

CMM-525-0010XM-GBT 41247-2023

《电子商务直播售货质量管理规范》认证规则

认证规则编号：CMM-525-0010XM-GBT 41247-2023

版本号：V1.0

发布单位：北京希莫认证服务有限公司

单位地址：北京市朝阳区望京街 4 号楼 22 层 2216

联系电话：010-57389002

发布日期：2026 年 5 月 18 日

实施日期：2026 年 5 月 18 日

公开方式：北京希莫认证服务有限公司官网 (<http://www.cc-cmm.cn/>)

授权单位：国家认证认可监督管理委员会

授权期限：2025 年 1 月 1 日 — 2027 年 12 月 31 日

备案依据：国家认监委 2025 年第 9 号公告

目 录

第 1 章 适用范围	1
第 2 章 规范性引用文件	1
第 3 章 术语和定义	1
第 4 章 认证依据	2
第 5 章 认证模式与领域划分	2
第 6 章 认证实施程序	3
第 7 章 现场审查人日数	4
第 8 章 认证证书与认证标志要求	5
第 9 章 认证证书状态管理	6
第 10 章 服务特性要求及评价方法	7
第 11 章 服务管理要求及评价方法	8
第 12 章 认证决定条件	9
第 13 章 认证后监督与再认证	10
第 14 章 认证规则维护	14
附录 A 打分表	11
附录 B 联系方式	11

第 1 章 适用范围

1.1 本规则依据《中华人民共和国认证认可条例》《认证机构管理办法》及国家认监委 2025 年第 9 号公告制定，适用于中华人民共和国境内依法设立、从事电子商务直播售货活动的组织（含平台经营者、直播营销服务机构、平台内经营者、直播销售员所属组织等）的电子商务直播售货质量管理能力服务认证。

1.2 本规则覆盖认证对象的服务特性、质量管理体系、组织管理、从业人员管理、商品管理、直播信息管理、消费者权益保护等维度的符合性评价。

1.3 本规则不适用于电子商务平台技术架构、网络安全、数据合规专项等其他领域认证。

第 2 章 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件；凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有修改单）适用于本文件。

2.1 基础标准

- GB/T 27007-2011 《合格评定 合格评定用规范性文件的编写指南》
- GB/T 27060-2025 《合格评定 良好实践指南》
- GB/T 27065 《合格评定 产品、过程和服务认证机构要求》

2.2 核心认证依据

- GB/T 41247-2023 《电子商务直播售货质量管理规范》（国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会，2023-08-06 发布，2023-10-01 实施）

2.3 配套标准

- GB/T 19001-2016 《质量管理体系 要求》
- GB/T 22080-2016 《信息技术 安全技术 信息安全管理体系 要求》
- GB/T 35273-2017 《信息安全技术 个人信息安全规范》
- GB/T 35408-2017 《电子商务质量管理 术语》

2.4 法律法规

- 《中华人民共和国电子商务法》（2019 年实施）
- 《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013 年修订）
- 《网络直播营销管理办法（试行）》（2021 年实施）

第 3 章 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 电子商务直播售货

通过互联网站、应用程序、小程序等，以视频直播、音频直播、图文直播或组合形式开展商品营销的商业活动。

3.2 认证对象

申请并接受本规则认证的、从事电子商务直播售货的组织。

3.3 服务特性要求

直接影响直播售货服务质量、效率与效果的可感知、可测量要求（真实性、准确性、响应时效、交易安全等）。

3.4 服务管理要求

保障服务特性持续稳定的管理体系与过程控制要求（组织资质、人员管理、商品管控、信息审核、投诉处理等）。

3.5 认证决定

认证机构依据评价结果，对认证对象作出授予、更新、扩大、暂停、撤销或注销认证的结论。

第4章 认证依据

4.1 主要依据

GB/T 41247-2023 《电子商务直播售货质量管理规范》

- 发布单位：国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会
- 发布日期：2023 年 8 月 6 日
- 实施日期：2023 年 10 月 1 日
- 适用范围：有形商品直播售货的质量管理
- 获取途径：国家市监总局官网、国家标准委官网、中国标准出版社

4.2 辅助依据

- 本认证规则（CMM-525-0010XM-GBT 41247-2023, V1.0）
- GB/T 19001-2016、GB/T 22080-2016 等配套标准
- 相关法律法规

