|  |  |
| --- | --- |
| ICS  | 点击此处添加ICS号 |
| CCS  | 点击此处添加CCS号 |

|  |
| --- |
|  3301 |

浙江省杭州市地方标准

DB XX/T XXXX—XXXX

绿色直播间管理规范

点击此处添加标准名称的英文译名

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

       发布

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。

本文件由杭州市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

绿色直播间管理规范

* 1. 范围

本文件规定了绿色直播间的基本要求、直播间管理、保障措施、核准和退出等。

本文件适用于政府职能部门对绿色直播间的监督管理。

* 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 17242 投诉处理指南

GB/T 35411 电子商务平台产品信息展示要求

DB33/T 2042 电子商务平台交易产品信息发布基本要求

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

绿色直播间

是安全、诚信、文明的直播企业对外宣传发布广告而获利的网络空间，接受市场监管、商务、网信、公安等具有管理职能政府部门的监管。

* 1. 基本要求
		1. 管理机构

绿色直播间由管辖地所在县级以上（含县级）市场监管部门监管。

绿色直播间的申报和培育由辖区市场监管所负责。

绿色直播间的核准和退出由县级以上（含县级）市场监管、商务、网信、公安等部门组成的评审小组负责。

* + 1. 经营资质

绿色直播经营主体取得并公示相应的经营资质或行政许可。

绿色直播间所售商品的供货方或提供服务的服务商取得相应的经营资质或行政许可。

绿色直播间落实实名制，不得将注册账号转让或出借给他人使用。

绿色直播间存证保管视频直播文件。

MCN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。

根据实际开展的业务需要获取相应资质，包括但不限于：

1. 互联网食品销售许可备案证；
2. 出版物网络交易平台服务经营备案证；
3. 互联网药品信息服务资格证书；
4. 医疗器械网络交易服务第三方平台备案凭证；
5. 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，平台依法获取《网络文化经营许可证》《信息网络传播视听节目许可证》。
	* 1. 数字化治理平台

有条件的宜建立数字化治理平台，通过信息化管理、视频数据的存证、固证和数据的智能分析完成监管链条的闭环。

* 1. 直播间管理
		1. 平台管理
			1. 基本要求

平台包含电商平台、内容平台、社交平台等在内的网络平台，应依法经营，履行消费者权益保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务。

* + - 1. 规则和制度

应建立入驻主体服务协议与规则、建立商家和主播信用评价奖惩制度、商品和服务交易信息保存制度、消费者争议处理衔接、知识产权保护规则等。

* + - 1. 职责要求

平台需要遵守以下规范：

1. 严把网店准入关口；
2. 加强产品质量管控，不准违法违规商品入市；
3. 确保网络交易安全，不准侵害消费者个人信息；
4. 保障商家合法权益，不准滥用平台优势地位；
5. 公平公正有序竞争，不准破坏市场竞争生态；
6. 引导网络模式创新，不准变相从事网络违法；
7. 强化知识产权保护，不准为销售侵权商品提供便利；
8. 畅通消费维权渠道，不准侵消费者权益；
9. 主动接爱社会监督，不准回避平台主体责任；
10. 厉行节约绿色网购，不准宣导铺张浪费。

平台的工作职能包括但不限于：

1. 要求入驻商家、主播或有关机构提交真实身份或资质证明等信息，登记并建立档案；
2. 平台直播营销内容生态审核和内容安全治理；
3. 对主播的教育培训及管理；
4. 及时对违法、不良等营销信息的处置；
5. 依法配合有关部门的监督检查，提供必要的资料和数据；
6. 健全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. 商家管理

商家提供的商品或者服务应符合《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《食品安全法》等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。依法保障消费者合法权益，积极履行自身作出的承诺，依法提供退换货保障等售后服务。需要遵守包括但不限于以下要求：

1. 销售的商品或提供的服务应当符合法律及直播营销平台规定，在销售药品、医疗器械等特殊商品时，需要取得资质或者行政许可；
2. 对商品或者服务进行宣传时，要符合客观、真实、科学的原则，不得夸大、虚假宣传；
3. 在网络营销过程中，要自觉保障消费者的知情权、自主选择等合法权益。
4. 健全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. 主播管理
			1. 基本要求

