|  |  |
| --- | --- |
| ICS |  |
| CCS |  |

|  |
| --- |
| 43 |

湖南省地方标准

DB 43/T XXXX—2023

直播电商经营规范

Business specifications for live streaming commerce

2023 - XX - XX发布

2023 - XX - XX实施

湖南省市场监督管理局  发布

目次

[前言 II](#_Toc10597)

[1 范围 1](#_Toc11683)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc5229)

[3 术语和定义 1](#_Toc174)

[4 商业模式 2](#_Toc10361)

[5 总体要求 2](#_Toc16418)

[6 直播电商经营机制 2](#_Toc3584)

[7 直播平台管理要求 3](#_Toc24587)

[7.1 平台资质与准入条件 3](#_Toc2152)

[7.2 商家与主播入驻及退出 3](#_Toc32643)

[7.3 直播管理 3](#_Toc9866)

[8 直播间运营者要求 3](#_Toc13724)

[8.1 主播资质要求 3](#_Toc16483)

[8.2 主播形象要求 4](#_Toc27336)

[8.3 直播内容要求 4](#_Toc29532)

[9 售卖商品或服务要求 4](#_Toc6608)

[9.1 商品或服务质量管理 4](#_Toc30539)

[9.2 交易履行 4](#_Toc24501)

[9.3 直播间售后保障 4](#_Toc15125)

[10 消费者权益保护和社会责任 5](#_Toc26002)

[11 信息管理要求 5](#_Toc245)

1. 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。

本文件由湖南省市场监督管理局提出。

本文件由湖南省市场监督管理局归口。

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、湖南商务职业技术学院、

本文件主要起草人：张俊英、 文永旺、金铭、李焱一、魏勇军、尹向东、唐红涛、张新亮、曾鸣、孟迪云、张晓娜、颜振辉

直播电商经营规范

* 1. 范围

本文件规定了直播电商商业模式分类、总体要求、直播电商经营机制、直播平台管理要求、直播间运营者要求、售卖商品或服务要求、消费者权益保护及信息管理要求。

本文件适用于直播电商经营与交易行为。

* 1. 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 36310 电子商务模式规范

GB/T 22239 信息安全技术 网络安全等级保护基本要求

GB/T 27922 产品售后服务评价体系

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 36313 电子商务供应商评价准则 优质服务商

GB/T 36315 电子商务供应商评价准则 在线销售商

GB/T 37401 电子商务平台服务保障技术要求

GB/T 39570 电子商务交易产品图像展示要求

SB/T 11052 电子商务售后服务评价准则

ISO 22059 消费者保证/保障指南（Guidelines on consumer warranties/guarantees）

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

直播电商 live streaming commerce

通过互联网、应用程序、小程序等平台，以视频直播、音频直播、图文直播、短视频或多种直播相 结合等形式销售商品或者提供服务的经营活动。

直播电商平台 live streaming commerce platform

为直播电商提供服务的各类平台，包括互联网直播服务平台、互联网音视频服务平台、电子商务平 台等。

达人直播 influencer live streaming

达人利用个人账号，通过自带粉丝与流量在直播间售卖商品或服务的直播。

店铺直播 store live streaming

品牌通过建立店铺官方账号，通过店铺官方账号售卖店铺自营商品或服务的直播。

直播主体 legal entity of live streaming

即直播间运营者，在直播平台上注册直播账号或通过自建网站等其他网络服务，开设直播间从事直播经营相关活动的自然人、法人或其他组织。

注：直播主体可包括：直播平台、商家、直播营销人员、直销营销人员服务机构和其他组织等。

* 1. 商业模式

直播电商的商业模式可以分为达人直播模式与店铺直播模式。

达人直播模式，是由有影响力和专业知识的达人主播在其个人账户上进行的直播电商宣传及销售活动。

店铺直播模式，是由商家在其店铺账户上安排店铺主播进行的直播电商宣传和产品销售的活动。

* 1. 总体要求

直播电商经营者从事经营活动应坚持正确导向、诚实信用、公平竞争等原则，遵守法律法规、规章和商业道德、公序良俗，坚持正确导向，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，保障直播电商活动更加规范。

直播平台应制定和公开直播电商管理规则，并对直播过程进行监测，与社会各相关机构合作共同完善平台生态治理。

直播相关主体应严格履行直播电商法定职责义务，合法合规，不应有虚假或夸大宣传、虚假交易等不当行为。

直播相关主体应全面、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并应采取有效技术手段做好数据安全保护工作、个人信息保护工作等。

5.2 直播相关主体应树立商务诚信，维护公平竞争。抵制虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假，不进行虚假或者引人误解的商业宣传。

