

T/ACCEM
团 体 标 准

T/ACCEM XXXX—2025

自媒体创作者孵化规则

Incubation rules for we-media creators

(征求意见稿)

2025-XX-XX 发布

2025-XX-XX 实施

中国商业企业管理协会 发布

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。

本文件由江西思佰尔科技有限公司提出。

本文件由中国商业企业管理协会归口。

本文件起草单位：江西思佰尔科技有限公司、×××、×××。

本文件主要起草人：×××、×××、×××。

自媒体创作者孵化规则

1 范围

本文件给出了自媒体创作者孵化服务的项目分类与变现模式、入孵交付及退费要求、服务保障、监督与改进的内容。

本标准适用于自媒体创作者孵化服务的各项活动，包括但不限于项目入孵、服务交付、费用收取及退费处理等。

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/T 19012 质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 自媒体创作者 *we-media creators*

在小红书、抖音、微信公众号、微博等各类自媒体平台上，独立创作并发布文字、图片、视频等内容，以获取粉丝关注、提升自身影响力或实现商业变现为目标的个人或组织。

3.2 孵化项目 *incubation project*

通过为创作者提供从零到一的成长服务，包括但不限于内容创作培训、账号运营指导、平台规则培训、内容优化等内容。

4 项目分类与变现模式

4.1 项目类型

根据自媒体创作者的需求，项目分为以下几类：

——内容创作孵化类：包括但不限于内容创作思路指导、脚本策划、素材推荐、视频剪辑技巧等。

——带货变现类：带货的培训与指导，包括选品、直播带货技巧、短视频带货、导流和平台规则的学习。

——流量导入类：针对平台流量池的操作技巧、如何获取精准粉丝、如何提高曝光度等内容的指导。

——实操训练营类：为期一定时间的线上训练营，涵盖内容创作、视频编辑、平台操作等技能的培训，结合实际案例进行操作训练。

4.2 变现模式

4.2.1 基本要求

4.2.1.1 服务项目应明确且可交付的，如完成的课程、操作指导、提供的创作工具包等。

4.2.1.2 项目服务内容应与各平台政策相符合，不应违背平台的社区规则、广告法规等。

4.2.1.3 创作者在项目中参与的程度和投入的资源应与收费金额匹配。

4.2.2 变现方式

4.2.2.1 内容付费方式

4.2.2.1.1 专栏课程销售

在平台开通专栏，上传系列课程视频、图文教程等，用户付费解锁学习。

4.2.2.1.2 单次内容购买

针对单篇优质文章、报告、模板等内容，设置单独售价供用户购买。

4.2.2.1.3 会员订阅

用户支付一定周期（如月、季、年）的会员费，享受会员期间内的所有会员专属内容。

4.2.2.2 广告合作方式

4.2.2.2.1 品牌植入

在创作内容中自然融入品牌产品或服务信息，进行软性推广。

4.2.2.2.2 广告图文/视频发布

按照品牌方要求创作并发布专门的广告图文或视频。

4.2.2.2.3 直播带货广告

在直播过程中推荐品牌商品，获取广告费用。

4.2.2.3 电商带货方式

4.2.2.3.1 平台商品推荐

在小红书等平台通过笔记、视频等形式推荐平台内的商品，用户通过创作者的专属链接购买，创作者获得佣金。

4.2.2.3.2 自有店铺销售

开设如小红书店铺等电商店铺，销售自有品牌或代理的商品。

4.2.2.4 平台补贴方式

4.2.2.4.1 创作激励计划

根据创作者的内容质量、播放量、互动量等指标，平台给予相应的现金补贴。

4.2.2.4.2 活动奖励

参与平台举办的特定主题活动，符合获奖条件可获得奖金或奖品。

4.2.3 变现标准

4.2.3.1 内容付费标准

4.2.3.1.1 课程质量标准

