



团 体 标 准

T/CFIS 00XX—202X

网络主播信用评价指标体系

Index system for credit assessment of live streamer

（征求意见稿）

202X-0X-XX 发布

202X-0X-XX 实施

中国网络社会组织联合会 发



版权保护文件

版权所有归属于该标准的发布机构。除非有其他规定，否则未经许可，此发行物及其章节不得以其他形式或任何手段进行复制、再版或使用，包括电子版，影印件，或发布在互联网及内部网络等。使用许可可于发布机构获取。

目 次

前 言	III
引 言	IV
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 指标体系	2
6 评价方法	6
7 评价程序	7
附 录 A（资料性） 正面信息内容	10
附 录 B（资料性） 负面信息内容	12
附 录 C（规范性） 重大失信事件报道	15
附 录 D（资料性） 违法违规信息内容	16
参 考 文 献	18

前 言

本文件按照GB/T1.1—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》给出的规则起草。

本文件由中国经济信息社提出，中国网络社会组织联合会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：



引 言

网络直播以其内容和形式的直观性、即时性和互动性，在促进经济社会发展、丰富人民群众精神文化生活等方面发挥了重要作用。随着移动互联网新技术新应用的迭代升级，网络直播行业进入了快速发展期，其媒体属性、社交属性、商业属性、娱乐属性日益凸显，深刻影响网络生态。近年来，主管部门针对群众反映强烈的突出问题，推动出台一系列法律法规，集中开展专项治理行动，网络生态得到明显改善。与此同时，也要清醒看到，网络直播行业仍存在主播主体责任缺失、内容生态不良、素质良莠不齐、充值打赏失范、商业营销混乱、侵害青少年权益等问题，严重制约网络直播行业健康发展，给意识形态安全、社会公共利益和公民合法权益带来挑战。中共中央办公厅 国务院办公厅印发的《关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见》明确指出，加强各类主体信用建设，完善信用标准体系，加强信用服务市场监管和行业自律，促进有序竞争，提升行业诚信水平。

网络主播信用评价指标体系目的在于“以评促建，以评促优”，引导和促进网络直播主体依法履行主体责任，践行社会主义核心价值观，倡导行业加强网络文明建设，促进网络直播行业健康有序发展，营造良好的网络社会环境。

网络主播信用评价指标体系

1 范围

本文件界定了网络主播信用评价的关键术语，规定了评价的基本要求、指标体系，给出了评价方法和评价程序。

本文件适用于网络直播平台对网络主播、直播间运营者的信用评价，相关行业组织和第三方机构对网络主播、直播间运营者的信用评价可参照使用。

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。

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

网络主播 live streamer

网络直播发布者

在**网络直播**（3.3）中与用户直接互动交流的人员。

3.2

信用评价 credit assessment

对**网络主播**（3.1）在某一时期的**信用**（3.4）状况进行记录、分析和评估，并用特定符号标明其信用状况的活动。

[来源：GB/T 22119-2017，3.2，有修改]

3.3

网络直播 live streaming

互联网直播

基于互联网，以视频、音频、图文等形式向公众持续发布实时信息的活动。

注：引自《互联网直播服务管理规定》。

3.4

信用 credit

个人或**组织**（3.7）履行承诺的意愿和能力。

[来源：GB/T 22117-2018，2.1]

3.5

评价主体 assessment subject

开展**网络主播**（3.1）**信用评价**（3.2）的**组织**（3.7）。

3.6

信用主体 **subject of credit**

参与信用活动的个人或**组织**（3.7）。

[来源：GB/T 22117-2018，2.4]

3.7

组织 **organization**

对责任、权限和关系做出安排并有明确目标，由人与设施结合而成的实体或团体。

[来源：GB/T 36000—2015，3.22]

3.8

直播间运营者 **operator of live-streaming room**

在直播平台上注册账号，开设直播间从事网络直播活动的法人和其他组织。

3.9

职业信用信息 **occupational credit information**

网络主播（3.1）在履行**网络直播**（3.3）行为过程中表现出来的关于职业道德、职业技能和各方面综合素质、能力信息。

3.10

公共信用信息 **public credit information**

依法行使公共职能的部门履职过程产生的有关各类市场主体的信用信息。

注：依法行使公共职能的部门包括行政机关、司法机关以及依法行使公共管理（服务）职能的企、事业单位和社会组织。

[来源：GB/T 22117-2018，2.24]

4 基本要求

4.1 评价主体应具有开展信用评价相关的资源和能力，包括但不限于评价人员、评价工具，以及评价数据的采集、处理、使用、保存、追溯与安全。

4.2 评价主体应建立信用信息档案管理制度或信息保存制度，确保评价数据的有效保存。

4.3 评价主体应建立信用信息安全保密制度，确保评价数据的采集、使用、保存过程中不被泄露、滥用、错用、篡改。

4.4 评价主体应建立相关制度，强化评价人员合规意识、职业道德、职业行为规范。

4.5 评价主体宜每季度开展一次信用评价，并按照以下原则开展评价：

——客观性：评价数据可核实验证。

——公正性：评价人员与信用主体无利益关系。

——公开性：评价方法依法依规进行公示。

——规范性：评价过程、评价数据可追溯。

4.6 评价主体应建立动态监测机制，当信用主体出现违法违规情况时，评价主体应对信用主体的直播账号，依法依规采取警示提醒、责令限期改正、限制账号功能、暂停账号使用、永久关闭账号、禁止重新注册等处置措施，保存有关记录并按要求及时向有关部门报告。当处置措施为暂停账号使用、永久关闭账号、禁止重新注册时，该评价期内信用主体信用分按0分计。

