

直播电商经营规范

Business standards for live streaming e-commerce

地方标准信息服务平台

2024 - 01 - 09 发布

2024 - 04 - 09 实施

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 直播电商基本要求	2
5 直播电商平台经营要求	2
5.1 账号管理	2
5.2 商品管理	2
5.3 直播行为管理	2
5.4 推广要求	3
5.5 信息管理	3
5.6 消费者权益保护	3
6 直播主体经营要求	4
6.1 信息发布	4
6.2 商品或服务	4
6.3 直播行为规范	4
6.4 交易履行	5
6.5 售后保障	5
6.6 信息管理	5

地方标准信息服务平台

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。

本文件由湖南省市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：湖南工商大学、（中国）消费经济学会、湖南省现代流通理论研究基地、湖南省电子商务协会、湖南省网络直播协会、湖南水利水电职业技术学院、湖南商务职业技术学院、湖南化工职业技术学院、湖南日报聚播科技有限公司、湖南省产商品质量监督检验研究院。

本文件主要起草人：张俊英、文永旺、魏勇军、张静、金铭、李焱一、唐红涛、彭坚、张新亮、廖博容、张晓娜、曾鸣、聂丽君、李娟、熊丹蕾。

地方标准信息服务平台

直播电商经营规范

1 范围

本文件规定了直播电商基本要求、直播电商平台经营要求、直播主体经营要求。
本文件适用于直播电商经营行为的规范。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 17242 投诉处理指南
- GB/T 31524 电子商务平台运营与技术规范
- GB/T 35273 信息安全技术 个人信息安全规范
- GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范
- GB/T 35411 电子商务平台信息展示要求
- GB/T 41247 电子商务直播售货质量管理规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

直播电商 live streaming e-commerce

基于互联网，以视频直播、音频直播、图文直播等一种或多种直播相结合的形式销售商品或提供服务的经营活动。

3.2

直播电商平台 live streaming e-commerce platform

在直播电商经营活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总称。

注：以下简称平台。

3.3

直播主体 legal entity of live streaming

通过直播电商平台或其他互联网渠道，从事直播电商经营相关活动的自然人、法人或其他组织。

3.4

主播 live streamer

在直播电商活动中，为消费者介绍产品或服务信息、与消费者互动并引导其购买商品或服务的自然人或数字人。

3.5

达人直播 influencer live streaming

通过打造个人 IP 形象在个人账号上以非自营商品为主要对象，进行直播电商宣传及销售活动的直播形式。

3.6

店铺直播 store live streaming

商家通过其官方账号并以官方名义、以自营商品为主要对象，进行直播电商宣传及销售活动的直播形式。

4 直播电商基本要求

4.1 真实性

直播电商经营活动中，所展示的商品或服务信息应真实可靠，直播宣传不应夸大、虚造。

4.2 可追溯性

直播电商经营活动中，所售卖的商品或服务应可追溯其产品来源及购买渠道，以便在需要时查验。

4.3 安全性

直播电商经营活动中，应采用安全可靠的技术手段，保证直播过程、所售商品或服务、支付及个人信息等方面的安全。

4.4 公平竞争性

直播电商经营活动中，应维护公平竞争的市场秩序，保证直播电商经营规则的开放、透明、公平、公正。

5 直播电商平台经营要求

5.1 账号管理

5.1.1 平台应建立直播电商商家和达人入驻的资质审核机制并公示。

5.1.2 平台应按照 GB/T 35409 的规定，要求直播主体提交身份、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。

5.1.3 平台应建立账号实名认证机制，对账号运营者身份进行核验、登记，建立登记档案。

5.1.4 平台应严禁未成年人注册账号从事直播电商活动。

5.1.5 平台应建立直播账号注销审核制度，账号提交注销申请后，平台应对账号相关联的订单完成情况、投诉处理状况、资金状况、违规情况等信息进行审核，账号主体信息、直播销售记录等信息的留存期自注销申请批准之日起不少于三年。

