

# 团 体 标 准

T/FDSA XXXX—2026

## 直播电商经营者落实食品安全主体责任评价规范

Evaluation Standards for Live E-Commerce Operators to Implement Food Safety

Primary Responsibilities

(报审稿)

2026-00-00 发布

2026-00-00 实施



## 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 .....                  | 2   |
| 4.评价基本原则 .....                 | 3   |
| 5.评价主体与评价对象 .....              | 4   |
| 6.评价基本条件 .....                 | 5   |
| 6.1 资质合规 .....                 | 5   |
| 6.2 许可备案齐全 .....               | 5   |
| 6.3 经营稳定 .....                 | 6   |
| 6.4 合规经营记录良好 .....             | 6   |
| 6.5 管理制度健全 .....               | 6   |
| 6.6 其他要求 .....                 | 6   |
| 7.经营主体管理要求 .....               | 6   |
| 7.1 通用管理要求 .....               | 6   |
| 7.2 直播电商平台经营者专项管理要求 .....      | 7   |
| 7.3 直播间运营者（含店播经营者）专项管理要求 ..... | 9   |
| 7.4 直播营销人员（含达播经营者）专项管理要求 ..... | 10  |
| 7.5MCN 机构专项管理要求 .....          | 11  |
| 8.评价实施规则 .....                 | 12  |
| 8.1 评价周期 .....                 | 12  |
| 8.2 评价申请 .....                 | 12  |
| 8.3 材料审核 .....                 | 12  |
| 8.4 综合评审 .....                 | 13  |
| 8.5 结果公示 .....                 | 13  |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 8.6 等级认定 .....                | 13 |
| 8.7 评价复核 .....                | 14 |
| 9. 评价报告规范 .....               | 14 |
| 9.1 报告编制要求 .....              | 14 |
| 9.2 报告核心内容 .....              | 15 |
| 9.3 报告管理要求 .....              | 15 |
| 10. 评价指标体系 .....              | 15 |
| 10.1 指标体系构建原则 .....           | 15 |
| 10.2 通用评价指标（适用于所有被评价主体） ..... | 16 |
| 10.3 分类评价指标 .....             | 16 |
| 10.4 评分说明 .....               | 17 |
| 11. 评价结果应用与动态管理 .....         | 18 |
| 11.1 评价结果应用 .....             | 18 |
| 11.2 守信激励措施 .....             | 18 |
| 11.3 失信惩戒措施 .....             | 18 |
| 11.4 动态管理 .....               | 19 |
| 11.5 信用修复 .....               | 19 |
| 12. 监督管理 .....                | 20 |
| 12.1 评价主体监督管理 .....           | 20 |
| 12.2 被评价主体监督管理 .....          | 20 |
| 12.3 市场监管部门监督责任 .....         | 20 |
| 12.4 社会监督与行业自律 .....          | 21 |
| 13. 附则 .....                  | 21 |
| 13.1 术语补充 .....               | 21 |
| 13.2 解释权 .....                | 21 |
| 13.3 修订与更新 .....              | 21 |
| 13.4 实施日期 .....               | 21 |
| 13.5 其他 .....                 | 22 |
| 附录 A .....                    | 23 |
| 附录 B .....                    | 26 |
| 附录 C .....                    | 44 |

## 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》的规定起草。

请注意本文件中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。

本文件由中国食品药品企业质量安全促进会提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

## 引言

随着直播电商行业快速发展，网络食品经营已成为食品流通的重要渠道，但其伴随的虚假宣传、流量造假、禁售食品流通、人工智能直播不规范、食用农产品与食品品类混淆等突出问题，严重影响网络食品安全和消费者合法权益，也制约了行业高质量发展。

为规范网络食品经营行为，保障网络食品安全，明确网络食品安全与诚信经营评价的技术要求、实施流程和指标体系，构建“直播主体承担主体责任、平台承担管理责任、MCN 机构承担培训管理责任、市场监管部门承担监督指导责任”的多元共治体系，依据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国电子商务法》《直播电商监督管理办法》《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》等法律法规、规章及相关标准，结合网络食品直播经营（含私域直播）实际，兼顾食用农产品与食品的差异化监管要求，特制定本文件。

本文件规定了网络食品安全与诚信经营评价的基本原则、评价主体与对象、基本条件、经营主体管理要求、评价实施规则、评价报告规范、评价指标体系、评价结果应用、动态管理及监督管理等内容，明确了市场监管部门参与评价的定位、方式和职责，区分食用农产品与食品的差异化合规及评价要求，实现评价工作与监管要求、行业实践无缝衔接。

本文件的附录 A、附录 B、附录 C 为规范性附录，与正文共同构成网络食品安全与诚信经营评价的完整技术要求，适用于评价机构、行业协会开展评价与自律管理，以及市场监管部门开展监督指导工作，为网络食品经营相关主体规范经营提供技术指引。

附录 A：网络食品安全与诚信经营评价规则

附录 B：网络食品安全与诚信经营评价指标

附录 C：禁售品类及违规行为清单

# 直播电商经营者落实食品安全主体责任评价规范

## 1. 范围

本文件规定了网络食品安全与诚信经营评价的基本原则、评价主体与对象、基本条件、经营主体管理要求、评价实施规则、评价报告规范、评价指标体系、评价结果应用与动态管理、监督管理等相关技术要求。

本文件适用于：

a) 评价机构对网络食品经营相关主体开展的食品安全与诚信经营评价活动，涵盖直播电商平台经营者、直播间运营者（含店播经营者）、直播营销人员（含达播经营者）、MCN 机构（直播营销人员服务机构）；

b) 上述主体开展的可食用产品直播经营活动，包括食用农产品、预包装食品、散装食品、特殊食品（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品）等；

c) 私域直播中的食品经营主体，参照本文件对应类型主体要求执行；

d) 评价机构、行业协会开展网络食品安全与诚信经营相关评价、自律管理工作；

e) 市场监管部门开展网络食品安全与诚信经营监督管理、执法检查工作时的参考。

## 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，构成本文件必不可少的组成部分。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、补充规定及后续修订版本）均适用于本文件。

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

GB7718 预包装食品标签通则

GB28050 食品安全国家标准预包装食品营养标签通则

GB31621 食品经营过程卫生规范

《中华人民共和国食品安全法》

《中华人民共和国电子商务法》

《中华人民共和国个人信息保护法》

《中华人民共和国网络安全法》

《中华人民共和国农产品质量安全法》

《中华人民共和国标准化法》

《中华人民共和国食品安全法实施条例》

《直播电商监督管理办法》

《网络交易监督管理办法》

《网络交易平台规则监督管理办法》

《网络直播营销管理办法》

《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》

《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》

- 《网络食品安全违法行为查处办法》
- 《食品生产经营监督检查管理办法》
- 《团体标准管理规定》
- 《网络销售特殊食品安全合规指南》
- 《食品安全事故应急预案》
- 《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》
- 《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》

### 3. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

#### 3.1 网络食品经营相关主体 online food business operator

从事网络食品直播电商活动的各类法人组织或自然人的统称，包括直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、MCN 机构。

#### 3.2 直播电商平台经营者（以下简称“平台”） live-stream e-commerce platform operator

在直播电商活动中，为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供其独立开展网络食品交易活动的法人或者非法人组织。

#### 3.3 直播间运营者 live stream operator

在直播电商平台注册账号，或者通过自建网站、其他网络服务，开设直播间从事网络食品直播经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括店播经营者。

#### 3.4 直播营销人员 live stream marketer

在网络食品直播电商活动中，直接面向社会公众开展食品、食用农产品宣传、推介活动的自然人，包括真实主播、数字人主播的运营操控人员，含达播经营者。

#### 3.5 MCN 机构 mcn agency

全称直播营销人员服务机构，是指为直播营销人员从事网络食品直播电商活动，提供策划、运营、经纪、培训和技术支持等服务的机构。

#### 3.6 评价主体 evaluation unit

具备相应专业能力、人员配置和管理制度，承担网络食品安全与诚信经营评价任务，形成评价结果、出具评价报告，并承担相应责任的依法设立、独立公正并承担责任的第三方机构。

#### 3.7 重大食品安全事故 major food safety incident

按照《食品安全事故应急预案》规定，造成 3 人以上死亡或 10 人以上重伤、中毒，或者造成重大社会影响的食品安全事故。

#### 3.8 食品安全责任险 food safety liability insurance

由网络食品经营相关主体投保，当被保险人因经营的食物、食用农产品存在缺陷，造成消费者人身损害或财产损失时，由保险公司依法承担赔偿责任的保险，其保险金额需与经营规模、风险等级相匹配。

### 3.9 私域直播 private domain live streaming

通过自建网站、社交平台群组、企业微信等私域渠道，开展的网络食品直播经营活动。

### 3.10 人工智能直播内容 Ai live streaming

使用人工智能生成的人物图像、视频等，从事网络食品直播电商活动的内容，包括数字人主播等。

### 3.11 食品安全风险管控清单 food safety risk control checklist

由直播电商平台经营者，结合平台内直播经营的食物类别、交易规模、食品安全风险状况等实际，制定的包含食品安全风险管控内容与频次的清单。

### 3.12 流量造假 traffic fraud

通过虚构或篡改交易数据、关注度、点赞量、评论量等方式，误导消费者和社会公众的行为，包括但不限于刷好评、刷销量、虚假引流等。

### 3.13 食品 food

各种供人食用或者饮用的成品和原料，以及按照传统既是食物又是中药材的物品，不包括以治疗为目的的物品。

### 3.14 食用农产品 edible agricultural products

来源于种植业、林业、畜牧业和渔业等供人食用的初级产品，即在农业活动中获得的供人食用的植物、动物、微生物及其产品，不包括法律法规禁止食用的野生动物产品及其制品。

### 3.15 食用农产品承诺达标合格证 certificate of compliance for edible agricultural products

由食用农产品生产者或者供货者出具，表明其生产或者提供的食用农产品符合安全标准要求的证明文件。

### 3.16 评价周期 evaluation period

开展网络食品安全与诚信经营评价的时间区间，分为季度初评（每季度1次）和年度总评（每年1次），年度总评结果作为下一年度信用等级认定的主要依据。

### 3.17 信用修复 credit repair

信用等级为失信警示级（C类）、非一票否决的严重失信级（D类）的被评价主体，在完成违规问题整改、满足修复条件后，向评价机构申请恢复或提升信用等级的行为。

## 4. 评价基本原则

评价工作应严格遵循以下原则，确保评价过程规范、结果客观公正，贴合团体标准制定要求和行业实际：

#### 4.1 合法合规，底线思维

严格遵循本文件引用的法律法规、规章及相关标准要求，将附录 C 所列禁售食品、禁售食用农产品、违规行为禁令，以及流量造假、虚假引流等禁止性要求，全面融入评价全过程，坚守食品安全底线；存在附录 C 所列一票否决行为的，直接判定为严重失信级（D 类），取消参评资格。

#### 4.2 权责清晰，主体明确

严格落实“直播主体承担主体责任、平台承担管理责任、MCN 机构承担培训管理责任”的核心要求，按直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、MCN 机构四类主体，分类设置评价指标和权重，精准匹配各方责任定位，避免责任混淆，确保评价工作与责任落实、市场监管要求紧密衔接。

#### 4.3 动态管理，守信激励

建立“守信激励、失信惩戒、整改修复”的动态管理机制，结合《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》分级分类管理要求，按季度初评、年度总评开展评价，动态调整被评价主体信用等级；建立黑名单制度，实现失信联合惩戒，鼓励培育“绿色直播间”“放心农产品直播间”，发挥典型示范效应。

#### 4.4 社会共治，公开透明

引入市场监管部门、消费者、行业协会等多方参与评价工作，契合“多元共治”治理理念；其中市场监管部门参与评价时，需坚守“指导不主导、监督不越位、参与不干预”的核心定位，确保评价工作的独立性和公正性；评价结果、评价方法、评价流程、评价报告应依法向社会公开，接受公众及市场监管部门监督，建立健全异议申诉与举报处理机制。

#### 4.5 客观公正，科学严谨

评价依据应充分、流程应规范，采用资料审核、现场核查、数据核验、社会调查、舆情监测、技术监测记录核查等多种评价方式，参考同类团体标准评价方法，结合市场监管部门检查记录、平台违规处置记录，区分食用农产品与食品的评价重点，确保评价结果真实反映被评价主体的实际经营情况；评价人员与被评价主体存在利益关联的，需主动回避；评价机构应独立开展评价，不受任何单位或个人干预。

#### 4.6 分类施策，适配差异

紧密结合食用农产品与食品的监管差异、经营特点，针对两者的合规要求、风险点，设置差异化评价指标和管控措施；兼顾预包装食品、散装食品、特殊食品、生鲜食用农产品等不同品类的特点，适配直播电商新业态、新模式，确保评价标准贴合实际经营需求，同时衔接最新规章要求，契合市场监管部门监管重点。

### 5. 评价主体与评价对象

## 5.1 评价主体

### 5.1.1 评价主体应具备以下条件：

- a) 具备独立法人资格或合法经营资质，有固定的办公场所和必要的办公设施；
- b) 配备与评价工作相适应的专业人员，专业人员应熟悉食品安全、网络交易、直播营销相关法律法规及评价技术，具备相应的专业能力和从业经验；
- c) 建立健全评价管理制度、质量控制体系和档案管理制度，明确评价流程、岗位职责和工作纪律；
- d) 具备开展评价工作所需的技术手段和数据获取能力，能够独立、公正开展评价工作；
- e) 无违法违规记录，未被纳入市场监管部门严重违法失信名单。