课程内容应具备系统性、实用性、准确性，内容完整度达到98 %以上，且无明显错误或过时信息。

4.2.3.1.2 用户评价标准

课程购买用户的好评率应达到99 %以上，差评应及时处理和改进。

4.2.3.1.3 销售额标准

在课程上线后的3个月内，达到设定的销售额目标。

4.2.3.2 广告合作标准

4.2.3.2.1 账号影响力标准

账号粉丝数量达到2000以上，且粉丝活跃度（如互动率）达到90%以上。

4.2.3.2.2 广告效果标准

根据广告合作约定，如曝光量、点击量、转化率等指标。

4.2.3.2.3 合规性标准

广告内容应符合平台广告发布规则和相关法律法规，无违规风险。

4.2.3.3 电商带货标准

4.2.3.3.1 商品质量标准

所带货商品应保证质量合格，无假冒伪劣问题。

4.2.3.3.2 销售业绩标准

在一个考核周期内，带货销售额达到目标。

4.2.3.3.3 服务标准

及时处理用户的咨询、售后问题，用户满意度达到100%以上。

4.2.3.4 平台补贴标准

4.2.3.4.1 内容创作标准

符合平台对于内容创作的规范要求，如原创度达到80%以上，内容形式符合平台偏好。

4.2.3.4.2 数据指标标准

按照平台激励计划的规定，达到相应的播放量、点赞数、评论数等数据指标。

5 入孵、交付、退费

5.1 入孵标准

5.1.1 入孵对象

应年满18周岁，具备一定的学习能力和互联网操作基础，对自媒体创作有兴趣或有相关从业需求的个人。

5.1.2 入孵宣传

5.1.2.1 宣传内容

宣传材料中关于孵化项目的课程内容、师资力量、预期效果等信息应真实准确，不得虚假夸大。

5.1.2.2 收费标准

应清晰列出项目的收费金额、收费方式、包含的服务内容等，不得有隐藏费用。

5.1.2.3 宣传规则

在自媒体平台进行入孵宣传时，遵循平台对于入孵广告、推广信息的发布规则，不得违规刷屏、骚扰用户等。

5.2 入孵流程

5.2.1 报名渠道

提供线上报名渠道，如官方网站报名入口、微信公众号报名链接、小红书私信报名引导等，确保报名渠道畅通便捷。

5.2.2 报名材料

学员应提供真实有效的个人信息，如姓名、联系方式、身份证号码（用于身份验证）等，以及可能需要的其他补充信息（如个人作品链接，用于评估基础）。

5.2.3 报名审核

应在收到报名信息后的3个工作日内完成审核，向学员反馈审核结果。审核通过的学员进入后续流程，未通过的应说明原因。

5.3 交付标准

5.3.1 课程交付

5.3.1.1 课程内容

按照课程大纲，完整交付所有课程内容，包括线上视频课程、线下培训课程（如有）、配套学习资料（如课件、文档、案例集）等。

5.3.1.2 教学质量

授课教师具备相应的专业资质和教学经验，教学过程中采用合适的教学方法，保证学员能够理解和掌握课程知识。

5.3.1.3 课程更新与优化

根据自媒体行业的发展和平台规则的变化，定期对课程内容进行更新和优化，确保课程的时效性和实用性。在课程有效期内，为学员提供课程的更新服务。

5.3.2 服务交付

5.3.2.1 学习指导服务

为学员提供学习过程中的指导和答疑服务，通过线上交流群（如微信群、QQ群）、学习管理系统等方式，及时回复学员的问题，解答学习困惑。

5.3.2.2 账号运营支持

协助学员进行自媒体账号的定位、策划、运营指导，根据学员的账号情况和目标，提供个性化的运营建议，如内容选题、发布时间、互动策略等。

5.3.2.3 资源对接服务

根据项目约定，为学员提供相关的资源对接，如与品牌商的合作机会、素材库使用权限、技术工具推荐等。

5.3.3 交付时间

5.3.3.1 课程上线时间

线上课程应在学员报名成功并缴费后的1个工作日内，确保学员能够正常登录学习平台并开始学习。

5.3.3.2 培训活动时间

线下培训课程（如有）应提前5天通知学员具体的培训时间、地点和相关注意事项。培训活动应按照预定时间准时开始和结束，如有特殊情况需要调整，应提前1天通知学员并说明原因。

