

## 互联网直播运营规范

Specification for internet live streaming operation

(报批稿)

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施



# 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 总则 .....	2
5 直播要素 .....	2
6 直播平台 .....	2
6.1 平台类别 .....	2
6.2 运营管理 .....	3
7 直播人员 .....	3
7.1 人员类别 .....	3
7.2 职业资格 .....	4
7.3 人员管理 .....	4
8 直播场景 .....	5
8.1 场景类别 .....	5
8.2 基本原则 .....	5
8.3 场地要求 .....	5
9 直播设备 .....	5
10 售货商品 .....	6
10.1 商品类别 .....	6
10.2 营销原则 .....	6
10.3 消费保障 .....	6
10.4 售后服务 .....	6
10.5 监督管理 .....	6

## 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。

本文件由辽宁省商务厅提出并归口。

本文件起草单位：辽宁省数字新零售行业协会、北京君泽君律师事务所辽宁分所、天津凯莱英医药科技发展有限公司、苏宁易购辽宁分公司、海尔集团辽宁分公司、安家（沈阳）智能科技有限公司。

本文件主要起草人：杨权学、李壮、任芳、姜维、赵利、王普拥。

本文件发布实施后，任何单位和个人如有问题和意见建议，均可以通过来电和来函等方式进行反馈，我们将及时答复并认真处理，根据实际情况依法进行评估及复审。

归口管理部门通讯地址：辽宁省沈阳市皇姑区泰山路17号，联系电话：024-86892673。

文件起草单位通讯地址：沈阳市沈河区市府大路256-8号，联系电话：024-22898000。

# 互联网直播运营规范

## 1 范围

本文件规定了互联网直播运营规范的术语和定义、总则、直播要素、直播平台、直播人员、直播场景、直播设备和售货商品。

本文件适用于直播电商平台互联网直播的运营和实施，其他类型平台可参照执行。

## 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 27922 商品售后服务评价体系
- GB/T 31524 电子商务平台运营与技术规范
- GB/T 37401 电子商务平台服务保障技术要求
- GB/T 41247 电子商务直播售货质量管理规范

## 3 术语和定义

GB/T 41247、GB/T 44207界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**互联网直播** internet live streaming

在现场架设独立的信号采集设备（音频+视频）导入导播端（导播设备或平台），再通过网络上传至服务器，发布至网址供人观看的传媒形式。

### 3.2

**直播平台** live streaming marketing

在电子商务直播活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总称。

[来源：GB/T 41247—2023, 3.2]

### 3.3

**直播主体** legal entity of live-streaming

直播间运营者，通过在直播平台上注册账号并开设直播活动的自然人、法人或相关组织。直播主体可包括直播机构、直播人员或相关组织等。

### 3.4

**直播场景** live streaming scene

专门用于直播的场地，分为基础硬件与直播环境两大模块。基础硬件应为直播场地、背景、设备；直播环境应优化直播间清晰度、明暗度、布景等，使用直播技术进行近距离商品展示、咨询答复、导购的新型展示方式。

### 3.5

**直播基地** live streaming base

以直播企业、直播服务企业、直播应用企业等为主体的产业集聚区。

### 3.6

#### 直播电商 live streaming E-commerce

通过互联网站、应用程序、小程序等，以视频直播、音频直播、图文直播或多种直播相结合等方式销售产品或提供服务的电子商务模式。用直播平台对产品或服务进行直播与展示的一种营销行为。

[来源：GB/T 44207—2024, 3.1]

### 3.7

#### 直播设备 live streaming facilities

能够让用户清晰地在网上直播或播放视频的设备。通常，直播设备由摄像机、麦克风和电脑结合而成，分类可以分为预置系统和其他设备。预置系统包括但不限于包含摄像机和麦克风，还有调节台，分配器等多种硬件，可以满足大多数复杂活动的现场直播任务。

