

DB32

江苏省地方标准

DB32/T 4966—2024

电子商务直播机构服务及运营规范

Specification for service and operation of E-commerce live-streaming agency

2024-12-27 发布

2025-01-27 实施

江苏省市场监督管理局 发布
中国标准出版社 出版

目 次

前言Ⅲ

1 范围1

2 规范性引用文件1

3 术语和定义1

4 基本要求2

5 服务要求与规范2

6 经营要求与规范6

7 知识产权保护6

8 安全与保障7

9 监督与鼓励7

参考文献.....8

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由江苏省商务厅提出并归口。

本文件起草单位：上海兰迪（南京）律师事务所、江苏匀印文化发展有限公司、江苏省电子商务协会。

本文件主要起草人：顾小丽、袁春松、赵洁晶、陶天吉、刘伯一、曾真、殷俊、余本军、周君怡、张惟佳、薄一峰、沈晓樱、朱丽猷、吴桂根、徐长江、曹如芯、李家豪。

电子商务直播机构服务及运营规范

1 范围

本文件规定了电子商务直播机构相关的术语和定义、基本要求、服务要求与规范、经营要求与规范、知识产权保护、安全与保障以及监督与鼓励。

本文件适用于为电子商务直播运营提供专业服务的各类直播机构。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

直播 live-streaming

基于互联网,将现场事件的发生和进程,通过实时视频、音频等方式或多种方式相结合的形式向公众或消费者持续发布的活动。

3.2

网络直播营销活动 live-streaming marketing campaign

通过互联网站、应用程序、小程序等,以视频直播、音频直播、图文直播或多种直播相结合等形式开展营销的商业活动。

[来源:GB/T 41247—2023,3.1,有修改]

3.3

直播营销平台 live-streaming marketing platform

通过开放直播主体入驻功能,为直播主体采用直播方式宣传、介绍或推广产品或服务等活动提供直播技术服务的信息网络系统。

3.4

直播销售员 live-streaming host

在电子商务直播售货活动中,通过实时互动介绍和销售商品的人员。

[来源:GB/T 41247—2023,3.6]

3.5

电子商务直播机构 E-commerce live-streaming agency

为直播销售员从事电子商务直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等服务的专门机构。

注:包括直播营销经纪服务机构、直播代播和运营服务商、直播基地、村播服务商、专业内容及制作机构、整合营销机构等。

[来源:GB/T 41247—2023,3.4,有修改]

3.6

直播间 interface

直播销售员在直播售货时所呈现给消费者的场景。

3.7

直播间运营者 operator of live-streaming room

在直播营销平台上注册直播账号或通过自建网站等其他网络服务,开设直播间从事电子商务直播相关活动的个人、法人或其他组织。

4 基本要求

4.1 主体要求

存续状态下的独立法人单位或非法人组织,且公司营业范围涉及与电子商务直播相关的项目,如互联网直播服务、演出经纪或市场营销策划等。

4.2 资质要求

直播间运营者应具备如下基础资质。

- a) 应根据直播行业服务的性质,依法依规取得相应的资格或资质;从事特定产品或行业的,应根据国家、所在地区和平台有关规定依法取得许可、资格或资质。
- b) 具备或者有能力培养专业的直播销售员、技术支持人员等直播行业相关人才。
- c) 具备网络营销服务必需的设备硬件、技术条件和直播环境。
- d) 在自营官方网站或自有平台直播的,应强化准入备案管理:开展经营性网络表演活动的直播平台应持有“网络文化经营许可证”并进行ICP备案;开展网络视听节目服务的直播平台应持有“信息网络传播视听节目许可证”(或在全国网络视听平台信息登记管理系统中完成登记)并进行ICP备案;开展互联网新闻信息服务的直播平台应持有“互联网新闻信息服务许可证”。网络直播平台应及时向属地网信等主管部门履行企业备案手续,停止提供直播服务的平台应及时注销备案。同时,应向当地公安部门申请网安备案。自营电商平台的,应向当地通信部门申请“在线数据处理和交易业务许可证”。
- e) 直播间运营者应依据相关规定,取得相应的“经营性演出许可证”“经纪人证”等。

