AIDI 标准 · GDCS 转载

可持续钻石珠宝线上营销行为规范（直播电商适用版）

标准编号：AIDI/OMS—2026/LIVE

发布机构：AIDI国际智能钻石学会

版权归属：AIDI国际智能钻石学会（Association for Intelligent Diamond International）

第1版。2026年11月发布。

与网页版全文相同：gdcs.ai/zh/standard/live-commerce/

PDF 生成于 2026-11-06

目录

前言

引言

1 范围

2 规范性引用文件

3 术语和定义

4 基本原则

5 品类披露要求

6 可持续声明的证据要求

7 平台要求

8 商家要求

9 主播与MCN机构要求

10 实施与过渡

附录A（资料性）监管依据

附录B（资料性）各平台适用要点

附录C（规范性）核查项与记录格式

附录D（资料性）发布机构的利益说明

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。

本文件是AIDI线上营销行为规范的直播电商适用版。本文件的章条结构和附录C的核查格式，可供本系列其他适用版沿用。

本文件不构成法律意见，不替代任何法域的强制性规定，也不替代任何平台的现行规则。本文件与强制性规定或平台规则不一致时，以要求更严格者为准。

本文件对证据类型保持中立：凡有公开方法、可凭编号查询的独立第三方方案，在本文件中同等对待。本文件不指定、不推荐任何具体方案。发布机构与本文件涉及的产品之间的关系，见附录D。

AIDI不做认证，不检测宝石，不审核工厂，不出具保证。

本文件以中文为原文。中英文本不一致时，以中文为准。

引言

可持续声明的强制性监管已经收紧，平台规则也在收紧，但两者收紧的方向不同。平台规则管的是品类真实：这颗石头是不是它所说的东西。平台规则尚未系统地管可持续声明：这句话背后有没有证据。

一个直播间可以一边展示4C证书，一边说“这是可持续钻石”，而不触发任何平台规则。4C证书证明的是品质，不是可持续。这正是美国《绿色指南》和欧盟EmpCo指令所针对的笼统可持续声明，只是出现在了这两者起草时都没有设想过的渠道里。

直播中，一句可持续声明说出到成交可能只有二十秒。事后执法在成交那一刻保护不了任何人。本文件补的是时间上的缺口，不是法律上的缺口：把已经存在的举证要求，变成直播现场可以执行的操作规则。各条要求对应的监管依据见附录A。

1 范围

1.1 本文件规定了直播电商中钻石珠宝营销的品类披露、可持续声明的证据要求、平台的处置与留存、商家和主播的义务，以及核查记录的格式。

1.2 本文件适用于在直播电商平台上营销培育钻石、天然钻石及其镶嵌首饰的平台、商家（含品牌方和经销商）、主播及MCN机构。适用的内容形式包括直播口播、直播画面文字、商品标题、商品详情页、直播预告和直播切片短视频。

1.3 本文件不规定钻石的检测与分级方法。检测与分级按相应的检测标准执行。

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 16552—2017 珠宝玉石 名称

- 16 CFR Part 23 Guides for the Jewelry, Precious Metals, and Pewter Industries（美国联邦贸易委员会《珠宝指南》）
- 16 CFR Part 260 Guides for the Use of Environmental Marketing Claims（美国联邦贸易委员会《绿色指南》）
- Directive (EU) 2024/825 关于赋能消费者绿色转型的指令（EmpCo）
- IS 19469:2025 印度标准局钻石术语标准

