

运城市市场监督管理局文件

运市监网监〔2024〕1号

运城市市场监督管理局关于印发 《运城市网络直播营销活动合规指引》的 通知

各县（市、区）市场监管局、运城开发区分局：

为规范网络直播营销活动，保障消费者合法权益，维护公平竞争的市场秩序，促进网络直播营销行业健康发展，进一步推进网络平台企业落实对平台内经营者直播营销活动的管理责任，市局制定了《运城市网络直播营销活动合规指引》，现印发给你们，供在网络监管工作中参考。请各单位加强宣传，指导相关市场主体依法落实自身责任，进一步加强网络直播营销

活动合规管理，维护健康有序的直播营销市场环境。

运城市市场监督管理局

2024年3月11日

(公开属性：主动公开)



运城市网络直播营销活动合规指引

一、编制目的

为规范网络直播营销活动，保障消费者合法权益，维护公平竞争的市场秩序，促进网络直播营销行业健康发展，根据《中华人民共和国电子商务法》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国价格法》等法律法规和《网络交易监督管理办法》、《网络直播营销管理办法（试行）》、《互联网广告管理办法》等规定，制定本指引。

二、适用范围及定义

（一）适用范围

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，应当遵守本指引内容。

从事网络直播营销活动，属于《中华人民共和国电子商务法》规定的“电子商务平台经营者”或“平台内经营者”定义的市场主体，应当依法履行相应的责任和义务。

网络平台为采用网络直播方式销售商品或提供服务的经营

者提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或多方独立开展交易活动的，特别是网络平台开放网络直播推广服务经营者入驻功能、为采用网络直播方式推广商品或服务的经营者提供直播技术服务的，应按照《电子商务法》规定履行电子商务平台经营者的责任和义务。

（二）相关定义

1. 本指引所称的网络直播营销活动是指通过互联网站、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推销商品或服务的商业活动。

2. 本指引清单所称直播营销平台，是指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. 本指引清单所称直播间运营者，是指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。

4. 本指引清单所称直播营销人员，是指在网络直播营销中直接向社会公众开展营销的个人。

5. 本指引清单所称直播营销人员服务机构，是指为直播营销人员从事网络直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构。

三、编制依据

《中华人民共和国电子商务法》

《中华人民共和国广告法》

《中华人民共和国产品质量法》

《中华人民共和国食品安全法》

《中华人民共和国商标法》

《中华人民共和国专利法》

《中华人民共和国反不正当竞争法》

《中华人民共和国价格法》

《野生动物保护法》

《网络交易监督管理办法》

《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》

《互联网广告管理办法》

《电子烟管理办法》

《网络直播营销管理办法（试行）》

《网络直播营销行为规范》

《规范促销行为暂行规定》

《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》

四、合规指引清单

(一) 法定原则和总体要求

序号	主体	指引内容	相关依据
1	网络直播营销活动参与各方	电子商务经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德，公平参与市场竞争，履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务，承担产品和服务质量责任，接受政府和社会的监督。	《电子商务法》
		网络交易经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信原则，遵守法律、法规、规章和商业道德、公序良俗，公平参与市场竞争，认真履行法定义务，积极承担主体责任，接受社会各界监督。	《网络交易监督管理办法》
		从事网络直播营销活动，应当遵守法律法规，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。	《网络直播营销管理办法（试行）》

序号	主体	指引内容	相关依据
1	网络直播营销活动参与各方	<p>网络直播营销活动应当认真遵守国家法律、法规，坚持正确导向、诚实守信、信息真实、公平竞争原则，活动内容符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。</p> <p>鼓励网络直播营销平台经营者积极参与行业自律，共同推进网络直播营销活动社会共治。</p>	《网络直播营销行为规范》

(二) 一般规定

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
2	网络直播营销活动参与各方	登记	电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。	《电子商务法》
			<p>网络交易经营者不得违反法律、法规、国务院规定的规定，从事无证无照经营。除《中华人民共和国电子商务法》第十条规定的不需要进行登记的情形外，网络交易经营者应当依法办理市场主体登记。</p>	《网络交易监督管理办法》
			登记事项：营业执照	

