

# DB4403

## 深圳市地方标准

DB4403/T XXX—XXXX

### 电子商务珠宝贵金属直播平台管理规范

Management specification for e-commerce jewelry precious metal live  
broadcasting platform

(送审稿)

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

深圳市市场监督管理局 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 珠宝贵金属产品直播营销相关方业务体系 ..... 2

5 总体要求 ..... 2

6 直播营销平台质量管理要求 ..... 3

7 直播间运营者质量管理要求 ..... 4

8 商家质量管理要求 ..... 4

9 相关服务机构质量管理要求 ..... 5

附录 A（资料性） 珠宝贵金属产品直播营销信息发布信息项、分类、说明及发布条件 ..... 6

参考文献 ..... 8

## 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。

本文件由深圳市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：深圳市质量检验协会、深圳市众信电子商务交易保障促进中心、松岗琥珀文化传媒有限公司、深圳市水贝商圈网络科技有限公司、华津国检（深圳）金银珠宝检验中心有限公司、北京北大宝石鉴定中心深圳分部。

本文件主要起草人：钟勇、张喜会、谢庆尾、耿扬、王伟。

# 电子商务珠宝贵金属直播平台管理规范

## 1 范围

本文件规定了珠宝贵金属产品直播营销质量管理总体要求以及直播营销平台、直播间运营者、商家、相关服务机构的质量管理要求。

本文件适用于各类通过直播营销进行珠宝贵金属产品推广和销售的组织和个人的质量管理。

## 2 规范性引用文件

下列文件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 11887 首饰 贵金属纯度的规定及命名方法

GB/T 16552 珠宝玉石 名称

GB/T 16554 钻石分级

GB/T 18760 消费品售后服务方法与要求

GB/T 41247 电子商务直播售货质量管理规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**珠宝贵金属产品 jewelry and precious metal product**

珠宝玉石产品、贵金属产品，贵金属与珠宝玉石镶嵌组成的产品的统称。

[来源：GB/T 36128-2018，3.2]

### 3.2

**直播营销 live-streaming marketing**

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形式开展营销的商业活动。

### 3.3

**直播营销平台 live-streaming platform**

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。

### 3.4

**直播营销服务机构 live-streaming service agency**

**MCN 机构 Multi-Channel Network organization**

为主播从事电子商务直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等服务的专门机构。

注：包括直播营销经纪服务机构、直播代播和运营服务商、直播基地、村播服务商、专业内容及制作机构、整合营销机构等。

### 3.5

直播间运营者 operator of live-streaming room

在直播营销平台上注册直播账号或通过自建网站等其他网络服务,开设直播间从事直播电子商务相关活动的个人、法人或其他组织。

#### 4 珠宝首饰产品直播营销相关方业务体系

珠宝贵金属产品直播营销的相关方指参与到直播营销行为的各个利害关系当事人,包括直播营销平台、商家、主播和相关服务机构(MCN机构、物流机构、检测机构)等。相关方在直播营销中业务体系如图1所示,其中:

- a) 直播营销平台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, 为产品交易各参与方提供诚信、安全、健康的云交易环境;
- b) MCN机构与主播签约合作, 对直播产品或服务进行筛选并开展直播营销服务;
- c) 主播是在直播营销平台上对消费者介绍和宣传产品或服务, 与消费者互动并引导消费者购买产品或服务的直播营销核心人员;

注：主播以自然人身份直接入驻直播营销平台，直播间运营者为主播；以商家的身份开展直播营销活动，直播间运营者为商家；与MCN机构签约合作开展直播营销活动，直播间运营者为MCN机构。

- d) 直播间运营者账号通常是主播账号，也可以是商家、MCN服务机构等法人或其他组织的账号；
- e) 商家可以是产品或服务的所有者或被授权者，被授权者应获得授权证明；
- f) 商家根据国家对产品质量的相关法规和标准，负责产品供应并保障产品质量；
- g) 检测机构依据相关标准和技术规范，为珠宝贵金属产品提供专业鉴定技术服务；
- h) 物流服务机构为直播营销交易活动提供产品仓储、运输、配送等物流服务；
- i) 消费者即购买产品或服务的最终用户。