4.3 入驻平台要求

4.3.1 如实填写用户主体性质、注册地、运营地、内容生产类别、联系方式,还应注明主要经营或者业务范围等基本信息。

4.3.2 遵守平台内容生产和账号运营管理规则、平台公约和服务协议,从事相关行业领域的信息内容生产发布。

4.3.3 对合作直播销售员的内容发布情况以及直播行为进行规范建设、内容审核、违规行为处置以及后续追踪。

5 服务要求与规范

5.1 直播间管理与直播要求

5.1.1 应加强直播间管理,在下列重点环节的设置应符合法律法规和国家有关规定,不应含有违法和不良信息,不应以暗示等方式误导用户:

- a) 电子商务直播机构账号名称、头像、简介;
- b) 直播间标题、封面;
- c) 直播间布景、道具、商品展示;

- d) 直播销售员着装、形象；
 - e) 其他易引起用户关注的重点环节。
- 5.1.2 引导直播内容积极正面,健全账号管理、完善直播内容审核管理、应急处置等保障措施。
- 5.1.3 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、交易信息等有关电子数据,保存时间自发布之日起不少于三年;直播的内容,保存时间不少于六十日。
- 5.1.4 建立问题上报机制,对不合规的内容及时向有关部门报告。
- 5.1.5 通过后台监控、自查自纠等方式对直播间及账户视频进行管理,及时删除违规内容,制止直播销售员违规行为。
- 5.1.6 在进行直播时,设立与用户沟通渠道,及时接收消费者反馈信息。
- 5.1.7 在进行网络直播营销活动前,应核实商家在网页显著位置持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息,并向消费者提供经营地址、联系方式、售后服务等信息。
- 5.1.8 发布产品信息时不应出现如下信息:
- a) 使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽,军旗、军歌、军徽;
 - b) 使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象;
 - c) 使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语;
 - d) 损害国家尊严或者利益,泄露国家秘密;
 - e) 妨碍社会安定,损害社会公共利益;
 - f) 危害人身、财产安全,泄露个人隐私;
 - g) 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚;
 - h) 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容;
 - i) 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容;
 - j) 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护。
- 5.1.9 收集、使用消费者个人信息,应遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意。
- 5.1.10 应符合《中华人民共和国广告法》等规定,销售的商品或者服务禁止虚假宣传,不对直播商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。特殊商品未经广告审查机关审查,不应发布。
- 5.1.11 禁止不正当竞争,不应实施以下行为:
- a) 以诋毁、片面对比等方式损害竞争对手的商业信誉、商品声誉;
 - b) 以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品、现场说明和演示等方式销售商品或者服务;
 - c) 采用虚构交易、虚标成交量、虚构库存数据、虚假评论、删除或屏蔽不利评论、好评前置等方式,诱导消费者非理性消费;
 - d) 以虚假的“最低价”“优惠价”或者其他欺骗性价格标示销售商品或者服务;
 - e) 以虚假的“有奖销售”等方式销售商品或者服务;
 - f) 谎称“处理品”“残次品”“等外品”等商品为正品;
 - g) 夸大或隐瞒商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者;
 - h) 其他扰乱市场竞争秩序、损害其他经营者或者消费者合法权益的不正当竞争行为;
 - i) 不应采取任何形式虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假,不应采取虚假购买和事后退货等方式骗取商家的佣金。
- 5.1.12 应依法全面、真实、准确地披露商品或者服务信息,并坚持正确导向,符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求,不应含有以下内容:

- a) 宣扬浪费粮食(量多吃、暴饮暴食等)、诱导过度消费、擦边、软色情、博眼球、炒作、炫富、卖惨、剧情冲突,以及对他人肆意发布谩骂侮辱、造谣诽谤、侵犯隐私等信息的网络暴力行为,或引导错误价值观、人生观和道德观的内容;
- b) 含有民族、种族、国籍、地域、宗教、性别、职业歧视的内容;
- c) 恶搞、诋毁、歪曲或者以不当方式展现中华优秀传统文化、革命文化、社会主义精神文明;
- d) 危害未成年人身心健康,或损害老年人、残障人士合法权益的;
- e) 其他不良导向内容。

5.1.13 应符合《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》等的规定,不应销售侵犯他人知识产权的商品或者提供侵犯他人知识产权的服务,不应发布侵犯他人知识产权的商品和服务信息。

5.1.14 严禁以公益为由非法获利,不具备发起慈善募捐资质的主体不应以任何形式在平台发起慈善募捐,包括但不限于利用电商销售等方式变相募捐。

5.2 直播销售员管理

5.2.1 在网络直播营销活动中,聘请或邀请的主持人、嘉宾、直播对象,应符合如下要求:

- a) 守法爱国,无违法犯罪行为;
- b) 具有良好的公众口碑和社会形象,无丑闻劣迹;
- c) 不应有违背公序良俗的着装、发型、语言、动作,不应以低俗或不宜面向公众公开讨论的内容制造话题。

5.2.2 自然人直播销售员应年满十六周岁,十六周岁以上但不满十八周岁的自然人申请成为直播销售员的,应经过监护人同意。外籍自然人直播销售员来境内开展网络直播营销活动的,应依法取得就业许可等相关许可。

5.2.3 自然人直播销售员从事医疗卫生、财经金融、法律、教育类等需要较高专业水平网络直播营销活动的,应取得相应的执业资质,并按相关部门或直播营销平台要求进行报备、审查。

5.2.4 使用数字人直播销售员的,应确保已经获得相关权利人的充分授权,与相关主体签署相关合同,明确各方权利义务,并在直播间添加显著标识,避免公众混淆或者误认,应按照有关规定开展安全评估,并依法履行算法备案和变更、注销备案手续。

5.2.5 建议电子商务直播机构为直播销售员购买商业保险,强化直播销售员职业保障。

5.2.6 应按照法律法规或平台规则与直播销售员签订协议,明确各方权利义务。

5.2.7 应提升直播销售员的合法合规意识,加强法律法规、标准规范、直播知识、专业技能的培训,增强直播销售员的日常管理和规范引导。

5.2.8 应明确区分和界定网络直播中各类收入来源及性质,并依法履行纳税义务及个人所得税代扣代缴义务。

5.2.9 应培训并监督直播销售员真实、准确、全面地发布商品或服务信息,不擅自夸大。做好语音和视频连线、评论、弹幕等互动内容的实时管理,不应误导消费者,不应骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人或侵害他人合法权益,并针对不良行为采取相应的处罚措施。

5.3 电子商务直播机构与商家的合作要求

5.3.1 电子商务直播机构与商家合作开展业务的,应与其签订书面协议,明确商品质量审核、消费者权益保护、消费者个人信息安全管理等义务并督促履行。

5.3.2 电子商务直播机构应对商家的身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息进行核验,并留存相关记录备查。

5.3.3 一旦发现商家涉嫌违反有关法律法规的行为,应立即暂停与商家合作,并通报相关部门。

5.4 商品选择规范

5.4.1 禁止直播的或需要特殊审核的商品、服务：

- a) 不应销售法律、行政法规禁止生产、销售的商品；
- b) 不应组织赌博或变相赌博等线上线下违法活动；
- c) 未经审查不应发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品和特殊医学用途配方食品等法律、行政法规规定应进行发布前审查的广告；
- d) 金融产品广告，应主动、充分披露产品信息和揭示风险，严格遵守金融行业管理部门和平台有关金融产品营销的规定。