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
3	网络直播营销活动参与各方	许可	<p>电子商务经营者从事经营活动，依法需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可。</p> <p>许可事项：</p> <p>1. ICP（电信增值业务经营许可）。是指经营性互联网信息服务，如收费的网站、广告收费、付费注册、付费下载等一系列经营性付费的信息服务。</p> <p>2. EDI（电信增值业务经营许可）。是指“在线数据处理与交易业务”，一般针对存在第三方商家入驻的互联网交易平台。</p> <p>3. 相应的行政许可。</p> <p>食品：食品经营许可证（餐饮许可证）；</p> <p>医疗器械：医疗器械经营许可（备案）证、互联网药品交易服务资格证；</p> <p>出版物：出版物经营许可证；</p>	《电子商务法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
3	网络直播营销活动参与各方	许可	<p>音像制品：音像制品经营许可证；</p> <p>化妆品：化妆品卫生许可证；</p> <p>医美机构入驻直播平台：医疗机构执业许可证。</p>	《电子商务法》
4	网络直播营销活动参与各方	公示	<p>电子商务经营者应当在其首页显著位置，持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息、属于依照本法第十条规定的不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识。</p> <p>前款规定的信息发生变更的，电子商务经营者应当及时更新公示信息。</p>	《电子商务法》
			<p>网络交易经营者应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示经营者主体信息或者该信息的链接标识。</p>	《网络交易监督管理办法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
4	网络直播营销活动参与各方	公示	<p>已经办理市场主体登记的网络交易经营者应当如实公示下列营业执照信息以及与其经营业务有关的行政许可等信息，或者该信息的链接标识：</p> <p>（一）企业应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、企业类型、法定代表人（负责人）、住所、注册资本（出资额）等信息；</p> <p>（二）个体工商户应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、经营者姓名、经营场所、组成形式等信息；</p> <p>（三）农民专业合作社、农民专业合作社联合社应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、法定代表人、住所、成员出资总额等信息。</p> <p>网络交易经营者公示的信息发生变更的，应当在十个工作日内完成更新公示。</p>	《网络交易监督管理办法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
4	网络直播营销活动参与各方	公示	<p>通过网络直播等网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者，应当以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息，或者上述信息的链接标识。</p>	《网络直播营销管理办法（试行）》
5	网络直播营销活动参与各方	竞争行为	<p>网络交易经营者不得违反《中华人民共和国反不正当竞争法》等规定，实施扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者或者消费者合法权益的不正当竞争行为。</p> <p>网络交易经营者不得以以下方式，作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者：</p> <p>（一）虚构交易、编造用户评价；</p> <p>（二）采用误导性展示等方式，将好评前置、差评后置，或者不显著区分不同商品或者服务的评价等；</p> <p>（三）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销；</p>	《反不正当竞争法》、《网络交易监督管理办法》、《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
5	网络直播营销活动参与各方	竞争行为	<p>(四) 虚构点击量、关注度等流量数据，以及虚构点赞、打赏等交易互动数据。</p> <p>网络交易经营者不得实施混淆行为，引人误认为是他人商品、服务或者与他人存在特定联系。</p> <p>网络交易经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。</p> <p>不得利用刷单、炒信等流量造假方式虚构或篡改交易数据和用户评价；不得进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。</p>	《反不正当竞争法》、《网络交易监督管理办法》、《网络直播营销行为规范》
6	网络直播营销活动参与各方	信息发布	<p>网络直播营销活动中所发布的信息不得包含以下内容：</p> <p>(一) 反对宪法所确定的基本原则及违反国家法律、法规禁止性规定的；</p> <p>(二) 损害国家主权、统一和领土完整的；</p> <p>(三) 危害国家安全、</p>	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
6	网络直播营销活动参与各方	信息发布	<p>泄露国家秘密以及损害国家荣誉和利益的；</p> <p>（四）含有民族、种族、宗教、性别歧视的；</p> <p>（五）散布谣言等扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；</p> <p>（六）淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力或者教唆犯罪的；</p> <p>（七）侮辱、诽谤、恐吓、涉及他人隐私等侵害他人合法权益的；</p> <p>（八）危害未成年人身心健康的；</p> <p>（九）其他危害社会公德或者民族优秀传统文化的。</p>	《网络直播营销行为规范》
7	网络直播营销活动参与各方	禁限售商品	<p>禁止以网络直播形式推销或者提供下列商品和服务：</p> <p>（一）国家明令淘汰并停止销售的商品和失效、变质的商品；</p> <p>（二）不符合保障人体健康和人身、财产安全的强制性国家标准的商品或服务；</p> <p>（三）无质量检验合格证明或者无中文标明产品名称、</p>	《产品质量法》、《网络交易监督管理办法》、《野生动物保护法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
7	网络直播营销活动参与各方	禁限售商品	<p>生产厂厂名和厂址的商品；</p> <p>（四）依法应当取得许可、备案或者强制性认证而未取得的商品；</p> <p>（五）损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品或服务；</p> <p>（六）不符合环境保护要求的商品或服务，野生动物及其制品；</p> <p>（七）侵犯他人知识产权的商品或服务；</p> <p>（八）烟草制品（含电子烟）；</p> <p>（九）法律、行政法规禁止网上交易的其他商品或服务。</p>	<p>《产品质量法》、《网络交易监督管理办法》、《野生动物保护法》、《电子烟管理办法》</p>
8	网络直播营销活动参与各方	广告行为	<p>在网络直播营销活动中发布法律、行政法规规定应进行发布前审查的广告，应严格遵守广告审查有关规定。未经审查不得发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品和特殊医学用途配方食品等法律、行政法规规定应当进行发布前审查的广告。</p>	<p>《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》、《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》</p>