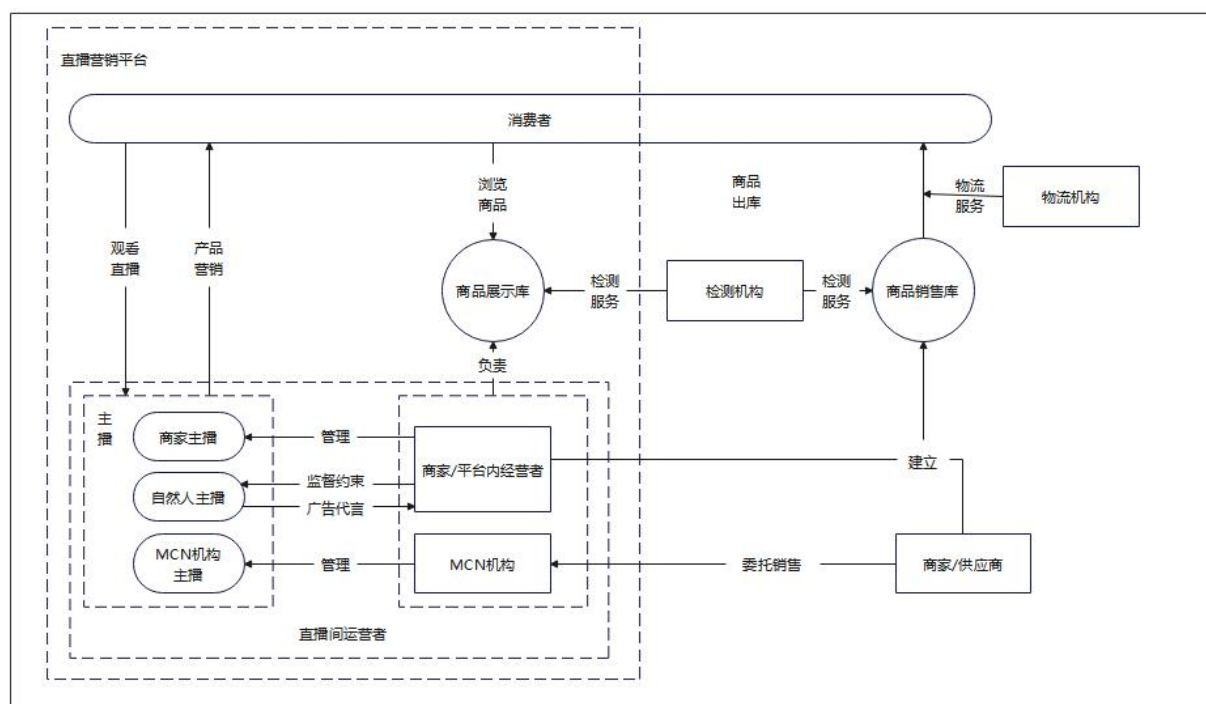


图 1 珠宝贵金属产品直播营销相关方业务体系图

## 5 总体要求

- 5.1 直播销售链质量管理的措施与相关方在供应链中的作用相适应。相关方应形成质量管理体系，并保障其运行。
- 5.2 相关方应保持所售珠宝贵金属产品的安全和品质，符合与消费者承诺的对珠宝贵金属产品质量的要求。
- 5.3 相关方形成的质量管理措施应在组织内各个层次进行沟通、实施并保持。
- 5.4 相关方应对相关质量管理措施的持续适应性进行评价和改进。
- 5.5 相关方应确保直播销售链全流程关键数据信息的连续性。
- 5.6 相关方应建立适用的产品质量追溯体系，并具备相应的追溯能力或依托第三方开展追溯。

## 6 直播营销平台质量管理要求

### 6.1 资质管理

#### 6.1.1 入驻审核

##### 6.1.1.1 商家入驻要求包括但不限于：

- a) 入驻主体应为在中国注册的个体工商户/企业/自然人，近三年内不曾在珠宝贵金属产品生产或销售行为中受到行政处罚；
- b) 售卖商品应在珠宝贵金属产品类目范围内，且具备相关资质；
- c) 商品应符合法律及行业标准的质量要求；
- d) 商家应如实提供相关资质和信息材料，并依据法律法规和平台规则向消费者履行平台内经营者义务；
- e) 经营品牌商品的卖家应获得相应的品牌授权；如果商品涉及知识产权的，应获得专利权许可、商标权许可、商业秘密许可等相关知识产权授权。

##### 6.1.1.2 MCN 机构入驻要求包括但不限于：

- a) 入驻主体应为在中国注册的独立法人，近三年内不曾在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚；
- b) 应与旗下主播或账号有签约，对直播的内容生产有掌控力；
- c) 旗下主播或账号应无抄袭、发布不雅内容、违反国家政策法规等记录。

