

# DB3212

## 泰州市地方标准

DB3212/T 1127-2023

### 直播带货经营行为规范

Standard of conduct of webcast with goods

2023—05—22 发布

2023—05—22 实施

泰州市市场监督管理局 发布



## 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。

本文件由泰州市市场监督管理局提出。

本文件由泰州市市场监督管理局归口。

本文件起草单位：泰州市市场监督管理局、泰州市标准化院。

本文件主要起草人：陶勇、曹士成、陈蓝生、李晨阳。



# 直播带货经营行为规范

## 1 范围

本文件规定了直播带货经营行为的术语和定义、经营资质、身份识别、经营责任、经营行为、直播主播管理、持续改进等内容。

本文件适用于直播运营主体经营行为的规范管理。

## 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 35411 电子商务平台产品信息展示要求

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**直播带货** *webcast with goods*

依托信息网络，通过互联网站、社交平台、应用程序、手机 APP 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进行商品或服务线上展示、咨询答疑、导购销售的新型服务方式。

### 3.2

**直播营销平台** *webcast marketing platform*

在网络直播营销中提供直播服务的各类平台，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。

### 3.3

**直播营销人员服务机构** *webcast marketing personnel service agencies*

为直播销售员从事网络直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构，一般称为 Multi-Channel Network (MCN) 机构。

### 3.4

**直播经营主体** *webcast business entities*

从事网络直播营销活动的企业法人、其他经济组织或个人，包括自主品牌厂家、商家、平台、MCN 机构、主播等。

### 3.5

**直播带货经营行为** *webcast with goods business behavior*

直播带货经营主体采用直播方式开展商品或服务宣传、展示、体验、咨询、答疑、导购销售等活动的行为。

## 4 经营资质

4.1 直播经营主体应依法办理市场主体登记，法律法规规定不需要办理市场主体登记情形的除外。直播营销平台应符合 GB/T 31524 的要求。

4.2 直播经营主体根据实际开展的业务应获取并公示相应资质或行政许可，包括但不限于以下内容：

a) 增值电信业务经营许可证；

- b) 食品经营许可或者备案凭证;
- c) 出版物网络交易平台服务经营备案凭证;
- d) 互联网药品信息服务资格证书;
- e) 医疗器械网络交易服务第三方平台备案凭证;
- f) 在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、信息网络传播视听节目许可证。

4.3 直播营销平台应存证保管视频直播文件,直播营销平台应为有关部门依法调查、侦查活动提供技术支持和协助。

4.4 MCN 机构应按照直播营销平台规则与直播责任主体签订协议,明确各方权利义务。

4.5 直播经营主体在直播营销平台开展经营活动,应向直播营销平台提交其姓名、地址、有效身份证明、有效联系方式等真实身份信息。

## 5 身份识别

5.1 直播经营主体应在其直播间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、不需要办理市场主体登记情形信息等内容,或信息的链接标识。信息发生变更的,直播经营主体应及时更新公示信息。

5.2 直播经营主体使用其他人肖像作为虚拟形象从事网络直播营销活动的,应征得肖像权人同意,不应利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。对自然人声音的保护,参照适用。

5.3 直播经营主体自行终止从事电子商务的,应提前 30 日在其直播间显著位置持续公示有关信息。

## 6 经营责任

6.1 直播经营主体应对直播营销人员账号名称、头像、简介、标题、封面、布景、道具、商品展示、直播营销人员着装形象和其他易引起用户关注的重点环节加强管理。不应含有违法和不良信息,不应以暗示等方式误导用户。

6.2 直播经营主体销售的商品或者提供的服务应符合保障人身、财产安全和环境保护要求。直播营销平台应以显著方式警示用户平台外私下交易等行为的风险。

6.3 直播经营主体应对语音、视频连线、评论、弹幕等互动内容进行实时管理,不应以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导用户。消费者通过直播间内链接、二维码等方式跳转到其他直播营销平台购买商品或者接受服务,发生争议时,相关直播营销平台应积极协助消费者维护合法权益,提供必要的证据支持。

6.4 直播经营主体应对商品和服务供应商的身份、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。直播营销平台应提示直播间运营者依法办理市场主体登记,如实申报收入,依法履行纳税义务。直播营销平台及直播营销人员服务机构应当依法履行代扣代缴义务。

6.5 直播经营主体应建立并执行进货查验制度,验明产品合格证明和其他标识,不应存在下列行为:

- a) 销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效、变质的产品;
- b) 伪造产地或者冒用他人的厂名、厂址;
- c) 伪造或者冒用认证标志等质量标志;
- d) 掺杂、掺假,不应以假充真、以次充好,不应以不合格产品冒充合格产品;
- e) 销售法律法规等明确禁止销售的药品或禁止通过网络零售的药品。

## 7 经营行为

### 7.1 公平竞争

直播经营主体在直播中不应存在以下经营行为:

- a) 擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识;
- b) 擅自使用他人有一定影响的企业名称(包括简称、字号等)、社会组织名称(包括简称等)、姓名(包括笔名、艺名、译名等);

- c) 擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；
- d) 对商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作出虚假或者引人误解的商业宣传；
- e) 以虚构交易、删除不利评价等形式为自己或者他人提升商业信誉；
- f) 以交易达成后违背事实的恶意评价损害对手的商业信誉；
- g) 利用虚假的或者使人误解的价格手段诱骗交易；
- h) 有奖销售所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等信息不明确；采用欺骗方式进行有奖销售；抽奖的最高奖金额超过五万元。

## 7.2 商标合规

直播经营主体在商标使用中不应出现以下行为：

- a) 侵犯他人注册商标专用权。
- b) 将“驰名商标”字样用于商业活动。

## 7.3 广告合规

7.3.1 直播经营主体发布的直播内容构成商业广告的，应履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的责任和义务。

7.3.2 直播经营主体未经审查不应发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告以及其他依法依规应当进行审查的广告，应严格按照审查内容发布广告。

7.3.3 直播经营主体在广告中使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应真实、准确，并表明出处，引证内容应明确表示适用范围和有效期限。

7.3.4 直播经营主体在广告中的用语应准确、清楚、明白，包括赠品商品和服务。

7.3.5 直播经营主体在广告中涉及专利产品或者专利方法的，应标明专利号和专利种类。

## 7.4 合同合规

7.4.1 直播经营主体应按照承诺或者与消费者约定的方式、时限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，消费者另行选择快递物流服务提供者的除外。

7.4.2 直播经营主体应在格式合同中写明与消费者有重大利害关系的条款。

7.4.3 直播经营主体不应在格式合同中做出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任的规定。

7.4.4 直播经营主体不应利用合同格式条款并借助各类技术手段强制交易、诱导交易。

## 7.5 保障消费者权益

7.5.1 直播经营主体应全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。

7.5.2 直播经营主体根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的，不应同时向该消费者提供针对其个人特征的选项。

7.5.3 直播经营主体搭售商品或者服务，应以显著方式提醒消费者注意，不应将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。

7.5.4 直播经营主体按照约定向消费者收取押金的，应明示押金退还的方式、程序，不应将押金退还设置不合理条件。消费者申请退还押金，符合押金退还条件的，直播经营主体应及时退还。

7.5.5 直播经营主体应向消费者提供经营地址、联系方式、商品服务数量和质量、价款或者费用、履行期限或者方式、支付形式、退换货方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息，并履行承诺。

7.5.6 直播经营主体不应将商品和服务不合理拆分出售，不应确定最低消费标准或者另行收取不合理的费用。

7.5.7 直播经营主体应履行七日无理由退货义务，法律法规规定不适用七日无理由退货的情形除外。

7.5.8 直播经营主体售卖的商品适用七日无理由退货的,应在收到退货通知后及时向消费者提供真实、准确的联系信息。消费者退回商品完好的,应在收到退回商品之日起七日内向消费者返还已支付的商品价款。对不适用七日无理由退货的商品,应在直播时进行明确标注,或者在商品销售必经流程中设置显著确认标识。

7.5.9 直播经营主体销售商品或者提供服务应依法出具纸质发票、电子发票、服务单据等购货凭证。

7.5.10 直播经营主体不应非法收集、出卖、泄露、篡改、毁损消费者个人信息。

7.5.11 直播经营主体提供商品或者服务有欺诈行为的,应赔偿消费者受到的损失。

7.5.12 直播经营主体不应拒绝或者拖延执行有关行政部门责令对缺陷商品或者服务采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止服务的措施,不应故意拖延或者无理拒绝消费者提出的更换、退货、补足商品数量、退还货款、赔偿经济损失等合法要求。

## 7.6 商品质量

直播经营主体应对销售商品加强质量管理,包括但不限于以下内容:

- a) 确保直播售货商品的质量、使用安全和使用性能等应符合明示要求,符合宣称采用标准等;
- b) 确保直播售货全流程关键信息数据的连续性;
- c) 由可评价、可量化的指标来支持商品质量管控措施;
- 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) 直播售货商品宜简易包装;
- f) 对商品的宣传与展示应符合 GB/T 35411 的规定。