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
8	网络直播营销活动参与各方	广告行为	<p>在网络直播营销中发布商业广告的，应当严格遵守《中华人民共和国广告法》的各项规定。</p>	<p>《网络直播营销行为规范》</p>
			<p>平台内经营者、直播间运营者、主播等在网络直播营销活动中发布广告，应当按照《广告法》的规定严格审核把关。</p> <p>一、广告中不得出现下列情形：</p> <p>（一）使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽；</p> <p>（二）使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象；</p> <p>（三）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；</p> <p>（四）损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；</p> <p>（五）妨碍社会安定，损害社会公共利益；</p> <p>（六）危害人身、财产安全，泄露个人隐私；</p>	<p>《广告法》、《电子烟管理办法》</p>

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
8	网络直播营销活动参与各方	广告行为	<p>(七) 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚;</p> <p>(八) 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容;</p> <p>(九) 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容;</p> <p>(十) 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护;</p> <p>二、禁止发布烟草(含电子烟)广告;</p> <p>三、发布食品、化妆品、生活美容等商品或服务广告,不得涉及疾病治疗功能,不得使用医疗用语或者易使推销的商品和服务与药品、医疗器械及医疗服务相混淆的用语;</p> <p>四、发布金融投资广告,应当明示风险及责任承担并作合理提示或警示,不得对未来效果、收益等情况作出保证性承诺;</p> <p>五、发布教育培训广告,不得对效果作出明示或者暗</p>	《广告法》、《电子烟管理办法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
8	网络直播营销活动参与各方	广告行为	<p>示的保证性承诺，不得利用教育机构、受益者等名义或者形象作推荐、证明；</p> <p>六、发布酒类广告，不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒，不得出现饮酒的动作；</p> <p>七、发布房地产广告，房源信息应当真实，不得含有升值或者投资回报的承诺，不得对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件作误导宣传；</p> <p>八、发布农作物种子、种畜禽、水产苗种和种养殖等广告，不得含有表示功效的断言或者保证，不得对经济效益作保证性承诺，不得利用科研单位、用户等名义或者形象作推荐、证明；</p> <p>九、处方药、声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品等法律、行政法规禁止在大众传播媒介发布广告的商品或服务。</p>	《广告法》、《电子烟管理办法》

(三) 行为规范事项

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
9	直播营销平台	主体责任	<p>网络平台为采用网络直播方式销售商品或提供服务的经营者提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或多方独立开展交易活动的，特别是网络平台开放网络直播推广服务经营者入驻功能、为采用网络直播方式推广商品或服务的经营者提供直播技术服务的，应当按照《电子商务法》规定履行电子商务平台经营者的责任和义务。</p>	<p>《电子商务法》、《市场监管总局关于加强网络直播营销活动的指导意见》</p>
10	直播营销平台	备案许可	<p>应当依法依规履行备案手续，并按照有关规定开展安全评估。</p> <p>从事网络直播营销活动，依法需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可。</p> <p>(详见第3项)</p>	<p>《网络直播营销管理办法(试行)》</p>

