

网络交易经营者落实主体责任指引 (市场监管领域) 2023 版

北京市市场监督管理局

2023 年 12 月

目 录

前 言	- 3 -
第一部分	- 4 -
第一章 落实网络交易经营主体一般责任	- 4 -
第一节 网络交易经营者一般责任	- 4 -
第二节 网络交易平台经营者一般责任	- 5 -
第二章 强化反垄断合规建设	- 7 -
第三章 维护公平竞争市场环境	- 9 -
第四章 维护消费者合法权益	- 11 -
第五章 规范价格行为	- 16 -
第六章 规范互联网广告行为	- 19 -
第七章 履行产品质量、标准化、计量、认证相关保障义务 ..	- 26 -
第八章 履行食品安全保障义务	- 29 -
第九章 规范药品网络经营行为	- 33 -
第十章 规范医疗器械网络经营行为	- 39 -
第十一章 规范化妆品网络经营行为	- 44 -
第二部分	- 49 -
第一章 保护用户个人信息和隐私	- 49 -
第二章 建立数据安全管理机制	- 50 -
第三章 建立健全算法合规管理机制	- 51 -

第四章 持续践行特殊人群保护义务	- 52 -
第五章 反食品浪费	- 53 -
第六章 其他方面的合规管理要求	- 54 -
附录:	- 56 -

前言

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。

指引立足于市场监管部门和药监部门网络交易监管职责，依据有关法律、行政法规、部门规章、地方性法规、地方政府规章、规范性文件，摘取重点事项收录，以提示网络交易经营者参照相关具体规定，指导合规。全文包括两部分内容，第一部分为市场监管领域的合规监管要求。第二部分为行业领域的合规管理要求，由市场监管部门配合相关行业主管部门进行监管与规范。相关内容以法律法规为准，将适时做好动态完善。

指引涉及的相关概念：

网络交易经营者：组织、开展网络交易活动的自然人、法人和非法人组织，包括网络交易平台经营者、平台内经营者、自建网站经营者以及通过其他网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者。

网络交易平台经营者：在网络交易活动中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或者非法人组织。

平台内经营：通过网络交易平台开展网络交易活动的网络交易经营者。

网络社交、网络直播等网络服务提供者为消费者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的，应当依法履行网络交易平台经营者的义务。通过上述网络交易平台服务开展网络交易活动的经营者，应当依法履行平台内经营者的义务。

指引坚持以规范促发展，坚持寓管理于服务，结合企业合规突出方面提供全面指导服务，旨在提高网络交易经营者法律意识，推动网络交易经营者全面知法、自觉守法，依法依规经营，更好培育和激发网络交易市场主体活力和竞争力。

第一部分

第一章 落实网络交易经营主体一般责任

第一节 网络交易经营者一般责任

1. 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。鼓励链接到市场监管总局电子营业执照系统,公示其营业执照信息。

2. 网络交易经营者通过网络社交、网络直播等网络服务开展网络交易活动,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。

3. 已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:(1)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;(2)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;(3)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。

4. 依照《中华人民共和国电子商务法》规定不需要进行登记的经营者应当根据自身实际经营活动类型,如实公示以下自我声明以及实际经营地址、联系方式等信息,或者该信息的链接标识:(1)“个人销售自产农副产品,依法不需要办理市场主体登记”;(2)“个人销售家庭手工业产品,依法不需要办理市场主体登记”;(3)“个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动,依法不需要办理市场主体登记”;(4)“个人从事零星小额交易活动,依法不需要办理市场主体登记”。

5. 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。

6. 网络交易经营者自行终止从事网络交易活动的,应当提前三十日在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置,持续公示终止网络交易活动公告等信息。

7. 网络交易经营者应当按照国家市场监督管理总局及其授权的省级市场监督管理部门的要求,提供特定时段、特定品类、特定区域的商品或者服务的价格、销量、销售额等数据信息。

第二节 网络交易平台经营者一般责任

8. 网络交易平台经营者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。提示未办理市场主体登记的平台内经营者依法办理登记并进行动态监测,对个人从事网络交易活动年交易额累计超过10万元的,及时提醒其依法办理市场主体登记。网络交易平台内经营者申请将网络经营场所登记为经营场所的,其入驻的网络交易平台应当为其出具符合登记机关要求的网络经营场所相关材料。

9. 除法律、行政法规另有规定的,依照其规定外,网络交易平台经营者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。

10. 网络交易平台经营者应当记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息,并确保信息的完整性、保密性、可用性。除法律、行政法规另有规定的,依照其规定外,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;网络直播服务提供者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。

11. 网络交易平台经营者应当分别于每年1月和7月向住所地省级市场监督管理部门报送平台内经营者的身份信息,鼓励建立开放数据接口等形式的自动化信息报送机制。

12. 网络交易平台经营者应当为平台内经营者依法履行信息公示义务提供技术支

持。平台内经营者公示的信息发生变更的,应当在三个工作日内将变更情况报送平台,平台应当在七个工作日内进行核验,完成更新公示。

13. 网络交易平台经营者开展自营业务,应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务。应当以显著方式区分标记已办理市场主体登记的平台内经营者和未办理市场主体登记的平台内经营者。

14. 网络交易平台经营者应当在其首页显著位置持续公示平台服务协议和交易规则信息或者上述信息的链接标识。修改平台服务协议和交易规则的,应当在其首页显著位置公开征求意见,采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见,修改内容应当至少在实施前七日予以公示。应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本,并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

15. 网络交易平台经营者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。

16. 网络交易平台经营者依据法律、法规、规章的规定或者平台服务协议和交易规则对平台内经营者违法行为采取警示、暂停或者终止服务等处理措施的,应当自决定作出处理措施之日起一个工作日内予以公示,载明平台内经营者的网店名称、违法行为、处理措施等信息。警示、暂停服务等短期处理措施的相关信息应当持续公示至处理措施实施期满之日止。

17. 网络交易平台经营者对违反《电子商务法》规定,有下列行为之一的平台内经营者,应当采取必要措施:(1)未在首页显著位置公示营业执照信息、行政许可信息、属于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的;(2)未在首页显著位置持续公示终止电子商务的有关信息的;(3)未明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序,或者对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件的。

18. 网络交易平台经营者应当在市场监督管理部门依法开展监管执法活动时，依照市场监督管理部门要求协助提供有关的平台内经营者身份信息，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，并在技术方面积极配合市场监督管理部门开展网络交易违法行为监测工作。市场监督管理部门发现网络交易经营者有违法行为，依法要求网络交易平台经营者采取措施制止的，网络交易平台经营者应当予以配合。

19. 鼓励网络交易平台经营者设置内部合规管理部门，不断完善平台内部合规制度和合规机制，积极响应监管部门的监管要求。鼓励网络交易平台经营者建立内部定期教育培训机制，提高平台整体依法合规经营意识。

第二章 强化反垄断合规建设

20. 除法律规定的特定情形外，具有竞争关系的网络交易经营者不得达成下列垄断协议：（1）固定或者变更商品价格；（2）限制商品的生产数量或者销售数量；（3）分割销售市场或者原材料采购市场；（4）限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品；（5）联合抵制交易；（6）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。

21. 除法律规定的特定情形外，禁止网络交易经营者与交易相对人达成下列垄断协议：（1）固定向第三人转售商品的价格；（2）限定向第三人转售商品的最低价格；（3）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。

22. 网络交易经营者不得因技术优势、用户数量、对相关行业的控制能力及其他经营者对该经营者在交易上的依赖程度等因素，滥用市场支配地位，排除、限制竞争。不得从事下列滥用市场支配地位的行为：（1）以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品；（2）没有正当理由，以低于成本的价格销售商品；（3）没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易；（4）没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易；（5）没有正当理由搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件；（6）没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易

价格等交易条件上实行差别待遇；(7) 国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。

23. 网络交易经营者不得实施具有或者可能具有排除、限制竞争效果的集中，经营者集中达到国务院规定的申报标准的，应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中。经营者集中未达到国务院规定的申报标准，但有证据证明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，国务院反垄断执法机构可以要求经营者申报。经营者未依照前两款规定进行申报的，国务院反垄断执法机构将依法进行调查。

24. 禁止网络交易经营者实施具有或者可能具有排除、限制竞争效果的集中。但是，经营者能够证明该集中对竞争产生的有利影响明显大于不利影响，或者符合社会公共利益的，国务院反垄断执法机构可以作出对经营者集中不予禁止的决定。对不予禁止的经营者集中，国务院反垄断执法机构可以决定附加减少集中对竞争产生不利影响的限制性条件。

25. 网络交易经营者虽未明确订立垄断协议或者决定，不得通过数据、算法、平台规则或者其他方式实质上存在协调一致的行为（有关经营者基于独立意思表示所作出的价格跟随等平行行为除外），排除、限制竞争。

26. 具有竞争关系的网络交易经营者不得通过下列方式达成固定价格、分割市场、限制产（销）量、限制新技术（产品）、联合抵制交易等横向垄断协议：（1）利用平台收集并且交换价格、销量、成本、客户等敏感信息；（2）利用技术手段进行意思联络；（3）利用数据、算法、平台规则等实现协调一致行为；（4）其他有助于实现协同的方式。

27. 网络交易经营者与交易相对人不得通过下列方式达成固定转售价格、限定最低转售价格等纵向垄断协议：（1）利用技术手段对价格进行自动化设定；（2）利用平台规则对价格进行统一；（3）利用数据和算法对价格进行直接或者间接限定；（4）利用技术手段、平台规则、数据和算法等方式限定其他交易条件，排除、限制市场竞争。

