

《直播电商信用合规管理体系建设指南》

编制说明

一、项目背景

直播电商发展迅猛，是平台经济的重要类型，也是数字经济的重要组成部分。浙江省直播电商产业经多年发展，产业能级日益提升，呈现四大特点：一是直播电商产业规模居全国前列，二是区域产业集聚明显，三是产业生态日趋完善，四是直播场景丰富多元。

以杭州市滨江区为例，滨江区直播电商产业辐射上下游企业 1000 余家，重点监测第三方电子商务平台活跃网店 1 万余家，电商从业人员 11 万余人，占全国直播电商规模的 10% 以上，年商品交易总额达千亿元。尽管监管体系逐步健全，但直播行业发展日新月异，其业态多样、辐射面广、舆情高发的复杂特性愈加显现，尤其是在市场竞争日趋激烈的情况下，信用合规的问题逐渐突出。一是直播内容仍现“唯流量”乱象，中小带货主播想尽办法“吸引流量”，通过“流量剧本”吸引消费者选择其服务。此外，自媒体主播自导自演迎合大众趣味的现象屡见不鲜；二是直播电商短视逐利问题凸显。部分品牌瞄准直播带货带来的巨大流量，夸大产品效果或虚构使用场景诱导消费者、直播间样品和实际发货不一致、售后服务滞后。头部主播选品话语权强、合规审核力

量相对强，但依赖于书面材料形式审查，仍然存在漏洞；三是直播现场风控不到位，虽然直播间会准备经审核的卖点手卡以规范主播表述内容，但直播的即时性和互动性会导致主播在兴奋状态下偏离预设内容，增加现场风控的难度。此外，由于资源有限，缺乏专业的场控团队和有效的现场风控机制，中小主播易出现言辞不当、违规宣传等问题。

自 2016 年起，政府不断出台政策规范直播电商市场。2020 年 6 月中国广告协会发布《网络直播营销行为规范》，作为第一部针对网络直播营销活动的专项规范，对“直播带货”起到了关键的规范引领作用，让直播营销活动有了明确的行为准则。国家互联网信息办公室、公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局等七部门在 2021 年 4 月 23 日联合发布《网络直播营销管理办法》，对直播营销平台的安全评估、备案许可、身份认证等方面作出详细规定。2022 年 6 月，《网络主播行为规范》出台，进一步加强了网络主播的职业道德建设，规范其从业行为，从主播层面保障直播电商的健康发展。

浙江省高度重视网络直播产业健康发展。2023 年，浙江在全国首创“绿色直播间”培育体系，推进直播行业良性有序竞争。2024 年 9 月 24 日，浙江省市场监督管理局发布了《浙江省网络直播营销行为规范指引》旨在引导经营者规

范直播营销行为，防范合规风险，保护消费者合法权益，推动行业健康有序发展。杭州市出台了《网络直播营销主体行政合规指导清单》等合规指导性文件 20 余份，构建直播电商行政合规体系。

《中共中央国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》明确提出，“健全统一的社会信用制度”“形成覆盖全部信用主体、所有信用信息类别、全国所有区域的信用信息网络”。2024 年 8 月 6 日，市场监管总局印发《推进共建“信用长三角”助力长三角一体化高质量发展实施方案》，明确提出“推进信用体系建设，营造守信重信环境”。

自 2023 年起，浙江省市场监管局信用处在多个市县部署开展信用领域试点建设，探索构建“1+N”经营主体信用合规管理体系框架。由省市场监督管理局层面组织标准化专业技术力量，统一制定企业信用管理体系建设的通用型要求，由地方层面组织行业、标准化、司法等专业力量，开展行业性的信用管理体系建设试点。目前，已出台《医疗器械行业信用合规建设指南》《泵与电机企业信用合规建设指引》等特定行业团体标准。

在此背景下，构建一套完善的直播电商信用合规管理体系迫在眉睫，这对于提升直播电商企业形象、保障消费者权益、促进直播电商行业健康有序发展具有重要意义。

二、工作简况

1. 成立编制小组

由滨江区市场监督管理局牵头，联合浙江省质量科学研究院、滨江区直播产业联合会等单位组建编制小组。小组成员涵盖市场监管、直播电商、标准化等多领域专业人员，为标准编制提供专业保障。

2. 资料收集与调研

通过文献研究，收集国内外直播电商相关标准、政策法规及行业研究报告。同时，深入杭州市滨江区、萧山区开展实地调研。

2024年12月19日，与杭州高新区（滨江）市场监管局分管局领导，区互联网产业园发展服务中心相关负责人，区市场监管局信用监管、网络监管、广告监管等业科室负责人举行座谈。

2025年1月21日，与滨江区头部直播电商企业（交个朋友、乐其电商、君盟）座谈。

2025年1月22日，与滨江市监局分管局领导、信用监管科、网监大队领导调研知识矩阵、扫地僧。

2025年2月26日，与滨江区电商企业（宸帆、国岳、井唐、衍智服饰、知识矩阵）法务、风控人员研讨标准草案。

2025年3月4日，标准起草团队赴头部直播企业香菇来了再次对标准的操作性展开调研。

3. 标准立项

本标准于 2025 年 3 月 5 日通过浙江省国际数字贸易协会标准立项会议。杭州市标准化研究院正高级工程师许燕君，中国计量大学教授颜鹰，浙江省国际数字贸易协会副秘书长罗国正，浙江省商务研究院经济师孟祖凯，浙江省商务厅省电商示范企业评审组组长周小波出席会议，与会专家一致同意通过该标准立项。