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
11	直播营销平台	健全规则	<p>应当建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施。</p> <p>应当依据相关法律法规和国家有关规定，制定并公开网络直播营销管理规则、平台公约。</p>	《网络直播营销管理办法（试行）》
			<p>网络直播营销平台经营者应当在以下方面建立、健全和执行平台规则：</p> <p>（一）建立入驻主体服务协议与规则，明确网络直播营销行为规范、消费者权益保护、知识产权保护等方面的权利和义务；</p> <p>（二）制定在本平台内禁止推销的商品或服务目录及相应规则；</p> <p>（三）建立商家、主播信用评价奖惩等信用管理体系，强化商家、主播的合规守信意识；</p>	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
11	直播营销平台	健全规则	<p>(四) 完善商品和服务交易信息保存制度, 依法保存网络直播营销交易相关内容;</p> <p>(五) 完善平台间的争议处理衔接机制, 依法为消费者做好信息支持, 积极协助消费者维护合法权益;</p> <p>(六) 建立健全知识产权保护规则, 完善知识产权投诉处理机制;</p> <p>(七) 建立便捷的投诉、举报机制, 公开投诉、举报方式等信息, 及时处理投诉、举报;</p> <p>(八) 有利于网络直播营销活动健康发展的其他规则。</p>	《网络直播营销行为规范》
12	直播营销平台	相关义务	应当与直播营销人员服务机构、直播间运营者签订协议, 要求其规范直播营销人员招募、培训、管理流程, 履行对直播营销内容、商品和服务的真实性、合法性审核义务。	《网络直播营销管理办法(试行)》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
12	直播营销平台	相关义务	应当制定直播营销商品和服务负面目录，列明法律法规规定的禁止生产销售、禁止网络交易、禁止商业推销宣传以及不适宜以直播形式营销的商品和服务类别。	《网络直播营销管理办法（试行）》
			应当建立健全风险识别模型，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、暂停直播等措施。直播营销平台应当以显著方式警示用户平台外私下交易等行为的风险。	
			建立和实施互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。依法对网络直播营销活动的信息进行保存。利用算法推荐等方式发布广告的，应当将其算法推荐服务相关规则、广告投放记录等记入广告档案。	《互联网广告管理办法》
13	直播营销平台	交易信息保存	对网络交易活动的直播视频保存时间自直播结束之日起不少于三年；对平台内经营者身份信息的保存时间自其退出平台之日起不少于三年；对商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年。	《网络交易监督管理办法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
14	直播营销平台	身份信息核验审查	应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并至少每六个月核验更新一次。	《网络交易监督管理办法》
15	直播营销平台	提醒登记	应当提示直播间运营者依法办理市场主体登记或税务登记，如实申报收入，依法履行纳税义务，并依法享受税收优惠。	《电子商务法》
16	直播营销平台	法定责任	应当建立直播营销人员真实身份动态核验机制，在直播前核验所有直播营销人员身份信息，对与真实身份信息不符或按照国家有关规定不得从事网络直播发布的，不得为其提供直播发布服务。	《网络直播营销管理办法（试行）》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
17	直播营销平台	内部规范管理	<p>电商平台类的网络直播营销平台经营者，应当加强对入驻本平台内的商家主体资质规范，督促商家依法公示营业执照、与其经营业务有关的行政许可等信息。</p> <p>内容平台类的网络直播营销平台经营者应当加强对入驻本平台的商家、主播交易行为规范，防止主播采取链接跳转等方式，诱导用户进行线下交易。</p> <p>社交平台类的网络直播营销平台经营者应当规范内部交易秩序，禁止主播诱导用户绕过合法交易程序在社交群组进行线下交易。</p> <p>社交平台类的网络直播营销平台经营者，应当采取措施防范主播利用社交群组进行淫秽色情表演、传销、赌博、毒品交易等违法犯罪以及违反网络内容生态治理规定的行为。</p>	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
18	直播营销平台	不得限制经营	<p>不得违反《中华人民共和国电子商务法》第三十五条的规定，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件，干涉平台内经营者的自主经营。</p> <p>具体包括：</p> <p>（一）通过搜索降权、下架商品、限制经营、屏蔽店铺、提高服务收费等方式，禁止或者限制平台内经营者自主选择在多个平台开展经营活动，或者利用不正当手段限制其仅在特定平台开展经营活动；</p> <p>（二）禁止或者限制平台内经营者自主选择快递物流等交易辅助服务提供者；</p> <p>（三）其他干涉平台内经营者自主经营的行为。</p>	《网络交易监督管理办法》
