

# 《直播电商选品与交付管理规范》团体标准 编制说明

## 一、任务来源

本标准是根据《中华人民共和国标准化法》、《深化标准化工作改革方案》（国发〔2015〕13号）、《团体标准管理规定》（国标委联〔2019〕1号）等有关文件的精神和广东省市场协会发布的《关于下达2021年第一批团体标准项目计划的通知》，进行起草制定的。

本标准由广东省市场协会提出并归口，由广东辛选控股有限公司、广东省市场协会、广州市标准化研究院、广州大源网红文化传媒有限公司、广州阿道夫个人护理用品有限公司、上海飞科电器股份有限公司、东莞市华美食品有限公司等单位共同起草。

## 二、目的和意义

直播电商是在移动互联时代，利用网络直播方式引导消费者购买相关产品或服务的电子商务创新模式。直播电商是直播与电商的融合，从发展现实来看，一方面，直播电商作为链接社交流量与电商平台的桥梁为电商带来新的流量，由此呈现电商直播化趋势；另一方面，直播社交平台依托流量高地实现商业变现，由此呈现直播电商化趋势。特别是5G时代的到来，直播行业呈爆发发展，直播销售的商品琳琅满目，伴随着直播电商的蓬勃发展，其中存在的问题也日益显露，法律监管相对缺失，市场乱象频繁出现，对直播电

商行业的健康发展产生了不良的影响。各种问题不断涌现，其中关于商品的问题尤为突出。针对直播电商作为新生事物在强劲发展的同时暴露出一系列问题，2020年，国家市场监督管理总局、国家互联网信息办公室、国家广播电视总局、中国广告协会等相关部门纷纷出台规范文件指导直播电商规范发展。

因此通过本标准的编制，在对国内直播电商情况进行研究的基础上，提出指导性文件，对直播电商选品与交付管理方面的工作提供依据。本规范的制定及实施，进一步规范直播电商这一特殊流通领域的市场秩序，维护消费者权益，重塑行业生态，有着重要意义。

### **三、确定标准主要技术内容的依据**

#### **（一）编制原则**

（1）合法性。与有关法律法规一致，并与现行有效标准相协调。

（2）规范性。编写格式符合 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》的要求。

（3）先进性。本标准从直播电商选品与交付的总体要求、直播选品管理、交付管理等进行充分总结，标准中的相关内容都具有原创性，填补国内空白。内容齐全，标准语言表达力求准确、精炼，条理清晰。

（4）合理性。标准经过充分讨论和调研，提出的具体执行指标，可操作性强。

#### **（二）确定标准关键技术指标**

总体要求：直播选品管理，包括：商品开发、直播选品、供应商与产品管理、服务能力管理；交付管理，包括：供应商、直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构、客户服务管理。

#### **四、标准编制的主要过程**

(1) 2021年3月至2021年4月，起草小组通过需求调研等途径明确了规范的主要目标、内容结构，并形成标准草稿。

(2) 2021年4月中至2021年5月，起草小组就标准的结构、内容进行多次沟通确认，并根据反馈意见修改得到标准初稿。

(3) 2021年5月至2021年6月，起草小组在规范编制提出方进行了内部意见征求，并组织召开了内部研讨会，就标准的结构、内容、关键技术指标提出了宝贵的修改意见。起草小组根据建议，共同修改完成标准的征求意见稿。

(4) 2021年6月至2021年7月，起草小组将征求意见稿发向重要参与方和社会各界征求意见，起草小组根据反馈意见对标准进行修改和完善。

#### **五、标准重大分歧意见的处理经过和依据**

本标准的制定过程中未出现重大的分歧意见。

#### **六、是否与法律法规强标相协调**

本标准能与法律法规强标相协调。

## **七、作为强制性标准或推荐性标准的建议**

建议在本标准通过审定后，尽快作为团体标准发布、实施。

## **八、贯彻标准的要求措施建议**

### **（一）组织宣贯**

本标准发布实施后，计划组织开展标准实施宣贯和培训活动，确保标准能顺利实施。

### **（二）沟通宣传**

加强与媒体沟通，做好舆论宣传，由点及面，将标准的推行使用情况及快捷地进行报道宣传。

## **九、废止现行有关标准的建议**

不存在可废除的对应标准。

## **十、本标准编制说明的附件**

无。

《直播电商选品与交付管理规范》编制组

2021年6月