5 指标体系

5.1 指标设置

5.1.1 导向性原则，即评价指标以正向激励为主。

5.1.2 科学性原则，即评价指标不重复、不交叉、相互协调。

5.1.3 代表性原则，即评价指标可以反映信用主体的整体状况。

5.1.4 可行性原则，即评价指标简单易懂，评价数据易于采集、应用。

5.2 指标体系概述

网络主播信用评价指标包括网络主播、直播间运营者2类信用主体的信用评价，各下设5个一级指标，见图1。

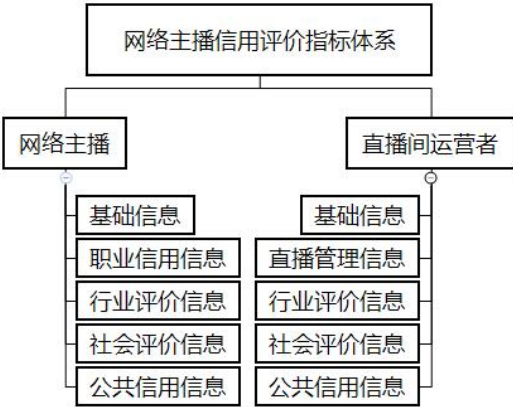


图 1 网络主播信用评价指标体系框架

自然人虚拟主播信用评价可参照网络主播的信用评价，数字人虚拟主播信用评价可参照直播间运营者的信用评价。

网络主播信用、直播间运营者信用评价指标分为3级，评价主体可根据网络直播分类特征，以及数据采集情况，按照5.1的指标设置原则，在三级指标下细化设置四级评价指标。

5.3 网络主播信用评价指标

网络主播信用评价指标及评价内容见表1，无特别说明时，评价内容为网络主播在评价期内的情况。

表 1 网络主播信用评价指标

指标代号	一级指标	二级指标	三级指标	性质	评价内容
A1	基础信息 (20分)	注册信息	身份信息（3分）	加分	网络主播身份信息真实有效并在平台实名注册，年龄未满16周岁的，提供父母或者其他监护人同意情况的证明。
A2			属地信息（3分）	加分	网络主播提供长期居住地或开展直播活动所在地省、自治区、直辖市。
A3			联系方式（4分）	加分	网络主播联系方式等信息真实有效。
A4		直播账号	账号信息（5分）	加分	直播账号名称、头像、简介等信息合规，没有违反有关规定及公序良俗的情形。
A5			直播间信息（5分）	加分	直播间标题、封面不含有违法和不良信息，没有以暗示等方式误导用户、违反公序良俗的情形。
A6	职业信用信息 (200分)	职业能力	特殊领域资质（20分）	加分	直播内容涉及相关政策法规有准入许可要求的领域，网络主播具备相应的资格或许可证书。
A7			业务经验（20分）	加分	网络主播具有与直播信息相符的专业资质，如职业资格、技术职称证书。
A8			禁播情况（50分）	减分	网络主播累计禁播总时长或次数。
A9			专业培训（20分）	加分	网络主播参加直播专业知识、技能培训情况。
A10		信用承诺	信用承诺（15分）	加分	网络主播主动公示承诺情况。
A11		直播行为	直播场地（15分）	加分	未在涉及国家安全、公共安全、影响他人及社会正常生产生活秩序的场所从事网络直播活动。
A12			着装（10分）	加分	网络主播着装没有违规穿着国家公务人员着装情形，没有违规使用军徽、警徽、国徽、党徽、