19	直播营销平台	广告和宣传行为	直播营销平台提供付费引流等服务，对网络直播营销进行宣传、推广，构成商业广告的，应当履行广告发布者或者	《网络直播营销管理办法（试行）》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
19	直播平台	广告和宣传行为	<p>广告经营者的责任和义务。</p> <p>直播营销平台不得为直播间运营者、直播营销人员虚假或者引人误解的商业宣传提供帮助、便利条件。</p>	《网络直播营销管理办法（试行）》
20	直播平台	黑名单制度	<p>直播营销平台应当建立黑名单制度，将严重违法违规的直播营销人员及因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单，并向有关主管部门报告。</p>	《网络直播营销管理办法（试行）》
21	直播平台	商品检查监控	<p>直播营销平台应当对平台内经营者及其发布的商品或者服务信息建立检查监控制度。发现平台内的商品或者服务信息有违反市场监督管理法律、法规、规章，损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的，应当依法采取必要的处置措施，保存有关记录，并向平台住所地县级以上市场监督管理部门报告。</p>	《网络交易监督管理办法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
22	直播营销平台	协助维权	消费者通过直播间内链接、二维码等方式跳转到其他平台购买商品或者接受服务，发生争议时，相关直播营销平台应当积极协助消费者维护合法权益，提供必要的证据等支持。	《电子商务法》
23	直播营销平台	消费争议解决	直播营销平台应当建立便捷、有效的投诉、举报机制，公开投诉、举报方式等信息，及时受理并处理投诉、举报。	《电子商务法》
24	直播间运营者	法律责任	通过网络直播销售商品或提供服务，应按照《电子商务法》、《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》、《产品质量法》、《食品安全法》、《广告法》、《价格法》、《商标法》、《专利法》等相关法律规定，履行相应的责任和义务。	《市场监管总局关于加强网络直播营销活动的指导意见》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
25	直播间运营者	竞争和广告行为	<p>自然人、法人或其他组织采用网络直播方式对商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作宣传，应当真实、合法，符合《反不正当竞争法》有关规定。直播内容构成商业广告的，应按照《广告法》规定履行广告发布者、广告经营者或广告代言人的责任和义务。</p>	《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》
26	直播间运营者	规范选品	<p>电子商务经营者销售的商品或者提供的服务应当符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求，不得销售或者提供法律、行政法规禁止交易的商品或者服务。</p> <p>直播间运营者应当对商品和服务供应商的身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息进行核验，并留存相关记录备查。</p> <p>直播营销服务机构、直播间运营者应当配备货品品质管理人员，对供应商及直播营销商品采取必要的管理措施。建</p>	《电子商务法》 《网络直播营销管理办法（试行）》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
26	直播间运营者	规范选品	立完善的选品流程，包括对供应商和直播商品的资质审查、样品测评、抽样检测，从源头上规范对直播营销商品的选品、品控。	《电子商务法》《网络直播营销管理办法（试行）》
27	直播间运营者	信息发布	<p>发布的产品、服务信息，应当真实、科学、准确，不得进行虚假宣传，欺骗、误导消费者。涉及产品、服务标准的，应当与相关国家标准、行业团体标准相一致，保障消费者的知情权。</p> <p>商家营销商品和服务的信息属于商业广告的，应当符合《中华人民共和国广告法》的各项规定。</p>	《网络直播营销行为规范》
28	直播间运营者	谨慎搭售	以直接捆绑或者提供多种可选项方式向消费者搭售商品或者服务的，应当以显著方式提醒消费者注意。提供多种可选项方式的，不得将搭售商品或者服务的任何选项设定为消费者默认同意，不得将消费者以往交易中选择的选项在后续独立交易中设定为消费者默认选择。	《网络交易监督管理办法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
29	直播间运营者	不合理规定	<p>向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明等的，应当以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明，不得作出含有下列内容的规定：</p> <p>（一）免除或者部分免除网络交易经营者对其所提供的商品或者服务应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用、赔偿损失等责任；</p> <p>（二）排除或者限制消费者提出修理、更换、退货、赔偿损失以及获得违约金和其他合理赔偿的权利；</p> <p>（三）排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利；</p> <p>（四）排除或者限制消费者依法变更或者解除合同的权力；</p>	《网络交易监督管理办法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
