

上海市网络直播营销活动合规指引

(修订征求意见稿)

第一章 总 则

第一条 (目的与依据)

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，促进网络直播营销活动健康发展，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》（以下简称《电子商务法》《广告法》《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》《产品质量法》《食品安全法》《价格法》）等法律法规和《网络直播营销管理办法（试行）》《互联网广告管理办法》等国家相关部门对网络直播营销管理的有关规定，制定本指引。

第二条 (适用范围)

在本市开展的网络直播营销活动适用本指引。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。

本指引所称的直播营销平台，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。

本指引所称的平台内经营者，是指在直播营销平台上，通过网络直播形式销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

本指引所称的直播间运营者，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。

本指引所称的主播，是指在网络直播营销中直接向社会公众开展营销的直播营销人员。

本指引所称的主播服务机构，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。

第三条（总体要求）

从事网络直播营销活动，应当遵守国家相关法律法规，遵守国家网信办等部门制定的《网络直播营销管理办法（试行）》等有关规定，维护国家利益和社会公共利益，遵守商业道德，不得损害经营者和消费者的合法权益。

网络直播营销宣传构成商业广告的，应当符合《广告法》的规定，保证宣传内容真实、合法，以健康的表现形式表达，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。

第二章 直播营销平台合规要求

第四条（经营资质）

直播营销平台开展直播营销活动应当依法办理市场主体登记，取得相关行政许可或备案，并应按照规定开展安全评估。

直播营销平台应依法持续公示营业执照、相关行政许可或备案等信息，或者上述信息的链接标识。公示的营业执照、行政许可或备案等信息发生变更的，应当依法完成更新公示。

第五条（平台协议与规则）

直播营销平台应当根据相关法律法规，遵循公开、公平、公正的原则，制定网络直播营销管理规则协议、平台公约或社区规范等，明确账号及直播营销功能注册注销、直播营销行为规范、消费者权益保护、知识产权保护、个人信息保护、未成年人保护、数据安全、争议处理等方面的权利和义务。

直播营销平台应当依法公示网络直播营销管理规则协议、平台公约、社区规范等信息或者上述信息的链接标识，使直播间运营者、直播营销人员、消费者等相关主体能够便利、完整地阅览和下载。

直播营销平台修改上述规则协议、平台公约、社区规范时，应提供意见反馈渠道，采取合理措施确保消费者、平台内经营者、直播间运营者、主播等有关各方能够及时充分表达意见，对可能

影响消费者、平台内经营者、主播重大权益的内容应事先进行充分的风险评估，及时修改不公平、不合理内容。

第六条（直播营销管理制度）

直播营销平台应当设置与其经营规模、风险等级、管理水平、安全状况相适应的合规管理机构，配备与服务规模相适应的直播内容管理、审核人员，具备维护互联网直播内容安全的技术能力，制定的技术方案应符合国家相关标准。

直播营销平台应建立并实施直播营销账号注册审核管理、直播营销商品信息管理、直播营销行为管理、未成年人保护、消费者权益保护、投诉举报处理、网络和数据安全管理、违法行为制止及报告等管理制度。

第七条（平台管理责任）

直播营销平台在直播营销活动中，应当加强直播营销生态管理，依法履行平台管理责任。

（一）加强对直播营销信息内容的巡查管理，具备维护直播内容安全的技术能力，发现平台内销售禁售商品及其他违法违规营销信息的，应当及时采取处置措施，并依法向有关主管部门报告。

（二）加强对主播账号注册审核管理，强化对主播及其他参与直播人员的管理，将严重违法违规主播和因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单，及时公示黑名单供平台内经营者、直播间运营者、主播服务机构掌握。

（三）加强对直播营销商品信息管理，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；

（四）加强消费者权益保护，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，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。

（五）积极配合监管部门的监督检查，提供必要的文件、资料和数据等，确保相关信息和责任主体可追溯，为依法调查、检查活动提供技术支持和帮助。

第八条（广告管理责任）

直播营销平台应当采取措施防范、制止违法广告，并遵守下列规定：

（一）记录、保存利用其信息服务发布广告的用户真实身份信息，信息记录保存时间自信息服务提供行为终了之日起不少于三年；

（二）对利用其信息服务发布的广告内容进行监测、排查，发现违法广告的，应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开发布链接等必要措施予以制止，并保留相关记录；