28. 具有竞争关系的平台内经营者不得借助与网络交易平台经营者之间的纵向关系，或者由网络交易平台经营者组织、协调，达成具有横向垄断协议效果的轴辐协议。

29. 具有市场支配地位的网络交易平台经营者，应当充分保障平台内经营者的公平交易权和自由选择权，严禁实施强迫“二选一”。

第三章 维护公平竞争市场环境

30. 网络交易平台经营者应当在入驻条件、服务规则、收费标准等方面，为个体工商户线上经营提供支持，不得利用服务协议、平台规则、数据算法、技术等手段，对平台内个体工商户及其他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、附加不合理条件或者收取不合理费用。

31. 网络交易平台经营者不得通过搜索降权、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。不得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。不得有其他干涉平台内经营者自主经营的行为。

32. 网络交易经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：(1) 擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；(2) 擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）；(3) 擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；(4) 其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

33. 网络交易经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势：(1) 交易相对方的工作人员；(2) 受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；(3) 利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

34. 网络交易经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉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。

35. 网络交易经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：（1）以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密；（2）披露、使用或者允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密；（3）违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；（4）教唆、引诱、帮助他人违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，获取、披露、使用或者允许他人使用权利人的商业秘密。

36. 网络交易经营者进行有奖销售，不得存在下列情形：（1）所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确，影响兑奖；（2）采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售；（3）抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。

37. 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。

38. 网络交易经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为：（1）未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；（2）误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；（3）恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；（4）其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

39. 网络交易经营者开展促销活动，应当真实准确，清晰醒目标示活动信息，不得利用虚假商业信息、虚构交易或者评价等方式作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众。

40. 网络交易经营者不得以下列方式，作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者：（1）虚构交易、编造用户评价；（2）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；（3）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销；（4）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。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。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。

41. 网络交易经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

第四章 维护消费者合法权益

42. 网络交易经营者应当建立便捷、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。消费者在网络交易平台购买商品或者接受服务，与平台内经营者发生争议时，网络交易平台经营者应当积极协助消费者维护合法权益。网络交易平台经营者可以建立争议在线解决机制，制定并公示争议解决规则，根据自愿原则，公平、公正地解决当事人的争议。

43. 网络交易经营者应当保障消费者知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。保障消费者根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况的权利。

44. 网络交易经营者应当保障消费者自主选择提供商品或者服务经营者的权利，以及自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务，自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选的权利。

45. 网络交易经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，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。

46. 网络交易经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权，应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。

47. 网络交易经营者发现其提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。采取召回措施的，经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用。

48. 网络交易经营者应当对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用方法等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

49. 网络交易经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为：（1）不以真实名称和标记提供商品或者服务；（2）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品或者服务；（3）作虚假或者引人误解的现场说明和演示；（4）采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导；（5）以虚假的“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格表示销售商品或者服务；（6）以虚假的“有奖销售”、“还本销售”、“体验销售”等方式销售商品或者服务；（7）谎称正品销售“处理品”、“残次品”、“等外品”等商品；（8）夸大或隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者；（9）以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者。

50. 网络交易经营者提供商品或者服务，应当依照法律规定或者当事人约定承担修理、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等民事

责任，不得故意拖延或者无理拒绝消费者的合法要求。网络交易经营者有下列情形之一并超过十五日的，视为故意拖延或者无理拒绝：（1）经有关行政部门依法认定为不合格商品，自消费者提出退货要求之日起未退货的；（2）自国家规定、当事人约定期满之日起或者不符合质量要求的自消费者提出要求之日起，无正当理由拒不履行修理、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等义务的。

51. 网络交易经营者销售商品，应当依照法律规定承担无理由退货义务，不得故意拖延或者无理拒绝。网络交易经营者有下列情形之一的，视为故意拖延或者无理拒绝：（1）对于适用无理由退货的商品，自收到消费者退货要求之日起超过十五日未办理退货手续，或者未向消费者提供真实、准确的退货地址、退货联系人等有效联系信息，致使消费者无法办理退货手续；（2）未经消费者确认，以自行规定该商品不适用无理由退货为由拒绝退货；（3）以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货；（4）自收到退回商品之日起无正当理由超过十五日未向消费者返还已支付的商品价款。

52. 网络交易经营者以预收款方式提供商品或者服务，应当与消费者明确约定商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等内容。未按约定提供商品或者服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款，并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。对退款无约定的，按照有利于消费者的计算方式折算退款金额。经营者对消费者提出的合理退款要求，明确表示不予退款，或者自约定期满之日起、无约定期限的自消费者提出退款要求之日起超过15日未退款的，视为故意拖延或者无理拒绝。

53. 网络交易平台经营者应当建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。消费者评价中包含法律、行政法规、规章禁止发布或者传输的信息的，网络交易经营者可以依法予以技术处理。

54. 网络交易经营者应当明示用户信息查询、更正、删除及用户注销的方式、程序，不得对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件。

55. 网络交易经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。网络交易经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。网络交易经营者不得采用一次概括授权、默认授权、与其他授权捆绑、停止安装使用等方式，强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息的，应当逐项取得消费者同意。网络交易经营者及其工作人员应当对收集的个人信息严格保密，除依法配合监管执法活动外，未经被收集者授权同意，不得向包括关联方在内的任何第三方提供。

56. 网络交易经营者未经消费者同意或者请求，不得向其发送商业性信息。网络交易经营者发送商业性信息时，应当明示其真实身份和联系方式，并提供显著、简便、免费的拒绝继续接收的方式。消费者明确表示拒绝的，应当立即停止发送，不得更换名义后再次发送。

57. 网络交易经营者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，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项，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默认选择。

58. 网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日，以显著方式提请注意，由消费者自主选择；在服务期间内，应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项，并不得收取不合理费用。

59. 网络交易经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。

60. 网络交易经营者自行终止从事网络交易活动的，应当采取合理、必要、及时的措施保障消费者和相关经营者的合法权益。

61. 网络交易经营者向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明、告示等的，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：（1）免除或者部分免除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；（2）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；（3）排除或者限制消费者依法投诉、举报、提起诉讼的权利；（4）强制或者变相强制消费者购买和使用其提供的或者其指定的经营者提供的商品或者服务，对不接受其不合理条件的消费者拒绝提供相应商品或者服务，或者提高收费标准；（5）规定经营者有权任意变更或者解除合同，限制消费者依法变更或者解除合同权利；（6）规定经营者单方享有解释权或者最终解释权；（7）其他对消费者不公平、不合理的规定。

62. 网络交易经营者应当清晰、全面、明确地告知订立合同的步骤、注意事项、下载方法等事项，并保证能够便利、完整地阅览和下载。

63. 网络交易经营者采用格式条款与消费者订立合同，应当以单独告知、字体加粗、弹窗等显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等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。经营者预先拟定的，对合同双方权利义务作出规定的通知、声明、告示等，视同格式条款。"

64. 网络交易经营者与消费者订立合同，不得利用格式条款等方式作出减轻或者免除自身责任的规定。格式条款中不得含有以下内容：（1）免除或者减轻经营者造成消费者人身伤害依法应当承担的责任；（2）免除或者减轻经营者因故意或者重大过失造成消费者财产损失依法应当承担的责任；（3）免除或者减轻经营者对其所提供的商品或者服务依法应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服

务费用等责任；(4) 免除或者减轻经营者依法应当承担的违约责任；(5) 免除或者减轻经营者根据合同的性质和目的应当履行的协助、通知、保密等义务；(6) 其他免除或者减轻经营者自身责任的内容。

65. 网络交易经营者与消费者订立合同，不得利用格式条款等方式作出加重消费者责任、排除或者限制消费者权利的规定。格式条款中不得含有以下内容：(1) 要求消费者承担的违约金或者损害赔偿金超过法定数额或者合理数额；(2) 要求消费者承担依法应当由经营者承担的经营风险；(3) 排除或者限制消费者依法自主选择商品或者服务的权利；(4) 排除或者限制消费者依法变更或者解除合同的权利；(5) 排除或者限制消费者依法请求支付违约金或者损害赔偿金的权利；(6) 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；(7) 经营者单方享有解释权或者最终解释权；(8) 其他加重消费者责任、排除或者限制消费者权利的内容。

66. 网络交易经营者采用格式条款与消费者订立合同的，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

67. 网络交易平台经营者知道或应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，应当采取必要措施。对关系消费者生命健康的商品和服务，应当对平台内经营者尽到资质资格审核义务，对消费者尽到安全保障义务。

第五章 规范价格行为

68. 网络交易经营者进行价格活动，应当遵守法律、法规，执行依法制定的政府指导价、政府定价和法定的价格干预措施、紧急措施。

69. 网络交易经营者通过网络等方式销售商品或者提供服务的，应当通过网络页面，以文字、图像等方式进行明码标价。在销售商品或者提供服务时，不得在标价之外加价出售商品或者提供服务，不得收取任何未予标明的费用。以显著方式进行明码标价，明确标示价格所对应的商品或者服务。根据不同交易条件实行不同价格的，应