### 5.1.2 评价主体职责：

- a) 依法开展评价工作，严格遵循本文件规定的评价规则和技术要求，确保评价结果客观、公正、有效；
- b) 组建评价工作组，明确评价人员职责，组织评价人员开展评价培训，提升评价专业水平；
- c) 受理被评价主体的评价申请，审核评价材料，开展综合评审，出具评价报告；
- d) 处理评价过程中的异议申诉和举报，建立评价档案，妥善留存评价相关资料；
- e) 及时向市场监管部门报送评价结果和相关信息，配合市场监管部门开展监督检查；
- f) 对评价结果的真实性、合法性、完整性负责，承担相应的法律责任。

## 5.2 评价对象

本文件的评价对象为网络食品经营相关主体，具体包括：

- a) 直播电商平台经营者；
- b) 直播间运营者（含店播经营者）；
- c) 直播营销人员（含达播经营者）；
- d) MCN 机构。

注：私域直播中的食品经营主体，参照本文件对应类型评价对象的要求执行。

## 6. 评价基本条件

申请参与网络食品安全与诚信经营评价的被评价主体，需同时满足以下基本条件，不符合任一条件的，不得参与评价：

### 6.1 资质合规

取得市场监督管理部门或有关机构注册登记的法人资格或合法经营资质，个人达播需按要求完成市场主体登记（如需）；资质信息真实、完整、有效，与实际经营情况一致，无伪造、变造资质文件行为。

### 6.2 许可备案齐全

经营食品（预包装、散装、特殊食品）的主体，需依法取得食品生产/经营许可证（特殊食品需额外取得对应许可），仅销售预包装食品的需完成备案；经营食用农产品的主体，无需取得食品生产经营许可证，但需完成产地备案（如需），具备合法的进货渠道和检验检疫证明获取能力；平台需完成网络食品交易平台备案、直播电商平台相关备案及《直播电商监督管理办法》要求的备案手续和安全评估，资质齐全有效。

### 6.3 经营稳定

正式开展网络食品经营活动3个月以上，经营状况稳定，有完整的经营记录和食品安全管理记录；其中经营食用农产品的需有溯源记录、检疫记录，经营食品的需有进货查验、标签审核记录，相关记录需留存备查，留存期限符合相关规定。

### 6.4 合规经营记录良好

一年内未发生重大食品安全事故，未被纳入市场监管部门严重违法失信名单，未被市场监管部门行政处罚（轻微违规且已完成整改的除外）；三年内未因食品安全违规、虚假宣传、流量造假、经营禁售食用农产品/食品等行为，被吊销资质或撤销相关认证，未被市场监管部门列入重点监管黑名单。

### 6.5 管理制度健全

建立健全食品安全管理制度，配备必要的食品安全管理人员；其中经营食用农产品的需配备熟悉农产品产地溯源、检验检疫的管理人员，经营食品的需按《食品生产经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》，配备符合对应资质要求的食品安全总监、食品安全员；从业人员持有有效健康证明，无传染病上岗情况。

### 6.6 其他要求

主动接受市场监管部门监管、社会公众监督，配合开展监督检查、抽样检验和评价复核工作，无拒绝、阻挠、隐瞒等行为；建立消费者投诉举报处理机制，无长期未办结投诉，无重大负面舆情记录。

## 7. 经营主体管理要求

明确网络食品经营相关主体的通用管理要求和各类主体的专项管理要求，作为评价工作的核心依据，兼顾食用农产品与食品的差异化管控需求。

### 7.1 通用管理要求

所有网络食品经营相关主体，均需严格遵守以下通用要求：

### 7.1.1 合规经营

严格遵守食品安全、网络交易、直播营销相关法律法规及本文件要求，建立健全食品安全管理制度，明确各岗位相关责任，留存完整的管理制度文件，接受市场监管部门监督检查和评价机构的评价复核。

### 7.1.2 监督配合

主动接受市场监管部门监管、社会公众监督和评价机构的评价，配合开展监督检查、抽样检验、评价复核等工作，无拒绝、阻挠、隐瞒等行为，及时落实市场监管部门和评价机构提出的整改要求。

### 7.1.3 禁止性行为

不得经营禁售食品、禁售食用农产品，不得实施虚假宣传、流量造假、混淆食用农产品与食品类别等违规行为，不得利用人工智能生成内容开展违规宣传；不得伪造、冒用评价标识，不得利用评价标识开展虚假宣传。

### 7.1.4 消费者权益保障

依法落实食品、食用农产品退换货政策，保障消费者合法权益；鼓励投保食品安全责任险，经营高风险食用农产品（生鲜、畜禽产品）的主体优先投保，相关投保情况可向市场监管部门报备；建立消费者投诉举报处理机制，确保24小时响应、7个工作日办结，并公示处理结果，无逾期未办结投诉，建立投诉处理档案，重点留存食用农产品质量、食品安全相关投诉的处理记录，相关档案需接受市场监管部门和评价机构核查。

### 7.1.5 培训与考核

定期开展从业人员食品安全、直播合规培训，重点培训禁售食用农产品/食品清单、差异化合规要求、直播行为规范等内容，留存培训记录及考核结果，提升从业人员合规意识和专业能力，培训频次每年不少于2次。

### 7.1.6 档案管理

建立健全档案管理制度，妥善留存经营记录、食品安全管理记录、培训记录、投诉处理记录、直播档案等相关资料，留存期限符合相关规定；其中直播档案需留存直播录像、宣传话术、产品信息等内容，留存期限不少于直播结束后2年。

## 7.2 直播电商平台经营者专项管理要求

平台除遵守7.1通用管理要求外，还需按《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》履行管理责任，重点做好以下专项工作：

### 7.2.1 资质审核与档案管理

a) 建立全链条资质审核机制，对入网食品经营者（直播间运营者、达播经营者）实施严格的资质审核，经营食品的需核查食品生产/经营许可、备案信息，经营食用农产品的需核查产地备案、

合格证明获取能力，建立“一户一档”管理台账，定期核验资质有效性（每六个月至少一次），及时清退无证、违规主体，留存审核记录和清退记录；

b) 针对食用农产品与食品经营者，分别建立资质审核清单，明确审核要点：食品经营者重点审核许可范围、标签合规性，食用农产品经营者重点审核产地信息、检疫证明、溯源能力，审核清单需报属地市场监管部门备案（如需）；

c) 明确负责食品安全管理的机构，配备与食品交易规模、食品安全风险状况等相适应的食品安全总监、食品安全员等管理人员，明确其具体岗位职责，未配备食品安全总监的，食品安全总监职责由指定的食品安全员履行。

### 7.2.2 人员管理

配备与平台经营规模、管控需求相适应的食品安全管理人员，定期开展从业人员食品安全、直播合规培训（每年不少于4次），重点培训禁售食用农产品/食品、差异化合规要求、平台管控规则等内容，留存培训记录及考核结果，提升从业人员合规意识。

### 7.2.3 风险管控与违规处置

a) 建立智能监测、排查调度、快速处置相关制度，构建平台食品安全管控体系，制定服务协议和交易规则，明确入驻主体食品安全责任、人工智能直播管控要求、流量造假处置标准，区分食用农产品与食品的禁售清单、违规处置标准，与入驻主体签订合规经营协议，相关协议和规则需报市场监管部门备案；

b) 结合食品类别、交易规模和风险状况，制定《食品安全风险管控清单》，将直播间运营者资质、禁售食品及禁售食用农产品排查、直播行为规范、人工智能直播管控等作为重点管控内容，报属地市场监管部门备案，定期更新；

c) 升级技术监测系统，精准识别禁售食品、禁售食用农产品、虚假宣传、流量造假、人工智能直播不规范等违规行为，对高风险营销行为（如生鲜食用农产品直播、特殊食品直播）采取弹窗提示、限流等措施，及时处置违规行为并向市场监管部门报告；

d) 建立食品抽样检验、食用农产品质量抽检机制，将直播经营的食物纳入食品安全抽样检验年度计划，实施监督抽检和风险监测，对抽检不合格的食品及其相关直播电商经营者依法予以处理，相关抽检记录和违规处置记录需留存备查；

e) 接到市场监管部门关于入驻主体食品安全违法情况通报的，及时按照法律法规、规章以及平台规则，采取警示、限制流量、暂停直播、关闭账号、列入黑名单等处置措施，不得拖延、推诿；

f) 建立入驻主体食品安全信用评价机制，将入驻主体的合规经营情况、违规处置记录、消费者投诉情况等纳入信用评价，评价结果与流量分配、入驻权限等挂钩，实行守信激励、失信惩戒，相关信用评价记录需留存备查，并及时报送属地市场监管部门。

### 7.2.4 信息公示与溯源管理

a) 在平台显著位置公示食品安全管理制度、投诉举报方式、入驻主体资质核查情况、抽检结果、违规处置情况等信息，接受社会公众监督，公示信息需真实、完整、及时更新，不得隐瞒、篡改相关信息；

b) 建立平台级食品安全溯源系统，对接直播间运营者的食品、食用农产品溯源信息，实现直

播经营全链条可追溯，鼓励接入市场监管部门溯源平台，向消费者公开溯源查询入口，方便消费者查询相关产品信息。

### 7.3 直播间运营者（含店播经营者）专项管理要求

直播间运营者（含店播经营者）除遵守 7.1 通用管理要求外，还需重点做好以下专项工作：

#### 7.3.1 资质与备案管理

a) 食品经营类（含预包装、散装、特殊食品）直播间运营者，需依法取得食品生产/经营许可证（特殊食品需额外取得对应许可），仅销售预包装食品的需完成备案，资质信息需在直播间显著位置公示，接受消费者和市场监管部门核查；

b) 食用农产品经营类直播间运营者，无需取得食品生产经营许可，但需具备合法的进货渠道和检验检疫证明获取能力，主动留存产地证明、承诺达标合格证等相关材料，留存期限不少于 2 年，接受市场监管部门核查；

c) 如实向平台报送自身经营信息，包括经营地址、经营范围、经营品类、食品安全管理人员信息等，信息变更时需在 3 个工作日内更新，确保与实际经营情况一致，配合平台完成每六个月一次的资质核验工作。

#### 7.3.2 人员管理

a) 配备与经营规模、食品类别、食用农产品品类相适应的食品安全管理人员，其中经营食用农产品的需额外配备熟悉农产品产地溯源、检验检疫的管理人员；经营食品的直播间运营者需按《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》，配备符合对应资质要求的食品安全总监、食品安全员；

b) 食品安全管理人员需履行岗位职责，开展日常食品安全检查、风险排查等工作，留存相关记录；从业人员持有效健康证明上岗，定期开展健康检查。

#### 7.3.3 食品经营专项管控

a) 建立食品供应商准入和评价制度，对供应商资质、食品合格证明进行严格审核，留存进货查验记录，记录信息完整可追溯（含供应商名称、地址、联系方式、食品名称、规格、生产批号、保质期等），定期对供应商进行复评，及时清退违规供应商，相关记录留存期限不少于产品保质期届满后 2 年，没有明确保质期的留存不少于 2 年；

b) 严格落实“日管控、周排查、月调度”风险管控机制，每日根据《食品安全风险管控清单》进行检查，形成《每日食品安全检查记录》，对发现的食品安全风险隐患（如食品过期、标签瑕疵、储存不当等），立即采取防范措施，按程序及时上报；未发现问题的，也需予以记录，实行零风险报告；

c) 直播前对食品合规性、宣传内容进行全面审核，确保食品标签标识规范（符合 GB7718、GB28050 要求），严禁虚假宣传、夸大功效，不得利用人工智能生成内容篡改食品真实感官性状进行宣传；特殊食品宣传需严格遵守专项规范，不得涉及疾病预防、治疗功能，不得与普通食品、药品混淆；

d) 落实食品储存、运输安全管理要求，符合 GB31621 规定，高危易腐食品需按规定条件储

运，配备温度监控设备，留存储运记录，防止食品变质、交叉污染，相关储运记录需留存备查；

e) 建立食品抽样检验管理制度，结合食品类别、食品安全风险状况、消费者投诉举报等实际情况，对直播经营食品进行抽样检验，排查食品安全风险隐患，对检验不合格的食品立即下架、召回，并向市场监管部门报告；

f) 鼓励建立食品全链条追溯系统，实现“互联网+明厨亮灶”并向消费者开放，主动公开食品生产、加工、储存等相关信息；特殊食品需公开产品注册/备案信息。

#### 7.3.4 食用农产品经营专项管控

a) 建立食用农产品供应商准入制度，审核供应商的产地备案信息、生产经营资质，留存供应商身份证明、产地证明、承诺达标合格证或检验检疫证明等材料，无合格证明的食用农产品不得上架直播销售，相关证明材料留存期限不少于2年；

b) 直播前对食用农产品的合规性、宣传内容进行审核，明确标注食用农产品的产地、生产者、采收日期（或生产日期）、保质期（如需），不得虚假标注产地、夸大品质，不得将食用农产品冒充预包装食品宣传，严禁使用对食用农产品真实色泽造成明显改变的照明设施误导消费者；

c) 落实食用农产品储存、运输安全管理要求，生鲜、畜禽、水产等易腐烂食用农产品需配备保温、冷藏、冷冻等冷链设施设备，并保持有效运行，留存储运温度、湿度记录，防止腐败变质、交叉污染，相关冷链设施设备需定期检修；

d) 建立食用农产品溯源系统，实现“从产地到餐桌”的全链条溯源，向消费者公开溯源信息（产地、生产者、检验检疫情况等），留存溯源记录，确保可追溯；

e) 经营畜禽产品、水产产品的，需查验并留存动物检疫合格证明、肉品品质检验合格证等文件，直播宣传时不得隐瞒检疫信息；定期检查库存食用农产品，及时清理腐败变质、油脂酸败、霉变生虫或感官性状异常的产品，留存清理记录。