指标 代号	一级 指标	二级指标	三级指标	性质	评价内容
					国旗、军装、军装迷彩，没有违反公序良俗的情形。
A13			言行（10分）	加分	网络主播语言、行为的文明情况，如语言低俗粗俗，聚众直播、搭讪直播，以及恶俗PK惩罚，直播内容剧情演绎、审丑扮丑等行为。
A14			消费者保护（10分）	加分	直播中没有诱导用户打赏和购买商品的行为；网络主播有消费提示、保护警示、安全处理方法提示、潜在危险说明等消费者保护情况。
A15			正当公平（10分）	加分	直播中没有违反公平竞争、网络侵权假冒、刷单炒信，以及损害他人声誉和信誉等行为；没有通过虚假营销、自我打赏等方式吸引流量。
A16			个人隐私（10分）	加分	直播中没有透露他人隐私情形，包括但不限于他人姓名、出生日期、身份证件号码、个人生物识别信息、住址、电话号码等以电子或者其他方式记录的与已识别或者可识别的自然人有关的个人信息，已公开的个人信息除外。
A17			未成年人保护（10分）	加分	直播中没有诱导无民事行为能力打赏、消费行为、影响未成年人身心健康的情况。
A18		直播内容	正面信息（50分）	加分	直播中有坚持主流价值导向，唱响主旋律、传播正能量，弘扬社会主义先进文化、展示奋发昂扬精神面貌等高质量信息内容，参见附录A。
A19			负面信息（50分）	减分	直播中有违背公序良俗或不宜公开讨论的话题等信息内容，参见附录B。
A20	行业 评价 信息 （40 分）	行业表彰	行业表彰（40分）	加分	行业活动、行业社会组织对网络主播进行表彰、表扬的情形。
A21		行业惩戒	行业惩戒（40分）	减分	行业协会对网络主播进行通报批评、自律性惩戒等情形
A22	社会 评价 信息 （40 分）	媒体报道	正面报道（20分）	加分	具备原创资质的中央和地方重点新闻媒体对网络主播的正面报道。
A23			负面报道（20分）	减分	中央和地方重点新闻媒体网站对网络主播的重大失信事件报道，见附录C。
A24		第三方评价	第三方评价（20分）	加分	政府部门授权或受平台委托有相关资质的第三方机构对网络主播的评价情况。
A25	公共 信用 信息 （10 0分）	行政激励	行政奖励（25分）	加分	单个有关政府部门对网络主播的奖励情况。
A26			联合激励（25分）	加分	相关政府部门对网络主播的联合激励情况。
A27		行政惩戒	行政处罚（30分）	减分	有关政府部门对网络主播的行政处罚情况，包括但不限于相关网信部门、广播电视部门、文化执法、扫黄打非部门、公安部门等作出的行政处罚。
A28			行政强制（30分）	减分	有关政府部门对网络主播的行政强制情况，包括但不限于相关网信部门、广播电视部门、文化执法、扫黄打非部门、公安部门等作出的行政强制。
A29		司法失信	司法失信（60分）	减分	网络主播被人民法院列入失信被执行人情况。
A30		公益事业	公益活动（50分）	加分	网络主播参与公益活动情况，包括但不限于：有民政部门在册的社会志愿团体加盖公章、相应系统在册、权威平台公示的志愿服务、公益服务；民政系统或相关机构认证的慈善捐款；参加全国性、地方性公益活动；利用直播平台或自身影响力助力公益事业。

5.4 直播间运营者信用评价指标

直播间运营者信用评价指标及评价内容见表2，无特别说明时，评价内容为直播间运营者在评价期内的情况。

表 2 直播间运营者信用评价指标

代号	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	评价内容
A1	基础信息 (20分)	注册信息	身份信息(3分)	加分	直播间运营者营业执照、统一社会信用代码等真实有效，并进行了公示。
A2			属地信息(3分)	加分	直播间运营者提供了实际经营地或开展直播活动所在地(省、自治区、直辖市)。
A3			联系方式(4分)	加分	直播间运营者地址、联系方式等信息真实有效情况。
A4		直播账号	账号信息(5分)	加分	直播账号名称、头像、简介等信息合规，账号名称和运营主体业务相匹配，没有违反有关规定及公序良俗、或侵犯他人权利的情形。
A5			直播间信息(5分)	加分	直播间标题、封面不含有违法和不良信息，没有以暗示等方式误导用户、违反公序良俗的情形。
A6	直播管理信息 (20分)	资质管理	特殊领域资质(20分)	加分	具有与直播内容相符的领域资质，如销售药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品等特殊商品销售资格或行政许可证书。
A7		环境管理	直播场地(15分)	加分	未在涉及国家安全、公共安全、影响他人及社会正常生产生活秩序的场所从事网络直播活动。
A8		人员管理	网络主播管理(15分)	加分	网络主播参加职业培训、职业信用情况。
A9			后台人员管理(15分)	加分	直播相关人员参加职业培训情况。
A10		信用管理	信用承诺(15分)	加分	直播间主动公示信用承诺情况。
A11			信用能力(15分)	加分	信用档案建设、信用评价制度、诚信知识培训、满意度调查等情况。
A12		内容管理	正面信息(50分)	加分	坚持主流价值导向，唱响主旋律、传播正能量，弘扬社会主义先进文化、展示奋发昂扬精神面貌等高质量信息内容，参见附录A
A13			负面信息(50分)	减分	有违背公序良俗或不宜公开讨论的话题等信息内容，参见附录B。
A14		互动管理	用户言论管理(25分)	加分	对参与互动用户言论规范管理的相关制度及审核机制有效情况。
A15		禁播情况	禁播情况(50分)	减分	直播间累计禁播总时长或次数。
A16		管理能力	管理团队(10分)	加分	管理团队、管理机制建设情况。
A17			管理制度(10分)	加分	信息发布规范、质量管理规范、人员行为规范，消费评价规范，人员聘用、激励奖惩制度，直播内容质量管理、版权管理制度，退换货制度，合同管理、风险管理、投诉举报，以及争议处理流程、反馈时限制度等建设情况。
A18			应急管理(10分)	加分	信息泄露丢失、违法违规行为内容等应急响应机制、措施预案，以及应急演练情况。
A19	行业评价信息 (40分)	行业表彰	行业表彰(40分)	加分	行业活动、行业协会对直播间运营者、网络主播的表彰、表扬的情形。
A20		行业惩戒	行业惩戒(40分)	减分	行业协会对直播间运营者、网络主播进行通报批评、自律性惩戒等情形。
A21	社会评价信息 (40分)	平台投诉	用户投诉(20分)	减分	用户对网络主播、直播间运营者、直播内容、销售商品等的投诉情况。
A22		媒体报道	正面报道(20分)	加分	中央和地方重点新闻媒体对直播间运营者、网络主播的正面报道情况。

