



黑 龙 江 省 地 方 标 准

DB23/T 2955—2021

直播电商信用评价规范

地方标准信息服务平台

2021-08-04 发布

2021-08-05 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 评价原则..... 2

    4.1 客观性..... 2

    4.2 科学性..... 2

    4.3 公正性..... 2

    4.4 安全性..... 2

5 评价指标设置与等级划分..... 2

    5.1 评价对象..... 2

    5.2 评价指标..... 2

    5.3 评价方法..... 3

    5.4 评分依据..... 3

    5.5 等级划分..... 3

6 信用评价..... 3

    6.1 评价主体..... 4

    6.2 评价流程与要求..... 4

    6.3 异议处理..... 4

    6.4 跟踪复核..... 5

    6.5 等级取消..... 5

附录 A（规范性） 直播电商平台信用评价指标及赋分..... 6

附录 B（规范性） 直播间运营者信用评价指标及赋分..... 10

附录 C（规范性） 直播营销人员信用评价指标及赋分..... 14

附录 D（规范性） 直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分..... 17

参考文献..... 21

## 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部分可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由黑龙江省商务厅提出并归口。

本文件起草单位：黑龙江鼎信诚科技有限公司、黑龙江鼎信合信用管理有限公司、黑龙江省诚信建设促进会、黑龙江省互联网电商直播协会、黑龙江省标准化研究院、黑龙江省政务大数据中心、哈尔滨工商联非公企业服务中心、黑龙江行行富易质量提升管理评审认证服务有限公司。

本文件主要起草人：于海波、张波、朱丽颖、刘建东、刘洁、金海龙、施晓琳、姜虹、朱波、李雪。

地方标准信息服务平台

# 直播电商信用评价规范

## 1 范围

本文件界定了直播电商信用评价的术语和定义,确立了评价原则,规定了评价指标设置与等级划分、信用评价的要求。

本文件适用于直播电商平台、直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构的信用等级评价。

## 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 22116 企业信用等级表示方法
- GB/T 22117 信用 基本术语
- GB/T 22119 信用服务机构 诚信评价业务规范
- GB/T 27922 商品售后服务评价体系
- GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南
- GB/T 31524—2015 电子商务平台运营与技术规范
- GB/T 31526 电子商务平台服务质量评价与等级划分
- GB/T 34830.1—2017 信用信息征集规范 第1部分:总则
- GB/T 37401 电子商务平台服务保障技术要求
- GB/T 38652 电子商务业务术语

## 3 术语和定义

GB/T 22117和 GB/T 38652界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### 直播电商

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销售商品或者提供服务的经营活动。

### 3.2

#### 直播电商平台

为直播电商提供服务的各类平台,包括互联网直播服务平台、互联网音视频服务平台、电子商务平台等。

### 3.3

#### 直播间运营者

在直播电商平台上注册账号或者通过自建网站等其他网络服务开设直播间,从事网络直播营销活动的个人、法人和其他组织。

### 3.4

#### 直播营销人员

主播

在网络直播营销中，直接向社会公众开展营销的人员。

### 3.5

**直播营销人员服务机构**

为网络直播活动提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构。

### 3.6

**信用**

个人或组织履行承诺的意愿和能力。

[来源：GB/T 22117—2018，2.1]

### 3.7

**信用主体**

参与信用活动的个人和组织。

[来源：GB/T 22117—2018，2.4]

### 3.8

**评价主体**

符合相关要求，从事信用评价的信用服务机构或其它组织。

[来源：GB/T 23793—2017，3.3]

### 3.9

**信用评价**

对信用主体在某一时期的信用状况进行记录、分析和评估，并用特定符号标明其信用状况的活动。

[来源：GB/T 23793—2017，3.2，有修改]

## 4 评价原则

### 4.1 客观性

信息采集应合法、规范，评价数据应客观、真实。

### 4.2 科学性

评价指标设置应科学、合理，评价过程规范，评价结果可信。

### 4.3 公正性

评价应公平、公正、公开。

### 4.4 安全性

评价应遵循保密工作相关要求。

## 5 评价指标设置与等级划分

### 5.1 评价对象

按信用主体，评价对象分为直播电商平台、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构四类。

### 5.2 评价指标

- 5.2.1 每类评价指标均设基础信息、管理信息、交易信息、评价信息、公共信用信息五个一级指标。
- 5.2.2 每个一级指标又按信用主体的功能差异细分为不同的二、三级指标，同时确定赋分标准，最终形成完整的评价指标体系。
- 5.2.3 直播电商平台信用评价指标见附录 A。
- 5.2.4 直播间运营者信用评价指标见附录 B。
- 5.2.5 直播营销人员信用评价指标见附录 C。
- 5.2.6 直播营销人员服务机构信用评价指标见附录 D。
- 5.2.7 根据信用主体特征以及所掌握信息情况，可合理设置、调整或细化指标项。

### 5.3 评价方法

- 5.3.1 评价应制定计划，计划中应包括评价依据、评价范围、人员设置、时间安排、评价指标不同层面的调查等。
- 5.3.2 调查应采用文件调查和现场调查的方式。文件调查包括查阅文件和记录等，现场调查包括询问相关方、观察现场等。

### 5.4 评分依据

- 5.4.1 评价采用计分的方式，总得分为各项评价指标之和，满分为 1000 分。
- 5.4.2 评分依据相应附录的评价指标及赋分进行。
- 5.4.3 在实际评价中，当评价对象不适用相关评价指标时，可以考虑对其删减。
- 5.4.4 当删减发生时，该指标分值不进行计算，除此之外的分值总和称为涉及项分值。评分计算方法为：评分=实际得分/涉及项总分值×100。

