|  |  |
| --- | --- |
| ICS | 03.080 |
| CCS | A 16 |

|  |
| --- |
| 23 |

黑龙江省地方标准

DB23/T XXXX—XXXX

直播电商信用评价规范

单位：黑龙江鼎信合信用管理有限公司

联系人：于海波

联系方式：18645019677

邮箱：hljcch777@163.com

XXXX-XX-XX发布

XXXX-XX-XX实施

黑龙江省市场监督管理局  发布

目次

[前言 II](#_Toc70172123)

[1 范围 1](#_Toc70172124)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc70172125)

[3 术语和定义 1](#_Toc70172126)

[4 评价原则 2](#_Toc70172127)

[4.1 客观性 2](#_Toc70172128)

[4.2 公正性 2](#_Toc70172129)

[4.3 科学性 2](#_Toc70172130)

[4.4 可操作性 2](#_Toc70172131)

[4.5 安全性 2](#_Toc70172132)

[5 评价方法 2](#_Toc70172133)

[5.1 指标设置 2](#_Toc70172134)

[5.2 评价方式 3](#_Toc70172135)

[5.3 评分方法 3](#_Toc70172136)

[5.4 等级划分 4](#_Toc70172137)

[6 评价与要求 4](#_Toc70172138)

[6.1 基本要求 4](#_Toc70172139)

[6.2 受理申请 4](#_Toc70172140)

[6.3 信息核实 5](#_Toc70172141)

[6.4 等级评定 5](#_Toc70172142)

[6.5 异议处理 5](#_Toc70172143)

[6.6 结果公示 5](#_Toc70172144)

[6.7 信用报告 5](#_Toc70172145)

[6.8 跟踪复评 5](#_Toc70172146)

[7 信息采集与管理 5](#_Toc70172147)

[7.1 信息采集 5](#_Toc70172148)

[7.2 信息管理 5](#_Toc70172149)

[附录A（规范性） 直播营销平台信用评价指标及赋分 7](#_Toc70172150)

[附录B（规范性） 直播间运营者信用评价指标及赋分 9](#_Toc70172152)

[附录C（规范性） 直播营销人员信用评价指标及赋分 11](#_Toc70172154)

[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 12](#_Toc70172156)

[参考文献 14](#_Toc70172158)

1. 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：黑龙江鼎信合信用管理有限公司、黑龙江鼎信诚科技有限公司、黑龙江省诚信建设促进会、黑龙江行行富易质量提升管理评审认证服务有限公司、黑龙江省互联网电商直播协会、哈尔滨工商联非公企业服务中心。

本文件主要起草人：张波、于海波、刘建东、朱丽颖、刘洁、朱波、金海龙。

直播电商信用评价规范

* 1. 范围

本文件规定了直播电商信用评价的术语和定义、评价原则、评价与要求及信息采集与管理。

本文件适用于直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构的外部信用等级评价，内部信用等级评价也可参照执行。

* 1. 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 31953 企业信用评估报告编制指南

GB/T 34830.1—2017 信用[信息征集规范 第1部分:总则](https://www.so.com/link?m=bIFK9s5LLcyueUbbDsqJUi8AiPJqzYmXaPoKdltAPsloA6g0rWkbz8DC0MjKZLEZIpcuoE%2FoDCdGUc2u6bacz5nvXPPeqBRaGvxP%2Fn678oLwfkQ%2F4n1JBrEWhUadaGXYWN%2BRUiV3iumh441RdunR3ChkfP240W2vrz%2BBTvMBNmYZeiqsS" \t "_blank)

GB/T 38652 电子商务业务术语

* 1. 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。

直播电商 live-streaming service

利用即时视频、音频等通讯技术，通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

[来源：GB/T 38652—2020，2.1，有修改]

直播营销平台 live marketing platform

在网络直播营销中提供直播服务的各类平台，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。

直播间运营者 studio operator

在直播营销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。

直播营销人员 live marketers

直播电商活动中，直接向社会公众开展营销的个人。

直播营销人员服务机构 live marketer service organization

为直播营销人员从事网络直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构。

信用主体 subject of credit

参与信用活动的个人和组织。

[来源：GB/T 22117—2018，2.4]

评价主体 assessment subject

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]

