

ICS 点击此处添加 ICS 号

点击此处添加中国标准文献分类号

团 体 标 准

T/ZEA 009—2020

电子商务直播服务规范

E-Commerce Live Service Norm

(公示稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

浙江省电子商务促进会 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
5 服务提供条件.....	1
6 服务内容.....	2
7 服务评价.....	4
附录 A （资料性附录） 电子商务直播服务争议解决程序.....	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。

本文件由浙江省电子商务促进会提出并归口。

本文件主要起草单位：北京侵权伪劣物品检验鉴定技术创新联盟、浙江省电子商务促进会、杭州卷瓜网络有限公司、杭州始祖鸟网络有限公司、杭州千荷文化传媒有限公司、浙江方圆检测集团股份有限公司、江干区商务局。

本文件主要起草人：章娜、黄时炜、袁冬梅、周鲁俊、卢荣荣、郎铖、沈璜。

电子商务直播服务规范

1 范围

本文件规定了电子商务直播服务的术语和定义、基本要求、服务提供条件、服务内容、服务评价。本文件适用于电子商务直播经营者。

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 31526 电子商务平台服务质量评价与等级划分
《中华人民共和国消费者权益保护法》
《网络交易管理办法》
《关于处理侵害消费者权益行为的若干规定》

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

电子商务直播经营者 E-commerce platform live streaming provider

在电子商务直播售货中为交易双方或者多方提供网络经营场所、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组织或个人。

注：包括电子商务直播平台、商户、主播。

[T/ZEA 008-2020, 定义2.3]

4 基本要求

- 4.1 遵守国家相关法律法规要求。
- 4.2 制定与消费者服务相关的服务和管理制度。
- 4.3 配备专业服务人员。
- 4.4 配备服务必须的设施设备，维护保障其正常使用。
- 4.5 提供商品介绍、咨询、交易支付、发货、售后等全部服务。

5 服务提供条件

5.1 制度

- 5.1.1 制定服务人员上岗、培训、考核制度。

- 5.1.2 制定设施设备的管理制度。
- 5.1.3 制定消费者服务和售后制度。
- 5.1.4 制定安全与应急制度。
- 5.1.5 制定与其他电子商务直播服务相关的制度。

5.2 服务人员

5.2.1 人员配备

- 5.2.1.1 应配备电子商务直播服务人员。
- 5.2.1.2 熟悉相关法律法规及业务处理流程，掌握商品信息、服务和电子商务直播的基本知识。

5.2.2 服务态度

- 5.2.2.1 具备较强的责任心与服务意识，良好的心理素质和服务理念。
- 5.2.2.2 保持与消费者之间良好的互动，积极解答消费者问题，主动提供相关信息和帮助。

5.2.3 服务技能

- 5.2.3.1 具备良好的语言表达能力、沟通协调能力、情绪控制能力、控场能力、突发情况预判和处理能力。
- 5.2.3.2 具备熟练操作计算机或其他移动设备的能力。
- 5.2.3.3 保障直播设施安全。

5.3 服务设施设备

5.3.1 直播场地

- 5.3.1.1 直播场地面积应不小于 20 平方米。
- 5.3.1.2 不应在下列场所进行直播：
 - 影响社会正常生产、生活秩序的场所；
 - 暴露他人隐私的场所；
 - 涉密场所；
 - 涉及国家及公安安全的场所。
- 5.3.1.3 宜根据不同场景体验需要搭建直播环境。

5.3.2 设备的种类、数量及要求

- 5.3.2.1 应配备直播使用的电脑 1 台或手机 1 部，配置应满足直播过程顺畅不出现卡顿的现象。
- 5.3.2.2 应配备 1 个电脑备用电源或手机充电宝、路由器 1 个、网线 1 根、手机支架或自拍杆 1 个。
- 5.3.2.3 宜配备补光灯、麦克风、声卡、收音设备、摄像机、多机位摄像头、推流盒子等设备提升直播效果。

5.3.3 管理要求

- 5.3.3.1 配备管理人员。
- 5.3.3.2 应购买符合国家产品质量管理要求的设施设备。
- 5.3.3.3 设备设施的检查与维护不能低于产品的使用说明书的要求。