5.4.2 对直播的产品、服务和营销内容负责，确保内容合法、经营有序、来源可查、责任可究。

5.4.3 应依法审查商品及服务价格，不应存在以下行为：

- a) 商品或服务在直播间、首页或者其他显著位置标示的商品或者服务价格低于在详情页面标示的价格；
- b) 未公示促销活动范围、规则，或公布的促销活动范围、规则与实际不一致，或未显著标示附加条件、促销期限等不利于消费者的限制条件的；
- c) 虚标划线价等价格基准的价格欺诈行为；
- d) 不应通过低价倾销、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等方式滥用自主定价权；
- e) 其他虚假的或者使人误解的价格标示和价格促销行为。

5.4.4 应依法开展有奖销售，明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不应变更，不应附加条件，不应影响兑奖，还应建立档案，如实、准确、完整地记录设奖规则、公示信息、兑奖结果、获奖人员等内容，妥善保存两年，不应违反法律法规的其他规定。

5.4.5 不应要求商家签订“最低价协议”，或采取“二选一”等其他排除、限制竞争的协议、决定或者协同行为，但依法不构成垄断协议的除外。

5.4.6 对于商品中涉及商标、专利、认证等证书以及代言人证明等用于确认产品实际情况的其他必要文件资料，应认真进行核对。应全面、真实、准确地了解并披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权，对直接关系消费者生命安全的重要消费信息进行必要、清晰的提示。

5.4.7 应该加强网络直播销售产品质量安全监管，严禁销售假冒伪劣产品。

5.4.8 应建立健全直播选品机制，检查核实直播选品选样的商品信息；建立商品和服务的抽查回访机制，包括但不限于：

- a) 关于标签标识，涉及商品价格、商品名称、产地、生产者信息、性能、重要参数、规格、等级、生产日期、保质期等内容，需检查核对是否与商品资质资料的相关信息保持一致；
- b) 关于商品包装，需检查核对商品在正常的流通过程中受环境条件的影响是否会破损、损坏，商品包装上的宣传语应避免违法违规或与产品标识、说明书相矛盾等；
- c) 关于说明书，需检查核对宣传内容是否符合商品实际情况，与商品信息及资质资料的相关信息保持一致；
- d) 建议定期对消费者进行抽查回访，并将抽查结果记录在案，发现问题及时与品牌方协商解决。

5.4.9 应建立直播选品资料存档制度，保存时间不少于三年。

5.4.10 销售的商品或服务存在与承诺的商品外观、型号、材料、质量或品牌不符以及与承诺的服务不符等问题，应及时联系和告知商家，并协助商家积极行使救济措施，依法保障消费者合法权益。

5.4.11 应积极协助商家和消费者维护合法权益，建立便捷有效的投诉、举报和争议在线解决机制，为商

家和消费者维权提供必要的信息、数据等支持。

6 经营要求与规范

6.1 经营规范性要求

电子商务直播机构在经营过程中,不应出现下列行为:

- a) 获取不正当利益,如向直播销售员等人员进行不正当收费、克扣合理收入等;
- b) 未恰当履行与直播销售员等人员签署的合作协议,或因显失公平、附加不当条件等行为产生纠纷,未妥善解决,造成恶劣影响;
- c) 违背承诺,不守信经营,如擅自退出已承诺参与的平台活动等;
- d) 扰乱网络直播营销活动秩序,如虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假等;
- e) 明知或应知道他人存在违法违规或高风险行为,仍为其推广、引流;
- f) 营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品;
- g) 侵犯他人权益,如不当使用他人权利、泄露他人信息、骗取他人财物、骚扰他人等;
- h) 故意或者疏于管理,导致实际参与网络直播营销活动的直播销售员与该机构提交的直播销售员账户身份信息不符;
- i) 不应利用法律法规和政策规定禁止的销售形式,如传销等;不应采用各种手段规避资质要求开展法律法规和政策规定必须具备相应资质的经营形式,如证券交易、期货交易等;
- j) 不应利用服务协议、交易规则以及技术手段,对其他经营者在直播间的交易、交易价格等进行不合理限制或者附加不合理条件,或者向商家收取不合理费用等。

