

# T/SJDS

团 体 标 准

T/SJDS XXXX—2021

## 沙集电商家具 直播售货

2021 - XX - XX 发布

2021 - XX - XX 实施

睢宁县沙集镇电子商务协会 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 基本原则.....	2
5 选品.....	2
5.1 基本要求.....	2
5.2 商品选择.....	2
6 主播.....	2
6.1 业务知识.....	2
6.2 技能要求.....	2
6.3 行为要求.....	4
7 直播售货场所及设备.....	5
8 直播售货流程.....	5
8.1 直播前.....	5
8.2 直播中.....	6
8.3 直播后.....	6
9 消费者保障.....	6
9.1 基本要求.....	6
9.2 退换货、退款服务.....	7
10 管理与评价.....	7

## 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。

本文件由睢宁县沙集镇电子商务协会提出并归口。

本文件起草单位：沙集镇人民政府、睢宁县市场监督管理局第九分局、睢宁县沙集镇电子商务协会、马斯达夫标准化事务所、江苏融威实业有限公司、江苏路今文化传媒有限公司、江苏乐恒供应链管理有限公司。

本文件主要起草人：沈东平、王珂武、杜健、徐永、冯保生、岳喜生、许晓双、郑波、王钊柱、姜倩倩、姚建、李春娣、龙明伟。

# 沙集电商家具 直播售货

## 1 范围

本文件规定了电商家具直播售货相关术语定义、基本原则、选品、主播、直播售货场所及设备、直播售货流程、消费者保障及管理评价。

本文件适用于直播间运营者和主播开展家具类直播商业活动。

## 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 31526 电子商务平台服务质量评价与等级划分  
T/SJDS 001-2020 沙集电商家具 子母床  
T/SJDS 002-2020 沙集电商家具 衣柜  
T/SJDS 003-2020 沙集电商家具 物流运输服务规范

## 3 术语和定义

下列术语与定义适用于本文件。

### 3.1

#### **直播 live streaming**

基于互联网，以视频、音频、图文等形式向公众持续发布实时信息的活动。

### 3.2

#### **直播售货 live-streaming sales**

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

#### **主播 live-streaming host**

在直播售货活动中，通过实时互动介绍和推销商品的人员。

### 3.4

#### **直播平台 live-streaming platform**

服务于直播售货，为主播、卖家、直播营销人员服务机构和消费者提供直播售货场所、信息发布、交易撮合等服务的信息网络系统。

## 4 基本原则

- 4.1 家具直播从业人员应年满十六周岁；未满十六周岁经其监护人同意后可以从事家具直播售货活动。
- 4.2 依法履行《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律、行政法规、部门规章制度中与直播售货相关的要求。遵循公序良俗，遵守商业道德，坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，营造良好网络生态。

## 5 选品

### 5.1 基本要求

直播平台、直播营销人员服务机构、主播、卖家等各相关方应进行充分沟通，应建立并实施质量管控体系。包括但不限于：

- 应确保直播售货商品的安全和品质，并符合与消费者商定的产品质量要求；
- 应确保直播售货全流程关键信息数据的连续性；
- 应由可评价的指标来支持商品质量管控措施；
- 应对商品质量管控措施的持续适应性进行评价和改进。

### 5.2 商品选择

5.2.1 主播或直播营销人员服务机构应做好商品选择，对卖家提供的商品进行形式审核，检查商品实物并依法审核相关资质文件，包括：卖家资质、商品执行标准、检验报告、各类标志及入境商品质量合格证明等。

5.2.2 卖家应检查商品信息的真实性和准确性，包括：产地、生产者、性能、用途、规格、成分、价格、有效期限及服务承诺等。销售子母床等儿童有关家具产品及产品使用说明应符合 T/SJDS 001-2020、T/SJDS 002-2020 的规定。

5.2.3 主播宜在直播前进行商品体验，基本掌握商品的品控要求。

## 6 主播

### 6.1 业务知识

宜具备以下业务知识：

- 直播策划；
- 直播间场景搭建；
- 商品选择；
- 商品推介；
- 引流短视频制作；
- 直播营销。

### 6.2 技能要求

#### 6.2.1 工作准备

##### 6.2.1.1 宣传准备

- 6.2.1.1.1 能搜集产品图文素材。
- 6.2.1.1.2 能使用网络搜索工具核实、整理产品素材信息。
- 6.2.1.1.3 能发布产品图文信息预告。

#### 6.2.1.2 设备、软件 and 材料准备

- 6.2.1.2.1 能连接硬件设备。
- 6.2.1.2.2 能下载安装直播软件。
- 6.2.1.2.3 能下载安装视频平台软件。
- 6.2.1.2.4 能按照直播计划准备直播样品。
- 6.2.1.2.5 能根据直播计划选择道具、场地。