代号	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	评价内容
A23	分)		负面报道(20分)	减分	中央和地方重点新闻媒体对直播间运营者、网络主播的重大失信事件报道情况,见附录C。
A24		第三方评价	第三方评价(20分)	加分	政府部门授权或受平台委托有相关资质的第三方机构对直播间运营者、网络主播的评价情况。
A25	公共信用信息 (10分)	行政激励	行政奖励(25分)	加分	单个有关政府部门对直播间运营者、网络主播的奖励情况。
A26			联合激励(25分)	加分	相关政府部门对直播间运营者、网络主播的联合激励情况。
A27		行政惩戒	行政处罚(30分)	减分	有关政府部门对直播间运营者、网络主播的行政处罚情况,包括但不限于相关网信部门、广播电视部门、文化执法、扫黄打非部门、公安部门等作出的行政处罚。
A28			行政强制(30分)	减分	有关政府部门对直播间运营者、网络主播的行政强制情况,包括但不限于相关网信部门、广播电视部门、文化执法、扫黄打非部门、公安部门等作出的行政强制。
A29		司法失信	司法失信(60分)	减分	直播间运营者、网络主播被人民法院列入失信被执行人情况。
A30		公益事业	公益活动(50分)	加分	直播间运营者、网络主播参与公益活动情况,包括但不限于:有民政部门在册的社会志愿团体加盖公章、相应系统在册、权威平台公示的志愿服务、公益服务;民政系统或相关机构认证的慈善捐款;参加全国性、地方性公益活动;利用直播平台或自身影响力助力公益事业。

6 评价方法

6.1 概述

采用千分制,信用基础分为600分,基础分加上加分三级指标得分、减去减分三级指标得分为信用分,根据信用分划分3个信用等级。

6.2 数量型指标计算

可用数量测算的指标得分可按式(1)计算:

$$A_i = \begin{cases} B_i \times \frac{C_i - C_{min}}{C_{max} - C_{min}}, & C_{max} \neq C_{min} \\ B_i, & C_{max} = C_{min} \end{cases} \dots\dots\dots (1)$$

式中:

$A_{i(+)}$ ——第i个三级指标得分;
 B_i ——第i个三级指标分值;
 C_i ——第i个三级指标实际数;
 C_{min} ——第i个三级指标的最小数;
 C_{max} ——第i个三级指标的最大数。

其中,最小数、最大数为该指标在直播行业或本平台统计中的最小数量、最大数量。

6.3 结果计算

每个评价期的信用分按式(2)计算:

$$E = B + \sum_{j=1}^m A_j - \sum_{k=1}^n A_k \dots\dots\dots (2)$$

式中:

E —— 信用主体信用分；
 B —— 信用主体信用基础分；
 A_j —— 第 j 个加分三级指标得分， $A_j \geq 0$ ；
 m —— 减分三级指标个数；
 A_k —— 第 k 个减分三级指标得分， $A_k \geq 0$ ；
 n —— 加分三级指标个数。

6.4 信用等级

信用分为5个等级，由高到低分别用“五星级”、“四星级”、“三星级”、“二星级”、“一星级”表示，见表3。

表 3 信用等级划分

信用等级	信用等级符号	信用分
五星级	★★★★★	1000分 $\geq E \geq$ 900分
四星级	★★★★	900分 $> E \geq$ 800分
三星级	★★★	800分 $> E \geq$ 700分
二星级	★★	700分 $> E \geq$ 500分
一星级	★	500分 $> E \geq$ 300分