##### 6.1.1.3 主播入驻要求包括但不限于：

- a) 具有完全民事行为能力且年龄在十六周岁（含）以上；十六周岁（含）以上的未成年人申请成为主播，应当经监护人同意；
- b) 无抄袭、发布不雅内容、违反国家政策法规等处罚记录或已过处罚公示期；
- c) 了解电子商务、珠宝贵金属产品的相关业务知识并掌握直播相关技能。

#### 6.1.2 运营评估及清退制度

##### 6.1.2.1 直播营销平台应对已入驻的直播间运营者经营资质开展定期或不定期的审核、评估，审核评估内容包括但不限于：

- a) 商品质量：执法部门抽检情况、消费者质量投诉、认证证书有效性等方面；
- b) 服务质量：售后服务、投诉处理、物流配送等方面；
- c) 管理质量：店铺管理、产品描述、客服管理等方面；
- d) 直播质量：画质和声音清晰度、直播内容、直播互动等方面。

##### 6.1.2.2 直播营销平台应建立直播间运营者黑名单制度，对存在故意伪造经营资质证明材料、质量证明文件、虚假宣传、审核评估不达标等行为的直播间运营者，应明确禁止准入或予以清退。

## 6.2 信息发布管理

6.2.1 珠宝贵金属产品信息应通过直播营销平台或委托的第三方信息服务机构审核后方可发布。

6.2.2 直播营销平台或受委托的第三方信息服务机构应建立珠宝贵金属产品信息发布审核机制，并通过技术手段对信息发布的审核流程进行跟踪。

6.2.3 发布的产品信息应注明信息的原始真实来源；发布信息包含珠宝贵金属产品认证证书的，直播营销平台应提供认证证书线上查验。

6.2.4 珠宝贵金属产品应单独形成商品类别，与珠宝贵金属产品易混淆的产品不应归属在同一类，如：仿金饰品、基体非贵金属的贵金属覆盖层饰品等。

## 6.3 售后管理

直播营销平台应与商家、主播和相关服务机构等相关方，建立适合珠宝贵金属产品的售后质量管理联动机制，维护消费者利益，制度内容应符合GB/T 18760、GB/T 41247相关规定。

## 6.4 运营管理

直播营销平台对于珠宝贵金属产品宜采用仓、检、运一体化运营管理模式，把控产品线下交易全过程节点的交易质量，保障各相关方的权益。

## 7 直播间运营者质量管理要求

7.1 直播间运营者应严格遵守国家、行业、地方有关电子商务、直播营销管理的法律法规、规章制度和相关标准及直播营销平台的管理制度，保障直播营销的合规运营。

7.2 直播间运营者应采取必要措施规范主播的行为，以客观、专业、全面的方式进行直播营销活动，确保产品信息的准确性和真实性，不应出现以下行为：

- a) 隐瞒产品瑕疵；
- b) 发布虚假、违法广告，夸大宣传；
- c) 经营以假充真、以次充好的产品，以经过人工处理的产品充当天然珠宝玉石产品销售；
- d) 以非真实的“人设”和销售场景误导、欺诈消费者，冒用他人名称、品牌、地址等开展经营活动。

7.3 珠宝贵金属产品直播营销信息发布信息项、分类、说明及发布条件见附录 A。直播间发布的珠宝贵金属产品信息发布内容包括但不限于：

- a) 商品识别信息；
- b) 生产销售信息；
- c) 性能信息；
- d) 售后服务信息。

7.4 直播间运营者应主动公示营业执照有关信息或链接，公示消费争议解决途径及客服电话，发布经营承诺和消费警示提示。

7.5 直播间运营者应对聘用或双方签订合作协议的直播营销相关人员（含主播、店长、运营、销售客服、微商等）进行审核和管理，对其开展职业道德、从业素养及珠宝贵金属产品专业能力的教育培训工作。应优先聘用具有相关从业水平认证且无失信记录的从业人员。