4.3 依据一致性要求

认证规则名称、编号、版本、发布 / 实施日期，与全文及备案信息完全一致；认证依据的名称、编号、发布 / 实施日期，与官方发布文本完全一致，无矛盾或歧义。

第5章 认证模式与领域划分

5.1 认证模式

服务特性要求测评 + 服务管理要求审核

- 服务特性要求测评：对直播售货服务的真实性、准确性、及时性、安全性、客户满意度等可测量指标进行现场 / 远程测评。
- 服务管理要求审核：对质量管理体系、组织资质、人员培训、商品管控、信息审核、投诉处理等管理过程进行文件 + 现场审核。

5.2 领域划分

- 领域 A：电子商务平台经营者（提供交易场所与撮合服务）
- 领域 B：直播营销服务机构（代运营、经纪、培训等）
- 领域 C：平台内经营者（店铺 / 商家直播售货）
- 领域 D：直播销售员所属组织（个体工作室、MCN 机构）

第 6 章 认证实施程序

6.1 认证申请

6.1.1 申请条件

- 依法设立、有效存续，具备独立法人资格或合法经营资质；
- 已建立符合 GB/T 41247-2023 要求的质量管理体系并运行满 3 个月；
- 近 12 个月内无重大质量事故、虚假宣传、消费者群体投诉等违法违规记录；
- 具备直播售货所需的场地、人员、技术、检测 / 测评资源；
- 未被列入市场监管部门严重违法失信名单。

6.1.2 申请材料

- 认证申请表（附录 A）；
- 营业执照 / 法人登记证书复印件；
- 质量管理体系文件（质量手册、程序文件、作业指导书）；
- 近 3 个月直播运营记录、交易数据、客户投诉台账；
- 从业人员资质证明、培训记录；
- 商品管控流程、信息审核制度；
- 其他补充材料（如已获相关认证证书）。

6.2 申请评审

6.2.1 形式评审：材料完整性、合规性、一致性；

6.2.2 资格评审：申请条件符合性、认证领域匹配性；

6.2.3 受理决定：符合条件→受理并分配审核组；不符合→一次性书面告知补正；不具备条

件→不予受理并说明理由。

6.3 评价实施

6.3.1 文件审核

审核组对质量管理体系文件、运营记录、投诉处理等与 GB/T 41247-2023 及本规则的符合性进行审核，识别不符合项并书面反馈。

6.3.2 现场审查

- 首次会议：明确范围、依据、方法、分工；
- 现场核查：直播场地、设备、人员操作、商品仓储 / 选品、信息发布流程；
- 人员访谈：管理层、审核员、主播、客服、品控人员；
- 记录抽查：直播回放、交易订单、投诉处理单、培训记录；
- 不符合项开具：明确严重 / 一般不符合项，规定整改期限（一般≤30 天）；
- 末次会议：通报审核结果、不符合项、整改要求。

6.3.3 服务特性测评

按第 10 章要求，对真实性、准确性、及时性、安全性、客户满意度等指标进行定量 + 定性测评，形成测评报告。

6.4 复核

- 复核文件：审核报告、测评报告、不符合项整改材料；
- 复核内容：评价过程合规性、证据充分性、结论合理性、整改有效性；
- 复核结论：同意 / 不同意提交认证决定；需补充材料→退回审核组。

6.5 认证决定

按第 12 章条件作出决定，书面通知申请人。

第 7 章 现场审查人日数

7.1 基本原则

根据认证对象规模、领域、复杂度、风险等级确定人日数，不得低于最低要求；服务特性测评人日数不低于服务管理审核人日数，工作量匹配。

7.2 最低人日数

- 初次认证：最低 2 人日；涉及高风险（食品、化妆品、医疗健康等）→最低 3 人日；
- 监督审核：最低 1 人日；高风险→最低 1.5 人日；
- 再认证：同初次认证；
- 扩大认证范围：按新增范围复杂度，不低于 0.5 人日。

7.3 规模调整系数

- 小型 (≤ 50 人, 年交易额 ≤ 5000 万): $\times 1.0$;
- 中型 (51-200 人, 5000 万 - 5 亿): $\times 1.2$;
- 大型 (> 200 人, > 5 亿): $\times 1.5$ 。