信用评价 trustworthiness assessment

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]

* 1. 评价原则
     1. 客观性

信用信息的采集合法、规范，评价数据客观、真实、可靠，有代表性和时效性。

* + 1. 公正性

评价主体遵循回避利益冲突、独立、公平等原则，评价方法、过程等公开，评价结果公示。

* + 1. 科学性

评价指标设置科学、合理，能够全面、系统有效的反映当前一段时期直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构信用水平的整体状况，评价过程规范。

* + 1. 可操作性

评价指标简单易懂，信用信息易于采集，信用信息应用便捷。

* + 1. 安全性

评价工作遵循保密相关要求，防止信用主体信息的丢失、篡改、防止隐私、商业机密泄露。

* 1. 评价方法
     1. 指标设置

指标设置具体分为直播营销平台信用评价指标、直播间运营者信用评价指标、直播营销人员信用评价指标、直播营销人员服务机构信用评价指标。

直播营销平台信用评价指标分为管理要求、财务状况、公共信用、社会责任、市场信用，共五个一级指标。

直播间运营者信用评价指标分为管理要求、财务状况、公共信用、社会责任、市场信用，共五个一级指标。

直播营销人员信用评价指标分为管理要求、公共信用、社会责任，共三个一级指标。

直播营销人员服务机构信用评价指标分为管理要求、财务状况、公共信用、社会责任、市场信用，共五个一级指标。

每个一级指标又细分为多个二级级指标，指标评价内容应分别符合附录A、附录B、附录C、附录D的要求。

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。

* + 1. 评价方式

信用评价由评审员组成专门的评价小组执行具体工作，组织内部评价可由内审员进行。

评价应有计划，计划中应包括对指标不同级别的调查，得出综合性的评价结果。

评价时采用文件调查和现场调查的方式，包括查阅文件和记录、询问相关方、观察现场等。

* + 1. 评分方法

依据本标准进行评价时，对各项指标采取评分的方法，满分为100分。

评分依据是比照相应的评价内容，对信用主体的满足程度进行打分。

附录中的“评价分值”为该二级指标的最高得分，满足得满分，否则扣分。

评分时应符合下列要求：

1. 评分应包含评价指标中的所有方面，评价过程中发现不符合评价指标的情况为扣分依据，如为定性指标，不符合则扣除全部分值。
2. 给一个评分项评分时，首先判定哪个分数范围总体上“最适合”信用主体在本评分项达到的水平。并不要求与评分范围内的每一句话完全一致，允许在个别要素上有所差距。
3. 如需要抽取多个同类型样本验证评分指标时，按符合比例得分。评分比例及要求如表1所示。

表 1 评分比例及要求

| 评分比例 | 要点 |
| --- | --- |
| 0％～20％ | ■ 在该评分项要求中水平很差，或没有描述结果，或结果很差  ■ 在该评分项要求中没有或极少显示趋势的数据，或显示了总体不良的趋势  ■ 在该评分项要求中没有或极少的相关数据信息，或对比性信息 |
| 20％～40％ | ■ 在该评分项要求中结果很少，或在少数方面有一些改进  ■ 在该评分项要求中有少量显示趋势的数据，或处于较低水平  ■ 在该评分项要求中有少量相关数据信息，或对比性信息 |
| 40％～60％ | ■ 在该评分项要求的多数方面有改进和（或）良好水平  ■ 在该评分项要求的多数方面处于取得良好趋势的初期阶段，或处于一般水平  ■ 在该评分项要求中能够获得相关数据，或对比性信息 |
| 60％～80％ | ■ 在该评分项要求的大多数方面有改进趋势和（或）良好水平  ■ 与该评分项要求中一些趋势和（或）当前显示了良好到优秀的水平  ■ 在该评分项要求中处于获得大量相关数据，或对比性信息。 |
| 80％～100％ | ■ 在该评分项要求重要的大多数方面，当前结果/水平/绩效达到优良水平  ■ 与该评分项要求中大多数的趋势显示了领先和优秀的水平  ■ 在该评分项要求中能够获得充分相关数据，或对比性信息 |