#### 7.4 直播营销人员（含达播经营者）专项管理要求

直播营销人员（含达播经营者）除遵守7.1通用管理要求外，还需重点做好以下专项工作：

##### 7.4.1 资质与培训管理

a) 个人达播经营者需按要求真实提供自身身份信息，配合平台和MCN机构完成身份核验，不得使用虚假身份开展直播活动；

b) 配备与自身经营规模、服务品类相适应的基础合规管理人员，协助开展选品审核、风险排查相关工作；

c) 首次开展食品、食用农产品直播前，需完成食品安全、直播合规培训并考核合格，重点学习禁售食用农产品/食品清单、差异化合规要求、虚假宣传边界等内容，留存培训记录和考核结果，未培训、未考核合格不得开展直播；后续每半年需开展一次复训。

##### 7.4.2 选品审核管理

a) 建立严格的选品审核制度，食品选品需核验合作方食品生产/经营资质、食品合格证明，食用农产品选品需核验合作方的产地备案信息、承诺达标合格证、检验检疫证明，留存选品记录，明确选品审核责任；

b) 建立合作方诚信档案，定期评价合作方食品安全状况，重点核查食品生产工艺、标签合规性、食用农产品产地溯源体系等，及时清退违规合作方，留存评价记录和清退说明。

#### 7.4.3 直播宣传管理

a) 严格遵守《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》要求，开展食品、食用农产品直播电商活动；

b) 食品宣传：如实宣传食品的名称、规格、成分、保质期等信息，严格区分普通食品、特殊食品、药品，不得混淆类别，不得夸大食品功效，不得使用医疗用语开展宣传；

c) 食用农产品宣传：如实宣传食用农产品的产地、品质、采收日期、储存要求，不得虚假标注产地、夸大口感或营养价值，不得将初级食用农产品宣传为加工食品，不得隐瞒检验检疫信息；

d) 规范使用人工智能直播内容（如需），配合直播间运营者做好标识和提示工作，不得操控人工智能生成内容开展违规宣传，不得混淆食用农产品与食品类别。

#### 7.4.4 责任承担

a) 配合直播间运营者、平台、市场监管部门处理食品安全问题和消费纠纷，承担相应的连带责任，不得推诿、逃避责任；

b) 发现合作方存在违规行为的，及时终止合作并向平台、市场监管部门报告；不得组织、参与伪造、冒用评价标识，不得利用评价标识开展虚假宣传。

### 7.5 MCN 机构专项管理要求

MCN 机构除遵守 7.1 通用管理要求外，还需重点做好以下专项工作：

#### 7.5.1 人员管理

a) 建立直播营销人员准入、培训、考核、退出管理制度，对签约的直播营销人员进行身份核验和背景审查，留存相关记录，不得签约有违法违规记录、被列入黑名单的人员；

b) 定期组织直播营销人员开展食品安全、直播合规培训，重点培训禁售食用农产品/食品清单、差异化合规要求、虚假宣传边界、直播行为规范等内容，留存培训记录和考核结果，未培训、未考核合格的直播营销人员，不得安排开展网络食品直播活动；

c) 配备专职合规管理人员，负责对直播营销人员的直播内容、选品审核等进行监督指导，排查违规风险，留存监督记录。

#### 7.5.2 合规监督

a) 建立直播内容审核机制，对签约直播营销人员的网络食品直播内容、宣传话术进行前置审核，严禁出现违规宣传、混淆食品与食用农产品类别等行为，留存审核记录；

b) 监督直播营销人员的选品审核工作，协助其核验合作方资质和产品合格证明，严禁直播营销人员推广禁售食品、禁售食用农产品，留存相关监督记录；

c) 发现直播营销人员存在违规行为的，及时制止并要求整改，情节严重的，终止合作关系，并向平台、市场监管部门报告，留存处置记录。

#### 7.5.3 档案管理

建立健全签约直播营销人员档案、培训档案、直播内容审核档案、违规处置档案等，妥善留存相关资料，留存期限不少于合作终止后 2 年，接受市场监管部门和评价机构核查。

## 8. 评价实施规则

评价工作应严格遵循本规则开展，确保评价过程规范、结果客观公正，具体实施规则如下（详细流程见附录 A）：

### 8.1 评价周期

8.1.1 季度初评：每季度第 1 个月开展，评价主体对被评价主体上一季度的经营合规情况、诚信经营情况进行初步评价，形成季度初评结果，作为年度总评的基础；

8.1.2 年度总评：每年 12 月份开展（修改为次年 1 月份开展），评价主体结合四个季度的初评结果，对被评价主体全年的经营合规情况、诚信经营情况进行综合评价，形成年度总评结果，作为信用等级认定的主要依据。

### 8.2 评价申请

8.2.1 申请时间：被评价主体应在每季度第 1 个月 1-10 日、每年 12 月 1-10 日（修改为次年 1 月份），向评价主体提交季度初评、年度总评申请；

8.2.2 申请材料：被评价主体需提交以下申请材料，确保材料真实、完整、有效：

- a) 评价申请表（由评价主体统一制定）；
- b) 合法经营资质复印件（加盖公章，个人达播提供身份证明复印件）；
- c) 相关许可、备案证明复印件（加盖公章）；
- d) 食品安全管理制度等相关文件；
- e) 经营记录、进货查验记录、溯源记录、检疫记录等相关记录；
- f) 从业人员培训记录、健康证明复印件；
- g) 消费者投诉处理记录、食品安全责任险投保凭证（如有）；
- h) 上一季度/上一年度的自评报告；
- i) 评价主体要求提供的其他相关材料。

### 8.3 材料审核

8.3.1 评价主体在收到申请材料后 5 个工作日内，完成材料审核工作；

8.3.2 材料齐全、符合要求的，予以受理，并向被评价主体出具受理通知书；

8.3.3 材料不全或不符合要求的，书面通知被评价主体在 3 个工作日内补充完善，逾期未补充的，视为放弃本次评价申请；

8.3.4 发现申请材料虚假、伪造的，直接驳回评价申请，取消其本次参评资格，并记入评价档案，3 年内不得参与评价。

## 8.4 综合评审

8.4.1 评价主体受理申请后，组建评价工作组，每组不少于 2 人，评价人员需与被评价主体无利益关联，否则需主动回避；

8.4.2 综合评审采用资料复核、现场核查、数据核验、社会调查、舆情监测、技术监测记录核查等多种方式开展，具体如下：

a) 资料复核：对被评价主体提交的申请材料、相关记录进行进一步复核，核实材料的真实性、完整性和合规性；

b) 现场核查：针对直播电商平台经营者、大型直播间运营者，评价工作组需开展现场核查，重点核查经营场所、管理制度落实、人员配备、风险管控等情况，留存现场核查记录和影像资料；

c) 数据核验：对接平台、市场监管部门，核验被评价主体的经营数据、违规处置记录、抽检结果等相关数据，确保数据真实有效；

d) 社会调查：通过问卷调查、消费者访谈等方式，了解消费者对被评价主体的满意度，收集相关意见和建议；

e) 舆情监测：通过网络舆情监测工具，排查被评价主体的负面舆情记录，核实舆情真实性和处置情况；

f) 技术监测记录核查：核查被评价主体的直播技术监测记录、违规预警记录等，了解其违规防控情况。

8.4.3 评价工作组结合本文件第 10 章评价指标体系和附录 B 评分细则，对被评价主体进行逐项评分，形成初步评价得分和评审意见；

8.4.4 综合评审工作应在受理申请后 15 个工作日内完成，特殊情况可延长，但延长时间不得超过 5 个工作日，并书面通知被评价主体。

## 8.5 结果公示

8.5.1 评价主体在完成综合评审后 3 个工作日内，将初步评价结果（含得分、信用等级、评审意见），通过市场监管部门官网、行业协会平台、评价主体官方渠道等进行公示，公示期为 5 个工作日；

8.5.2 公示期间，接受被评价主体的异议申诉和社会公众的举报；

8.5.3 被评价主体提出异议的，需提交书面异议申请和相关佐证材料，评价主体在 3 个工作日内完成异议核查，形成核查意见，并书面反馈给被评价主体；异议成立的，调整初步评价结果；异议不成立的，维持初步评价结果，并说明理由；

8.5.4 社会公众举报的，需提供明确的举报线索，评价主体核实后依法处理，若举报情况属实，影响评价结果的，调整初步评价结果，并重新公示。

## 8.6 等级认定

8.6.1 公示期满无异议，或异议、举报核查处理完毕后，评价主体根据综合评审得分，正式认定被评价主体的信用等级，信用等级分为四级，具体划分标准如下：

a) 优秀诚信级（A 类）：综合得分  $\geq 90$  分，无违规记录，消费者满意度  $\geq 95\%$ ，具备完善的

食品安全管控体系和诚信经营机制，可优先享受行业扶持、流量倾斜等激励政策；

b) 合格诚信级（B类）：75分 $\leq$ 综合得分 $<$ 90分，无重大违规记录，轻微违规已全部整改完毕，食品安全管控和诚信经营情况良好，符合网络食品经营基本规范；

c) 失信警示级（C类）：60分 $\leq$ 综合得分 $<$ 75分，存在一般违规行为，食品安全管控存在薄弱环节，需在30个工作日内完成整改，整改完成后可申请复核，复核合格可维持或提升等级；

d) 严重失信级（D类）：综合得分 $<$ 60分，或存在附录C所列一票否决行为，存在重大食品安全隐患或严重违规经营行为，取消参评资格，列入评价黑名单，同步推送至市场监管部门和相关行业协会。

8.6.2 等级认定后，评价主体在3个工作日内，向被评价主体出具正式评价报告和信用等级证书（电子证书与纸质证书具有同等效力）；

8.6.3 季度初评仅出具初评得分和整改意见，不单独认定信用等级；年度总评正式认定信用等级，有效期为1年，有效期届满前1个月，被评价主体可申请重新评价。

## 8.7 评价复核

8.7.1 被评价主体对年度总评等级有异议的，可在收到等级认定结果后5个工作日内，向评价主体提交复核申请，并提供相关佐证材料；

8.7.2 评价主体在收到复核申请后7个工作日内，组建复核工作组（与原评审工作组人员不得重复），开展复核工作，复核仅针对异议事项，不重新开展全面评审；

8.7.3 复核完成后，评价主体在3个工作日内出具复核意见，复核意见为最终认定结果，不得再次申请复核；

8.7.4 评价主体发现自身评价工作存在失误、遗漏，或因政策调整、数据更新导致评价结果不准确的，可主动启动复核程序，调整评价结果，并书面通知被评价主体，同步更新公示信息。

## 9. 评价报告规范

评价报告是网络食品安全与诚信经营评价工作的重要成果，需规范编制、妥善留存，具体要求如下：

### 9.1 报告编制要求

9.1.1 评价报告需由评价主体牵头编制，评价工作组全员签字确认，加盖评价主体公章，确保报告真实、完整、规范，不得虚假编制、篡改报告内容；

9.1.2 报告编制需遵循本文件要求，结合综合评审情况，全面、客观反映被评价主体的食品安全管控、诚信经营情况，明确评价得分、信用等级、评审意见、整改要求（如有）；

9.1.3 报告内容需条理清晰、语言严谨，避免模糊表述，数据准确无误，相关佐证材料（如现场核查记录、数据核验报告、舆情监测结果等）需作为附件一并附上；

9.1.4 报告格式需统一规范，采用A4纸张，封面、目录、正文、附件、签署页齐全，页码连续，装订整齐。

## 9.2 报告核心内容

9.2.1 封面：需明确标注报告名称（《网络食品安全与诚信经营评价报告》）、被评价主体名称、评价类型（季度初评/年度总评）、评价周期、评价主体名称、报告出具日期；

9.2.2 目录：列出报告各章节、附件的标题及对应页码；

9.2.3 评价概况：简要说明评价依据、评价目的、评价周期、评价流程、评价方式，以及被评价主体的基本信息（资质、经营规模、经营品类等）；

9.2.4 材料审核情况：详细说明被评价主体提交申请材料的完整性、合规性，审核意见及相关说明；

9.2.5 综合评审情况：分章节说明资料复核、现场核查、数据核验、社会调查、舆情监测各环节的评审结果，列出发现的合规亮点和存在的问题；

9.2.6 评分情况：对照本文件第 10 章评价指标体系和附录 B 评分细则，详细列出各项指标的得分、扣分原因，计算综合得分；

9.2.7 等级认定及评审意见：明确被评价主体的信用等级，结合评审情况，出具客观、具体的评审意见，包括合规优势、存在的薄弱环节、针对性整改建议（如有）；

9.2.8 整改要求（如有）：针对评审中发现的问题，明确整改事项、整改时限、整改标准，以及整改后的复核要求；

9.2.9 附件：包括申请材料复印件、现场核查记录、影像资料、数据核验报告、舆情监测结果、评价人员资质证明等相关佐证材料；

9.2.10 签署页：由评价工作组组长、副组长、成员签字，加盖评价主体公章，标注签字日期。

## 9.3 报告管理要求

9.3.1 评价报告需一式三份，评价主体、被评价主体各留存一份，同步报送属地市场监管部门一份（如需），报告留存期限不少于评价等级有效期届满后 2 年；

9.3.2 被评价主体需将评价报告及信用等级证书，在其经营页面、直播间显著位置公示，接受消费者和社会公众监督，公示期限与信用等级有效期一致；

9.3.3 评价主体需建立评价报告档案，妥善留存报告原件及相关佐证材料，实现“一户一档”，便于后续核查、追溯；

9.3.4 严禁任何单位或个人伪造、篡改、冒用评价报告，严禁利用评价报告开展虚假宣传，违反本要求的，取消评价资格，记入评价档案，并通报市场监管部门依法处理。

## 10. 评价指标体系

本章节建立网络食品安全与诚信经营评价指标体系，按直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、MCN 机构四类主体分类设置指标，兼顾食用农产品与食品的差异化监管要求，明确指标权重、评分标准，确保评价工作科学、公正、可操作（详细评分细则见附录 B）。