### 5.5 等级划分

- 5.5.1 信用等级按 GB/T 22116 由高到低依次分为 AAA、AA、A、B、C、D 四等六个级别。
- 5.5.2 各等级的标志、释义见表 1。

表 1 信用等级标志释义表

信用等级标志	释 义
AAA	信用主体在一定期限内信用风险很小，诚信度很高，各项指标优秀，管理很规范、诚信意识很强、经营状况很好、履约能力很强、社会信誉很好。
AA	信用主体在一定期限内信用风险很小，诚信度高，各项指标先进，管理规范、诚信意识强、经营状况好、履约能力强、社会信誉好。
A	信用主体在一定期限内信用风险很小，诚信度较高，各项指标较先进，管理较规范、诚信意识较强、经营状况较好、履约能力较强、社会信誉较好。
B	信用主体在一定期限内信用风险较小，诚信度一般，各项指标一般，管理水平、诚信意识、经营状况、履约能力、社会信誉均一般；或在某些方面存在较大缺陷。
C	信用主体在一定期限内信用风险较大，诚信度差，各项指标落后，管理差、诚信意识淡薄、经营状况不良、履约能力弱、社会信誉差；或在某些方面存在严重缺陷。
D	信用主体在一定期限内信用风险很大，诚信度很差。

## 6 信用评价

## 6.1 评价主体

- 6.1.1 具有与评价服务所需的资格和人员。
- 6.1.2 评价人员应与信用主体无利益相关。
- 6.1.3 遵守职业道德，公正开展评价。
- 6.1.4 评价业务规范应符合 GB/T 22119 的相关要求。

## 6.2 评价流程与要求

### 6.2.1 受理申请

- 6.2.1.1 评价主体收到信用主体申请后，应审核信用主体提交材料的真实、完整性，确定是否接受信用评价申请。
- 6.2.1.2 信用主体如有非法设立、资质不全、提供虚假材料、严重违法失信等情形，应一票否决，不予受理。

### 6.2.2 信息核实

- 6.2.2.1 评价主体应对信用主体提供的各类信息进行真实性审查。
- 6.2.2.2 对有异议的信息可通过函电确认、现场调查等方式核实。
- 6.2.2.3 核实依据主要来源于政府部门公开信息、监督管理信息、市场调查信息和现场调查结果等。

### 6.2.3 等级评定

- 6.2.3.1 评价主体应根据评价指标对信用主体进行评分。
- 6.2.3.2 根据得分情况，确定信用主体的信用等级。得分对应的信用等级见表 2。

表 2 信用等级与得分对应表

信用等级标志	得分
AAA	$850 \leq \text{分数} \leq 1000$
AA	$750 \leq \text{分数} < 850$
A	$650 \leq \text{分数} < 750$
B	$550 \leq \text{分数} < 650$
C	$400 \leq \text{分数} < 550$
D	分数 $< 400$

### 6.2.4 结果公示

评价主体应通过相关行业主管部门、商协会官方网站等相关媒体向社会公示评价结果，公示期不少于5个工作日。

## 6.3 异议处理

- 6.3.1 在公示期内信用主体对评价结果没有异议则评价结果为最终信用等级；如有异议，可申请复评，复评仅限一次，复评结果为最终信用等级。
- 6.3.2 应按照 GB/T 34830.1—2017 第 9 章的规定对异议信息进行核查、处理，并保留异议信息处理各环节的原始资料。
- 6.3.3 核查信息有误，应更改评价结果并重新公示。

#### 6.4 跟踪复核

信用评价结果有效期为三年。评价主体应在信用评价结果有效期内对信用主体进行跟踪并定期复核，动态调整信用等级。

#### 6.5 等级取消

信用主体如因严重失信行为受到处罚，其信用等级应取消并公示。

地方标准信息服务平台

## 附录 A

(规范性)

## 直播电商平台信用评价指标及赋分

## A.1 直播电商平台信用评价指标及赋分

按表A.1执行。

表 A.1 直播电商平台信用评价指标及赋分

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
基本信息 (100 分)	资质要求 (30 分)	经营资质 (20 分)	依法成立或注册得 10 分；依规履行备案手续得 5 分；按照有关规定开展安全评估得 5 分，满分 20 分。	
		公示 (10 分)	在网站首页公示互联网信息服务经营许可、工商营业执照、相关专项经营许可证等电子标识得 10 分。	
	信息化建设 (70 分)	基础设施 (30 分)	服务器数量、总带宽、最大处理量、云存储、内容分发网络等满足需求得 30 分，不满足每项扣 5 分，累计最高扣 30 分。	
		应用系统 (40 分)	符合 GB/T 31524-2015 中 5.3 要求的电子商务平台信息管理系统得 40 分，不符合，每项扣 2 分，累计扣 40 分。	
管理信息 (400 分)	制度建设与 实施 (300 分)	监督管理 (40 分)	建立直播间运营者和直播营销人员入驻平台资质审核机制得 10 分；对资质进行公示得 10 分；建立失信名单制度和有效的监督考核机制得 10 分；定期对其进行监督考核，并通过有效奖惩不断提升服务水平得 10 分。	
		运营管理 (60 分)	制定并公开网络直播营销管理规则、平台公约得 10 分；建立健全账号及直播营销功能注册、注销机制得 10 分；建立并有效实施信息安全管理、财务管理和监督、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、直播营销商品和服务负面目录、知识产权管理、风险识别控制等机制、措施，每项得 5 分，满分 40 分。	
		直播内容管理 (60 分)	配备与服务规模相适应的直播内容管理专业人员得 10 分；具备维护互联网直播内容安全的技术能力得 10 分；技术方案符合国家相关标准得 10 分。	
			建立直播间运营者、直播营销人员言论规范化管理制度得 5 分；制度有效实施得 5 分；建立商品/服务售前、售中、售后全过程追溯监管体系得 10 分；注重直播内容生态治理，不断培育积极健康、向上向善的网络文化得 10 分。	