在实际评价中宜根据附录A、附录B、附录C、附录D中规定的要求制定有关细则。

* + 1. 等级划分

按5.3得分，将信用等级由高到低分为AAA、AA、A、B、C三等五个级别。

信用主体的信用等级应根据表2进行划分。

信用等级与表示方法应符合GB/T 22116的规定，各等级的标志、含义见表2。

表2 信用等级划分表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 信用等级标志 | 释 义 | 计分区间 |
| AAA | 信用程度很高，诚信意识和履约能力很强，经营状况佳，社会信誉好，发展前景很广阔，有优秀的信用记录，不确定因素对经营发展影响很小。 | 90≤分数≤100 |
| AA | 信用程度较高，诚信意识较强，履约能力良好，经营状况较佳，社会信誉较好，发展前景较广阔，有优良的信用记录，不确定因素对经营发展影响小。 | 80≤分数<90 |
| A | 信用程度好，经营状况好，社会信誉好，信用记录较好，诚信意识强，履约能力强，有一定的发展前景，可能存在一些影响其未来发展的不确定因素。 | 70≤分数<80 |
| B | 信用程度一般，履约能力不稳定，信用记录政策，但其经营状况、盈利能力及未来的发展易受不确定性因素影响，偿债能力有波动。 | 60≤分数<70 |
| C | 信用程度较差，诚信意识淡薄，各项指标落后，违约可能性大。 | 分数<60 |

* 1. 评价与要求
     1. 基本要求
        1. 评价主体

具有与评价服务所需的资格和人员。

评价人员应与信用主体无利益相关。

遵守职业道德，公正开展评价。

评价业务规范，应符合GB/T 22119的相关要求。

* + - 1. 信用主体

直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员及直播营销人员服务机构的基本要求应符合国家法律法规和相关规定的要求。

* + 1. 受理申请

评价主体在接收到信用主体申请后，应初步审核信用主体提交材料的完整性，确定是否接受信用评价申请。

信用主体有下列情形之一，将一票否决，不予受理：

1. 非依法设立；证照不全；
2. 人员配备严重不足、诚信意识普遍较低；
3. 明显存在提供虚假合同、编造或销毁原始记录；
4. 存在较大社会影响的服务质量问题或有重大质量投诉、质量曝光事件；
5. 存在重大安全、环保事故和知识产权侵权行为；
6. 政府诚信监管体系中存在严重违法失信记录。