29	直播间运营者	不合理规定	<p>(五) 规定网络交易经营者单方享有解释权或者最终解释权;</p> <p>(六) 其他对消费者不公平、不合理的规定。</p>	《网络交易监督管理办法》
30	直播间运营者	产品质量	<p>平台内经营者应当遵守《产品质量法》的规定，确保直播销售的商品符合产品注明采用的产品标准，不得伪造或者冒用认证标志等质量标志，不得掺杂掺假、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品、伪造产品的产地、伪造或者冒用他人厂名、厂址。</p> <p>平台内经营者应当建立并执行进货检查验收制度，验明产品合格证明和其他标识，所销售产品或者其包装上的标识必须真实，并根据国家有关规定规范标注。</p>	《中华人民共和国产品质量法》
31	直播间运营者	食品安全	<p>平台内经营者应当遵守《食品安全法》的规定，不得销售不符合法律法规和食品安全标准的食品，确保食品安全。</p>	《中华人民共和国食品安全法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
31	直播间运营者	食品安全	通过网络直播销售的食品有保鲜、保温等特殊贮存条件要求的，应当采取能够保证食品安全的贮存、运输措施，或者委托具备相应贮存、运输能力的企业贮存、配送。	《中华人民共和国食品安全法》
32	直播间运营者 / 直播营销人员	特别规定	直播营销人员或者直播间运营者为自然人的，应当年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为直播营销人员或者直播间运营者的，应当经监护人同意。	《网络直播营销管理办法（试行）》
33	直播间运营者 / 直播营销人员	信息发布	直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动，应当遵守法律法规和国家有关规定，遵循社会公序良俗，真实、准确、全面地发布商品或服务信息，不得有下列行为： （一）违反《网络信息内容生态治理规定》第六条、第七条规定的； （二）发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户；	《网络直播营销管理办法（试行）》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
33	直播间运营者 / 直播营销人员	信息发布	<p>(三) 营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品；</p> <p>(四) 虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假；</p> <p>(五) 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；</p> <p>(六) 骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益；</p> <p>(七) 传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等；</p> <p>(八) 其他违反国家法律法规和有关规定的行为。</p>	《网络直播营销管理办法（试行）》
34	直播间运营者 / 直播营销人员	知识产权保护	<p>从事网络直播营销活动，应当符合《商标法》、《专利法》等的规定，不得销售侵犯他人知识产权或假冒知识产权的商品或者提供侵犯他人知识产权或假冒知识产权的服务，不得发布侵犯他人知识产权或假冒知识产权的商品和服务信息。</p>	《商标法》 《专利法》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
35	直播间运营者 / 直播营销人员	广告行为	发布的直播内容构成商业广告的，应当履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的责任和义务。	《网络直播营销管理办法（试行）》
36	直播间运营者 / 直播营销人员	重点环节	<p>应当加强直播间管理，在下列重点环节的设置应当符合法律法规和国家有关规定，不得含有违法和不良信息，不得以暗示等方式误导用户：</p> <p>（一）直播间运营者账号名称、头像、简介；</p> <p>（二）直播间标题、封面；</p> <p>（三）直播间布景、道具、商品展示；</p> <p>（四）直播营销人员着装、形象；</p> <p>（五）其他易引起用户关注的重点环节。</p>	《网络直播营销管理办法（试行）》
37	直播间运营者 / 直播营销人员	保护消费者合法权益	应当依法保障消费者合法权益，积极履行自身作出的承诺，依法提供退换货保障等售后服务。	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
37	直播间运营者 / 直播营销人员	保护消费者合法权益	应当依法依规履行消费者权益保护责任和义务，不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求。	《网络直播营销行为规范》