### 10.1 指标体系构建原则

10.1.1 贴合责任：指标设置严格对应各类主体的食品安全责任、诚信经营义务，贴合《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》等相关要求；

10.1.2 分类适配：针对四类主体的经营特点、管控重点，分类设置差异化指标，突出平台管理责任、直播间运营核心责任、直播营销人员直接责任、MCN 机构培训监督责任；

10.1.3 差异管控：区分食用农产品与食品的合规要求，在相关指标中明确差异化评分标准，重点体现食用农产品溯源、检疫，食品许可、标签合规等核心要点；

10.1.4 重点突出：对食品安全管控、禁售品类排查、虚假宣传防控等核心环节，设置较高权重，强化重点管控；

10.1.5 可操作性：指标内容具体、量化，评分标准清晰，避免模糊表述，确保评价人员可对照执行，减少主观判断。

## 10.2 通用评价指标（适用于所有被评价主体）

通用指标权重占比 20%，所有被评价主体统一评分，具体指标如下：

10.2.1 合规经营（8 分）：严格遵守食品安全、网络交易、直播营销相关法律法规及本文件要求，无违规经营行为；

10.2.2 禁止性行为管控（6 分）：未经营禁售食品、禁售食用农产品，未实施虚假宣传、流量造假、混淆品类等违规行为，未利用人工智能生成内容开展违规宣传；

10.2.3 消费者权益保障（3 分）：落实退换货政策，建立投诉举报处理机制，无长期未办结投诉，无重大负面舆情；

10.2.4 培训与考核（3 分）：定期开展从业人员食品安全、直播合规培训，留存培训记录及考核结果，培训频次符合要求。

## 10.3 分类评价指标

分类指标权重占比 80%，按四类主体分别设置，具体如下：

### 10.3.1 直播电商平台经营者评价指标（权重 80%）

重点围绕资质审核、风险管控、违规处置、信息公示、溯源管理等核心职责设置指标，具体包括：

a) 资质审核与档案管理（20 分）：建立全链条资质审核机制，区分食品与食用农产品经营者审核要点，建立“一户一档”，定期核验资质；

b) 人员管理（10 分）：配备足额食品安全管理人员，定期开展培训考核，明确岗位职责；

c) 风险管控与违规处置（25 分）：制定食品安全风险管控清单，升级技术监测系统，精准识别违规行为，及时处置并向市场监管部门报告；

d) 抽样检验与质量管控（10 分）：建立食品、食用农产品抽样检验机制，实施监督抽检和风险监测，妥善处理不合格产品；

e) 信息公示与溯源管理（10 分）：在平台显著位置公示相关信息，建立平台级溯源系统，实现全链条可追溯；

f) 信用评价与激励约束（5 分）：建立入驻主体信用评价机制，将评价结果与流量分配、入

驻权限挂钩。

### 10.3.2 直播间运营者评价指标（权重 80%）

重点围绕资质备案、人员管理、食品与食用农产品管控、直播宣传等核心职责设置指标，具体包括：

a) 资质与备案管理（15分）：资质合规、许可备案齐全，如实报送经营信息，资质信息公示规范；

b) 人员管理（10分）：配备食品安全管理人员，从业人员持有效健康证明上岗；

c) 食品经营专项管控（20分）：建立供应商准入、进货查验制度，落实“日管控、周排查、月调度”，食品标签标识规范，储运安全合规；

d) 食用农产品经营专项管控（20分）：建立供应商准入制度，留存产地证明、承诺达标合格证等材料，溯源系统完善，冷链储运合规；

e) 直播宣传管理（15分）：直播内容审核规范，如实宣传，不虚假夸大，规范使用人工智能直播内容。

### 10.3.3 直播营销人员评价指标（权重 80%）

重点围绕资质培训、选品审核、直播宣传、责任承担等核心职责设置指标，具体包括：

a) 资质与培训管理（15分）：身份信息真实，完成合规培训并考核合格，定期参加复训；

b) 选品审核管理（25分）：建立选品审核制度，严格核验食品、食用农产品相关资质及合格证明，建立合作方诚信档案；

c) 直播宣传管理（30分）：如实宣传食品、食用农产品信息，严格区分品类，不虚假夸大，不使用医疗用语，规范使用人工智能直播内容；

d) 责任承担与配合（10分）：配合处理食品安全问题和消费纠纷，及时报告合作方违规行为，不推诿逃避责任。

### 10.3.4 MCN 机构评价指标（权重 80%）

重点围绕人员管理、合规监督、档案管理等核心职责设置指标，具体包括：

a) 人员管理（25分）：建立直播营销人员准入、培训、考核、退出制度，定期开展合规培训，配备专职合规管理人员；

b) 合规监督（35分）：建立直播内容前置审核机制，监督直播营销人员选品审核工作，及时制止、整改违规行为，情节严重的终止合作并报告；

c) 档案管理（20分）：建立健全各类档案，妥善留存相关资料，留存期限符合要求，便于核查追溯。

## 10.4 评分说明

10.4.1 综合得分=通用指标得分+分类指标得分，总分 100 分；

10.4.2 评分严格按照附录 B 评分细则执行，明确扣分标准和扣分上限，不重复扣分、不超额扣分；

10.4.3 存在附录 C 所列一票否决行为的，无论综合得分多少，均直接认定为严重失信级（D

类)；

10.4.4 被评价主体为私域直播经营主体的，参照对应类型主体的评分指标和评分细则执行；

10.4.5 评价指标体系可根据法律法规更新、行业发展变化，由评价主体牵头，结合市场监管部门意见，适时修订完善，并提前 30 日公示。

## 11. 评价结果应用与动态管理

为强化评价工作实效，规范评价结果应用，建立“守信激励、失信惩戒、动态调整、信用修复”的管理机制，推动网络食品经营相关主体提升食品安全管控水平和诚信经营意识，具体要求如下：

### 11.1 评价结果应用

11.1.1 行业应用：评价结果作为行业自律管理、评优评先的重要依据，优秀诚信级（A 类）主体可优先推荐参与行业评优、获得行业扶持政策；

11.1.2 平台应用：直播电商平台需将评价结果与入驻主体的流量分配、入驻权限、合作优先级挂钩，对 A 类主体给予流量倾斜、费用减免等激励，对 C 类、D 类主体采取限流、暂停合作、清退等约束措施；

11.1.3 监管应用：评价主体定期将评价结果报送属地市场监管部门，市场监管部门将评价结果作为监督检查的重要参考，对 A 类主体减少检查频次，对 C 类、D 类主体加大检查力度，将 D 类主体纳入重点监管对象；

11.1.4 社会应用：评价结果及信用等级向社会公开，引导消费者优先选择 A 类、B 类主体，发挥社会监督作用；鼓励金融机构、保险机构将评价结果作为信贷、投保的参考依据，为 A 类主体提供优惠政策。

### 11.2 守信激励措施

对优秀诚信级（A 类）主体，采取以下激励措施：

- a) 评价主体授予信用等级证书，在官方渠道、行业平台公示表彰；
- b) 优先推荐参与政府部门、行业协会组织的评优评先、政策扶持项目；
- c) 直播电商平台给予流量倾斜、首页推荐、合作费用减免等优惠；
- d) 市场监管部门减少年度监督检查频次，优先办理相关许可、备案手续；
- e) 鼓励投保食品安全责任险时，享受保险费率优惠；
- f) 评价周期内可免除 1 次季度初评，直接参与年度总评。

### 11.3 失信惩戒措施

#### 11.3.1 失信警示级（C 类）主体：

- a) 评价主体出具整改通知书，要求在 30 个工作日内完成整改，整改完成后可申请复核；
- b) 直播电商平台对其采取限流、取消首页推荐等约束措施，暂停各类评优资格；

- c) 市场监管部门加大监督检查频次，重点核查整改落实情况；
- d) 整改逾期未完成或复核不合格的，下调信用等级至严重失信级（D类）。

#### 11.3.2 严重失信级（D类）主体：

- a) 取消参评资格，列入评价黑名单，公示期不少于1年；
- b) 直播电商平台立即暂停其直播权限，情节严重的予以清退，3年内不得重新入驻；
- c) 市场监管部门将其纳入重点监管对象，加大监督检查频次，依法从重处罚相关违规行为；
- d) 通报行业协会、金融机构、保险机构等相关单位，实施联合惩戒；
- e) 存在一票否决行为的，5年内不得参与评价，涉嫌违法犯罪的，移交司法机关处理。

#### 11.4 动态管理

11.4.1 季度动态调整：评价主体结合季度初评结果，对被评价主体的信用状况进行动态监测，发现C类主体整改到位的，可临时提升评价等级；发现A类、B类主体存在违规行为的，立即下调信用等级，并公示调整结果；

11.4.2 年度重新评价：信用等级有效期届满前1个月，被评价主体可申请重新评价，未申请重新评价的，信用等级自动失效，视为放弃参评资格；

11.4.3 异常情况处置：被评价主体在评价周期内发生重大食品安全事故、重大违规行为，或被市场监管部门行政处罚的，评价主体立即启动重新评审程序，下调其信用等级，取消相关激励措施，并通报市场监管部门；

11.4.4 档案动态更新：评价主体建立动态档案，及时更新被评价主体的评价结果、整改情况、违规记录、信用调整情况等信息，留存期限不少于3年。

#### 11.5 信用修复

11.5.1 修复条件：信用等级为C类、非一票否决的D类主体，满足以下条件可申请信用修复：

- a) 已完成所有违规问题整改，经评价主体复核合格；
- b) 整改完成后，连续6个月无新的违规记录、无重大负面舆情；
- c) 已履行相关行政处罚决定（如有），足额缴纳罚款（如有）；
- d) 主动开展食品安全合规培训，完善食品安全管控体系。

11.5.2 修复流程：

a) 被评价主体向评价主体提交信用修复申请，并提供整改证明、合规培训记录等相关佐证材料；

b) 评价主体在收到申请后10个工作日内，开展修复核查，核实整改情况和合规状况；

c) 核查合格的，准予信用修复，调整信用等级（C类可修复至B类，非一票否决D类可修复至C类），并公示修复结果；核查不合格的，驳回修复申请，告知理由，6个月后可再次申请；

d) 存在一票否决行为的D类主体，不得申请信用修复。

11.5.3 修复管理：信用修复后，评价主体继续对其进行动态监测，6个月内再次出现违规行为的，撤销信用修复结果，恢复原信用等级，并3年内不得再次申请信用修复。

## 12. 监督管理

为确保评价工作规范、有序开展，强化对评价主体、被评价主体的监督管理，明确各方监督责任，建立多元监督体系，具体要求如下：

### 12.1 评价主体监督管理

12.1.1 市场监管部门负责对评价主体的评价工作进行监督指导，定期开展监督检查，核查评价工作的规范性、公正性、真实性；

12.1.2 评价主体需严格遵循本文件规定和相关法律法规，独立、公正开展评价工作，不得弄虚作假、徇私舞弊，不得接受被评价主体的财物或其他不正当利益；

12.1.3 评价主体需建立内部监督机制，加强对评价工作组的管理和监督，定期开展内部培训和考核，提升评价专业水平；

12.1.4 发现评价主体存在违规评价、虚假评价、篡改评价结果等行为的，市场监管部门责令其限期整改，整改不合格的，取消其评价资格，通报行业协会，涉嫌违法犯罪的，移交司法机关处理；

12.1.5 评价主体需定期向市场监管部门报送评价工作开展情况、评价结果汇总、存在的问题及改进措施，接受监督检查。

### 12.2 被评价主体监督管理

12.2.1 被评价主体需主动配合评价主体开展评价工作，如实提供相关材料和数据，不得隐瞒、伪造、篡改相关信息，不得拒绝、阻挠评价工作；

12.2.2 被评价主体需严格按照评价报告中的整改要求，及时落实整改措施，主动接受评价主体的复核和市场监管部门的监督检查；

12.2.3 被评价主体不得伪造、冒用评价报告和信用等级证书，不得利用评价结果开展虚假宣传，违反本要求的，取消评价资格，记入评价档案，市场监管部门依法予以处罚；

12.2.4 被评价主体在评价周期内发生违规行为的，需主动向评价主体和市场监管部门报告，不得隐瞒，否则从重处理。

### 12.3 市场监管部门监督责任

12.3.1 市场监管部门需加强对网络食品安全与诚信经营评价工作的监督指导，制定监督检查计划，定期开展核查，规范评价行为；

12.3.2 市场监管部门需及时通报最新法律法规、规章及监管要求，指导评价主体修订完善评价指标体系和评分细则；

12.3.3 市场监管部门需受理社会公众关于评价工作的举报和投诉，及时核查处理，反馈处理结果；

12.3.4 市场监管部门需将评价结果与行政执法、重点监管相结合，对评价工作中发现的违法违规行爲，依法予以查处，对涉嫌犯罪的，移交司法机关处理；

12.3.5 市场监管部门需加强对食用农产品与食品差异化监管的指导，确保评价工作与监管要求无缝衔接。

## 12.4 社会监督与行业自律

12.4.1 行业协会需加强行业自律，引导评价主体、被评价主体严格遵守本文件要求，规范评价行为和经营行为，开展行业培训和交流，提升行业整体水平；

12.4.2 社会公众可通过评价主体官方渠道、市场监管部门投诉举报平台，对评价工作中的违规行为、被评价主体的违规经营行为进行举报和投诉，提供相关线索；

12.4.3 新闻媒体需发挥舆论监督作用，客观报道评价工作开展情况和被评价主体的经营情况，曝光违规行为，引导行业健康发展；

12.4.4 评价主体、被评价主体需主动接受社会公众监督，及时回应社会关切，公示相关信息，提升评价工作和经营行为的透明度。

## 13. 附则

### 13.1 术语补充

本文件未明确的术语，参照《中华人民共和国食品安全法》《直播电商监督管理办法》《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》等相关法律法规、规章及标准执行。