7 评价程序

7.1 概述

评价主体开展信用评价前应确定评价目的，并成立评价小组，再由评价小组制定评价方案、采集评价数据、核实分析评价数据、给出评价结果、告知信用主体，评价流程见图2。

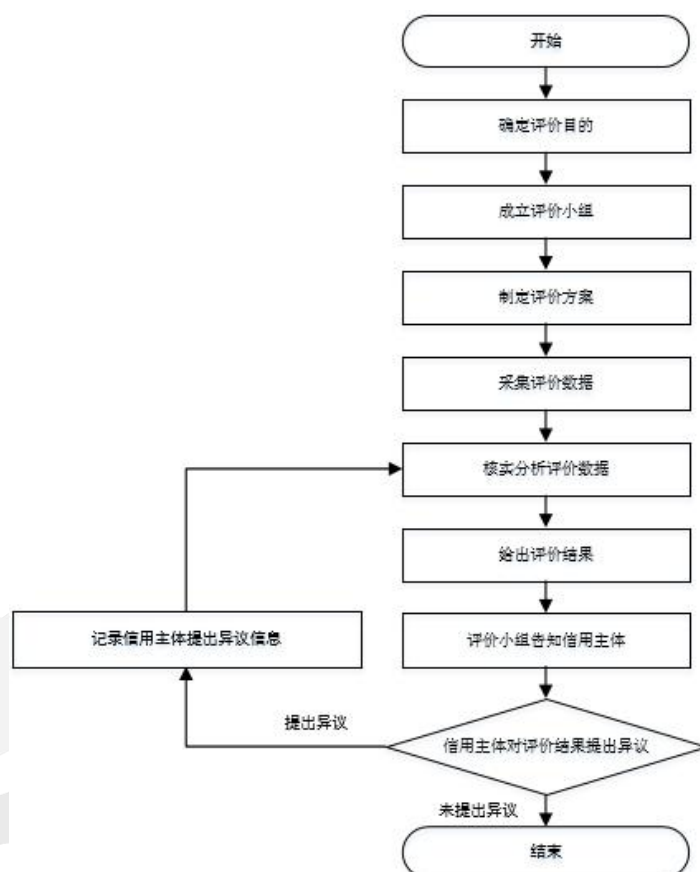


图 2 网络主播信用评价流程

7.2 确定评价目的

在实施评价前，评价主体应明确评价目的。评价目的包括但不限于：

- 提供与信用等级挂钩的管理和服务；
- 行业自律；
- 行业分级分类管理。

7.3 成立评价小组

评价主体应组建评价小组。评价小组成员宜包括平台管理人员、数据采集管理人员、相关领域专家、行业组织相关负责人、用户代表。评价小组成员应具备相关专业或从业背景。

7.4 制定评价方案

评价小组应制定评价方案。评价方案包括但不限于下述内容：

- 评价的目的、信用主体范围、结果应用；
- 打分规则、评价期（时间范围）等评价性细则；
- 数据的采集渠道、保存时长等管理性细则；
- 数据采集分析的方法、工具，以及存储方式等技术性细则；
- 评价方法、评价结果的公开方式、公开范围；
- 评价小组成员承诺书，涵盖与信用主体无利益关系、信息安全保密、公正公平评价等内容。

评价小组制定打分规则时可参考附录A、附录B、附录D的信息，并应跟踪相关法律法规、监管部门新发布的文件。

7.5 采集评价数据

按照评价方案采集数据。

7.6 核实分析评价数据

对采集到的原始数据进行核实验证，清洗、剔除或更正问题数据并记录留痕，确保评价数据的准确合理可追溯。

评价数据的核实验证方式包括但不限于：

- 函电确认；
- 数据分析；
- 实地考察。

7.7 给出评价结果

按第6章评价方法计算出评价结果，将评价结果告知信用主体。如信用主体对评价结果提出异议，评价小组应进行核查，并提出处理意见，形成最终评价结果，给出信用等级。



附 录 A
（资料性）
正面信息内容

正面信息内容参考见表 A.1。

表 A.1 正面信息内容参考

信息内容	信息来源
• 宣传习近平新时代中国特色社会主义思想，全面准确生动解读中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的；宣传习近平新时代中国特色社会主义思想，全面准确生动解读中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的； • 宣传党的理论路线方针政策和中央重大决策部署的； • 展示经济社会发展亮点，反映人民群众伟大奋斗和火热生活的； • 弘扬社会主义核心价值观，宣传优秀道德文化和时代精神，充分展现中华民族昂扬向上精神风貌的； • 有效回应社会关切，解疑释惑，析事明理，有助于引导群众形成共识的； • 有助于提高中华文化国际影响力，向世界展现真实立体全面的中国的； • 其他讲品味讲格调讲责任、讴歌真善美、促进团结稳定等的内容	《网络信息内容生态治理规定》
• 销售商品或者提供服务，采用价格比较方式开展促销活动的，应以文字形式显著标明销售价格、被比较价格及含义。 • 全面、真实、准确地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权，对直接关系消费者生命安全的重要消费信息进行必要、清晰的提示。 • 积极协助商家和消费者维护合法权益，建立便捷有效的投诉、举报和争议在线解决机制，为商家和消费者维权提供必要的信息、数据等支持。	《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》
• 遵循社会公序良俗，真实、准确、全面地发布商品或服务信息。 • 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，并留存相关记录备查。 • 与直播营销人员服务机构合作开展商业合作的，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。 • 使用其他人肖像、声音作为虚拟形象从事网络直播营销活动的，征得肖像、声音权人同意。	《网络直播营销管理办法（试行）》
• 已经办理市场主体登记的链接到国家市场监督管理总局电子营业执照亮照系统，公示其营业执照信息。 • 不需要进行登记的如实公示自我声明以及实际经营地址、联系方式等信息，或者该信息的链接标识。 • 公示的信息发生变更的，在十个工作日内完成更新公示。 • 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。 • 以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息，或者上述信息的链接标识。	《网络交易监督管理办法》
• 转载新闻信息完整准确，并在显著位置注明来源，保证新闻信息来源可追溯。	《互联网直播服务管理规定》
• 有益于传播社会主义先进文化，推动社会全面进步和人的全面发展、促进社会和谐。 • 建设社会主义核心价值体系，遵守社会主义道德规范，大力弘扬体现时代发展和社会进步的思想文化，大力弘扬民族优秀传统文化。 • 发挥文化滋润心灵、陶冶情操、愉悦身心的作用。	《互联网视听节目服务管理规定》
• 网络直播答题节目要坚持正确的政治方向、价值取向和审美导向，大力弘扬社会主义核心价值观和社会主义先进文化，传播健康有益的知识。	《国家新闻出版广电总局关于加强网络直播答题节目管理的通知》
• 网络视听电子商务直播节目和广告节目（含资讯服务、植入广告、“创意中插”、直播购物、购物短视频等）是网络视听节目服务的重要组成部分，节目内容既要遵守广告管理法律法规，也要符合网络视听节目管理相关规定。 • 要坚持把社会效益放在首位，大力弘扬社会主义核心价值观，树正气讲品味讲格调，积极传播正能量。	《国家广播电视总局办公厅关于加强“双11”期间网络视听电子商务直播节目和广