7.4 人日定义

1 人日 = 1 名审核员 / 测评师 8 小时有效工作时间 (不含路途、休息); 实习审核员不得独立承担审查任务。

第 8 章 认证证书与认证标志要求

8.1 认证证书名称

电子商务直播售货质量管理能力认证证书

- 不得使用“中国、中华、全国、国家”等字样;
- 不得使用“超级、先进、领跑、一流”等判定性形容词;
- 不得与国家统一推行认证制度的证书名称相同 / 相似。

8.2 证书内容

- 证书编号: 唯一, 与备案一致;
- 认证对象名称 / 地址;
- 认证范围: 领域 (A/B/C/D) + 直播售货类型 (如食品、美妆、家居);
- 认证依据: GB/T 41247-2023 + 本认证规则;
- 认证模式: 服务特性要求测评 + 服务管理要求审核;
- 有效期: 3 年;
- 颁发 / 截止日期;
- 认证机构名称、标志、国家认监委备案标识;
- 证书状态 (有效 / 暂停 / 撤销 / 注销)。

8.3 证书使用要求

- 仅限认证范围、有效期内使用, 不得涂改、伪造、转让、租借;
- 宣传时必须注明认证机构名称、认证依据标准, 不得误导公众;
- 证书样式见附录 B, 与备案信息一致。

8.4 认证标志

- 认证机构标志: 北京希莫认证服务有限公司标志;
- 备案标识: 国家认监委统一备案标识;

- 使用规则：与证书绑定，不得单独使用；不得超范围使用。

第9章 认证证书状态管理

9.1 状态类型

- 有效：在有效期内，持续符合认证要求；
- 暂停：存在一般不符合项，限期整改；
- 撤销：存在严重不符合项，整改无效或拒不整改；
- 注销：有效期满未再认证、主动申请注销或依法终止。

9.2 状态变更条件

9.2.1 暂停

- 监督审核发现一般不符合项，未按期整改；
- 质量管理体系重大变更未提前书面报告；
- 发生一般违法违规行为，影响认证有效性；
- 证书使用不合规，限期未纠正。

9.2.2 撤销

- 监督审核发现严重不符合项（如虚假宣传、重大质量事故、伪造记录）；
- 提供虚假材料、隐瞒重要信息骗取认证；
- 拒不接受监督审核或拒绝配合认证活动；
- 暂停期满未完成整改；
- 发生严重违法违规行为，被市场监管部门处罚。

9.2.3 注销

- 有效期满未申请再认证；
- 认证对象主动书面申请注销；
- 认证对象依法注销、吊销或终止经营；
- 认证范围不再开展。

9.3 状态变更程序

9.3.1 暂停：书面通知→限期整改（≤30 天）→整改验证→恢复有效 / 撤销；

9.3.2 撤销：调查核实→书面通知→申诉期（7 天）→最终决定→公告；

9.3.3 注销：申请 / 核实→审核→决定→公告。

9.4 信息公开

认证机构官网实时公开证书状态、变更记录、注销信息，接受社会查询。

第 10 章 服务特性要求及评价方法

10.1 服务特性核心要求

10.1.1 真实性 (权重 30%)

- 直播信息真实：主播身份、资质、直播场景与宣传一致；
- 商品信息真实：名称、规格、材质、产地、功效、价格与实物一致，无虚假宣传；
- 服务承诺真实：发货时效、售后保障、退换货政策可兑现，无夸大。

10.1.2 准确性 (权重 20%)

- 商品信息准确：参数、尺寸、成分、执行标准标注无误；
- 交易信息准确：订单金额、运费、优惠、物流信息无误；
- 沟通回复准确：咨询解答专业、无误导。

10.1.3 及时性 (权重 20%)

- 咨询响应：工作时间 ≤ 15 分钟，非工作时间 ≤ 2 小时；
- 订单处理：付款后 ≤ 24 小时发货（特殊商品除外）；
- 投诉响应： ≤ 24 小时受理， ≤ 72 小时给出解决方案；
- 售后处理：退换货审核 ≤ 48 小时，退款 ≤ 72 小时到账。

10.1.4 安全性 (权重 15%)

