

团 体 标 准

T/ZEA 007—2020

电子商务直播营销人员管理规范

2020 - 7 - 14 发布

2020 - 7 - 14 实施

浙江省电子商务促进会 发布

目 次

前 言.....	II
1 范围.....	1
2 术语和定义.....	1
3 资质要求.....	1
4 能力要求.....	1
5 行为规则.....	2
6 信息管理.....	3
7 服务评价.....	3

前 言

本标准按照GB/T 1.1 给出的规则起草。

本标准由浙江省电子商务促进会提出并归口。

本标准的起草单位：阿里巴巴国际标准化研究院（杭州）、浙江省电子商务促进会、阿里巴巴（中国）有限公司、杭州市标准化研究院、中国通信工业协会、电子商务反假联合会（杭州）、杭州市标准化学会、浙江国贸数字科技有限公司、浙江绿森信息科技集团有限公司。

本标准的主要起草人：李南阳、陈福棣、李秀娣、陈丽平、郑茹、章娜、刘丹、索星予、周青芝、周佳。

电子商务直播营销人员管理规范

1 范围

本标准规定了电子商务直播营销人员的资质要求、能力要求、行为规则、信息管理和评价。
本标准适用于电子商务直播营销人员的管理。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

2.1

直播电商

利用即时视频、音频通信技术同步对商品或者服务进行介绍、展示、说明、推销，并与消费者沟通互动，以达成交易为目的商业活动。

2.2

电子商务直播营销人员

在直播电商营销活动中，推广商品或服务的人员。

3 资质要求

3.1 职责要求

电子商务直播营销人员具有以下基本职责：

- 研究目标用户定位和运营方式；
- 对主体资质和商品质量等信息进行核验；
- 参与商品的选品和方案策划；
- 提升自身传播影响力，加强用户群体活跃度；
- 协助服务承诺的履行。

3.2 实名认证

实名认证应满足下列要求：

- 具有完全民事行为能力，未满 16 周岁的未成年人应征得监护人的同意并向平台报备；
- 进行真人认证，提供真实有效的身份证明，并与公安系统的信息匹配；
- 直播营销账号宜与实名手机号关联。

4 能力要求

4.1 法律政策

遵守《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律、行政法规、部门规章制度。

4.2 业务知识

宜具备以下业务知识：

- 直播策划；
- 直播间场景搭建；
- 商品选择；
- 商品分享讲解；
- 引流短视频制作；
- 粉丝营销。

4.3 商品品控

4.3.1 宜对主体资质和商品等信息进行核验，信息包括：产地、生产者、性能、用途、规格、成分、价格、有效期限及服务承诺等内容。

4.3.2 应当保证提供给消费者的商品和服务与宣传或展示的信息相符。

4.3.3 宜在直播前进行个人购买体验，掌握商品的基本品控要求。

4.3.4 宜在直播过程中对于产品的不利信息做必要、清晰的说明。

4.4 培训要求

宜经过相应的培训后开展直播营销活动。

5 行为规则

5.1 语言表达

直播时应口齿清楚、表达准确、肢体语言适当，以避免歧义。不得发表以下内容：

- 违反法律法规的；
- 危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；
- 损害国家荣誉和利益的；
- 破坏民族团结的；
- 破坏国家宗教政策的；
- 散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- 散布暴力、恐怖或者教唆犯罪的；
- 煽动非法集会、结社、游行、示威、聚众扰乱社会秩序的；
- 其他法律法规严令禁止的。

5.2 仪容仪表

直播时应保持五官端正、形象良好、适度包装，不得出现以下内容：

- 穿着低俗、不雅的；
- 过度包装、低俗趣味的；
- 大面积裸露纹身的；

——其他法律法规严令禁止的。

5.3 动作行为

直播时应举止得当，不得存在以下行为：

- 带有低俗趣味的；
- 荒诞惊悚、影响社会和谐的；
- 进行侵害或涉嫌侵害他人合法权益的；
- 其他法律法规严令禁止的。

6 信息管理

6.1 禁止和限制发布的产品信息

发布的商品信息应符合国家法律法规相关规定，不得发布国家命令禁止和限制发布的商品信息。

6.2 信息保护

营销过程中获取的信息应保密，并符合国家法律法规的相关规定。

7 服务评价

7.1 交易过程监督

在直播过程中的合规性应接受相应的直播电子商务经营者的监督。

7.2 投诉处理与纠纷调解

应与直播电子商务经营者相互配合，并在承诺的时间内协调解决平台消费者的投诉或建议。

7.3 顾客满意度测评

应接受直播电子商务经营者对销售人员和商品的顾客满意度测评。