

ICS

CCS

团体标准

T/GDNB XXXX—2025

广东省农产品网络直播营销技术规范

Technical specification for network live streaming marketing of
agricultural products in Guangdong province

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

广东省农业标准化协会 发布

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 提出。

本文件由广东省农业标准化协会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

广东省农产品网络直播营销技术规范

1 范围

本文件规定了广东省农产品包括初级农产品（蔬菜、水果、畜禽、水产、茶叶等）、初级加工品（冷冻肉、消毒奶、干货、腌制品等）网络直播营销的商品选择与披露、平台选择、直播过程控制、发货规范、售后服务、评价与改进。

本文件适用于广东省内通过互联网平台以实时视频直播形式推广销售农产品的行为。

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 191 包装储运图示标志
- GB 2762 食品安全国家标准 食品中污染物限量
- GB 2763 食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量
- GB 2760 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准
- GB 2761 食品安全国家标准 食品中真菌毒素限量
- GB 4806.1 食品安全国家标准 食品接触材料及制品通用安全要求
- GB 4806.7 食品安全国家标准 食品接触用塑料材料及制品
- GB 4806.13 食品安全国家标准 食品接触用复合材料及制品
- GB 5749 生活饮用水卫生标准
- GB/T 6543 运输包装用单瓦楞纸箱和双瓦楞纸箱
- GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则
- GB 14881 食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范
- GB/T 24616 冷藏、冷冻食品物流包装、标志、运输和储存
- GB/T 24861 水产品流通管理技术规范
- GB/T 27638 活鱼运输技术规范
- GB 28050 食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则
- GB/T 28577 冷链物流分类与基本要求
- GB/T 31524 电子商务平台运营与技术规范
- GB 31650 食品安全国家标准 食品中兽药最大残留限量
- GB 31605 食品安全国家标准 食品冷链物流卫生规范
- GB/T 32950 鲜活农产品标签标识
- GB/T 34344 农产品物流包装材料通用技术要求
- GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范
- GB/T 35411 电子商务平台产品信息展示要求
- GB/T 36192 活水产品运输技术规范
- JJF 1070 定量包装商品净含量计量检验规则
- SB/T 11132 电子商务物流服务规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

农产品 agricultural product

通过农业活动（如种植、养殖、捕捞等）直接获得的初级产品，涵盖植物、动物、微生物及其未改变基本自然性状的初加工品。

3.2

网络直播营销 network live streaming marketing

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

直播营销平台 live streaming 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。

3.4

直播间运营者 live streaming room 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，包括商家、直播营销人员、直销营销人员服务机构和其他组织等。

3.5

直播营销人员 live streaming marketers

在网络直播营销中直接向社会公众开展营销的个人，包括主播、助播、嘉宾、供应链代表等幕后支持人员。

4 商品选择与披露

4.1 供应商资质要求

4.1.1 网络直播营销农产品的供应商包括农产品生产加工企业、农业合作社、农户等，企业、合作社供应商应依法取得营业执照，个人供应商应提供身份及产地证明。

4.1.2 若涉及加工（如腌制、分装、预包装农产品）或销售非自产加工农产品，供应商应具备食品经营许可证。

4.1.3 若自行对农产品进行工业化加工（如生产罐头、酱料等），供应商应具备食品生产许可证；

4.1.4 提供商品合规证明，包括但不限于：产品质量检测报告、食品安全检测报告、出入境检验检疫卫生证书、出入境检验检疫合格证明等。

4.1.5 政府监管部门和机构要求的其他资质证明。

4.1.6 供应商具有能满足直播预期销售量的发货能力和售后服务能力。

4.2 商品质量及卫生要求

4.2.1 直播间运营者选择的农产品符合《电子商务法》《食品安全法》等法律法规及直播营销平台规定。

4.2.2 农产品应确保外观新鲜、无明显病虫害、机械损伤、无变质等情况，色泽符合品种特点，口感、风味、营养等内在品质也应符合相应标准。

4.2.3 农产品的农兽药残留、微生物、添加剂等符合GB 2760、GB 2761、GB 2762、GB 2763和GB 31650现行有效标准的规定。

4.2.4 生产加工过程的卫生要求符合GB 14881的规定。

4.2.5 生产用水符合GB 5749的规定。

4.2.6 农产品来源应可追溯，消费者通过扫描溯源码或相关证明文件可获知农产品的产地、种植农户姓名、施肥用药情况、采收时间、原料来源、加工企业名称、加工工艺等信息。

4.3 样品留样

为确保后续质量追溯、争议处理或复检需要，每批次直播商品封存不少于500g样品于适当存储环境（常温库/冷藏库/速冻库）中；建立留样档案，记录每批次商品的采样时间、储存条件及保质期等信息；留样期限参照《食品安全抽样检验管理办法》，至少涵盖保质期+6个月缓冲期。