#### 6.2.1.3 风险评估

- 6.2.1.3.1 能提出断网、断电等简单故障解决方法。
- 6.2.1.3.2 能判断营销过程中法律、法规风险。

### 6.2.2 产品信息收集

#### 6.2.2.1 市场调研

- 6.2.2.1.1 能收集和汇总销售产品相关信息。
- 6.2.2.1.2 能收集和汇总产品营销的相关信息。

#### 6.2.2.2 样品搜集

- 6.2.2.2.1 能选择销售产品的样品。
- 6.2.2.2.2 能跟踪和查询样品寄送进度。
- 6.2.2.2.3 能记录样品到达时的状态信息。

### 6.2.3 产品确定及规划

#### 6.2.3.1 样品试用及分析

- 6.2.3.1.1 能试用样品。
- 6.2.3.1.2 能对比分析产品信息与样品的差异点。

#### 6.2.3.2 营销卖点分析

- 6.2.3.2.1 能汇总产品的优缺点。
- 6.2.3.2.2 能根据产品特点编写产品介绍。

#### 6.2.3.3 商谈合作方式

- 6.2.3.3.1 能商议产品的报价。
- 6.2.3.3.2 能与商家签订合作协议。

### 6.2.4 直播营销

#### 6.2.4.1 直播预演

- 6.2.4.1.1 能将产品特性整理成直播脚本。

6.2.4.1.2 能根据脚本进行直播彩排。

#### 6.2.4.2 直播销售

6.2.4.2.1 能介绍销售产品的基本特性及卖点。

6.2.4.2.2 能对销售产品进行展示。

6.2.4.2.3 能引导用户下单。

#### 6.2.5 视频创推

##### 6.2.5.1 视频制作

6.2.5.1.1 能根据脚本使用手机拍摄产品。

6.2.5.1.2 能在拍摄过程中呈现产品的特征。

6.2.5.1.3 能在社交平台上保存拍摄的视频内容。

##### 6.2.5.2 视频推广

6.2.5.2.1 能按照平台要求上传视频。

6.2.5.2.2 能按照平台要求发布视频。

6.2.5.2.3 能通过社交工具等方式推广视频内容。

#### 6.2.6 技术支持与互动管理

##### 6.2.6.1 技术支持

6.2.6.1.1 能测试网络环境。

6.2.6.1.2 能测试直播设备。

6.2.6.1.3 能发布产品链接。

##### 6.2.6.2 互动管理

6.2.6.2.1 能使用评论、回复等功能与用户进行沟通。

6.2.6.2.2 能使用后台功能管理评论。

### 6.3 行为要求

#### 6.3.1 语言表达

直播时应口齿清楚、表达准确、肢体语言得当，以避免歧义。不应发表以下内容：

——危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一；

——损害国家荣誉和利益；

——破坏民族团结；

——破坏国家宗教政策；

——散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定；

——散布暴力、恐怖或者教唆犯罪；

——煽动非法集会、结社、游行、示威、聚众扰乱社会秩序；

——涉政、涉黄、违法、侵权或威胁生命健康；

——其他法律法规严令禁止的内容。

#### 6.3.2 仪容仪表



直播时应保持形象良好，不应：

- 穿着低俗、不雅；
- 其他法律法规严令禁止的形象。

### 6.3.3 动作行为

直播时应举止得当，不应出现以下行为：

- 带有低俗趣味；
- 荒诞惊悚、影响社会和谐；
- 进行侵害或涉嫌侵害他人合法权益；
- 其他法律法规严令禁止的行为。

## 7 直播售货场所及设备

### 7.1 家具直播售货场所一般划分为三个区域：

- a) 主播区：用于放置直播设备及开展直播活动的区域。宜布置简洁、大方、明亮的背景墙，一般以浅色为主（白色除外）。主播区以直播小件家具为主；
- b) 运营区：用于放置直播运营设备，以及协助直播运营人员的办公区域；
- c) 家具样品区：用于陈列直播商品的区域，大件家具不宜搬动时，主播可至本区采取移动镜头方式营销家具。

7.2 家具直播营销场所宜具备一定的隔音效果，确保直播过程中不易受外界噪音干扰。

7.3 配置满足直播条件的网络及移动信号。

7.4 配置相关的音视频设备、灯光设备、网络设备及支撑设备。设施设备包括但不限于：手机、电脑、扩音设备、录音设备、录像设备、日光灯、推流盒子、网线、手机支架、自拍杆、麦等。

## 8 直播售货流程

### 8.1 直播前

8.1.1 组织配备直播运营人员，包括但不限于主播、副播、助播、场控、运营、风控、流量投手、设备维护人员、选品策划员、模特、法务工作人员/法律顾问，以确保直播顺利进行。