### 13.2 解释权

本文件由中国食品药品企业质量安全促进会负责解释。

### 13.3 修订与更新

本文件可根据以下情况，由中国食品药品企业质量安全促进会牵头，结合评价工作实际、市场监管要求和行业发展变化，适时修订完善：

- a) 相关法律法规、规章及标准更新的；
- b) 网络食品直播经营业态、模式发生重大变化的；
- c) 评价工作中发现重大问题，需要调整评价指标、评价规则的；
- d) 市场监管部门、行业协会、评价主体、被评价主体提出合理修订建议的。

本文件修订后，需重新公示，公示期不少于 30 日，修订后的版本自实施之日起生效，原版本同时废止。

### 13.4 实施日期

本文件自 2025-XX-XX 起实施。

### 13.5 其他

13.5.1 本文件附录 A、附录 B、附录 C 为规范性附录，与正文具有同等效力；

13.5.2 本文件实施过程中，如遇国家政策调整，按国家最新政策执行；

13.5.3 本文件不适用于法律法规禁止开展的网络食品经营活动；

13.5.4 本文件所称“以上”“不少于”“不超过”，均包含本数；“以下”不包含本数。

中国食品药品企业质量安全促进会

## 附录 A

### (规范性)

#### 评价流程细则

##### A.1 总则

A.1.1 为规范网络食品安全与诚信经营评价流程，确保评价工作有序、高效开展，根据本文件第 8 章评价实施规则，制定本细则；

A.1.2 本细则适用于评价主体开展的所有网络食品安全与诚信经营评价活动（季度初评、年度总评），评价主体、被评价主体需严格遵循；

A.1.3 评价流程需遵循“申请—审核—评审—公示—认定—报告”的核心环节，每个环节需留存相关记录，实现可追溯。

##### A.2 评价申请流程

A.2.1 申请通知：评价主体在每季度第 1 个月 1 日前、每年 11 月 20 日前，通过官方渠道、行业协会平台等，发布评价申请通知，明确申请时间、申请材料、申请方式等要求；

A.2.2 材料提交：被评价主体在规定时间内，通过线上提交或线下报送的方式，向评价主体提交完整的申请材料，线上提交的需加盖电子公章，线下报送的需提交纸质材料并加盖公章（个人达播经营者签字确认）；

A.2.3 材料接收：评价主体指定专人负责接收申请材料，核对材料份数、完整性，出具材料接收回执，明确接收日期；

A.2.4 申请补正：材料不全或不符合要求的，评价主体在 3 个工作日内，通过书面、短信、邮件等方式，通知被评价主体补正，明确补正材料、补正期限，被评价主体逾期未补正的，视为放弃本次申请；

A.2.5 申请受理：材料齐全、符合要求的，评价主体在 5 个工作日内，出具受理通知书，明确受理日期、综合评审开始时间；材料虚假、伪造的，驳回申请，记入评价档案。

##### A.3 材料审核流程

A.3.1 审核分工：评价主体组建材料审核小组，每组不少于 2 人，明确审核人员职责，实行双人审核、交叉复核；

A.3.2 审核内容：重点审核申请材料的真实性、完整性、合规性，具体包括资质文件、许可备案证明、管理制度、相关记录、自评报告等；

A.3.3 审核方式：采用书面审核、线上核验、电话核实等方式，必要时可对接市场监管部门、直播平台，核实材料真实性；

A.3.4 审核意见：审核人员逐一填写材料审核表，明确审核意见（合格、不合格、需补正），签字确认后，提交审核小组汇总；

A.3.5 审核汇总：审核小组汇总审核意见，形成材料审核报告，明确审核结论，报评价主体负责人审批；

A. 3.6 审核反馈：审核合格的，进入综合评审环节；审核不合格的，驳回申请；需补正的，通知被评价主体限期补正。

#### A. 4 综合评审流程

A. 4.1 评审组组建：评价主体受理申请后，组建综合评审工作组，每组不少于 2 人，评价人员需与被评价主体无利益关联，主动回避；

A. 4.2 评审准备：评审工作组提前 3 个工作日，熟悉被评价主体的申请材料、材料审核报告，明确评审重点、评审方式、评审时间安排；

A. 4.3 多方式评审：按照本文件 8.4.2 要求，开展资料复核、现场核查、数据核验、社会调查、舆情监测、技术监测记录核查，每个环节需留存相关记录；

A. 4.4 评分环节：评审人员对照评价指标体系和评分细则，逐一打分，填写评分表，明确扣分原因、扣分依据，签字确认；

A. 4.5 评审汇总：评审工作组汇总各评审人员的评分，计算综合得分，形成初步评审意见，明确初步信用等级；

A. 4.6 评审复核：评审工作组组长对评分情况、评审意见进行复核，确保评分准确、意见客观，复核无误后，签字确认；

A. 4.7 评审报告：评审工作组形成综合评审报告，明确评审流程、评审方式、评分情况、初步评价结果、评审意见，报评价主体负责人审批。

#### A. 5 结果公示与异议处理流程

A. 5.1 结果公示：评价主体负责人审批后，在 3 个工作日内，将初步评价结果通过指定渠道公示，公示期 5 个工作日，明确公示内容、异议申诉方式、举报渠道；

A. 5.2 异议申诉：被评价主体对初步评价结果有异议的，在公示期内，提交书面异议申请和佐证材料，明确异议事项、异议理由；

A. 5.3 举报处理：社会公众举报的，需提供明确举报线索，评价主体指定专人负责接收、登记，及时核实；

A. 5.4 异议核查：评价主体在收到异议申请后 3 个工作日内，组建异议核查小组，开展核查工作，核实异议事项，形成核查意见；

A. 5.5 结果调整：异议、举报属实，影响评价结果的，调整初步评价结果，重新公示；异议、举报不成立的，维持初步评价结果，书面反馈被评价主体，说明理由；

A. 5.6 公示结束：公示期满无异议，或异议、举报核查处理完毕后，初步评价结果生效，进入等级认定环节。

#### A. 6 等级认定与报告出具流程

A. 6.1 等级认定：评价主体根据生效的初步评价结果，正式认定被评价主体的信用等级，填写等级认定表，报负责人审批；

A. 6.2 报告编制：评价主体组织编制评价报告，按照本文件第 9 章要求，完善报告内容、附件，确保报告规范、真实；

A. 6.3 报告审核：评价主体对评价报告进行内部审核，审核合格后，由评价工作组全员签字，加盖评价主体公章；

A. 6.4 报告送达：评价主体在 3 个工作日内，将评价报告、信用等级证书，送达被评价主体，出具送达回执；

A. 6.5 报告报送：评价主体同步将评价报告报送属地市场监管部门（如需），做好报送记录。

#### A. 7 评价档案留存流程

A. 7.1 档案收集：评价工作结束后，评价主体指定专人负责收集评价全过程相关资料，包括申请材料、审核记录、评审记录、公示材料、评价报告、佐证材料等；

A. 7.2 档案整理：按照“一户一档”的原则，对档案资料进行分类整理、装订，标注被评价主体名称、评价周期、评价类型；

A. 7.3 档案留存：档案留存期限不少于评价等级有效期届满后 2 年，采用纸质档案与电子档案双重留存，确保档案安全、可追溯；

A. 7.4 档案查阅：档案查阅需履行审批手续，评价主体、市场监管部门可依法查阅，其他单位或个人需经被评价主体同意、评价主体审批后，方可查阅。

中国食品药品企业质量安全规范

## 附录 B

### (规范性)

#### 评价指标评分细则（内容过多，以表格形式归纳）

##### B.1 总则

B.1.1 本细则根据本文件第 10 章评价指标体系，结合《直播电商监督管理办法》《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》《食品生产经营者落实食品安全主体责任规定》等相关法律法规、规章制定，明确各项指标的评分标准、扣分依据、扣分上限及对应法律责任，确保评价评分科学、公正、可操作、有法律法规支撑；

B.1.2 本细则适用于所有被评价主体的综合评审评分，包括通用指标和分类指标（直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、MCN 机构），评分严格按照本细则执行，无特殊情况不得随意调整；

B.1.3 评分采用“扣分制”，各项指标初始得分为满分，根据被评价主体的实际情况，对照扣分标准逐项扣分，单个指标扣分不超过该项指标满分，综合评分=通用指标得分+分类指标得分；

B.1.4 被评价主体存在多项违规行为的，分别对照对应条款扣分，不重复扣分；同一违规行为为涉及多项指标的，仅在权重最高的指标中扣分，其他关联指标不再重复计分；

B.1.5 私域直播经营主体，参照对应类型主体（直播间运营者、直播营销人员）的评分细则执行，无对应类型的，参照权重最高的同类主体细则执行；

B.1.6 本细则可根据评价指标体系修订、相关法律法规更新（如本细则依据的 3 部核心法规修订），同步更新完善，确保与现行法规保持一致；

B.1.7 本细则中违规等级界定（结合法规明确，便于实操判断）：

a) 轻微违规：未造成不良影响、未危害消费者健康，经提醒后可立即整改，未被市场监管部门警告或处罚的违规行为；

b) 一般违规：造成轻微不良影响（如少量消费者投诉、轻微负面评价）、存在潜在安全隐患，需限期（7 个工作日内）整改，或被市场监管部门警告、处以 1 万元以下罚款的违规行为；

c) 重大违规：造成重大不良影响（如群体性投诉、重大负面舆情）、存在重大安全隐患（如导致消费者食物中毒、健康损害），或被市场监管部门处以1万元及以上罚款、吊销许可证、列入严重违法失信名单，甚至涉嫌违法犯罪的违规行为。

## B.2 通用评价指标评分细则（总分20分）

本部分适用于所有被评价主体，聚焦各主体共通的合规要求，结合3部核心法规，细化实操标准、补充法律责任，确保评价无歧义。

### B.2.1 合规经营（8分）

B.2.1.1 满分标准：严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《直播电商监督管理办法》《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》《食品生产经营者落实食品安全主体责任规定》等相关法律法规及本文件要求，建立完善的基础合规管理制度（含合规检查、违规整改、责任追究），无任何违规经营行为；

B.2.1.2 扣分标准：

a) 未严格遵守相关法律法规，存在轻微违规行为（未造成不良影响，已整改），每次扣2分；

b) 存在一般违规行为（造成轻微不良影响，未及时整改），每次扣4分；

c) 存在重大违规行为（造成重大不良影响，存在安全隐患），每次扣8分，本项扣完为止；

d) 未严格执行本文件相关要求，未建立基础合规管理制度（无合规检查记录、无违规整改流程、无责任追究机制）的，扣3分；整改后（补充完善制度并留存相关记录）可补扣1分。

### B.2.2 禁止性行为管控（6分）

B.2.2.1 满分标准：未经营禁售食品、禁售食用农产品（参照本文件附录C），未实施虚假宣传、流量造假、混淆品类等违规行为，未利用人工智能生成内容开展违规宣传，建立禁止性行为日常排查机制（每周至少1次排查，留存排查记录）；

B.2.2.2 扣分标准：

a) 违规经营禁售食用农产品（未造成安全隐患），每次扣3分；违规经营禁售食品，每次扣6分，本项扣完为止；

b) 实施轻微虚假宣传、流量造假、混淆品类行为（如夸大食品口感、虚构销量数据、将食用农产品称为预包装食品），每次扣 2 分；情节严重的（如虚假宣传涉及保健功效、流量造假数额较大、造成消费者误导消费），每次扣 6 分，本项扣完为止；

c) 利用人工智能生成内容开展违规宣传（如虚假功效宣传、混淆品类、伪造产品检验报告），每次扣 2 分；造成不良影响的（如引发消费者投诉、产生负面舆情），扣 6 分，本项扣完为止；

d) 未建立禁止性行为管控机制，未开展日常排查（无排查计划、无排查记录）的，扣 2 分。

### B. 2. 3 消费者权益保障（3 分）

B. 2. 3. 1 满分标准：严格落实食品经营退换货政策（符合《消费者权益保护法》要求，食品无质量问题但消费者七天无理由退货的，依法妥善处理），建立完善的投诉举报处理机制（明确专人负责、明确处理时限、留存处理记录），无长期未办结投诉（超过 7 个工作日），无重大负面舆情（涉及食品安全、消费欺诈）；

B. 2. 3. 2 扣分标准：

a) 未落实退换货政策（如无正当理由拒绝消费者退货、设置不合理退货门槛），每次扣 1 分；

b) 未建立投诉举报处理机制（无投诉举报电话、无专人负责），或投诉处理不规范（无处理记录、未告知消费者处理进度），存在长期（超过 7 个工作日）未办结投诉，每笔扣 1 分，累计不超过 3 分；

c) 存在重大负面舆情（涉及食品安全、消费欺诈，单条舆情浏览量超过 10 万、引发集中投诉 5 起以上），未及时处置（超过 24 小时未回应、未采取整改措施）的，扣 3 分；已处置但造成不良影响的（舆情持续扩散、消费者满意度低），扣 2 分。

### B. 2. 4 培训与考核（3 分）

B. 2. 4. 1 满分标准：定期开展从业人员食品安全、直播合规培训（结合《食品生产经营企业落实食品安全主体责任规定》要求，新从业人员上岗前必须培训，在岗人员季度培训不少于 1 次），培训内容涵盖相关法律法规、禁售品类、违规后果等，留存培训记录（培训签到表、培训课件、培训照片）及考核结果（考核试卷、考核成绩），考核不合格人员重新培训后上岗；