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 commerce

在电商平台或带有购物功能的内容平台上，以实时视频直播展示商品并促成交易的营销方式，含直播预告和直播切片短视频。

3.2 品类披露 category disclosure

说明商品材料身份的信息，即天然钻石、培育钻石或仿钻。

3.3 可持续声明 sustainability claim

关于产品、其生产过程或其生产企业在环境、社会或治理方面表现的陈述，形式包括口述、文字、标签、图标和图片。

3.4 笼统可持续声明 generic sustainability claim

未指明具体内容、适用对象、核算边界和证据来源的可持续声明，例如“可持续”“环保”“绿色”“道德”。

3.5 证据来源 evidence source

可持续声明所依据的、可以被他人查阅的文件。

3.6 独立第三方证据 independent third-party evidence

由与声明方无控制关系的机构，依据公开的方法，对声明所涉事项出具的审核、核证或认证文件，并带有可查询的编号或查询入口。

3.7 企业自述 company statement

声明方自己发布的报告、网页或宣传材料，未经独立第三方核验。企业自述可以如实引用，但应写明是企业自述。

3.8 证据来源类型 evidence source type

平台对一条可持续声明所依据证据的分类，分为：无证据来源、企业自述、独立第三方证据。

3.9 核验入口 verification route

消费者凭编号自行查询证据的公开页面或渠道。

3.10 净印象 net impression

消费者从口播、画面文字、标签和证书展示合在一起所得到的理解。

3.11 仿钻 diamond simulant

外观与钻石相似但不是钻石的材料，例如莫桑石、合成立方氧化锆。

4 基本原则

4.1 证据优先于形容词。“可持续”“环保”“绿色”等笼统用语，除非带有可存档、可核验的证据来源，不构成可采信的营销语言。

4.2 品类披露与可持续声明互不替代。“实验室培育”回答的是材料是什么，“可持续”回答的是怎样生产。任何一方都回答不了另一方的问题。

4.3 没有哪种生产方式本身就是可持续的。培育钻石不因其被培育而可持续，天然钻石也不因其被开采而被排除。区别只在于附在它们身上的声明有没有证据。

4.4 平台不核验内容，但核对证据来源类型。平台无须审核商家的可持续声明，但应要求声明指明证据来源类型，并处置指不出的声明。

4.5 直播的即时性不降低披露标准。直播节奏快、话术即兴、主播非专业，是运营条件，不是降低标准的理由。

4.6 证据类型中立。任何有公开方法、可凭编号查询的独立第三方方案，在本文件中同等对待。

5 品类披露要求

5.1 限定词

5.1.1 在商品标题、商品详情页首屏、直播口播和直播画面文字中，培育钻石应带有紧邻商品名称的限定词，醒目程度不低于商品名称。

5.1.2 限定词不应以缩写、脚注、链接或“详情页另行说明”的方式替代。

5.1.3 名称应符合销售地的定名规定：中国大陆按GB/T 16552—2017，美国按16 CFR Part 23，印度按IS 19469:2025。

5.2 禁用表述

5.2.1 不应单独使用“钻石”指称培育钻石。

5.2.2 不应使用暗示开采来源的用语，例如“白钻”“进口白钻”“实验室白钻”。

5.2.3 不应将莫桑石、合成立方氧化锆等仿钻说成钻石或钻石的同等物，包括“可过测钻笔”“火彩比真钻还好”“高碳钻”“培育白钻”等说法。

5.3 4C参数

5.3.1 宣传以钻石为主石的商品时，应完整披露克拉重量、颜色、净度和切工，不应以“高品质”“闪度很好”等主观描述替代。

5.3.2 商品详情页首屏应载明检测报告的出具机构、报告编号和查询入口。

5.3.3 应同时写明出具报告的实验室和所用分级方法。只写“须有某两家实验室之一的报告”，已经不能确定报告上会有哪些字段（见附录A.5）。

5.3.4 直播中展示证书时，应完整展示，不应裁切、遮挡或只展示封面；证书编号应在镜头前清晰可读。

5.4 仿钻身份隔离

仿钻应在商品标题和直播口播中使用真实材料名称（如“莫桑石”“锆石”），并在直播中说明“不是钻石”。

6 可持续声明的证据要求

6.1 笼统可持续声明

在直播口播、商品标题、商品详情页和短视频中，不应使用无证据来源的笼统可持续声明，包括但不限于：“可持续珠宝”“环保钻石”“绿色黄金”“道德钻石”“零碳钻石”“气候中性钻石”。

