

《优质直播间认定规范（征求意见稿）》 团体标准编制说明

一、工作简况

（一）网络直播行业现状

随着互联网的普及，电视直播逐渐被网络直播取代。据中国互联网络信息中心数据，2023 年我国网络直播用户规模达 8.16 亿，占整体网民用户规模的 74.7%，其中，电商直播用户规模达 5.97 亿，占网民整体的 54.7%。网经社电子商务研究中心发布数据显示，2023 年直播电商交易规模达到 49168 亿元，同比增长 40.48%；中国演出行业协会数据显示，2023 年我国网络表演(直播)行业市场营收规模达 2095 亿元，较 2022 年增长 5.15%。网络直播在促进经济社会发展、丰富人民群众精神文化生活等方面的作用日益凸显，但同时存在的主体责任缺失、内容生态不良、主播良莠不齐，充值打赏失范、诱导消费、斗狠互撕、扮丑博出位、炫富吸眼球，青少年权益遭受侵害、老年人被“套路”“收割”等制约网络直播行业健康发展的的问题。作为网络直播的重要主体，网络主播的政治立场、法治意识、道德水准和职业素养等直接影响着网络直播行业的健康发展。

（二）优质直播间认定标准制定必要性

直播间是网络主播展示才艺，向用户提供信息、推介商品服务，与用户交流沟通、互动等的平台。为提升和培育广大网络主播的政治素养、职业素养和职业能力，引导广大网络主播向上向善、遵纪守法、积极参与社会公益，生产制作传播符合社会主义核心价值观和公序良俗的内容与作品，履行社会责任，通过优质直播间认定活动，引导、促进直播行业高质量发展。

（三）任务来源

本标准于 2024 年 4 月 10 日由中国网络社会组织联合会批准并列入 2024 年中网联第三批标准立项目录。

（四）工作过程

1. 预研与立项申请

2024 年初标准主要起草单位开展了优质直播间认定规范的预研工作。梳理分析了国家网信办、中央文明办、扫黄打非办公室、广电总局、文化和旅游部等部门发布关于网络主播的政策文件，了解网络直播行业现状与存在问题，提出标准立项建议。

2. 起草与征求意见

标准立项后，牵头起草单位邀请直播平台企业、政府部门、科研机构、社会组织等相关方组建标准起草组，编制标准文本。

2024 年 4 月至 5 月，标准起草组集中走访调研网络直播平台、MCN 机构等相关企业，征求相关主管部门意见，完善标准

草案。

2024 年 7 月，标准起草组多次召开工作会议、研讨会，讨论标准草案技术内容，修改完善形成征求意见稿。

二、主要依据与技术内容

标准起草过程中，主要依据《互联网新闻信息服务管理规定》《网络信息内容生态治理规定》《互联网用户账号信息管理规定》《互联网信息服务深度合成管理规定》《公益广告促进和管理暂行办法》《互联网视听节目服务管理规定》《互联网文化管理暂行规定》《网络交易监督管理办法》《互联网广告管理办法》《互联网直播服务管理规定》《金融信息服务管理规定》《网络音视频信息服务管理规定》《网络直播营销管理办法（试行）》《平台经济领域的反垄断指南》《网络表演经营活动管理办法》《关于加强“自媒体”管理的通知》《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》《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》《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》《关于开展“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动的通知》《网络主播行为规范》等政策文件，并结合网络直播平台企业、MCN 机构实践经验，界定了网络直播间、优质直播间等关键术语，提出了优质直播间认定的基本要求，确立了优质直播间评价指标的构建原则，规定了优质直播间评价的通用和个性化指标、评价程序，给出了评价结果认定与应

用的建议，力求标准的适用性和实用性。

标准在基本要求一章，明确了参评直播间、退出机制要求。

标准在评价指标一章，确立了指标构建原则，明确了直播间分类，给出了优质直播间评价通用指标，营销类优质直播间评、非营销类优质直播间评价个性指标。

标准在评价程序一章，给出了包括组建评价小组、确定评价范围、成立评审专家组、制定评价细则、数据采集测算、专家评价、形成评价结果等开展评价工作程序。

标准在结果认定与应用一章，明确了认定为优质直播间的分值，优质直播间接受社会监督，直播平台内部管理等建议。

三、与现行有关法律、法规和标准的关系

本标准与网络直播相关法律法规协调一致，不存在冲突和矛盾，与 T/CFIS 0004—2022《网络直播主体信用评价指标体系》等标准内容协调无矛盾。