

福建省市场监督管理局

通告

2024 年第 6 号

福建省市场监管局关于印发 福建省网络直播营销活动合规指引的通告

为认真落实 2024 年全省市场监管重点任务，深入实施“九大工程”，研究加强网络直播监管措施，进一步引导规范网络直播营销行为，维护消费者合法权益，促进新业态健康有序发展，依据《电子商务法》《广告法》等法律法规以及国家相关部门对网络直播营销管理的有关规定，结合我省实际，省市场监管局制定了《福建省网络直播营销活动合规指引》，现予印发。《福建省网络直播营销活动合规指引》为业务指导文件，不作为执法

依据和监管职责划分依据。

特此通告。



福建省网络直播营销活动合规指引

为规范全省网络直播营销活动，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《电子商务法》《广告法》等法律法规和《网络直播营销管理办法（试行）》《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》等网络直播营销管理有关规定，结合我省实际，制定本指引。

一、适用范围

在本省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。

本指引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。

从事网络直播营销活动，属于《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。

二、主体合规要求

（一）直播营销平台。直播营销平台在直播营销活动中，应当加强直播营销各环节管理，依法履行平台管理责任。

1. 公开网络直播营销管理规则、平台公约。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。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。

2. 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。

3. 直播营销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，发现违法和不良信息，应当立即采取处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

4. 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。以显著方式警示用户平台外私下交易等行为的风险。

5. 直播营销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。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。

6. 直播营销平台应当对违反法律法规和服务协议的直播间运营者账号，视情采取警示提醒、限制功能、暂停发布、注销账号、禁止重新注册等处置措施，保存记录并向有关主管部门报告。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。

7. 直播营销平台、直播间运营者和直播营销人员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。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。

8. 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。

（二）直播间运营者和直播营销人员

1. 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。

2. 直播间运营者、直播营销人员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。

3. 直播间运营者、直播营销人员应当加强直播间管理，在直播间运营者账号名称、直播间布景、道具、商品展示等重点环节的设置，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。

4. 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。

5. 直播间运营者、直播营销人员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。

6. 直播间运营者、直播营销人员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，明确商品质量审核、消费者权益保护等义务并督促履行。

三、直播营销行为合规要求

(一) 坚持正确导向。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：

1. 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；
2. 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；
3. 使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等绝对化用语；
4. 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；
5. 妨碍社会安定，损害社会公共利益；
6. 危害人身、财产安全，泄露个人隐私；
7. 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；
8. 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；
9. 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
10. 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；
11. 损害未成年人和残疾人的身心健康。
12. 法律、行政法规规定禁止的其他情形。

(二) 保证商品质量安全。开展直播营销活动，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。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。

（三）确保食品安全。开展直播营销活动，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。

（四）不得实施不正当竞争行为。从事网络直播营销活动，应当符合《反不正当竞争法》《网络反不正当竞争暂行规定》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。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。不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

（五）规范广告发布。在网络直播营销活动中发布广告，应当具有可识别性，并按照《广告法》《互联网广告管理办法》的规定严格审核把关。重点把握下列几种情形：

1. 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；禁止发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。

2. 发布招商等有投资回报预期的商品或服务广告，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；

3. 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；

4. 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；

5. 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；

6. 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。

7. 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广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。

8. 广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依

据事实，符合有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。

9. 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。

（六）实行明码标价。从事网络直播营销活动，应当遵守《价格法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等规定，以显著方式进行明码标价，公开标示销售商品的品名、价格、计价单位，以及提供服务的服务项目、服务内容和价格或者计价方法。经营者可以根据实际经营情况，自行增加标示与价格有关的质地、服务标准、结算方法等其他信息。

（七）规范促销活动。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。经营者在销售商品或者提供服务时进行价格比较的，标明的被比较价格信息应当真实准确。经营者没有合理理由，不得在折价、减价前临时显著提高标示价格并作为折价、减价计算基准。

（八）保护知识产权。从事网络直播营销活动，应当符合《商标法》《专利法》《电子商务法》等法律法规规定，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。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，依法保护知识产权；知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施。

（九）保护消费者合法权益。通过网络直播等方式提供商品或者服务的，应当依法履行消费者权益保护相关义务。应当符合《消费者权益保护法》《消费者权益保护法实施条例》的规定，恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益；不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。应当采用通俗易懂的方式，真实、全面地向消费者提供商品或者服务相关信息，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。

（十）落实无理由退货制度。开展直播营销活动，应当遵守《消费者权益保护法》《消费者权益保护法实施条例》的规定，落实网购商品七日无理由退货制度，不得擅自扩大不适用无理由退货的商品范围。应当以显著方式对不适用无理由退货的商品进行标注，提示消费者在购买时进行确认，不得将不适用无理由退货作为消费者默认同意的选项。未经消费者确认，经营者不得拒绝无理由退货。消费者基于查验需要打开商品包装，或者为确认

商品的品质和功能进行合理调试而不影响商品原有品质、功能和外观的，经营者应当予以退货。

四、处罚实施

直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构违反市场监管相关法律、行政法规规定的，由市场监管部门依法进行查处。网络直播营销活动涉及的主要法律法规及行业规范可按照附件《参考清单》查阅相关内容。

本着鼓励创新的原则，坚持规范管理和服务发展并重，健全纠错容错机制，在严守安全底线的前提下为新业态发展留足空间。对依法依规经营，且在推动民营经济发展、助力乡村振兴等工作中发挥积极作用的，加大扶持力度；对潜在风险大、可能造成不良后果的，果断采取措施，实施重点监管。

