

# 团 体 标 准

T/ZEA 011—2020

## 电子商务直播机构管理规范

The management standard of live streaming agency

(公示稿)

XXXX - X - XX 发布

XXXX - X - XX 实施

浙江省电子商务促进会 发布



## 目 次

前 言.....	错误！未定义书签。
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 场地及设施.....	1
6 人员.....	2
7 运营要求.....	2

## 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：浙江省电子商务促进会、北京侵权伪劣物品检验鉴定技术创新联盟、杭州西今网络有限公司、北京巨量引擎网络科技有限公司、杭州云度线科技有限公司、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：卢荣荣、章娜、沈瑛、陈瑞东、郎铖、黄时炜、周鲁俊、严雪俊。

# 电子商务直播机构管理规范

## 1 范围

本文件规定了电子商务直播机构的基本要求、场地及设施、人员、运营等方面的管理要求。  
本文件适用于服务直播售货的经纪服务或运营服务的相关单位。

## 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。

中华人民共和国广告法(2018修正)

T/ZEA 007-2020 电子商务营销人员服务规范标准

T/ZEA 008-2020 电子商务直播基本名称规范

T/ZEA 009-2020 电子商务直播服务规范

## 3 术语和定义

T/ZEA 008界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**直播售货** live streaming sales

通过一些互联网平台，使用直播技术进行近距离商品展示、咨询答复、导购的新型服务方式。可以由店铺自己开设直播间，或由主播集合进行推介等形式展现。

## 4 基本要求

4.1 存续状态下的独立法人单位，且公司营业范围含演出经纪或市场营销策划。

4.2 配备主播经纪服务或直播售货服务所需的场地及设备。

4.3 配备专业的招商人员、商品运营人员、内容运营人员、主播、助播、中控或场控人员、店铺运营人员、优化师、用户运营人员、客服、超级管理员、法务、风控人员等人员。

4.4 建立主播的签约、备案、培训，商品及直播内容审核，交易等管理制度。

## 5 场地及设施

5.1 场地面积应满足设有直播间、样品间、洽谈室、办公区等空间。

5.2 直播间的面积应不小于 20 平方米；有隔音、消音处理，不应有回声。

5.3 直播间应配备直播使用的电脑不少于 1 台或手机不少于 1 部，配置应满足直播过程顺畅不出现卡顿的现象；电脑备用电源或手机充电宝 1 个、路由器 1 个、网线 1 根、手机支架或自拍杆 1 个；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。

5.4 样品间应配备样品架，并保持干燥防潮。

5.5 洽谈室、办公区等空间应配备办公用电脑、扫描仪、打印机、电话等。

5.6 条件允许的可配备直播大屏，展示品牌、商品价格、规格等核心信息。

## 6 人员

6.1 应配备专业的人员，包括：

- a) 招商人员，负责前期与品牌及供应链进行基本商务条件的沟通洽谈，合同签订；
- b) 商品运营人员，负责选品、商品卖点输出、商品表确定及排播；
- c) 内容运营人员，负责主播账号内容体系的打造，短视频等内容素材策划、拍摄、发布；
- d) 主播，负责直播间气氛带动、商品介绍；
- e) 助播，负责辅助主播进行气氛带动、商品介绍；
- f) 中控或场控人员，负责统筹把控直播间整体节奏；根据直播品排序递品、公屏留言反馈、把控主直播时间、记录直播间问题、直播互动中奖名单记录、话外音、直播数据同步、直播技术探索及设备升级等；
- g) 店铺运营人员，负责配合主播和直播脚本进行商品链接的橱窗展示；
- h) 优化师，负责直播间相关数据的记录与优化；
- i) 用户运营人员，负责直播间公屏节奏带动，粉丝用户管理；
- j) 客服，负责售后相关服务；
- k) 超级管理员，负责对直播间进行监督核查；
- l) 法务，负责审核商务合同、商品知识产权等；
- m) 风控人员，负责商品质检、直播全流程工作抽检等。

6.2 应按 T/ZEA 007-2020 的规定，定期对主播及其他岗位人员进行职业道德、服务质量、岗位技能等培训，同步实施持证上岗。

## 7 运营要求

### 7.1 主播管理

7.1.1 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。

7.1.2 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。

7.1.3 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。

### 7.2 商品管理

7.2.1 应建立商品的审核机制，包括但不限于：

- a) 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；
- b) 特殊行业商品应审核准入资质；
- c) 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。

7.2.2 应对审核内容及相关证明文件资料，建立登记档案。

7.2.3 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。

7.2.4 建立禁限售商品的管理制度。

### 7.3 直播管理

7.3.1 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。

7.3.2 应对直播内容及相关信息进行保存，保存时间不少于 60 日。

7.3.3 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：

- a) 终止直播；
- b) 下架或删除违规商品或内容；
- c) 禁播。

7.3.3.1 负面内容，包括但不限于：

- a) 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；
- b) 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；
- c) 使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；
- d) 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；
- e) 妨碍社会安定，损害社会公共利益；
- f) 危害人身、财产安全，泄露个人隐私；
- g) 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；
- h) 发布禁限售、假冒伪劣商品信息；
- i) 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；
- j) 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；
- k) 侵犯他人隐私、肖像、名誉等合法权益的行为；
- l) 虚假交易；
- m) 引导线下或其他途径交流、交易及支付；
- n) 发布违法广告；
- o) 平台不允许实施的行为；
- p) 违反法律法规的。

7.3.3.2 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。

### 7.4 交易管理

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

7.4.2 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。

7.4.3 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。

7.4.4 应按 T/ZEA 009-2020 的规定建立投诉反馈机制，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。