

团 体 标 准

T/CGCC 41—2020

直播营销服务规范

Specification for livestreaming marketing service

2020-07-17 发布

2020-07-24 实施

中国商业联合会 发 布

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国商业联合会媒体购物专业委员会提出。

本标准由中国商业联合会归口。

本标准起草单位：中国商业联合会、阿里巴巴(中国)有限公司、国美零售控股有限公司、广州加速教育科技有限公司、北京正和天下科技发展有限公司、美腕(上海)网络科技有限公司、图治管理咨询(深圳)有限公司、天创时尚股份有限公司、广州合兴传媒有限公司、东莞海通社传媒有限公司、天津现代艺术文化交流服务中心、北京德恒(厦门)律师事务所、湖南盘古创世传媒有限公司、阿里巴巴数字乡村电商学院、北京巨量引擎网络技术有限公司、广东南方网络信息科技有限公司、北京五洲天宇认证中心、北京工商大学商业经济研究所、中国农业展览协会农产品电商工作委员会、中国电子商会智慧三农专业委员会、中国传媒大学协同创新中心、深圳本新文化传播有限公司、北京维远律师事务所、爱莱克(北京)教育科技有限公司。

本标准主要起草人：张丽君、王文学、刘勇、李祥波、王波、孙之升、谭新政、王吉生、韩良晨、王刚、李有刚、陈彦辉、陈炫烨、陈丽平、饶欣、李鸣涛、洪涛、兰勇、刘建华、李方午、武高汉、张铎、袁方、陈进、沈浩、王新安、蔚英辉、王祥明、石玮、李轩、李伟、傅晓兵、班玮、张立敏、韩亚君、张晨、沈洋、梁波、吴晓云。

直播营销服务规范

1 范围

本标准规定了直播营销的术语和定义、分类、基本规范、服务过程控制要求、规范性要求等。
本标准适用于参与直播营销服务的相关方。
本标准不适用于政府部门的项目推介。

2 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(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 27922 商品售后服务评价体系

GB/T 33493 零售商采购规程

SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

直播营销 **livestreaming marketing**

基于互联网技术,以人物讲解、演示,结合即时视频、音频、图文等形式向直播营销平台消费者发布商品、服务等信息,达成以品牌推广、商品销售等为目的的经营活动。

3.2

直播营销平台 **livestreaming marketing platform**

在直播营销活动中提供直播技术、环境和服务的组织。

3.3

直播营销商 **livestreaming marketer**

通过直播销售商品和/或服务的组织和个人。

3.4

直播营销主播 **livestream host**

以讲解、演示,结合即时视频、音频、图文等形式,实时向公众发布商品和/或服务信息,与消费者互动交流,促成商品和/或服务销售的人员。

3.5

直播营销经纪服务机构 **multi-channel network agency**

MCN 机构

培育主播,为直播营销商开展网络直播营销提供服务的机构。

4 分类

4.1 直播营销商分为组织(企业)直播营销和个人直播营销。