### 3.8

#### 主播 network anchor

在互联网节目或活动中，负责参与一系列策划、编辑、录制、制作、观众互动等内容工作，并担当主持工作的人员。

## 4 总则

4.1 营造良好市场消费环境，引导互联网直播活动规范化、制度化发展，积极落实、引导、管控、规范各互联网直播平台、各场景、各类直播行为。

4.2 符合经济社会发展要求，坚持正确导向、诚实信用、信息真实、公平竞争原则，遵守商业道德，公平参与市场竞争。

4.3 鼓励各类互联网直播平台经营者积极参与行业自律，共同推进相关互联网直播活动社会共治。

4.4 鼓励建立健全知识产权保护机制，尊重和保护他人知识产权或涉及第三方的商业秘密及其他专有权利。

4.5 应完善对未成年人的保护机制，注重对未成年人身心健康保护，自觉接受社会各界监督，履行相应社会责任。

## 5 直播要素

依据互联网直播活动中存在的必要性直播要素包括但不限于：

——直播平台：综合型直播平台、专业型直播平台、电商直播平台、社交直播平台、企业直播平台；

——直播人员：主播、内容策划人员、运营人员、编（剪）辑人员、技术支持人员、客服人员、市场推广人员、商务拓展人员；

——直播场景：农产品原产地、工厂及物资供销场所、直播基地；

——直播设备：摄像设备、音频设备、视频采集设备、计算机、网络设备、灯光设备、背景设施、软件平台；

——售货商品：实体商品、虚拟商品。

## 6 直播平台

### 6.1 平台类别

依据互联网直播活动的性质、规模、涉及的行业领域、运营模式和直播内容，互联网直播平台包括但不限于：

- 综合型直播平台：直播平台提供多样化直播内容，覆盖多种主题或领域，同一直播平台内包含游戏、文娱、美容美妆、生活、美食、健康、时政时事等领域。平台覆盖各年龄层用户群体，能够满足不同受众的观看需求；
- 专业型直播平台：直播平台针对特定领域或行业提供直播服务，内容专业化、细分化。平台通常有专业的主播和内容制作团队，提供深入的行业知识和服务；
- 电商直播平台：直播平台将电商与直播结合，主要用于产品展示和销售，主播在直播过程中展示商品，观众可通过直播间购买商品。
- 社交直播平台：直播平台注重用户间的社交互动和娱乐性质，用户可通过弹幕、送礼等方式与主播互动。平台多以娱乐性质为主；
- 企业直播平台：直播平台主要应用于辅助企业内部事务推进，通常需企业内部授权才可观看直播内容。这类平台可令企业实现内部沟通和外部推广。

## 6.2 运营管理

### 6.2.1 审查与监管

对互联网直播平台的行业资质、审查与监管应符合GB/T31524的要求。

### 6.2.2 注册认证

平台用户即互联网直播平台账号的注册认证者，应遵循以下内容：

- 平台用户应具有完全民事行为能力；
- 平台用户应提供同国家公安系统信息相匹配的有效身份证件信息、统一社会信用代码及其他相关真实、准确的认证资料；
- 认证账号时应遵循“后台注册、前台自愿、一人一号、定时审核”的原则，每位平台用户应且仅应与一个实名移动电话号码关联。

### 6.2.3 交易

互联网直播平台应依据相关直播营销商品和服务信息保存制度进行交易并详细记录相关交易内容，交易过程的保障及要求应符合GB/T 37401的要求。

## 7 直播人员

### 7.1 人员类别

依据互联网直播活动的专业性，互联网直播从业人员包括但不限于：

- 主播：负责展示直播内容并与观众互动的工作人员。依据互联网直播活动的性质和领域，主播宜分为泛娱乐主播、电竞主播、电商主播、其他主播等；
- 内容策划人员：负责制定直播内容的策划方案，吸引目标受众并达到预期效果的工作人员及企业管理人员；
- 编（剪）辑人员：负责剪辑和编辑直播内容、制作视频素材和节目片段的专业技术人员；
- 拍摄人员：负责操作摄影摄像设备、摄制相关视频的专业技术人员；
- 技术支持人员：负责相关设施设备的技术维护和故障排除，确保直播系统的稳定运行和用户体验的专业技术人员；

- 运营人员：负责直播活动的日常运营和管理，人力资源(节目策划、内容审核、用户管理、活动推广)的工作人员；
- 客服人员：负责处理用户咨询、投诉及反馈，为用户及相关合作方提供相关服务的工作人员；
- 市场推广人员：负责制定和执行市场推广策略，增强互联网直播平台影响力和商业机遇、提升互联网直播平台商业价值和运营利润的工作人员；
- 商务拓展人员：负责与相关合作方洽谈，推动互联网直播平台商业化发展的工作人员；
- 技术支持人员：负责相关设施设备的技术维护和故障排除，确保直播系统的稳定运行和用户体验的专业技术人员。