表 A.1 直播电商平台信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
		诚信管理 (60 分)	建立诚信管理制度并有效实施得10分；建立直播间运营者和直播营销人员的动态信用信息管理系统得10分；建立信用档案，信用评价制度并公示信用评价规则得10分；建立诚信培训相关制度并有效实施得10分；建立信用风险预警制度得10分；对严重失信运营者和营销人员及时向社会公示相关信息、发布风险提示得5分；按有关规定对失信运营者和营销人员分类采取惩戒措施得5分。	
		品牌管理 (30 分)	依据 GB/T 27925 进行商业企业品牌评价与企业文化建设，建立较完善的品牌管理体系得 10 分；配备符合要求的品牌管理人才得 10 分；通过该项认证得 10 分，未通过不得分。	
		标准化建设 (20 分)	有标准的奖惩制度，参加国家标准制定每项得 10 分，最高 20 分，行业标准或行业团体标准每项得 6 分，省地方标准或团体标准每项得 4 分，市级地方标准或团体标准每项得 2 分，制定企业标准并有效实施每项得 0.5 分，满分 20 分。	
		培训管理 (10 分)	建立有关培训管理制度得 5 分，有效落实得 5 分。	
		突发事件管理 (20 分)	建立突发事件应急处置机制得 10 分；如发生过突发事件，有完善的应急处理记录及措施得 10 分，无记录和措施不得分；如未发生过突发事件，有预案演练得 10 分，无预案不得分。	
	消费保障与管理 (50 分)	退换货管理 (10 分)	具备退换货服务承接团队和技术得 5 分；规范商家履行七天无理由退货义务得 5 分。	
		售后保障服务 (20 分)	依据 GB/T 27922 建立较完善的售后服务体系得 10 分；配备符合要求的服务管理人员得 5 分；通过该项认证得 5 分，未通过不得分。	
		投诉管理 (20 分)	建立完善的投诉、举报机制，明确处理流程和反馈期限得 10 分；及时处理投诉和举报行为，投诉记录完整可追溯，处理结果妥当得 10 分。	
	创新管理 (50 分)	研发投入 (20 分)	研发投入连续三年递升得 20 分，连续两年递增得 10 分满分 20 分。	
		创新成果 (30 分)	获得高新技术企业得 30 分；每获得一项知识产权得 5 分，累计最高得 30 分；研发、应用新技术、新功能、新应用等开拓业务一项得 10 分，最高得 30 分；此项满分 30 分。	
交易信息 (150 分)	服务能力 (60)	信息公示 (20 分)	公示了产品信息、物流信息、沟通渠道、评价信息等，每项得 5 分，满分 20 分。	
		服务保障 (20 分)	符合 GB/T 37401 的要求得 20 分，不符合每项扣 2 分直至不得分。	

表 A.1 直播电商平台信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
	财务状况 (40 分)	服务质量 (20 分)	服务质量为 GB/T 31526 达标级得 5 分，三星级得 10 分，四星级得 15 分，五星级得 20 分。	
		经营情况 (10 分)	流动资金周转率、应收账款周转率、总资产周转率、固定资产周转率指标持续向好，每项指标向好得 4 分，满分 10 分。	
		盈利情况 (10 分)	利润总额对比去年增高得 10 分，如企业成立刚一年或不足一年，公司盈利得 10 分，亏损不得分。	
		清债情况 (10 分)	现金流量比率、资产负债率、产权比率、有形净值负债率等指标持续向好，每项指标向好得 5 分，满分 20 分。	
		成长情况 (10 分)	年度主营业务收入、资本总额逐年递增，每项指标向好得 10 分，满分 20 分。	
	履约能力 (50 分)	履约制度 (20 分)	制定完善的履约监督制度并有效实施得 20 分；制度未有效实施得 10 。	
		合同签订 (10 分)	合同内容完整，权益明确得 5 分，合同签订量占订单总数的比 $\geq 80\%$ 得 5 分、 $\geq 70\% \sim < 80\%$ 得 3 分、 $\geq 50\% \sim < 70\%$ 得 2 分、 $\geq 30\% \sim < 50\%$ 得 1 分、 $< 30\%$ 不得分。	
		履约情况 (20 分)	合同履行率 $\geq 100\%$ 得 20 分、 $\geq 90\% \sim < 100\%$ 得 15 分、 $\geq 70\% \sim < 90\%$ 得 10 分、 $< 70\%$ 不得分。	
评价信息 (150 分)	纳税融资信用 (70 分)	纳税信用 (50 分)	有近三年内本省税务部门颁发的《纳税人纳税信用等级调整通知书》和纳税相关证明，纳税等级 A 级得 30 分、B 级得 25 分，C 级得 20 分，D 级得 15 分，M 级得 10 分；提供纳税证明得 20 分，未提供不得分。	
		融资信用 (20 分)	在银行、保险、担保等各类机构融资过程中无失信记录得 20 分，每项失信记录扣 10 分，累计最高扣 20 分。	
	其他信用 (80 分)	已获信用评级 (30 分)	通过具有资质的第三方评级机构评价，AAA 级得 30 分，AA 级得 20 分，A 级得 10 分，B 级以下或未评价不得分。	
		相关方 (50 分)	定期开展相关方诚信评价活动得 10 分；有实施记录和总结得 10 分；定期开展相关方满意度测评活动得 10 分；开展过并有活动策划、记录得 10 分；总结评估活动情况不断改进提升得 10 分。	
公共信用 信息 (200 分)	社会责任 (80 分)	员工权益保障 (40 分)	制定员工保护和福利管理制度得 10 分；与员工签订劳动合同得 5 分，为员工依法缴纳保险得 5 分；成立工会得 5 分；按时支付员工工资得 5 分；定期开展员工评奖评优活动，有效开展活动并有记录得 10 分，未开展活动不得分。	

