**《电子商务直播机构服务及运营规范》**

**编制说明**

1. **目的意义**

电商直播来源于2016年兴起的淘宝直播。随着快手、抖音等平台入局，直播带货逐渐以大众熟悉的购物方式进入我们的生活。由于疫情原因，电商直播迎来爆发期。MCN 机构谦寻文化和美 ONE 凭借薇娅和李佳琦两大主播，在2020年4月的流量分别达到1.46亿人次以及 0.80 亿人次，牢牢占据 MCN 机构排行榜头两位。在直播电商红利的刺激下，各大MCN 机构纷纷扩大规模，网罗人才，越来越多的资本下场，也吸引了明星演员、商业巨头、基层领导走进直播间“带货”。

经过几年的发展，电商直播行业也逐渐暴露了诸多问题，如主播技能水平参差、选品质量不过关、流量数据造假等等，其中直播机构提供服务以及运营管理的不规范是问题产生的一个重大因素。随着电商直播行业的竞争加剧，短期内这些问题仍会存在，但倘若对直播机构所提供的服务有系统的规制，上述问题就能在很大程度内减少甚至消失。

1. **任务来源**

本标准于2023年8月4日由江苏省市场监督管理局批准并列入行业标准项目计划进行立项（苏市监标〔2023〕173号）。标准起草单位为江苏省电子商务协会、江苏匀印文化发展有限公司、上海兰迪（南京）律师事务所。

1. **编制过程**

**（一）承担单位及主要编制过程**

本标准由江苏省电子商务协会提出并归口，江苏匀印文化发展有限公司、上海兰迪（南京）律师事务所参与起草。主要编制过程如下：

1、2023年3月-7月，成立标准编制工作组，研讨制定相应工作计划和责任分工。

2、2023 年9月成立起草小组：

（1）确定起草单位组长和成员，明确各自职责；

（2）组织起草单位会议，讨论确定标准起草的目标、范围、时间节点等。

3、2023年9 月-10月起草组成员按照任务分配进行调研与分析：

1. 收集国内100多部法律法规、相关标准、技术文献等资料；
2. 对行业内企业、服务模式、运营情况等进行实地调研；
3. 分析市场状况、消费者需求、技术发展趋势等。

4、2023年10-11月正式编制标准草案：编写标准草案的文本，《规范》包括前言、范围、规范性引用文件、术语和定义、基本要求、服务要求与规范、经营要求与规范、监督和鼓励等部分，力求确保标准草案的语言表达准确、简洁、易懂。

5、2023年11月底，起草组完成了《电子商务直播机构服务及运营规范（征求意见稿）》。

6、2023年12月，通过线上意见采集的形式组织过一次意见征集。

7、2024年3月15日，通过线下研讨会的形式征求意见，收到了来自行业专家和学术专家们的多项建议，已经进行了修订。

8、2024年7月提交审查与批准：将修改后的标准草案提交给标准化技术委员会或相关主管部门进行审查，审查通过后予以批准。

1. **起草组成员及任务分工**

本标准起草人员：顾小丽、张惟佳、袁春松、李家豪、朱丽献、刘伯一、沈晓樱、吴桂根、余本军、赵洁晶、周君怡、殷俊、徐长江、陶天吉、曹如芯、曾真、薄一峰（排名按照姓氏笔画顺序）

主要起草人员分工如下：

1. 拟定主题、确定框架、商定项目必要性及可行性：顾小丽、袁春松、余本军
2. 细化项目具体标题和主要内容：袁春松、殷俊、曾真

3、《征求意见稿》撰写：袁春松、刘伯一、赵洁晶、周君怡、陶天吉

4、《征求意见稿》审核、提出修改建议和意见：张惟佳、李家豪、朱丽献、沈晓樱、吴桂根、徐长江、曹如芯、薄一峰

5、修改与排版：袁春松、刘伯一、赵洁晶、陶天吉

1. **标准制修订原则和内容**
2. **标准编制原则**

1、全面性：本标准力求覆盖电子商务直播机构及其主要的管理和服务要求；

2、合规性：我国相关行政监管机构以及行业协会发布了直播电子商务的相关法规和政策文件，本标准确保直播电子商务相关要求符合法规/政策文件要求，并努力细化使法规和政策文件进一步落地实施；

3、先进性：本标准主要从电商直播行业直播机构的资质、服务规范以及运营规范等进行了充分总结，内容齐全且填补了目前我国电子商务直播领域规范的空白，标准语言表达精准、精炼，条理清晰；

4、可操作性：本标准编制过程中综合考虑了电子商务直播机构的具体实践，标准条款内容力求清晰直观，对直播电子商务相关利益方具有操作性，同时也兼顾行业或企业创新管理的理念和方法。

