

DB4403

深 圳 市 地 方 标 准

DB4403/T 529—2024

珠宝贵金属产品直播营销管理要求

Management requirements for live-streaming marketing of jewelry and
precious metal products

2024-11-15 发布

2024-12-01 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 直播营销相关方及业务	2
5 直播平台管理要求	3
6 直播间运营者管理要求	4
7 商家/供应商管理要求	4
8 检验检测机构管理要求	4
9 物流机构管理要求	4
附录 A（资料性） 直播营销相关方及业务的示意图	6
附录 B（规范性） 珠宝贵金属产品直播营销信息展示分类、信息项、说明及选项	7
参考文献	9

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、深圳市金质金银珠宝检测研究中心有限公司、国检中心深圳珠宝检验实验室有限公司、国首（深圳）珠宝首饰检测有限责任公司、华津国检（深圳）金银珠宝检验中心有限公司、广东省金银珠宝检测中心有限公司、深圳泰旭互动信息技术有限公司、深圳市商品交易市场联合会、深圳市罗湖区真品溯源珠宝技术研究院。

本文件主要起草人：钟勇、张喜会、刘东明、梁明龙、冯靖悦、杨佩、黎辉煌、张志、刘化锋、王伟、张新荣、黄艳油、赵颖、刘鸿强、胡小凡。

珠宝贵金属产品直播营销管理要求

1 范围

本文件描述了珠宝贵金属产品直播营销相关方及业务,规定了珠宝贵金属产品直播营销的直播平台、直播间运营、商家/供应商、检验检测机构和物流机构的管理要求。

本文件适用于从事珠宝贵金属产品直播营销或者提供交易及售后服务的自然人、法人或者其他组织的管理。

本文件不适用于珠宝贵金属产品跨境直播营销管理。

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 18760 消费品售后服务方法与要求
- GB/T 35408 电子商务质量管理 术语
- GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范
- 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 35408界定的以及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。

注1:珠宝玉石产品是指以天然珠宝玉石或人工珠宝玉石为原料,经过切磨、雕琢等加工制作而成的产品。

注2:贵金属产品是指仅由金、银和铂(钌、铑、钯、铱、铱、铂)族金属或其合金制成的产品。

[来源:GB/T 36128—2018, 3.1, 有修改]

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。

[来源:GB/T 41247—2023, 3.2]

3.4

直播间运营者 operator of live-streaming room

通过直播平台注册直播账户或通过自建网站等其他网络服务，开设直播间从事直播营销的自然人、法人或其他组织。

3.5

网络表演经纪机构 Multi-Channel Network organization; MCN organization

从事网络表演经纪活动的经营单位。

注：包括网络表演内容的组织、制作、营销等经营活动；网络表演者的签约、推广、代理等经纪活动。

3.6

直播营销人员 live-streaming marketing staff

采用网络直播的方式，从事商品或服务的策划、推广、销售以及客户管理等相关工作的人员。

3.7

主播 anchor

在直播营销中直接向社会公众开展营销的人员。

注：主播包括自然人主播、虚拟主播。

3.8

相关方 interested party

直接参与珠宝贵金属产品的采购和供应、仓储与运输、销售、检验检测、配送等活动的法人、社团、其他经济组织或个体。

4 直播营销相关方及业务

4.1 业务概述

珠宝贵金属产品直播营销的主要业务环节可分为：

- 直播营销环节，直播间运营者在直播平台采用直播方式介绍或推广珠宝贵金属产品；
- 交易及售后环节，商家和消费者之间完成珠宝贵金属产品的交易，包括物流配送、检验检测和售后服务等。

4.2 业务职能

直播营销相关方包括直播平台、直播间运营者、商家/供应商、检验检测机构、物流机构等，直播营销相关方及业务的示意图参见附录A。直播营销相关方业务职能如下：

- 直播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，为直播间运营者提供安全合规的云环境；
- 网络表演经纪机构与自然人主播或虚拟主播服务提供者签约合作，对珠宝贵金属产品进行筛选并开展直播营销服务；
- 主播在直播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珠宝贵金属产品；
- 直播间运营者通过直播平台开展直播营销，主播以自然人身份直接入驻直播平台，直播间运营者为主播；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；主播与网络表演经纪机构签约合作开展直播营销活动，直播间运营者为网络表演经纪机构；
- 商家/供应商负责珠宝贵金属产品的供应并保障产品质量和售后服务质量；
- 检验检测机构依据珠宝贵金属产品检验检测标准和技术规范，为珠宝贵金属产品提供专业检验检测服务；
- 物流机构为直播营销交易活动提供珠宝贵金属产品仓储、运输、配送等物流服务。

