

# T/CASME

中国中小商业企业协会团体标准

T/CASME XXXX—XXXX

## 网络直播平台运营服务规范

Specifications for the operation and service of the online live streaming platform

意见征求稿

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

中国中小商业企业协会 发布



## 目 次

前言 .....	II
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 .....	1
4.1 数据准确 .....	1
4.2 动态管理 .....	1
4.3 主备模式 .....	1
4.4 分类管理 .....	2
4.5 安全保障 .....	2
5 人员要求 .....	2
6 场所与设施要求 .....	2
6.1 场所要求 .....	2
6.2 设施要求 .....	2
6.2.1 直播网络 .....	2
6.2.2 直播画面 .....	2
6.2.3 存储 .....	2
7 运营要求 .....	2
7.1 组织管理 .....	2
7.1.1 资质 .....	2
7.1.2 质量管理制度 .....	3
7.1.3 质量管理体系 .....	3
7.2 主播管理 .....	3
7.3 商品管理 .....	4
7.4 直播过程管理 .....	4
7.5 交易管理 .....	5
8 应急管理 .....	5
9 投诉处理 .....	5

## 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。

请注意本文件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××××提出。

本文件由中国中小商业企业协会归口。

本文件起草单位：××××

本文件主要起草人：××××

# 网络直播平台运营服务规范

## 1 范围

本文件规定了网络直播平台运营服务的人员要求、场所与设施要求、平台运营要求、直播过程管理、应急管理、投诉处理等内容。

本文件适用于网络直播平台的运营服务和管理。

## 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 7000.1-2015 灯具 第1部分：一般要求与试验  
GB/T 19001-2016 质量管理体系 要求  
GB/T 35273-2020 信息安全技术 个人信息安全规范  
GB 50034-2013 建筑照明设计标准  
T/ZEA 009-2020 电子商务直播服务规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**直播平台 live-streaming platform**

基于互联网，以视频、音频、图文等形式向公众实时直播现场信息的发布平台。

### 3.2

**电子商务直播售货 E-commerce live-streaming sales**

通过互联网站、应用程序、小程序等，以视频直播、音频直播、图文直播或多种直播相结合等形式开展营销的商业活动。

### 3.3

**电子商务平台经营者 E-commerce platform operators**

在电子商务中为交易提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

### 3.4

**直播营销服务机构 live-streaming service agency**

为直播销售员从事电子商务直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等服务的专门机构。

注：包括直播营销经纪服务机构、直播代播和运营服务商、直播基地、村播服务商、专业内容及制作机构、整合营销机构等。

## 4 基本要求

### 4.1 数据准确

直播平台应实现与各商家交易平台数据对接，满足现场直播交易数据内容准确。

### 4.2 动态管理

直播平台信息资源库应实行动态管理，由专人负责，信息应完整、准确。

### 4.3 主备模式

直播平台运营商宜采用主备模式，各类系统数据宜设置异地备份。

#### 4.4 分类管理

直播平台宜设置各类管理角色，并开设对应的业务流程及权限。

#### 4.5 安全保障

直播平台应通过网络安全设备、日志审计系统、CA 认证等方式保障平台安全。

### 5 人员要求

- 5.1 应建立工作人员管理制度，明确职责权限、工作内容等要求。
- 5.2 工作人员应具备较高的政治素质，符合专业岗位任职要求，定期接受专业培训，不断提高工作技能。
- 5.3 工作人员应熟悉直播工作，遵守职业道德和交易规则，遵循相关保密制度。
- 5.4 工作人员进入工作区应穿戴标识马甲或工作牌。
- 5.5 应配备 1 名及以上软件技术服务人员提供直播现场技术支持保障。

### 6 场所与设施要求

#### 6.1 场所要求

- 6.1.1 应配备必要的服务和办公设施，以及电子交易系统软硬件设备。
- 6.1.2 应根据实际需要，设置相应数量的直播室，单个直播室面积应不小于 14m<sup>2</sup>，以主摄像机能够将背景墙及主持桌拍摄完整为原则。
- 6.1.3 直播室应配备电子监控设备、电脑、拾音、直播台、录播设备、背景墙等基础设施设备。
- 6.1.4 直播室应根据需求安装暖通、新风及消防等系统。
- 6.1.5 直播室应选用技术参数齐全、效率高的光源和灯具，光源和灯具应符合以下要求：
  - a) 满足直播画面效果的需要；
  - b) 灯光宜以 LED 灯光光源为主，注重区分直播席位与普通空间的照度要求；
  - c) 灯具配备的规格及数量应符合 GB 50034-2013 的规定；
  - d) 灯具的电气、机械、防火性能应符合 GB 7000.1-2015 的规定。
- 6.1.6 应在直播室外显著位置设置信息及使用状态发布显示设备。
- 6.1.7 应在服务场所设置清晰的导向标识、门牌标识和安全标志。