当标明交易条件以及与其对应的价格。商品或者服务的价格发生变动时，应当及时调整相应标价。销售商品应当标示商品的品名、价格和计价单位。同一品牌或者种类的商品，因颜色、形状、规格、产地、等级等特征不同而实行不同价格的，应当针对不同的价格分别标示品名，以示区别。提供服务应当标示服务项目、服务内容和价格或者计价方法。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。标示价格，一般应当使用阿拉伯数字标明人民币金额。标示其他价格信息，一般应当使用规范汉字；可以根据自身经营需要，同时使用外国文字。民族自治地方的网络交易经营者，可以依法自主决定增加使用当地通用的一种或者几种文字。销售商品同时有偿提供配送、搬运、安装、调试等附带服务的，应当对附带服务进行明码标价。附带服务不由销售商品的网络交易经营者提供的，应当以显著方式区分标记或者说明。提供服务实行先消费后结算的，除进行明码标价外，还应当在结算前向消费者出具结算清单，列明所消费的服务项目、价格以及总收费金额等信息。销售商品或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。未标明被比较价格的详细信息的，被比较价格应当不高于该经营者在同一经营场所进行价格比较前七日内的最低成交价格；前七日内没有交易的，应当不高于本次价格比较前最后一次交易价格。与厂商建议零售价进行价格比较的，应当明确标示被比较价格为厂商建议零售价。厂商建议零售价发生变动时，应当立即更新。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。不得采用无依据或者无从比较的价格，作为折价、减价的计算基准或者被比较价格。赠送物品或者服务（以下简称赠品）的，应当标示赠品的品名、数量。赠品标示价格或者价值的，应当标示赠品在同一经营场所当前销售价格。

70. 网络交易经营者不得有下列不正当价格行为：（1）相互串通，操纵市场价格，损害其他经营者或者消费者的合法权益；（2）在依法降价处理鲜活商品、季节性商品、积压商品等商品外，为了排挤竞争对手或者独占市场，以低于成本的价格倾销，扰乱正常的生产经营秩序，损害国家利益或者其他经营者的合法权益；（3）捏造、散布涨

价信息，哄抬价格，推动商品价格过高上涨的；(4) 利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；(5) 提供相同商品或者服务，对具有同等交易条件的其他经营者实行价格歧视；(6) 采取抬高等级或者压低等级等手段收购、销售商品或者提供服务，变相提高或者压低价格；(7) 违反法律、法规的规定牟取暴利；(8) 法律、行政法规禁止的其他不正当价格行为。

71. 网络交易经营者不得实施下列价格欺诈行为：(1) 谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；(2) 以低价诱骗消费者或者其他经营者，以高价进行结算；(3) 通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务；(4) 销售商品或者提供服务时，使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息；(5) 无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；(6) 不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；(7) 通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款；(8) 其他价格欺诈行为。网络交易经营者不得实施下列行为：(1) 在首页或者其他显著位置标示的商品或者服务价格低于在详情页面标示的价格；(2) 公布的促销活动范围、规则与实际促销活动范围、规则不一致；(3) 其他虚假的或者使人误解的价格标示和价格促销行为。网络交易平台经营者不得利用技术手段等强制平台内经营者进行虚假的或者使人误解的价格标示。

72. 网络交易平台经营者应当依法配合市场监督管理部门对平台内经营者开展价格监督管理工作。发现平台内经营者有违反《明码标价和禁止价格欺诈规定》行为的，应当依法采取必要处置措施，保存有关信息记录，依法承担相应义务和责任。应当尊重平台内经营者的经营自主权，不得强制或者变相强制平台内经营者参与价格促销活动。为平台内经营者提供标价模板的，应当符合规定的要求。不得利用技术手段等强制平台内经营者进行虚假的或者使人误解的价格标示。

第六章 规范互联网广告行为

73. 互联网广告应当真实、合法，坚持正确导向，以健康的表现形式表达广告内容，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。利用互联网从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实信用，公平竞争。国家鼓励、支持开展互联网公益广告宣传活动，传播社会主义核心价值观和中华优秀传统文化，倡导文明风尚。

74. 法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得利用互联网设计、制作、代理、发布广告。禁止利用互联网发布烟草（含电子烟）广告。禁止利用其他商品或者服务的广告、公益广告，宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

75. 禁止利用互联网发布处方药广告，法律、行政法规另有规定的，依照其规定。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，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法，不得作广告。禁止以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。介绍健康、养生知识的，不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。

76. 互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。对于竞价排名的商品或者服务，广告发布者应当显著标明“广告”，与自然搜索结果明显区分。除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。

77. 以弹出等形式发布互联网广告，启动互联网应用程序时展示、发布的开屏广告广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，不得有下列情形：(1)

没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告；(2) 关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等，为关闭广告设置障碍；(3) 关闭广告须经两次以上点击；(4) 在浏览同一页面、同一文档过程中，关闭后继续弹出广告，影响用户正常使用网络；(5) 其他影响一键关闭的行为。

78. 不得以下列方式欺骗、误导用户点击、浏览广告：(1) 虚假的系统或者软件更新、报错、清理、通知等提示；(2) 虚假的播放、开始、暂停、停止、返回等标志；(3) 虚假的奖励承诺；(4) 其他欺骗、误导用户点击、浏览广告的方式。

79. 在针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序、公众号等互联网媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。针对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有下列内容：(1) 劝诱其要求家长购买广告商品或者服务；(2) 可能引发其模仿不安全行为。

80. 利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络，不得在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等的结果中插入竞价排名广告。未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝的，不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告，不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接。

81. 发布含有链接的互联网广告，应当核对下一级链接中与前端广告相关的广告内容。

82. 发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告，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。对须经审查的互联网广告，应当严格按照审查通过的内容发布，不得剪辑、拼接、修改。已经审查通过的广告内容需要改动的，应当重新申请广告审查。

83. 互联网广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。互联网广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。法律、行政法规规定广告中应当明示的内容，应当显著、清晰表示。

84. 互联网广告不得有下列情形：(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) 法律、行政法规规定禁止的其他情形。互联网广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

85. 网络交易经营者在其经营载体发布的广告，广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，应当与许可的内容相符合。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。广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。

86. 网络交易经营者在其经营载体发布医疗、药品、医疗器械广告的，不得含有下列内容：(1) 表示功效、安全性的断言或者保证；(2) 说明治愈率或者有效率；(3) 与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较；(4) 利用广告代言人作推荐、证明；(5) 法律、行政法规规定禁止的其他内容。药品广告的内容不得与国

务院药品监督管理部门批准的说明书不一致，并应当显著标明禁忌、不良反应。处方药广告应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。医疗器械产品注册证明文件中有禁忌内容、注意事项的，广告中应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得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。

87. 网络交易经营者在其经营载体发布保健食品广告，应当显著标明“本品不能代替药物”，不得含有下列内容：(1) 表示功效、安全性的断言或者保证；(2) 涉及疾病预防、治疗功能；(3) 声称或者暗示广告商品为保障健康所必需；(4) 与药品、其他保健食品进行比较；(5) 利用广告代言人作推荐、证明；(6) 法律、行政法规规定禁止的其他内容。

88. 网络交易经营者禁止在其经营载体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。

89. 农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告不得含有下列内容：(1) 表示功效、安全性的断言或者保证；(2) 利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明；(3) 说明有效率；(4) 违反安全使用规程的文字、语言或者画面；(5) 法律、行政法规规定禁止的其他内容。

90. 网络交易经营者在其经营载体发布酒类广告的，不得含有下列内容：(1) 诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；(2) 出现饮酒的动作；(3) 表现驾驶车、船、飞机等活动；(4) 明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。

91. 网络交易经营者在其经营载体发布教育、培训广告的，不得含有下列内容：(1) 对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺；(2) 明示或者暗示有相关考试机构或者其工作人员、考试命

题人员参与教育、培训；(3) 利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。

92. 网络交易经营者在其经营载体发布招商等有投资回报预期的商品或者服务广告的，应当对可能存在的风险以及风险责任承担有合理提示或者警示，并不得含有下列内容：(1) 对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等，国家另有规定的除外；(2) 利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。

93. 网络交易经营者在其经营载体发布房地产广告的，房源信息应当真实，面积应当表明为建筑面积或者套内建筑面积，并不得含有下列内容：(1) 升值或者投资回报的承诺；(2) 以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置；(3) 违反国家有关价格管理的规定；(4) 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。

94. 农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告关于品种名称、生产性能、生长量或者产量、品质、抗性、特殊使用价值、经济价值、适宜种植或者养殖的范围和条件等方面的表述应当真实、清楚、明白，并不得含有下列内容：

(1) 作科学上无法验证的断言；(2) 表示功效的断言或者保证；(3) 对经济效益进行分析、预测或者作保证性承诺；(4) 利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明。

95. 网络交易经营者以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。(1) 商品或者服务不存在的；(2) 商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响的；(3) 使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的；(4) 虚构使用商品或者接受服务的效果的；(5) 以虚假或者引人误解的内容欺骗、

误导消费者的其他情形。

96. 网络交易经营者禁止为出售、购买、利用野生动物或者禁止使用的猎捕工具在其经营载体上发布广告。禁止为违法出售、购买、利用野生动物制品发布广告。

97. 网络交易经营者在其经营载体发布医疗器械广告的，内容应当真实合法，以经负责药品监督管理的部门注册或者备案的医疗器械说明书为准，不得含有虚假、夸大、误导性的内容。

98. 网络交易经营者在其经营载体发布化妆品广告的，内容应当真实、合法；不得明示或者暗示产品具有医疗作用，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。

99. 网络交易平台经营者在提供互联网信息服务过程中应当采取措施防范、制止违法广告，并遵守下列规定：（1）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；（2）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；（3）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；（4）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；（5）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；（6）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。

100. 商品销售者或者服务提供者通过互联网直播方式推销商品或者服务，构成商业广告的，应当依法承担广告主的责任和义务。直播间运营者接受委托提供广告设计、制作、代理、发布服务的，应当依法承担广告经营者、广告发布者的责任和义务。直播营销人员接受委托提供广告设计、制作、代理、发布服务的，应当依法承担广告经

营者、广告发布者的责任和义务。直播营销人员以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明，构成广告代言的，应当依法承担广告代言人的责任和义务。