主播在直播活动需要做到包括但不限于以下要求：

1. 严守法律底线；
2. 坚守正确价值导向；
3. 牢固树立规则意识；
4. 严格规范经营行为；
5. 保障消费者合法权益。
	* + 1. 行为规范

主播在直播活动中应遵守公序良俗原则，不得违反法律、法规和国家有关规定宣扬背离主流价值观的内容。直播时应做到包括但不限于以下几点要求：

1. 应口齿清楚、表达准确、肢体语言适当，以避免歧义；
2. 应举止得当，不得出现法律法规严令禁止的行为；
3. 应保持五官端正、形象良好。
	* + 1. 直播管理

不得对商品和服务进行虚假宣传，欺骗、误导消费者，应当履行做出的承诺以及商家的约定，保障和维护消费者合法权益。

有关直播数据应当真实，不得采取任何形式进行流量等数据造假，不得采取虚假购买和事后退货等方式骗取商家的佣金。

发布的商品、服务内容与商品、服务链接应当保持一致，且实时有效。

法律、法规规定需要明示的直接关系 消费者生命安全的重要消费信息，应当对用户进行必要、清晰的消费提示。

在直播电子商务活动中应依法满足消费者的知情权。

* + 1. MCN机构管理
			1. 基本要求

MCN机构应当建立健全内部管理制度，包括与主播的签约合同制度，对主播的管理制度，对主播的培训制度等。规范直播营销人员招募、培训、管理流程，明确直播营销信息内容生产、发布、审核责任。

* + - 1. 内容审核

MCN机构对签约主播的内容发布进行事前规范、事中审核、违规行为事后及时处置。

* + - 1. 行为管理

MCN机构应当规范经营，不得出现包括但不限于以下违法或违规行为：

1. 未恰当履行与主播、平台等的合作协议，造成恶劣影响；
2. 数据造假或作弊；
3. 侵犯他人权益、泄露他人信息；
4. 获取不正当利益；
5. 违背承诺，如承诺参与平台活动、未经许可擅自退出等；
6. 冒用平台名义发布信息；
7. 直播业务中，实际主播与机构提交的主播账户身份信息不符；
8. 扰乱直播经营秩序等。
	1. 保障措施
		1. 商品质量

绿色直播间所售商品不掺杂、掺假,不以假充真、以次充好,不以不合格产品冒充合格产品。

绿色直播间不销售“三无”产品和侵犯他人知识产权商品。

绿色直播间所售商品或者提供的服务合法有效，符合相关法律法规对商品质量和使用安全的要求。

绿色直播间所售商品或者提供的服务要提供真实、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。

绿色直播间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。

不通过网络直播销售法律、法规规定禁止生产、销售的商品或服务。

绿色直播间对商品的宣传与展示应符合GB/T 35411、DB33/T 2042的规定。

* + 1. 售后服务

绿色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。

绿色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

绿色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。

绿色直播间对非自营商品的售后工作，承担连带售后责任。

绿色直播间自觉接受社会监督，及时处理消费者咨询与投诉。

绿色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。

绿色直播间投诉处理应符合GB/T 17242的规定。

* + 1. 数字化监管

数字化监管平台实现直播电商的数字治理和科学监管，将监控重点直播间的视频文件保存三个月，监管平台由以下模块构成：

1. 信息化管理模块，实现政府相关部门对直播电商的信息化管理；
2. 视频数据的存证、固证模块，包括直播视频数据的采集、汇聚、数据的上云、调用、数据区块链存证、固证等；
3. 智能分析模块，建立违法行为关键词库、启动后台数据模型智能分析系统，在录播过程中，自动筛查识别违法线索并进行标记；
4. 案件线索的移送模块，通过平台与市场监管、公检法司等监管部门连接，实现案件线索的移送功能，并将处理结果反馈至平台，实现监管链条的闭环。