- 交易安全：支付渠道合规，用户资金 / 信息加密保护；
- 商品安全：符合国家强制性标准，无质量安全隐患；
- 信息安全：用户个人信息不泄露、不滥用，符合 GB/T 35273。

10.1.5 客户满意度 (权重 15%)

- 整体满意度 ≥ 85 分（满分 100）；
- 投诉处理率 $\geq 98\%$ ，问题解决率 $\geq 90\%$ ；
- 客户留存率 $\geq 70\%$ （年度）。

10.2 评价方法 (定量 + 定性，可操作)

10.2.1 定量测评 (数据采集 + 计算)

- 数据来源：直播回放、交易系统、客服台账、投诉平台、客户问卷；
- 指标计算：按附录 C 打分表，单项得分 ≥ 80 分，综合得分 ≥ 85 分为合格；
- 工具：系统日志导出、问卷调研（样本量 ≥ 50 ）、第三方数据核验。

10.2.2 定性测评 (现场 + 访谈)

- 现场观察：直播过程信息发布、商品展示、话术规范；

- 人员访谈：主播、客服、品控人员对真实性、准确性、及时性的执行情况；
- 证据核查：宣传文案、商品详情页、直播脚本、售后记录。

10.2.3 测评报告

含测评范围、依据、数据来源、单项得分、综合得分、合格性结论、不符合项（如有）。

第 11 章 服务管理要求及评价方法

11.1 服务管理核心要求（GB/T 41247-2023+GB/T 19001）

11.1.1 组织管理（权重 20%）

- 资质合规：营业执照、ICP 备案、食品经营许可证（如需）等齐全有效；
- 体系健全：建立质量方针、目标、手册、程序文件，覆盖全流程；
- 责任明确：设立质量负责人、品控岗位，职责清晰、考核到位；
- 资源充足：场地、设备、人员、技术、资金满足直播售货需求。

11.1.2 从业人员管理（权重 20%）

- 人员配置：主播、客服、品控、运营、售后岗位齐全，人数匹配规模；
- 资质要求：主播需实名认证、无不良从业记录；品控人员具备相关专业能力；
- 培训体系：岗前培训（合规、产品、话术、售后）+ 定期复训（每季度≥1 次），记录完整；
- 考核激励：建立质量考核机制，与绩效挂钩；违规行为有处罚措施。

11.1.3 商品管理（权重 25%）

- 选品标准：建立准入审核流程，核验供应商资质、商品检测报告、合格证明；
- 上架审核：商品信息（名称、规格、图片、文案、参数）双人审核，杜绝虚假 / 夸大；
- 仓储管理：商品分区存放、标识清晰、保质期管理、出入库记录完整；
- 下架管控：不合格 / 过期 / 违规商品及时下架，记录完整；
- 追溯体系：建立商品溯源机制，可追溯至供应商、批次、检测报告。

11.1.4 直播信息管理（权重 20%）

- 信息审核：直播脚本、宣传文案、商品详情页事前审核，严禁禁用词、虚假宣传；
- 内容规范：直播话术真实、客观，不夸大功效、不贬低竞品；
- 信息安全：直播数据、用户信息加密存储，权限管控，防止泄露 / 篡改；
- 记录留存：直播回放、聊天记录、交易日志留存≥180 天，可追溯。

11.1.5 消费者权益保护（权重 15%）

- 机制健全：建立投诉处理、退换货、售后保障制度，公示渠道与流程；

- 投诉处理：专人负责、台账完整、限时办结、回访确认；
- 售后保障：履行“七日无理由退货”、质量问题包退包换等法定义务；
- 风险防控：建立舆情监测机制，及时处理群体性投诉 / 负面舆情。

11.2 评价方法

11.2.1 文件审核

- 审核文件：体系文件、资质证书、培训记录、商品审核台账、投诉处理单、信息审核记录；
- 审核要点：完整性、符合性、可操作性、执行有效性；
- 结论：文件符合 / 一般不符合 / 严重不符合。

11.2.2 现场审核

- 审核内容：办公场地、直播直播间、仓储区域、设备运行、人员操作、信息发布流程；
- 审核要点：制度落地、人员执行、记录完整、过程可控；
- 结论：现场符合 / 一般不符合 / 严重不符合。