表 A.1 直播电商平台信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
		公益事业 (20 分)	积极参与公益事业，参与一项活动并有完整记录留存得 5 分，最高 10 分；缴纳残疾人就业保障金或安排残疾人就业得 10 分。	
		公用事业 (20 分)	水费、电费、燃气费、通讯费、供暖费等按时缴纳得 20 分；每拖欠一项扣 2 分，累计最高扣 20 分。	
	信用记录 (120 分)	优良信息 (40 分)	受到政府、行业商协会、社交媒体等相关部门颁发的荣誉与表彰，每项 10 分，满分 40 分。	
		不良信息 (50 分)	无逃税漏税、行政处罚、强制执行、刑事犯罪、用户信息泄露、网站流量造假、点击率造假、恶意刷单等不良行为记录，每项 5 分，满分 40 分，发现一项不良记录扣 10 分，累计最高扣 40 分。	
			在监管部门无恶性或久拖不决消费争议得 10 分，有恶性或久拖不决消费争议不得分。	
		提示信息 (30 分)	无信用风险提示信息得 10 分，有一项风险提示信息扣 5 分，最高扣 10 分。	
			法定代表人、董事、监事及其他主要经营管理者无违法违规记录得 10 分，出现违法违规记录不得分。	
			未出现经营异常情况得 10 分，经营异常不得分。	

地方标准信息服务平台

## 附录 B

(规范性)

## 直播间运营者信用评价指标及赋分

## B.1 直播间运营者信用评价指标及赋分

按表B.1执行。

表 B.1 直播间运营者信用评价指标及赋分

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
基本信息 (100 分)	资质要求 (40 分)	注册信息 (10 分)	有营业执照或个人身份认证（为自然人时，如未满 16 周岁，需提交监护人同意证明）等基本信息、银行开户证明、商标注册证、地址、联系方式等齐全、真实得 10 分。	
		营销资质 (20 分)	按照法律法规要求获取相应资质或销售药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品等特殊商品时有相应资质或行政许可得 10 分；在业务范围进行营销得 5 分；公示证照得 5 分。	
		信息更新 (10 分)	登记信息有变动，及时更新并告知平台进行审核得 5 分；审核合格得 5 分。	
	信息化建设 (60 分)	基础设施与 环境 (30 分)	直播场地面积不小于 20 平方米得 5 分；直播环境根据不同场景体验需要搭建得 5 分；不在影响社会正常生产、生活秩序、涉密、暴露他人隐私、涉及国家及公共安全等场所直播得 5 分；手机、电脑、路由器等配置满足直播过程顺畅不出现卡顿的得 5 分；配备补光灯、麦克风、声卡、收音设备、摄像机、多机位摄像头、推流盒子等设备提升直播效果的得 10 分。	
		应用系统 (30 分)	符合 GB/T 31524-2015 中 6.3 要求的商品销售和服务信息管理系统得 30 分，不符合，每项扣 3 分，累计扣 30 分。	
管理信息 (400 分)	商品质量管理 (130 分)	供应商管理 (20 分)	有供应商资质审核和备案制度得 10 分，审核内容涵盖供应商的营业执照、商品经营许可证等资质证明齐全，得 10 分。	
		进货备案登记 (20 分)	建立并实施商品进货登记备案制度得 10 分，登记内容涵盖产品的检验报告、合格证、标识等，符合 GB/T 31524-2015 中 6.4.2 的要求，得 10 分。	
		质量标准控制 (30 分)	建立并实施商品质量控制制度得 10 分，制度健全，符合 GB/T 31524-2015 中 6.4.3 的要求，得 20 分。	
		商品计数 (20 分)	建立并实施商品计数管理得 10 分，商品数量与明示销售数量相符，得 10 分。	
		价格管理 (20 分)	建立并实施价格管理制度得 10 分，制度健全，公示商品的名称、产地、等级、规格、销售与配送价格等符合 GB/T 31524-2015 中 6.4.5 的要求，得 10 分。	