7.6 MCN 机构、自然人主播应当对商品和供应商的身份、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；主动与供应商签订相关书面协议或供应合同。

## 8 商家质量管理要求

- 8.1 商家应严格遵守国家有关规定和行业规范标准，保障产品质量安全，加强产品质量管理，维护消费者合法权益。
- 8.2 商家不应对所提供的产品进行不实、虚假、夸大宣传，不应隐瞒对产品价值产生贬值的瑕疵，误导消费者。
- 8.3 商家提供的珠宝贵金属产品认证证书应由符合鉴定资格的专业机构出具。
- 8.4 商家应保证所提供产品的质量符合同类产品的价格水平，保证提供的产品价格公平合理。
- 8.5 商家应在规定的时间范围内提供相应的产品售后服务。
- 8.6 商家/供应商与 MCN 机构开展商业合作的，应当与 MCN 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。

## 9 相关服务机构质量管理要求

### 9.1 检测机构

- 9.1.1 检测机构应具备符合相关法律法规的资质；
- 9.1.2 检测机构鉴定人员应具备符合相关法律法规的资质；
- 9.1.3 检测机构应依据现行有效国家、行业、地方标准及团体标准等进行鉴定；
- 9.1.4 检测机构应当客观、严谨进行鉴定，不出具虚假认证证书；
- 9.1.5 检测机构不应伪造、变造、涂改认证证书。

### 9.2 物流机构

- 9.2.1 物流机构进行珠宝贵金属产品包装时，应对全过程进行拍摄，保存拍摄的视频文件进行固证、备查。
- 9.2.2 物流机构应对珠宝贵金属产品在运输途中的安全负责，选用符合物流行业环保要求且具有中途防调包功能的外包装载体，全程密封发货。
- 9.2.3 珠宝贵金属产品应与认证证书一同密封发货，确保物证不分离；使用数字化认证证书的，宜在外包装载体上可直接查询数字化认证证书。

### 9.3 MCN 机构

- 9.3.1 MCN 机构应制定服务质量管理制度，对签约直播人员规范化管理，当出现直播人员违法违规或违反平台规则的情形，应当立即制止，严重情形应当解除合作协议。不应出现包括但不限于以下违法或违规行为：
  - a) 未恰当履行与主播、直播营销平台、商家等合作主体签署的合作协议，造成恶劣影响；
  - b) 数据造假或作弊；
  - c) 侵犯他人权益、泄露他人信息；
  - d) 获取不正当利益；
  - e) 违背承诺，如承诺参与平台活动、未经许可擅自退出等；
  - f) 冒用直播营销平台名义发布信息；
  - g) 直播业务中，实际主播与机构提交的主播账户身份信息不符；
  - h) 扰乱直播经营秩序等；
  - i) 十六周岁以下未成年人参与网络直播。
- 9.3.2 MCN 机构应制定商品质量管理制度，对商品、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；主动与供应商签订相关书面协议或供应合同。

## 附 录 A

(资料性)

## 珠宝首饰产品直播营销信息发布信息项、分类、说明及发布条件

珠宝首饰产品直播营销信息发布信息项、分类、说明及发布条件见表 A.1。

表 A.1 珠宝首饰产品直播营销信息发布信息项、分类、说明及发布条件

分类	信息项	说明	发布条件
商品识别信息	商品名称	商品通用名称和特定名称，应符合 GB 11887、GB/T 16552、GB/T 16554 等规定的命名规则，宜与认证证书保持一致。	必要项
	商标和/或品牌	不得冒用或使用他人近似的商标、品牌。	必要项
	商品序号	在该场直播中商品的排列序号。	必要项
	商品编码	可用于在直播营销平台或销售网站上准确检索到对应商品的数字号码。	可选项
	认证证书和/或标志	认证证书：符合鉴定资格的专业机构出具的珠宝首饰产品鉴定证书；认证标识：取得 CMA、CNAS、CAL、ilac-MRA 等认可的专业机构，在其出具的证书上使用的 CMA、CNAS、CAL、ilac-MRA 等标志。	可选项
生产销售信息	经营者名称	——	必要项
	经营者联系方式	含客服联系方式。	必要项
	经营者资质信息	营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息等。	必要项
	制造商名称	——	可选项
	制造商联系方式	——	可选项
	制造商资质信息	营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息等。	可选项
	制造和/或质量检验所执行的相关标准编号	含国家标准、行业标准、地方标准、团体标准和企业标准等。	可选项
	价格	价格真实有效，特价、优惠政策有使用时限、使用条件的应予以显著说明。	必要项
	运费	——	必要项
	消费者对商品的评价信息	——	必要项
	销售数量	——	必要项
	进口及产地	如为进口商品，应提供相应证明材料，如进口证明和/或产地证明等。	必要项
	上市时间	可用年份表示，如 2020 年；亦可描述至具体季度、月份，如 2020 年春季、2020 年 3 月等。	可选项
	适用人群	——	可选项
	销售渠道类型	如纯电商(只在线上销售)、商场同款(线上线下都销售)。	可选项
	是否商场同款	——	可选项
性能信息	材质和纯度	珠宝首饰产品的材质和纯度信息，应符合 GB 11887、GB/T 16552、GB/T 16554 规定。组合类产品如有材质和纯度不相同的，应分别标明不同部分的材质、重量、纯度等信息。	必要项