B. 2. 4. 2 扣分标准：

a) 未定期开展培训，季度培训少于1次（新从业人员未开展岗前培训），每次扣1分，累计不超过3分；

b) 未留存培训记录（缺失任意一项：签到表、课件、照片）、考核结果，扣1分；考核不合格人员未重新培训上岗的，扣1分；

c) 从业人员未参加必要的食品安全培训（抽查发现1名从业人员不了解基本食品安全要求、禁售品类），每人次扣0.5分，累计不超过2分。

### B.3 分类评价指标评分细则（总分80分）

本部分按被评价主体类型分类细化，每类主体均严格对照3部核心法规，明确每项指标的操作标准、扣分节点、法律责任，确保评价时可直接对照核查，无需额外查阅法规文件。

#### B.3.1 直播电商平台经营者评价指标评分细则（权重80%，总分80分）

适用范围：从事网络食品直播经营的平台经营者（含综合类直播平台、垂直类食品直播平台），核心依据《直播电商监督管理办法》《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》，细化平台的资质审核、风险管控、信息公示、信息报送等核心责任，全面覆盖法规明确的全部义务。

##### B.3.1.1 资质审核与档案管理（20分）

B.3.1.1.1 满分标准：建立“入驻前审核、入驻后定期核验、违规后复核”的全链条资质审核机制，明确区分食品（预包装食品、保健食品等）与食用农产品经营者的审核要点（食品需审核生产经营许可证，食用农产品需审核产地证明、承诺达标合格证），为每一户入驻主体建立“一户一档”档案（档案内容完整，包含资质文件、审核记录、违规记录等），每年至少开展1次入驻主体资质定期核验，发现资质过期、不合规的，立即暂停其直播经营并督促整改；严格按照《直播电商监督管理办法》第九条规定，分别于每年一月和七月向平台住所地省级市场监督管理部门报送直播间运营者、直播营销人员的完整身份信息，报送信息真实、准确、完整，留存报送凭证。

##### B.3.1.1.2 扣分标准：

a) 未建立全链条资质审核机制（缺失入驻前审核、入驻后核验、违规后复核任意一个环节），扣5分；审核流程不规范（如未核对资质原件、审核记录缺失），每次扣2分，累计不超过5分；

b) 未区分食品与食用农产品经营者审核要点，出现审核遗漏（如审核食用农产品时未核查产地证明，审核食品时未核查生产许可证），每次扣 3 分，累计不超过 6 分；

c) 未建立“一户一档”管理制度，扣 6 分；档案不完整、信息缺失（缺失资质文件、审核记录、违规记录任意一项），每户扣 1 分，累计不超过 6 分；档案未妥善留存（留存期限少于 2 年），每户扣 0.5 分，累计不超过 3 分；

d) 未定期核验入驻主体资质（每年少于 1 次），扣 4 分；发现资质过期、不合规未及时处理（超过 24 小时未暂停直播经营），每户扣 2 分，累计不超过 4 分；

e) 未按照《直播电商监督管理办法》第九条规定报送身份信息（遗漏每年一月、七月任意一次报送），每次扣 5 分，累计不超过 10 分；报送信息不真实、不准确、不完整（如缺失直播间运营者统一社会信用代码、直播营销人员身份证件号码等核心信息），每次扣 3 分，累计不超过 6 分；未留存报送凭证，扣 2 分；

f) 逾期报送身份信息（超过每年一月、七月月底仍未完成报送），每次扣 2 分，累计不超过 4 分；报送虚假身份信息，每次扣 5 分，本项扣完为止。

### B.3.1.2 人员管理（10 分）

B.3.1.2.1 满分标准：按照入驻主体数量合理配备足额食品安全管理人员（入驻主体 100 家以下配备不少于 1 名专职食品安全管理人员，100 家及以上配备不少于 2 名专职食品安全管理人员，500 家及以上配备食品安全管理团队），食品安全管理人员具备相应资质（持有食品安全管理人员培训合格证书），每半年至少开展 1 次食品安全管理人员培训考核，明确管理人员岗位职责（留存岗位职责说明书），建立管理人员履职记录；按照《直播电商监督管理办法》第十条规定，建立健全直播营销人员培训机制，每年对平台内直播营销人员开展合规培训，为首次从事直播电商活动的直播营销人员提供直播服务前，组织开展网络交易、网络信息安全相关法律、法规、规章以及产品质量安全、消费者权益保护、平台规则等方面的培训，留存培训记录及考核结果；每年组织直播间运营者、MCN 机构学习相关法律法规，及时通报有关部门工作要求。

#### B.3.1.2.2 扣分标准：

a) 未配备足额食品安全管理人员（按入驻主体数量核算，少于规定数量），扣 4 分；未区分专职、兼职（兼职人员不得替代专职人员履职），扣 2 分；

b) 食品安全管理人员未具备相应资质（未持有培训合格证书），每人次扣 2 分，累计不超过 4 分；管理人员未履职（无履职记录），每人次扣 1 分，累计不超过 2 分；

c) 未定期开展管理人员培训考核（每半年少于 1 次），扣 2 分；培训考核无记录（缺失考核试卷、成绩），扣 1 分；未明确岗位职责（无岗位职责说明书），扣 2 分；

d) 未建立直播营销人员培训机制，未每年开展平台内直播营销人员合规培训，扣 3 分；未为首次从事直播的营销人员开展岗前培训，每人次扣 1 分，累计不超过 3 分；

e) 未每年组织直播间运营者、MCN 机构学习相关法律法规，未通报有关部门工作要求，扣 2 分；未留存培训、学习相关记录，扣 1 分。

### B.3.1.3 风险管控与违规处置（25 分）

B.3.1.3.1 满分标准：结合平台内直播经营的食物类别、交易规模、食品安全风险状况，制定完善的《食品安全风险管控清单》（明确包含 4 项重点内容：直播间运营者资质、禁售食品排查、直播宣传规范、溯源信息完整性），升级技术监测系统（可精准识别虚假宣传、禁售品类、医疗用语等违规行为），实行 24 小时实时监测，对发现的违规行为在 24 小时内及时处置（暂停直播、下架商品、约谈主体等），重大违规行为（参照 B.1.7 界定）在 2 小时内报告属地市场监管部门，建立违规行为处置台账（留存处置记录、整改凭证）；按照《直播电商监督管理办法》第十一条、第十二条规定，建立直播间运营者分级分类管理制度，根据直播间运营者合规情况、关注和访问量、交易规模、所销售商品种类等指标，采取相应管理措施，对重点直播间运营者采取技术监测、实时巡查等强化管理措施；建立健全平台内违法行为处置制度，明确处置措施的具体情形、程序及救济途径，接到市场监管、网信部门通报的违法情况后，及时采取对应处置措施，留存处置记录并按要求报告；建立健全风险识别制度，配备与其经营规模相适应的直播管理专业人员，加强对直播电商活动的动态监测。

#### B.3.1.3.2 扣分标准：

a) 未制定食品安全风险管控清单，扣 6 分；清单未区分食品与食用农产品风险点（如未明确食用农产品冷链风险、食品添加剂使用风险），扣 3 分；清单未包含 120 号令要求的 4 项重点内容，每项扣 1.5 分；

b) 技术监测系统未升级，无法精准识别违规行为（如无法识别禁售食品、医疗用语、虚假宣传），扣 8 分；监测不及时（非 24 小时实时监测、监测间隔超过 1 小时），每次扣 2 分，累计不超过 4 分；监测记录缺失，扣 2 分；

c) 发现违规行为未及时处置（超过 24 小时），每次扣 3 分；处置不到位（仅暂停直播未下架商品、未约谈主体），每次扣 2 分；处置后未跟踪整改（无整改复核记录），每次扣 1 分，累计不超过 6 分；

d) 重大违规行为未向市场监管部门报告（超过 2 小时），每次扣 6 分，本项扣完为止；未报告一般违规行为（累计超过 3 次未报告），每次扣 2 分，累计不超过 4 分；报告内容不真实、不完整（隐瞒违规情节、数据），每次扣 3 分；

e) 未建立直播间运营者分级分类管理制度，扣 4 分；未对重点直播间运营者采取强化管理措施，每次扣 2 分，累计不超过 4 分；

f) 未建立平台内违法行为处置制度，未明确处置程序及救济途径，扣 3 分；接到监管部门违法情况通报后，未及时采取处置措施，每次扣 3 分，累计不超过 6 分；采取处置措施后未留存记录、未按要求报告，每次扣 2 分；

g) 未建立风险识别制度，未配备足额直播管理专业人员，扣 3 分；未开展直播电商活动动态监测，扣 2 分。

#### B.3.1.4 抽样检验与质量管控（10 分）

B.3.1.4.1 满分标准：建立食品、食用农产品抽样检验机制（明确抽检频次、抽检品类、抽检机构），每年开展不少于 2 次平台级监督抽检，每季度开展 1 次食品安全风险监测，抽检结果及时公示，对抽检不合格的食品、食用农产品，立即责令入驻主体下架、召回，监督其销毁（留存销毁记录），建立抽检档案（包含抽检报告、处置记录、整改凭证）；对平台内销售的关系消费者生命健康的食品、食用农产品，加大抽检频次和覆盖范围，重点排查禁售品类、不合格产品。

##### B.3.1.4.2 扣分标准：

a) 未建立抽样检验机制（无抽检计划、未明确抽检机构），扣 5 分；未区分食品与食用农产品抽检标准（如食品按预包装食品标准抽检，食用农产品按产地抽检标准抽检），扣 3 分；

b) 未按要求实施监督抽检、风险监测（年度抽检少于2次、季度风险监测少于1次），扣4分；抽检品类未覆盖平台内重点品类（如婴幼儿食品、保健食品、进口食品），每次扣1分，累计不超过2分；未加大重点品类抽检频次，扣2分；

c) 发现不合格产品未妥善处置（未召回、未销毁），每次扣3分，累计不超过5分；未留存处置记录（销毁照片、召回凭证），扣2分；处置后未开展复检（未确认整改合格），扣1分。

### B.3.1.5 信息公示与溯源管理（10分）

B.3.1.5.1 满分标准：在平台首页显著位置、食品直播专区首页，公示相关信息（包含入驻主体资质、抽检结果、投诉举报渠道、禁售品类清单、食品安全管理制度、平台规则），公示信息实时更新（资质过期、抽检结果更新后24小时内更新）；建立平台级溯源系统，实现食品、食用农产品从生产、加工、运输到销售的全链条可追溯，督促入驻主体完善溯源信息（食品需录入生产批次、保质期，食用农产品需录入产地、检测报告），溯源信息可查询、可追溯；按照《直播电商监督管理办法》第七条规定，制定平台服务协议和交易规则，明确各主体权利义务，以显著方式提醒相关主体注意重大利害关系内容；在平台规则中要求直播间运营者、MCN机构规范直播营销人员的招募、培训、使用、管理等工作。

#### B.3.1.5.2 扣分标准：

a) 未在平台显著位置公示相关信息（入驻主体资质、抽检结果、投诉渠道等），每项扣2分，累计不超过4分；公示信息不完整、不准确（如资质信息缺失、抽检结果虚假），每次扣1分；公示信息未实时更新（超过24小时未更新），每次扣1分；

b) 未建立平台级溯源系统，扣6分；溯源系统不完善，无法实现全链条追溯（如缺失运输环节信息、生产环节信息），扣3分；溯源信息无法查询（消费者无法通过平台查询溯源记录），扣2分；

c) 未督促入驻主体完善溯源信息，每户扣1分，累计不超过3分；发现入驻主体溯源信息虚假、缺失未整改，每户扣1.5分，累计不超过2分；

d) 未制定平台服务协议和交易规则，扣3分；未以显著方式提醒相关主体注意重大利害关系内容，扣2分；

e) 未在平台规则中要求直播间运营者、MCN机构规范直播营销人员管理，扣2分；未监督其落实相关要求，每次扣1分，累计不超过2分。

### B.3.1.6 信用评价与激励约束（5分）

B.3.1.6.1 满分标准：建立入驻主体信用评价机制（评价指标包含合规经营、抽检结果、投诉处理、违规记录等），每月开展1次信用评价，评价结果分为优秀、合格、不合格三个等级，明确评价结果的应用场景，将评价结果与平台流量分配、入驻权限、合作优先级挂钩（优秀主体增加流量扶持，不合格主体暂停入驻权限直至清退），定期公示信用评价结果；鼓励建立首问负责、先行赔付、在线争议解决等制度，及时预防和解决消费争议；建立黑名单制度，将严重违法违规的直播营销人员、因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单，并向有关主管部门报告。

B.3.1.6.2 扣分标准：

a) 未建立入驻主体信用评价机制，扣5分；评价指标不完整（缺失合规经营、抽检结果等核心指标），扣3分；

b) 信用评价机制未与流量分配、入驻权限挂钩（评价结果无实际应用），扣3分；挂钩措施未落实（优秀主体未获得流量扶持，不合格主体未被处理），扣2分；

c) 未按信用评价结果实施激励约束措施，扣2分；未定期公示信用评价结果（每月未公示），扣1分；

d) 未建立黑名单制度，未将严重违法违规人员列入黑名单并报告，扣2分；黑名单管理不规范，未及时更新、未公示相关信息，扣1分；

e) 未建立首问负责、先行赔付等消费争议解决制度，扣2分；未及时处理消费争议，导致争议扩大，每次扣1分，累计不超过2分。

### B.3.2 直播间运营者评价指标评分细则（权重80%，总分80分）

适用范围：从事网络食品直播经营的直播间运营者（含企业、个体工商户、个人独资企业），核心依据《直播电商监督管理办法》《食品生产经营企业落实食品安全主体责任规定》，全面覆盖法规明确的直播间运营者全部法定职责，细化资质备案、食品管控、直播宣传、信息公示等责任，确保每一项法律义务均对应明确评分标准，无遗漏、无歧义。