1. **标准主要内容与确定论据**

1、标准的主要内容

本标准适用于电商直播机构服务及运营的合规，规定了直播营销平台、直播主体、电子商务交易平台等角色在直播电子商务中的管理和服务要求。该规范共九个部分，第一部分范围，明确了规范的适用范围；第二部分规范性引用文件，列出了起草标准的主要依据；第三部分术语和定义，明确了适用于本文件的术语和定义；第四部分基本要求，该部分就电子商务直播机构应具备的主体资质进行明确；第五部分服务要求及规范，从直播间管理与直播要求、直播营销人员管理、电子商务直播机构与商家的合作要求、商品选择规范以及消费者的售后服务要求等方面明确相关要求；第六部分经营要求与规范，列出电子商务直播机构经营中的禁止性行为并明确反舞弊、反贿赂要求；第七部分知识产权保护，明确电子商务直播机构应注意保护自有知识产权及防范侵害他人知识产权风险；第八部分安全与保障，明确电子商务直播机构日常运营及技术服务安全问题；第九部分监督与鼓励，鼓励电子商务直播机构明确价值导向，审慎履行自身职责。

2、主要技术指标及确定依据

本标准规定了电商直播行业直播机构的资质、服务规范以及运营规范。标准研究起草过程中，技术指标的确定依据是基于《中华人民共和国电子商务法》等国家相关法规和政策文件，同时结合电子商务直播机构具体实践，并针对社会关切的主要问题等研究而提出。

（1）主要参考的法律法规文件：

《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国电子商务法》《消费品召回管理暂行条例》《互联网直播服务管理规定》《互联网文化管理暂行规定》《网络表演经营活动管理办法》《互联网直播服务管理规定》《网络表演(直播)行业主播“黑名单”管理制度》《网络直播营销管理办法(试行)》等。

（2）主要参考的政策文件：

《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》；

市场监管总局《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》；

国家网信办等八部门印发的《开展网络直播行业专项整治和规范管理工作方案》；

市场监管总局关于《网络交易监督管理办法(征求意见稿)》公开征求意见的公告；

国家互联网信息办公室等七部委关于印发《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》的通知；

国家互联网信息办公室等七部门联合发布《网络直播营销管理办法(试行)》。

1. **与有关现行法律、行政法规和其他强制性标准的关系**

从目前的法律法规等文件来看，规范直播机构服务及运营的主要包括《网络直播营销管理办法（试行）》《网络直播营销行为规范》等。其中，《网络直播营销管理办法（试行）》第二条明确“直播营销人员服务机构”是指为直播营销人员从事网络直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构。《网络直播营销行为规范》第三十八条规定“网络直播营销主播服务机构”是指培育主播并为其开展网络直播营销活动提供服务的专门机构，应当依法取得相应经营主体资质，按照平台规则与网络直播营销活动主体签订协议，明确各方权利义务。以上文件中虽皆针对直播机构作出了相应规定，但主体采用名称却不尽相同，并无统一标准。本次项目拟设立的地方标准将专门对直播机构行为作出统一、全面的规定，从而进一步加强网络主播职业道德建设，促进电商直播行业健康发展。

1. **重大分歧意见的处理经过和依据**

本标准在制定过程中未出现重大分歧意见。

1. **推广实施建议**

建议在标准实施过程中，电子商务直播机构和相关部门同时采取相关措施，进一步引导和促进直播电子商务行业的健康发展，具体如下：首先，直播机构自身建立内部的考核制度，对主播的培训成果常规记录。一方面直播机构通过建立内部考核机制，对每个主播服务质量和业务相关法律规范了解程度定期考核；另一方面直播机构还要对旗下主播考核评定结果进行分析评价，提出改进意见并及时对服务质量实施改进。

其次，有关行政主管部门、行业协会等单位可核查直播机构定期的考核表以及听取整改情况分析，亦可在相关直播机构接受社会监督暴露问题时介入调查。

1. **预期效益分析**

近年来，随着电商直播的爆发式增长，电商直播大量涌现，网络主播数量快速增长，直播机构的队伍也日渐壮大。但是，由于主播业务能力参差不一，部分主播法律意识淡薄，直播销售商品真假混买，直播营销数据数据造假等现象时有发生，严重扰乱了电商直播行业秩序，亟需对直播机构的服务及运营予以规范。电子商务直播机构服务及运营规范标准的制定不仅能指引直播机构进行主播培训和商品选择，同时能规范直播机构营销运营乱象，规范行业秩序，推动直播电商行业行业经济持续健康发展。