表 A. 1（续）

分类	信息项	说明	发布条件
性能信息	款式	珠宝首饰产品的整体设计和形状,如项链、手链、戒指、耳环等。	必要项
	尺寸	珠宝首饰产品的尺寸,如手链、项链长度,戒指圈号等。	必要项
	重量	珠宝首饰产品的重量,含贵金属克重和/或珠宝玉石克重和/或商品毛重。	必要项
	图案/形状	珠宝首饰产品外观图案/形状,如生肖、皇冠、葫芦、貔貅等,或根据产品实际,可描述为多种图案/形状的组合;无法用图案/形状描述的,可用“其他”表示。	可选项
	颜色	珠宝首饰产品的颜色,如黄色、银白色等。	可选项
	工艺类型	珠宝首饰产品的工艺类型,如 5G 工艺、硬金电铸工艺等。	可选项
	优化处理	除切磨和抛光以外,用于改善珠宝玉石外观及耐久性或可用性的所有方法。如含有珠宝玉石,应按照 GB/T 16552 的要求标注说明优化处理方法。	必要项
	镶嵌材质	珠宝首饰产品的镶嵌材质,如未镶嵌素金、带配石镶嵌、钻石等。	可选项
	镶嵌方式	珠宝首饰产品的镶嵌方式,如爪镶、包镶、卡镶、槽镶、钉镶等。	可选项
	配件	如有配件,应标明配件材质、重量、纯度等,包括但不限于常见的耳饰之耳针/耳迫、手链/项链之扣位等。	必要项
售后服务信息	售后服务承诺	对退换货条件、维修等的承诺,如七天无理由退换、三包服务等。	必要项
	保修期	——	必要项
	保修政策	——	必要项
	由消费者进行的维修、保养说明	由消费者进行的维修、保养说明应有安全注意事项和风险提示。	必要项
	由专业人员进行的维修、清洗、保养说明	需专业人士操作应在显著位置标明。	必要项
	维修联系方式	多种途径的维修联系方式,如维修固定电话或手机号码、邮箱、客服联系方式等。	必要项

## 参 考 文 献

- [1] GB/T 16553 珠宝玉石 鉴定
  - [2] GB/T 32022 贵金属覆盖层饰品
  - [3] GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范
  - [4] GB/T 35411 电子商务平台商品信息展示要求
  - [5] GB/T 36128 珠宝贵金属产品质量测量允差的规定
  - [6] DB33/T 2041 电子商务平台入驻商户管理基本要求
  - [7] DB33/T 2042 电子商务平台交易产品信息发布基本要求
  - [8] DB3301/T 0350 绿色直播间管理规范
  - [9] T/SZS 4019.1 贵金属饰品售后服务规范 第1部分：总则
  - [10] T/SZS 4024 电子商务产品信息披露规范 贵金属饰品
  - [11] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国消费者权益保护法：主席令第7号. 2014年
  - [12] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国产品质量法：主席令第22号. 2018年
  - [13] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国电子商务法：主席令第7号. 2019年
  - [14] 国家市场监督管理总局. 关于加强网络直播营销活动监管的指导意见：国市监广（2020）175号. 2020年11月5日
  - [15] 国家互联网信息办公室. 关于《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》公开征求意见的通知. 2020年11月13日
  - [16] 国家互联网信息办公室，全国“扫黄打非”工作小组办公室，工业和信息化部，公安部，文化和旅游部，国家市场监督管理总局，国家广播电视总局. 关于印发《关于加强网络直播规范管理的指导意见》的通知：国信办发文（2021）3号. 2021年2月9日
  - [17] 国家市场监督管理总局. 检验检测机构监督管理办法：国家市场监督管理总局令第39号. 2021年4月8日
  - [18] 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. 关于印发《网络直播营销管理办法（试行）》的通知：国信办发文（2021）5号. 2021年4月16日
-