5.4 直播相关主体应自觉接受社会监督，具备完善的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。

* 1. 直播电商经营机制

直播平台通过实时直播技术，为达人和店铺提供直播场地。

达人主播自行选择供应商合作，并为供应商提供的商品进行直播销售宣传，在直播间进行产品销售并获得销售佣金。

店铺主播为自营店铺产品进行直播销售宣传，在直播间进行产品销售，获得商品销售收入，通过进销差价获利。

消费者通过直播平台软件观看直播并在直播间购买商品或服务。

* 1. 直播平台管理要求
     1. 平台资质与准入条件

直播平台应提供符合经营资质的证明文件， 内容包括但不限于：

——网站经营需要办理针对电商平台 ICP 和 EDI 小类“增值电信业务经营许可证”；

——自营直播平台需要办理 ICP（信息服务业务）许可证；

——第三方入驻需要办理 EDI（在线数据交易与处理）许可证；

——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，应依法获取《网络文化经营许可证》。

* + 1. 商家与主播入驻及退出

平台应建立直播电商商家和主播入驻的资质审核机制并公示。

平台应按照 GB/T 35409 规定，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。

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。对利用人工智能、数字视觉、虚拟现实、语音合成等技术展示的虚拟形象从事网络直播电商经营的，平台应对虚拟形象进行安全评估与备案。

平台应建立直播账号注销审核制度并对账号主体信息、直播记录、直播销售记录进行留存管理。

平台应严控未成年人注册账号参与直播，并制定相关的制度与规定。

* + 1. 直播管理

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：

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，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；

b) 配备与直播业务范围和服务规模相适应的专业人员；

c) 建立适应直播内容管理需要的技术监管措施；

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，保存时间不少于60日；

e) 建立问题上报机制，对不合规的内容及时向有关部门报告。

平台应建立健全直播奖惩制度，对涉及违法犯规的直播账号应根据其影响或危害程度进行暂停或封禁等处罚，并在平台官网进行公示。

平台应建立健全对达人直播的评分等级制度，消费者通过对达人直播间购买的商品评级，为主播的带货等级评级构成重要依据，并将达人主播的评分显示在直播画面中，为消费者提供参考和决策依据。

平台应建立健全公平竞争制度，包括但不限于制定公平的准入规则、建立透明的直播内容排名机制、对广告资源的投放进行公平分配、确保算法公正性评估、审查算法影响和保护用户数据隐私等措施，禁止算法歧视。

* 1. 直播间运营者要求
     1. 主播资质要求

店铺主播及达人主播资质要求应满足但不限于：

a) 具有完全民事行为能力；

b) 应配合平台提供真实有效的身份信息进行实名注册；

c) 对于需要较高专业水平（如财经金融、法律、教育）的直播内容，主播应取得相应执业资质， 并向直播营销平台进行执业资质报备；

d) 了解电子商务相关业务知识并掌握直播相关技能。

* + 1. 主播形象要求

店铺主播及达人主播直播形象要求包括但不限于：

a）主播直播时，衣着形象等不应违反社会公序良俗，仪容仪表宜反映其直播产品或服务的特性；

b）使用虚拟形象作为主播的，虚拟形象主播应与自然人主播或直播营销人员服务机构进行关联， 且虚拟主播形象应遵守肖像权和知识产权保护有关的国家法律法规，并且使用虚拟主播形象时需在直播间明显位置标明。

* + 1. 直播内容要求

直播间运营者对所售卖对商品或服务负责。店铺直播形式下，店铺账号拥有者对直播售卖的商品或服务负责；达人直播形式下，达人账号拥有者对商品宣传内容真实性负责，商品或服务供应商承担售后，主播有协助消费者维权的义务。

* 1. 售卖商品或服务要求
     1. 商品或服务质量管理

直播间提供的商品或者服务应符合相关法律法规对商品质量或服务和使用安全的要求，符合使用性能、宣称采用标准、允诺等，需要遵守以下要求：

a) 对商品的宣传与展示应符合 GB/T 35411 规定；

b) 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；

c) 直播前各直播间运营者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，所销售产品或者其包装上的标识必须真实，并根据国家有关规定规范标注，避免货不对板；

d) 落实核查商品销售资质、检测报告、商标注册证明等信息并做好台账：

e) 易因物流运输原因品质受损的食品、非标准化的食用类农产品，应制定严格的品质和售后标准，并通过显著方式告知消费者。

* + 1. 交易履行

直播间运营者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。

* + 1. 直播间售后保障

直播间运营者和供应商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) 直播间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，符合 ISO 22059 规定；

b) 直播间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；

c) 直播间所售商品或者提供的服务，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) 达人在直播时对其售卖商品或服务的售后工作，承担连带售后责任；

e) 直播间自觉接受社会监督，及时处理消费者咨询与投诉；

f) 直播间依法配合有关部门的监督检查，提供必要的资料和数据；

g) 直播间投诉处理应符合GB/T 17242规定。

* 1. 消费者权益保护和社会责任

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，对主播在直播期间作出的承诺，分清兑现义务承担主体。

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。

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。

平台作为公域流量的重要载体应建立积极履行相应社会责任，制定相应规则和机制保障公益性的信息发布、文化宣传以及服务国家重大战略的产业政策、扶贫助农等活动的流量分配。

* 1. 信息管理要求

平台应建立数据安全保护制度、个人信息保护制度等，并采用有效的管理和技术手段，履行数据安全保护义务、个人信息的保护义务等。

平台应以显著位置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。

平台应建立消费者个人及隐私保护相关机制，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。

平台应当加强网络直播营销信息内容管理，开展信息发布审核和实时巡查，发现违法和不良信息，应当立即采取处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

平台应配合相关执法部门依法实施的监督检查，并提供技术支持和协助。