《网络直播营销活动合规指南》和《网络直播

营销活动负面清单》（征求意见稿）

网络直播营销活动合规指南

| 环节 | 主体 | 事项 | 合规内容 |
| --- | --- | --- | --- |
| 入驻环节 | 平台 | 许可要求 | 为网络营销活动提供直播服务的平台，依法需要取得食品经营许可证、网络文化经营许可证等相关行政许可的，应当依法取得行政许可后方可开展相关直播服务活动。 |
| 入驻环节 | 平台 | 运行保障 | 1.平台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；2.平台应当配备与服务规模相适应的直播内容管理专业人员，具备维护互联网直播内容安全的技术能力，技术方案应符合国家相关标准；3.平台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；4.平台应当与直播营销人员服务机构、主播签订协议，要求其规范主播招募、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；5.平台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；6.平台应当对主播进行基于身份证件信息、统一社会信用代码等真实身份信息认证，并依法依规向税务机关报送身份信息和其他涉税信息。平台应当采取必要措施保障处理的个人信息安全；7.平台应当加强新技术新应用新功能上线和使用管理，对利用人工智能、数字视觉、虚拟现实、语音合成等技术展示的虚拟形象从事网络直播营销的，应当按照有关规定进行安全评估，并以显著方式予以标识。 |
| 入驻环节 | 主播 | 入驻资格 | 主播应当年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为主播，应当经监护人同意。 |
| 入驻环节 | 主播 | 注意事项 | 1.主播入驻网络平台，应当进行实名认证，提供真实有效的主体身份、联系方式、相关行政许可等信息；2.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。信息若有变动，应及时更新并告知平台进行审核；3.提倡主播学习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。 |
| 入驻环节 | 直播营销人员服务机构 | 运行保障 | 服务机构应积极建立管理规则，规范主播招募、培训、管理流程。 |
| 入驻环节 | 供货商 | 质量保证 | 供应商应当保证产品质量，线上线下商品（含服务，下同）质量应当一致，及时向主播及平台提供真实有效的资质证明、产品质量合格证明等相关文件，当资质文件发生变化及时更新并告知主播及平台。 |
| 营销环节 | 平台 | 信息公示 | 1.平台应当加强对入驻本平台内主体的资质审核，督促其依法公示营业执照、与其经营业务有关的行政许可等信息；2.平台应当要求入住的主体提供真实、合法、有效的商标注册证明、品牌特许经营证明、品牌销售授权证明等文件。 |
| 营销环节 | 平台 | 网络生态 | 1.平台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；2.平台应当加强网络直播营销信息内容管理，开展信息发布审核和实时巡查，发现违反法律法规和服务协议的主播账号，视情节采取警示提醒、限制功能、暂停发布、注销账号、禁止重新注册等处置措施，同时保存记录并向有关主管部门报告；3.平台应当根据主播账号合规情况、关注和访问量、交易量和金额及其他指标维度，建立分级管理制度，根据级别确定服务范围及功能，对重点主播采取安排专人实时巡查、延长直播内容保存时间等措施；4.平台应当建立黑名单制度，将严重违法违规的主播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；5.倡导平台建立入驻主体、主播信用评价奖惩等信用管理体系，强化入驻主体、主播的合规守信意识；6.倡导平台建立健全风险识别模型，对高风险行为采取弹窗提示、违规警告、限制流量、阻断直播等措施。 |
| 营销环节 | 平台 | 身份核验 | 平台应当建立主播真实身份动态核验机制，在直播前核验所有主播身份信息，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。 |
| 营销环节 | 平台 | 广告宣传 | 1.平台提供付费导流等服务，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广告经营者的责任和义务；2.平台不得为主播虚假或者引人误解的商业宣传提供帮助、便利条件。 |
| 营销环节 | 平台 | 消费者权益保护 | 1.平台应当依法保障消费者的知情权和选择权，要求主播全面、真实、准确地披露商品信息；2.平台应当防范和制止违法广告、价格欺诈等侵害用户权益的行为，以显著方式警示消费者平台外私下交易等行为的风险；3.平台应当依法依约积极兑现售后承诺，建立健全消费者保护机制，保护消费者的合法权益；4.平台应当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；5.平台应当加强对珠宝等贵重物品交易审核。 |
| 营销环节 | 平台 | 食品安全 | 平台应当对食品相关入驻主体、商品进行重点关注，执行食品安全管理制度，强化食品安全保障义务，提高食品溯源能力，严防重大食品安全问题。 |
| 营销环节 | 平台 | 交易管理 | 1.平台应当完善商品交易信息保存制度，依法保存交易相关内容；2.平台应当规范内部交易秩序，加强直播间内链接、二维码等跳转服务的信息安全管理，防范信息安全风险，禁止主播诱导消费者绕过合法交易程序进行线下交易。 |
| 营销环节 | 平台 | 重点人群保护 | 1.平台应当建立健全未成年人保护机制，注重保护未成年人身心健康。包含可能影响未成年人身心健康内容的，平台应当在信息展示前以显著方式作出提示；2.倡导平台加强老年人网络权益保障，对以老年人为消费主要群体的带货行为实行严格巡查。 |
| 营销环节 | 平台 | 个人信息保护 | 平台应当履行网络安全与个人信息保护等方面的义务，在确保消费者知情的前提下，以“最小必要”原则依法收集、使用个人信息。 |
| 营销环节 | 直播场所 | 环境要求 | 直播场所应当符合法律法规和网络平台规则的要求；不得涉及国家及公共安全；不得影响社会正常生产、生活秩序和他人正常生活，应与主播在营销活动中表述的场景一致，不得以虚假场景诱骗交易。直播场所对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，不得误导消费者：1.主播账号名称、头像、简介；2.直播间标题、封面；3.直播间布景、道具、商品展示；4.主播着装、形象；5.其他易引起消费者关注的重点环节。 |
| 营销环节 | 主播 | 禁止信息 | 主播在营销活动中不得发布含有以下内容的违法信息：1.反对宪法所确定的基本原则的；2.危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；3.损害国家荣誉和利益的；4.歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，以侮辱、诽谤或者其他方式侵害英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉的；5.宣扬恐怖主义、极端主义或者煽动实施恐怖活动、极端主义活动的；6.煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；7.破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；8.散布谣言，扰乱经济秩序和社会秩序的；9.散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；10.侮辱或者诽谤他人，侵害他人名誉、隐私和其他合法权益的；11.法律、行政法规禁止的其他内容。 |