#### B.3.2.1 资质与备案管理（15分）

B.3.2.1.1 满分标准：资质合规、许可备案齐全（经营预包装食品需取得食品经营许可证，经营食用农产品需取得个体工商户营业执照或企业法人营业执照，经营保健食品需取得保健食品经营备案凭证），如实向直播平台、属地市场监管部门报送经营信息（经营品类、经营规模、仓

储地址、从业人员信息），资质信息在直播间显著位置（直播封面、直播画面左上角）持续公示（公示信息清晰、完整，无遮挡），许可备案到期前 30 日内完成延续，留存资质备案相关记录；按照《直播电商监督管理办法》第八条规定，在直播营销人员首次直播前，向平台提供经核验无误的该人员姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式、所属 MCN 机构以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息；如实向平台提供自身真实信息（名称、统一社会信用代码/身份证件号码、实际经营地址、联系方式等），配合平台完成核验、登记，资质信息变更后 3 个工作日内主动报送平台；不得伪造、变造、出租、出借、转让相关资质许可文件。

#### B.3.2.1.2 扣分标准：

a) 资质不合规、许可备案缺失（如未取得食品经营许可证经营预包装食品，未备案经营保健食品），每项扣 5 分，累计不超过 15 分；

b) 未如实报送经营信息（如隐瞒经营保健食品、虚构经营规模、虚假填报仓储地址），每次扣 3 分，累计不超过 6 分；报送信息不及时（信息变更后 3 个工作日内未报送），每次扣 2 分；

c) 资质信息未在直播间显著位置公示，扣 4 分；公示信息不完整、不准确（如缺失许可证编号、有效期），每次扣 2 分；公示信息有遮挡、不清晰，每次扣 1 分；直播过程中未持续公示（中途撤销公示），每次扣 1 分；

d) 许可备案到期未及时延续（到期后仍继续经营），扣 6 分；延续后可补扣 3 分（需提供延续后的资质文件）；未留存延续相关记录，扣 2 分；

e) 未在直播营销人员首次直播前，向平台提供其完整、真实的身份信息，每人扣 2 分，累计不超过 6 分；提供虚假身份信息，每次扣 3 分，本项扣完为止；

f) 未如实向平台提供自身真实信息，未配合平台完成核验、登记，扣 4 分；资质信息变更后未主动报送，每次扣 2 分；

g) 伪造、变造、出租、出借、转让相关资质许可文件，扣 15 分，本项扣完为止。

#### B.3.2.2 人员管理（10 分）

B.3.2.2.1 满分标准：配备不少于 1 名专职或兼职食品安全管理人员（经营规模较大、品类较多的，配备专职食品安全管理人员），食品安全管理人员具备相应资质（持有食品安全管理人员培训合格证书）；从业人员（直播人员、仓储人员、配送人员）持有效健康证明上岗（健康证明有效期 1 年，每年开展 1 次健康检查），建立从业人员健康管理制度（留存健康证明、健康检

查记录），定期开展从业人员食品安全培训（季度培训不少于1次）；加强对直播营销人员的管理，规范其招募、培训、使用流程，确保直播营销人员具备相应合规知识，不使用与真实身份不符、依照国家有关规定不得从事直播电商活动的人员担任直播营销人员；直播营销人员为未成年人的，确保其年满十六周岁且经监护人同意，留存监护人同意书；明确直播营销人员岗位职责，要求其遵守直播合规要求，不得实施违规宣传、误导消费等行为。

**B.3.2.2.2 扣分标准：**

a) 未配备食品安全管理人员，扣4分；配备的管理人员未专职（兼职人员同时负责其他无关工作，无法履行食品安全管理职责），扣2分；

b) 从业人员未持有效健康证明上岗（健康证明过期、无健康证明），每人扣2分，累计不超过6分；健康证明未留存，每人扣1分；

c) 未建立从业人员健康管理制度（无健康管理方案、无健康检查计划），扣2分；未定期开展健康检查（每年少于1次），扣3分；未开展从业人员食品安全培训，扣2分；

d) 未规范直播营销人员招募、培训、使用流程，未确保其具备相应合规知识，每次扣2分，累计不超过4分；使用与真实身份不符、不得从事直播电商活动的人员担任直播营销人员，每人扣3分，本项扣完为止；

e) 使用未满十六周岁未成年人担任直播营销人员，或十六周岁以上未成年人未取得监护人同意，每人扣3分，本项扣完为止；未留存监护人同意书，扣2分；

f) 未明确直播营销人员岗位职责，未要求其遵守直播合规要求，扣2分；因直播营销人员违规导致直播间被处罚的，每次扣3分，累计不超过4分；

**B.3.2.3 食品经营专项管控（20分）**

B.3.2.3.1 满分标准：建立供应商准入制度（明确供应商资质要求、审核流程，留存供应商资质文件、合作协议），建立进货查验制度（进货时核查食品生产许可证、检验合格证明，留存查验记录）；严格落实“日管控、周排查、月调度”制度（每日开展食品安全管控、留存管控记录，每周开展风险排查、留存排查报告，每月召开调度会、留存会议纪要）；食品标签标识规范（符合《食品安全法》要求，无虚假标注、信息缺失）；食品储运符合安全要求（仓储温度达标、配送冷链合规，留存储运记录）；不销售假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的食品；建立食品质量安全自查制度，每月至少开展1次自查，留存自查报告及整改记录；

对过期、变质食品及时清理、销毁，留存销毁记录；明码标价，不虚构原价、不哄抬价格，价格信息清晰、准确，在直播间显著位置公示；不销售无中文标签的进口食品，进口食品需取得检验检疫合格证明；妥善留存食品经营相关记录，留存期限不少于2年。

#### B.3.2.3.2 扣分标准：

a) 未建立供应商准入制度，扣5分；准入审核不规范（未核查供应商资质原件、未留存审核记录），每次扣2分，累计不超过4分；供应商资质过期未终止合作，每次扣2分；

b) 未建立进货查验制度，扣6分；查验记录不完整、缺失（缺失食品名称、规格、生产批号、供应商名称等信息），每次扣2分，累计不超过6分；进货时未核查检验检疫合格证明，每次扣3分；

c) 未落实“日管控、周排查、月调度”制度，每项扣2分，累计不超过6分；日管控无记录、周排查无报告、月调度无纪要，每项扣1分；记录不完整、虚假填报，每次扣1分；

d) 食品标签标识不规范（如虚假标注生产日期、保质期，缺失成分表、生产许可证编号，虚假标注产地），每次扣2分，累计不超过4分；

e) 食品储运不符合安全要求（仓储温度超标、冷链配送温度不达标），每次扣3分，累计不超过3分；未建立冷链管理制度，扣2分；未留存储运记录，扣1分；

f) 销售假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合安全要求的食品，每次扣5分，本项扣完为止；

g) 未建立食品质量安全自查制度，未每月开展自查，扣3分；未留存自查报告及整改记录，扣2分；自查发现问题未整改，每次扣2分；

h) 未及时清理、销毁过期、变质食品，每次扣2分；未留存销毁记录，扣1分；

i) 未明码标价，或虚构原价、哄抬价格，每次扣2分；价格信息不清晰、未在直播间显著位置公示，每次扣1分，累计不超过3分；

j) 销售无中文标签的进口食品，或进口食品未取得检验检疫合格证明，每次扣5分，本项扣完为止；

k) 未妥善留存食品经营相关记录，或留存期限少于2年，扣2分；

#### B.3.2.4 食用农产品经营专项管控（20分）

B.3.2.4.1 满分标准：建立食用农产品供应商准入制度（审核供应商资质、产地证明，留存相关文件），进货时留存产地证明、承诺达标合格证等材料（留存期限不少于2年），无产地证明、承诺达标合格证的食用农产品，不得采购、直播销售；建立食用农产品溯源系统（录入产地、

生产者、检测报告、运输信息等），实现全链条可追溯；冷链储运符合要求（生鲜食用农产品冷链温度控制在0-4℃，冷冻食用农产品控制在-18℃以下），建立冷链管理制度，留存冷链温度记录（每2小时记录1次）；不采购、销售病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类及其制品；不使用国家禁止的兽药和剧毒、高毒农药的食用农产品；对抽检不合格的食用农产品，立即下架、销毁，留存处置记录；销售进口食用农产品的，需取得检验检疫合格证明，留存相关凭证；定期对食用农产品储存场所进行清洁消毒，留存消毒记录。

B.3.2.4.2 扣分标准：

a) 未建立供应商准入制度，扣5分；准入审核不规范（未核查产地证明、未留存供应商资质），每次扣2分，累计不超过4分；

b) 未留存产地证明、承诺达标合格证等材料，每次扣3分，累计不超过6分；材料虚假（伪造产地证明、承诺达标合格证），每次扣6分，本项扣完为止；材料留存期限少于2年，每次扣1分，累计不超过2分；

c) 未建立食用农产品溯源系统，扣6分；溯源系统不完善，无法实现全链条追溯（如缺失运输环节、生产者信息），扣3分；溯源信息无法查询（消费者无法通过直播间、平台查询），扣2分；

d) 冷链储运不符合要求（生鲜、冷冻食用农产品温度未达标），每次扣3分，累计不超过3分；未建立冷链管理制度，扣2分；未留存冷链温度记录，或记录不规范（未每2小时记录1次），每次扣1分，累计不超过2分；

e) 采购、销售病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类及其制品，每次扣10分，本项扣完为止；

f) 采购、销售使用国家禁止的兽药和剧毒、高毒农药的食用农产品，每次扣8分，累计不超过20分；

g) 抽检不合格的食用农产品未及时下架、销毁，每次扣4分；未留存处置记录（销毁照片、整改报告），扣2分；

h) 销售进口食用农产品未取得检验检疫合格证明，或未留存相关凭证，每次扣5分，累计不超过10分；

i) 未定期对食用农产品储存场所进行清洁消毒，扣2分；未留存消毒记录，扣1分；

### B.3.2.5 直播宣传规范（10分）

B.3.2.5.1 满分标准：直播宣传内容真实、合法、合规，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者；不得涉及疾病预防、治疗功能，不得使用医疗用语、药品用语或者易使推销的食品与药品、医疗器械相混淆的用语；不得夸大食品功效、虚构食品成分，不得虚假宣传食品的产地、生产工艺、营养价值等；直播过程中清晰公示食品名称、规格、价格、生产日期、保质期、供应商信息等核心内容；不得利用直播形式变相开展保健食品传销活动；不得在直播中展示、销售禁售食品、食用农产品（参照本文件附录C）；直播内容留存完整，留存期限不少于2年，可随时调取核查。

B.3.2.5.2 扣分标准（细化宣传禁忌、公示要求，补充法律责任）：

a) 直播宣传含有虚假、引人误解内容，欺骗、误导消费者，每次扣3分，累计不超过10分；情节严重的（如虚假宣传涉及保健功效、引发消费者健康损害），每次扣10分，本项扣完为止；

b) 直播中涉及疾病预防、治疗功能，使用医疗用语、药品用语或易混淆用语，每次扣4分，累计不超过10分；

c) 夸大食品功效、虚构食品成分，虚假宣传产地、生产工艺等，每次扣2分，累计不超过6分；

d) 直播过程中未清晰公示食品核心信息（名称、规格、价格等），每次扣1分，累计不超过3分；

e) 利用直播变相开展保健食品传销活动，扣10分，本项扣完为止；

f) 直播中展示、销售禁售食品、食用农产品，每次扣5分，累计不超过10分；

g) 未留存直播内容，或留存期限少于2年，扣2分；直播内容无法调取核查，扣3分。

### B.3.2.6 应急处置与投诉响应（5分）

B.3.2.6.1 满分标准：建立食品安全应急处置预案（明确应急处置流程、责任人员、处置措施），针对食品过期、变质、抽检不合格、消费者投诉举报、食品安全舆情等突发事件，能及时启动预案处置；接到消费者关于食品安全的投诉举报后，24小时内响应，7个工作日内办结，留存投诉举报处理记录、整改凭证；发生食品安全突发事件（如消费者食用后出现不适、重大负面舆情），2小时内报告属地市场监管部门，配合监管部门调查处理，主动召回不合格食品，承担相应赔偿责任；建立应急处置演练机制，每年至少开展1次应急演练，留存演练记录。

B.3.2.6.2 扣分标准：

- a) 未建立食品安全应急处置预案，扣3分；预案不完整（缺失应急流程、责任人员），扣1分；
- b) 接到投诉举报后未按时响应（超过24小时）、未按时办结（超过7个工作日），每笔扣1分，累计不超过3分；未留存处理记录、整改凭证，每笔扣0.5分；
- c) 发生食品安全突发事件未及时报告（超过2小时），扣5分，本项扣完为止；未配合监管部门调查、未召回不合格食品，扣3分；
- d) 未建立应急处置演练机制，未每年开展应急演练，扣2分；未留存演练记录，扣1分。

**B.3.3 直播间营销人员评价指标评分细则（权重80%，总分80分）**

适用范围：从事网络食品直播营销活动的个人（含MCN机构签约人员、个人主播），核心依据《直播电商监督管理办法》《食品生产经营企业落实食品安全主体责任规定》《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》，聚焦营销人员个人资质、合规意识、直播行为、管控配合等核心义务，明确评分标准与法律责任，确保可落地、可核查，与直播间运营者评价细则互补衔接，无交叉重复。

**B.3.3.1 资质与身份管理（15分）**

B.3.3.1.1 满分标准：提供真实、完整的身份信息（姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式等），配合直播间运营者、直播平台完成身份核验，不冒用、借用他人身份信息从事直播营销活动；从事保健食品、特殊医学用途配方食品直播营销的，具备相应专业资质（如营养师、公共营养师证书）并主动向运营者、平台报备；无法律法规禁止从事网络食品直播营销的情形（如被列入严重违法失信名单、无民事行为能力）；身份信息发生变更的，3个工作日内主动告知直播间运营者及平台，配合完成信息更新。