6.2 可采信的声明结构

可持续声明应同时包含具体内容、证据来源和核验入口，并采用下列形式之一：

- **形式一 指标型**：具体数值、核算边界、核验机构名称和报告编号。示例：“本批次生产用电中X%为可再生电力，碳足迹为Y kg CO_2e/克拉（摇篮到大门），经[核验机构]核验，报告编号[编号]。”
- **形式二 证书型**：方案名称、证书编号和查询地址。示例：“生产商持有[方案名称]证书，编号[编号]，可在[查询地址]核验。”
- **形式三 维度型**：分别说明哪一个具体方面有独立第三方证据、哪一个只有企业自述、哪一个两者都没有，并给出可查询记录的编号。示例：“生产商的能源管理有独立第三方证书（编号[编号]）；劳工方面目前只有企业自述。”

6.3 范围一致

6.3.1 声明覆盖的对象、方面和期间，不应超出证据覆盖的范围。

6.3.2 关于企业的证据不应说成关于某颗钻石或某件商品；关于某一方面的证据不应扩展为整体“可持续”。

6.3.3 已到期、被撤销或被暂停的证据不应继续引用。

6.4 禁用话术

下列说法不应使用：

- “培育钻石天生就是可持续的”：把品类属性当作可持续证据；
- “不用挖矿所以环保”：以单一事实代替全生命周期证据；
- “碳中和钻石”“零碳钻石”：以碳抵消为基础的产品级中和声明；
- “可持续钻石，证书齐全”：未说明是何种证书、覆盖哪些方面；
- “我们的钻石是绿色的”：笼统环境用语，无具体指向和证据。

7 平台要求

7.1 证据来源类型字段

平台宜在商品发布和直播预告环节设置“可持续声明证据来源类型”字段，选项为：无声明、无证据来源、企业自述、独立第三方证据（方案名称、编号、查询入口）。

7.2 处置

平台对可持续声明宜按证据来源类型处置：

证据来源类型	平台处置
无证据来源的笼统声明	标注“可持续声明未提供证据来源”；该声明不使用平台的可持续类标签
企业自述	可保留，并标明“企业自述”；不使用平台的可持续类标签
独立第三方证据（方案名称、编号、查询入口）	可按原样使用；平台可标注“已提供证据来源”，该标注不代表平台认可证据内容

各类独立第三方方案应同等处置。本文件不要求平台对任何方案给予推荐、排序、流量或标识上的优待。

7.3 留存与查询

7.3.1 平台应保留出现可持续声明的直播片段，保存期限不少于适用法律要求的期限，宜不少于24个月。

7.3.2 消费者或监管机构提出质询时，平台应能提供该声明的原始表述、当时展示的证据画面和时间戳。

8 商家要求

8.1 直播中做出的可持续声明，应与商品详情页的材质和证书字段一致。详情页未载明证据来源的，直播中不应口头补充该声明。

8.2 商家应维护可持续声明的证据清单，至少记录：声明原文、证据来源类型、方案名称、编号、核验入口、有效期。

8.3 商家应在开播前向主播提供本场可以使用的可持续声明及其证据，并保存交付记录。

9 主播与MCN机构要求

9.1 禁用话术

主播不应使用下列类型的话术：

- 品类混淆：“这就是钻石”“跟天然钻石一模一样”“测钻笔都测不出来”等，暗示与天然钻石无区别而回避限定词；
- 保值承诺：“培育钻石会升值”“年化收益超过X%”“保值能力优于天然钻石”等；
- 笼统可持续：“可持续钻石”“环保钻石”“零碳”等，无证据指向；
- 稀缺施压：“最后三颗”“过了这村没这店”等与可持续声明捆绑，以紧迫感代替核验；
- 证书替代：“有证书就是可持续的”，把4C检测证书当作可持续证据。