（三）建立有效的投诉、举报受理和处置机制，设置便捷的投诉举报入口或者公布投诉举报方式，及时受理和处理投诉举报；

（四）不得以技术手段或者其他手段阻挠、妨碍市场监督管

理部门开展广告监测；

（五）配合市场监督管理部门调查互联网广告违法行为，并根据市场监督管理部门的要求，及时采取技术手段保存涉嫌违法广告的证据材料，如实提供相关广告发布者的真实身份信息、广告修改记录以及相关商品或者服务的交易信息等；

（六）依据服务协议和平台规则对利用其信息服务发布违法广告的用户采取警示、暂停或者终止服务等措施。

第九条（个人信息保护）

直播营销平台收集消费者个人信息应当遵守《中华人民共和国个人信息保护法》有关规定，遵循合法、正当、必要和诚信的原则，明示处理信息的目的、方式和范围，并依法征得消费者同意。不得从事违反法律法规、超出消费者同意范围或者与服务场景无关的消费者个人信息处理活动。

第十条（算法规范）

直播营销平台利用算法技术，需要遵守公平、公正、透明的原则，遵守法律、法规，尊重社会公德和基本的科学伦理，不得侵害公民基本权利以及企业合法权益。利用算法推荐等方式发布互联网广告的，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。

第十一条（信息保存）

直播营销平台应当依法对网络直播营销活动的直播视频进行保存，保存时间自直播结束之日起不少于三年。

第三章 直播营销相关经营主体合规要求

第十二条（平台内经营者）

平台内经营者通过直播销售商品或服务，应当遵守平台规则和合作协议，依法履行电子商务经营者责任。

（一）在网店首页显著位置持续公示营业执照信息、与经营业务有关的行政许可信息，并向消费者提供经营地址、售后服务等信息。

（二）规范商品或服务营销范围，不得通过网络直播销售法律法规禁止生产、销售的商品或服务。

（三）规范商品或服务销售页面管理，合法合规发布商品或服务信息。

（四）平台内经营者自行从事网络直播营销活动的，应当遵循本指引对直播间运营者及主播的合规要求。

通过自建网站、其他网络服务销售商品或提供服务的其他电子商务经营者自行从事网络直播营销活动的，应当遵循本指引对平台内经营者的合规要求。

第十三条（直播间运营者）

直播间运营者应当按照平台规则和合作协议，依法对直播营销活动进行规范建设、内容审核以及违规处置。

（一）不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不

合理排他性强制条款。

（二）建立直播商品的质量控制与合规管理机制，强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关。

（三）建立主播管理制度，做好直播监控，避免主播在直播中发生违法违规行为，建立主播资质考核评价机制。

（四）依法办理税务登记，依法履行纳税义务。

第十四条（主播）

主播在直播营销活动中，应当规范自身行为，履行与平台内经营者的约定，依法向公众推销商品或服务。

（一）主播为自然人的，应当年满十六周岁。十六周岁以上的未成年人申请成为主播的，应当经监护人同意。

（二）规范着装和用语，不得骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益。

（三）真实、准确、全面地发布商品或服务信息，避免误导消费者。在未取得平台内经营者同意的情况下，不应单方面作出超出法律法规规定的退款退货承诺。

（四）主播及其他参与直播的人员以自己的名义或形象对商品、服务作推荐、证明，构成广告代言人的，应当履行并承担广告代言人的法律责任和义务。

（五）主播直接和平台内经营者签订协议的，不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制条款，并且依法履行纳税义务。

第十五条（主播服务机构）

主播服务机构应当根据法律法规和协议开展对直播营销人员的招募、培训和管理的工作，履行信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护和依法纳税等义务。

第四章 商品或服务合规要求

第十六条（负面清单）

依据法律法规的规定，不得以网络直播形式推销或者提供下列商品或服务：

- （一）不符合保障人身、财产安全要求和环境保护要求的商品；
- （二）国家明令淘汰并停止销售、失效、变质的商品；
- （三）不符合强制性国家标准的商品，无质量检验合格证明或者无中文标明产品名称、生产厂厂名和厂址的商品；
- （四）损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品；
- （五）未依法取得相关行政许可、备案或者强制性认证的商品；
- （六）侵犯他人知识产权的商品；
- （七）疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品等国家实行特殊管理的药品以及国家药品监督管理部门发布的其他《网络禁售药品清单》

