

团 体 标 准

T/CEEAS XXX-2026

直播电商从业人员合规运营能力评价

Evaluation of compliance operation capability for live streaming e-commerce practitioners

(征求意见稿)

2026-XX-XX发布

2026-XX-XX实施

目 次

前言.....	III
引言.....	IV
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 评价指标体系.....	3
4.1 通则.....	3
4.2 评价指标体系框架.....	3
4.3 评价维度.....	3
5 取值规则.....	9
5.1 通则.....	9
5.2 知识维度取值规则.....	9
5.3 技能维度取值规则.....	9
5.4 素质维度取值规则.....	10
5.5 经验维度取值规则.....	10
6 评价结果形成规则.....	11
6.1 评价结果计算.....	11
6.2 合格判定条件.....	11
6.3 评价报告.....	12
7 评价活动的组织实施.....	12
7.1 评价机构.....	12
7.2 评价流程.....	12
7.3 评价人员.....	14
7.4 兼职主播专项评价.....	14
8 评价结果应用和管理.....	14
8.1 平台准入与资源扶持.....	14
8.2 机构内部管理与激励.....	14
8.3 数据隐私安全与证书动态管理.....	15
8.4 评价结果与培训考核工作监督.....	16
附录A(资料性)相关表单.....	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》以及GB/T 20001.8-2023《标准起草规则第8部分：评价标准》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相关专利的责任。

本文件由中国企业评价协会提出，由中国企业评价协会归口。

本文件为首次发布。

本文件起草单位：中国工商出版社有限公司、中国企业评价协会、交个朋友优选科技有限公司、山东康桥律师事务所、威海市文登区市场监督管理局、北京市海淀区市场监督管理局、北京市丰台区市场监督管理局、广州市市场监督管理发展研究中心、中国广告协会、中国电子商会网络直播与短视频专委会、中国通信工业协会、北京网络行业协会、北京外国语大学、四川省成都市标准化研究院、枣庄职业学院、成都快购科技有限公司、杭州遥望网络科技有限公司、深圳小鹅网络技术有限公司、北京抖音信息服务有限公司、东方优选(北京)科技有限公司、小红书科技有限公司、数广赛文化传播(北京)有限公司、中检美亚(北京)科技有限公司、标新科技(北京)有限公司、广东省直播电子商务协会、内蒙古直播电商协会、广州市直播电子商务行业协会、青岛市直播电商行业协会、临沂市直播电商协会、上海市锦天城律师事务所

本文件主要起草人：于成龙、赵静、侯云春、李牧人、陈德宁、田海助、崔东升、张智明、李春伟、边海光、王建、周小钰、王龙、宋鹏燕、田鸣归、杨凯歌、张楚凝、廖恒旺、吴宇恒、张德志、杜东为、雷蕾、阮焕晴、张宇晨、王晨光、陈波、王文华、刘莎、任广艳、王砚文、连洁、张雨诚、徐婉欣、吴昆、吴东应、金婷、武文华、宋云娜、洪启富、马凯、王刚、高金山、宋顺翔、陈赞、全开明

引 言

本文件聚焦直播电商行业高质量发展需求，针对直播电商相关主体（含直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构以及兼职主播）在合规运营方面的能力构建量化评价体系。本文件适用于直播电商活动中从事合规运营相关工作的各类主体，涵盖全职及兼职从业人员，以提升合规运营能力为核心目标。

本文件以《中华人民共和国电子商务法》《直播电商监督管理办法》《网络交易监督管理办法》《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》《网络反不正当竞争暂行规定》《国家税务总局关于互联网平台企业报送涉税信息有关事项的公告》等现行法规政策为依据，确立了涵盖知识、技能、素质与经验的四维能力评价模型，制定了标准化的合规运营能力培训考核及证书核发参考框架。

直播电商从业人员合规运营能力评价

1 范围

本文件确立了直播电商从业人员合规运营职业能力的评价指标体系，给出了评价指标的取值规则，描述了评价结果形成规则以及评价活动的组织实施、评价结果的应用和管理参考内容。

本文件适用于全职及兼职直播电商从业人员的合规能力培养、自我评价、培训考核，为第三方评价机构、行业协会、直播电商平台对相关从业人员的准入审核、日常管理、流量资源扶持提供标准化参考依据。本文件适用于公域及私域直播电商场景下的合规运营职业能力评价。

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 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

GB/T 31524—2015 电子商务平台运营与技术规范

GB/T 35273—2020 信息安全技术 - 个人信息安全规范

GB/T 41247—2023 电子商务直播售货质量管理规范

GB/T 44207—2024 直播电商服务质量的信息监测与评价规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

直播电商 live streaming e-commerce

通过互联网站、应用程序等，以视频直播、音频直播或者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。

注：包括直播带货、直播服务推介等各类直播电商经营活动。

3.2

直播电商从业人员 live streaming e-commerce practitioners

在中华人民共和国境内，通过互联网站、应用程序、小程序等网络平台，以视频直播、音频直播或者多种直播相结合的形式从事直播电商经营活动的自然人、法人和非法人组织的从业人员，包括但不限于直播营销人员、直播间运营人员、直播内容策划人员、直播场控人员、直播选品人员、直播客

服务人员、直播技术支持人员以及直播营销人员服务机构中从事直播电商相关工作的人员。

3.3

直播电商平台经营者 live streaming e-commerce platform operator

在直播电商活动中提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

3.4

直播间运营者 live room operator

在直播电商平台上注册账号或者通过自建网站、其他网络服务，开设直播间从事直播电商活动的自然人、法人和非法人组织。实际运营他人直播间的，履行直播间运营者的相应义务。

3.5

直播营销人员 live streaming marketing staff

在直播电商活动中直接面向社会公众开展商品或者服务宣传、推介活动的自然人。

3.6

直播营销人员服务机构 live streaming service agency

为直播营销人员从事直播电商活动提供策划、运营、经纪、培训和技术支持等服务的机构。

3.7

合规运营能力 compliance operation capability

直播电商从业人员在知识、技能、素质和经验等方面具备的，能够严格遵守国家法律法规、部门规章及平台规则，有效识别、防范和化解直播电商各环节合规风险的综合本领。

3.8

合规运营培训考核 compliance operation training and assessment

由具备资质的评价机构依据本文件给出的能力要素，对直播电商从业人员开展的法规知识、实操技能、职业素质等方面的系统培训及全维度标准化考核工作。

3.9

实操考核 practical assessment

对从业人员进行模拟真实直播电商场景的合规操作能力的现场考核，包括但不限于选品资质核验、内容脚本脱敏、售后纠纷处理、AI 内容标识等操作。

3.10

兼职主播 part-time live streamer

以非全职形式从事直播电商活动，月均开播时长低于全职标准但具备合规运营能力的自然人。

3.11

评价机构 assessment body

经国家相关行业评价机构授权或备案，具备开展直播电商从业人员合规运营职业能力评价资质的

第三方机构。

4 评价指标体系

4.1 通则

评价指标体系构建遵循以下原则：

- a) 覆盖全面且相互独立原则：全面覆盖直播电商合规运营全生命周期的核心能力要点，同一层级评价指标保持相互独立，无交叉重叠；
- b) 可量化原则：所有评价指标均可通过客观测量、证据判断或标准化考试取得量化指标值，评价结果以量化方式表达。