9.2 证据展示

做出可持续声明时，主播应同时满足下列至少一项：

- a）在镜头前完整展示证据文件，编号清晰可读；
- b）在直播画面中以文字标签标明声明类型、证据来源和核验入口；
- c）引导观众通过商品详情页首屏的核验入口自行查询。

三项都不满足的口述声明，视为未完成披露。按净印象原则，主播一边展示证书、一边说“可持续钻石”而不说明证书覆盖哪些方面，仍构成笼统可持续声明。

9.3 商业合作披露

主播与品牌方、商家之间的佣金或合作关系，应按平台规则和适用法律在直播中持续披露。

10 实施与过渡

10.1 分阶段实施

阶段	时间	要求
第一阶段	发布后0—3个月	第5章品类披露全部执行；可持续声明以标注和提示为主，不追溯已发布内容
第二阶段	3—6个月	发布环节记录证据来源类型（7.1）
第三阶段	6—12个月	无证据来源的可持续声明不再作为营销标签使用（7.2）

10.2 复审

本文件随监管和平台规则的变化复审，每年至少一次。

附录A（资料性）监管依据

A.1 美国《珠宝指南》（16 CFR Part 23）

2018年修订删除了钻石定义中的“天然”一词。培育钻石应带有紧邻商品名称的限定词，如laboratory-grown、laboratory-created或[制造商名]-created。2019年4月2日，美国联邦贸易委员会工作人员向八家珠宝营销商发出警告信，内容是仿钻和培育钻石的命名与披露位置，不涉及“可持续”“环保”用语。对应本文件第5章。

A.2 美国《绿色指南》（16 CFR Part 260）

未加限定的“绿色”“环保”“可持续”等用语，在没有充分限定和证据时被视为具有欺骗性；声明须有可靠的证据支持；持有某项认证不免除举证责任；判断依据是广告的整体净印象。《绿色指南》是行政指导，执法在事后、由投诉触发。对应本文件第6章和9.2。

A.3 欧盟EmpCo指令（Directive (EU) 2024/825）

自2026年9月27日起适用。笼统环境声明，除非能证明与声明相关的、被认可的优秀环境表现，属于不公平商业行为。可持续标签只有建立在由独立第三方审核的认证方案上，或由公共机构设立或认可的方案上，才可展示。以碳

抵消为基础的产品级“碳中和”“气候中和”“净零”声明被禁止。罚则由成员国规定；常被引用的“年营业额4%”是欧盟协调执法下大范围违规适用的最高罚款下限，不是所有违规的上限。对应本文件第6章和第7章。

A.4 欧盟CSDDD（Directive (EU) 2024/1760，经Directive (EU) 2026/470修订）

修订后，欧盟企业的适用门槛为员工5,000人以上且全球净营业额15亿欧元以上；非欧盟集团为在欧盟营业额15亿欧元以上。成员国转化期限为2028年7月26日，企业自2029年7月26日起适用。直播商家通常不在直接适用范围内，但品牌方会通过采购合同和供应商准则把数据要求向上游传导，无法向上游追溯的可持续声明，支撑不了品牌客户的尽职调查。这是商业后果，不是对商家的法律义务。

A.5 检测报告字段的变化

自2025年10月1日起，对0.15克拉及以上、无色至近无色的培育钻石裸石，GIA出具的是把钻石分为Premium或Standard的质量评估，不再分别给出颜色和净度等级；IGI仍出具完整4C分级。因此，只写“须有某两家实验室之一的报告”，已不能确定报告上的字段。对应本文件5.3.3。

A.6 英国广告标准局

2026年5月13日维持的裁定确认：可持续宣传无论本身是否准确，都不能替代披露钻石是实验室培育的。对应本文件4.2。

A.7 印度IS 19469:2025

自2026年1月27日起施行。单独使用“diamond”只指天然钻石；培育钻石须使用全称，不得缩写；不得使用“eco-friendly”等用语。对应本文件5.1和6.1。