#### 6.2 设施要求

##### 6.2.1 直播网络

- 6.2.1.1 单个直播室互联网带宽应达到 4M 以上，以满足直播流量需求。
- 6.2.1.2 应最低支持 10 万人并发观看，支持突发情况下不低于 100 万人并发观看。

##### 6.2.2 直播画面

- 6.2.2.1 直播平台宜达到支持 1080 P, 30 FPS 及以上标准，宜根据用户的观看端网络环境自动调整视频播放的分辨率，以满足直播画面清晰流畅。
- 6.2.2.2 视频信号应采用单画面播出和合成画面播出两种播出形式，画面形式均应合成音频。

##### 6.2.3 存储

应按照项目分类做好直播音视频的存储，由云端自动存储音视频资料，存储时间应不低于 60 天。

### 7 运营要求

#### 7.1 组织管理

##### 7.1.1 资质

7.1.1.1 电子商务平台经营者、直播营销服务机构及平台内经营者应根据实际开展的业务，依法获取相应资质及所售商品需要的相关许可、资质。

7.1.1.2 电子商务平台经营者、直播营销服务机构及平台内经营者应提供真实的资质信息，不应伪造、编造或虚构。

7.1.1.3 平台内经营者经营的商品涉及专利、商标等知识产权的，应获取专利证书、商标授权书。

## 7.1.2 质量管理制度

7.1.2.1 电子商务平台经营者建立并实施与电子商务直播售货质量管理相匹配的质量管理制度，明确电子商务平台经营者、直播营销服务机构、平台内经营者、直播销售员等各方之间的权利和义务关系，并在直播平台上公示。

7.1.2.2 质量管理制度应包括但不限于以下内容：

- a) 资质审查制度：建立实名认证、黑名单等资质审查、管理机制，引导直播营销服务机构、平台内经营者、直播销售员遵守平台规则和国家相关法律法规；
- b) 分级管理制度：根据级别确定服务范围及功能，对重点直播间运营者采取安排专人实时巡查、追溯直播信息等措施；
- c) 信用管理制度：建立平台内经营者、直播销售员信用评价及奖惩等信用管理体系，强化平台内经营者、直播销售员的合规守信意识；
- d) 品控管理制度：建立商品质量风险排查、商品质量抽查机制，及时发现、消除质量安全风险；建立直播过程中质量监控机制，及时发现、清理违规信息；建立商品和服务交易信息保存机制，交易信息从交易完成之日起保存不少于 3 年；
- e) 培训制度：建立对质量管理人员的质量培训机制，提升人员素质；
- f) 信息安全管理：建立防入侵软硬件安全防护体系，对消费者信息安全进行保护。个人信息收集、存储、使用、主体的权利、委托处理、共享、转让、公开披露、安全事件处置等要求应符合 GB/T 35273。

7.1.2.3 直播营销服务机构应根据提供的质量策划、质量培训服务等内容建立并实施质量管理相关制度，包括但不限于以下内容：

- a) 资质审查制度：建立对商业合作的平台内经营者、直播销售员的资质审核机制，明确商品质量审核、直播过程质量控制、消费者权益保护等责任与义务；
- b) 品控管理制度：建立商品选择、直播过程、信息展示等方面的品控管理体系，确保直播前、直播中、直播后质量信息可追溯，降低商品质量风险；
- c) 培训制度：建立对质量管理人员、签约直播销售员的质量培训机制，提升人员素质。

## 7.1.3 质量管理体系

电子商务平台经营者、直播营销服务机构、平台内经营者、直播销售员等各相关方应进行充分沟通，宜按照 GB/T 19001 的要求建立并实施质量管理体系。体系应能实现质量管理的基本要求，包括但不限于以下方面：

- a) 确保电子商务直播售货商品的质量、使用安全和使用性能等符合明示要求，符合相关强制标准及宣称采用标准要求等；
- b) 确保电子商务直播售货商品的售前、售中、售后服务保障；
- c) 确保电子商务直播售货全流程关键信息数据的连续性、可追溯性；
- d) 可评价的指标来支持商品质量管控措施；
- e) 对商品质量和直播过程质量管控措施的持续适应性进行评价和改进。

## 7.2 主播管理

7.2.1 建立主播资质审核机制，签约前应进行资质审核：

- a) 审核内容应包括主播身份证明文件（身份证或护照）、住址、联系方式等基本信息；
- b) 应对审核内容及相关证件扫描件或副本复印件资料，建立登记档案。

7.2.2 建立培训机制，针对电子商务直播相关法律法规进行传达、教育。

7.2.3 建立主播违规行为的处置措施和机制；连续违规 2 次以上的，应停播一个月；停播后重新开播仍违规的，应禁播半年或解除合约，并同步主播信息至市场监管部门或相关行业管理组织。