101. 广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人应当遵守以下互联网广告行为规范：从事广告发布业务的，应当设有专门从事广告业务的机构，配备必要的人员，具有与发布广告相适应的场所、设备。广告主、广告经营者、广告发布者之间在广告活动中应当依法订立书面合同。广告主、广告经营者、广告发布者不得在广告活动中进行任何形式的不正当竞争。广告主委托设计、制作、发布广告，应当委托具有合法经营资格的广告经营者、广告发布者。广告主或者广告经营者在广告中使用他人名义或者形象的，应当事先取得其书面同意；使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义或者形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。广告经营者、广告发布者应当公布其收费标准和收费办法。广告发布者向广告主、广告经营者提供的覆盖率、收视率、点击率、发行量等资料应当真实。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。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。对在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织，不得利用其作为广告代言人。

102. 广告主应当对互联网广告内容的真实性负责。广告主发布互联网广告的，主体资格、行政许可、引证内容等应当符合法律法规的要求，相关证明文件应当真实、合法、有效。广告主可以通过自建网站，以及自有的客户端、互联网应用程序、公众号、网络店铺页面等互联网媒介自行发布广告，也可以委托广告经营者、广告发布者发布广告。广告主自行发布互联网广告的，广告发布行为应当符合法律法规的要求，建立广告档案并及时更新。相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年。广告主委托发布互联网广告，修改广告内容时应当以书面形式或者其他可以被确认的方式，及时通知为其提供服务的广告经营者、广告发布者。

103. 广告经营者、广告发布者应当按照下列规定，建立、健全和实施互联网广告

业务的承接登记、审核、档案管理制度：(1) 查验并登记广告主的真实身份、地址和有效联系方式等信息，建立广告档案并定期查验更新，记录、保存广告活动的有关电子数据；相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年；(2) 查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，广告发布者不得发布；(3) 配备熟悉广告法律法规的广告审核人员或者设立广告审核机构。广告经营者、广告发布者应当依法配合市场监督管理部门开展的互联网广告行业调查，及时提供真实、准确、完整的资料。

104. 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。

第七章 履行产品质量、标准化、计量、认证相关保障义务

105. 网络交易经营者销售产品，应当采取措施，保持销售产品的质量。产品质量应当符合下列要求：(1) 不存在危及人身、财产安全的不合理的危险，有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的，应当符合该标准；(2) 具备产品应当具备的使用性能，但是，对产品存在使用性能的瑕疵作出说明的除外；(3) 符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准，符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。

106. 网络交易经营者销售产品，产品或者其包装上的标识必须真实，并符合下列要求：(1) 有产品质量检验合格证明；(2) 有中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址；(3) 根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、所含主要成份的名称和含量的，用中文相应予以标明；需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料；(4) 限期使用的产品，应当在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或者失效日期；(5) 使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应当有警示标志或者中文警示说明。裸装的食品和其他根据产品的特点难以附加标识的裸装产品，可以不附加产品标识。

107. 网络交易经营者销售产品，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，确认销售的产品不得伪造产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址；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；不得销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效、变质的产品。

108. 网络交易经营者销售产品，国家规定相关产品必须经过认证的，应当经过认证并标注认证标志，不得伪造或者冒用认证标志等质量标志。

109. 网络交易经营者不得销售未经国家机动车产品主管部门许可生产的摩托车（含轻便摩托车）、动力装置驱动的三轮车、四轮车。

110. 网络交易经营者销售的非机动车，应当符合国家标准。北京市对符合国家标准的电动自行车实行产品目录制度。没有纳入产品目录的电动自行车，不得在北京市销售和登记上牌。

111. 网络交易经营者禁止对出厂后的电动自行车实施下列经营性拼装、改装行为：
(1) 加装、改装电动机和蓄电池等动力装置，或者更换不符合国家标准的电动机和蓄电池等动力装置；(2) 加装、改装车篷、车厢、座位等装置；(3) 拆除或者改动限速处理装置；(4) 其他影响电动自行车通行安全的拼装、改装行为。不得销售为违法拼装、改装行为提供便利的产品，例如：电动自行车解码器、拼改装教学视频等。

112. 回收的废电器电子产品，经过修复后销售的，必须符合再利用产品标准，并在显著位置标识为再利用产品；机动车零部件、工程机械、机床等产品经过再制造和轮胎经过翻新后销售的，再制造产品和翻新产品的质量必须符合国家规定的标准，并在显著位置标识为再制造产品或者翻新产品。

113. 网络交易经营者不得销售和进口非法定计量单位的计量器具，不得销售未经型式批准的计量器具新产品（实施强制管理的计量器具目录中监管方式为型式批准的计量器具），不得销售以欺骗消费者为目的（带有作弊功能）的计量器具。

114. 网络交易经营者不得销售或者在经营活动中使用应取得而未取得工业产品生产许可证产品。

115. 网络交易经营者销售应取得工业产品生产许可证产品的，应当查验产品的生产许可证标志和编号。不得伪造、变造许可证证书、生产许可证标志和编号。

116. 网络交易经营者应积极配合市场监管部门依法开展的产品质量监督抽查网络抽样工作，如实提供监督抽查所需材料和信息，不得以任何方式阻碍、拒绝监督抽查。对抽查检验结论为不合格的产品，网络交易经营者应当立即停止销售。在经负责结果处理的市场监督管理部门认定复查合格前，不得恢复销售同一产品。

117. 网络交易经营者在商品详情页面展示的产品信息应符合《产品质量法》第二十七条对产品标识的基本要求，包括但不限于中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址，产品规格、等级、主要成份和含量、执行标准、强制性产品认证证书（编号）或生产许可证等需要事先让消费者知晓的产品信息以及生产者出具的用于证明产品质量符合相关法律法规规章及相应标准要求的产品质量检验合格证明。确保披露的商品信息符合《电子商务法》第十七条规定的“全面、真实、准确、及时”的要求。

118. 列入《中华人民共和国实施水效标识的产品目录》的产品，网络交易平台经营者应当（1）接受监督检查、专项检查和验证管理；（2）对通过平台销售的列入《目录》的产品应当建立水效标识检查监控制度，发现有违反本办法规定的行为应当及时采取措施制止。

119. 列入《中华人民共和国实施水效标识的产品目录》的产品，网络交易经营者应当（1）在产品信息展示主页面醒目位置展示相应的水效标识；（2）接受监督检查、专项检查和验证管理；（3）建立并执行进货检查验收制度，对列入《目录》的产品，验明产品水效标识，不得销售应当标注但未标注水效标识的产品，不得伪造或者冒用水效标识。

120. 列入《中华人民共和国实行能源效率标识的产品目录》的用能产品，网络交易平台经营者应当（1）对通过平台(场所)销售的列入《目录》的用能产品应当建立能效标识检查监控制度，发现违反规定行为的，应当及时采取措施制止；（2）接受监督检查、专项检查和验证管理。

121. 列入《中华人民共和国实行能源效率标识的产品目录》的用能产品，网络交易经营者应当（1）在产品信息展示主页面醒目位置展示相应的能效标识，可按比例放大或者缩小，并清晰可辨；（2）建立并执行进货检查验收制度，验明列入《目录》的用能产品能效标识，不得销售应当标注而未标注能效标识的产品；（3）接受监督检查、专项检查和验证管理。

122. 不得伪造、冒用能效标识或者利用能效标识进行虚假宣传。

123. 鼓励网络交易经营者在商品、服务信息页面显著位置标注其执行的标准信息。

第八章 履行食品安全保障义务

124. 网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品经营者进行实名登记，明确其食品安全管理责任；依法应当取得许可证的，还应当审查其许可证。

125. 网络食品交易第三方平台提供者应当在通信主管部门批准后 30 个工作日内，向所在地省级市场监督管理部门备案，取得备案号。通过自建网站交易的食品生产经营者应当在通信主管部门批准后 30 个工作日内，向所在地市、县级市场监督管理部门备案，取得备案号。省级和市、县级市场监督管理部门应当自完成备案后 7 个工作日内向社会公开相关备案信息。备案信息包括域名、IP 地址、电信业务经营许可证、企业名称、法定代表人或者负责人姓名、备案号等。

126. 网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者审查登记、食品安全自查、食品安全违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全投诉举报处理等制度，并在网络平台上公开。

127. 网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品生产经营者食品生产经营许可证、入网食品添加剂生产企业生产许可证等材料进行审查，如实记录并及时更新。网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食用农产品生产经营者营业执照、入网食

品添加剂经营者营业执照以及入网交易食用农产品的个人的身份证号码、住址、联系方式等信息进行登记，如实记录并及时更新。

128. 网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者档案，记录入网食品生产经营者的基本情况、食品安全管理人员等信息。

129. 网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易食品的生产经营者应当记录、保存食品交易信息，保存时间不得少于产品保质期满后6个月；没有明确保质期的，保存时间不得少于2年。

130. 网络食品交易第三方平台提供者应当设置专门的网络食品安全管理机构或者指定专职食品安全管理人员，对平台上的食品经营行为及信息进行检查。网络食品交易第三方平台提供者发现存在食品安全违法行为的，应当及时制止，并向所在地县级市场监督管理部门报告。

131. 网络食品交易第三方平台提供者发现入网食品生产经营者有下列严重违法行为之一的，应当停止向其提供网络交易平台服务：（1）入网食品生产经营者因涉嫌食品安全犯罪被立案侦查或者提起公诉的；（2）入网食品生产经营者因食品安全相关犯罪被人民法院判处刑罚的；（3）入网食品生产经营者因食品安全违法行为被公安机关拘留或者给予其他治安管理处罚的；（4）入网食品生产经营者被市场监督管理部门依法作出吊销许可证、责令停产停业等处罚的。