11.2.3 人员访谈

- 访谈对象：管理层、质量负责人、主播、客服、品控、售后人员；
- 访谈要点：对制度的理解、执行情况、存在问题、改进建议；
- 结论：管理有效 / 部分失效 / 严重失效。

11.2.4 审核报告

含审核范围、依据、文件 / 现场 / 访谈结果、不符合项（严重 / 一般）、整改要求、合格性结论。

第 12 章 认证决定条件

12.1 授予认证条件

1. 申请条件全部符合，评价过程合规、证据充分；
2. 服务特性测评：单项得分 ≥ 80 分，综合得分 ≥ 85 分，无严重不符合项；
3. 服务管理审核：无严重不符合项，一般不符合项 ≤ 3 项，且已提交有效整改计划；
4. 不符合项整改：一般不符合项在 30 天内完成整改并验证合格；
5. 技术委员会复核通过，投票赞成率 $\geq 2/3$ 。

12.2 更新认证条件

1. 证书有效期内持续符合认证要求，监督审核均合格；

2. 服务特性测评：综合得分 ≥ 85 分，无严重不符合项；
3. 服务管理审核：无严重不符合项，一般不符合项 ≤ 2 项且整改合格；
4. 无重大违法违规记录，证书使用合规；
5. 技术委员会复核通过。

12.3 扩大认证范围条件

1. 原认证证书有效，近 1 次监督审核合格；
2. 新增范围符合本规则适用范围，具备相应资源与能力；
3. 新增范围专项评价：服务特性测评 ≥ 85 分，服务管理审核无严重不符合项；
4. 技术委员会复核通过。

12.4 不予认证条件

- 存在严重不符合项且无法整改；
- 提供虚假材料、隐瞒重要信息；
- 评价过程不配合、拒绝提供证据；
- 近 12 个月内有重大质量事故或严重违法违规记录。

第 13 章 认证后监督与再认证

13.1 监督审核（每年 1 次，有效期内至少 2 次）

- 时间：初次认证后 12 个月内开展第 1 次监督审核；
- 范围：覆盖核心服务特性、关键管理过程、上次不符合项整改情况；
- 人日：按第 7 章最低要求执行；
- 结论：合格 \rightarrow 保持有效；一般不符合 \rightarrow 限期整改；严重不符合 \rightarrow 暂停 / 撤销。

13.2 特殊监督审核

- 触发条件：发生重大投诉、质量事故、舆情事件；体系重大变更；证书使用违规；
- 程序：同常规监督审核，重点核查触发事项相关过程。

13.3 再认证

- 程序：同初次认证（文件审核 + 现场审查 + 特性测评）；
- 结论：符合条件 \rightarrow 更新证书（有效期 3 年）；不符合 \rightarrow 不予再认证，证书到期失效。

第 14 章 认证规则维护（符合 2025 年第 9 号公告）

- 立项论证：定期评估规则适用性，按程序立项修订；
- 符合性自查：每年 1 次自查，确保与法律法规、标准、认监委要求一致；
- 实施效果评估：每 2 年至少 1 次评估，覆盖符合性、资源匹配、采信情况；

- 动态修订：依据标准更新、政策调整、行业反馈，及时修订或注销备案；
- 备案管理：修订后 30 日内通过统一上报平台重新备案，原版本留存。

附录 A 打分表

《电子商务直播售货质量管理规范》GBT 41247-2023 国家标准打分表 20250403
(含权重、评分标准、合格线，符合 CMM-525-0010XM-GBT 41247-2023《电子商务直播售货质量管理规范》认证规则（V1.0）的评价标准)

附录 B 联系方式

认证机构：北京希莫认证服务有限公司

单位地址：北京市朝阳区望京街 4 号楼 22 层 2216

联系电话：010-57389002

国标认证项目联系人：葛梅

联系人电话：13701310869

联系人邮箱：gemei@ccmw.net

官网地址：<http://www.cc-cmm.cn/>

编制单位：北京希莫认证服务有限公司

批准人：葛梅

生效日期：2026 年 5 月 18 日

《电子商务直播售货质量管理规范》GB/T 41247-

2023 国家标准

版本：20250403



目录：(点击进入页面)

[国家标准等级判定](#)

[体系框架和评分表](#)

