

# DB3203

徐 州 市 地 方 标 准

DB3203/T1035—2023

## 网络直播营销管理规范

Specification for marketing management of livestreaming

2023-10-13 发布

2023-11-01 实施

徐州市市场监督管理局 发 布



目 次

前言 ..... II

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 主体管理 ..... 2

    5.1 直播间运营者及直播营销人员管理 ..... 2

    5.2 直播营销人员服务机构管理 ..... 3

6 商品和服务管理 ..... 4

    6.1 基本要求 ..... 4

    6.2 明示销售主体 ..... 4

    6.3 资质要求 ..... 4

    6.4 负面清单 ..... 5

    6.5 保障机制..... 5

7 平台管理 ..... 5

    7.1 备案与许可 ..... 5

    7.2 主体准入管理 ..... 5

    7.3 运营规则 ..... 6

    7.4 合规审查 ..... 6

    7.5 用户维权 ..... 6

    7.6 安全管理..... 6

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。

本文件由徐州市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：徐州市市场监督管理局、徐州市电商协会。

本文件主要起草人：郎小龙、周甜甜、周光辉、苗红亚、闫志开、汪灏、孟欢。

# 网络直播营销管理规范

## 1 范围

本文件规定了网络直播营销管理的总体要求、网络直播营销主体管理、网络直播营销商品和服务管理以及网络直播营销平台管理。

本文件适用于网络直播营销活动的实施和管理。

## 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

**网络直播** **livestreaming**

利用互联网，将现场事件实时向用户持续传送的活动。

### 3.2

**网络直播营销主体** **livestreaming marketing entity**

网络直播销售商品和/或服务的人员。

### 3.3

**网络直播营销平台** **livestreaming marketing platform**

为网络直播营销主体提供直播技术服务的各类信息网络系统。

### 3.4

**网络直播间运营者** **operator of livestreaming room**

在网络直播营销平台上，开设直播间从事网络直播营销活动的自然人、法人或其他组织。

### 3.5

**网络直播营销人员** **livestreamer**

通过网络直播方式销售商品和/或服务的人员。

### 3.6

**网络直播营销人员服务机构** **livestreamer service organization**

为网络直播营销人员从事网络直播营销活动提供培训、策划、运营、经纪等服务的专门组织。

### 3.7

**网络直播营销平台经营者** **operator of livestreaming marketing platform**

为网络直播营销活动提供网络直播营销平台的自然人、法人或其他组织。

### 3.8

**平台内经营者** **operator on the platform**

通过网络直播营销平台销售商品和/或服务的自然人、法人或其他组织。

### 3.9

**用户** **user**

网络直播营销活动中购买商品和/或服务的自然人、法人或其他组织。

## 4 基本要求

网络直播营销应：

- 4.1 遵守国家法律、法规的相关规定。
- 4.2 遵循公序良俗，遵守商业道德，弘扬社会主义核心价值观。

## 5 主体管理

### 5.1 直播间运营者及直播营销人员管理

#### 5.1.1 认证注册

- 5.1.1.1 入驻网络直播营销平台应实名认证，前端呈现应使用符合法律法规要求的昵称或其他名称。
- 5.1.1.2 设定网络直播账户名称、使用的头像与直播间封面图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。
- 5.1.1.3 不应违规将本人的注册账号转让或出借给他人使用。

#### 5.1.2 信息公示

- 5.1.2.1 应在网络直播营销首页显著位置公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息，或上述信息的链接标识。
- 5.1.2.2 应公示用户信息查询、更正、删除以及注销的方式、程序。
- 5.1.2.3 自行终止网络直播营销业务时，应提前 30 日在首页显著位置持续公示有关信息不少于 7 日。

#### 5.1.3 运营管理

- 5.1.3.1 直播间运营者账号、布景、道具、商品展示等重点环节的设置，应符合法律法规和国家有关规定。
- 5.1.3.2 从事医疗、法律、财经、教育领域的网络直播营销人员，应取得相应执业资质，并进行执业资质备案。
- 5.1.3.3 使用虚拟形象作为网络直播营销人员时，虚拟形象应与特定的自然人或网络直播营销人员服务机构进行关联，且虚拟形象应遵守肖像权和知识产权保护有关的法律法规。
- 5.1.3.4 应对语音和视频连线、评论、弹幕等互动内容进行实时管理，配备相应管理人员，不应以删除、屏蔽不利评价等方式欺骗、误导用户。

#### 5.1.4 信息提示

应对以下消费信息做出必要的提示或说明：

- 潜在的危險；
- 特殊人群使用的保护警示；
- 发生安全事故时的处理方法或措施；
- 售后服务承诺；
- 产品生产日期、保质期。

#### 5.1.5 言行规范

应符合：

- 不夸大或虚假宣传；
- 不诱导用户私下交易；
- 不带有性暗示、性挑逗、低俗趣味；
- 不攻击、诋毁、侮辱、谩骂、骚扰他人；
- 不违反社会主义核心价值观和公序良俗。