6 服务内容

6.1 服务时间

不少于服务承诺时间。

6.2 商品介绍

6.2.1 展示商品实物和商品链接：

- 提前准备所售商品的实物，确保直播中可以完整、清晰展示所售商品；
- 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、详细展示商品品牌、产地、生产者、性能、用途、规格、成分、价格、有效期限等信息；
- 链接商品数量应与实际商品备货量相符。

6.2.2 介绍商品信息，名称、尺寸、颜色、价格基本等。

6.2.3 告知促销活动信息。

6.2.4 分享使用体验。

6.3 销售咨询

6.3.1 商品详细信息的咨询，如产地、生产者、性能、用途、规格、成分、价格、有效期限等。

6.3.2 商品促销活动的内容、服务承诺、领取方式等咨询。

6.3.3 商品支付、物流配送、退换货承诺等服务流程的咨询。

6.3.4 解答商品和服务相关的其他问题。

6.3.5 咨询时，应及时予以答复；如不能及时回复时应告知回复时间。

6.3.6 应对无法解答的问题或合理建议做好记录，及时上报并反馈。

6.3.7 不得提供未经证实的信息。

6.4 交易支付

6.4.1 指导消费者下单，帮助消费者进行订单确认，指导消费者完成在线支付。

6.4.2 提供不少于 2 条符合国家法律法规和技术要求的在线支付渠道。

6.5 发货

6.5.1 自营配送或择选符合国家相关部门管理要求的物流公司提供物流配送服务。

6.5.2 在服务承诺时间内，按照订单信息发出商品。

6.5.3 反馈订单的物流信息。

6.5.4 全程跟踪订单物流情况。

6.5.5 为消费者提供延长收货服务。

6.5.6 提醒消费者完成收货确认。

6.5.7 帮助调解物流期间发生的相关问题。

6.6 售后服务

6.6.1 受理

应受理并满足消费者合法合理的售后服务需求，包括但不限于下列内容：

- 接受消费者咨询并予以答复；
- 处理消费者的退换货、退款服务；
- 处理消费者的投诉；
- 跟踪消费者反馈问题，直至相关部门处理完毕。

6.6.2 退换货、退款服务

6.6.2.1 商品质量问题

6.6.2.1.1 经由权威部门检测确认商品存在材质不符问题的，应支持退货退款，并由电子商务直播经营者承担运费。支持消费者合理诉求。权威部门包括有资质的政府和第三方检测机构、生产厂家指定或特约售后服务中心。

6.6.2.1.2 经确认不宜退换货的商品，商品出现质量问题时，应提前告知售后处理方式，并与消费者达成一致。

6.6.2.1.3 退款原则上应按照原支付路径退还给消费者，若不宜按原支付路径退回，应提前告知退款方式。

6.6.2.2 非商品质量问题

6.6.2.2.1 商品在运输过程中造成的商品损坏、漏液、破碎、性能故障等问题经售后人员核查情况属实，电子商务直播经营者应提供7天内(含7天)退换货，并承担运费。消费者自提商品除外。

6.6.2.2.2 消费者收到的商品存在原装配件缺失问题经售后人员核查情况属实，电子商务直播经营者应提供7天内(含7天)退换货，并承担运费。

6.6.2.2.3 消费者收到的商品性能与网站描述不符经售后人员核查情况属实，电子商务直播经营者应提供7天内(含7天)退货，并承担运费。

6.6.2.2.4 发生商品错发、漏发等问题时，电子商务直播经营者应为消费者免费提供商品调换、补发服务。

6.6.3 异议处理

6.6.3.1 应建立投诉反馈机制，在接到投诉后的4个工作日内介入处理。

6.6.3.2 应有专职人员受理消费者投诉，并解决消费者投诉的问题；应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。