表B.1 直播间运营者信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
	宣传管理 (50分)	验货管理(20分)	建立并实施商品质量验货管理制度得10分, 验货符合 GB/T 31524-2015 中 6.4.6 的要求, 得10分。	
		广告(10分)	营销商品和服务的信息属于或涉及商业广告的, 符合《中华人民共和国广告法》的各项规定得10分。	
		发布信息(20分)	发布的商品、服务信息, 真实、科学、准确, 无虚假宣传, 欺骗、误导消费者得10分; 有效保障消费者的知情权得10分。	
		合法宣传(10分)	未违法违规利用党旗、党徽、国旗、国徽、国歌等代表党和国家形象的标识及内容得10分, 如出现一项违规本项不得分。	
		知识产权保护(10分)	发布的商品或信息未违规使用他人商标权、著作权、专利权等权利得20分, 如出现一项违规本项不得分。	
	消费者权益保护 (80分)	消费保障与管理(20分)	接受消费者咨询并及时予以答复, 如实告知消费者产品的功能得10分; 按照承诺或者与消费者约定的方式、时限、价格等向消费者交付商品或者服务得5分; 主动承担商品运输中的风险和责任的得5分。	
		售后服务(25分)	依据 GB/T 27922 建立售后服务体系得10分; 配备符合要求的服务管理人员得5分; 通过该项认证得10分。	
		退换货(15分)	有退换货管理制度得5分; 按合同约定, 满足消费者合理的退换货和退款等诉求得5分; 实物产品依法履行7天无理由或根据当地无理由退换货约定得5分。	
		投诉管理(20分)	建立和执行消费者申诉和投诉服务响应机制建立完善的投诉、举报机制, 明确处理流程和反馈期限得10分; 及时处理投诉和举报行为, 投诉记录完整可追溯, 处理结果妥当得10分。	
	管理能力 (100分)	制度管理(40分)	有营销管理规范、商品信息发布规范、特殊行业管理规范、禁限售商品目录及治理规范、知识产权治理规范、虚假交易行为规范、不当获取使用信息治理规范、扰乱平台市场秩序治理规范、消费评价规范、争议处理规范、运营者、营销人员退出机制等管理制度, 并实施得40分, 无或实施不利扣4分, 最高扣40分。	
		诚信管理(30分)	建立信用档案, 信用评价制度并公示信用评价规则得10分; 建立诚信培训相关制度并有效实施得10分; 建立信用风险预警制度得10分。	
		应急管理(30分)	有应急响应机制得10分; 在发生或可能发生信息泄露、丢失等情况时, 能立即启动应急响应措施, 有完善的应急处理记录及措施得或未发生过突发事件, 每年有预案演练得10分; 直播过程中, 出现违法违规行为及内容, 能及时作出相应处理得10分。	

表 B.1 直播间运营者信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
	创新能力 (40 分)	技术水平 (20 分)	研发、应用新技术、新功能、新应用等开拓业务得 20 分。	
		知识产权 (20 分)	每获得一项知识产权得 5 分，累计最高得 20 分。	
交易信息 (150 分)	直播行为 (50 分)	商品展示 (30 分)	商品链接所示商品应与直播中展示实物一致，链接中应清晰、详细展示商品品牌、产地、生产者、性能、用途、规格、成分、价格、有效期限等信息，得 30 分。	
		诚信 (20 分)	未实施虚假交易，违法或者不当获取和使用他人或者平台信息等其他法律法规禁止的行为得 20 分，如出现一项违规本项不得分。	
	财务状况 <sup>a)</sup> (40 分)	经营情况 (10 分)	流动资金周转率、应收账款周转率、总资产周转率、固定资产周转率指标持续向好，每项指标向好得 4 分，满分 10 分。	
		盈利情况 (10 分)	利润总额对比去年增高得 10 分，如企业成立刚一年或不足一年，公司盈利得 10 分，亏损不得分。	
		清债情况 (10 分)	现金流量比率、资产负债率、产权比率、有形净值负债率等指标持续向好，每项指标向好得 5 分，满分 20 分。	
		成长情况 (10 分)	年度主营业务收入、资本总额逐年递增，每项指标向好得 10 分，满分 20 分。	
	履约能力 (60 分)	履约制度 (20 分)	制定完善的履约监督制度并有效实施得 20 分；制度未有效实施得 10 。	
		合同签订 (20 分)	合同内容完整，权益明确得 10 分，合同签订量占订单总数的比 ≥80%得 10 分、≥70%~<80 得 7 分、≥50%~<70%得 5 分、≥30%~<50%得 2 分、<30%不得分。	
		履约情况 (20 分)	合同履约率≥100%得 20 分、≥90%~<100%得 15 分、≥70%~<90%得 10 分、<70%不得分。	
评价信息 (150 分)	纳税融资 信用 (70 分)	纳税信用 <sup>a)</sup> (50 分)	有近三年内本省税务管理部门颁发的《纳税人纳税信用等级调整通知书》和纳税相关证明，纳税等级 A 级得 30 分、B 级得 25 分，C 级得 20 分，D 级得 15 分，M 级得 10 分；提供纳税证明得 20 分，未提供不得分。	
		融资信用 (20 分)	在银行、保险、担保等各类机构融资过程中无失信记录得 20 分，每项失信记录扣 10 分，累计最高扣 20 分。	
	其他信用 (80 分)	已获信用 评级 <sup>a)</sup> (30 分)	通过具有资质的第三方评级机构评价，AAA 级得 30 分，AA 级得 20 分，A 级得 10 分，B 级以下或未评价不得分。	

表 B.1 直播间运营者信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
		相关方 (50 分)	定期开展相关方诚信评价活动得 10 分；有实施记录和总结得 10 分；定期开展相关方满意度测评活动得 10 分；开展过并有活动策划、记录得 10 分；总结评估活动情况不断改进提升得 10 分。	
公共信用 信息 (200 分)	社会责任 (80 分)	员工权益保障 <sup>a)</sup> (40 分)	制定员工保护和福利管理制度得 10 分；与员工签订劳动合同得 5 分，为员工依法缴纳保险得 5 分；成立工会得 5 分；按时支付员工工资得 5 分；定期开展员工评奖评优活动，有效开展活动并有记录得 10 分，未开展活动不得分。	
		公益事业 <sup>a)</sup> (20 分)	积极参与公益事业，参与一项活动并有完整记录留存得 5 分，最高 10 分；缴纳残疾人就业保障金或安排残疾人就业得 10 分。	
		公用事业 (20 分)	水费、电费、燃气费、通讯费、供暖费等按时缴纳得 20 分；每拖欠一项扣 2 分，累计最高扣 20 分。	
	信用记录 (120 分)	优良信息 (40 分)	受到政府、行业商协会、社交媒体等相关部门颁发的荣誉与表彰，每项 10 分，满分 40 分。	
		不良信息 (50 分)	无逃税漏税、行政处罚、强制执行、刑事犯罪、用户信息泄露、网站流量造假、点击率造假、恶意刷单等不良行为记录，每项 5 分，满分 40 分，发现一项不良记录扣 10 分，累计最高扣 40 分。	
			在监管部门无恶性或久拖不决消费争议得 10 分，有恶性或久拖不决消费争议不得分。	
		提示信息 (30 分)	无信用风险提示信息得 10 分，有一项风险提示信息扣 5 分，最高扣 10 分。	
			法定代表人、董事、监事及其他主要经营管理者无违法违规记录得 10 分，出现违法违规记录不得分。	
			未出现经营异常情况得 10 分，经营异常不得分。	
<sup>a)</sup> 直播间运营者为自然人时可参照 5.4.4 评分。				

