标准规定了直播电子商务的术语和定义、基本要求，平台、商家、主播、MCN机构的管理规范，以及自律协同机制等内容。

本标准适用于通过网络交易、内容、社交等互联网信息网络，提供或者利用直播技术，从事销售商品或者提供服务等经营活动的自然人、法人或者其他组织。

1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

2.1 直播电子商务

利用即时视频、音频通信技术同步对商品或者服务进行介绍、展示、说明、推销，并与消费者进行沟通互动，以达成交易为目的商业活动。

2.2 平台

在直播电商活动中提供直播技术服务的网络交易、内容、社交等平台。

2.3 商家

在直播电商活动中销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

2.4 主播

在直播电商活动中，直接与消费者互动交流，向消费者提供商品或者服务信息，促成商品或者服务销售的人员。

2.5 MCN机构

在直播电商活动中，培育主播并为其开展直播电商活动提供服务的专门机构。

1. 基本要求
   1. 直播相关方应遵守国家法律法规规定，不得发布国家明令禁止和限制发布的商品和服务信息，并对直播过程进行规范审查，完善生态治理。
   2. 平台应建立健全与电子商务业务发展相匹配的资质规范、商品或者服务推广内容规范与审查监控，以及消费保障与规范等制度，加强和完善推广内容生态治理。
   3. 商家应依法履行电子商务经营者的义务与责任，遵守法律规范和平台入驻规则、直播商品规范、行为规范，依法履行交易承诺和七天无理由退货等消费者保障义务。
   4. 主播应遵守法律规范和平台规则要求的入驻规则，进行实人认证，合理设置直播场景，依法规范自身的直播行为。
   5. MCN机构应与平台积极合作，按照合作协议与平台规则，对合作主播的内容发布情况进行规范建设、内容审核以及违规行为处置。
   6. 平台、商家应自觉接受社会监督，健全消费者咨询和投诉举报渠道，及时处理消费者咨询与投诉举报。
   7. 商家、主播在直播电子商务活动中应依法满足消费者的知情权。
2. 平台管理要求
   1. 平台资质管理
      1. 基础资质

平台应遵守《电信管理条例》《电信业务经营许可管理办法》，按照《电信业务分类目录》中第二类增值电信业务中的“B21 在线数据处理与交易处理业务”和“B25 信息服务业务”，申请并获取《增值电信业务经营许可证》。

* + 1. 特殊资质

平台应遵守《电子商务法》《互联网药品信息服务管理办法》《医疗器械网络销售监督管理办法》等电子商务及其他相关领域的法律要求，根据实际开展的业务范围，获取相应资质。包括但不限于：

（1）互联网食品销售许可备案证。

（2）出版物网络交易平台服务经营备案证。

（3）互联网药品信息服务资格证书。

（4）医疗器械网络交易服务第三方平台备案凭证。

（5）直播中向用户提供网络表演、音视频形式的各类网络视听节目信息，平台应依法获取《网络文化经营许可证》《信息网络传播视听节目许可证》。

* 1. 商家、主播资质管理
     1. 资质审核机制建设

平台应建立直播电子商务商家和主播入驻的资质审核机制并公示。

* + 1. 商家资质审核的内容

平台应要求商家提交身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案。

* + 1. 主播资质审核的内容

平台应建立主播实人认证机制，要求主播提交身份、联系方式等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案。