### 5.1.6 广告规范

5.1.6.1 应真实、准确、全面、及时地披露商品和/或服务信息，对于竞价排名的商品和/或服务应显著标明“广告”。

5.1.6.2 通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品和/或服务，并附加购物链接等购买方式的，应显著标明“广告”。

5.1.6.3 不应以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。

### 5.1.7 用户权益保障

5.1.7.1 应履行数据安全与个人信息保护等方面的义务，收集、使用用户个人信息时应遵守相关规定。

5.1.7.2 不应故意拖延或无正当理由拒绝用户提出的合法合理要求。

## 5.2 直播营销人员服务机构管理

### 5.2.1 资质要求

应符合：

- 依法取得相应经营主体资质；
- 具备网络营销服务相关的技术条件；
- 配备相应的网络直播营销服务人员。

### 5.2.2 管理制度

应做到：

- 建立健全内部管理规范，保证合法合规经营；
- 与网络直播营销人员依法签订协议，明确各方权利义务；
- 建立培训学习制度，提升网络直播营销人员的合规意识和专业技能。

### 5.2.3 行为规范

应做到：

- 不借助优势地位收取不正当收费；
- 不对相关数据造假；
- 不泄露他人信息；
- 不骚扰他人。

### 5.2.4 行业自律

应做到：

- 积极开展行业自律，建立健全行业规范，推动行业诚信建设，促进公平竞争；

——积极参与制订并实施国家标准、行业标准、地方标准和团体标准，推动行业发展。

## 6 商品和服务管理

### 6.1 基本要求

应做到：

- 符合法律法规规定和网络直播营销平台规则规定，不应侵害第三方的合法权益；
- 符合相关法律法规对商品质量和使用安全的要求，符合使用性能、宣称采用标准、允诺等，不存在危及人身或财产安全的不合理风险；
- 按照网络直播营销平台规则要求，提供真实、合法、有效的商标注册证明、品牌特许经营证明、品牌销售授权证明等文件；
- 涉及商品、服务标准的信息，应当与相关的国家标准、行业标准相一致；
- 商品存在使用性能的瑕疵但不违反法律和强制性规定的，应在该商品展示页面标明“处理品”“残次品”“等外品”等字样，避免用户误解。

### 6.2 明示销售主体

- 6.2.1 平台内经营者开设网络直播间直接销售商品，应表明销售主体身份，并履行相应义务。
- 6.2.2 网络直播间点击链接销售的商品，直播间运营者应以用户能够辨别的方式标明实际销售者。
- 6.2.3 网络直播营销平台通过网络直播方式开展自营业务销售商品的，应显著标明“自营”。

### 6.3 资质要求

包括但不限于：

- 供应商营业执照或登记证明文件；
- 行政许可文件或备案凭证；
- 品牌授权；
- 管理体系认证证书；
- 经营企业行政许可文件（化妆品经营许可证、食品经营许可证、药品经营许可证、工业产品经营许可证、医疗器械经营许可证等）；
- 相关产品行政许可文件（涉水批件、化妆品注册/备案证、保健食品注册/备案证、医疗器械注册/备案证、电信设备进网许可证、消毒剂和消毒器械卫生许可批件等）；
- 相关认证证书（3C证书、有机认证证书、地理标志保护产品证书、绿色食品证书、无公害农产品证书、专利证书、非物质文化遗产证书等）。

### 6.4 负面清单

不应销售的商品和/或服务的清单包括但不限于：

- 不符合保障人身、财产安全的国家标准、行业标准的；
- 国家明令淘汰并禁止销售的；
- 不符合在商品或其包装上标注采用的产品标准的；
- 伪造产地、篡改生产日期、伪造或冒用认证标志等质量标志的；
- 法律法规规定的其他不应销售的。

### 6.5 保障机制



- 6.5.1 加强商品和/或服务监测，发现禁售商品和/或服务进入平台销售时，应立即采取有效的措施制止，并及时向相关主管部门报告。
- 6.5.2 应依法配合有关主管部门对平台内销售商品和/或服务的质量进行抽查检验工作，针对商品和/或服务质量不合格的检验结果应依法及时处置。
- 6.5.3 应运用消费者投诉、相关部门公布的抽检结果等信息，加强平台内销售商品和/或服务的质量管理。