5.2 商品管理

5.2.1 平台应制定直播电商商品和服务负面清单，列明法律法规规定的禁止生产销售、禁止网络交易、禁止商业推销宣传以及不适宜以直播形式经营的商品和服务类别。

5.2.2 平台应制定直播电商商品和服务抽检制度、检测标准及对应的违规处理制度并不定期抽样，将抽样结果在平台公示。

5.3 直播行为管理

- 5.3.1 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，包括但不限于：
- a) 建立直播内容生态治理机制、制定直播内容生态治理规则，直播内容分类分级、直播内容审核管理、值班巡查、应急处置、技术保障等制度；
 - b) 配备与直播业务范围和服务规模相适应的专业人员；
 - c) 配备适应直播内容管理需要的监管技术；
 - d) 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。
- 5.3.2 平台应建立健全直播电商经营奖惩制度，对违法违规的直播账号根据其影响或危害程度采取封禁、清退等处置措施，并在平台官网进行公示。
- 5.3.3 平台应建立直播流量监管制度，对涉嫌购买或使用虚假流量的行为进行处罚，包括但不限于采取封禁开播权限、关停商品分享功能、扣除用户信用分、扣除保证金等处置措施。
- 5.3.4 平台应建立健全直播间信用评价等级制度，将直播间的综合口碑评分在直播界面显著位置加以标注。
- 5.3.5 平台对利用人工智能、数字视觉、虚拟现实、语音合成等技术形成的数字人形象应进行安全评估与备案，并要求直播主体提供商业使用授权证明。
- 5.3.6 平台在直播电商支付环节中，应为消费者提供安全的支付环境并提供多种支付渠道，不得默认勾选任何支付渠道或以优惠、折扣等形式诱导消费者选择特定支付渠道。支付时跳转到网络小额贷款等其他业务办理时，应显著标明“广告”。

5.4 推广要求

- 5.4.1 平台应建立直播推广商品和服务限制类目清单，对申请直播付费推广的账号、商品和服务信息进行审核，包括但不限于主体资质、商品资质、历史违规情况、账号信用分数等，不得对涉嫌存在问题的账号、商品和服务进行推广。
- 5.4.2 平台应公开算法和推广规则，确保算法公正性，不得算法歧视。平台应通过官方渠道开设学习频道，方便直播主体自主学习。
- 5.4.3 平台应积极履行相应社会责任，制定公益性流量分配机制，保障各类社会公益事业相关宣传活动的流量资源支持。

5.5 信息管理

- 5.5.1 平台应建立数据安全保护制度、个人信息保护制度等，并采用有效的管理办法和技术手段，履行数据安全保护义务、个人信息保护义务等。
- 5.5.2 平台应以显著方式提示消费者交易信息保密原则和内容，包括但不限于消费者个人信息、信息获取渠道、保密方式、信息使用目的、信息使用范围等。
- 5.5.3 平台应建立消费者个人隐私保护相关机制，消费者个人信息的收集、存储、使用、处理、披露、安全处置等应遵循 GB/T 35273 的规定。

5.6 消费者权益保护

- 5.6.1 平台应建立专门的售后体系，依法规范直播主体履行七天无理由退货义务，保障消费者合法权益。
- 5.6.2 平台应建立和完善先行赔付制度，为消费者提供便捷、安心的消费体验。
- 5.6.3 平台应建立并完善符合 GB/T 31524 规定的消费者投诉服务快速响应机制，规范投诉处理制度，履行服务条款。

5.6.4 平台应建立 ODR 制度，及时处理消费者投诉，为消费者维权提供便利。

5.6.5 平台应为消费者开具发票提供便利，并督促商家及时向消费者提供纸质发票或者电子发票等购货凭证或服务单据。

6 直播主体经营要求

6.1 信息发布

6.1.1 直播主体在经营活动中，应规范、准确、清楚地对商品和服务进行描述并符合 GB/T 35411 的规定。

6.1.2 直播主体发布直播商品或服务应标明“自营”或“非自营”。直播主体应在商品详情页显著位置标注和描述商品的实际销售者，并如实公示其证照及相关资质，包括但不限于营业执照、相关行政许可等信息。