## 8 直播主播管理

### 8.1 资质

直播主播应具备以下条件:

- a) 年满十六周岁,遵守中华人民共和国法律法规,无犯罪记录,无违法违纪行为;
- b) 了解与直播带货相关的基本知识,掌握一定的专业技能,具备职业道德;
- c) 曾有过违背社会公序良俗行为的人员,禁止任何形式的直播带货行为;
- d) 十六周岁以下未成年人不应单独出境,合作出境的情况下,不应出现直播带货行为;十六周岁以上的未成年人经监护人同意,可担任直播主播;
- e) 如使用人工智能、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营销的,应按照有关规定进行安全评估,应以显著方式在直播时明示其形象、声音等均为虚拟或者技术合成。

### 8.2 着装规范

直播主播着装不应出现以下装扮:

- a) 穿着带有国旗、国徽元素的服饰;
- b) 穿着现役或者非现役的军警服饰;
- c) 女性主播上衣领口低于锁骨十公分,胸部、腰部、背部裸露面积超过整体三分之一,腿部裙装、裤装高于膝盖十公分,穿着拖鞋;
- d) 男性主播上身无着装,下身穿着高于膝盖短裤,穿着拖鞋;
- e) 穿着诱惑性制服、透视装、肤色紧身打底衣裤等不雅服装;
- f) 衣衫不整、走光,或故意裸露内衣裤、内衣肩带,或裹浴巾;
- g) 在身体各部位画低俗图像,写低俗色情文字、裸露不良纹身等;
- h) 各直播营销平台规定的其他不雅着装。

### 8.3 行为规范

#### 8.3.1 直播主播行为规范包括但不限于以下内容:

- a) 主播提供真实有效的个人身份、联系方式等信息,信息若有变动,及时更新并告知;



- b) 主播入驻直播营销平台进行实名认证，前端呈现采用符合法律法规及平台要求的昵称、头像、背景页面、简介和视频封面等内容；
- c) 主播口播的商品、服务内容与直播间商品、服务链接保持一致，且实时有效。
- d) 主播应就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；
- e) 主播在直播活动中，应保证直播间消费者观看端展示的全部信息真实、合法，不应对商品和服务进行虚假宣传，欺骗、误导消费者；
- f) 主播在直播活动中做出的承诺，应遵循直播营销平台规则，符合其与商家的约定，保障消费者合法权益。

#### 8.3.2 主播在直播中不应使用下列用语：

- a) 使用损害国家形象、国家领导人、政治立场不正确的用语；
- b) 使用破坏国家宗教政策、宣扬邪教和封建迷信的用语；
- c) 使用损害泰州地方形象或者不当地域形象的用语；
- d) 使用限定市场交易、达成不正当垄断协议、设定不合理条件等用语；
- e) 使用过度承诺、欺骗和高风险诱导用语；
- f) 使用虚假宣传、令人误解的用语；
- g) 使用谋取非法利益的用语；
- h) 使用带有低俗趣味的用语；
- i) 使用荒诞惊悚、影响社会和谐的用语；
- j) 使用违反法律严令禁止及损害其他经营者或者消费者合法权益的用语；
- k) 使用国家规定的 27 种保健功效宣传用语（非保健品不可宣传）；
- l) 使用诋毁他人或恶意对比用语；
- m) 使用色情、暴力、辱骂等不文明用语；
- n) 使用种族、性别歧视等用语；
- o) 使用迷信噱头类用语；
- p) 使用各直播平台禁用词；
- q) 使用法律法规规定禁止的其他用语。

## 9 持续改进

9.1 直播带货经营行为应自觉接受社会和媒体广泛监督，建立电话投诉、网上投诉等投诉渠道与意见反馈机制，及时受理并反馈处理结果。

9.2 直播营销平台、直播经营主体应根据投诉意见，制定改进方案，抓好落实，促进直播带货经营健康发展。

参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国电子商务法》
  - [2] 《中华人民共和国广告法》
  - [3] 《中华人民共和国消费者权益保护法》
  - [4] 《中华人民共和国网络安全法》
  - [5] 《网络直播营销管理办法（试行）》
  - [6] 《网络交易管理办法》
  - [7] 《网络食品安全违法行为查处办法》
  - [8] 《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》
  - [9] 《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》
  - [10] 《医疗器械网络销售监督管理办法》
  - [11] 《互联网药品信息服务管理办法》
-