4.4 信息披露

网络直播营销的农产品应准确、清晰地披露以下信息：产品名称、图片、质量状况（如等级、产品认证等）、产地、价格、包装规格、贮存方式、保质期、运输条件、品牌授权等，符合GB/T 35411的要求。

5 平台选择

5.1 直播营销平台的资质要求

依据《中华人民共和国电子商务法》《网络直播营销管理办法（试行）》《网络交易监督管理办法》等法律法规，直播间运营者所选直播营销平台应具备以下资质：

- a) 直播营销平台应依法依规履行备案手续，并取得相关行政许可和经营资质。
- b) 经营资质包括但不限于：
 - 营业执照；
 - 互联网信息服务业务经营许可证；
 - 食品互联网销售许可备案证；
 - 增值电信业务经营许可证；
 - 直播中涉及向用户提供网络表演、音视频形式的各类网络视听节目信息，平台应依法获取网络文化经营许可证、信息网络传播视听节目许可证。

5.2 直播营销平台运营要求

直播营销平台运营在遵循GB/T 31524规定的基础上，还应符合以下要求：

- a) 直播营销平台具有固定场所和经营设施设备，具备专业技术人员和管理人员；
- b) 直播营销平台应对入驻用户进行基础资质、经营资质、品牌资质、信用等资质或身份审核与备案管理，符合GB/T 35409电子商务平台商家入驻审核规范的要求；
- c) 实时监督直播营销过程，对涉嫌违法违规的高风险营销行为采取弹窗提示、违规警示、限制流量、暂停直播、注销账号等措施；
- d) 应建立消费者投诉和举报机制，明确处理流程和反馈期限，在承诺的时间内协调解决平台消费者的投诉或举报。

6 直播过程控制

6.1 场景布置

包括但不限于以下内容：

- a) 直播场所不涉及国家安全和公共安全、不影响社会正常秩序；
- b) 直播场地布置应在展示台上有序摆放农产品，方便主播展示和介绍，同时让消费者更直观地看到产品；
- c) 直播场景应符合国家的法律法规及相关规定，不应含有违法和不实信息，不应以暗示等方式误导消费者；
- d) 直播场景搭建宜设置相关的宣传元素，如品牌标识、产品介绍展板、产地特色展示等，增强品牌宣传效果；
- e) 直播设备应配备高清摄像头、优质麦克风、灯光设备和稳定的网络设备等；
- f) 直播场景应保障真实性，如生产加工过程展示使用多机位拍摄，主镜头覆盖全流程分拣包装，辅助镜头实时展示田间采收现场。

6.2 直播营销人员管理

6.2.1 基础资质

直播营销人员包括主播、助播等，应具备以下条件：

- a) 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的，应经监护人同意；
- b) 遵守法律法规和国家有关规定，遵循社会公序良俗，无违法违纪行为和犯罪记录；
- c) 具备网络直播营销的基本知识和农业相关的专业知识；
- d) 了解网络直播营销相关法律法规、政策导向及标准规范等；
- e) 参加广东省委网信办、省农业农村厅等单位组织的“乡村网红”培训、新型职业农民培训等。

6.2.2 着装规范

直播营销人员的着装遵循“得体、适配、安全、合规”的原则，包括但不限于以下要求：

- a) 衣物整洁无破损，农场直播宜避免油污/泥土堆积；头发梳理整齐，避免乱发遮挡面部或产品；
- b) 着装风格与直播场景匹配，不宜“过度正式”或“过度随意”；
- c) 为保证安全性，农场/仓库直播不宜穿拖鞋、高跟鞋、长裙；佩戴配饰需简洁，避免勾挂产品或设备；
- d) 严格遵循《中华人民共和国广告法》《网络直播营销管理办法（试行）》等法律法规，禁止低俗暴露（如低胸装、超短裤、透视装、露背装等）、禁止违法图案（如粗俗标语、盗版品牌logo、敏感政治图案等）。

6.2.3 话术规范

直播营销人员在直播时应口齿清楚、表达准确、肢体语言适当，以避免歧义，不应发表以下内容：

- a) 损害国家形象，危害国家安全，颠覆国家政权，破坏国家统一，破坏民族团结的；
- b) 散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- c) 散布暴力、恐怖或者教唆犯罪的；
- d) 煽动非法集会、结社、游行、示威、聚众扰乱社会秩序的；
- e) 涉政、涉黄、违法、迷信、侵权、或威胁生命健康的；
- f) 虚假宣传、引人误解的；
- g) 过度承诺、欺骗和高风险诱导的；
- h) 对比贬低其他商品的；
- i) 国家规定的 27 种保健功效宣传用语（非保健品不可宣传）；
- j) 无资质情况下宣传“有机”“绿色”“无公害”等；
- k) 对明显与销量不符的商品宣传“爆款”“卖疯了”等用语；
- l) 《中华人民共和国广告法》《网络直播营销管理办法（试行）》等法律法规禁止发表的其他内容。