## 7 平台管理

### 7.1 备案与许可

- 7.1.1 应依法依规履行备案手续，停止提供直播营销平台服务时及时注销备案。
- 7.1.2 法律法规要求取得相关行政许可的，应依法取得行政许可。

### 7.2 主体准入管理

- 7.2.1 应建立经营者入驻管理制度，依法对申请入驻经营者的登记信息、许可信息、个人身份、地址、联系方式等信息进行核验登记，建立档案，重点防止证照地址不符、登记经营者与实际经营者不符以及超范围经营等情形。
- 7.2.2 对入驻时声称其属于个人销售自产农副产品、家庭手工业产品，个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动，以及依照法律、行政法规不需要进行登记的平台内经营者，应要求其提供经营活动符合依法无需办理市场主体登记具体情形的自我声明及实际经营地址、联系方式等信息，或该信息的链接标识。
- 7.2.3 对入网食用农产品生产经营者、入网食品添加剂经营者以及入网交易食用农产品的个人的经营许可证、营业执照及身份信息，应认真核验登记。
- 7.2.4 对入网餐饮服务提供者的实体经营门店应予核验，重点核验名称、地址、法定代表人或负责人及联系方式等信息与实际是否相符，入网餐饮服务提供者是否按照食品经营许可证载明的主体业态、经营项目从事经营活动等。

### 7.3 运营规则

- 7.3.1 依法制定入驻主体的服务协议，建立健全涉及网络交易方法、交易范围、交易安全和用户权益保护等方面的管理规则。
- 7.3.2 设立规则管理部门，明确规则的制定、执行和反馈程序。
- 7.3.3 制定规则时应遵循公开、公平的原则，主动开展公平竞争、合法性审查，避免存在免除或减轻自身责任、加重平台内经营者或用户责任，以及排除或限制平台内经营者或用户权利的情形。
- 7.3.4 修改规则应遵循公开、连续、合理的原则，在其首页显著位置公开征求意见不少于 30 日，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。
- 7.3.5 实施规则时对于重要条款应通过再次确认、高亮提醒、弹窗通知等方式履行实质性的格式条款提示注意义务，如合同相对方有要求则应作出进一步解释说明。

### 7.4 合规审查

- 7.4.1 应建立健全必要的商品资格、服务资质的准入审核制度，防止法律禁止交易的商品和/或服务上市。
- 7.4.2 应对平台内经营者及直播营销人员的行为建立检查监控制度，发现有违法违规行为的，应依法

采取必要的处置措施。

7.4.3 应根据行业特征，对关系用户生命健康的商品和/或服务的平台内经营者，增加审查频次。

7.4.4 应建立健全知识产权保护审查机制。

## 7.5 用户维权

7.5.1 应建立合法、高效的退换货和退款机制，用户在购买时已确认不宜退货的商品可不适用无理由退货。

7.5.2 应建立便捷有效的投诉、举报机制，明确处理流程和反馈期限，并督促平台内经营者做好投诉、举报处理工作。

7.5.3 应建立用户纠纷和解、调解制度，积极协助用户通过正常渠道依法维护权益。

## 7.6 安全管理

7.6.1 应采取技术措施和其他必要手段保证其网络安全、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。

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

7.6.3 提供网络食品销售或餐饮服务的平台应建立健全食品安全管理制度，落实食品安全责任制，配备食品安全员。

7.6.4 提供网络食品、药品销售或餐饮服务的平台应具备数据备份、故障恢复等技术条件，保障网络交易数据的可靠性与安全性。

7.6.5 应依法记录、保存商品和/或服务的交易信息，确保信息的完整性、保密性、可用性，并依法向主管部门提供必要的资料和数据。

## 参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国药品管理法》
- [2] 《中华人民共和国产品质量法》
- [3] 《中华人民共和国反不正当竞争法》
- [4] 《中华人民共和国消费者权益保护法》
- [5] 《中华人民共和国广告法》
- [6] 《中华人民共和国价格法》
- [7] 《中华人民共和国食品安全法》
- [8] 《中华人民共和国网络安全法》
- [9] 《中华人民共和国电子商务法》
- [10] 《中华人民共和国个人信息保护法》
- [11] 《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》
- [12] 《视频直播购物运营和服务基本规范》
- [13] 《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》
- [14] 《药品注册管理办法》
- [15] 《化妆品注册备案管理办法》
- [16] 《网络交易监督管理办法》
- [17] 《网络直播营销选品规范》
- [18] 《网络直播营销管理办法（试行）》
- [19] 《电子商务平台知识产权保护管理》
- [20] 《直播电子商务平台管理与服务规范（征求意见稿）》
- [21] 《直播电商选品评价技术规范》
- [22] 《电子商务平台管理规范》
- [23] 《医疗器械生产监督管理办法》
- [24] 《医疗器械经营监督管理办法》
- [25] 《网络主播行为规范》
- [26] 《关于加强网络直播规范化管理工作的指导意见》
- [27] 《“十四五”电子商务发展规划》
- [28] 《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》
- [29] 《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》
- [30] 《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》
- [31] 《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》

[32] 《网络直播和短视频营销平台自律公约》

---