

# 《电子商务珠宝贵金属直播平台管理规范》（送审稿） 编制说明

## 一、项目背景

近年来，随着国内直播电商行业迅速发展，直播经济已经成为重要发展趋势。据数据显示，2022年深圳市直播带货296.5万场，参与直播的商品网络零售量达8.8亿件，形成网络零售额1649.2亿元，全省排名第一，直播网络零售额全国排名第三。

深圳市罗湖区在2020年开始了直播业态的探索，水贝万山珠宝产业园是珠宝行业中第一个试水直播电商的产业园，淘宝、抖音、快手等多个头部平台的珠宝类直播基地都在水贝落户。2023年深圳市商务局印发了《深圳市推进直播电商高质量发展行动方案（2023-2025年）》的通知，提出“鼓励深圳服装、美妆、珠宝和消费电子等优势产业带企业和时尚产业与直播深度融合发展”。

随着直播电商的高速发展，买卖双方在虚拟世界的关系不同于传统买卖合同关系，物流、资金流、信息流也不同于传统的交易模式，这就导致传统商业秩序的质量管控标准已不能约束直播平台中的交易流通关系。由于珠宝贵金属行业自身的特殊性，利用电子商务平台也存在一定的挑战，珠宝贵金属行业与直播电商的深度融合发展需要更多更全面的政策引导与标准规范。

国家和地方层面已经发布了多项直播质量管理相关方面的标准，如：GB/T 41247—2023 电子商务直播售货质量管理规范、DB3203/T 1035—2023 网络直播营销管理规范、DB3212/T 1127

—2023 直播带货经营行为规范、DB3301/T 0393—2023 放心消费直播间管理规范、DB3713/T 267—2022 绿色直播间管理规范、DB4401/T 171—2022 直播电商营销与售后服务规范等。

目前深圳市直播电商的相关标准与直播电商产业发展存在较大缺口，在此背景下立项《电子商务珠宝首饰直播平台管理规范》，一是规范珠宝首饰行业的直播电商行为，充分利用直播电子商务平台的优势，加大珠宝首饰产品的品牌宣传力度，提高品牌知名度，将线上交易和线下交易相结合，拓宽销件渠道，为珠宝首饰行业的发展注入活力。二是以珠宝首饰行业为切入点，探索深圳市直播电商标准化发展路径。

## 二、工作简况

### （一）任务来源

2021年9月27日，深圳市市场监督管理局正式批准深圳市地方标准《电子商务珠宝首饰直播平台管理规范》立项，本文件由深圳市市场监督管理局市场处提出并归口，主要编制单位为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。

### （二）主要编制过程

本文件的具体编制过程安排与计划如下：

#### 1. 启动阶段

2022年3月，充分吸收来自电子商务珠宝首饰直播平台

各个不同领域内有能力、经验和研究工作基础的专家、学者、企业代表等成立标准编制组，对该标准起草的必要性、可行性以及实施计划进行了研讨。

## **2. 研究阶段**

2022年4月-10月，进行桌面调研，广泛查阅珠宝贵金属产品、直播营销、质量管理、平台管理的相关文献，以及各级政府出台的政策性文件、法律法规等，梳理上述文件资料，归纳整理珠宝贵金属产品直播营销的业务体系，直播营销平台、直播间运营者、商家、相关服务机构等主体的管理规范，初步拟定标准研究框架。

## **3. 形成标准草案**

2022年11月-2023年5月，编制组成员在前期工作的基础上，充分考虑深圳电子商务珠宝贵金属产品直播营销的实际，召开了内部工作组会议，确定本标准的主要内容，根据成员意见修改标准草案，形成了标准讨论稿。

为进一步优化标准讨论稿内容，契合业务实际，编制组在2023年5月26日开展了万山水贝珠宝城的水贝珠宝直播基地实地调研，了解了抖音平台上的珠宝贵金属产品直播销售流程与规范。