## 附录 C

(规范性)

## 直播营销人员信用评价指标及赋分

## C.1 直播营销人员信用评价指标及赋分

按表C.1执行。

表 C.1 直播营销人员信用评价指标及赋分

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
基本信息 (200分)	入驻管理 (100分)	注册信息 (50分)	进行实名认证(直播营销人员未满16周岁,需提交监护人同意证明),向平台提供真实有效的身份证明等信息得50分。	
		信息更新 (50分)	登记信息有变动,及时更新并告知平台进行审核得25分;审核合格得25分。	
	基本要求 (100分)	个人技能 (50分)	了解直播和电子商务相关的法律法规要求得20分;掌握所推广商品或服务基本信息和基础知识得10分;语言表达生动、准确得10分;能够把控直播间的正常节奏和流程得10分。	
		职业道德 (50分)	遵守直播和电子商务相关的法律法规和商业道德,遵循公序良俗得30分;遵守与直播电商平台签订的协议,不发布直播营销商品和服务负面目录,法律法规禁止不适宜直播形式行销的商品和服务类别得20分。	
管理信息 (500分)	直播管理 (100分)	账号管理 (20分)	有直播间封面、直播账户名称、头像得10分,未出现法律法规不允许的违法、不良等信息得10分。	
		直播场所 (80分)	直播场地面积不小于20平方米得10分;直播环境根据不同场景体验需要搭建得10分;不在影响社会正常生产、生活秩序、涉密、暴露他人隐私、涉及国家及公共安全等场所直播得20分;手机、电脑、路由器等配置满足直播过程顺畅不出现卡顿的得10分;配备补光灯、麦克风、声卡、收音设备、摄像机、多机位摄像头、推流盒子等设备提升直播效果的得20分;自觉维护直播活动秩序得10分。	
	行为管理 (270分)	培训教育 (40分)	有学习培训计划得10分;内容涵盖电子商务监管政策、诚信基础知识、社交+直播+电商组合等直播专业知识得20分;有培训记录得10分。	
		消费提示 (50分)	有产品生产日期、保质期和/或有效期、限制使用日期等必要、清晰的消费提示得20分;有对使用过程中可能危害消费者的情形做出提示、特殊人群使用时的保护警示、安全事故处理方法、潜在危险说明等每项5分,累计最高30。	
		商品信息 (50分)	发布的商品、服务内容与商品、服务链接应当保持一致,且实时有效得20分;介绍商品信息包含名称、种类、产地、生产者、交个交付或服务的内容形式等,每项得5分,累计最高30分。	

表 C.1 直播营销人员信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
		言论管理 (50 分)	遵守法律、法规要求，遵循平台规则，配合做好参与互动用户的言论规范管理得 10 分；不发布违法、不良信息，不虚假宣传、推广禁限售和假冒伪劣等产品，不侵犯他们合法权益、进行虚假交易、线下交易等，每项得 5 分，累计最高 40 分。	
		诚信管理 (80 分)	公示诚信承诺并有效实施得 10 分；对商品或服务来源地的真实性、质量与品质等进行初步核实并有相关记录得 10 分；提供的营销数据流量等真实、无私下导流用户交易、无骗取商家佣金等行为每项得 10 分，累计最高得 60 分。	
	消费者权益管理 (90 分)	消费保障 (20 分)	接受消费者咨询并及时予以答复，如实告知消费者产品的功能得 10 分；对在直播间做出的承诺，按照与直播营销运营者或直播电商平台约定，履行相应保障义务得 10 分；	
		消费管理 (20 分)	配合直播营销运营者或直播电商平台执行退换货、投诉等消费管理制度得 20 分。	
		投诉管理 (20 分)	及时妥善处理投诉，投诉记录完整可追溯，处理结果妥当得 20 分。	
		满意度测评 (30 分)	定期开展相关方满意度测评活动，开展过并有活动策划、记录、总结评估得 15 分，缺少一项扣 5 分。消费者满意率在 $\geq 90\%$ 以上得 15 分； $\geq 80\% \sim < 90\%$ 得 10 分、 $\geq 70\% \sim < 80\%$ 得 5 分、 $< 70\%$ 不得分。	
	创新能力 (40 分)	技术水平 (20 分)	研发、应用新技术、新功能、新应用等开拓业务得 20 分。	
		知识产权 (20 分)	每获得一项知识产权得 5 分，累计最高得 20 分。	
交易信息 (90 分)	财务状况 (40 分)	盈利情况 (20 分)	利润总额对比去年增高得 20 分；入驻一年或不足一年，盈利得 20 分，亏损不得分。	
		年收入 (20 分)	年收入 $< 50$ 万元得 5 分； $\geq 50$ 万 $\sim < 100$ 万得 15 分； $\geq 100$ 万以上得 20 分。	
	履约能力 (50 分)	履约制度 (10 分)	与直播营销运营者和直播电商平台签订合同并履行约定得 10 分。	
		合同签订 (20 分)	合同内容完整，权益明确得 10 分，合同签订量占合同总数的比 $\geq 80\%$ 得 10 分、 $\geq 70\% \sim < 80\%$ 得 7 分、 $\geq 50\% \sim < 70\%$ 得 5 分、 $\geq 30\% \sim < 50\%$ 得 2 分、 $< 30\%$ 不得分。	
		履约情况 (20 分)	合同履约率 $\geq 100\%$ 得 20 分、 $\geq 90\% \sim < 100\%$ 得 15 分、 $\geq 70\% \sim < 90\%$ 得 10 分、 $< 70\%$ 不得分。	