5.3.3.3 服务响应时间

对于学员的咨询和问题反馈，应在2小时内给予初步回复，并在1个工作日内解决问题或提供解决方案。

5.4 退费标准

5.4.1 退费条件

5.4.1.1 课程未开始

学员在课程正式开始前提出退费申请，可全额退还已缴纳的费用。

5.4.1.2 教学质量问题

如果学员在学习过程中发现教学内容存在严重错误、教师资质不符等教学质量问题，经核实后，可根据学员已学习的进度，按比例退还剩余课程费用。

5.4.1.3 个人特殊原因

学员因个人突发重大疾病、意外事故等不可抗力因素，无法继续参加课程学习，提供相关证明材料后，可申请退费。退费金额根据学员已学习的时长和课程总价，按照一定比例计算退还。

5.4.2 退费流程

5.4.2.1 申请提交

学员向孵化机构提出书面退费申请，说明退费原因，并提供相关证明材料（如有）。

5.4.2.2 审核处理

孵化机构在收到退费申请后的3个工作日内完成审核，对退费原因进行核实，确定退费金额。

5.4.2.3 费用退还

审核通过后，在3个工作日内将应退还的费用按照学员原缴费方式退还给学员。如原缴费方式无法退还（如支付账户已注销），应与学员协商确定其他合理的退费方式。

5.4.3 退费扣除项目

5.4.3.1 已产生的费用

在学员申请退费前，如已经产生了一些不可退还的费用，如教材印刷费、平台手续费等，应在退费金额中予以扣除，并向学员说明扣除明细。

5.4.3.2 违约金

学员的退费原因属于报名时签署的协议中有关于违约金的约定，应按照协议约定扣除相应的违约金后退还剩余费用。

6 服务保障

6.1 孵化机构要求

6.1.1 孵化机构应建立专业服务队伍，服务人员的配置应能满足在孵企业的服务需求。

6.1.2 孵化机构设立与孵化项目相匹配的部门，如创业辅导、技术创新、投融资、推广与对接等部门。

6.1.3 孵化机构应公开组织架构、部门或岗位职责，以及办事指南、服务流程、投诉处理等制度或规范。

6.1.4 孵化机构应具有与孵化项目相匹配的场地及设备、设施。

6.2 人员要求

6.2.1 从业人员应遵纪守法，遵守职业道德和职业操守，客观公正，诚实守信。

6.2.2 从业人员应熟悉国家、地方相关法律法规及创新创业支持政策，并经过孵化服务相关培训或具有创业、投融资、企业管理等经验。

6.2.3 从业人员应熟练掌握各平台内容发布规则、广告合作规范以及电商运营规则等。

7 监督与改进

7.1 投诉处理

7.1.1 孵化机构投诉处理流程按 GB/T 19012 的规定进行，并设立专门沟通渠道，受理和及时处理在孵企业投诉。

7.1.2 孵化机构应对外公布投诉联系方式、投诉受理程序和时限等信息。

7.1.3 孵化机构应建立服务质量监督回访制度，定期或不定期进行回访。

7.2 服务评价

7.2.1 孵化机构宜通过自我评价和第三方评价等方式评价服务绩效，形成服务评价结果。

7.2.2 服务评价可采用访谈、座谈、发放调查问卷、查阅资料等多种方式，可单独使用，也可多种方式结合使用。

7.3 持续改进

7.3.1 孵化机构应根据投诉意见和服务评价结果，发现运营管理、服务提供等方面存在的问题，分析原因并纠正。

7.3.2 孵化机构应根据服务提供中存在的问题并结合自身发展需求，确定改进目标和内容，识别改进所需资源，制定改进措施，选择改进方法，不断提升孵化服务质量及满意度。