## **4. 开展意见征集，形成标准送审材料**

2023年6月-2024年1月，进一步结合《深圳市关于推动电子商务加快发展的若干措施》等最新文件精神，多方广泛征求意见和研究讨论，对标准内容进行优化完善。8月，在深圳市质量检验协会的组织下，邀请腾讯、国检中心、国首检测、禾云科技

等企业单位专家开展了标准研讨会，进行了意见征集；后续陆续邀约珠宝首饰设计师协会、商品交易市场联合会、公固科技、豪特赛尔新媒体、溯源认证集团、盐田区政府、光明区政府等珠宝交易企业协会、MCN 机构、电商科技企业、政府单位等征集意见。截至公开征求意见前，共收集整理意见 32 条，其中采纳 17 条，不采纳 9 条，暂不采纳 1 条，无意见 5 条。

在征求意见会上，专家重点提出为契合立项意义，以进一步明确标准范围，建议将标准名称改为《珠宝贵金属产品直播营销质量管理规范》，编制组认为《珠宝贵金属产品直播营销质量管理规范》更符合立项背景及意义，因此向主管部门申请标准名称变更。

## **5. 对外征求意见，形成技术审查资料**

计划 2024 年 2 月，在相关网站公开征求意见，时间 30 天，对收集的建议或意见进行分析汇总和处理，修改完善征求意见稿，计划 2024 年 2 月召开审查会。

## **6. 组织专家评审，形成报批资料**

计划 2024 年 3 月，邀请评审专家，组织召开地方标准专家评审会。编制组提交送审稿、编制说明和征求意见汇总处理表，由评审专家听取编制组的汇报，经过讨论与质询，提出修改意见。编制组根据专家评审意见对标准文本和编制说明进行修改，形成报批稿。

# **三、 标准主要内容的依据和对标情况**

## **（一）编制原则**

本文件编制依据以下原则：

### 1. 适用性原则

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. 可操作性原则

给出的规范要求均可执行、可操作。

## （二）编制依据

本文件研制主要依据现有的国家以及各地方部门发布的政策、法规、标准，结合各大直播电商平台的管理规范等。

第4章，主要参考《直播电子商务平台管理与服务规范（征求意见稿）》行业标准，结合珠宝贵金属行业特点进行编制。

第5章，主要参考 GB/T 39058 农产品电子商务供应链质量管理规范进行编制。

第6章，主要依据《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》《网络直播营销管理办法（试行）》，参考了 GB/T 41247 电子商务直播售货质量管理规范、DB33/T 2041 电子商务平台入驻商户管理基本要求、DB33/T 2042 电子商务平台交易产品信息发布基本要求、T/SZS 4019.1 贵金属饰品售后服务规范 第1部分：总则等文件，结合抖音、快手、淘宝、京东等直播营销平台管理规定进行编制。

第7章的7.1、7.2，主要依据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等文件，结合音、快手、淘宝、京东等直播营销平台管理规定进行编制。

第7章7.3，主要参考T/SZS 4024 电子商务产品信息披露规范 贵金属饰品进行编制。

第7章的7.4主要依据《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》进行编制。

第7章的7.5、7.6主要依据《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》《网络直播营销管理办法（试行）》等文件进行编制。

第8章，主要依据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》《网络直播营销管理办法（试行）》，结合音、快手、淘宝、京东等直播营销平台管理规定进行编制。

第9章的9.1，主要依据检验检测机构监督管理办法进行编制。

第9章的9.2，主要参考了顺丰、德邦、中国邮政、京东物流等对于珠宝贵金属产品的运输规定，结合珠宝贵金属特点进行编制。

第9章的9.3，主要参考了GB/T 41247 电子商务直播售货质量管理规范、DB3301/T 0350-2021 绿色直播间管理规范等文件进行编制。

### **（三）与有关的现行法律、法规和推荐性地方标准的关系**

本文件符合国家现行法律、法规、规章和推荐性地方标准制定的要求，遵从《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》《网络直播营销管理办法（试行）》等文件精神。