附录B（资料性）各平台适用要点

下列要点不点名任何方案，也不要求任何流量。

平台	要点
TikTok Shop	该平台已要求裸钻附GIA或IGI报告。补充：直播中展示的证书应完整，编号清晰，并引导观众自行查询；同时做可持续声明的，应在画面中写明有证据的具体方面
Amazon Live	该平台的商品规则已禁止未加限定的“eco-friendly”“sustainable”。补充：商品页的可持续字段填写方案名称、带边界的指标或维度型说明，不填形容词；直播口述与字段一致
抖音	可持续声明以画面文字呈现，含声明类型、证据来源和核验入口，不只靠口述
天猫、淘宝直播	直播中的可持续声明与商品页的材质、证书字段绑定；在发布环节填写证据来源类型
京东	平台若已对4C设有品质标识，可延伸到可持续声明：已提供证据来源的声明有标识，未提供的没有

上述平台规则以各平台现行规则为准。

附录C（规范性）核查项与记录格式

C.1 核查项

平台巡检、商家自查和第三方核查按下表逐项判定，结果为“符合”“不符合”或“无法核查”。

编号	条款	核查对象	判定为符合的条件
OMS-01	5.1	标题、详情页首屏、口播、画面文字	培育钻石均带紧邻商品名称的限定词，无缩写替代
OMS-02	5.2	标题、口播	未出现5.2列举的禁用表述
OMS-03	5.3.1	详情页、口播	主石4C四项完整披露
OMS-04	5.3.2、5.3.3	详情页首屏	载明报告出具机构、编号、查询入口和分级方法
OMS-05	5.3.4	直播回放	展示的证书完整，编号可读
OMS-06	5.4	标题、口播	仿钻使用真实材料名称，并说明不是钻石
OMS-07	6.1、6.4	标题、详情页、口播、短视频	未出现笼统可持续声明和禁用话术
OMS-08	6.2	每一条可持续声明	采用三种形式之一，含内容、来源和核验入口
OMS-09	6.3	每一条可持续声明	声明范围未超出证据范围，证据在有效期内
OMS-10	8.1	口播与详情页	口述的可持续声明在详情页有对应的证据来源
OMS-11	9.1	直播回放	未出现9.1列举的话术
OMS-12	9.2	直播回放	每一条可持续口述声明同时满足9.2中至少一项
OMS-13	9.3	直播回放	商业合作关系有持续披露

C.2 记录格式

每一条核查记录至少包括：平台、店铺或直播间名称、日期和时间戳、核查项编号、声明原文、证据来源类型、核查结果、留存文件及其SHA-256值。

附录D（资料性）发布机构的利益说明

D.1 AIDI发布本文件，同时也做位于本文件所述体系之中的工具。AIDI信任指数免费，被收录的公司不申请、不提交、不付费；十月刊中，500家公司里有124家至少有一项经独立第三方核实的产品事实。

D.2 GDCS证书是商业产品，由Intelligent Diamond International Inc.经AIDI许可运营。一张GDCS证书同时载明4C和生产企业在五个方面的可持续等级：环境、劳工与人权、社区、治理与合规、供应链可追溯；每个方面标明数据类型（第三方检测、供应链文件、企业自述或现场审核）。它可以作为满足6.2的一种方式，但不是唯一方式。

D.3 截至本文件发布，GDCS等级规则尚未发布，尚未出具任何GDCS证书，价格申请时报价。

D.4 本文件不要求任何平台在推荐、排序、流量或标识上偏向GDCS或任何其他方案。任何有公开方法、可凭编号查询的独立第三方方案，满足7.2的条件相同。我们会在自己的文件里尽力介绍自己的产品，但不会请别人为此倾斜规则。

D.5 GDCS证书是补充信息，不是合规通行证，不转移商家对自身声明的法律责任。某一方面得到核实，只说明这一方面，不说明整件商品可持续。