8.1.2 根据直播平台、产品类别、主播专业和直播目标等内容对直播进行定位。

8.1.3 按简单易懂、易读易记的原则拟定直播标题，建议控制在12字以内。

8.1.4 通过单品短视频和文案等方式在微信朋友圈、视频号、公众号等公众平台对直播主题进行预热宣传，以方便消费者了解直播信息。

8.1.5 把需要售卖的家具上架到直播平台，确定销售链接。

8.1.6 根据直播需求准备直播脚本，内容包括但不限于以下几方面：

- a) 直播时间、直播地点、直播主题、家具品类；
- b) 家具的直播顺序、各家具之间的关系以及单品的讲解时间；
- c) 各家具的基本信息、卖点和使用感受等；
- d) 协助主播的台词和出场时机。

8.1.7 对音响、摄像机、灯光、网络设备等专业设备进行调试至最佳状态，使影像、声音、图片等能清晰真实地表达出家具的细节。

8.1.8 根据家具直播进度，在家具样品区放好需要出售的家具样板。

8.1.9 掌握每种直播销售家具的库存情况。

## 8.2 直播中

8.2.1 开场白包括自我介绍、产品来源以及直播内容说明。直播内容说明包括：直播家具产品、产品品牌定位、产品功能、适用对象等。

8.2.2 准确、清楚地表述家具型号规格、原材料产地、实木含量、价格、生产者等产品信息，介绍产品交付时间、现货数量、预售数量、物流方式、退换货方式等服务方案。

8.2.3 重点对家具产品特色进行讲解，如室内搭配技巧、家具设计的价值、风格元素。

8.2.4 加强与粉丝间的互动，切忌冷场，积极解答消费者咨询的问题，必要时进行演示。互动时注意以下几个方面：

- a) 切忌将脸贴近镜头看问题及旁白主播提示；
- b) 讲解完一小段后再对粉丝问题进行回答，避免经常性被打断；
- c) 可邀请直播间其他运营人员配合聊天，增加互动性；
- d) 展示家具制作的专业性及提供给客户的价值。

8.2.5 依据平台服务协议做好语音和视频链接、评论、弹幕等互动内容的实时管理，不可以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导用户。

8.2.6 不应使用行业尚未形成共识的专业术语或未达成定论的自创式的虚假功能宣传词。

## 8.3 直播后

### 8.3.1 售后

8.3.1.1 能查询产品的发货进度。

8.3.1.2 能处理用户反馈的问题。

8.3.1.3 对家具或者服务信息、支付记录、物流快递、退换货以及售后服务等交易信息进行保存、保密。

8.3.1.4 核心数据的汇总，一般包括以下四个方面：

- a) 带货数据：包括成交金额、成交订单数等；
- b) 人气数据：包括平均在线人数、观看时长等；
- c) 互动数据：包括新增粉丝数、新加团人数等；
- d) 客户数据：包括直播间曝光人数、点击人数等。

### 8.3.2 复盘

8.3.2.1 能采集营销数据。

8.3.2.2 能统计营销数据。

## 9 消费者保障

### 9.1 基本要求

9.1.1 直播平台应建立售前、售中、售后服务保障体系，监督直播团队及其合作品牌的消费者服务。

9.1.2 直播平台、主播、直播营销人员服务机构、卖家应建立售后服务的联动机制，并告知消费者售后服务原则，包括但不限于：

- 服务渠道，如电话、邮箱等；
- 服务的流程；

- 直播平台、卖家、主播等相关主体责任；
- 服务的时效性。

9.1.3 直播平台应建立消费者满意度评价机制，并传递给主播、卖家等相关主体，以促进服务改进。

## 9.2 退换货、退款服务

9.2.1 直播售货商品的退换货和退款，应按照《中华人民共和国消费者权益保护法》《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》《网络交易监督管理办法》等法律法规的规定予以实施。

9.2.2 退款原则上应按照原支付路径退还给消费者，若不宜按原支付路径退回，应提前告知退款方式，物流工作流程应执行 T/SJDS 003-2020。

## 10 管理与评价

10.1 应建立服务评价机制，按照 GB/T 31526 进行服务质量评价，接受直播平台和直播营销人员服务机构的顾客满意度测评，提升消费者满意度。

10.2 应接受直播平台、直播营销人员服务机构、卖家、消费者和行政主管部门在直播过程中的合规性监督。

10.3 应按照与卖家的约定和平台管理规则，对在直播中向消费者做出的承诺，履行相应的保障义务。

10.4 应与直播平台、直播营销人员服务机构、卖家相互配合，并在承诺的时间内协调解决平台消费者的投诉或建议。