4.2 评价指标体系框架

直播电商从业人员合规运营职业能力评价指标体系由三个层级构成，见表1。其中，一级评价指标4个，二级评价指标5个，三级评价指标47个。

表1 直播电商从业人员合规运营职业能力

一级指标	二级指标	三级指标	数量	说明
知识维度	基本知识	K1-K6	6 项	关键内容
	核心任务专项知识	K7-K20	14 项	专业化知识要点
技能维度	全流程实操技能	S1-S17	17 项	从理论到实践的应用技能
素质维度	职业合规素质	A1-A5	5 项	确保职业行为规范与伦理的素质
经验维度	实战运营经验	E1-E5	5 项	在实际工作场景中积累与验证的经验要素

4.3 评价维度

4.3.1 知识维度

本维度分为基本知识和核心任务专项知识两个二级指标，共包含20项三级指标（K1-K20）。知识维度衡量从业人员对直播电商合规相关法律法规、平台规则及专业知识的掌握程度。具体知识维度描述见表2—表7。

表2 基本知识（K1-K6）

知识编号	描述
K1: 电子商务与网络交易基本法规	掌握《中华人民共和国电子商务法》《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局令第101号）、《直播电商监督管理办法》（国家市场监督管理总局、国家互联网信息办公室令第117号）、《网络反不正当竞争暂行规定》（国家市场监督管理总局令第91号）等核心理念。理解网络交易中法律法规禁止“二选一”、禁止强制搭售、禁止刷单炒信及虚构评价的法理基础。
K2: 平台规则体系认知	理解《直播电商监督管理办法》。熟悉主流直播电商平台的服务协议和信用分级管理规范，了解平台采取限流、封号、黑名单机制的触发边界。具体包括平台采取警示、限制功能、限制流量、暂停直播、限期停播、关闭账号、禁止重新注册账号、列入黑名单等处置措施的具体情形、程序以及相应的救济途径。

表2 基本知识 (K1-K6) (续)

知识编号	描述
K3:个人信息与数据安全保护	掌握《中华人民共和国网络安全法》与《中华人民共和国个人信息保护法》等基础要求。明确在收集买家信息、寄递物流时对消费者隐私的保护义务,了解防范数据泄露的安全常识。
K4:未成年人保护合规知识	了解《中华人民共和国未成年人保护法》对直播电商的特殊规定;掌握禁止向未成年人销售烟酒、彩票等特定商品的要求;了解未成年人个人信息保护的特别规定;掌握直播间出现未成年人时的合规处理措施。
K5:跨境直播电商合规知识	了解海关总署公告2018年第194号(关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告)中关于跨境电商进出口的监管要求;掌握跨境商品申报、关税计算及检验检疫基本要求;了解跨境支付结算及外汇管理相关规定。掌握跨境直播宣传用语合规要求;跨境直播中涉及中文+外文宣传时,外文内容宜与中文内容一致,不宜出现外文宣称功效而中文未标注的情况;了解跨境售后退换货特殊规则;掌握跨境商品不适用普通“七日无理由退货”的情形,了解跨境商品质量问题的退换货处理流程及消费者维权路径。
K6:直播电商新兴业态合规知识	了解直播电商新兴业态(如数字人直播、虚拟主播、AI生成内容营销等)的合规要求;掌握新技术应用中的知识产权、数据安全及消费者权益保护要点。

表3 T1任务(主体入驻与信息配置)专项知识

知识编号	描述
K7:主体资质与信息公示法定标准	了解直播间运营者不同主体身份的法定公示内容:法人、非法人组织宜公示名称、统一社会信用代码、住所及行政许可;个体工商户宜公示名称、经营者姓名、统一社会信用代码、经营场所、组成形式;豁免登记的自然人宜公示实际经营地、联系方式、所属MCN机构。掌握信息变更报备的3个工作日时效参考。掌握商品许可资质的查询与辨别方法:能够登录全国认证认可信息公共服务平台查询3C认证证书真伪,能够通过国家市场监督管理总局网站查询食品生产许可证、化妆品生产许可证的有效性;能够识别伪造、变造、过期的行政许可证件及检验检测报告。
K8:MCN与主播关联关系界定规则	理解国家税务总局对“专业服务机构”的界定。掌握《平台内的直播人员服务机构与网络主播关联关系表》的结构逻辑,明确机构在策划、经纪、培训等环节中产生的法律连带责任与税务关联依据。

表4 T2任务(选品审核与质量把控)专项知识

知识编号	描述
K9:产品质量与强制性认证标准	掌握《中华人民共和国产品质量法》核心内容。熟悉工业产品强制性认证(3C认证)的查询与辨伪方法;了解各类消费品的国家强制性技术规范,明确“以次充好”“虚标能效”的法律后果。
K10:食品安全法及特殊类目经营红线	掌握《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》的内容。熟记禁止直播销售的食品名录(如病死禽畜、超范围使用添加剂、过期或无标签预包装食品等);理解承诺达标合格证、检验检疫合格证明在选品核验中的法定阻断效力。
K11:知识产权防侵权知识	掌握商标权、专利权及著作权基础知识。具备防范假冒伪劣商品及侵权行为的理论基础,了解平台知识产权保护规则及侵权申诉机制。

表 5 T3任务(内容策划与直播演示规范) 专项知识

知识编号	描述
K12:广告、营销用语规范与反不正当竞争	掌握《中华人民共和国广告法》中关于广告发布者与代言人的责任界定。熟悉极限用语(如“国家级”“最高级”“全网最低”)、绝对化承诺的违规特征,明确在直播推介中如何区分正常评价与虚假宣传。理解《中华人民共和国反不正当竞争法》在直播电商中的适用。明确识别并防范混淆行为、商业诋毁、违法有奖销售、流量劫持或不当干扰等不正当竞争行为。
K13:食品与健康领域宣传禁区	理解《中华人民共和国食品安全法》对宣传的强监管要求:严禁对普通食品声称保健功能;严禁使用医疗用语或明示/暗示疾病预防与治疗功能;明确普通食品、特殊食品(婴幼儿配方等)与药品之间的严格物理及话术界限。
K14:人工智能(AI)及数字技术合规底线	掌握利用AI生成人物图像或视频进行直播的强制性标识规定;理解法律明确禁止利用AI编造虚假商业信息、篡改数据评价或假冒他人商业身份进行欺骗性宣传的技术合规底线。具体要求包括:a)强制标识义务:在采用虚拟数字人直播、AI生成直播画面、AI自动生成商品话术/宣传内容时,必须在直播画面显著位置(如右上角)以清晰、显著、不易遮挡的方式持续标注“由人工智能技术生成”或“AI生成”等提示信息,不得隐瞒AI技术的使用情况;b)参考性底线:不得利用AI技术虚构主播人设、伪造用户评价、篡改商品效果图片、编造虚假商业数据、冒用他人商业身份或肖像进行欺骗性营销宣传;c)内容审核与可追溯管理:建立AI生成内容的审核机制,确保AI生成的直播内容在发布前经过人工合规审核;对AI生成内容实施留痕管理,确保内容可追溯、可核验、可监管,保存期限不少于三年;d)数据安全:确保AI系统训练数据及用户交互数据的合法来源,不得侵犯他人知识产权和个人信息权益。