* + 1. 亮证亮照

平台应当对图文、视频、音频等直播内容加注或播报平台标识信息，对电子商务资质公开明示，并依法对在平台内销售商品或者提供服务的用户提出亮照亮证要求。

* 1. 规则建设与实施
     1. 基本原则

（1）遵循公开、公平、公正的原则，建立与直播电子商务平台治理相匹配的系列服务协议、管理规则，明确平台、商家、主播等各方之间的权利和义务关系，并在平台上公示。

（2）建立健全针对商家和主播的直播电子商务规则传达、教育、培训机制。

（3）建立健全信用评价制度，公示信用评价规则。

（4）遵循分级量化的原则，建立与直播电子商务商家和主播违法违规行为相适应的平台处置措施体系和机制。

（5）对商家和主播的违法违规言行依照法律规范和平台规则及时处置。

* + 1. 规则建设

4.3.2.1 商品治理规范

平台应建立完善的商品治理规范，包括但不限于：

（1）营销管理规范，规范商品营销手段的合法性，不得虚假、夸大宣传等行为；

（2）商品信息发布规范，规范商品品质描述不当和虚假宣传等行为；

（3）特殊行业管理规范，及时监控、审核特殊行业商品的准入资质是否合规；

（4）禁限售商品目录及治理规范，规范商家、主播发布禁限售商品信息的行为；

（5）知识产权治理规范，支持权利人对侵权行为进行投诉，并及时进行处理；

（6）虚假交易行为规范，严格规范处理流程，对虚假交易行为及时处理；

（7）不当获取使用信息治理规范，规范商家、主播使用消费者或者平台内信息的行为；

（8）扰乱平台市场秩序治理规范，规范商家、主播逃避平台规则管理的行为；

（9）消费评价规范，规范消费者对商品消息进行评价的行为；

（10）争议处理规范，规范商家与消费者的争议处理流程，保障消费者权益；

（11）商家、主播退出机制等。

4.3.2.2 内容合规规范

平台应加强直播内容生态治理，培育积极健康、向上向善的网络文化，建立健全对商家、主播言论的规范化管理，包括但不限于：

（1）建立直播内容生态治理机制，制定直播内容生态治理规则，健全用户注册和账号管理、直播内容分类分级、信息安全管理、直播内容审核管理、值班巡查、应急处置、技术保障等制度；

（2）配备与直播业务范围和服务规模相适应的专业人员；

（3）建立适应直播内容管理需要的技术监管措施；

（4）建立商品和服务信息保存制度，记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息、直播的内容及日志信息，保存时间不少于60日；