38	直播间运营者 / 直播营销人员	明码标价	从事网络直播营销活动，应当符合《价格法》的规定，以消费者方便和有效获悉的形式进行明码标价，公开标示销售商品的品名、价格、计价单位，以及服务收费的服务项目、内容、价格、计价单位。规格、等级、产地等对商品和服务的价格形成有重要影响的因素，应当明确标示。	《价格法》
39	直播营销人员	基本素质	<p>应当了解与网络直播营销相关的基本知识，掌握一定的专业技能，树立法律意识。</p> <p>入驻网络直播营销平台，应提供真实有效的个人身份、联系方式等信息，信息若有变动，应及时更新并告知。</p> <p>不得违反法律、法规和国家有关规定，将其注册账号转让或出借给他人使用。</p>	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
40	直播营销人员	实名认证	<p>驻网络直播营销平台应当进行实名认证，前端呈现可以采用符合法律法规要求的昵称或者其他名称。</p> <p>主播设定直播账户名称、使用的主播头像与直播间封面图应符合法律和国家有关规定，不得含有违法及不良有害信息。</p>	《网络直播营销行为规范》
41	直播营销人员	直播间	<p>直播间及直播场所应当符合法律、法规和网络直播营销平台规则的要求，不得在下列场所进行直播：</p> <p>（一）涉及国家及公共安全的场所；</p> <p>（二）影响社会正常生产、生活秩序的场所；</p> <p>（三）影响他人正常生活的场所。</p> <p>直播间的设置、展示属于商业广告的，应当符合《中华人民共和国广告法》规定。</p>	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
42	直播营销人员	规范言行	<p>在直播营销中应坚持社会主义核心价值观，遵守社会公德，不得含有以下言行：</p> <p>（一）带动用户低俗氛围，引导场内低俗互动；</p> <p>（二）带有性暗示、性挑逗、低俗趣味的；</p> <p>（三）攻击、诋毁、侮辱、谩骂、骚扰他人的；</p> <p>（四）在直播活动中吸烟或者变相宣传烟草制品（含电子烟）的；</p> <p>（五）内容荒诞惊悚，以及易导致他人模仿的危险动作；</p> <p>（六）其他违反社会主义核心价值观和社会公德的行为。</p>	《网络直播营销行为规范》
43	直播营销人员	禁止私下引流	<p>在网络直播营销活动中不得损害商家、网络直播营销平台合法权益，不得以任何形式引流用户私下交易，或者从事其他谋取非法利益的行为。</p>	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
44	直播营销人员	禁止数据造假	向商家、网络直播营销平台等提供的营销数据应当真实，不得采取任何形式进行流量等数据造假，不得采取虚假购买和事后退货等方式骗取商家的佣金。	《网络直播营销行为规范》
45	直播营销人员 / 服务机构	特别规定	以服务机构名义进行直播活动的，服务机构应当对与自己签约的直播营销人员的网络直播营销行为负责。	《网络直播营销行为规范》
46	直播营销人员服务机构	签订协议	应当依法取得相应经营主体资质，按照平台规则与网络直播营销活动主体签订协议，明确各方权利义务。	《网络直播营销行为规范》
47	直播营销人员服务机构	主体责任	<p>服务机构与网络直播营销平台开展合作，应确保本机构以及本机构签约直播营销人员向合作平台提交的主体资质材料、登陆账号信息等真实、有效。</p> <p>应当建立健全内部管理规范，签约具备相应资质和能力的直播营销人员，并加强对签约直播营销人员的管理；开展</p>	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
47	直播营销人员服务机构	主体责任	<p>对签约直播营销人员基本素质、现场应急能力的培训，提升签约直播营销人员的业务能力和规则意识；督导签约直播营销人员加强对法律、法规、规章和有关规定及标准规范等的学习。</p> <p>应当与网络直播营销平台积极合作，落实合作协议与平台规则，对签约直播营销人员的内容发布进行事前规范、事中审核、违规行为事后及时处置，共同营造风清气正的网络直播营销活动内容生态。</p>	《网络直播营销行为规范》
48	直播营销人员服务机构	规范经营	<p>应当规范经营，不得出现下列行为：</p> <p>（一）获取不正当利益，如向签约直播营销人员进行不正当收费等；</p> <p>（二）未恰当履行与签约直播营销人员签署的合作协议，或因显失公平、附加不当条件等与签约主播产生纠纷，未妥善解决，造成恶劣影响；</p>	《网络直播营销行为规范》

序号	主体	事项	指引内容	相关依据
48	直播营销人员服务机构	规范经营	<p>(三) 违背承诺, 不守信经营, 如擅自退出已承诺参与的平台活动等;</p> <p>(四) 扰乱网络直播营销活动秩序, 如数据造假或作弊等;</p> <p>(五) 侵犯他人权益, 如不当使用他人权利、泄露他人信息、骗取他人财物、骚扰他人等;</p> <p>(六) 故意或者疏于管理, 导致实际参与网络直播营销活动的直播营销人员与该机构提交的直播营销人员账户身份信息不符。</p>	《网络直播营销行为规范》

五、网络直播营销活动参与各方违反法律、行政法规规定的, 由有关部门依法进行查处。

六、本指引由运城市市场监督管理局负责解释。

七、本指引与法律法规规定不一致的, 以法律法规规定的具体内容为准; 法律法规规定发生变化的, 以法律法规规定的具体内容为准。

抄送：驻局纪检监察组

运城市市场监督管理局办公室

2024年3月11日印发