表6 T4任务(交易保障与售后纠纷处理) 专项知识

知识编号	描述
K15:售后保障与退换货法定规则	熟悉《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》等等基础法律依据,同时能区分直播间、销售者在消费者保护中责任划分的边界,以及“七日无理由退货”的适用范围与依法豁免商品名录;了解平台规则中关于“首问负责”“先行赔付”机制的触发条件。
K16:消费者争议化解路径	掌握与平台客服体系、消费者组织(消协)及有关行政部门对接处理客诉的标准流程;熟悉线上消费争议调解与公益诉讼的配合机制,了解恶意索赔风险的识别理论。

根据直播电商经营活动的税务监管要求,MCN机构与网络主播的涉税知识已成为核心要素之一。

表 7 T5任务(税务合规与数据管理) 专项知识

知识编号	描述
K17:涉税信息报送法定要求及多层级责任	理解《国家税务总局关于互联网平台企业报送涉税信息有关事项的公告》(2025年第15号)。掌握MCN机构和主播向税务机关报送身份信息、关联关系及支付款项报告的法定时间节点(即季度终了次月内);漏报将面临纳税信用等级、相关信息社会公示的风险。(相关示例见附件表A1)
K18:涉税信息报送的收入总额(全额报送口径)收入确认与核算规则	掌握直播收入涉税信息报送的收入总额(全额报送口径):明确销售款项全额包含价款及增值税,且企业所得税计算中佣金、技术服务费等可作为成本费用扣除。熟悉退货退款对当期“收入净额”的冲抵计算法则,避免虚报或漏报销项税额。
K19:非货币经济利益与跨币种折算知识	熟悉用户通过赠送虚拟礼物获得非货币形式经济利益,平台内的经营者和从业人员据此获得能够用于提现、交易或兑换商品的虚拟资产,在实际取得当日(指用户达到平台提现门槛之日、虚拟资产到达用户平台账户之日,或其他能够确认用户已实际取得该虚拟资产的情形发生之日,三者以发生时间较早者为准),依据平台即时折算规则转换为法定人民币金额的税务要求;如平台无折算规则,以取得当月1日或取得当日的人民币汇率中间价折算;掌握外币结算时采用当月1日或业务发生当日人民币汇率中间价,且12个月内不得变更的财务统筹规定。
K20:底层交易数据防灭失与审计追踪知识	了解《直播电商监督管理办法》对交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年的监管要求;按照要求通过技术手段确保直播账号、有关商品或者服务的直播视频回放记录、直播互动信息、消费者订单形成时的商品或者服务详情页面快照、客服记录、支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息的完整性;掌握直播视频回放、合同订单、交易明细账单、资金流向记录与物流配送凭证作为“三流一致”税务风控底层证据的留存标准及调证配合义务。

4.3.2 技能维度

本维度包含全流程实操技能1个二级指标，共17项三级指标（S1-S17）。技能维度衡量从业人员将合规理论知识转化为实际操作与风险处置的能力。具体技能维度描述见表8-表12。

表8 T1任务(主体配置与核验)技能描述

技能编号	描述
S1:身份信息核验操作	能够熟练使用国家企业信用信息公示系统等工具，对合作商家、供应链代工厂进行深度背景调查；MCN机构合规人员能准确收集、核验并登记旗下主播的真实身份、居住地及特定类目直播专业资质。
S2:公示页面合规交互配置	能够熟练在直播间账号主页及直播前台操作界面中配置展示位，便于以显著方式(无视觉遮挡)持续展示实际销售者的名称、地址等；能够设置符合技术规范的合规链接跳转(便于仅跳转一次即可见详情，不宜设置弹窗覆盖、强制关注或强制打赏等诱导性访问限制)。
S3:动态状态追踪与即时更新	能够建立内部合规台账与预警机制，台账宜包含主体资质、信息变更、选品审核等核心内容。在遭遇商家资质过期、主播身份信息变更、实际经营地变动或MCN单方面解约时，能够便于在法定的3个工作日内向平台提交变更报送，维持合规状态的持续有效。

表9 T2任务(选品排查与质量把控)技能描述

技能编号	描述
S4:高监管要求类目资质交叉审查	能够对食品、化妆品、家用电器等高监管要求品类进行穿透式资质比对。针对食品类目，能够熟练索取并核验《食品生产许可证》范围与实物的一致性，核实农产品“承诺达标合格证”、进口食品“检验检疫合格证明”的真伪与批次关联性。能够运用全国认证认可信息公共服务平台、国家市场监督管理总局官方网站等渠道，对商品的3C认证、食品生产许可证、化妆品生产许可证、进口检验检疫证明等许可资质进行在线核验与辨伪；针对跨境商品，能够核验进口报关单、检验检疫合格证明、中文标签合规性，识别跨境商品与国内商品的资质差异。
S5:实物抽样与感官异常排查	能够独立建立并执行食品/实物抽样检验流程。具备通过外观、气味、触感快速识别腐败变质、霉变生虫、污秽不洁、掺假掺杂等感官异常食品的实操技能；能够按照溯源要求建立完整的留样室管理闭环。
S6:不合格商品熔断与线索移交	在内部抽检发现不合格，或发现供应商资质存在造假嫌疑时，能够迅速启动“熔断”预案：立即在直播后台强制下架相关商品链接，中止直播销售行为，并具备向相关食品生产经营者发送通知函、向属地市场监管部门规范填报违规线索及提交抽检报告的执行能力。

表10 T3任务(营销脚本优化与直播风控)技能描述

技能编号	描述
S7:营销脚本事前脱敏与净化	能够对直播演练脚本、提词板、商品详情页及预热短视频文本进行人工交叉审查与智能工具过滤双重脱敏。精准剔除无科学依据的虚假或引人误解的表述、极限词及违规医疗化术语。
S8:视觉展示物理合规控制	能够熟练把控各类直播物理设备与推流软件的参数。在食品及美妆直播场景中，参考相关内容，不可使用任何技术手段明显改变食品及商品的真实色泽等感官性状，防范因视觉欺骗引发的大规模客诉与行政处罚。
S9:实时弹幕与场控舆情阻断	能够在高并发的直播间实时弹幕流中实施精准场控。快速识别并阻断违规政治敏感词、恶俗互动内容；面对突发的虚假刷屏带节奏、恶意引导退款或散布食品安全恐慌的负面弹幕，能够采取限流、禁言、关键词屏蔽等即时阻断措施，并同步留存电子取证截图以备后续举证。
S10:AI技术的合规应用配置	在采用虚拟数字人辅助直播或AI自动生成推流话术时，能够依法在直播画面显著位置(如右上角等)持续性配置“由人工智能技术生成”的强制性提示标签，并确保AI系统抓取的底层商品库数据经过严格的人工二次合规校验。具体要点包括：a)能够识别并防范利用AI技术虚构主播人设、伪造用户评价、篡改商品效果、编造虚假信息、冒用他人身份等欺骗性营销行为；b)能建立AI生成内容审核与留存机制，确保AI内容可追溯、可核验、可监管，保存期限不少于三年；c)保证AI系统训练数据及用户交互数据的合法来源，不侵犯他人知识产权和个人信息权益；d)能够定期对AI生成内容进行合规性抽查，发现问题及时下线整改。