132. 入网食品生产经营者不得从事下列行为：（1）网上刊载的食品名称、成分或者配料表、产地、保质期、贮存条件，生产者名称、地址等信息与食品标签或者标识不一致；（2）网上刊载的非保健食品信息明示或者暗示具有保健功能；网上刊载的保健食品的注册证书或者备案凭证等信息与注册或者备案信息不一致；（3）网上刊载的婴幼儿配方乳粉产品信息明示或者暗示具有益智、增加抵抗力、提高免疫力、保护肠道等功能或者保健作用；（4）对在贮存、运输、食用等方面有特殊要求的食品，未在网上刊载的食品信息中予以说明和提示；（5）法律、法规规定禁止从事的其他行为。

133. 通过第三方平台进行交易的食物生产经营者应当在其经营活动主页面显著位置公示其食物生产经营许可证或仅销售预包装食品（含保健食品、特殊医学用途配方食物、婴幼儿配方乳粉以及其他婴幼儿配方食物等特殊食物）备案信息。通过自建网站交易的食物生产经营者应当在其网站首页显著位置公示营业执照、食物生产经营许可证。相关信息应当画面清晰，容易辨识。

134. 入网销售保健食品、特殊医学用途配方食物、婴幼儿配方乳粉的食物生产经营者，除依照《网络食物安全违法行为查处办法》第十八条的规定公示相关信息外，还应当依法公示产品注册证书或者备案凭证，持有广告审查批准文号的还应当公示广告审查批准文号，并链接至市场监督管理部门网站对应的数据查询页面。保健食品还应当显著标明“本品不能代替药物”。特殊医学用途配方食物中特定全营养配方食物不得进行网络交易。

135. 入网餐饮服务提供者应当具有实体经营门店并依法取得食物经营许可证，并按照食物经营许可证载明的主体业态、经营项目从事经营活动，不得超范围经营。

136. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当在通信主管部门批准后30个工作日内，向所在地省级市场监督管理部门备案。自建网站餐饮服务提供者应当在通信主管部门备案后30个工作日内，向所在地县级市场监督管理部门备案。备案内容包括域名、IP地址、电信业务经营许可证或者备案号、企业名称、地址、法定代表人或者负责人姓名等。网络餐饮服务第三方平台提供者设立从事网络餐饮服务分支机构的，应当在设立后30个工作日内，向所在地县级市场监督管理部门备案。备案内容包括分支机构名称、地址、法定代表人或者负责人姓名等。

137. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当设置专门的食物安全管理机构，配备专职食物安全管理人员，每年对食物安全管理人员进行培训和考核。培训和考核记录保存期限不得少于两年。经考核不具备食物安全管理能力的，不得上岗。

138. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当对入网餐饮服务提供者的食物经营许可证进行审查，登记入网餐饮服务提供者的名称、地址、法定代表人或者负责人及联

系方式等信息，保证入网餐饮服务提供者食品经营许可证载明的经营场所等许可信息真实。网络餐饮服务第三方平台提供者应当与入网餐饮服务提供者签订食品安全协议，明确食品安全责任。

139. 网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当在餐饮服务经营活动主页面公示餐饮服务提供者的食品经营许可证。食品经营许可证等信息发生变更的，应当及时更新。

140. 网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当在网上公示餐饮服务提供者的名称、地址信息，公示的信息应当真实。

141. 入网餐饮服务提供者应当在网上公示菜品名称和主要原料名称，公示的信息应当真实。

142. 网络餐饮服务第三方平台提供者提供食品容器、餐具和包装材料的，所提供的食品容器、餐具和包装材料应当无毒、清洁。鼓励网络餐饮服务第三方平台提供者提供可降解的食品容器、餐具和包装材料。

143. 网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当加强对送餐人员的食品安全培训和管理。委托送餐单位送餐的，送餐单位应当加强对送餐人员的食品安全培训和管理。培训记录保存期限不得少于两年。

144. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当对入网餐饮服务提供者的经营行为进行抽查和监测。发现入网餐饮服务提供者存在违法行为的，应当及时制止并立即报告入网餐饮服务提供者所在地县级市场监督管理部门；发现严重违法行为的，应当立即停止提供网络交易平台服务。

145. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当建立投诉举报处理制度，公开投诉举报方式，对涉及消费者食品安全的投诉举报及时进行处理。

146. 入网销售特殊食品，应当核对食品标签、说明书内容是否与注册或者备案的标签、说明书一致，不一致的不得销售。特殊食品不得与普通食品或者药品混放销售。

第九章 规范药品网络经营行为

147. 不得在网络上销售疫苗、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。

148. 提供药品交易服务的平台经营者应当按照国务院药品监督管理部门的规定，向所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门备案。依法对申请进入平台经营的药品上市许可持有人、药品经营企业的资质等进行审核，保证其符合法定要求，并对发生在平台的药品经营行为进行管理。发现进入平台经营的药品上市许可持有人、药品经营企业有违反《中华人民共和国药品管理法》规定行为的，应当及时制止并立即报告所在地县级人民政府药品监督管理部门；发现严重违法行为的，应当立即停止提供网络交易平台服务。

149. 不得编造、散布虚假疫苗安全信息。

150. 从事药品网络销售的，应当是具备保证网络销售药品安全能力的药品上市许可持有人或者药品经营企业。中药饮片生产企业销售其生产的中药饮片，应当履行药品上市许可持有人相关义务。

151. 从事药品销售、提供药品交易服务，应当遵守药品法律、法规、规章、标准和规范，依法诚信经营，保障药品质量安全。

152. 从事药品销售、提供药品交易服务，应当采取有效措施保证交易全过程信息真实、准确、完整和可追溯，并遵守国家个人信息保护的有关规定。

153. 药品网络销售企业应当按照经过批准的经营方式和经营范围经营。药品网络销售企业为药品上市许可持有人的，仅能销售其取得药品注册证书的药品。未取得药品零售资质的，不得向个人销售药品。

154. 药品网络零售企业不得违反规定以买药品赠药品、买商品赠药品等方式向个

人赠送处方药、甲类非处方药。通过网络向个人销售处方药的，应当确保处方来源真实、可靠，并实行实名制。药品网络零售企业应当与电子处方提供单位签订协议，并严格按照有关规定进行处方审核调配，对已经使用的电子处方进行标记，避免处方重复使用。提供药品交易服务的平台经营者承接电子处方的，应当对电子处方提供单位的情况进行核实，并签订协议。药品网络零售企业接收的处方为纸质处方影印版本的，应当采取有效措施避免处方重复使用。

155. 提供药品交易服务的平台经营者应当建立药品质量安全管理机构，配备药学技术人员承担药品质量安全管理工作，建立并实施药品质量安全、药品信息展示、处方审核、处方药实名购买、药品配送、交易记录保存、不良反应报告、投诉举报处理等管理制度。加强检查，对入驻平台的药品销售企业的药品信息展示、处方审核、药品销售和配送等行为进行管理，督促其严格履行法定义务。

156. 药品网络销售企业应当建立并实施药品质量安全管理、风险控制、药品追溯、储存配送管理、不良反应报告、投诉举报处理等制度。药品网络零售企业还应建立在线药学服务制度，由依法经过资格认定的药师或者其他药学技术人员开展处方审核调配、指导合理用药等工作。依法经过资格认定的药师或者其他药学技术人员数量应当与经营规模相适应。

157. 提供药品交易服务的平台经营者应当将企业名称、法定代表人、统一社会信用代码、网站名称以及域名等信息向平台所在地省级药品监督管理部门备案。

158. 药品网络销售企业应当向药品监督管理部门报告企业名称、网站名称、应用程序名称、IP 地址、域名、药品生产许可证或者药品经营许可证等信息。信息发生变化的，应当在 10 个工作日内报告。如为药品上市许可持有人或者药品批发企业的，应当向所在地省级药品监督管理部门报告。如为药品零售企业的，应当向所在地市县级药品监督管理部门报告。

159. 提供药品交易服务的平台经营者应当在其网站首页或者从事药品经营活动

的主页面显著位置，持续公示营业执照、相关行政许可和备案、联系方式、投诉举报方式等信息或者上述信息的链接标识。

160. 药品网络销售企业应当在网站首页或者经营活动的主页面显著位置，持续公示其药品生产或者经营许可证信息。药品网络零售企业还应当展示依法配备的药师或者其他药学技术人员的资格认定等信息。上述信息发生变化的，应当在10个工作日内予以更新。

161. 提供药品交易服务的平台经营者应当对申请入驻的药品销售企业资质、质量安全保证能力等进行审核，对从事药品销售的平台内经营者建立登记档案，至少每六个月核验更新一次，确保入驻的平台内药品经营者符合法定要求。与平台内药品经营者签订协议，明确双方药品质量安全责任。

162. 药品网络销售企业展示的药品相关信息应当真实、准确、合法。从事处方药销售的药品网络零售企业，应当在每个药品展示页面下突出显示“处方药须凭处方在药师指导下购买和使用”等风险警示信息。处方药销售前，应当向消费者充分告知相关风险警示信息，并经消费者确认知情。

163. 药品网络零售企业应当将处方药与非处方药区分展示，并在相关网页上显著标示处方药、非处方药。在处方药销售主页面、首页面不得直接公开展示处方药包装、标签等信息。通过处方审核前，不得展示说明书等信息，不得提供处方药购买的相关服务。

164. 提供药品交易服务的平台经营者应当保存药品展示、交易记录与投诉举报等信息。保存期限不少于5年，且不少于药品有效期满后1年。确保有关资料、信息和数据的真实、完整，并为入驻的药品网络销售企业自行保存数据提供便利。