## 7.2 职业资格

互联网直播从业人员应依据相关法律法规和国家有关规定取得职业资格，并包括但不限于含以下内容：

- 针对省内互联网直播活动的不同岗位建立完善的培训考核机制（包含当地网信部门、相关行业监管部门及行业社会组织建立的培训考核体系）；
- 互联网直播从业人员参与相关职业技能专业培训；
- 互联网直播从业人员取得相关职业资格证书和其他从业技能许可（包含当地行业社会组织颁发的从业技能许可或其他从业资格证照文件）；
- 互联网直播从业人员参与并完成相关岗前合规资格培训及测试；
- 依据相关信用管理机制对互联网直播从业人员进行的岗前资质审查等。

## 7.3 人员管理

### 7.3.1 基本要求

按照不同人员类别应具备相应的基本专业技能，还应了解、掌握行业相关法律、行政法规、部门规章制度的内容，并能够将相关内容实际应用于各类具体的法律场景。

### 7.3.2 产品品控

互联网直播从业人员在互联网直播场景或其他产生商品交易行为的互联网直播场景时，应具备相应的产品品控能力，包括但不限于以下内容：

- 产品信息（产地、性能、用途、规格、成分、价格等内容）核验能力；
- 产品和服务质量（是否同宣传或展示的信息相符）核验能力；
- 产品社会效益（产品的社会需求、价值、影响力、市场保有情况等）核验能力；
- 产品不利信息（产品的副作用或其他使用后可能造成以外后果的情况）核验能力。

### 7.3.3 行为规范

互联网直播从业人员的行为规范基本守则，包含以下内容：

- 应遵守相关法律法规与规定，维护积极健康的直播环境。对直播封面、标题、内容、平台用户、公屏言论等一切因使用互联网直播服务而产生的内容负责；
- 互联网直播从业人员在未进行互联网直播活动时应得体，谨言慎行，维护自身良好形象及相关互联网直播平台声誉；
- 互联网直播平台应依据直播事实及其影响程度，对平台管辖范围内的相关违规内容、相关人员进行通报及相应处理。

## 8 直播场景

### 8.1 场景类别

依据互联网直播平台和直播内容的性质，互联网直播场景包含但不限于：

- 农产品原产地：谷类、豆类、油料、糖料、薯类、饮料、植物性纤维、麻类、药用、绿肥、饲料、花卉、烟草、橡胶、燃料、染料、香料、蔬菜、瓜类、桑果树等各类农作物的原产地；
- 工厂及物资供销场所：电子电气、机械设备、纺织服装、冶金矿产等用于各类工业产品生产、加工仓储、物资供销的室内外区域；
- 直播基地：以直播企业、直播服务企业、直播应用企业等为主体的产业集聚区，其直播发展水平和规模居所在区域领先地位，具有明确的经营管理机构 and 完善的配套服务，由注册在当地的独立法人经营管理。其表现形式可以为基地、园区、集聚区（小镇等）或专业楼宇等。

### 8.2 基本原则

互联网直播场景应保持干净整洁、背景简单明了、氛围不喧闹，场景内不应存在以下内容：

- 直播环境和氛围影响社会秩序、群众日常生产生活；
- 未经允许，私自将直播场地设定于政治机构、军事区域、涉及国家机密和国家安全区域、政府机关单位、社会事业或科研单位等场所；
- 其他法律法规严令禁止的情况。

### 8.3 场地要求

直播场地应包含以下要素：

- 场地设置：应划分为直播区域、农产品展示区域；
- 直播区域：应确保场地符合农产品展示的需求；应提供良好的自然、人为采光和整齐、宽阔的直播空间，确保观众清晰地看到农产品的生长环境；
- 展示区域：应将农产品整齐摆放展示并使用适当的标识和展示工具，确保观众清晰地看到不同的产品。