表11 T4任务(售后服务与争议处理)技能描述

技能编号	描述
S11:逆向物流与极速退换响应	能够无缝对接平台订单管理后台,精准识别并分类处理“七日无理由退换”“质量瑕疵索赔”“发货延迟”等各类售后工单;便于在内部服务承诺时效(如极速退款、24小时响应)内完成退款审批或换货补发操作,遏制纠纷升级。
S12:纠纷举证与调解对抗配合	在发生复杂争议诉求或群体性消费争议时,能够合规地从云端后台提取完整无篡改的直播切片视频回放、客服历史聊天记录、消费者订单快照及快递物流轨迹等全套数字证据链,高效配合消保委调解或应对平台仲裁法庭的质询。

表12 T5任务(税务申报与底层数据穿透)技能描述

技能编号	描述
S13:按涉税信息报送口径,从财务账目提取收入总额数据并核算	针对MCN机构或主播工作室的财务/合规运营人员,能够准确确定包含增值税在内的总交易收入;并能够从订单中准确剥离实际发生的退货退款数据,生成用于涉税报送的“收入净额”准确报表。(相关示例见附表A1)
S14:第三方支付涉税表格精准填报	MCN机构合规人员能够熟练操作电子税务局或通过数据接口直连平台,在法定的每季度终了次月内,准确无误地填报《网络直播涉税信息报送表》。对于机构代收后向主播、外包合作方支付的分成款项,能够清晰梳理资金流向并完成详尽的收款方身份及收入双向申报,降低隐匿收入的税务风险。
S15:虚拟资产即时评估与汇兑转化	能够建立自动化或半自动化的资产管理台账,精准记录每日直播获得的各类非货币形式经济利益数量,并参考平台在“经济利益到达账户当日”的折算规则,同步折算为法定人民币金额,生成经得起穿透审计的收入确认底稿。
S16:三流一致证据链永久归档防范	具备数字化档案固化技能。能够将MCN机构、网络主播、供货商家及直播平台之间的电子签约合同、交易对账单明细、对公/对私资金流水轨迹、物流妥投单号进行唯一标识符匹配,并在本地化安全服务器或加密云盘中分类封存三年以上,确保即使面临平台账号被封禁等极端情况,底层税务审计数据亦不易灭失。
S17:异常税务自查纠偏与法定更正	能够建立月度级的平台财务对账单与税务实际申报表比对机制。一旦发现前期因系统延迟或人为失误导致的错漏报数据,具备在法定的“发现之日起30日内”快速启动并完成更正申报程序的实务操作技能;在遭遇不可抗力时,能熟练填报《延期报送涉税信息申请表》及相关证明材料以降低处罚。

4.3.3 素质维度

本维度包含职业合规素质1个二级指标,共5项三级指标(A1-A5)。素质维度衡量从业人员的职业操守、底线思维与合规意识,其中A1(诚实信用)为一票否决项,具体素质维度描述见表13。

表13 素质描述

素质编号	描述
A1:诚实信用(一票否决项)	秉持高标准契约精神与商业诚信。抵制组织虚假交易、刷单炒信、数据造假、购买虚假用户好评等一切破坏平台生态的侵权和不正当竞争行为。在税务收入申报、身份核验上不弄虚作假。具体包括但不限于以下严重违法失信行为: a)严重违法失信:被列入国家企业信用信息公示系统严重违法失信名单、税务机关重大税收违法失信主体名单、平台/市场监管部门黑名单等; b)食品安全严重违法:销售过期食品、三无食品、违禁食品,造成食品安全事故或重大食品安全风险; c)重大虚假宣传:使用极限用语、医疗化宣传用语,对普通食品声称保健功能,进行虚假或引人误解的商业宣传,被行政部门认定并处罚; d)重大税收违法:存在隐匿收入、虚假申报、阴阳合同、拒不配合税务检查等重大税收违法行为; e)危害未成年人:诱导未成年人消费或打赏,向未成年人销售烟酒、彩票等特定商品; f)资质造假:伪造营业执照、3C认证证书、检验检测报告、品牌授权文件等资质证明材料。凡存在上述严重违法失信行为或进入平台/市场监管黑名单者,直接触发“一票否决”,取消合规运营能力培训考核及评价证书申请资格。

表13 素质描述(续)

素质编号	描述
A2:底线思维与敬畏心 (职业道德内容)	深刻认识直播电商对社会公众认知特别是未成年人价值观的影响力。践行社会主义核心价值观,传播正能量,主动在直播间拒绝未成年人打赏行为;对食品安全、人身安全等红线问题保持高度的政治敏感与敬畏心。
A3:客观严谨与职业克制(职业道德内容)	在前期选品测评、直播间展示演示过程中始终坚持实事求是。不预设夸张结论以迎合算法逻辑,不使用误导性特效道具,讲解用词力求精准严密,尊重商品或服务的客观自然规律。
A4:阳光化配合与监管大局观 (职业道德内容)	面对市场监督管理、网信、税务等执法部门的常态化巡查、数据调取或突击调查,主动积极协同配合,主动提供透明的数据调取接口及未经篡改的底层业务档案。
A5:自我纠错能力与终身学习意识	具备行业忧患意识与终身学习精神。能够积极响应平台及服务机构组织的各类合规专项培训;在直播中若出现口误、事实偏差或不当表述时,具备现场纠错与危机隔离能力,能够立即当场澄清事实并向观众诚恳致歉纠正,防止负面舆情发酵。

4.3.4 经验维度

本维度包含实战运营经验1个二级指标,共5项三级指标(E1-E5)。经验维度衡量从业人员在真实商业环境中积累的合规治理沉淀与风险应对能力。具体经验维度描述见表14。

表14 经验描述

经验编号	描述
E1:基础常态化开播与实操记录	按从业岗位类型具体参考: 主播岗:具备在主流电商直播平台月均开播时长宜不少于30小时的稳定真实从业记录; 运营/合规/选品岗:月均参与直播运营管理工作宜不少于60小时,或累计运营时长宜不少于360小时; MCN管理岗:具备全流程参与过直播间运营管理的实战经历,累计管理主播宜不少于10人或累计运营时长宜不少于240小时; 兼职主播岗:月均开播时长宜不少于15小时,或累计开播时长宜不少于180小时。
E2:零处罚安全运营周期沉淀	按从业岗位类具体化参考: 全职从业人员:宜连续1年以上无任何行政处罚记录、无税务部门稽查重大违规立案记录、无平台因严重售假或虚假宣传而导致的“永久封停账号”等严厉降权处罚; 兼职从业人员:宜连续6个月以上无任何行政处罚记录、无税务部门稽查重大违规立案记录、无平台严重违规处罚。
E3:极端大并发流量风控抗压经验	具备操盘或作为核心管理层运营高并发流量(如千人、万人乃至十万人以上同时在线级别)超大型直播间的经历。在极端流量瞬时涌入、评论区刷屏失控的极限状态下,仍能保持弹幕有效净化、库存不发生超发客诉、直播推流系统不崩溃的稳定合规管控指挥经验。
E4:体系化内部控制与合规架构建设	曾在中大型MCN机构、头部品牌自播直播间担任过合规总监、法务负责人或高级税务专员,拥有主导起草企业级《内部合规风险管控清单》、建立针对旗下百名以上主播矩阵的“两月一排查及半年一整改”常态化企业内控雷达机制的深度管理经验。
E5:危机公关拆解与顶层涉税架构规划	拥有直播间重大负面舆情实战处置能力,擅长化解粉丝争议围攻、产品质量召回等高危舆情;可联动专业税务师事务所,参与超大型主播矩阵多层级税务合规体系搭建,具备独立主导机构纳税信用修复及税务白名单申报落地经验。

