

# 《直播电商售后服务规范》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

“直播带货”是近几年来最受关注的热点词语，掀起了全民热潮，并成为推动经济复苏的重要手段。自2016年开始，“直播+电商”以一种新兴的网购引流方式，不断刷新消费者对于网络购物消费的认知。消费者对于网红流量的关注度、对于商品的兴趣度、对体验互动的认知度，都有了不同程度的提升，越来越多的消费者通过观看网络直播进行下单购物。根据商务部中国国际电子商务中心研究院发布的《2021年中国直播电商产业研究报告》，2020年直播带货整体规模突破万亿元，预计2021年将接近2万亿元的规模。随着越来越多的平台、商家涌进直播电商市场，瓜分市场流量红利，如何抢占市

场流量，增加粉丝粘性成为每个商家的必修课。而仅仅只依赖于网红个人流量效应，热度将是短暂的、不稳定的。数据显示，有 37.3%的受访消费者曾在直播购物中遇到过消费问题。消费者拒绝直播购物的主要顾虑是“担心商品质量没有保障”和“售后问题”，这两大因素分别占比 60.5%和 44.8%。网友诟病“直播带货”存在夸大其词、假货太多、售后维权难等主要问题。

直播电商作为一个新兴产业，早期适用的法律主要是《电子商务法》、《广告法》、《合同法》、《消费者权益保护法》等，但在实际举证中，仍存在一些现实困难。为了贯彻落实《消费者权益保护法》，规范直播电商交易平台的经营行为，保护企业和消费者合法权益，营造公平、诚信的交易环境，保障交易安全，促进直播电商的快速发展，依据中华人民共和国有关法律法规和相关政策文件制定本规范，以满足行业发展和消费者的需要。本规范的制定与实施对于加强直播电商标准化建设，保护消费者的合法权益，推动经济社会又好又快发展具有重要意义。

### **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。本标准从直播电商售后服务的基本要求、售后服务管理和直播电商服务评价等进行充分总结，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**

基本要求：售后服务管理，包括：直播前准备、直播中服务、直播后服务、舆情监控与处理；直播电商服务评价。

## **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时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。

《直播电商售后服务规范》编制组

2021年6月