| 营销环节 | 主播 | 避免信息 | 主播在营销活动中应当避免发布含有以下内容的不良信息：1.使用夸张标题，内容与标题严重不符的；2.炒作绯闻、丑闻、劣迹等的；3.不当评述自然灾害、重大事故等灾难的；4.带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想的；5.展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适的；6.煽动人群歧视、地域歧视等的；7.宣扬低俗、庸俗、媚俗内容的；8.可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等的；9.其他对网络生态造成不良影响的内容。 |
| 营销环节 | 主播 | 禁止行为 | 主播在营销活动中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：1.发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户；2.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；3.虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假；4.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；5.骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益；6.传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等；7.其他违反国家法律法规和有关规定的行为。 |
| 营销环节 | 主播 | 营销范围 | 1.网络营销活动销售的商品应当合法，符合网络平台规则规定，不应侵害平台及任何第三方的合法权益；2.网络直播带货的商品应当是法律法规允许销售、流通的商品，对销售资质、存储运输、使用条件等方面有严格要求的特殊食品、药品、医疗器械、有毒有害物品、易燃易爆物品等商品不得销售。 |
| 营销环节 | 主播 | 质量保证 | 1.主播应当对商品供应商的身份、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；2.主播应当依法或按照平台规则与供货商订立合同，明确各自的权利义务；3.主播应当保证商品来源可靠、质量合格，不得销售“三无”产品、伪劣产品。 |
| 营销环节 | 主播 | 合作保障 | 主播与直播营销人员服务机构合作开展商业合作的，应当与直播营销人员服务机构签订书面协议，明确信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护等义务并督促履行。 |
| 营销环节 | 主播 | 广告责任 | 主播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，并不得发布下列广告：1.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但未经审查的广告；2.含有虚假内容的广告；3.使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等绝对化用语的广告；4.其他《广告法》等法律法规禁止发布的广告。 |
| 营销环节 | 主播 | 公平竞争 | 1.主播不得利用虚假的或者使人误解的价格手段诱骗交易；2.商品应当按照规定明码标价，不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用；3.主播对商品的性能、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、科学、准确，不得对商品进行虚假宣传；4.主播应当依据平台服务协议做好语音和视频连线、评论、弹幕等互动内容的实时管理，不得以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导消费者；5.主播不得利用刷单、炒信等流量造假方式虚构或篡改交易数据和用户评价；6.主播不得通过利用算法操纵中奖概率、中奖结果、中奖人员等欺骗方式进行有奖销售。 |
| 营销环节 | 主播 | 消费者权益保护 | 1.主播在直播活动中做出的承诺，应当遵守法律法规，遵循平台规则，符合其与商家的约定，保障消费者合法权益；2.按照相关规定，通过产品标签、消费提示等方式充分告知消费者商品的产地、成分、生产日期、保质期、使用存储条件、安全警示、“三包”条款等关系商品质量的基本必要信息，标注的信息应当真实、准确；3.主播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；4.发布的商品、服务内容与商品、服务链接应当保持一致性，且实时有效；5.法律、法规规定需要明示的直接关系消费者生命安全的重要消费信息，应当对用户进行必要、清晰的消费提示。 |
| 营销环节 | 主播 | 肖像权保护 | 主播使用其他人肖像作为虚拟形象从事网络直播营销活动的，应当征得肖像权人同意，不得利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。对自然人声音的保护，参照适用前述规定。 |
| 营销环节 | 主播 | 账号使用 | 主播不得违反法律、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。 |
| 营销环节 | 主播 | 知识产权保护 | 1.主播在营销活动中不得侵犯他人注册商标专用权；2.主播在营销活动不得侵犯他人专利权；3.主播在营销活动不得侵害他人商业秘密及其他专有权利。 |
| 营销环节 | 平台/主播 | 配合义务 | 平台和主播应当依法配合有关部门的监督检查，提供必要的资料和数据 |
| 支付环节 | 平台/主播 | 交易安全 | 1.平台应为消费者提供安全的支付途径，若消费者通过直播间内链接、二维码等其他方式跳转到其他平台购买商品或者接受服务，发生争议时，相关平台应当积极协助用户维护合法权益，提供必要的证据等支持；2.主播不得以任何形式导流用户私下交易，或者从事其他谋取非法利益的行为。 |
| 售后环节 | 平台/主播 | 退货制度 | 除法律另有规定的商品外，平台和主播应当严格执行七天无理由退货制度。 |
| 售后环节 | 平台/主播 | 争议处理 | 平台和主播应当建立和完善便捷的投诉、举报的受理和解决机制，及时处理消费者投诉和纠纷。 |
| 后期运营 | 平台/主播 | 数据真实 | 主播向商家、网络平台等提供的营销数据应当真实，不得采取虚假购买和事后退货等方式骗取佣金。 |
| 后期运营 | 主播 | 个人信息保护 | 平台及主播禁止私自收集个人信息、强制用户使用定向推送功能、私自共享给第三方以及过度索取权限等违法行为。 |
| 后期运营 | 平台/主播 | 大数据运用 | 1.平台利用个人信息开展网络营销活动算法应用的，应当依法在事前进行个人信息保护影响评估，根据评估情况采取相应处理措施并进行记录；2.平台不得利用算法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，或者向平台内经营者收取不合理费用；3.平台利用消费者个人信息开展网络营销活动算法应用时，无合理理由不得对消费者在交易价格、交易机会等交易条件上实行不合理的差别待遇。 |
| 鼓励内容 | 平台/主播 | 担当自律 | 1.鼓励平台及主播响应国家脱贫攻坚、乡村振兴等号召，积极开展公益直播。公益直播应当依法保证商品质量，保障消费者的合法权益；2.鼓励平台及主播延长无理由退换货期限；3.鼓励平台及主播积极参与行业标准化、行业培训、行业发展质量评估等行业自律公共服务建设。 |