5 取值规则

5.1 通则

本标准采用百分制量化评价，总分为100分。各一级评价指标权重分配如下：

- a) 知识维度：30分
- b) 技能维度：40分
- c) 素质维度：20分
- d) 经验维度：10分

最低层级(三级)评价指标采用以下五种取值方法：a) 标准化考试法：适用于知识维度和技能维度的评价；b) 实操考核法：适用于技能维度中实操环节的考核评价；c) 证据判断法：适用于素质维度和经验维度的评价；d) 统计数据法：适用于经验维度中可量化的运营数据指标；e) 一票否决法：适用于素质维度中A1项的评价。

5.2 知识维度取值规则

知识维度采用在线闭卷理论笔试方式取值，总分30分。笔试题库全面覆盖K1-K20全部知识要点，题型包含单项选择题、多项选择题、判断题、案例分析题，见表15。

表15 知识维度取值规则

二级评价指标	权重	分值	取值规则
基本知识	40%	12分	笔试得分×40%
核心任务专项知识	60%	18分	笔试得分×60%

合格参考线：知识维度得分 ≥ 24 分。

5.3 技能维度取值规则

技能维度采用理论笔试与实操考核相结合的方式取值，总分40分。

a) 理论笔试(32分，占80%)：采用在线闭卷理论笔试方式，全面覆盖S1-S17技能要点，题型包含单项选择题、多项选择题、判断题、案例分析题。合格参考线：理论笔试得分 ≥ 25.6 分(即理论笔试总分 ≥ 80 分)；

b) 实操考核(8分，占20%)：采用模拟真实直播电商场景的实操考核方式，重点考核以下高频风险点的合规操作能力：

- 选品资质核验实操(3分)：现场完成3C认证、食品生产许可证、授权书等资质文件的真伪判断与有效性核验；

- 直播脚本脱敏实操(2分)：对给定直播脚本进行极限词、医疗化用语、虚假宣传表述的识别与修改；

- 售后工单处理实操(1.5分)：模拟处理“七日无理由退换”“质量瑕疵索赔”等售后工单，完成合规的退款/换货处理流程；

• AI 内容标识与合规展示实操(1.5分):对AI生成的直播内容进行合规标识配置,识别并处置AI伪造、虚假宣传等违规行为。

• 合格参考线:技能维度总分 ≥ 32 分(含理论笔试 ≥ 25.6 分且实操考核 ≥ 6.4 分)。

5.4 素质维度取值规则

素质维度采用证据判断法取值,总分20分。评价人员根据申请人提交的合规资信材料、职业素质承诺书及无违法失信声明函,对照判断准则打分,见表16。

表16 素质维度取值规则

三级评价指标	分值	判断准则	证明依据
A1诚实信用	8分	8分:无任何严重违法失信行为,未被列入国家企业信用信息公示系统严重违法失信名单、税务机关重大税收违法失信主体名单及平台/市场监管部门黑名单; 0分:存在上述严重违法失信行为(一票否决)	国家企业信用信息公示系统报告、税务完税证明、平台无违规证明、职业素质承诺书(相关示例见附录A3)
A2底线思维与敬畏心(职业道德内容)	3分	3分:主动践行社会主义核心价值观,无诱导未成年人打赏等违规记录; 1分:存在轻微违规但已完成整改; 0分:存在严重违规记录	平台直播记录、监管部门处罚记录
A3客观严谨与职业克制(职业道德内容)	3分	3分:直播宣传客观真实,无夸大误导性表述; 1分:存在轻微表述偏差但已及时纠正; 0分:存在虚假宣传被有效投诉记录	直播回放视频、消费者投诉记录
A4阳光化配合与监管大局观(职业道德内容)	3分	3分:主动配合监管部门检查,无拒绝、隐匿、篡改数据行为; 1分:配合不够积极但未影响检查; 0分:拒绝配合监管检查	监管部门检查记录、评价机构调查记录
A5自我纠错能力与终身学习意识	3分	3分:积极参加合规培训,出现问题能及时纠错; 1分:参加培训但不够积极,纠错不及时; 0分:拒不参加培训或拒不纠正错误	培训结业证明、平台整改记录

合格参考线:素质维度得分 ≥ 16 分,且A1项得分为8分(无一票否决情形)。

5.5 经验维度取值规则

经验维度采用证据判断法+统计数据法相结合的方式取值,总分10分。评价人员根据申请人提交的从业记录、运营数据及相关证明材料打分,见表17。

表17 经验维度取值规则

三级评价指标	分值	判断准则	证明依据
E1基础常态化开播与实操记录	3分	3分:月均开播时长 ≥ 30 小时或累计运营时长 ≥ 360 小时; 1分:月均开播时长15—29小时或累计运营时长180—359小时; 0分:月均开播时长 < 15 小时或累计运营时长 < 180 小时	平台后台数据导出表、机构从业证明

表17 经验维度取值规则（续）

三级评价指标	分值	判断准则	证明依据
E2零处罚安全运营周期沉淀	3分	3分：连续1年以上无任何行政处罚及平台严重扣分记录； 1分：连续6-11个月无违规记录； 0分：近6个月内有违规记录	平台无违规证明、监管部门处罚记录
E3极端大并发流量风控抗压经验	2分	2分：具备万人以上同时在线直播间运营经验； 1分：具备千人以上同时在线直播间运营经验； 0分：无大流量直播间运营经验	平台直播数据截图、机构证明
E4体系化内部控制与合规架构建设	1分	1分：具备企业级合规制度建设或管理经验； 0分：无相关经验	机构任职证明、合规制度文件
E5危机公关拆解与顶层涉税架构规划	1分	1分：具备重大舆情处置或税务合规体系搭建经验； 0分：无相关经验	机构证明、相关项目资料

合格参考线：经验维度得分 ≥ 8 分且E1、E2项均为满分。

6 评价结果形成规则

6.1 评价结果计算

直播电商从业人员合规运营职业能力评价总分如下：

$$S=S_k+S_s+S_a+S_e\dots\dots\dots(1)$$

式中：

S——评价总分(满分100分)

S_k——知识维度得分(满分30分)

S_s——技能维度得分(满分40分)

S_a——素质维度得分(满分20分)

S_e——经验维度得分(满分10分)

6.2 合格判定条件

合格判定规则同时满足以下所有条件的，评价结果为合格：

- a) 评价总分 ≥ 80 分；
- b) 知识维度得分 ≥ 24 分；
- c) 技能维度得分 ≥ 32 分；
- d) 素质维度得分 ≥ 16 分且A1项得分为8分(无一票否决情形)；
- e) 经验维度得分 ≥ 8 分且E1、E2项均为满分；
- f) 实操考核得分 ≥ 6.4 分(满分8分)；
- g) 兼职主播申请评价的，经验维度E1、E2指标按兼职岗位标准执行。