## 9 直播设备

依据互联网直播活动的必要性需求，互联网直播活动配置的设备包括但不限于：

- 摄像设备：用于拍摄直播内容。选择时应考虑直播内容需要和直播活动预算（摄像机、单反相机、网络摄像头、智能手机等）；
- 音频设备：用于直播音频的收发。选择时应考虑声音清晰度和环境噪音等因素（有线话筒、无线话筒、麦克风等）；
- 视频采集设备：用于将摄像设备和音频设备信号转换为数字信号，便于通过计算机处理和传输。选择时应考虑与摄像设备和音频设备配合使用（视频采集卡、USB卡、SD卡等）；
- 计算机：用于将摄像设备和音频设备信号转换为数字信号，便于通过计算机处理和传输。选择时应考虑与摄像设备和音频设备配合使用（视频采集卡、USB卡、SD卡等）；
- 网络设备：用于进行直播内容的处理、编辑和传输。选择时应考虑计算机是否具备足够的性能和稳定性；
- 灯光设备：用于连接直播时应用的相关设备和互联网，保障网络的稳定性和带宽的充足性。选择时应考虑直播需求和网络环境，以确保直播信号的稳定传输（路由器、交换机等）；

- 背景设施：用于创造虚拟背景或特效效果，增强直播内容的吸引力，确保直播效果的真实性和清晰度。选择时应考虑直播内容和场地环境（绿幕布、背景布等）；
- 软件平台：用于进行直播内容的编辑、管理和传输。选择时应考虑软件功能的丰富程度、易用性和稳定性。

## 10 售货商品

### 10.1 商品类别

依据电商类互联网直播场景及其他产生商品交易行为的直播场景的必要性需求，直播过程中出现的带货商品应包含实体商品、虚拟商品，具体内容如下：

- 实体商品：服装配饰、美妆洗护、家居生活、食品饮料、母婴健康、运动户外、数码电子、汽车及配件、家用电器、文具办公、工艺美术、礼品及节庆用品及其他生活用品；
- 虚拟商品：虚拟礼物、虚拟道具、虚拟代币、会员特权、在线课程、数字化艺术品、预售权益、文旅餐饮团购及其他线上服务。

### 10.2 营销原则

从事电商类互联网直播营销活动，应遵守相关法律法规和有关规定，遵循社会公序良俗，真实、准确、全面地发布商品或服务信息。

### 10.3 消费保障

售货商品的消费保障应符合以下条件：

- 电商类互联网直播间运营者应对商品和服务供应商的身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息进行核验，并留存相关记录备查；
- 售货质量应与直播中展示的商品标签、性能、安全等相关信息一致，售货质量应符合 GB/T 41247 以及《互联网直播营销管理办法（试行）》的要求；
- 直播营销交易完成后，直播主体应在规定时间内完成发货；
- 订单处理和物流配送宜遵循 GB/T 31524 和 GB/T 37401 的要求；
- 如交付的产品或服务与直播营销环节宣传不一致时，直播平台应介入处理；
- 电商类互联网直播间运营者和相关直播营销人员应依法依规履行消费者权益保护责任和义务，不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求；电商类互联网直播间运营者、相关直播营销人员与直播营销人员服务机构合作开展商业合作的，应与直播营销人员服务机构签订书面协议，明确信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护等义务并督促履行。

### 10.4 售后服务

带货商品的售后服务应满足以下条件：

- 消费者应通过服务电话、信件或其它方式接收客户和消费者的服务咨询、意见反馈和投诉；
- 接待过程应热情礼貌，回复迅速；
- 跟踪反馈问题，直至问题处理完毕；
- 应对来访信息做好登记和记录；
- 商品售后服务评价体系宜遵循 GB/T 27922 的要求。

### 10.5 监督管理

对电商类互联网直播场景及其他产生商品交易行为的直播场景的监督管理包括但不限于以下内容：

- 对直播营销平台履行主体责任情况开展监督检查并对存在问题的平台开展专项检查，相关责任方应予以配合，不得拒绝、阻挠并对有关部门的依法调查、侦查活动提供技术支持和协助；
- 对相关社会组织的指导，应鼓励建立完善的行业标准并开展法律法规宣传；
- 对他人造成损害的责任方，应依法承担民事责任；构成犯罪的，应依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，应由相关行业主管部门依据各自职责及相关法律法规予以处理；
- 对严重违法违反法律法规的互联网直播市场主体名单实施信息共享并依法依规开展联合惩戒。

---