中的药品；

（八）烟草制品（含电子烟）、特殊医学用途配方食品中特定全营养配方食品；

（九）枪支、弹药、军火武器类商品，军用、警用等国家机关相关用品类商品，管制器具类商品等；

（十）色情、暴力、低俗类商品，赌博、博彩类商品或服务等；

（十一）法律法规禁止销售的动物、植物及相关制品，以及法律法规禁止使用的猎捕工具；

（十二）危险化学品；

（十三）海南离岛免税代购类商品或服务；

（十四）有关部门明令暂停进口的疫区商品；

（十五）法律、行政法规禁止网上交易的其他商品。

医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品等法律、行政法规规定应当事先进行广告发布审查的商品和服务，不适宜以网络直播形式营销。

第十七条（谨慎营销）

鲜活易腐等易因物流运输原因品质受损的食品、非标准化的食用类农产品，需谨慎开展网络直播营销，避免引发消费争议。

第十八条（跨境营销）

平台内经营者、直播间运营者、主播从事跨境零售进口商品直播营销，应当遵守进出口监督管理的法律、行政法规和国家有

关规定，经销商品应在财政部、国家发展改革委等部门公布的“跨境电子商务零售进口商品清单”范围内。应当以方便消费者认知的方式履行下列提醒告知义务：

（一）相关商品符合原产地有关质量、安全、卫生、环保、标识等标准或技术规范要求，但可能与我国标准存在差异，消费者自行承担相关风险。

（二）直接购自境外的商品可能无中文标签，消费者可通过网站查看商品中文电子标签，以便准确选购。

（三）消费者购买的商品仅限个人自用，不得再次销售。

第十九条（产品质量）

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。

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。

第二十条（食品安全）

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。

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。

第五章 直播营销行为合规要求

第二十一条（坚持正确导向）

平台内经营者、直播间运营者、主播及主播服务机构开展网络直播营销宣传，应当坚持正确导向，不得出现下列情形：

（一）损害国家的尊严或者利益，借党和国家重大活动从事违法违规商业营销宣传；

（二）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；

（三）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；

（四）散布谣言等妨碍社会安定，损害社会公共利益；

（五）妨碍社会公共秩序，违背社会良好风尚；

（六）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力或者教唆犯罪的内容；

（七）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；

（八）含有侮辱、诽谤、恐吓、涉及他人隐私等侵害他人合法权益的内容；

（九）含有危害未成年人身心健康，以及损害残疾人、老年

人合法权益的内容；

（十）宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品内容，诱导消费者超出合理需求购买商品；

（十一）法律、行政法规规定禁止的其他不良导向内容。

第二十二条（禁止恶意营销）

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动应当合法合规营利，不得开展恶意营销。不得借未成年人、患病或残障人士、孤寡老人等进行带货牟利，不得编造演绎虚假猎奇剧情进行欺诈销售，不得营造“卖惨”人设博取同情进行商品推广。

第二十三条（确保公平竞争）

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《反不正当竞争法》等的规定，不得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。

直播营销平台、直播间运营者和主播等不得利用服务协议、交易规则以及技术手段，对其他经营者在直播间的交易、交易价格等进行不合理限制或者附加不合理条件，或者向商家收取不合理费用。直播间运营者、主播应当遵循公平诚信原则，谨慎评估直播销售效果，向平台内经营者收取固定推广服务费（“坑位费”）和佣金的，应当规范合理。

直播间运营者和主播不得编造、传播虚假或者误导性信息，

损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

第二十四条（不得虚假宣传）

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《反不正当竞争法》的规定，不得对商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传欺骗、误导消费者，不得出现下列情形：

（一）虚构交易、编造用户评价；

（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服务的评价，带货商品与实际货品“图文不符”等；

（三）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销；

（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。

第二十五条（规范广告发布）

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，不得出现下列情形：

（一）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；

（二）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；

（三）发布教育培训广告，不得对效果作出明示或者暗示的保证性承诺，不得利用教育机构、受益者等名义或者形象作推荐、证明；

（四）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；

（五）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；

（六）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。

广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。

第二十六条（明码标价）

平台内经营者、直播间运营者、主播等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。

第二十七条（规范促销活动）

平台内经营者、直播间运营者、主播等开展网络直播营销促销活动时，促销活动有附加条件或者期限的，应当明确公示条件或者期限。促销活动有限量要求的，应当明示促销商品的具体数量，促销商品售完后，应当即时明示。以抽奖、附赠、积分换购等方式进行促销的，应当如实表示有奖销售信息、赠送物品的品名和数量或者换购的条件，奖品、赠品、换购的商品均应符合质量要求，不得给消费者造成损害。