6.1.3 直播主体应积极核查商品销售资质、检测报告、商标注册证明等信息并及时更新与公示。

6.1.4 临期商品应在直播中进行明确说明并在详情页主页面显著位置进行标注。

6.1.5 直播所售商品或者提供服务的买家评论应客观、真实，直播主体不得干预编辑评论内容。

6.2 商品或服务

6.2.1 直播间售卖的商品或服务应符合相关法律法规对商品质量或服务使用安全的要求，符合公示的标准，并应满足以下要求：

- a) 所售商品不掺杂、掺假，不以假充真，不以不合格产品冒充合格产品；
- b) 直播前直播主体应当对所售卖的商品或服务进行全面审核，确保售卖商品与宣传商品相符，应认真审核产品合格证明和其他标识，保证所销售产品或其包装上的标识真实，并根据国家有关规定规范标注，严禁仿冒、虚标；
- c) 易因物流运输等原因品质受损的食品、非标准化的食用类农产品，应通过显著方式告知消费者，并制定严格的售后标准。

6.2.2 直播间售卖的商品或服务的定价，应满足以下要求：

- a) 直播主体应根据市场情况和自身运营成本合理制定直播间售卖商品或服务的价格，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；
- b) 直播促销商品定价应真实、有据，不应虚构原价、市场参考价或划线价作为定价基准；
- c) 直播主体不应滥用市场优势或资本优势以低于成本的价格实施低价倾销、长期补贴，进行恶性竞争，排挤竞争对手，扰乱正常经营秩序，损害国家利益或其他经营者的合法利益。同时不应要求或诱导供货商签订“最低供货价”等协议或采取其他手段达到限制竞争及垄断的目的。

6.3 直播行为规范

6.3.1 直播主体从事经营活动应坚持正确导向、诚实信用、公平竞争的原则，遵守法律法规、规章和商业道德、公序良俗，注重保护未成年人身心健康，弘扬社会主义核心价值观，营造良好网络生态并积极参与行业自律，积极承担主体责任。

6.3.2 直播主体在商品讲解和展示过程中使用 AR、VR 等技术增强宣传效果的，应在显著位置进行标注。

6.3.3 直播时使用数字人形象的，需在直播间显著位置标明“数字 AI 直播”字样。

6.3.4 达人直播模式中销售“非自营”商品，需在商品链接的显著位置标明购买渠道及实际经营主体。

6.4 交易履行

直播主体与供应商依合同约定，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。

6.5 售后保障

6.5.1 直播主体应依法保障消费者合法权益，所提供的售后保障应包括但不限于：

- a) 对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用方法等问题提出的询问，作出真实、明确的答复；
- b) 直播电商投诉处理应符合 GB/T 17242 的规定；
- c) 直播所售商品或服务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，按照国家规定或者约定履行，不故意拖延或者无理拒绝；
- d) 直播所售商品或者提供的服务，依法履行交易承诺和七天无理由退货等消费者保障义务；
- e) 直播主体依法配合有关部门的监督检查，提供必要的资料和数据。

6.5.2 直播主体对所售卖的商品或服务负责。店铺直播形式下，店铺对直播售卖的商品或服务负责；达人直播形式下，达人对商品宣传内容真实性负责，商品或服务供应商承担售后，达人承担连带售后责任，有协助消费者维权的义务。

6.6 信息管理

6.6.1 直播主体应全面、真实、准确地披露商品或服务信息，依法保障消费者的知情权和选择权。

6.6.2 直播主体对消费者个人信息具有保密义务，包括但不限于消费者 ID 账号、收货姓名、手机号、收货地址、所购商品信息等，不得将消费者的个人信息用于其他任何用途。

地方标准信息服务平台