信息内容	信息来源
	告节目管理的通知》
• 网络主播应坚持健康的格调品味	《关于加强网络视听节目平台游戏直播管理的通知》



附 录 B
(资料性)
负面信息内容

负面信息内容参考见表 B.1。

表 B.1 负面信息内容参考

信息内容	参考文件
- 使用夸张标题，内容与标题严重不符的； - 炒作绯闻、丑闻、劣迹等的； - 不当评述自然灾害、重大事故等灾难的； - 带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想的； - 展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适的； - 煽动人群歧视、地域歧视等的； - 宣扬低俗、庸俗、媚俗内容的； - 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的； - 其他对网络生态造成不良影响的内容。	《网络信息内容生态治理规定》
- 转载新闻信息时，歪曲、篡改标题原意和新闻信息内容。 - 蹭热点、伪原创、低俗媚俗、造谣传谣、负面信息集纳等恶意传播。	《关于进一步压实网站平台信息内容管理主体责任的意见》
- 删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导用户。 - 故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合理要求。	《网络直播营销管理办法（试行）》
- 销售或者提供违背公序良俗的商品或者服务。 - 虚构交易、编造用户评价。 - 采用误导性展示等方式，将好评前置、差评后置，或者不显著区分不同商品或者服务的评价等。 - 采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销。 - 虚构点击量、关注度等流量数据，以及虚构点赞、打赏等交易互动数据。 - 实施混淆行为，引人误认为是他人商品、服务或者与他人存在特定联系。 - 编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。 - 向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明等的，未以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容，未按照消费者的要求予以说明，并作出含有下列内容的规定： - 免除或者部分免除网络交易经营者对其所提供的商品或者服务应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用、赔偿损失等责任。 - 排除或者限制消费者提出修理、更换、退货、赔偿损失以及获得违约金和其他合理赔偿的权利。 - 排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利。 - 排除或者限制消费者依法变更或者解除合同的权利。 - 规定网络交易经营者单方享有解释权或者最终解释权。 - 其他对消费者不公平、不合理的规定。	《网络交易监督管理办法》
- 含有民族、种族、宗教、性别歧视的； - 散布谣言等扰乱社会秩序，破坏社会稳定的； - 淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力或者教唆犯罪的； - 侮辱、诽谤、恐吓、涉及他人隐私等侵害他人合法权益的； - 危害未成年人身心健康的； - 其他危害社会公德或者民族优秀传统文化的。 - 利用刷单、炒信等流量造假方式虚构或篡改交易数据和用户评价。 - 进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。 - 从事扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者或者消费者合法权益的行为。 - 带动用户低俗氛围，引导场内低俗互动； - 带有性暗示、性挑逗、低俗趣味的； - 攻击、诋毁、侮辱、谩骂、骚扰他人的； - 在直播活动中吸烟或者变相宣传烟草制品（含电子烟）的； - 内容荒诞惊悚，以及易导致他人模仿的危险动作；	《网络直播营销行为规范》