表 C.1 直播营销人员信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
评价信息 (60 分)	纳税融资 信用 (40 分)	纳税信用 (20 分)	提供完税纳税证明得 20 分，未提供不得分。	
		融资信用 (20 分)	在银行、保险、担保等各类机构融资过程中无失信记录得 20 分，每项失信记录扣 10 分，累计最高扣 20 分。	
	其他信用 (20 分)	相关方 (20 分)	定期开展相关方诚信评价活动得 10 分；有实施记录和总结得 10 分。	
公共信用 信息 (150 分)	社会责任 (40 分)	公益事业 (20 分)	积极参与公益事业，参与一项活动并有完整记录留存得 10 分，最高得 20 分。	
		公用事业 (20 分)	水费、电费、燃气费、通讯费、供暖费等按时缴纳得 20 分；每拖欠一项扣 2 分，累计最高扣 20 分。	
	信用记录 (110 分)	优良信息 (40 分)	受到政府、行业商协会、社会媒体等相关部门颁发的荣誉与表彰，每项 10 分，满分 40 分。	
		不良信息 (50 分)	发现有逃税漏税、行政处罚、强制执行、刑事犯罪、用户信息泄露、网站流量造假、点击率造假、恶意刷单等不良行为记录，发现一项扣 5 分，满分 40 分。	
			在监管部门有恶性或久拖不决消费争议扣 10 分，满分 10 分。	
		提示信息 (20 分)	无信用风险提示信息得 20 分，有一项风险提示信息扣 5 分，最高扣 20 分。	

地方标准信息服务平台

## 附录 D

(规范性)

## 直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分

## D.1 直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分

按表D.1执行。

表 D.1 直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
基本信息 (100分)	资质要求 (50分)	经营资质 (25分)	依法取得相应经营主体资质得15分,按照平台规则与网络直播营销活动主体签订协议得10分。	
		资质材料 (25分)	提交的主体资质材料、登陆账号信息等真实、有效得15分;签约直播营销人员向平台提交的主体资质材料、登陆账号信息等真实、有效的10分。	
	资源配置 (50分)	人员 (25分)	有策划、运营、经纪、培训等方面的专业人员并满足需求得25分。	
		设备设施 (25分)	满足相应的业务需求得25分。	
管理信息 (400分)	直播营销 人员管理 (150分)	招 聘 (40分)	建立直播营销人员招聘管理制度得10分;聘用具备相应资质和能力的直播营销人员得10分;不断通过监督、考核等方式加强对签约直播营销人员的管理得20分。	
		业务培训 (50分)	定期组织开展签约直播营销人员对法律、法规、规章和有关规定及标准规范等的学习得30分;定期开展对签约直播营销人员基本素质、现场应急能力的培训得10分,有培训计划、记录、总结得10分;满分50分。	
		监督管理 (60分)	定期对签约直播营销人员的内容发布进行事前规范、事中审核、违规行为事后及时处置得30分;积极开展以营造风清气正的网络空间为主旨的各类活动,开展了相关活动得20分;有记录、总结得10分。	
	行为管理 (50分)	承诺管理 (20分)	建立诚信承诺管理制度并公示得10分;无违背承诺,不守信经营,获取不正当利益的相关行为得10分。	
		规范经营 (30分)	规范经营,无扰乱直播经营秩序、侵犯他人权益、扰乱网络直播营销活动秩序、故意或者疏于管理等行为得30分,出现一项扣5分,最高扣30分。	
	制度建设 (160分)	直播营销 人员治理 (20分)	健全直播营销人员治理制度,有直播营销人员职业素养和规范意识制度、直播电子商务市场禁入机制、跨平台不正当行为治理等并实施,每项得5分,满分20分。	

表 D.1 直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
		诚信管理 (60 分)	建立诚信管理制度并有效实施得10分；建立直播营销人员的动态信用信息管理系统得10分；建立信用档案，信用评价制度并公示信用评价规则得10分；建立诚信培训相关制度并有效实施得10分；建立信用风险预警制度得10分；对严重失信营销人员及时向社会公示相关信息、发布风险提示得5分；按有关规定对失信营销人员分类采取惩戒措施得5分。	
		品牌管理 (30 分)	依据 GB/T 27925 进行商业企业品牌评价与企业文化建设，建立较完善的品牌管理体系得 10 分；配备符合要求的品牌管理人才得 10 分；通过该项认证得 10 分，未通过不得分。	
		标准化建设 (20 分)	有标准的奖惩制度，参加国家标准制定每项得 10 分，最高 20 分，行业标准或行业团体标准每项得 6 分，省地方标准或团体标准每项得 4 分，市级地方标准或团体标准每项得 2 分，制定企业标准并有效实施每项得 0.5 分，满分 20 分。	
		培训管理 (10 分)	建立有关培训管理制度得 5 分，有效落实得 5 分。	
		突发事件管理 (20 分)	建立突发事件应急处置机制得 10 分；如发生过突发事件，有完善的应急处理记录及措施得 10 分，无记录和措施不得分；如未发生过突发事件，有预案演练得 10 分，无预案不得分。	
	创新能力 (40 分)	技术水平 (20 分)	研发、应用新技术、新功能、新应用等开拓业务得 20 分。	
		知识产权 (20 分)	每获得一项知识产权得 5 分，累计最高得 20 分。	
交易信息 (150 分)	服务能力 (60)	信息公示 (20 分)	公示了提供策划、运营、经纪、培训服务内容和价格等信息，每项得 5 分，满分 20 分。	
		服务质量 (20 分)	按照合同约定，提供策划、运营、经纪、培训等服务得 20 分。	
		售后服务 (20 分)	依据 GB/T 27922 建立售后服务体系得 10 分；配备符合要求的服务管理人员得 5 分；通过该项认证得 5 分。	
	财务状况 (40 分)	经营情况 (10 分)	流动资金周转率、应收账款周转率、总资产周转率、固定资产周转率指标持续向好，每项指标向好得 4 分，满分 10 分。	
		盈利情况 (10 分)	利润总额对比去年增高得 10 分，如企业成立刚一年或不足一年，公司盈利得 10 分，亏损不得分。	
		清债情况 (10 分)	现金流量比率、资产负债率、产权比率、有形净值负债率等指标持续向好，每项指标向好得 5 分，满分 20 分。	
		成长情况 (10 分)	年度主营业务收入、资本总额逐年递增，每项指标向好得 10 分，满分 20 分。	