5 直播平台管理要求

5.1 资质管理

5.1.1 入驻审核

5.1.1.1 直播平台应对申请入驻的商家进行审核，审核要求应符合 GB/T 35409 规定。

5.1.1.2 直播平台应对申请入驻的网络表演经纪机构进行审核，审核要求包括但不限于：

- a) 网络表演经纪机构应承诺近三年内不曾在虚假广告中作推荐、证明；
- b) 网络表演经纪机构应与旗下主播或直播账号使用者签订协议，具备对主播或直播账号的直播行为约束能力；
- c) 网络表演经纪机构应取得相关法律法规要求的经营资质。

5.1.1.3 直播平台应对申请入驻的主播进行审核，审核要求包括但不限于：

- a) 自然人主播或虚拟主播使用者应提供真实有效的身份信息；
- b) 自然人主播或虚拟主播使用者应承诺近三年内不曾在虚假广告中作推荐、证明；
- c) 自然人主播应年满十六周岁，十六周岁以上的未成年人申请成为主播应经监护人同意；
- d) 虚拟主播形象应符合公序良俗，虚拟主播使用者应承诺对发布内容负责、不生成法律法规和直播平台规则禁止的内容。

5.1.2 运营评估及清退制度

5.1.2.1 直播平台应对已入驻的直播间运营者经营资质和直播营销活动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) 商品审核：执法部门处罚情况、消费者质量投诉、鉴定证书有效性等方面；
- b) 服务审核：售前宣传、售后服务、投诉处理等方面；
- c) 管理审核：店铺管理、产品描述、客服管理等方面；
- d) 直播审核：画质和声音清晰度、直播流畅度、直播内容等方面。

5.1.2.2 直播平台应建立直播间运营者黑名单制度和处罚标准，对存在故意伪造经营资质证明材料、伪造质量证明文件、虚假宣传、审核评估不达标等行为的直播间运营者，按直播平台规则采取警告、封禁直播间、禁止准入、清退等处置措施。

5.2 信息展示管理

5.2.1 直播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展示审核机制，并通过技术手段对信息展示的内容进行跟踪，如发现商品异常或被举报可溯源核实。

5.2.2 展示的珠宝贵金属产品信息应注明信息的原始真实来源；信息展示包含珠宝贵金属产品鉴定证书的，直播平台宜提供鉴定证书线上查验链接或检验检测机构联系方式。

5.2.3 珠宝贵金属产品直播营销信息展示应符合附录 B 的规定。直播营销展示的珠宝贵金属产品信息包括但不限于：

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

5.3 售后管理

直播平台应联合商家/供应商，建立适合珠宝贵金属产品的退换货、保修保养、投诉纠纷处理、消费者评价等售后管理联动机制，维护消费者利益，制度内容应符合GB/T 18760、GB/T 41247规定。

5.4 运营管理

直播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，并留存不可篡改的证据信息以支持溯源取证，保障各相关方的权益。

注：“仓”指仓储，“检”指检验检测，“运”指物流运输。

6 直播间运营者管理要求

6.1 直播间运营者应确保珠宝贵金属产品信息的全面性、真实性、准确性，不应出现以下行为：

- a) 涉及政治及引发负面舆论的言语及行为动作；
- b) 隐瞒产品瑕疵或潜在问题；
- c) 发布虚假或引人误解的信息，欺骗、误导消费者；
- d) 销售假冒伪劣、以次充好的产品；
- e) 对同类型竞争对手产品进行贬低，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉；
- f) 其他违法违规的内容。

6.2 直播间运营者应提供符合直播平台信息展示管理要求的珠宝贵金属产品信息。

6.3 直播间运营者应对聘用或双方签订合作协议的直播营销人员（含自然人主播、店长、运营、销售客服等）进行审核和管理，对其开展直播营销职业道德、从业素养及珠宝贵金属产品专业能力的教育培训工作。宜优先聘用无失信记录，且具有直播营销或珠宝贵金属产品专业能力的从业人员。