6.2.4 行为规范

直播营销人员在直播时应真实、准确、全面地发布农产品及相关服务的信息，不应出现以下行为：

- a) 发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户；
- b) 虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假；
- c) 删除、屏蔽相关不利评价、虚构交易或编造用户对商品或服务的评价等方式欺骗、诱导用户；
- d) 知道或应当知道他人存在违法违规或高风险行为，仍为其推广、引流；
- e) 采用误导性展示方式、将好评前置、差评后置、或者不显著区分不同商品和服务的评价等；
- f) 采用谎称现货、虚构预定、虚假抢购等方式进行虚假营销；
- g) 采用虚构原价、虚假优惠折价、虚构农产品滞销博取消费者同情等方式诱骗消费者进行交易；
- h) 诱导消费者绕过合法交易程序进行线下交易；
- i) 销售货不对板、以次充好的商品；
- j) 利用未成年人或未成年人角色进行非广告类商业宣传、表演，或以此作为噱头获取商业利益；

k) 其他违反国家法律法规和有关规定的行为。

6.3 互动管理

直播间的互动环节应规范直播间运营者、直播营销人员在提前准备、实时互动、内容合规、用户体验、售后衔接等方面的行为，包括但不限于以下内容：

- a) 通过粉丝群、过往评论收集用户关心的问题，提前梳理答案，避免直播中卡顿；
- b) 及时回复消费者的疑问，给出准确、专业的回答，不应含糊不清或误导消费者；
- c) 如遇到不确定的问题，应及时向相关专业人员咨询后再回复。
- d) 设置符合农产品客单价的互动福利（如试吃装、满减券、抽奖、产地直送小礼品），规则应简单明确，避免歧义；
- e) 对涉及优惠内容的广告，应明示所优惠的农产品品种、条件、具体时限以及幅度或者数额；
- f) 不应虚假宣传、夸大功效，应主动展示农产品检测报告、有机认证、产地证明等；
- g) 互动中主动提及售后政策，用具体承诺增强信任；
- h) 做好语音和视频连线、评论、弹幕等互动内容的实时管理，不应以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导用户。

7 发货规范

7.1 基本要求

- 7.1.1 对承诺发货时限的所售农产品应按承诺时间发货。
- 7.1.2 发货农产品应与直播间售卖产品以及消费者下单产品保持一致，并按约定兑现赠品。
- 7.1.3 不应发送违禁品、假冒或不合格产品、违反国家相关法律法规的其他产品。
- 7.1.4 直接接触生鲜农产品的发货包装工作人员应持有健康证明。

7.2 包装和标识要求

7.2.1 包装要求

- 7.2.1.1 包装材料适合农产品特性，不影响质量和食品安全，内包装符合GB 4806.1、GB 4806.7、GB 4806.13、GB/T 34344的规定，外包装符合GB/T 34344、GB/T 6543的规定。
- 7.2.1.2 定量包装商品符合JJF 1070的规定。
- 7.2.1.3 根据农产品特性综合运用抗压、抗震、防冻和保鲜措施，并按等级分装成件。
- 7.2.1.4 包装方式应保证农产品新鲜度和质量，方便储运和销售，减少损耗；
- 7.2.1.5 包装操作应卫生规范，避免污染农产品。
- 7.2.1.6 鼓励有条件的重复使用包装箱，符合GB/T 32568《重复使用包装箱通用技术条件》的规定。

7.2.2 标识要求

- 7.2.2.1 包装应清晰标注：产品名称、产地、生产批号、生产日期、保质期、净重、规格、产品质量等级、营养成分表、添加剂、食用方法与注意事项、生产者/销售者、生产地址、联系电话、生产许可证编号等信息，符合GB 7718、GB/T 32950、GB 28050的要求。包装储运符合GB/T 191的要求。
- 7.2.2.2 地理标志产品涉及地理标志专用标志的使用，应符合《地理标志专用标志使用管理办法（试行）》的要求。

7.3 运输保障

7.3.1 储存

- 7.3.2.1 根据农产品的特性选择合适的储存温度和湿度，常温适用于稳定农产品（如谷物），冷藏适用于易腐品（如蔬菜、水果），冷冻适用于长期保存（如肉类、水产），密封和干燥储存防止吸潮变质（如干货）。