### 7.3 商品管理

- 7.3.1 应建立商品的审核机制，包括但不限于以下内容：
- 包括商品知识产权、产地、生产者、性能、用途、规格、成分、价格、有效期限等信息；
  - 特殊行业商品应审核准入资质；
  - 应有自主知识产权，如商标、专利、版权等；或获得权利人的相应授权。
- 7.3.2 应对审核内容及相关证明文件资料，建立登记档案。
- 7.3.3 建立商品信息的发布规范，商品链接所示商品应与直播中展示实物一致，链接中应清晰、详细展示商品信息；如链接跳转至其他交易平台的，应告知、提醒消费者。
- 7.3.4 应结合销售商品建立并实施质量管理相关制度，包括但不限于以下内容：
- 供应商管理制度；与供应商签订采购合同，明确商品验收标准、接收质量限、退换货等约定；
  - 商品采购与验收制度；明确验收标准；
  - 信息展示制度：建立商品直播售货过程中的信息展示审核监控机制；
  - 仓储与物流管理制度：规范仓储与物流过程管理，确保商品质量的保持；
  - 品控管理制度：建立直播前、直播中、直播后商品质量抽查机制，确保商品质量持续稳定。
- 7.3.5 应按照相关规定建立禁限售商品的管理制度。

### 7.4 直播过程管理

- 7.4.1 建立直播内容的巡查管理制度，针对直播的商品信息、主播言论、用户评论、弹幕等进行监督检查。
- 7.4.2 应安排工作人员负责维持直播区的现场秩序，安排软件技术服务人员提供现场或远程帮助服务。
- 7.4.3 直播前应按照直播流程，做好场所、设施、技术等服务保障的准备工作。主要包括以下内容：
- 直播前半小时对所有软硬件设施设备进行检查，确保工作正常；
  - 确保网络连接稳定；
  - 测试系统是否正常，打开直播间。
- 7.4.4 应定期对直播设备进行巡检维护，发现设备故障无法排除时应及时反馈。
- 7.4.5 应对直播内容及相关信息进行保存，保存时间不少于 60 日。
- 7.4.6 应建立应急处置措施，发现违规内容、虚假宣传行为、主播不规范言论或着装等负面情况时，应及时采取相应措施，包括但不限于以下内容：
- 终止直播；
  - 下架或删除违规商品或内容；
  - 禁播。
- 7.4.6.1 应禁止使用负面内容，包括但不限于以下内容：
- 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；
  - 发布禁限售、假冒伪劣商品信息；
  - 发布不实信息，如虚假宣传商品和服务信息、虚假中奖/优惠活动信息、所推广商品或者服务信息与实际信息不一致等；
  - 实施混淆、不当使用他人权利、侮辱/比较他人等不正当竞争行为；
  - 侵犯他人隐私、肖像、名誉等合法权益的行为；
  - 虚假交易；
  - 引导线下或其他途径交流、交易及支付；
  - 发布违法广告；
  - 平台不允许实施的行为；
  - 违反法律法规的。

7.4.6.2 主播不应穿着低俗、不雅，过度包装、低俗趣味，大面积裸露纹身的。

## 7.5 交易管理

7.5.1 应建立交易履约保障制度，主播在直播期间做出的承诺及链接的内容，应明确兑现义务及责任的承担主体。

7.5.2 应按 T/ZEA 009-2020 的规定建立发货管理制度，在服务承诺时间内，按照订单信息发出商品，反馈订单的物流信息，全程跟踪订单物流情况，帮助调解物流期间发生的相关问题。

7.5.3 应按 T/ZEA 009-2020 的规定建立售后服务制度，受理并满足消费者合法合理的售后服务需求，提供退换货、退款服务和合理的损害赔偿。

## 8 应急管理

8.1 应急管理应遵循下列原则：

- a) 预防为主，加强巡检；
- b) 快速反应，妥善处置；
- c) 积极配合，协同应对。

8.2 应建立突发性事件应急处理预案，明确突发性情况的应对措施。

8.3 应急处置操作流程、应急处理预案应符合相关规定。

8.4 突发性情况处理结束后，记录应随项目一并存档，妥善保存。

## 9 投诉处理

9.1 投诉处理应遵循下列原则：

- a) 合理合法；
- b) 公平公正；
- c) 尊重事实；
- d) 快速响应；
- e) 及时反馈。

9.2 应完善服务监督形式，建立服务质量监督的反馈和投诉制度，公布电话、信箱等投诉方式，畅通监督渠道。

9.3 应建立投诉反馈机制，建立多种消费者投诉渠道，包括但不限于电话投诉、在线投诉、电子邮件等，并在承诺时间内反馈处理结果。

9.4 应建立投诉处理机制，对监督监察中发现的问题以及投诉问题，配合相关部门及时调查核实。