6.4 直播间运营者聘用或双方签订合作协议的直播营销人员出现违法违规或违反直播平台规则的情形，应立即制止，严重情形应解除聘用关系或合作协议。

6.5 直播间运营者应对珠宝贵金属产品及供应商的身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息进行核验或自查，并留存信息记录备查。

7 商家/供应商管理要求

7.1 商家/供应商应提供清晰、详细的珠宝贵金属产品描述，包括任何已知的瑕疵或潜在问题，不应提供的产品进行不实、夸大和虚假的宣传。

7.2 商家/供应商提供的珠宝贵金属产品鉴定证书应由取得检验检测资质认定的检验检测机构出具；使用数字化鉴定证书的，宜在销售包装上可直接查询数字化鉴定证书。

7.3 商家/供应商应保障珠宝贵金属产品质量，不应销售假冒伪劣、以次充好的产品。

7.4 商家/供应商应在承诺的时间范围内提供珠宝贵金属产品售后服务。

7.5 商家/供应商应选择正规渠道进行珠宝贵金属产品的物流运输，并采取保密、保险等措施以降低物流风险。

7.6 商家/供应商与直播间运营者开展商业合作的，应签订书面协议，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。

8 检验检测机构管理要求

8.1 检验检测机构应取得检验检测资质，并在显著位置公示。

8.2 检验检测机构应依据现行有效的国家、行业、地方标准及团体标准等进行鉴定。

- 8.3 检验检测机构不应出具不实、虚假的鉴定证书。
- 8.4 检验检测机构应提供官网或小程序等可查验自身出具的鉴定证书的渠道。

9 物流机构管理要求

- 9.1 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 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。
- 9.3 珠宝贵金属产品应与鉴定证书一同包装，确保物证不分离。