注：严重违法失信记录参考《严重违法失信企业名单管理暂行办法》进行界定或查询信用中国网。

* + 1. 信息核实

评价主体应对可受理的信用主体提供的各类信息进行甄别和核实，对信息真实性进行分析。

评价主体的信息核实方式包括：

1. 函电确认；
2. 数据分析；
3. 实地考察；
4. 其他。
   * 1. 等级评定

评价主体应根据行业分工和专业背景成立信用评价小组，信用评价小组不少于两人。

信用评价小组应根据附录A、附录B、附录C、附录D，对信用主体的信用体系建设情况进行评分，并根据得分情况，提出信用等级的初评结果。

评价主体应对初评结果进行公示，公示期不少于10个工作日。

在公示期内信用主体对评价结果没有异议则初评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。

* + 1. 异议处理

应按照GB/T 34830.1—2017之9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。

核查信息有误，应相应更改评价结果。

* + 1. 结果公示

评价主体应通过网站等信息平台对外发布信用评价结果及相关内容。

* + 1. 信用报告

确定信用主体信用等级，出具评价报告，报告应符合GB/T 31953的要求。

* + 1. 跟踪复评

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每年进行一次监审，对相关信息进行及时更新。

* 1. 信息采集与管理
     1. 信息采集

应按照GB/T 34830.1—2017之5.1、5.2的要求进行采集。

采集的内容应覆盖评价指标的全部相应信息。

* + 1. 信息管理

评价主体应建立信用信息档案及其管理制度，将评价过程中采集的信息及时、准确地进行分类、建档保存。

评价主体应建立信息保密管理制度，确保信用主体的信息在收集、整理、保存、使用过程中不被泄露。

2. （规范性）  
   直播营销平台信用评价指标及赋分
   1. 直播营销平台信用评价指标及赋分

见表A.1。

* 1. 直播营销平台信用评价指标及赋分

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 评价内容 | 评分 |
| 基本要求  （60分） | 资质管理  （10分） | 依法取得相关行政许可，依规履行备案手续，并按照有关规定开展安全评估。 | 5分 |
| 依法办理市场主体登记或税务登记，履行纳税义务。 | 5分 |
| 制度建设与实施  （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并公示，定期监督考核。 | 5分 |
| 建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理、风险识别等机制、措施。 | 5分 |
| 配备与服务规模相适应的直播内容管理专业人员，具备维护互联网直播内容安全的技术能力，技术方案应符合国家相关标准。 | 5分 |
| 依据相关法律法规和国家有关规定，制定并公开网络直播营销管理规则、平台公约。 | 5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，建全信用评价制度，公示信用评价规则。 | 5分 |
| 建立健全对直播间运营者、直播营销人员言论的规范化管理。完善的商品治理规范，加强直播内容生态治理，培育积极健康、向上向善的网络文化， | 5分 |
| 建立健全投诉、举报机制，明确处理流程和反馈期限，及时处理公众对于违法违规信息内容、营销行为投诉举报。 | 5分 |
| 建立健全对直播间运营者和直播营销人员的直播电商相关法律法规的传达、教育、培训机制。 | 5分 |
| 消费保障与管理  （10分） | 具备退换货服务承接团队和技术，依法规范商家履行七天无理由退货义务，保障消费者合理的退换货和退款等诉求。 | 5分 |
| 积极参与国家标准和相关法律法规的制修订，行业培训、行业发展质量评估等。 | 3分 |
| 建立突发事件应急处置机制。 | 2分 |

* 1. 直播营销平台信用评价指标及赋分（续）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 评价内容 | 评分 |
| 财务状况  （8分） | 经营情况（2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。 | 2分 |
| 盈利情况（2分） | 利润总额逐年攀升。 | 2分 |
| 清债情况（2分） | 现金流量比率、资产负债率、产权比率等指标持续向好。 | 2分 |
| 成长情况（2分） | 年度主营业务收入、利润总额、资本总额逐年递增。 | 2分 |
| 公共信用（12分） | 优良信息（2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。 | 2分 |
| 不良信息（4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、点击率造假等不良行为记录。 | 2分 |
| 在监管部门未收到消费者投诉。 | 2分 |
| 提示信息（6分） | 与其他合作单位合作未出现违约情况。 | 2分 |
| 法定代表人、董事、监事及其他主要经营管理者无违规违法记录。 | 2分 |
| 无经营异常情况。 | 2分 |
| 社会责任（10分） | 员工权益保障  （5分） | 依法缴纳保险签订劳动合同，按时支付工资，定期评奖评优。 | 5分 |
| 公益事业（5分） | 积极参与公益事业，缴纳残疾人就业保障金或安排残疾人就业。 | 5分 |
| 市场信用（10分） | 专业评价信息  （3分） | 邀请行业商协会、第三方信用服务机构及其它专业机构开展信用评价。 | 3分 |
| 市场评价信息  （3分） | 邀请供应商、同行业等开展信用评价。 | 3分 |
| 相关方评价  （4分） | 定期开展相关方满意度测评活动，不断提升服务质量。 | 4分 |