165. 药品网络零售企业应当对药品配送的质量与安全负责。配送药品，应当根据药品数量、运输距离、运输时间、温湿度要求等情况，选择适宜的运输工具和设施设

备，配送的药品应当放置在独立空间并明显标识，确保符合要求、全程可追溯。如委托配送，应当对受托企业的质量管理体系进行审核，与受托企业签订质量协议，约定药品质量责任、操作规程等内容，并对受托方进行监督。

166. 提供药品交易服务的平台经营者应当对药品网络销售活动建立检查监控制度。发现入驻的药品网络销售企业有违法行为的，应当及时制止并立即向所在地县级药品监督管理部门报告。

167. 药品网络零售企业向个人销售药品的，应当按照规定出具销售凭证。销售凭证可以以电子形式出具，药品最小销售单元的销售记录应当清晰留存，确保可追溯。完整保存供货企业资质文件、电子交易等记录。药品网络零售企业销售处方药的，还应当保存处方、在线药学服务等记录。相关记录保存期限不少于5年，且不少于药品有效期满后1年。

168. 提供药品交易服务的平台经营者发现下列严重违法行为的，应当立即停止提供网络交易平台服务，停止展示药品相关信息：（1）不具备资质销售药品的；（2）违反《药品网络销售监督管理办法》第八条规定销售国家实行特殊管理的药品的；（3）超过药品经营许可范围销售药品的；（4）因违法行为被药品监督管理部门责令停止销售、吊销药品批准证明文件或者吊销药品经营许可证的；（5）其他严重违法行为的。药品注册证书被依法撤销、注销的，不得展示相关药品的信息。

169. 药品网络零售企业对存在质量问题或者安全隐患的药品，应当依法采取相应的风险控制措施，并及时在网站首页或者经营活动主页面公开相应信息。

170. 出现突发公共卫生事件或者其他严重威胁公众健康的紧急事件时，第三方平台、药品网络销售企业应当遵守国家有关应急处置规定，依法采取相应的控制和处置措施。药品上市许可持有人依法召回药品的，第三方平台、药品网络销售企业应当积极予以配合。

171. 提供药品网络交易服务的平台经营者在药品监督管理部门开展监督检查、案件查办、事件处置等工作时，应当予以配合。药品监督管理部门发现平台内药品经营者存在违法行为，依法要求采取措施制止的，应当及时履行相关义务。药品监督管理部门依照法律、行政法规要求提供有关平台内药品销售者、销售记录、药学服务以及追溯等信息的，应当及时予以提供。鼓励与药品监督管理部门建立开放数据接口等形式的自动化信息报送机制。

172. 拟提供互联网药品信息服务的网站，应当在向国务院信息产业主管部门或者省级电信管理机构申请办理经营许可证或者办理备案手续之前，按照属地监督管理的原则，向该网站主办单位所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门提出申请，经审核同意后取得提供互联网药品信息服务的资格。提供互联网药品信息服务的申请应当以一个网站为基本单元。《互联网药品信息服务资格证书》有效期为5年。有效期届满，需要继续提供互联网药品信息服务的，持证单位应当在有效期届满前6个月内，向原发证机关申请换发《互联网药品信息服务资格证书》。原发证机关进行审核后，认为符合条件的，予以换发新证；认为不符合条件的，发给不予换发新证的通知并说明理由，原《互联网药品信息服务资格证书》由原发证机关收回并公告注销。互联网药品信息服务提供者可以书面申请，由原发证机关收回《互联网药品信息服务资格证书》，被收回《互联网药品信息服务资格证书》的网站不得继续从事互联网药品信息服务。

173. 提供互联网药品信息服务的网站，应当在其网站首页显著位置标注《互联网药品信息服务资格证书》的证书编号。

174. 提供互联网药品信息服务网站所登载的药品信息必须科学、准确，必须符合国家的法律、法规和国家有关药品管理的相关规定。提供互联网药品信息服务的网站不得发布麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、戒毒药品和医疗机构制剂的产品信息。

175. 提供互联网药品信息服务的网站发布的药品（含医疗器械）广告，必须经过食品药品监督管理部门审查批准。要注明广告审查批准文号。

176. 申请提供互联网药品信息服务，除应当符合《互联网信息服务管理办法》规定的要求外，还应当具备下列条件：（1）互联网药品信息服务的提供者应当为依法设立的企事业单位或者其他组织；（2）具有与开展互联网药品信息服务活动相适应的专业人员、设施及相关制度；（3）有两名以上熟悉药品、医疗器械管理法律、法规和药品、医疗器械专业知识，或者依法经资格认定的药学、医疗器械技术人员。

177. 申请提供互联网药品信息服务，应当填写国家食品药品监督管理总局统一制发的《互联网药品信息服务申请表》，向网站主办单位所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请，同时提交以下材料：（1）企业营业执照复印件；（2）网站域名注册的相关证书或者证明文件。从事互联网药品信息服务网站的中文名称，除与主办单位名称相同的以外，不得以“中国”“中华”“全国”等冠名；除取得药品招标代理机构资格证书的单位开办的互联网站外，其他提供互联网药品信息服务的网站名称中不得出现“电子商务”“药品招商”“药品招标”等内容；（3）网站栏目设置说明（申请经营性互联网药品信息服务的网站需提供收费栏目及收费方式的说明）；（4）网站对历史发布信息进行备份和查阅的相关管理制度及执行情况说明；（5）食品药品监督管理部门在线浏览网站上所有栏目、内容的方法及操作说明；（6）药品及医疗器械相关专业技术人员学历证明或者其专业技术资格证书复印件、网站负责人身份证复印件及简历；（7）健全的网络与信息安全保障措施，包括网站安全保障措施、信息安全保密管理制度、用户信息安全管理制度的；（8）保证药品信息来源合法、真实、安全的管理措施、情况说明及相关证明。

178. 互联网药品信息服务提供者变更下列事项之一的，应当向原发证机关申请办理变更手续，填写《互联网药品信息服务项目变更申请表》，同时提供下列相关证明文件：（1）《互联网药品信息服务资格证书》中审核批准的项目（互联网药品信息服务

提供者单位名称、网站名称、IP 地址等); (2) 互联网药品信息服务提供者的基本项目 (地址、法定代表人、企业负责人等); (3) 网站提供互联网药品信息服务的基本情况 (服务方式、服务项目等)。

第十章 规范医疗器械网络经营行为

179. 从事医疗器械销售的网络交易经营者, 应当是医疗器械注册人、备案人或者医疗器械经营企业。应当将从事医疗器械网络销售的相关信息告知所在地设区的市级人民政府负责药品监督管理的部门。经营第一类医疗器械和对产品安全性、有效性不受流通过程影响的第二类医疗器械除外。

180. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当对入网医疗器械经营者进行实名登记, 审查其经营许可、备案情况和所经营医疗器械产品注册、备案情况, 并对其经营行为进行管理。电子商务平台经营者发现入网医疗器械经营者有违反《医疗器械监督管理条例》规定行为的, 应当及时制止并立即报告医疗器械经营者所在地设区的市级人民政府负责药品监督管理的部门; 发现严重违法行为的, 应当立即停止提供网络交易平台服务。

181. 从事医疗器械销售的网络交易经营者、为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当遵守医疗器械法规、规章和规范, 建立健全管理制度, 依法诚信经营, 保证医疗器械质量安全。采取技术措施, 保障医疗器械网络销售数据和资料的真实、完整、可追溯。积极配合食品药品监督管理部门开展网络监测、抽样检验、现场检查等监督管理, 按照食品药品监督管理部门的要求存储数据, 提供信息查询、数据提取等相关支持。

182. 从事医疗器械销售的网络交易经营者应当是依法取得医疗器械生产许可、经营许可或者办理备案的医疗器械生产经营企业。法律法规规定不需要办理许可或者备案的除外。医疗器械生产企业受持有人委托通过网络销售受托生产的医疗器械, 不需要办理经营许可或者备案, 其销售条件应当符合《医疗器械监督管理条例》和《医疗

器械网络销售监督管理办法》的要求。持有人委托开展医疗器械网络销售的，应当评估确认受托方的合法资质、销售条件、技术水平和质量管理能力，对网络销售过程和质量控制进行指导和监督，对网络销售的医疗器械质量负责。

183. 从事医疗器械销售的网络交易经营者，应当填写医疗器械网络销售信息表，将企业名称、法定代表人或者主要负责人、网站名称、网络客户端应用程序名、网站域名、网站 IP 地址、电信业务经营许可证或者非经营性互联网信息服务备案编号、医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证编号等信息事先向所在地设区的市级药品监督管理部门备案。相关信息发生变化的，应当及时变更备案。

184. 从事医疗器械销售的网络交易经营者，应当通过自建网站或者医疗器械网络交易服务第三方平台开展医疗器械网络销售活动。通过自建网站开展医疗器械网络销售的企业，应当依法取得《互联网药品信息服务资格证书》，并具备与其规模相适应的办公场所以及数据备份、故障恢复等技术条件。

185. 从事医疗器械销售的网络交易经营者，应当在其主页面显著位置展示其医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证，产品页面应当展示该产品的医疗器械注册证或者备案凭证。相关展示信息应当画面清晰，容易辨识。其中，医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证、医疗器械注册证或者备案凭证的编号还应当以文本形式展示。相关信息发生变更的，应当及时更新展示内容。

186. 从事医疗器械销售的网络交易经营者在网上发布的医疗器械名称、型号、规格、结构及组成、适用范围、医疗器械注册证编号或者备案凭证编号、注册人或者备案人信息、生产许可证或者备案凭证编号、产品技术要求编号、禁忌症等信息，应当与经注册或者备案的相关内容保持一致。