打分表负责人：

张欣楠

1 评分方法

评估组应将采集的证据与规范要求进行对照，按照符合程度对评估域的每一项要求进行打分。规范要求满足程度与得分对应表如表所示。

1. 流程制度评分 (0-5 分)：	说明	得分
满足	制度健全、文件完整，覆盖标准所有要求。	5 分
部分满足	制度部分缺失，但关键环节有规定。	3 分
不满足	无相关制度或制度严重不符合要求。	0 分

2. 落实执行评分 (0-5 分)：	说明	得分
满足	执行记录完整，符合制度要求，无违规。	5 分
部分满足	部分执行不到位，但未造成重大影响。	3 分
不满足	无执行记录或存在严重违规行为。	0 分

2 总分计算

流程制度总分 = Σ (各指标流程制度评分 \times 流程制度权重)

落实执行总分 = Σ (各指标落实执行评分 \times 落实执行权重)

最终得分 = 流程制度总分 + 落实执行总分

示例：若某企业流程制度总得分为 80 分 (满分 85)，落实执行总得分为 80 分 (满分 85)，则最终得分为 $(80+80) / (85+85) = 94\%$ 分 (合格)。

注：企业可根据实际业务补充细化指标（如食品类增加“冷链物流温控记录”检查项）。

3 分数与等级对应关系

等级	对应评分区间
合格	得分 $\geq 85\%$
不合格	$85\% >$ 得分

备注： 国标审核过程请严格参照并不能少于国标中 第10部分 证实方法中具体方式。

评估维度	评估指标	指标解释说明	流程制度 权重	落实执行 权重	流程制度 评分	落实执行 评分
1. 基本要求	1.1 商品信息真实性	商品描述、性能、参数等需与实际一致，不得夸大或虚假宣传。	5	5		
	1.2 商品质量可追溯性	建立商品溯源体系，能追踪商品从采购到销售的全流程信息。	5	5		
	1.3 售货过程安全性	采用加密技术、防篡改措施保障交易安全，存储消费者信息符合 GB/T 35273。	5	5		
2. 组织管理	2.1 资质合规性	经营主体需具备营业执照、商品许可（如食品经营许可证）、知识产权证明等。	5	5		
	2.2 质量管理体系完善性	建立资质审查、分级管理、信用评价、品控等制度，并在平台公示。	5	5		
	2.3 质量管理体系实施	按 GB/T 19001 建立质量管理体系，覆盖商品质量、服务保障、数据追溯等环节。	5	5		
3. 从业人员	3.1 人员配置合理性	设置专职质量管理人員，明确岗位职责，直播销售员需持证上岗（如直播销售员培训证书）。	5	5		
	3.2 质量培训有效性	定期开展质量管理、商品知识、法律法规等培训，保存培训记录。	5	5		
	3.3 服务行为规范性	直播中不得虚假宣传、误导消费、私下导流，需配合处理消费者投诉。	5	5		
4. 商品管理	4.1 商品选择合规性	不销售禁售商品（如假冒伪劣、非法出版物），审核商品资质（如检验报告、进口证明）	5	5		
	4.2 商品上架审核严格性	上架前验收商品名称、执行标准、保质期、标签等，保留验收记录。	5	5		
	4.3 商品下架及时性	发现商品违规（如抽检不合格、侵权）后 24 小时内下架，并通知相关方。	5	5		
5. 直播信息	5.1 信息展示合规性	标题不使用极限词（如“第一”“国家级”），封面不低俗，商品图片与实物一致。	5	5		
	5.2 商品信息完整性	标签符合 GB 7718/GB 5296.3，包含安全警示、使用说明、售后服务等信息。	5	5		
	5.3 售货链接安全性	链接需验证安全，跳转页面与直播商品一致，无钓鱼或欺诈链接。	5	5		
6. 消费者权益	6.1 退换货与投诉机制完善性	建立 7 天无理由退货、投诉响应（48 小时内）、纠纷处理流程，符合 GB/T 34827。	5	5		
	6.2 消费者满意度管理	每季度收集集满意度评价，分析改进措施并公示。	5	5		
总分	0%	流程制度总分（50%）：各流程制度权重分累加	85	85	0	0
		落实执行总分（50%）：各落实执行权重分累加				