4. 组织专家专题研讨

2025 年 1 月 21 日，与滨江区头部直播电商企业（交个朋友、乐其电商、君盟）风控领域负责专家座谈；2025 年 2 月 26 日，与滨江区电商企业（宸帆、国岳、井唐、衍智服饰、知识矩阵）法务、风控专家研讨标准草案。工作组结合专家研讨会中提出的意见，对标准内容作出修改和调整。

5. 修改完善标准

2025 年 3 月 7 日，标准起草小组对标准进行了全面的完善，形成送审稿。

三、编制依据

（一）标准编制原则

1. 协调性原则

目前尚无直播电商信用合规的相关国家标准、行业标准和浙江省省级地方标准（包括立项计划）。本标准与现有国家标准、行业标准相协调，不存在矛盾、交叉、重复等问题。

2. 适用性原则

为尽可能地考虑适用于不同发展阶段的直播电商公司，处理好共性和差异点，确保技术内容基本能在浙江省国际数字贸易协会会员单位内部推广指导，前期已在滨江区头部电商公司（宸帆、香菇来了、交个朋友、乐其）、中腰部直播电商公司（扫地僧、知识矩阵）等多家企业调研总结相关直播电商信用合规的实践经验和有效做法，主要技术内容被认为是切实可行的。

3. 可操作性原则

本标准专门编制了十一个规范性附录，提供了诚信管理岗位责任制度模板、信用档案管理制度模板、信用调查管理制度、合同（或招投标）管理制度等十个制度模板，还有一份直播电商经营信用合规管理风险等级表。

（二）确定地方标准主要技术要求的依据

本文件规定了直播电商信用合规管理的基本原则、组织环境、组织管理、策划、支持、检查与改进等内容。本文件适用于直播间运营者、直播营销服务机构的信用合规体系建设。

1. 基本原则

直播电商行业信用合规建设需遵循合规性、真实性、安全性和公平竞争性原则，确保经营活动合法、真实、安全且公平。

2. 组织环境

包含内部环境、外部环境、信用合规管理范围及管理过程。内部环境涉及主体自身多方面情况，外部环境涵盖法律法规、市场需求等因素，需明确管理范围并建立、实施、保持和改进信用合规管理。

3. 组织管理

明确直播间运营者和直播营销服务机构的最高领导者为信用合规管理第一责任人，要建立相应组织架构，配置人员并明确职责，促使全员参与信用合规管理。

4. 策划

以提升信用合规管理能力和整体绩效为目标，根据内外部环境确立信用目标并策划实现方案，同时建立风险评估和应对机制，识别、分析、评价和应对信用合规风险。

5. 支持

需制定信用管理制度，推进信用合规文化建设，运用信息化手段开展管理，加强培训，为信用合规管理提供制度、文化、技术和人员方面的支持。

6. 检查与改进

通过制定失信评估规则、建立举报制度等方式进行失信评估与处置。同时实施守信激励、失信惩戒和失信修复措施，持续改进信用合规管理体系。

7. 附录

包含多个资料性附录，分别对诚信管理岗位责任、信用档案管理、信用调查等制度进行详细规定，为直播电商信用合规管理提供具体操作指南。

四、与有关法律、法规、规章的关系以及与相关国家标准、行业标准、地方标准的重复性、协调性分析

（一）与法律、法规、规章的协调性

本标准与现行法律法规和相关标准相协调、补充。与《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》《中华人民共和国电子商务法》等法律法规紧密衔接，确保直播电商经营活动符合法律要求。本标准严格遵循《中华人民共和国标准化法》《浙江省标准化条例》和直播电商领域相关法律法规规章，不存在与上位法相抵触冲突的情形。

（二）与相关国家、行业、地方标准的协调性

标准依据相关法律法规及有关规定起草，经查，目前尚未有与直播电商经营信用合规体系建设相关的国际标准和国外先进标准，目前相关国家标准 1 项、行业标准 0 项、浙江省省级地方标准 1 项。国家标准《直播电商服务质量的信息监测与评价规范》，该标准规定了直播电商服务质量的信息监测内容、监测步骤、监测信息存储的内容和服务质量的评价原则、评价内容、评价指标、评价方式、评价流程等要求，描述了对应的证实方法，适用于监管部门、直播电商平台、第三方评价机构等开展直播电商服务质量的信息监测与

评价。浙江省级地方标准《绿色直播间运营规范》是浙江省正式发布全国首个直播间运营省级地方标准，从“人”“货”“场”三个直播间的关键要素出发，全面规范了直播间的运营。直播电商信用合规管理领域尚未有相关国家、行业、省级地方标准和团体标准。

五、定量、定性技术要求在本行政区域内的验证情况

前期，针对标准中规定的合基本原则、组织环境、组织管理、策划、支持、检查与改进以及附录等内容，已经在杭州市滨江区、萧山区等地的直播电商公司开展实践，符合直播电商行业工作要求。

六、重大分歧意见的处理经过和依据

无

七、标准的实施建议

（一）预期效益

1. 广泛宣传。通过各种媒体、媒介介绍宣传，加强在各级科研论坛、学术会议上的介绍推介，促进相关人员对本标准的了解和熟悉。

2. 培训推广。标准制定单位配合浙江省国际数字贸易协会开展培训，面向等相关方，通过培训、参观等方式全面开展标准实施推广，提高专业人员的技能水平和职业素养，提升直播电商公司信用合规工作水平。

（二）贯彻实施标准的要求、措施等建议

本标准制定发布后，通过组织开展标准宣贯培训、实施指导、跟踪检查、实施效果评估等措施推动标准实施落地。

八、其他应当说明的事项

无。

标准研制工作组

2025 年 3 月