6.2 反舞弊、反贿赂要求

6.2.1 电子商务直播机构可构建有效的员工人事管理反舞弊机制,将反舞弊相关协议及相关内容纳入完善员工手册,并定期开展有针对性的警示教育与培训,以遏制潜在的舞弊人员。

6.2.2 电子商务直播机构应健全交易对手选择、管理机制,可与交易对手签订反舞弊或反商业贿赂协议,明确责任后果,同时要求交易对手披露关联关系、利益冲突等反舞弊信息,以掌握员工与交易对手之间的关联关系。

7 知识产权保护

7.1 电子商务直播机构应注意保护自有知识产权,包括但不限于:

- a) 可通过与相关主体签署合同明确约定账号各项权利的归属,但不应违反法律法规或相关平台规则;
- b) 直播账号及直播间名称等商业标识,可及时采取注册商标等保护措施,并注意保存实际使用、相关标识形成一定影响力等证据;
- c) 直播视频、直播脚本等通过网络直播营销活动产生的作品,应注意采取电子存证等方式保存原稿及创作和首次发布的时间证据,也可直接向版权登记机构登记,并应与参与创作的员工签署合同明确约定职务作品权利归属、与商家等合作方在相关合同中明确相关作品的权利归属;
- d) 直播销售员肖像、姓名(包括艺名、昵称等)、声音等人格标识,应注意及时与直播销售员签署合同获得充分授权及转授权许可、平衡双方权利义务,并及时采取注册商标、日常检测等保护措施;
- e) 数字人直播销售员的知识产权及其他合法权益,应及时通过著作权登记、商标注册等方式保护

数字人直播销售员的形象、名称、技术信息、合成素材等内容,并与服务商签署合同明确数字人直播销售员相关知识产权及其他合法权益的归属,以真人形象为基础的数字人直播销售员形象、声音还应事先取得相关自然人的充分授权;

- f) 经营信息、技术信息等商业秘密,应注意在相关材料上添加“保密”等可识别字样、与可能接触商业秘密的人员签署保密协议、分级访问及采取其他技术加密手段等必要的保密措施。

7.2 电子商务直播机构应注意防范侵害他人知识产权风险,不应实施以下行为:

- a) 销售侵害他人知识产权的商品或服务;
- b) 未经许可,使用视频、歌曲、图片等素材;
- c) 未经许可,使用他人肖像、姓名(包括艺名、昵称等)、声音等人格标识;
- d) 未经许可,使用他人的字号、企业名称、域名等;
- e) 违法使用地理标志、特殊标志等;
- f) 其他法律法规禁止的行为。

8 安全与保障

8.1 应设立专门的安全管理部门,负责组织实施电商直播的安全管理工作;配备专业的安全管理人员,制定并完善安全管理制度、措施和预案,并提供安全技术指导和培训。

8.2 应与公安、消防、市场监管、网信等部门建立联系机制,及时获取安全信息,并配合相关部门进行安全应急处理。

8.3 应购买商业保险,不应在危险环境下开展直播。

8.4 应采取技术措施和其他必要措施保证其网络安全、稳定运行,防范网络违法犯罪活动,有效应对网络安全事件,保障电子商务交易安全。

8.5 应遵守数据安全、网络安全和个人信息保护的法律法规,确保数据的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等各个处理环节均符合相关法律法规的要求。

8.6 应制定网络安全事件应急预案,发生网络安全事件时,应立即启动应急预案,采取相应的补救措施,并向有关主管部门报告。

9 监督与鼓励

9.1 认真遵守国家法律、法规,坚持正确导向、诚实信用、信息真实、公平竞争原则,活动内容符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

9.2 鼓励电子商务直播机构积极参与行业自律,与平台积极合作,落实合作协议与平台规则,对签约直播销售员的内容发布进行事前审核、事中监管、违规行为事后及时处置,共同营造风清气正的网络直播营销活动内容生态,实现网络直播营销活动社会共治。

参 考 文 献

- [1] GB/T 41247—2023 电子商务直播售货质量管理规范
-