任一条件不满足的，评价结果为不合格。不合格者可在结果公布后3个月内申请一次补考，补考仍不合格的，宜重新参加下一期系统化培训。

6.3 评价报告

评价机构应为每位申请人出具《直播电商从业人员合规运营职业能力评价报告》，报告宜包括但不限于以下内容：

- a) 评价对象基本信息；
- b) 评价目的与依据；
- c) 评价实施时间与过程；
- d) 各维度得分及评价总分；
- e) 评价结果(合格/不合格)；
- f) 存在的主要问题与改进建议；
- g) 评价人员签字与评价机构公章。

7 评价活动的组织实施

7.1 评价机构

经国家相关行业评价机构授权或者备案的能力评价机构负责组织实施评价活动。评价机构宜具备以下参考条件：

- a) 具有独立法人资格；
- b) 拥有与自身经营规模相适应的熟悉直播电商行业及相关法律法规的专职评价人员；
- c) 具备完善的培训考核管理制度和质量保证体系；
- d) 具有安全可靠的在线考试系统和数据管理能力；
- e) 配备相关的实操考核场地及设施，包括模拟直播间、选品审核工位、售后处理系统等。

7.2 评价流程

评价活动按照以下流程实施：

- a) 发布通知：评价机构定期在其官方平台/全国团体标准信息平台/行业关联网站上发布《直播电商从业人员合规运营能力培训考核申报通知》。通知可明示培训考核准入参考条件、培训体系及学时安排、考核指标体系、所需提报的电子化申请材料清单以及培训考核、证书核发的时间流转程序。单次培训考核的整体周期自材料截止日起一般不超过3个月。
- b) 申请受理：直播电商从业人员在自我比对满足7.2.1培训考核准入参考条件的基础上，可通过所在MCN机构集中申报或个人自荐的方式向经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构提出申请。申请人可按参考提交完整、真实、有效的电子化申请材料。(申请表相关示例见附录A2)
- c) 资格初审：经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构可建立专人初审机制，对申请人提交的材料进行完整性、真实性、合规性审核，并同步开展负面信息调查，严格落实4.3.3素质内容中A1项的“一票否决”机制。
- d) 系统化培训：经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构按照7.2.2给出的培训体系，

对初审合格的申请人开展统一的系统化合规运营能力培训，严格落实培训学时安排，做好培训出勤记录。

- e) 全维度考核：培训结束后，可组织全维度标准化考核，考核全面覆盖知识、技能、素质、经验四个维度，按照本标准第5章给出的取值规则执行。
- f) 实操考核组织：理论笔试合格的申请人，宜在10个工作日内参加实操考核。实操考核采取现场操作方式，由2名以上考评员现场评分。实操考核场地宜配备模拟直播设备、选品审核工具、售后处理系统等必要设施。
- g) 结果计算与公示：经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构汇总申请人的培训出勤记录、各维度考核成绩，确定本次培训考核合格/不合格名单，并在考核结束后10个工作日内通过官方平台进行公示；对合格名单进行为期不少于7个工作日的社会化公示，接受公众、同业、消费者及行业监管部门的异议监督。
- h) 证书核发：公示期满无异议或异议查证不成立的，由经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构为合格人员统一核发《直播电商从业人员合规运营职业能力评价证书》。

7.2.1 培训考核准入条件申请参加直播电商合规运营能力培训考核的从业人员，宜同时满足以下全部参考条件：

- a) 实际从事直播电商相关工作(出镜直播、场控运营、合规管理、税务筹划、选品审核等)满1年，或直播电商平台可查累计直播/后台运营时长不少于360小时；
- b) 接受过不少于20学时的电商法规、食品安全及税务合规相关的系统化基础培训，并提供相应结业证明；
- c) 近1年内无直播电商平台严重扣分记录、无任何行政部门行政处罚记录、无税务部门稽查违规立案记录；
- d) 无本文件4.3.3素质内容中A1项列出的严重违法失信行为，未被列入国家企业信用信息公示系统严重违法失信名单、税务机关重大税收违法失信主体名单及平台/市场监管部门黑名单；
- e) 满足本文件4.3.4经验内容中E1基础常态化开播与实操记录参考。
- f) 兼职主播申请评价的，从业时长参考可放宽至实际从事直播电商相关工作满6个月，或直播平台可查累计直播时长不少于180小时。

7.2.2 培训体系

经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构可依据本文件4.2-4.5给出的能力要素，建立标准化、规范化的直播电商合规运营能力培训体系，培训总学时宜不少于40学时，采取理论讲解+案例分析的混合式培训模式，具体培训内容及学时分配安排如下：

- a) 知识和技能维度培训：不少于20学时，全面覆盖K1-K20全部知识要点，重点讲解直播电商全流程合规相关的法规政策、平台规则、风险识别要点及监管内容；全面涵盖S1-S17全部技能知识点，重点讲解主体核验、选品审核、内容风控、售后处置、税务填报、数据归档等实操技能；
- b) 素质与经验维度培训：不少于20学时，通过分析案例，结合直播电商行业典型合规违规案例，

强化从业人员诚实信用、底线思维等职业素质，分享合规运营实战经验与危机处置技巧。

- c) 实操技能培训：不少于8学时，通过模拟真实场景进行选品资质核验、直播脚本脱敏、售后纠纷处理、AI内容标识等实操训练，便于申请人具备实际操作能力。

7.3 评价人员

评价人员宜具备以下参考条件：

- a) 具有本科及以上学历，3年以上直播电商或相关行业工作经验；
- b) 熟悉直播电商相关法律法规、部门规章及平台规则；
- c) 参加过国家相关行业评价机构组织的评价人员培训并考核合格；
- d) 具有良好的职业道德，无违法违规记录；
- e) 实操考评员宜具备3年以上直播电商行业实操经验，熟悉直播运营全流程，经国家相关行业评价机构组织的实操考评员专项培训并考核合格。

7.4 兼职主播专项评价

针对以非全职形式从事直播电商活动的兼职主播，可建立专项评价通道：

- a) 准入参考条件：按7.2.1第(6)条执行；
- b) 培训学时安排：总学时不少于24学时，其中理论培训不少于16学时，实操培训不少于8学时；
- c) 考核标准：与全职从业人员一致，但经验维度按兼职岗位标准评价；
- d) 证书效力：通过评价取得的证书与全职从业人员证书具有同等效力，证书标注“用于全职及兼职直播电商从业”；
- e) 复核内容：证书复核时，兼职主播按兼职岗位标准提交经验维度证明材料。

8 评价结果应用和管理

8.1 平台准入与资源扶持

推荐各大直播电商平台经营者采信本文件的培训考核结果及评价证书，将其作为直播间运营者、直播营销人员及MCN机构入驻平台、开展经营活动的合规参考依据；针对取得评价证书的优质从业人员及机构，鼓励平台在算法流量分发、平台活动报名、优质资源对接等方面给予正向激励。