7.3.2.2 储存空间应保持良好的通风，产品间应留有空隙，防止异味和有害气体积聚。

7.3.2.3 不同种类的农产品应分类存放，避免相互影响。

7.3.2 运输设备及防护措施

7.3.2.1 应根据运输季节、距离、数量、运输时间选择适合的运输设备。

7.3.2.2 应设置温度监控设备，并具有异常报警和记录功能。

7.3.2.3 运输冷藏、冷冻农产品应使用具备温控能力的专用设备，专用设备应防冻、隔热保温性能良好，冷链配送应符合 GB 31605、GB/T 28577、GB/T 24616 的规定。

7.3.2.4 运输设备应清洁、无毒、无害、无异味、无污染，不与有毒、有害、有异味的其他货物混装混运。

7.3.2.5 鲜活农产品应具备相关保活设施和充氧设备，做到快装、快运、快卸。

7.3.2.6 运输过程中应防止挤压、水淋、曝晒、污染。

7.3.2.7 其他运输要求应符合 GB/T 36192、GB/T 24861、GB/T 27638 的规定。

7.4 物流跟踪

7.4.1 发货后24小时内将物流单号上传至电商平台或直播后台，确保消费者通过“订单详情页”实时查询物流状态。

7.4.2 供应商应对订单的配送过程进行全程跟踪和处理，通过物流系统监控订单状态，若出现停滞超时、地址错误、快递丢失等异常，应第一时间联系快递公司核实原因。

7.4.3 针对异常向消费者提供具体解决措施（如快递改派、快递补发等），确保问题在24小时内有回应。

7.4.4 物流记录（如单号、跟踪信息、异常处理记录）应留存至少6个月，以备后续纠纷，可通过物流记录核实。

8 售后服务

8.1 退换货服务

8.1.1 所售农产品出现质量问题（如变质、损坏等），应依照《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》，及时为消费者办理退换货、退款手续，并承担运费；

8.1.2 非质量问题的退换货，应根据具体情况与消费者协商解决，在不影响二次销售的前提下为消费者提供一定的便利（如换货或给予适当补偿等）。

8.2 投诉处理

8.2.1 应提供多种便捷的投诉渠道，如在线客服、电话客服、电子邮件等。

8.2.2 应在收到投诉后24小时内给予初步回复，并在规定的合理期限内反馈最终处理结果。

8.2.3 对消费者投诉内容进行调查（包括对留样、取样进行检验、检测分析，查阅有关生产/加工和检验记录，查看直播画面内容等），应根据合同的相关约定及时处理，在合同无明确约定的情况下，应通过协商、调解、仲裁、诉讼等渠道解决。

8.2.4 投诉内容和投诉处理应有准确完整的记录。

9 评价与改进

9.1 评价机制

应建立评价机制，定期进行自我评价，鼓励引入第三方评价机构进行综合评价，以提升农产品网络直播营销的质量与效率。评价机制包括评价指标设定、数据收集及评价方法。

- a) 从农产品质量、营销、服务等方面构建评价指标体系，指标包括但不限于：农产品品质、包装完整性、质量安全、主播表现、销售额、退货率、物流速度、售后服务响应时长、客户满意度等；
- b) 多渠道收集评价数据，如直播平台后台数据、消费者评价反馈、第三方监测数据等；
- c) 采用定量与定性结合的评价方法，定量评价依据销售数据、退货率等进行打分；定性评价通过消费者文字评价、访谈等综合评估。

9.2 改进措施

- 9.2.1 应对评价结果进行深入分析，找出存在的主要问题及原因。
- 9.2.2 根据问题分析结果，制定针对性（产品质量、服务质量、营销等）改进方案，明确责任人和时间节点。
- 9.2.3 对改进措施的实施效果进行跟踪评估，根据评估结果调整改进方案，形成持续改进的闭环机制。

参 考 文 献

- [1] 中华人民共和国电子商务法
 - [2] 中华人民共和国广告法
 - [3] 中华人民共和国反不正当竞争法
 - [4] 中华人民共和国消费者权益保护法
 - [5] 中华人民共和国产品质量法
 - [6] 中华人民共和国食品安全法
 - [7] 中华人民共和国农产品质量安全法
 - [8] 中华人民共和国网络安全法
 - [9] 中华人民共和国价格法
 - [10] 网络交易监督管理办法
 - [11] 网络直播营销管理办法（试行）
 - [12] 食用农产品市场销售质量安全监督管理办法
 - [13] 关于加强网络直播规范管理的指导意见（国信办发文〔2021〕3号）
 - [14] 网络主播行为规范（广电发〔2022〕36号）
 - [15] DB4401/T 171—2022 直播电商营销与售后服务规范
 - [16] DB4502/T 0016—2022 柳州螺蛳粉直播带货行为规范
 - [17] DB3203/T 1068—2024 生鲜农产品电商销售服务规范
 - [18] DB13/T 5310—2020 河北生鲜农产品电商溯源体系规范
 - [19] DB3706/T 92—2024 电子商务直播售货行为规范
-