1. （规范性）  
   直播间运营者信用评价指标及赋分
   1. 直播间运营者信用评价指标及赋分

见表B.1。

* 1. 直播间运营者信用评价指标及赋分

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 评价内容 | 评分 |
| 管理要求  （60分） | 入驻管理  （10分） | 应遵守《电子商务法》《食品安全法》《药品管理法》等电子商务及其他相关领域的法律要求，根据实际开展的业务范围，获取相应资质并亮证亮照。 | 5分 |
| 应依法向入驻平台提供身份、地址、联系方式、营业执照、行政许可等真实信息，接受平台核验、登记，信息若有变动，应及时更新并告知平台进行审核。直播间运营者为自然人的，应当年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为直播营销人员或者直播间运营者的，应当经监护人同意。 | 5分 |
| 行为管理  （40分） | 直播售卖商品应符合《消费者权益保护法》《产品质量法》《食品安全法》《药品管理法》等 相关法律法规的要求。 | 5分 |
| 销售的商品或提供的服务应符合相关法律法规对商品质量和使用安全的要求，符合使用性能、宣称采用标准、允诺等，不存在危及人身或财产安全的不合理风险。如销售药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品等特殊商品时，应当依法取得相应的资质或行政许可。 | 5分 |
| 发布的产品、服务信息，应当真实、科学、准确，不得进行虚假宣传，欺骗、误导消费者。涉及产品、服务标准的，应当与相关国家标准、行业团体标准相一致，保障消费者的知情权。 | 5分 |
| 确保其出售的商品或服务在合理期限内可以正常使用，具备其应具备的使用性能、符合包装说明上注明采用的标准等，不存在危及人身财产安全的风险，并对其所售商品或服务质量承担相应责任。 | 5分 |
| 营销商品和服务的信息属于商业广告的，应当符合《中华人民共和国广告法》的各项规定。 | 5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。 | 5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。 | 5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。 | 5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 | 评价内容 | 评分 |
| 管理要求  （60分） | 消费保障与管理（10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。 | 2分 |
| 按照承诺或者与消费者约定的方式、时限等向消费者交付商品或者服务，并承担商品运输中的风险和责任。 | 2分 |
| 受理并满足消费者合法合理的售后服务需求。 | 2分 |
| 依法或者依照自身承诺履行商品或者服务更换、修理义务，依法履行七天无理由退货义务。 | 2分 |
| 建立突发事件应急处置机制。 | 2分 |
| 财务状况  （8分） | 经营情况  （2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。 | 2分 |
| 盈利情况  （2分） | 利润总额逐年攀升。 | 2分 |
| 清债情况  （2分） | 现金流量比率、资产负债率、产权比率等指标持续向好。 | 2分 |
| 成长情况  （2分） | 年度主营业务收入、利润总额、资本总额逐年递增。 | 2分 |
| 公共信用（12分） | 优良信息  （2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。 | 2分 |
| 不良信息  （4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、点击率造假等不良行为记录。 | 2分 |
| 在监管部门未收到消费者投诉。 | 2分 |
| 提示信息  （6分） | 与其他合作单位合作过程中无违约情况。 | 2分 |
| 法定代表人、董事、监事及其他主要经营管理者无违规违法记录。 | 2分 |
| 无经营异常情况。 | 2分 |
| 社会责任（10分） | 员工权益保障（5分） | 依法缴纳保险签订劳动合同，按时支付工资，定期评奖评优。 | 5分 |
| 公益事业  （5分） | 积极参与公益事业，缴纳残疾人就业保障金或安排残疾人就业。 | 5分 |
| 市场信用（10分） | 专业评价信息（3分） | 邀请行业商协会、第三方信用服务机构、其它专业机构开展信用评价。 | 3分 |
| 市场评价信息（3分） | 邀请供应商、同行业等开展信用评价。 | 3分 |
| 相关方评价  （4分） | 定期开展相关方满意度测评活动，不断提升服务质量。 | 4分 |

1. （规范性）  
   直播营销人员信用评价指标及赋分
   1. 直播营销人员信用评价指标及赋分

见表C.1。

* 1. 直播营销人员信用评价指标及赋分

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 评价内容 | 评分 |
| 管理要求  （80分） | 入驻管理（10分） | 进行实人认证，向平台提供真实有效的身份证明等信息，信息若有变动，应及时更新并告知平台进行审核。 | 10分 |
| 直播管理（30分） | 设定直播账户名称、头像与直播间封面，未出现法律法规不允许的违法、不良等信息。 | 10分 |
| 有良好的直播环境，不得在下列场所进行直播：  （1）涉及国家及公共安全的场所；  （2）影响社会正常生产、生活秩序的场所；  （3）平台规定不宜进行直播的其他场所。 | 10分 |
| 直播内容符合法律法规要求，自觉维护直播活动秩序。 | 10分 |
| 行为管理  （40分） | 不断加强业务学习和业务管理，了解所推广商品或服务的基本信息和基础知识，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。 | 5分 |
| 法律、法规规定需要明示的直接关系消费者生命安全的重要消费信息，应当对用户进行必要、清晰的消费提示。 | 5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。 | 5分 |
| 遵守法律、法规，遵循平台规则，配合网络直播营销平台做好参与互动用户的言论规范管理。 | 5分 |
| 在网络直播营销活动中未损害商家、网络直播营销平台合法利益，未以任何形式导流用户私下交易，或者从事其他谋取非法利益的行为。 | 5分 |
| 在直播活动中，保证信息真实、合法，未得对商品和服务进行虚假宣传，欺骗、误导消费者。 | 5分 |
| 向商家、网络直播营销平台等提供的营销数据真实，未采取任何形式进行流量等数据造假，未采取虚假购买和事后退货等方式骗取商家的佣金。 | 5分 |
| 定期开展相关方满意度测评活动，不断提升服务质量。 | 5分 |
| 公共信用（15分） | 优良信息  （5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。 | 5分 |
| 不良信息  （10分） | 无逃税漏税、行政处罚、强制执行、刑事犯罪等不良行为记录。 | 5分 |
| 在监管部门未收到投诉。 | 5分 |
| 社会责任  （5分） | 公益事业  （5分） | 积极参与公益事业。 | 5分 |