8.2 机构内部管理与激励

支持MCN服务机构、大型品牌方及直播电商生态相关企业，在自愿的基础上，将本文件的培训考核结果及评价证书作为从业人员岗位录用、绩效考核、薪酬定级、岗位晋升的有益参考；鼓励企业组织内部从业人员统一参加本文件给出的合规运营能力培训考核，建立企业内部合规人才队伍，完善企业合规内控防护体系。

8.3 数据隐私安全与证书动态管理

8.3.1 数据隐私安全

所有经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构、行业协会及采信评价结果的直播电商平台，在组织培训考核、数据交接、证书管理的全生命周期中，可建立严密的数据安全保密机制，履行以下参考要点：

- a) 可建立完善的数据安全管理制度，指定专人负责从业人员个人信息、企业商业机密等隐私数据管理；
- b) 不可泄露、倒卖、非法使用从业人员的身份信息、从业记录、培训考核数据及企业的选品报价、合规运营方案等商业机密；
- c) 对评价过程中知悉的各类隐私数据和商业信息，承担永久保密义务，法律法规另有规定的除外。
- d) 数据本地化存储：评价机构宜将从业人员个人信息、培训考核数据等敏感数据存储在中国境内服务器，未经批准不可跨境传输；
- e) 数据脱敏使用：在非必要场景下使用数据时，宜对个人身份信息进行脱敏处理，便于无法直接识别特定个人；
- f) 防泄漏技术措施：可建立数据防泄漏技术体系，包括但不限于访问控制、加密传输、操作日志审计、异常访问预警等，便于数据全生命周期安全；
- g) 责任追究：评价机构发生数据泄漏事件的，宜立即向主管部门报告，通知受影响从业人员，并承担相应的法律责任。

8.3.2 证书动态管理

经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构可建立证书全生命周期动态管理机制，对评价证书的有效期、复核、撤销等进行规范化管理，具体参考要点如下：

- a) 证书有效期：《直播电商从业人员合规运营职业能力评价证书》的常规有效核准期为3年，证书有效期届满前3个月，持证人宜向原发证评价机构申请证书复核；
- b) 复核内容：持证人申请复核时，宜以平台合规记录、税务部门完税证明、无行政处罚记录证明为核心依据，简化材料提交流程。评价机构可建立“一键复核”信息化系统，实现以下功能：
 - 持证人通过线上平台提交复核申请；
 - 系统自动对接持证人授权的平台合规数据、税务数据；
 - 评价机构在15个工作日内完成核查；
 - 核查合格的，延续证书有效期3年；
- c) 证书撤销：在证书有效存续期内，若复核发现或接到有效举报并查实，持证人或其关联实控机构存在以下情形之一的，评价机构管理委员会有权在15个工作日内作出撤销其评价证书的决定，并在官方平台进行公示，撤销后的证书自动失效：
 - 发生重大食品安全群体性事故、产品质量重大问题，造成恶劣社会影响的；
 - 被市场监管、税务、网信等行政部门处以较大金额行政处罚，或被列入各类违法失信黑名单的；

- 因触碰合规底线违反平台规则，被平台执行永久封停账号、长期禁言等严厉制裁的；
- 通过虚假申报、伪造材料等不正当手段取得评价证书的；
- 冒用、转借、伪造、变造评价证书的；
- 存在本文件4.3.3中A1项严重违法失信行为的。

d) 异议与申诉：

• 告知程序：评价机构作出撤销证书决定前，宜提前15个工作日向持证人送达《拟撤销评价证书告知书》，告知拟撤销的事实、理由及依据，并告知持证人享有陈述、申辩的权利；

• 陈述申辩：持证人可在收到告知书之日起10个工作日内提交书面陈述申辩材料；

• 举证责任：评价机构对撤销决定承担举证责任，宜提供充分的证据材料支撑撤销决定；

• 复核时限：持证人对撤销决定有异议的，可在收到撤销决定通知书或公示之日起15个工作日内，向评价机构的归口单位或上级主管部门提出书面申诉。评价机构可建立申诉处理机制，并在收到申诉之日起30个工作日内作出复核决定。复核期间，证书状态暂标记为“争议中”；

• 复核结果：复核决定为最终结论，持证人宜服从。复核认为撤销决定不当的，宜恢复证书效力并消除影响。

8.4 评价结果与培训考核工作监督

a) 经国家相关行业评价机构授权或者备案的能力评价机构宜完整、准确记录从业人员的培训、考核、证书核发全流程信息，妥善管理相关资料和档案，档案保存期限不少于5年，对培训考核质量、评价结果及证书管理承担主体责任；

b) 经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构的培训考核、证书核发工作接受社会各界、行业主管部门及归口单位的监督，若发现经国家相关行业评价机构授权或者备案的评价机构存在违规培训、虚假考核、违规核发证书、泄露隐私数据等行为，任何单位和个人均可向其归口单位或上级主管部门投诉举报，经查实的，依法依规追究相关责任。

附 录 A
(资料性)
相关表单

A1 平台内的直播人员服务机构与网络主播关联关系表

表单用途：本表单为直播电商涉税信息报送、主体资质备案信息数据，遵循国家税务总局和直播电商平台监管内容，用于MCN 机构与主播关联关系界定、税务连带责任认定、合规台账归档，数据留存期限宜不少于3年。

表A.1 平台内的直播人员服务机构与网络主播关联关系表

序号	一级模块	二级字段	填报说明/合规参考	填报内容
1	机构基础信息 (MCN/服务机构)	机构统一社会信用代码	法人/非法人组织必填，与市场监管登记信息一致	
2		机构全称	与营业执照、平台入驻名称完全一致	
3		机构注册地址/实际经营地址	精确至门牌号，信息变更3个工作日内更新	
4		法定代表人/负责人姓名及身份证号	实名核验，附有效身份证件复印件	
5		平台入驻账号名称/ID	绑定直播电商平台唯一运营账号	
6		涉税登记信息	税务登记号、纳税主体类型(一般纳税人/小规模)	
7	主播基础信息 (自然人主播)	主播姓名	与居民身份证实名信息一致	
8		主播居民身份证号码	有效证件号，完成平台实名认证核验	
9		主播常住地址/联系方式	有效通讯地址及联系电话，用于监管联络	
10		主播平台直播账号名称/ID	唯一绑定账号，禁止多账号混报	
11		主播纳税主体类型	自然人/个体工商户/个人独资企业，附资质证明	
12	关联关系核心信息	关联关系类型	勾选：独家经纪合作/非独家服务合作/劳务合作/挂靠合作	
13		法律关系界定	劳动合同/服务合同/经纪合同	
14		合作生效日期	格式：YYYY-MM-DD, 与书面合同一致	
15		合作终止日期	无固定期限填“长期”，解约3个工作日内报备	
16		合同备案编号	机构内部合同编号，附电子合同归档备查	
17	收益分配与 涉税信息	收入结算方式	月结/季结/场次结算	
18		收益分配比例	机构分成比例%/主播分成比例%	
19		费用扣除范围	明确平台佣金、技术服务费、税费等扣除项，禁止税前违规抵扣	
20		非货币收益核算约定	虚拟礼物、打赏折算规则，按到账当日汇率/平台标准核算	
21	合规备案信息	填报日期	格式：YYYY-MM-DD, 季度终了次月内报送	
22		填报人/复核人签字	机构合规负责人+财务负责人双签字确认	
23		机构公章	加盖公章，电子签章需符合电子签名法要求	
24		备注	信息变更说明、特殊合作约定、监管报备回执编号等	