信息内容	参考文件
• 其他违反社会主义核心价值观和社会公德的行为。	
• 表演方式恐怖、残忍、暴力、低俗，摧残表演者身心健康的； • 利用人体缺陷或者以展示人体变异等方式招徕用户的； • 以偷拍偷录等方式，侵害他人合法权益的； • 以虐待动物等方式进行表演的； • 使用未取得文化行政部门内容审查批准文号或备案编号的网络游戏产品，进行网络游戏技法展示或解说的。 • 损害未成年人身心健康。	《网络表演经营活动管理办法》
• 低俗庸俗、封建迷信、打“擦边球”等违法和不良信息。	《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》
• 开屏页面呈现各种打色情擦边球的“泛黄”、低俗内容；热门、交友、跳舞、户外、附近等频道推荐页面信息不良呈现问题，游戏类直播平台开黑等频道推荐页面呈现陪玩陪练信息。 • 设置“性感”“诱惑”等庸俗媚俗频道；开设抽奖、竞猜、返利、夺宝等活动，变相实施博彩诱导用户参与赌博行为。 • 连麦 PK 环节恶俗惩罚问题；直播平台群聊环节的色情低俗群组，动态、广场、评论弹幕等环节低俗、涉毒涉赌、非法引流导流等违法和不良信息。 • 直播间或评论环节发布“充值进群”“冲榜私信”等诱导信息；由 MCN 机构、网络主播等扮演或操纵“假粉丝”豪刷礼物，骗取其他用户跟风打赏行为；违规求助粉丝刷礼物、语言刺激等烘托 PK 打赏氛围，诱导用户冲动打赏行为。 • 直播间、评论弹幕等环节，“绕过沉迷”“绕过限制”等相关信息；部分网络主播明知或应知对方是未成年人，依旧打着送礼物等各种幌子哄骗未成年人打赏行为；未成年人充值打赏不能得到有效处置与及时退还问题。 • 直播、短视频“图文不符”、带货商品与实际货品不一致等虚假宣传行为；直播、短视频带货中对产品效果、交易数据、用户评价等进行夸大或造假行为；直播、短视频“全年最低价”“史上最低价”等涉嫌价格欺诈行为。 • 未按规定为充值打赏用户或购物用户开具发票问题；直播、短视频平台未依法区分、界定网络主播或账号运营者收入来源、性质，未依法履行税收代扣代缴义务，未按要求报送网络主播或账号运营者营利行为收入信息等问题。 • 直播间、短视频恶意借未成年人出镜牟利；恶意借患病或残障人士、孤寡老人等进行带货牟利；肆意编造演绎情感纠纷等虚假猎奇剧情，吸引用户尤其是老年用户关注后，进行变相欺诈销售。 • 通过编造故事、摆拍作秀等手段，营造名媛人设，进行炒作引流等问题；营造“卖惨”人设，博取同情进行商品推广等问题；营造成功人设，打着分享成功学、职场经验旗号，实则宣扬厚黑学、金钱至上理念等问题。 • 在灾难或事故现场以救援者或受难者姿态进行拍摄等，以帮扶救援为名，行借机蹭热度、消费灾情之实的行为；对走红的热点人物，进行实地围追堵截，以其为主角或背景进行拍摄，借势引流量，严重干扰当事人正常生活等行为；打击对热点事件、人物、话题进行“反蹭”，枉顾事实对热点事件、人物进行恶意调侃、抨击，甚至无中生有、编造谣言等行为。	《关于开展“清朗·整治网络直播、短视频领域乱象”专项行动的通知》
• 反对宪法确定的基本原则的； • 危害国家统一、主权和领土完整的； • 泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益的； • 煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结，或者侵害民族风俗、习惯的； • 宣扬邪教、迷信的； • 扰乱社会秩序，破坏社会稳定的； • 诱导未成年人违法犯罪和渲染暴力、色情、赌博、恐怖活动的； • 侮辱或者诽谤他人，侵害公民个人隐私等他人合法权益的； • 危害社会公德，损害民族优秀文化传统的。	《互联网视听节目服务管理规定》
• 直播答题不得传播国家法律法规禁止的内容，不得传播低俗媚俗、格调品味低下的内容； • 不得过度娱乐化，不得宣扬拜金主义和奢靡之风等。答题活动不得过度营销、过度炒作。	《国家新闻出版广电总局关于加强网络直播答题节目管理的通知》
• 低俗、庸俗、媚俗的情节或镜头。 • 夸大其辞，误导消费者。	《国家广播电视总局办公厅关于加强“双 11”期间网络

信息内容	参考文件
	视听电子商务直播节目和广告节目管理的通知》
• 自觉摒弃低俗、庸俗、媚俗等低级趣味； • 自觉反对流量至上、畸形审美、“饭圈”乱象、拜金主义等不良现象； • 自觉抵制有损网络文明、有悖网络道德、有害网络和谐的行为	《关于加强网络视听节目平台游戏直播管理的通知》



附 录 C
(规范性)
重大失信事件报道

重大失信事件报道的监测媒体网站见表 C.1。

表 C.1 重大失信事件监测媒体网站

编号	网站名称	编号	网站名称	编号	网站名称
1	人民网	2	中国日报网	3	中国经济网
4	新华网	5	央广网	6	新浪网
7	中国网	8	国际在线	9	网易网
10	央视网	11	中青在线	12	搜狐网
13	求是网	14	光明网	15	腾讯网

重大失信事件指在政务诚信领域、商务诚信领域、社会诚信领域和司法公信领域发生的造成重大影响的信用事件。

政务诚信领域、社会诚信领域和司法公信领域的重大失信事件以“社会影响恶劣，网民关注度高”为主要判断依据。商务诚信领域的重大失信事件，除监测“社会影响恶劣，网民关注度高”的信用事件外，也对重大安全生产事故、重大食品安全事故、诈骗案件进行重点监测。具体标准如下：

对于社会影响恶劣、网民关注度高的重大失信事件，监测以下 15 个网站。如果某一失信事件进入中央新闻媒体网站（表 C.1 中网站 1~11）的首页，同时进入主流社会媒体网站（表 C.1 中网站 12~15）新闻排行榜的前 10 条新闻或在其中三个网站的首页都出现，即被列为重大失信事件。

附 录 D
(资料性)
违法违规信息内容

违法违规信息内容参考见表 D.1。

表 D.1 违法违规信息内容参考

信息内容	信息来源
- 使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽； - 使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象； - 使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语； - 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密； - 妨碍社会安定，损害社会公共利益； - 危害人身、财产安全，泄露个人隐私； - 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚； - 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容； - 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容； - 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护； - 损害未成年人和残疾人的身心健康。	《中华人民共和国广告法》（2021修正）
- 以新闻报道形式变相发布广告。 - 未取得专利权的，在广告中谎称取得专利权。 - 使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。 - 贬低其他生产经营者的商品或者服务。	
麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法。	
- 反对宪法确定的基本原则的； - 危害国家统一、主权和领土完整的； - 泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益的； - 煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结，或者侵害民族风俗、习惯的； - 宣扬邪教、迷信的； - 散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的； - 宣扬淫秽、赌博、暴力或者教唆犯罪的； - 侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的； - 危害社会公德或者民族优秀传统文化的； - 有法律、行政法规和国家规定禁止的其他内容的。	互联网文化管理暂行规定
- 反对宪法所确定的基本原则的； - 危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的； - 损害国家荣誉和利益的； - 歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，以侮辱、诽谤或者其他方式侵害英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉的； - 宣扬恐怖主义、极端主义或者煽动实施恐怖活动、极端主义活动的； - 煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的； - 破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的； - 散布谣言，扰乱经济秩序和社会秩序的； - 散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的； - 侮辱或者诽谤他人，侵害他人名誉、隐私和其他合法权益的； - 法律、行政法规禁止的其他内容。	《网络信息内容生态治理规定》
- 利用网络直播平台销售假冒伪劣产品。 - 在知道或者应当知道直播带货委托方或其他第三方存在违法违规或高风险行为的情况下，仍为其推广、引流。	《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》
- 发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户； - 营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品； - 虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假； - 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；	《网络直播营销管理办法（试行）》