注：1.本清单所称的平台，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。

2.本清单所称的主播，包括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直播间运营者，以及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。

3.本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。

4.本清单适用于直播间运营者及直播营销人员在电商平台、内容平台、社交平台等网络平台上以直播形式向用户销售商品或提供服务的网络直播营销活动。

网络直播营销活动负面清单

为规范在本市开展的网络直播营销活动，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》等法律法规和国家网络直播营销管理有关规定，制定本负面清单。

一、严禁网络直播中推销以下商品或服务

1.国家明令淘汰并停止销售的商品和失效、变质的商品；

2.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；

3.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；

4.依法应当取得许可、备案或者强制性认证而未取得的商品；

5.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；

6.不符合环境保护要求的商品或服务；

7.侵犯他人知识产权的商品或服务；

8.麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法等法律、行政法规禁止发布广告的商品或服务；

9.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；

10.烟草制品（含电子烟）；

11.依法应当经广告审查机关进行审查而未经审查的特殊商品或服务；

12.面向中小学、幼儿园的校外培训服务；

13.用非食品原料生产的食品或者添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的食品，或者用回收食品作为原料生产的食品；

14.标注虚假生产日期、保质期或者用超过保质期的食品原料、食品添加剂生产的食品；

15.法律、行政法规禁止网络交易的其他商品或服务。

二、严禁网络直播中使用或发布以下不当信息

1.含不良导向、妨害社会公共秩序或违背社会良好风尚的营销内容；

2.向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务或其他可能危害未成年人身心健康的信息；

3.隐瞒或者误导所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式，将附赠商品与销售商品混合计数误导消费者，隐瞒或者不全面告知优惠券使用限定条件；

4.通过比较、对比方式对其他生产经营者所提供的商品或者服务进行贬低；

5.除医疗、药品、医疗器械外的其他广告涉及疾病治疗功能，使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语；

6.保健食品以外的其他食品宣传其具有特定保健功能，借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其具有特定保健功能；

7.化妆品广告、美容广告含有表示功效、安全性的断言或者保证的内容，普通化妆品宣称特殊化妆品相关功效；

8.通过虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或者将要提价等价格手段诱骗消费者购买商品或服务（网络直播营销涉及“原价”、“折扣”等都必须要有依据，“原价”是指本次商品促销活动前7天内有交易记录的最低成交价，如果前7日内没有交易，以本次促销活动前最后一次交易价格作为原价）；

9.通过虚构或者篡改关注度、浏览量、点赞量、交易量等数据流量造假等方式宣传误导、欺骗消费者；

10.其他容易引起消费者误解的营销内容或虚假宣传。