表单填报参考：

1. 时效性参考：关联关系发生设立、变更、解约的，机构宜在3个工作日内更新表单并向平台、税务机关报备；

2. 数据一致性：表单信息宜与直播平台实名认证、税务涉税报送表、三流（合同/资金/物流）档案完全匹配；

3. 一票否决约束：填报信息虚假、瞒报主播关联关系的，触发本文件4.3.3素质维度中A1项的“一票否决”机制，直接取消其本次培训考核资格；

4. 归档参考：纸质版+电子版双归档，保存期限宜不少于3年，适配税务穿透审计与监管核查需要。

A2 直播电商合规运营能力培训考核申请表

表单用途：用于从业人员合规能力培训考核准入申报、资格初审与档案归集。遵循本文件第5.1、6.2条要求，作为评价机构资格审查核心材料，档案留存不少于5年。

表A.2 直播电商合规运营能力培训考核申请表

序号	信息模块	填报字段	合规填报参考	填报内容
1	申请人基本信息	姓名	与身份证实名一致	
2		性别/出生日期	规范填写	
3		居民身份证号码	18位有效证件号，实名核验	
4		常住地址/联系电话	有效通讯信息，监管可联络	
5		学历/专业	附学历证明扫描件	
6	从业主体信息	从业身份类型	勾选：主播/运营/合规岗/选品岗/MCN管理人员/兼职主播(勾选兼职主播的，须同时在第7行确认)	
7		是否为兼职主播	勾选：是/否(仅从业身份类型勾选“兼职主播”时必填)	
8		所属MCN机构名称(如有)	无机构填“无”	
9		机构统一社会信用代码(如有)	与营业执照一致	
10	平台账号信息	直播平台名称	抖音/快手/淘宝直播等	
11		账号名称/账号ID	平台实名认证账号，唯一绑定	
12		累计直播/运营时长	平台可查，全职从业人员≥360小时，兼职主播≥180小时	
13		月均开播/在岗时长	≥30小时，附后台截图；兼职主播≥15小时	
14	培训与资信情况	已完成基础培训学时	不少于20学时，附结业证明	
15		近1年平台扣分情况	无严重扣分，附平台证明	
16		纳税信用/完税情况	无税务违规，附完税凭证	
17		行政处罚/失信记录	无市监、网信、税务处罚记录	
18	申报承诺	材料真实性承诺	本人确认所填信息真实、完整、有效	
19		申请人签字	手写签字/电子签名	
20		填报日期	YYYY-MM-DD	
21	机构审核(如有)	机构审核意见	同意申报/不同意	
22		审核人签字+机构公章	合规负责人签字，加盖公章	
23		审核日期	YYYY-MM-DD	

A3 直播电商合规运营职业素质承诺书

表单用途：本文件准入一票否决项配套规范性文件，遵循本文件第4.3.3条A1 诚实信用内容，用于约束从业人员合规底线、作为失信追责依据，与证书动态撤销机制联动。

直播电商合规运营职业素质承诺书

本人（公民身份号码：_____），自愿申请参加《直播电商从业人员合规运营能力评价》规定的合规运营能力培训考核，现就本人职业素质与合规经营作出如下郑重承诺，并承担全部法律责任：

一、诚实信用，坚守底线（一票否决承诺）

1. 本人严格恪守商业诚信，绝不实施刷单炒信、虚假交易、虚构评价、数据造假、购买好评等不正当竞争行为；
2. 本人在身份核验、资质备案、涉税申报、材料填报中绝不弄虚作假、隐瞒信息、伪造证明；
3. 本人未被列入国家企业信用信息公示系统严重违法失信名单、税务重大税收违法失信主体名单及平台黑名单，无严重违法失信记录。

二、合规经营，敬畏监管

1. 严格遵守《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国税收征收管理法》及直播电商监管规章、平台规则；
2. 严守选品质量、食品安全、内容宣传、数据安全、税务合规红线，杜绝知假售假、虚假宣传、偷税漏税、诱导未成年人打赏等违法行为；
3. 主动配合市场监管、网信、税务等部门执法检查，完整提供业务档案与数据资料，不隐匿、不篡改、不拒绝。

三、职业自律，自我纠错

1. 直播宣传客观真实，不使用极限词、医疗化用语，不夸大功效、不误导消费者；
2. 规范使用AI技术、虚拟数字人，严格履行标识义务，杜绝技术造假与欺骗性宣传；
3. 出现口误、表述偏差、合规瑕疵时，立即现场纠错、公开澄清，主动防范舆情风险。

四、数据保密，责任担当

1. 严格保护消费者个人信息、平台数据与商业秘密，不泄露、不出售、不非法使用；
2. 妥善留存合同、订单、资金、物流、直播回放等档案资料，满足三年以上留存要求；
3. 自觉接受行业协会、评价机构、平台与社会公众监督，承担违规失信全部后果。

五、失信责任与证书处置承诺

本人确认：若违反上述任一承诺，存在违法失信、违规经营行为，自愿接受一票否决处理，取消培训考核资格、撤销合规能力评价证书，纳入行业失信记录，并自行承担相应的行政处罚、民事赔偿与刑事责任以及其他不利后果。

T/CEEAS XXX-2026

承诺人(签字):

日期: 年 月 日

所属机构(盖章, 如有):

经办人签字:

日期: 年 月 日

参 考 文 献

- [1] 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 [S]. 北京：中国标准出版社，2020.
- [2] GB/T 20001.8-2023 标准起草规则第8部分：评价标准 [S]. 北京：中国标准出版社，2023.
- [3] 中华人民共和国电子商务法[Z].2018.
- [4] 中华人民共和国广告法[Z].2021.
- [5] 中华人民共和国产品质量法[Z].2018.
- [6] 中华人民共和国食品安全法[Z].2025.
- [7] 中华人民共和国消费者权益保护法[Z].2013.
- [8] 中华人民共和国反不正当竞争法[Z].2025.
- [9] 中华人民共和国网络安全法[Z].2025.
- [10] 中华人民共和国个人信息保护法 [Z].2021.
- [11] 中华人民共和国未成年人保护法[Z].2024.
- [12] 中华人民共和国税收征收管理法 [Z].2015.
- [13] 中华人民共和国消费者权益保护法实施条例[Z].2024.
- [14] 网络交易监督管理办法[Z]. 国家市场监督管理总局令第101号，2025.
- [15] 直播电商监督管理办法[Z]. 国家市场监督管理总局、国家互联网信息办公室令第117号，2025.
- [16] 网络反不正当竞争暂行规定[Z]. 国家市场监督管理总局令第91号，2024.
- [17] 直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定 [Z]. 国家市场监督管理总局令第120号，2025.
- [18] 网络购买商品七日无理由退货暂行办法[Z]. 国家市场监督管理总局令第31号，2020.
- [19] 国家税务总局关于互联网平台企业报送涉税信息有关事项的公告 [Z]. 国家税务总局公告2025年第15号，2025.
- [20] 海关总署关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告 [Z]. 海关总署公告2018年第194号，2018.
-