信息内容	信息来源
• 骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益； • 传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等	
• 销售或者提供法律、行政法规禁止交易，损害国家利益和社会公共利益的商品或者服务。	《网络交易监督管理办法》
• 从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益等法律法规禁止的活动。 • 制作、发布、传播煽动颠覆国家政权、危害政治安全和社会稳定、网络谣言、淫秽色情，以及侵害他人名誉权、肖像权、隐私权、知识产权和其他合法权益等法律法规禁止的信息内容。	《网络音视频信息服务管理规定》
• 利用互联网直播服务从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益、传播淫秽色情等法律法规禁止的活动。 • 利用互联网直播服务制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容。	《互联网直播服务管理规定》
• 反对宪法所确定的基本原则及违反国家法律、法规禁止性规定的； • 损害国家主权、统一和领土完整的； • 危害国家安全、泄露国家秘密以及损害国家荣誉和利益的；	《网络直播营销行为规范》
• 利用网络直播颠覆国家政权、散播历史虚无主义、煽动宗教极端主义、宣扬民族分裂思想、教唆暴力恐怖等违法犯罪活动。 • 淫秽色情、造谣诽谤、赌博诈骗、侵权盗版、侵犯公民个人信息等违法犯罪行为。	《关于加强网络直播规范管理的指导意见》

参 考 文 献

- [1] GB/T 22116—2008 企业信用等级表示方法
- [2] GB/T 22117—2018 信用基本术语
- [3] GB/T 22119—2017 信用服务机构 诚信评价业务规范
- [4] GB/T 28041—2011 基于电子商务活动的交易主体 个人信用评价指标体系及表示规范
- [5] GB/T 28042—2011 基于电子商务活动的交易主体 个人信用档案规范
- [6] GB/T 34830.1—2017 信用信息征集规范 第1部分：总则
- [7] GB/T 34830.2—2021 信用信息征集规范 第2部分：内容
- [8] GB/T 36000—2015 社会责任指南
- [9] GB/T 39444—2020 公共信用信息标准总体架构
- [10] 中华人民共和国广告法（2021修正）
- [11] 互联网宗教信息服务管理办法（国家宗教事务局令 第17号）
- [12] 网络信息内容生态治理规定（国家互联网信息办公室令 第5号）
- [13] 网络交易监督管理办法（国家市场监督管理总局令第37号）
- [14] 互联网用户公众账号信息服务管理规定（国家网信办 2021年）
- [15] 关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见（中共中央办公厅 国务院办公厅 2022年）
- [16] 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（税总所得发〔2022〕25号）
- [17] 关于开展“清朗·整治网络直播、短视频领域乱象”专项行动的通知（国家网信办 2021年）
- [18] 关于进一步压实网站平台信息内容管理主体责任的意见（国家网信办 2021年）
- [19] 关于印发《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》的通知（国信办发文〔2021〕3号）
- [20] 关于印发《网络直播营销管理办法（试行）》的通知（国信办发文〔2021〕5号）
- [21] 关于加强网络直播营销活动监管的指导意见（国市监广〔2020〕175号）
- [22] 关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知（广电发〔2020〕78号）
- [23] 关于印发《网络音视频信息服务管理规定》的通知（国信办通字〔2019〕3号）
- [24] 网络直播营销行为规范（中国广告协会 2020年）
- [25] 互联网直播服务管理规定（国家网信办 2016年）
- [26] 关于印发《全国公共信用信息基础目录（2021年版）》和《全国失信惩戒措施基础清单（2021年版）》的通知（发改财金规〔2021〕1827号）
- [27] 互联网用户账号名称信息管理规定（征求意见稿）（国家网信办 2021年）
- [28] 具有舆论属性或社会动员能力的互联网信息服务安全评估规定（国家网信办 2018年）
- [29] 互联网文化管理暂行规定（中华人民共和国文化部令 第51号）

- [30] 网络表演经营活动管理办法（文市发〔2016〕33号）
- [31] 关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知（新广电发〔2016〕172号）
- [32] 国家新闻出版广电总局关于加强网络直播答题节目管理的通知（新广电发〔2018〕26号）
- [33] 国家广播电视总局办公厅关于加强“双11”期间网络视听电子商务直播节目和广告节目管理的通知（广电办发〔2019〕275号）
- [34] 关于加强网络视听节目平台游戏直播管理的通知（网函〔2022〕27号）
- [35] 关于规范网络直播打赏 加强未成年人保护的意见（中央文明办 文化和旅游部 国家广播电视总局 国家互联网信息办公室）
- [36] 《互联网视听节目服务管理规定》（广电总局、信产部令第56号）
- [37] 国家职业资格目录（2021年版）