187. 从事医疗器械销售的网络交易经营者应当记录医疗器械销售信息，记录应当保存至医疗器械有效期后 2 年；无有效期的，保存时间不得少于 5 年；植入类医疗器械的销售信息应当永久保存。相关记录应当真实、完整、可追溯。

188. 从事医疗器械销售的网络交易经营者，经营范围不得超出其生产经营许可证或

者备案的范围。医疗器械批发企业从事医疗器械网络销售，应当销售给具有资质的医疗器械经营企业或者使用单位。医疗器械零售企业从事医疗器械网络销售，应当销售给消费者。销售给消费者个人的医疗器械，应当是可以由消费者个人自行使用的，其说明书应当符合医疗器械说明书和标签管理相关规定，标注安全使用的特别说明。

189. 从事医疗器械销售的网络交易经营者，应当按照医疗器械标签和说明书标明的条件贮存和运输医疗器械。委托其他单位贮存和运输医疗器械的，应当对被委托方贮存和运输医疗器械的质量保障能力进行考核评估，明确贮存和运输过程中的质量安全责任，确保贮存和运输过程中的质量安全。

190. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当依法取得《互联网药品信息服务资格证书》，具备与其规模相适应的办公场所以及数据备份、故障恢复等技术条件，设置专门的医疗器械网络质量安全管理机构或者配备医疗器械质量安全管理人員。

191. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当向所在地省级食品药品监督管理部门备案，填写医疗器械网络交易服务第三方平台备案表，并提交以下材料：（1）营业执照原件、复印件；（2）法定代表人或者主要负责人、医疗器械质量安全管理人身份证明原件、复印件；（3）组织机构与部门设置说明；（4）办公场所地理位置图、房屋产权证明文件或者租赁协议（附房屋产权证明文件）原件、复印件；（5）电信业务经营许可证原件、复印件或者非经营性互联网信息服务备案说明；（6）《互联网药品信息服务资格证书》原件、复印件；（7）医疗器械网络交易服务质量管理制度等文件目录；（8）网站或者网络客户端应用程序基本情况介绍和功能说明；（9）其他相关证明材料。为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者名称、法定代表人或者主要负责人、网站名称、网络客户端应用程序名、网站域名、网站 IP 地址、电信业务经营许可证或者非经营性互联网信息服务备案编号等备案信息发生变化的，应当及时变更备案。

192. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者，应当在其网站主页面显著

位置标注医疗器械网络交易服务第三方平台备案凭证的编号。

193. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当建立包括入驻平台的企业核实登记、质量安全监测、交易安全保障、网络销售违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、安全投诉举报处理、消费者权益保护、质量安全信息公告等管理制度。

194. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当对申请入驻平台的企业提供的医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证、医疗器械注册证或者备案凭证、企业营业执照等材料进行核实，建立档案并及时更新，保证入驻平台的企业许可证件或者备案凭证所载明的生产经营场所等许可或者备案信息真实。应当与入驻平台的企业签订入驻协议，并在协议中明确双方义务及违约处置措施等相关内容。

195. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当记录在其平台上开展的医疗器械交易信息，记录应当保存至医疗器械有效期后 2 年；无有效期的，保存时间不得少于 5 年；植入类医疗器械交易信息应当永久保存。相关记录应当真实、完整、可追溯。

196. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当对平台上的医疗器械销售行为及信息进行监测，发现入驻平台的平台内经营者存在超范围经营、发布虚假信息、夸大宣传等违法违规行为、无法取得联系或者存在其他严重安全隐患的，应当立即对其停止网络交易服务，并保存有关记录，向所在地省级食品药品监督管理部门报告。发现入驻平台的平台内经营者企业被食品药品监督管理部门责令停产停业、吊销许可证件等处罚，或者平台交易的产品被食品药品监督管理部门暂停销售或者停止销售的，应当立即停止提供相关网络交易服务。

197. 为医疗器械交易提供服务的网络交易平台经营者应当在网站醒目位置及时发布产品质量安全隐患等相关信息。

198. 拟提供互联网医疗器械信息服务的网站，应当在向国务院信息产业主管部门或者省级电信管理机构申请办理经营许可证或者办理备案手续之前，按照属地监督管

理的原则，向该网站主办单位所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请，经审核同意后取得提供互联网药品（含医疗器械）信息服务的资格。提供互联网药品（含医疗器械）信息服务的申请应当以一个网站为基本单元。《互联网药品信息服务资格证书》有效期为5年。有效期届满，需要继续提供互联网药品（含医疗器械）信息服务的，持证单位应当在有效期届满前6个月内，向原发证机关申请换发《互联网药品信息服务资格证书》。原发证机关进行审核后，认为符合条件的，予以换发新证；认为不符合条件的，发给不予换发新证的通知并说明理由，原《互联网药品信息服务资格证书》由原发证机关收回并公告注销。互联网医疗器械信息服务提供者可以书面申请，由原发证机关收回《互联网药品信息服务资格证书》，被收回《互联网药品信息服务资格证书》的网站不得继续从事互联网药品（含医疗器械）信息服务。

199. 提供互联网医疗器械信息服务的网站，应当在其网站首页显著位置标注《互联网药品信息服务资格证书》的证书编号。

200. 提供互联网医疗器械信息服务网站所登载的信息必须科学、准确，必须符合国家的法律、法规和国家有关医疗器械管理的相关规定。提供互联网医疗器械信息服务的网站不得发布麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、戒毒药品和医疗机构制剂的产品信息。

201. 提供互联网医疗器械信息服务的网站发布的药品（含医疗器械）广告，必须经过食品药品监督管理部门审查批准。要注明广告审查批准文号。

202. 申请提供互联网医疗器械信息服务，除应当符合《互联网信息服务管理办法》规定的要求外，还应当具备下列条件：（1）互联网医疗器械信息服务的提供者应当为依法设立的企事业单位或者其他组织；（2）具有与开展互联网医疗器械信息服务活动相适应的专业人员、设施及相关制度；（3）有两名以上熟悉药品、医疗器械管理法律、法规和药品、医疗器械专业知识，或者依法经资格认定的药学、医疗器械技术人员。

203. 申请提供互联网医疗器械信息服务,应当填写国家食品药品监督管理总局统一制发的《互联网医疗器械信息服务申请表》,向网站主办单位所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请,同时提交以下材料:(1)企业营业执照复印件;(2)网站域名注册的相关证书或者证明文件。从事互联网医疗器械信息服务网站的中文名称,除与主办单位名称相同的以外,不得以“中国”“中华”“全国”等冠名;除取得药品招标代理机构资格证书的单位开办的互联网站外,其他提供互联网医疗器械信息服务的网站名称中不得出现“电子商务”“药品招商”“药品招标”等内容;(3)网站栏目设置说明(申请经营性互联网医疗器械信息服务的网站需提供收费栏目及收费方式的说明);(4)网站对历史发布信息进行备份和查阅的相关管理制度及执行情况说明;(5)食品药品监督管理部门在线浏览网站上所有栏目、内容的方法及操作说明;(6)药品及医疗器械相关专业技术人员学历证明或者其专业技术资格证书复印件、网站负责人身份证复印件及简历;(7)健全的网络与信息安全保障措施,包括网站安全保障措施、信息安全保密管理制度、用户信息安全管理措施;(8)保证药品信息来源合法、真实、安全的管理措施、情况说明及相关证明。

204. 互联网医疗器械信息服务提供者变更下列事项之一的,应当向原发证机关申请办理变更手续,填写《互联网医疗器械信息服务项目变更申请表》,同时提供下列相关证明文件:(1)《互联网药品信息服务资格证书》中审核批准的项目(互联网医疗器械信息服务提供者单位名称、网站名称、IP地址等);(2)互联网医疗器械信息服务提供者的基本项目(地址、法定代表人、企业负责人等);(3)网站提供互联网医疗器械信息服务的基本情况(服务方式、服务项目等)。

第十一章 规范化妆品网络经营行为

205. 化妆品网络交易经营者从事化妆品网络经营活动、提供化妆品电子商务平台服务,应当遵守化妆品法律、法规、规章、强制性国家标准和技术规范,依法诚信经营,保证化妆品质量安全。

206. 化妆品网络交易平台经营者应当依法承担平台内化妆品经营者管理责任，设置化妆品质量管理机构或者配备专兼职管理人员，建立实名登记、日常检查、违法行为制止及报告、投诉举报处理等化妆品质量安全管理制度的有效实施。应当依照《中华人民共和国电子商务法》有关要求制定平台服务协议和交易规则，其中有关进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护等内容应当包括平台内化妆品经营者主体资质审核、产品信息发布规则、违法行为处置等方面的要求。

207. 化妆品质量安全管理机构或者质量安全管理人员负责建立并实施化妆品质量安全管理制度的有效实施，并组织开展平台内化妆品经营者的日常检查。

208. 化妆品网络交易平台经营者应当要求申请入驻平台的化妆品经营者提交身份、地址、联系方式等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并至少每6个月核验更新一次。化妆品网络交易平台经营者对平台内化妆品经营者身份信息的保存时间自其退出平台之日起不少于3年。

209. 化妆品网络交易平台经营者应当建立平台内化妆品经营者日常检查制度，日常检查包括入网产品信息发布检查、日常经营行为检查等。日常检查应当制定检查计划，明确检查对象、检查频次、检查内容，并形成检查记录。检查记录应当至少包括检查的平台内化妆品经营者身份信息、检查内容、检查结果、处置措施等信息，记录保存期限不得少于2年。