附录 A
(资料性)
直播营销相关方及业务的示意图

图 A.1 给出了直播营销相关方及业务的示意图。

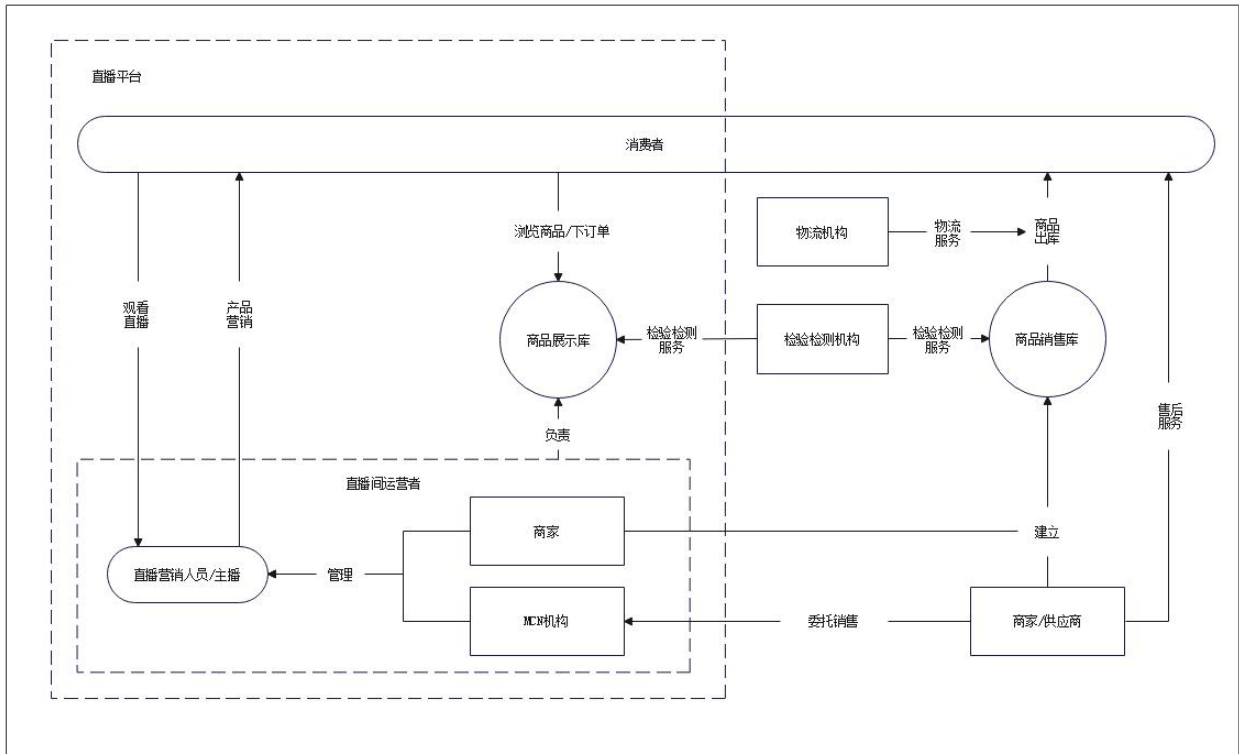


图 A.1 直播营销相关方及业务的示意图

附 录 B
(规范性)

珠宝首饰产品直播营销信息展示分类、信息项、说明及选项

表 B.1 规定了珠宝首饰产品直播营销信息展示的分类、信息项、说明及选项。

表 B.1 珠宝首饰产品直播营销信息展示分类、信息项、说明及选项

分类	信息项	说明	选项
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 等规定的命名规则，宜与鉴定证书保持一致。	必选项
	商标和/或品牌	不应冒用或使用他人近似的商标、品牌。	必选项
	商品序号	在该场直播中商品的排列序号。	必选项
	商品编码	可用于在直播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
	鉴定证书	由取得检验检测资质认定的检验检测机构出具的珠宝首饰产品鉴定证书。	可选项
生产销售信息	经营者名称	—	必选项
	经营者联系方式	含客服联系方式。	必选项
	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。	必选项
	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。	必选项
	运费	—	必选项
	消费者对商品的评价信息	—	必选项
	销售数量	—	必选项
	进口及产地	如为进口商品，应提供证明材料，如进口证明和/或产地证明等。	必选项
	上市时间	可用年份表示，如 2024 年；亦可描述至具体季度、月份，如 2024 年春季、2024 年 3 月等。	可选项
	适用人群	—	可选项
销售渠道类型	如仅线上销售、线上线下均有销售。	可选项	
是否商场同款	—	可选项	
产品信息	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 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。	必选项
	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。	必选项

表 B.1 (续)

分类	信息项	说明	选项
产品信息	尺寸	珠宝贵金属产品的尺寸，如手链、项链长度，戒指圈号等。	必选项
	重量	珠宝贵金属产品的重量，含贵金属克重和/或珠宝玉石克重和/或商品毛重。	必选项
	图案/形状	珠宝贵金属产品外观图案/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	珠宝贵金属产品的颜色，如黄色、银白色等。	可选项
	工艺类型	珠宝贵金属产品的工艺类型，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。	必选项
	镶嵌材质	珠宝贵金属产品的镶嵌材质，如未镶嵌素金、带配石镶嵌、钻石等。	可选项
	镶嵌方式	珠宝贵金属产品的镶嵌方式，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。	必选项
有害元素	如为供 14 岁及以下儿童佩戴的首饰，应按照 GB 28480 的要求标明有害元素含量。	必选项	
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。	必选项
	保修期	—	必选项
	保修政策	—	必选项
	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。	必选项
	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。	必选项
	售后联系方式	多种途径的售后联系方式，如售后固定电话或手机号码、邮箱、客服联系方式等。	必选项

参 考 文 献

- [1] GB/T 16553 珠宝玉石 鉴定
- [2] GB/T 35411 电子商务平台商品信息展示要求
- [3] GB/T 36128 珠宝贵金属产品质量测量允差的规定
- [4] GB/T 39058 农产品电子商务供应链质量管理规范
- [5] SB/T 11240 直播电子商务平台管理与服务规范
- [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] DB4401/T 171 直播电商营销与售后服务规范
- [10] T/SZS 4019.1 贵金属饰品售后服务规范 第1部分：总则
- [11] T/SZS 4024 电子商务产品信息披露规范 贵金属饰品
- [12] 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
- [13] 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
- [14] 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
- [15] 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
- [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工作指导意见》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
- [19] 文化和旅游部. 关于印发《网络表演经纪机构管理办法》的通知：文旅市场发〔2021〕91号. 2021年8月30日
-