数字化平台监管范围包括但不限于：

1. 身份违规；
2. 货不对板；
3. 夸大宣传；
4. 售假卖假；
5. 刷单诱购；
6. 宣传低俗；
7. 其他在直播销售的商品质量和退换货的问题。
	1. 核准和退出

申请创绿色直播间必须具备下列条件：

1. 拥护浙江省网商协会的章程；
2. 有创建绿色直播间的意愿；
3. 直播间粉丝量达到1万及以上，上年度营销总额达到1千万元。

由相关主管部门组成评审小组负责绿色直播间星级评审工作，评审结果报上级主管部门审定。

评审小组根据直播间的粉丝数量、经营行为规范、直播商品质量、售后服务、举报投诉情况等进行综合评价，形成评审结果如表1所示，具体评审内容见附录A。

1. 等级划分表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 星级 | 一星级 | 二星级 | 三星级 | 四星级 | 五星级 |
| 分值（分） | 75-79 | 80-84 | 85-89 | 90-94 | ≧95 |

星级评定采取一年一评，达到升星标准和分值的予以升级，达不到相应标准和最低分值的予以降级。首次星级评定直接对照评定标准进行综合评分，且不超过三星级；年度复评采取日常检查与季度检查相结合的形式进行综合评分。

评审小组于每年3月、6月、9月、12月对辖区内绿色直播间进行季度检查。通过实地查看、视频回放、查阅交易记录、抽检商品、回访消费者等形式进行评分，评分标准见附录A。

绿色直播间出现以下情况之一，未评星级的取消绿色直播间称号，已评星级的降星处理：

1. 发布虚假信息，欺骗、误导用户；
2. 虚构或者篡改关注度、浏览量、点赞量、交易量等数据流量造假；
3. 知道或应当知道他人存在违法违规或高风险行为，仍为其推广、引流；
4. 侮辱、诽谤、骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益；
5. 可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等；
6. 涉嫌传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等；
7. 其他违反国家法律法规和有关规定的行为。