平台内经营者、直播间运营者、主播等应当努力改进经营管理，降低经营成本，为消费者提供价格合理的商品和服务，并在市场竞争中获取合法利润。采用价格比较方式（如“打折”、“特价”等）开展促销活动的，应当明确标示或者通过其他方便消费者认知的方式表明被比较价格和销售价格，被比较价格应当真实准确，不得虚构“全网最低价”、“历史最低价”作为直播卖点。

第二十八条（保护知识产权）

平台内经营者、直播间运营者、主播等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的商品或者提供侵犯他人知识产权的服务，不得发布侵犯他人知识产权的商品和服务信息。

直播营销平台应当建立知识产权保护规则，与知识产权权利人加强合作，严格落实法律规定的“通知-删除”规则，知道或者应当知道平台内开展的直播营销活动侵犯他人知识产权，平台应当及时采取必要处置措施，并依法向负责知识产权执法的部门报

告。

第二十九条（保护未成年人）

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当建立健全未成年人保护机制，利用网络直播推销以不满十四周岁的未成年人为对象的商品或服务，不得劝诱其要求家长购买或者含有可能引发其模仿不安全行为的内容，不得无依据随意冠以“婴幼儿专用”、“儿童专用”等标识进行差别化宣传和高价销售，不得面向未成年人无底线营销含有色情、暴力、不良诱导内容的商品或服务，不得含有炫富拜金、奢靡享乐等危害未成年人身心健康的信息。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。

第三十条（保护老年人）

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当保证涉老产品或服务的质量和安全，维护老年人合法权益。利用网络直播推销以老年人为对象的商品或服务，不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布“神医”、“神药”等虚假医疗、药品、医疗器械、保健食品广告，不得发布以投资养老、以房养老等名义非法集资或者变相非法集资的违法广告。

第三十一条（保障消费者知情权和选择权）

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《消费者权益保护法》的规定，全面、真实、准确、及时地披露商品或服务信息，保障消费者享有知悉商品或服务的真实情况以及自主选择的权利，不得夸大或隐瞒与消费者有重大

利害关系的信息误导消费者。不得谎称“秒光”、“秒杀”虚构库存数据，制造紧俏稀缺的错觉，诱导消费者非理性消费，不得以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导消费者。

第三十二条（无理由退货）

平台内经营者应当依法落实网购商品七日无理由退货机制，及时处理消费者依法提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，不得故意拖延或者无理拒绝。

第三十三条（纠纷处置）

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当积极协助消费者维护合法权益，建立便捷、有效的投诉、举报和争议在线解决机制，公开投诉举报途径，及时妥善处理消费者对违法违规营销行为的投诉举报。

鼓励直播营销平台建立首问责任、先行赔付、在线纠纷解决等消费者权益争议快速处置制度，并公开先行赔付资金的使用细则或者说明。

第三十四条（损害赔偿）

平台内经营者销售商品或者提供服务造成消费者损害的，应当按照《消费者权益保护法》的规定承担经营者责任。直播营销平台以网络直播营销形式开展自营业务销售商品的，承担经营者责任。

直播间运营者知道或者应当知道平台内经营者提供的商品不

符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，仍为其推广，给消费者造成损害，直播间运营者与提供该商品的平台内经营者承担连带责任。

直播营销平台知道或者应当知道直播间运营者销售的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施，直播营销平台与直播间运营者承担连带责任。

直播间运营者销售商品损害消费者合法权益，直播营销平台不能提供直播间运营者的真实姓名、名称、地址和有效联系方式的，消费者可以依法向直播营销平台请求赔偿。

第六章 附 则

第三十五条（处罚实施）

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者、主播、主播服务机构违反法律、行政法规规定的，由有关部门依法进行查处。

第三十六条（指引解释）

本指引由上海市市场监督管理局负责解释，自发布之日起实施。