（5）建立问题上报机制，对不合规的内容及时向有关部门报告。

* + 1. 规则实施

4.3.3.1 直播监控

（1）平台应通过后台监控、人员巡查等方式对直播间进行监控，及时清理违规内容，处理违规主播。

（2）平台应设置用户举报通道，确保用户举报通道畅通，并且对接到的举报及时进行处理。

4.3.3.2 处置措施

对违反各项要求的商家、主播，平台可采取的处置措施，包括但不限于：

（1）通知改正；

（2）屏蔽、下架或者删除违规商品、内容；

（3）限制商家发布商品或者内容、限制主播发布内容；

（4）无限期关停直播；

（5）扣除保证金；

（6）清退商家、注销主播账户；

（7）报送相关主管部门、执法部门；

（8）移送司法机关。

* 1. 消费保障与管理
     1. 交易保障

4.4.1.1 交易履约

平台应加强对直播电商活动中商家、主播承诺的管理，要求商家与主播之间明确相关权利义务，对主播在直播期间做出的承诺，分清兑现义务承担主体。

4.4.1.2 退换货服务

平台应具备退换货服务承接团队和技术，依法规范商家履行七天无理由退货义务，保障消费者合理的退换货和退款等诉求。

4.4.1.3 消费评价

平台应建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对商家服务及其商品进行评价的便捷途径。

* + 1. 投诉举报机制

平台应建立畅通的用户举报、投诉渠道：

（1）在显著位置设置便捷的举报、投诉入口；

（2）建立多种消费者投诉渠道，包括但不限于电话投诉、在线投诉、电子邮件等；

（3）有专职人员受理消费者投诉，并解决消费者投诉的问题；

（4）接受用户对发布违禁商品或者服务、色情、低俗等严重违规行为的举报，并且实时处置；

（5）建立针对商品质量方面消费投诉的平台调解机制，通过设置保证金、账期等方式保障消费者合法权益。

* + 1. 应急机制

平台应建立突发事件应急处置机制，建立对违法违规信息及时发现与处置的能力，采取切断信号、关闭频道、停止传播、保存记录等有效举措。

* + 1. 直播消费管理

平台应基于实名注册、规则传达、弹幕管理等机制，对消费者在使用直播服务期间的言论进行规范治理，共同营造良好的直播生态。

1. 商家管理要求
   1. 商家入驻
      1. 基本原则

（1）商家应遵守《电子商务法》《食品安全法》《药品管理法》等电子商务及其他相关领域的法律要求，根据实际开展的业务范围，获取相应资质并亮证亮照。

（2）商家应向平台提供真实有效的资质证明等信息。

（3）商家在使用直播电子商务服务时，入驻资料有变动的，应及时更新并通知平台进行审核；因商家提供的资料等不实而造成任何损失的，商家应承担全部责任和损失。

* + 1. 入驻材料

商家应依法向入驻平台提供身份、地址、联系方式、营业执照、行政许可等真实信息，接受平台核验、登记并及时更新。

* 1. 直播商品

直播售卖商品应符合《消费者权益保护法》《产品质量法》《食品安全法》《药品管理法》等相关法律法规的要求。

* 1. 行为管理
     1. 信息发布

（1）不得发布法律法规禁止销售的商品或者提供的服务。

（2）不得发布未经平台准入的商品。商家发布需要准入的特殊类目的商品或服务信息时，应根据平台规则及系统设置要求提交资质材料，通过平台备案或审查。

（3）商家不得出售假货。

（4）商家不得实施对商品全部材质或成份信息的描述与买家所收商品完全不符的行为。

（5）应按照平台的信息发布规范发布有关商品和服务的信息，不得进行虚假宣传，欺骗、误导消费者等违法违规行为。

（6）商家应确保其出售的商品或服务在合理期限内可以正常使用，具备其应具备的使用性能、符合包装说明上注明采用的标准等，不存在危及人身财产安全的风险，并对其所售商品或服务质量承担相应责任。

* + 1. 其他行为

（1）商家不得违法违规利用党旗、党徽、国旗、国徽、国歌等代表党和国家形象的标识及内容。

（2）商家不得借用国家重大活动、重大纪念日和国家机关及其工作人员名义等，开展网络商业营销活动。

（3）商家发布的商品或信息不应违规使用他人商标权、著作权、专利权等权利。

（4）商家不得违法或者不当获取和使用他人或者平台信息。

（5）商家不得实施虚假交易。

（6）商家不得骚扰、侮辱其他商家。

（7）其他法律法规禁止的行为。

* 1. 消费保障
     1. 售前服务

商家应接受消费者咨询并及时予以答复，如实告知消费者产品的功能，不得刻意夸大事实。

* + 1. 交易履行

商家应按照承诺或者与消费者约定的方式、时限等向消费者交付商品或者服务，并承担商品运输中的风险和责任。

* + 1. 交易保障

商家需按要求提供消费者保障服务。当订单存在较高资金安全风险、商品合规风险或者其他需要进行交易资金保障的情况时，应当按照法律规范或者平台规则要求提供保证金等消费保障。

* + 1. 售后保障

5.4.4.1 商家应受理并满足消费者合法合理的售后服务需求，包括但不限于：

（1）接受消费者咨询并及时予以答复；

（2）处理消费者的投诉；

（3）跟踪消费者反馈问题，直至相关部门或者平台处理完毕。

5.4.4.2　依法或者依照自身承诺履行商品或者服务更换、修理义务，依法履行七天无理由退货义务。

1. 主播管理要求
   1. 入驻管理
      1. 基本原则

（1）主播应进行实人认证，向平台提供真实有效的身份证明等信息。

（2）主播在使用直播电子商务服务期间，入驻资料有变动的，应及时更新并通知平台进行审核；因主播提供的个人资料等不实而造成任何损失的，主播应承担全部责任和损失。

* + 1. 入驻材料

主播应按照平台的入驻要求，提交身份证明、联系方式等真实信息，接受平台核验、登记并及时更新。

* + 1. 入驻要求

（1）主播应按照“后台实名、前台自愿”的原则，接受平台基于身份证件、联系方式的认证登记，对其真实身份信息进行的审核。

（2）主播申请入驻平台从事直播电子商务活动，应遵守直播和电子商务业务相关法律法规。

* 1. 名称、头像与封面管理

主播设定直播账户名称、头像与直播间封面，不得出现法律法规不允许的违法、不良等信息。

* 1. 场景管理

主播不得在下列场所进行直播：

（1）涉及国家及公共安全的场所；

（2）影响社会正常生产、生活秩序的场所；

（3）平台规定不宜进行直播的其他场所。

* 1. 行为管理
     1. 基本原则

主播在进行直播时，应提供符合法律法规要求的直播内容，自觉维护直播活动秩序。

* + 1. 业务素质培养

（1）主播应加强业务学习，了解所推广商品或服务的基本信息和基础知识。

（2）主播应加强业务管理，对商品或服务来源地的真实性、质量与品质等进行初步核实。

* + 1. 推广信息管理

（1）主播在直播中应主要介绍商品的名称、种类、产地、生产者、规格、等级、主要成分、使用方法、价格及支付方式或者关于服务的内容、形式、提供者、价格及支付方式等，法律、法规、规章以及国家有关规定确定需要向消费者明示的信息。