B.3.3.1.2 扣分标准：

- a) 提供虚假身份信息，或冒用、借用他人身份信息从事直播营销，扣15分，本项扣完为止；
- b) 从事保健食品、特殊医学用途配方食品直播营销，未具备相应专业资质或未报备，扣8分；资质虚假、过期，扣10分；
- c) 存在法律法规禁止从事网络食品直播营销的情形，仍开展直播活动，扣15分；

d) 身份信息变更后, 未及时告知运营者及平台, 每次扣 3 分, 累计不超过 6 分。

### B.3.3.2 合规培训与认知 (10 分)

B.3.3.2.1 满分标准: 首次从事网络食品直播营销前, 参加直播平台或直播间运营者组织的合规培训(涵盖《直播电商监督管理办法》《食品安全法》等法规、食品安全知识、直播宣传禁忌), 考核合格并留存培训记录; 每年参加不少于 1 次年度合规培训及考核, 及时掌握最新监管要求; 熟练掌握所营销食品的核心信息(成分、功效、保质期、禁忌等), 具备基本食品安全辨别能力, 不营销自身不了解、不合规的食品; 培训过程中不弄虚作假、不拒不参加培训。

B.3.3.2.2 扣分标准:

- a) 首次直播前未参加合规培训、未考核合格, 扣 6 分; 未留存培训记录, 扣 2 分;
- b) 未按要求参加年度合规培训及考核, 扣 4 分; 考核不合格仍开展直播营销, 扣 3 分;
- c) 不掌握所营销食品核心信息, 直播中因自身认知不足误导消费者, 每次扣 2 分, 累计不超过 6 分;
- d) 培训过程中弄虚作假、拒不参加培训, 扣 5 分。

### B.3.3.3 直播宣传行为规范 (25 分)

B.3.3.3.1 满分标准: 直播宣传内容真实、合法、合规, 严格遵守食品直播宣传禁忌, 不得含有虚假、引人误解的内容, 不欺骗、误导消费者; 不得涉及疾病预防、治疗功能, 不使用医疗用语、药品用语或易使食品与药品、医疗器械相混淆的用语; 如实介绍食品名称、规格、价格、生产日期、保质期、产地、成分等核心信息, 不夸大功效、不虚构成分、不虚假宣传生产工艺; 不诱导消费者超量购买、虚假下单; 不推销禁售食品、食用农产品(参照本文件附录 C); 不参与保健食品传销相关宣传; 直播过程中配合运营者公示相关信息, 不遮挡、不隐瞒公示内容。

B.3.3.3.2 扣分标准:

- a) 直播宣传含有虚假、引人误解内容, 欺骗、误导消费者(如夸大食品保健功效、虚构检测结果), 每次扣 5 分, 累计不超过 25 分; 情节严重的, 每次扣 10 分, 本项扣完为止;
- b) 直播中涉及疾病预防、治疗功能, 使用医疗用语、药品用语或易混淆用语, 每次扣 6 分, 累计不超过 25 分;

c) 未如实介绍食品核心信息，或夸大功效、虚构成分、虚假宣传生产工艺，每次扣 3 分，累计不超过 15 分；

d) 诱导消费者超量购买、虚假下单（如“不买就亏”“限量虚假宣传”），每次扣 2 分，累计不超过 6 分；

e) 推销禁售食品、食用农产品，每次扣 8 分，累计不超过 25 分；

f) 参与保健食品传销相关宣传，扣 25 分，本项扣完为止；

g) 直播中遮挡、隐瞒运营者公示的食品相关信息，每次扣 2 分，累计不超过 4 分。

#### B.3.3.4 食品与食用农产品管控配合（20 分）

B.3.3.4.1 满分标准：直播前主动核对所营销食品、食用农产品的资质文件（生产许可证、检验合格证明、产地证明等），发现资质缺失、过期、虚假的，立即停止带货并告知直播间运营者；不营销无中文标签的进口食品、无检验检疫合格证明的进口食用农产品；不营销过期、变质、假冒伪劣或来源不明的食品、食用农产品；配合运营者开展食品溯源查询，主动向消费者展示溯源信息；直播中发现食品、食用农产品存在质量问题（如包装破损、变质），立即停止推销并协助下架；不私自更换所营销食品的规格、品类，不擅自添加非合规附属品。

B.3.3.4.2 扣分标准：

a) 直播前未核对食品、食用农产品资质，营销资质缺失、过期、虚假的食品，每次扣 6 分，累计不超过 18 分；

b) 营销无中文标签的进口食品、无检验检疫合格证明的进口食用农产品，每次扣 7 分，累计不超过 20 分；

c) 营销过期、变质、假冒伪劣或来源不明的食品、食用农产品，每次扣 8 分，累计不超过 20 分；

d) 不配合运营者开展溯源查询，或向消费者提供虚假溯源信息，每次扣 3 分，累计不超过 6 分；

e) 直播中发现食品质量问题未停止推销、未协助下架，每次扣 4 分，累计不超过 8 分；

f) 私自更换食品规格、品类，或擅自添加非合规附属品，每次扣 5 分，累计不超过 10 分。

#### B.3.3.5 应急处置与责任配合（10 分）

B.3.3.5.1 满分标准：直播中发生食品安全相关问题（如消费者质疑食品质量、发现食品过期），立即停止相关食品推销，主动向直播间运营者报告，配合运营者开展处置；接到消费者投诉举报后，积极配合运营者核实、回应，不推诿、不隐瞒相关情况；发生食品安全突发事件（如消费者食用后出现不适、重大负面舆情），配合运营者、监管部门开展调查取证，如实提供直播相关情况，主动承担相应责任；违规后及时整改，不再次实施同类违规行为。

B.3.3.5.2 扣分标准：

- a) 直播中发现食品安全问题未停止推销、未报告，每次扣4分，累计不超过8分；
- b) 接到消费者投诉举报后，推诿、隐瞒相关情况，不配合处置，每次扣3分，累计不超过6分；
- c) 发生食品安全突发事件，不配合调查取证、隐瞒直播相关情况，扣10分，本项扣完为止；
- d) 违规后未按要求整改，再次实施同类违规行为，每次扣3分，累计不超过6分。

## 附录 C

### （规范性）

#### 禁售品类及违规行为清单

##### C.1 总则

C.1.1 为明确网络食品直播经营中的禁售品类及一票否决违规行为，规范评价主体评审工作，强化被评价主体合规经营意识，根据《中华人民共和国食品安全法》《直播电商监督管理办法》《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》等相关法律法规、规章及本文件正文要求，制定本清单；

C.1.2 本清单适用于本文件规定的所有被评价主体（直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、MCN 机构），是评价工作中认定一票否决情形、判定重大违规行为的核心依据；

C.1.3 本清单所指禁售品类，是国家法律法规、规章及相关标准明确禁止生产经营，且不得通过网络直播形式销售的食物、食用农产品；

C.1.4 本清单所指违规行为，分为“禁售品类相关违规行为”和“一票否决违规行为”，其中一票否决违规行为一经查实，无论综合评分高低，直接认定被评价主体信用等级为 D 类（严重失信）；

C.1.5 本清单可根据相关法律法规更新、行业业态变化，结合评价工作实际，与本文件同步修订完善。

##### C.2 禁售品类清单

本清单禁售品类分为食品类、食用农产品类，两类品类互不交叉，涵盖网络食品直播经营中常见禁售范围，未尽事宜参照相关法律法规、规章及标准执行。

###### C.2.1 禁售食品类

C.2.1.1 不符合食品安全标准的食品，包括但不限于：

a) 腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品；

b) 致病性微生物、农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食品；

c) 超范围、超限量使用食品添加剂的食品；

d) 营养成分不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品；

e) 超过保质期、标注虚假生产日期或保质期的食品。

C.2.1.2 禁止生产经营的食品，包括但不限于：

a) 用非食品原料生产的食品或者添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的食品，或者用回收食品作为原料生产的食品；

b) 致病性微生物，农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食品；

c) 未经检疫或者检疫不合格的肉类，或者未经检验或者检验不合格的肉类制品；

d) 被包装材料、容器、运输工具等污染的食品；

e) 标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品；

f) 无标签的预包装食品；

g) 国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品；

h) 未取得食品生产经营许可，擅自生产经营的食品（法律法规另有规定的除外）；

i) 伪造、冒用他人商标、生产许可证编号、认证标志等资质证明的食品；

j) 宣称具有保健功能，但未取得保健食品注册或备案凭证的食品；

k) 添加有毒有害、禁用物质的食品，包括但不限于苏丹红、三聚氰胺等非法添加物的食品；

l) 其他被法律法规、规章及相关标准明确禁止生产经营的食品。

## C.2.2 禁售食用农产品类

C.2.2.1 不符合食品安全标准的食用农产品，包括但不限于：

a) 使用国家禁止的兽药和剧毒、高毒农药，或者添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康的物质的食用农产品；

b) 致病性微生物、农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食用农产品；

c) 超范围、超限量使用食品添加剂的食用农产品；

d) 腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食用农产品；

e) 被包装材料、容器、运输工具等污染的食用农产品；

f) 标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食用农产品。

C.2.2.2 禁止销售的食用农产品，包括但不限于：

a) 病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类及其制品；

b) 未按规定进行检疫或者检疫不合格的肉类，未按规定进行检验或者检验不合格的肉类；

c) 使用的保鲜剂、防腐剂等食品添加剂和包装材料等食品相关产品不符合食品安全国家标准的食用农产品；

d) 国家为防病等特殊需要明令禁止销售的食用农产品；

e) 标注虚假的食用农产品产地、生产者名称、生产者地址，或者标注伪造、冒用的认证标志等质量标志的食用农产品；

f) 非法捕捞、猎捕的野生动物及其制品（法律法规另有规定的除外）；

g) 未取得相关许可，擅自销售的进口食用农产品；

h) 伪造、篡改产地证明、承诺达标合格证等相关证明材料的食用农产品；

i) 其他被法律法规、规章及相关标准明确禁止销售的食用农产品。

### C.3 违规行为清单

本清单违规行为分为两类，一类为“禁售品类相关违规行为”（与本清单 C.2 禁售品类直接相关），另一类为“一票否决违规行为”（除禁售品类相关违规外，其他情节严重、影响恶劣的重大违规行为）。

#### C.3.1 禁售品类相关违规行为

C.3.1.1 直播销售本清单 C.2.1、C.2.2 明确的禁售品类，无论数量多少、是否造成不良影响，均属于本类违规行为；

C.3.1.2 明知是禁售品类，仍通过网络直播形式宣传、推广、引流销售的；

C.3.1.3 隐瞒禁售品类属性，通过混淆名称、虚假标注、伪装包装等方式，在直播中谎称合格食品、食用农产品进行销售的；

C.3.1.4 未履行审核义务，导致所运营平台、直播间、所服务的直播营销人员销售禁售品类，且未及时制止、整改的（适用于直播电商平台经营者、MCN 机构）；

C.3.1.5 销售禁售品类被发现后，拒不整改、销毁禁售品类，或者转移、隐匿禁售品类的；

C.3.1.6 伪造、篡改禁售品类相关检验报告、合格证明，规避监管并通过直播销售的。

### C.3.2 一票否决违规行为

本类行为一经查实，直接认定被评价主体信用等级为 D 类，且评价周期内不得申请重新评价，具体包括：

C.3.2.1 销售本清单 C.2 禁售品类，造成重大食品安全事故（导致人员伤亡、重大健康损害，或引发重大社会影响）的；

C.3.2.2 多次（2 次及以上）销售禁售品类，经提醒、整改后仍拒不改正的；

C.3.2.3 伪造、变造、出租、出借食品生产经营许可证、食用农产品相关资质证明，或者使用伪造、变造的相关资质证明开展网络直播经营的；

C.3.2.4 直播中使用医疗用语、夸大保健功效宣传食品，或者混淆食品与药品、保健食品与药品，造成重大不良社会影响的；

C.3.2.5 恶意篡改食品、食用农产品溯源信息，导致溯源链条断裂，无法追溯来源，且涉及重大安全隐患的；

C.3.2.6 故意隐瞒食品、食用农产品质量安全问题，欺骗、误导消费者，引发大规模投诉举报或重大负面舆情，且拒不处置、回应的；

C.3.2.7 拒绝、阻碍市场监管部门、评价主体开展监督检查、评审工作，暴力抗拒执法、核查的；

C.3.2.8 因食品安全违法违规行为，被市场监管部门吊销食品生产经营许可证、列入严重违法失信名单的；

C.3.2.9 利用人工智能生成内容开展虚假宣传、混淆品类，恶意误导消费者，造成重大财产损失或不良社会影响的；

C.3.2.10 泄露消费者个人信息，用于非法交易，且涉及食品安全相关隐私泄露的；

C.3.2.11 串通其他主体，恶意规避评价、监管要求，伪造评审相关材料、数据的；

C.3.2.12 其他被法律法规、规章及本文件明确列为重大违法违规，应实行一票否决的行为。

#### C.4 补充说明

C.4.1 本清单所称“重大”，参照《中华人民共和国食品安全法》及相关司法解释，结合事件影响范围、危害后果、社会关注度综合判定；

C.4.2 本清单禁售品类及违规行为，若相关法律法规、规章及标准有更新，按最新规定执行；

C.4.3 评价主体在评审过程中，发现本清单未明确但涉嫌严重违法违规的行为，可参照同类情形，经评价主体集体研究后，判定是否属于一票否决情形；

C.4.4 被评价主体因不知情销售禁售品类，且能提供合法进货凭证、主动销毁禁售品类、未造成不良影响的，可免于一票否决，但仍需认定为重大违规行为，按本文件正文及附录B相关要求扣分；

C.4.5 本清单中“多次”指在同一评价周期内（季度初评或年度总评周期），被发现2次及以上同类违规行为。