#### （四）与国内领先、国际先进标准的对标情况

国家和地方层面已经发布了多项直播质量管理相关方面的标准，如：GB/T 41247—2023 电子商务直播售货质量管理规范、DB3203/T 1035—2023 网络直播营销管理规范、DB3212/T 1127—2023 直播带货经营行为规范、DB3301/T 0393—2023 放心消费直播间管理规范、DB3713/T 267—2022 绿色直播间管理规范、DB4401/T 171—2022 直播电商营销与售后服务规范等。

以上标准主要围绕直播营销行为，不针对特定的商品或服务，具有广泛性。但珠宝贵金属产品对比其他商品而言具有更多的特异性，针对珠宝贵金属产品品类，目前尚无具体的电子商务直播营销质量管理标准。

### 四、主要条款的说明

#### （一）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。

#### （二）规范性引用文件

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

### （三）术语和定义

本文件规定的术语包括：珠宝贵金属产品、直播营销、直播营销平台、直播营销服务机构（MCN 机构）、直播间运营者。主要参考了现行的直播电子商务和珠宝贵金属产品相关政策文件、国家标准中对相关术语的定义。

### （四）珠宝贵金属产品直播营销相关方业务体系

本文件梳理了珠宝贵金属产品直播营销相关方（直播营销平台、商家、主播和相关服务机构）的直播营销业务体系。

### （五）总体要求

相关方应形成质量管理体系，保持产品的安全和品质，在组织内各个层次实施质量管理措施，持续适应性评价和改进相关质量管理措施，确保直播销售链全流程关键数据信息的连续性，建立产品质量追溯体系。

### （六）直播营销平台质量管理要求

#### 1. 资质管理

##### （1）入驻审核

包括商家入驻要求、MCN 机构入驻要求和主播入驻要求。

##### （2）运营评估及清退制度

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。

直播营销平台应建立直播间运营者黑名单制度，明确禁止准入或予以清退。

#### 2. 信息发布管理

- (1) 直播营销信息审核后发布。
- (2) 建立信息发布审核机制，通过技术手段跟踪审核流程。
- (3) 产品信息真实有效可查验。
- (4) 珠宝贵金属产品应单独形成商品类别。

### **3. 售后管理**

直播营销平台应该联合商家、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。

### **4. 运营管理**

对于珠宝贵金属产品宜采用仓、检、运一体化运营管理模式。

#### **(七) 直播间运营者质量管理要求**

1. 合规运营。
2. 应采取必要措施规范主播的行为，确保产品信息的准确性和真实性。
3. 直播间发布的珠宝贵金属产品信息发布内容，见附录 A，包括但不限于：商品识别信息、生产销售信息、性能信息、售后服务信息。
4. 应主动公示营业执照有关信息或链接，消费争议解决途径及客服电话，经营承诺和消费警示提示。
5. 签约合作与培训。
6. 产品货源核验与签约。

#### **(八) 商家质量管理要求**

商家提供的珠宝贵金属产品质量、广告宣传、认证证书、价格水平、售后服务等应合法合规合理；与 MCN 机构开展商业合作的，应当与 MCN 机构签订书面协议。

## **（九）相关服务机构质量管理要求**

### **1. 检测机构**

检测机构的资质、鉴定人员、鉴定标准、认证证书等质量管理要求。

### **2. 物流机构**

物流机构运输前包装、运输中安全及密封发货等质量管理要求。

### **3. MCN 机构**

MCN 机构应制定服务管理制度和商品质量管理制度。

## **五、 是否涉及专利等知识产权问题**

本文件暂未发现涉及相关专利等知识产权问题。

## **六、 重大分歧意见的处理经过和依据**

本文件在制定过程中未出现重大分歧意见。

## **七、 实施标准的措施建议**

本文件是针对珠宝贵金属直播平台管理而制定的地方标准，建议率先由直播营销平台、商家、主播和相关服务机构（MCN 机构、物流机构、检测机构）等参照标准有关内容来规范和完善珠宝贵金属产品直播营销的管理。

## **八、 其他需要说明的事项**

无其他说明事项。