6.6.3.3 对售出的商品，当顾客提出异议时应按照《中华人民共和国消费者权益保障法》、《网络交易管理办法》的规定予以妥善解决。

6.6.3.4 对于侵犯消费者权益行为的不法商家，应按照《关于处理侵害消费者权益行为的若干规定》予以处置。

6.6.4 争议解决程序

电子商务直播服务争议解决程序参见附录A，可根据企业实际情况进行调整。

6.7 隐私保护

电子商务直播经营者服务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。

6.8 应急响应

6.8.1 应建立应急响应机制，在发生或可能发生信息泄露、丢失等情况时，应立即启动应急响应措施。

6.8.2 直播过程中，出现违法违规行为及内容，应及时作出相应处理。

7 服务评价

应建立服务评价机制，按照GB/T 31526进行服务质量评价，提升消费者满意度。

附 录 A
(资料性附录)
电子商务直播服务争议解决程序

电子商务直播服务争议解决程序见图A.1。

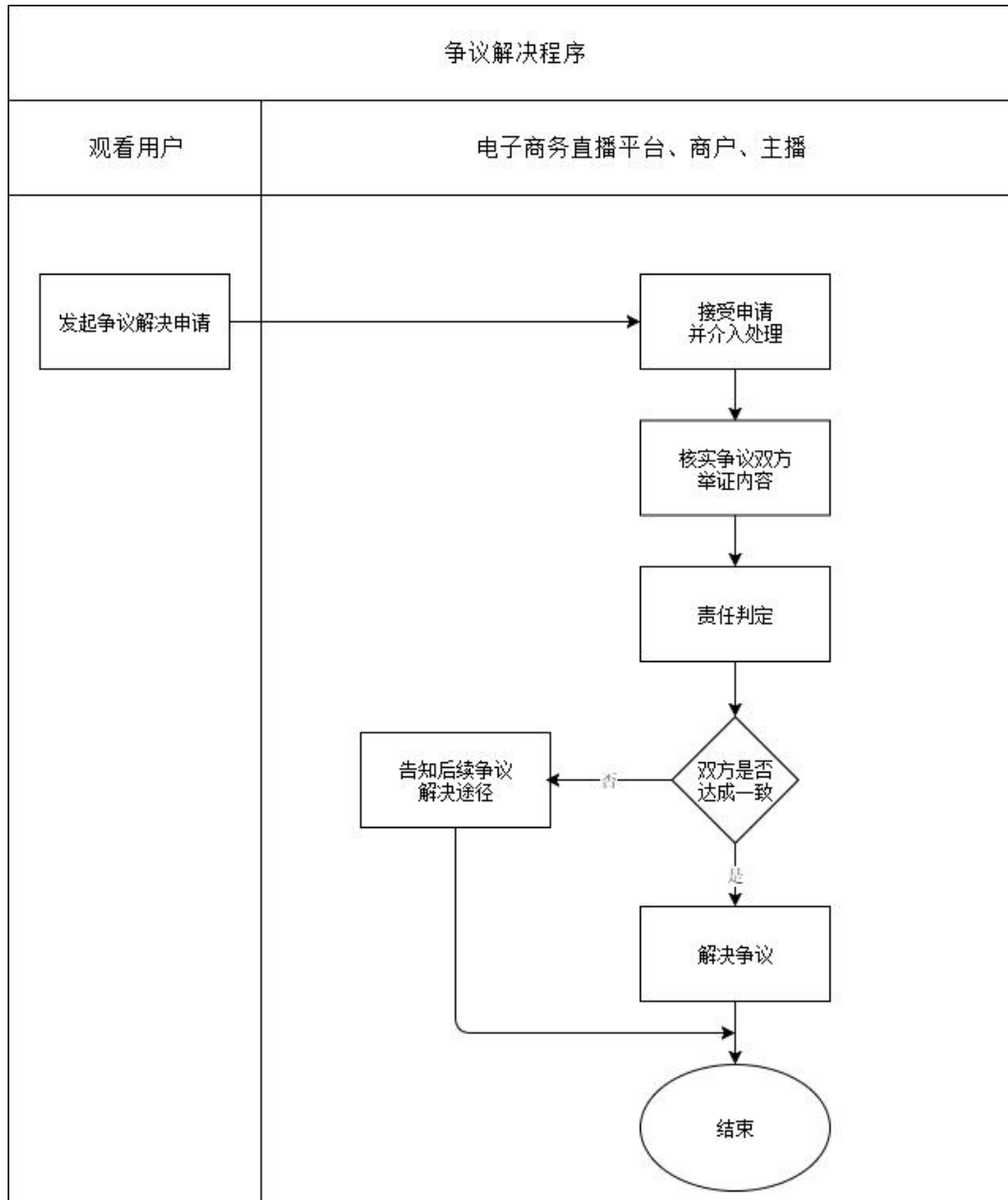


图 A.1 电子商务直播服务争议解决程序图