表 D.1 直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
	履约能力 (50 分)	履约制度 (20 分)	制定完善的履约监督制度并有效实施得 20 分；制度未有效实施得 10 分。	
		合同签订 (10 分)	合同内容完整，权益明确得 5 分，合同签订量占订单总数的比 $\geq 80\%$ 得 5 分、 $\geq 70\% \sim < 80\%$ 得 3 分、 $\geq 50\% \sim < 70\%$ 得 2 分、 $\geq 30\% \sim < 50\%$ 得 1 分、 $< 30\%$ 不得分。	
		履约情况 (20 分)	合同履约率 $\geq 100\%$ 得 20 分、 $\geq 90\% \sim < 100\%$ 得 15 分、 $\geq 70\% \sim < 90\%$ 得 10 分、 $< 70\%$ 不得分。	
评价信息 (150 分)	纳税融资 信用 (70 分)	纳税信用 (50 分)	有近三年内本省税务管理部门颁发的《纳税人纳税信用等级调整通知书》和纳税相关证明，纳税等级 A 级得 30 分、B 级得 25 分，C 级得 20 分，D 级得 15 分，M 级得 10 分；提供纳税证明得 20 分，未提供不得分。	
		融资信用 (20 分)	在银行、保险、担保等各类机构融资过程中无失信记录得 20 分，每项失信记录扣 10 分，累计最高扣 20 分。	
	其他信用 (80 分)	已获信用 评级 (30 分)	通过具有资质的第三方评级机构评价，AAA 级得 30 分，AA 级得 20 分，A 级得 10 分，B 级以下或未评价不得分。	
		相关方 (50 分)	定期开展相关方诚信评价活动得 10 分；有实施记录和总结得 10 分；定期开展相关方满意度测评活动得 10 分；开展过并有活动策划、记录得 10 分；总结评估活动情况不断改进提升得 10 分。	
公共信用 信息 (200 分)	社会责任 (80 分)	员工权益 保障 (40 分)	制定员工保护和福利管理制度得 10 分；与员工签订劳动合同得 5 分，为员工依法缴纳保险得 5 分；成立工会得 5 分；按时支付员工工资得 5 分；定期开展员工评奖评优活动，有效开展活动并有记录得 10 分，未开展活动不得分。	
		公益事业 (20 分)	积极参与公益事业，参与一项活动并有完整记录留存得 5 分，最高 10 分；缴纳残疾人就业保障金或安排残疾人就业得 10 分。	
		公用事业 (20 分)	水费、电费、燃气费、通讯费、供暖费等按时缴纳得 20 分；每拖欠一项扣 2 分，累计最高扣 20 分。	
	信用记录 (120 分)	优良信息 (40 分)	受到政府、行业商协会、社会媒体等相关部门颁发的荣誉与表彰，每项 10 分，满分 40 分。	
		不良信息 (50 分)	无逃税漏税、行政处罚、强制执行、刑事犯罪、用户信息泄露、网站流量造假、点击率造假、恶意刷单等不良行为记录，每项 5 分，满分 40 分，发现一项不良记录扣 10 分，累计最高扣 40 分。	

表 D.1 直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
			在监管部门无恶性或久拖不决消费争议得 10 分，有恶性或久拖不决消费争议不得分。	
		提示信息 (30 分)	无信用风险提示信息得 10 分，有一项风险提示信息扣 5 分，最高扣 10 分。	
			法定代表人、董事、监事及其他主要经营管理者无违法违规记录得 10 分，出现违法违规记录不得分。	
			未出现经营异常情况得 10 分，经营异常不得分。	

地方标准信息服务平台

## 参 考 文 献

- [1] GB/T 23793—2017 合格供应商信用评价规范
- [2] GB/T 23794—2015 企业信用评价指标
- [3] GB/T 31950—2015 企业诚信管理体系
- [4] GB/T 36312—2018 电子商务第三方平台企业信用评价规范
- [5] T/ZJWS 001—2020 直播电子商务管理规范
- [6] 《网络直播营销行为规范》 中国广告协会 2020年7月
- [7] 《网络直播营销管理办法》（试行）国家互联网信息办公室等七部门联合发布2021年4月23日
- [8] 《市场监督管理严重违法失信企业名单管理办法》 国家市场监督管理总局令第44号 2021年7月30日发布
- 

地方标准信息服务平台