（2）直播内容应与商品链接一致，且实时有效。

* + 1. 消费提示

主播在直播过程中应对于以下消费提示信息做必要、清晰的说明：

（1）使用中可能会危害消费者的情形；

（2）对特殊人群使用时的保护警示；

（3）安全事故处理方法；

（4）个人防护；

（5）潜在的危险说明；

（6）产品生产日期、保质期和/或有效日期、限期使用日期。

* + 1. 行为管控

主播不得违反法律法规，实施包括但不限于以下行为：

（1）发布违法、不良信息，如敏感信息、淫秽色情信息等法律规范禁止发布的信息；

（2）推广禁限售、假冒伪劣商品信息；

（3）发布不实信息，如虚假宣传商品和服务信息、虚假中奖/优惠活动信息、所推广商品或者服务信息与实际信息不一致等；

（4）实施混淆、不当使用他人权利、侮辱/比较他人等行为；

（5）侵犯他人隐私、肖像、名誉等合法权益的行为；

（6）进行虚假交易；

（7）引导用户进行线下交易。

* 1. 消费保障与管理
     1. 消费保障

主播应按照其与商家的约定或者平台规则，对在直播中向消费者做出的承诺履行相应的保障义务。

* + 1. 消费管理

主播应按照法律规范，配合平台落地直播间消费者言论规范管理。

1. MCN机构管理要求
   1. 基本要求

（1）MCN机构应取得法律法规所要求的资质。

（2）应按照平台规则的要求与主播和商家签订相应的服务协议，明确各方权利义务和责任分担。

（3） 应基于明确的协议和规则与平台开展合作，确保其以及签约主播向平台提交的主体资质材料、登陆账号信息等真实、有效。

* 1. 主播管理
     1. 建立健全主播管理规范：

（1）招募具备相应能力和资质的主播，积极履行对签约主播的管理责任；

（2）签约主播应加强对法律法规、主管部门规章和标准规范等的学习；

（3）应对签约主播基本素质、现场应急能力的培训，提升签约主播的业务能力。

7.2.2 应按照合作协议与平台规则，与平台积极合作，对签约主播的内容发布情况进行规范建设、内容审核以及违规行为处置。

* 1. 行为管理

MCN机构应规范经营，不得出现包括但不限于以下违法或违规行为：

（1）获取不正当利益；

（2）未恰当履行与达人签署的合作协议，造成恶劣影响；

（3）违背承诺；

（4）扰乱直播经营秩序；

（5）侵犯他人权益。

1. 自律协同
   1. 基本原则

为推进直播电子商务平稳健康发展，各平台应加强基础能力建设、治理水平对标、严重违法违规商家和主播治理协同，共同营造良好的行业发展环境。

8.2 商家治理

主要包括：

（1）直播商家的社会化诚信制度建设（包括违法行为、跨平台的违规行为治理等）；

（2）商家的直播电商市场禁入机制等。

8.3 主播治理

主要包括：

（1）主播的职业素养和规范意识建设；

（2）主播的社会诚信制度建设（包括违法行为、跨平台的违规行为治理等）；

（3）主播的直播电子商务市场禁入机制建设；

（4）跨平台的不正当竞争行为治理等。

参 考 文 献

[1] 全国人民代表大会常务委员会，《消费者权益保护法》,2014.3.15

[2] 十三届全国人大常委会第五次会议，《中华人民共和国电子商务法》,2019.1.1

[3] 全国人民代表大会常务委员会，《中华人民共和国反不正当竞争法》,2018.1.1

[4] 国家工商行政管理总局令第60号公布，《网络交易管理办法》,2014.1.16

[5] 国家互联网信息办公室，《互联网直播服务管理规定》,2016.12.1

[6] 国家互联网信息办公室，《网络信息内容生态治理规定》，2020.3.1

[7] 全国人民代表大会常务委员会，《中华人民共和国广告法》，2018.10.26

[8] GB/T 38652 电子商务业务术语

[9] GB/T 18811 电子商务基本术语

[10] GB/T 35411 电子商务平台产品信息展示要求

[11] GB/T 35409-2017 电子商务平台商家入驻审核规范

[12] GB/T 37401-2019 电子商务平台服务保障技术要求