1. （规范性）  
   直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分
   1. 直播营销人员服务机构信用评价指标及赋分

见表D.1。

* 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 | 评价内容 | 评分 |
| 管理要求  （60分） | 基本要求  （20分） | 依法取得相应经营主体资质，按照平台规则与网络直播营销活动主体签订协议，明确各方权利义务。 | 10分 |
| 确保其以及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。 | 10分 |
| 直播营销人员管理（20分） | 建立健全内部管理规范，签约具备相应资质和能力的直播营销人员，并加强对签约直播营销人员的管理。 | 5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，提升签约直播营销人员的业务能力和规则意识。 | 5分 |
| 加强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。 | 5分 |
| 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，共同营造风清气正的网络直播营销活动内容生态。 | 5分 |
| 行为管理  （20分） | 不得违背承诺，不守信经营，获取不正当利益。 | 5分 |
| 未发生扰乱网络直播营销活动秩序情况，如数据造假或作弊等。 | 5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。 | 5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。 | 5分 |
| 财务状况  （8分） | 经营情况（2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。 | 2分 |
| 盈利情况（2分） | 利润总额逐年攀升。 | 2分 |
| 清债情况（2分） | 现金流量比率、资产负债率、产权比率等指标持续向好。 | 2分 |
| 成长情况（2分） | 年度主营业务收入、利润总额、资本总额逐年递增。 | 2分 |
| 公共信用（12分） | 优良信息（2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。 | 2分 |
| 不良信息（4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、点击率造假等不良行为记录。 | 2分 |
| 在监管部门未收到消费者投诉。 | 2分 |
| 提示信息（6分） | 与其他合作单位的无违约情况。 | 2分 |
| 法定代表人、董事、监事及其他主要经营管理者无违规违法记录。 | 2分 |
| 无经营异常情况。 | 2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 | 评价内容 | 评分 |
| 社会责任（10分） | 员工权益保障  （5分） | 依法缴纳保险签订劳动合同，按时支付工资，定期评奖评优。 | 5分 |
| 公益事业  （5分） | 积极参与公益事业，响应国家乡村振兴等号召，积极开展公益直播。 | 5分 |
| 市场信用（10分） | 专业评价信息  （3分） | 邀请行业商协会、第三方信用服务机构、其它专业机构开展信用评价。 | 3分 |
| 市场评价信息  （3分） | 邀请供应商、同行业等开展信用评价。 | 3分 |
| 相关方评价  （4分） | 定期开展相关方满意度测评活动，不断提升服务质量。 | 4分 |

参考文献

[1] GB/T 22116—2008  企业信用等级表示方法

[2] GB/T 23793—2017 合格供应商信用评价规范

[3] GB/T 23794—2015 企业信用评价指标

[4] GB/T 31950—2015 企业诚信管理体系

[5] GB/T 36312—2018 电子商务第三方平台企业信用评价规范

[6] T/ZJWS 001—2020 直播电子商务管理规范

[7] 《严重违法失信企业名单管理暂行办法》 国家工商行政管理总局令第83号 2015年12月30日

[8] 《网络直播营销行为规范》 中国广告协会 2020年7月

[9] 《网络直播营销管理办法》（试用）