获得“绿色直播间”称号的，有权在其注册的直播间内使用“绿色直播间”字样和图形标识。

根据评审的结果，制定改进方案。

1.
2. （资料性）
评分表

绿色直播间的评审内容见表A.1。

* 1. 评分表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 内容 | 依据 | 处置要求 | 结论 |
| 基本要求（一票否决） | 直播间主体应提供有效营业执照等资质证书，特殊商品应当依法取得相应的经营资质和行政许可。 | 审查直播间主体提供的资料。 | 不符合的，取消评价资格。 |  |
| 可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等。 | 由评审小组实地查看、视频回放审核。 | 一经发现不予评定。 |  |
| 宣传黄、赌、毒及血腥暴力等内容。 | 由评审小组实地查看、视频回放审核。 | 一经发现不予评定。 |  |
| 含有国家法律法规所不允许的内容。 | 由评审小组实地查看、视频回放审核。 | 一经发现不予评定。 |  |
| 分组指标 | 评分项说明 | 分值 | 得分 |
| 粉丝数量（10分） | ≥10000人，≤50000人； | 7 |  |
| >50000人，≤100000人； | 8 |  |
| >100000人，≤500000人； | 9 |  |
| >500000人。 | 10 |  |
| 经营行为规范（50分） | 建立、健全和执行平台规则和奖惩制度，包括但不限于：入驻主体服务协议与规则、建立商家和主播信用评价奖惩制度、商品服务交易信息保存制度、消费者争议处理徇衔接机制、知识产权保护规则等。 | 2 |  |
| 建立健全与电子商务业务发展相匹配的资质规范、商品或者服务推广内容规范与审查监控，以及消费保障与规范等制度，加强和完善推广内容生态治理。 | 2 |  |
| 建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施。 | 2 |  |
| 制定并公开网络直播营销管理规则、平台公约。 | 2 |  |
| 直播间运营者、直播营销人员与直播营销人员服务机构开展商业合作的，应当与直播营销人员服务机构签订书面协议，明确信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护等义务并督促履行。 | 2 |  |
| 应按照合作协议与平台规则，对直播内容进行事前规范、事中审核、违规行为事后及时处置。 | 2 |  |
| 应建立健全与主播的合同签约、管理、培训以及内部管理制度。 | 2 |  |
| 遵守法律规范和平台规则要求的入驻规则，进行实人认证。 | 2 |  |
| 商品交易真实，不采取任何形式进行流量等数据造假，不采取虚假购买和事后退货等方式骗取商家的佣金。 | 2 |  |
| 不得捏造或散布涨价信息、利用虚假的或者使人误解的价格手段诱骗消费者进行交易。 | 2 |  |
| 不得发布虚假信息，欺骗、误导用户。 | 2 |  |
| 不得虚构或者篡改关注度、浏览量、点赞量、交易量等数据流量造假。 | 2 |  |
| 开展促销活动，真实准确，清晰醒目标示活动信息。 | 2 |  |
| 不得出现未恰当履行与主播、平台等的合作协议、数据造假或作弊、侵犯他人权益、泄露他人信息等违法行为。 | 2 |  |
| 依法履行电子商务经营者的义务与责任，遵守法律规范和平台入驻规则、直播商品规范、行为规范。 | 2 |  |
| 举止语言文明礼貌，不宣扬背离主流价值观的内容。 | 2 |  |
| 应保持五官端正、形象良好和适度包装。 | 2 |  |
| 应举止得当，不得带有低俗趣味、荒诞惊悚、影响社会和谐、进行侵害或涉嫌侵害他人合法权益。 | 2 |  |
| 在知道或应当知道他人存在违法违规或高风险的行为，不得为其推广、引流。 | 2 |  |
| 不得发生侮辱、诽谤、骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益的行为。 | 2 |  |
| 不得以删除、屏蔽相关不利评论、弹幕等方式欺骗、误导用户。 | 2 |  |
| 不得出现侵犯他人权益、泄露他人信息、贬低其他生产经营者的商品或者服务等行为。 | 2 |  |
| 不得将注册账号转让或出借给他人使用。 | 2 |  |
| 未开展宗教迷信相关的内容。 | 2 |  |
| 不得以任何形式导流用户私下交易，或者从事其他谋取非法利益的行为。 | 2 |  |
| 商品质量（20分） | 所售商品不掺杂、掺假,不以假充真、以次充好,不以不合格产品冒充合格产品。 | 3 |  |
| 不得销售“三无”产品和侵犯他人知识产权商品。 | 3 |  |
| 法律、法规规定需要明示的直接关系消费者生命安全的重要消费信息，对用户进行必要、清晰的消费提示。 | 2 |  |
| 所售商品或者提供的服务合法有效，符合相关法律法规对商品质量和使用安全的要求。 | 2 |  |
| 所售商品或者提供的服务要提供真实、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。 | 2 |  |
| 核查商品销售资质、检测报告等信息并做好台账。 | 2 |  |
| 不得发布未经平台准入的商品。 | 2 |  |
| 应确保出售的商品或服务在合理期限内可以正常使用，具备其应具备的使用性能、符合包装说明上注明采用的标准等。 | 2 |  |
| 发布的商品、服务内容与商品、服务链接应当保持一致，且实时有效。 | 2 |  |
| 售后服务（10分） | 履行交易承诺和七天无理由退货等消费者保障义务。 | 3 |  |
| 在直播活动中做出的承诺，遵循法律法规和平台规则，符合其与商家的约定，保障消费者合法权益。 | 2 |  |
| 应建立并明示售后服务制度，明确平台、商家、主播及消费者各自的责任、权利和义务。 | 2 |  |
| 应明示符合法律规定的适用或不适用无理由退货的商品类别，并说明相关退货流程。 | 3 |  |
| 举报投拆（10分） | 建立健全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。 | 4 |  |
| 应建立多种消费者投诉渠道，包括但不限于电话投诉、在线投诉、电子邮件等。 | 3 |  |
| 应建立投拆反馈机制，在接到投拆后的24小时内将投诉解决方案反馈给消费者。 | 3 |  |
| 总计 |  |