210. 化妆品网络交易平台经营者应当在平台内化妆品经营者入驻平台发布化妆品产品信息时开展检查，核实平台内化妆品经营者发布的产品名称、特殊化妆品注册证编号、产品执行的标准编号等信息与国家药品监督管理局官方网站公布的相应产品信息的一致性。鼓励化妆品网络交易平台经营者利用信息化等技术手段开展入网产品信息发布检查。

211. 化妆品网络交易平台经营者应当根据产品风险情况，定期组织对平台内化妆品经营者开展日常经营行为检查，重点检查以下内容：（1）检查平台内化妆品经营者经营的化妆品是否存在未经注册或者未备案、冒用他人化妆品注册证编号或者备案编

号等情况；(2) 检查平台内化妆品经营者展示的化妆品标签等信息是否与国家药品监督管理局官方网站公布的相应产品信息一致；(3) 检查平台内化妆品经营者展示的化妆品标签信息是否存在明示或者暗示具有医疗作用、虚假或者引人误解、违反社会公序良俗等法律法规禁止标注的内容。鼓励化妆品网络交易平台经营者定期对入网经营的化妆品采取抽样检验等方式进行质量安全监测，排查入网化妆品的产品质量安全风险。

212. 化妆品网络交易平台经营者应当主动收集省级以上药品监督管理部门发布的关于抽样检验、暂停或者停止经营化妆品等涉及产品质量安全的监管公开信息，并及时开展平台内自查。

213. 化妆品网络交易平台经营者通过开展日常检查、监管公开信息自查等质量安全管理活动或者收到负责药品监督管理的部门信息通报等方式，发现平台内化妆品经营者存在违法经营化妆品行为的，应当依法或者依据平台服务协议和交易规则采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施及时制止。发现有下列严重违法行为的，应当依法或者依据平台服务协议和交易规则立即停止向平台内化妆品经营者提供网络交易平台服务：(1) 因化妆品质量安全相关犯罪被人民法院判处刑罚的；(2) 因化妆品质量安全违法行为被公安机关拘留或者给予其他治安管理处罚的；(3) 被负责药品监督管理的部门依法作出吊销许可证、责令停产停业等处罚的；(4) 其他严重违法行为。因涉嫌化妆品质量安全犯罪被立案侦查或者提起公诉，且有证据证明可能危害人体健康的，化妆品网络交易平台经营者可以依法或者依据平台服务协议和交易规则暂停向平台内化妆品经营者提供电子商务平台服务。化妆品网络交易平台经营者知道或者应当知道化妆品平台内经营者被依法禁止从事化妆品生产经营活动的，不得向其提供网络交易平台服务。

214. 化妆品网络交易平台经营者收到化妆品不良反应信息、投诉举报信息的，应当记录并及时转交平台内化妆品经营者处理。

215. 化妆品网络交易平台经营者收到涉及产品质量安全的重大信息，应当及时报告所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门。对发现的违法经营化妆品行为采取措施及时制止后，对于下列涉及产品质量安全重大信息的情形，应当自发现之日起10日内将相关情况及平台内化妆品经营者涉嫌违法经营的线索报告平台内化妆品经营者实际经营地省级药品监督管理部门，内容包括涉及平台内化妆品经营者的主体信息、涉及产品的信息、质量安全重大信息相关情况说明、化妆品网络交易平台经营者已做出的处置措施等信息：因使用入网经营的化妆品导致人体全身性损害、危及生命或者造成死亡的；有证据表明入网经营的化妆品中使用禁用原料或者非法添加可能危害人体健康物质的；入网经营的化妆品存在其他重大产品质量安全问题。

216. 化妆品网络交易平台经营者应当每季度将本平台发现的平台内化妆品经营者违法经营行为以及处置措施书面报告化妆品网络交易平台经营者住所地省级药品监督管理部门。负责药品监督管理的部门因监督检查、案件调查等工作需要，要求化妆品电子商务平台经营者依法提供相关信息的，化妆品电子商务平台经营者应当予以协助、配合。

217. 化妆品网络交易平台经营者应当为平台内化妆品经营者依法履行化妆品信息披露等义务提供必要的技术支持和服务。鼓励化妆品网络交易平台经营者与负责药品监督管理的部门建立开放数据接口等形式的自动化信息报送机制。

218. 化妆品网络交易平台经营者应当加强对平台内化妆品经营者相关法规知识的宣传培训，宣传培训内容应当包括化妆品相关法律法规、平台内化妆品经营者法律义务和法律责任、平台服务协议和交易规则、化妆品信息发布要求等。

219. 化妆品平台内经营者、通过自建网站以及其他网络服务经营化妆品的网络交易经营者应当建立并执行进货查验记录制度，查验直接供货者的经营主体登记证明、特殊化妆品注册证或者普通化妆品备案信息、化妆品的产品质量检验合格证明并保存相关凭证，如实记录化妆品名称、特殊化妆品注册证编号或者普通化妆品备案编号、使用期限、净含量、购进数量、供货者名称、地址、联系方式、购进日期等内容。经

营儿童化妆品的，还应当查验儿童化妆品标志，并对所经营儿童化妆品标签信息与国家药品监督管理局官方网站上公布的相应产品信息进行核对。

220. 化妆品平台内经营者、通过自建网站以及其他网络服务经营化妆品的网络交易经营者应当履行化妆品信息披露的义务，应当全面、真实、准确、清晰、及时披露与注册或者备案资料一致的化妆品标签等信息。披露的化妆品标签信息应当包含其所经营化妆品标签的全部内容，其中产品名称、产品执行的标准编号应当在其产品展示页面显著位置以文字形式展示；披露的其他有关产品安全、功效宣称的信息应当与其所经营化妆品的注册或者备案资料中标签信息和功效宣称依据摘要的相关内容一致。鼓励化妆品平台内经营者、通过自建网站以及其他网络服务经营化妆品的网络交易经营者展示其所经营化妆品的特殊化妆品注册证或者普通化妆品备案信息。

221. 化妆品平台内经营者应当积极配合化妆品网络交易平台经营者开展日常检查、监管公开信息自查等质量安全管理活动，及时、准确地向化妆品网络交易平台经营者提供相关产品信息，并配合化妆品网络交易平台经营者采取必要措施控制风险。化妆品平台内经营者、通过自建网站以及其他网络服务经营化妆品的网络交易经营者应当关注所经营化妆品涉及产品质量安全的监管公开信息，对于经负责药品监督管理的部门抽样检验认定为不符合规定的特定批次化妆品，化妆品平台内经营者应当立即停止经营。抽样检验涉及检出禁用原料或者可能危害人体健康物质、儿童化妆品不符合规定等情形的，化妆品平台内经营者、通过自建网站以及其他网络服务经营化妆品的网络交易经营者应当立即停止经营不符合规定的特定批次产品；对于同一品种的其他批次产品，化妆品平台内经营者、通过自建网站以及其他网络服务经营化妆品的网络交易经营者仍继续经营的，应当以显著方式对该化妆品抽样检验不符合规定的监管公开信息或者化妆品注册人、备案人针对产品抽样检验不符合规定开展自查的情况报告予以公示，相关信息应当持续公示一年，供消费者选购时参考。

222. 化妆品平台内经营者、通过自建网站以及其他网络服务经营化妆品的网络交易经营者发现所销售化妆品存在质量缺陷或者其他问题，可能危害人体健康的，应当

立即停止经营，并通知相关化妆品注册人、备案人。化妆品注册人、备案人应当依法实施召回。

223. 化妆品平台内经营者、通过自建网站以及其他网络服务经营化妆品的网络交易经营者应当依照有关法律法规的规定和化妆品标签标示的要求贮存、运输化妆品，定期检查并及时处理变质或者超过使用期限的化妆品。

第二部分

其他行业领域法律法规有规定的，网络交易经营者应当遵照相关规定依法经营，履行社会责任，维护国家利益和社会公共利益，保护人民群众生命健康和财产安全，服务保障经济社会高质量发展。

第一章 保护用户个人信息和隐私

1. 个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责，并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全。

2. 符合下列情形之一的，个人信息处理者方可处理个人信息：（1）取得个人的同意；（2）为订立、履行个人作为一方当事人的合同所必需，或者按照依法制定的劳动规章制度和依法签订的集体合同实施人力资源管理所必需；（3）为履行法定职责或者法定义务所必需；（4）为应对突发公共卫生事件，或者紧急情况下为保护自然人的生命健康和财产安全所必需；（5）为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为，在合理的范围内处理个人信息；（6）依照《个人信息保护法》规定在合理的范围内处理个人自行公开或者其他已经合法公开的个人信息；（7）法律、行政法规规定的其他情形。依照有关规定处理个人信息应当取得个人同意，但是有前款第二项至第七项规定情形的，不需取得个人同意。

3. 只有在具有特定的目的和充分的必要性，并采取严格保护措施的情形下，个人信息处理者方可处理敏感个人信息。包括生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等信息，以及不满十四周岁未成年人的个人信息。

4. 处理敏感个人信息应当取得个人的单独同意；法律、行政法规规定处理敏感个人信息应当取得书面同意的，从其规定。（《个人信息保护法》第二十九条）网络交易经营者处理个人信息，应当防止未经授权的访问以及个人信息泄露、篡改、丢失，并采取下列措施确保个人信息处理活动符合法律、行政法规的规定：（1）制定内部管理制度和操作规程；（2）对个人信息实行分类管理；（3）采取相应的加密、去标识化等安全技术措施；（4）合理确定个人信息处理的操作权限，并定期对从业人员进行安全教育和培训；（5）制定并组织实施个人信息安全事件应急预案；（6）法律、行政法规规定的其他措施。

5. 提供重要互联网平台服务、用户数量巨大、业务类型复杂的个人信息处理者，应当履行下列义务：（1）按照国家规定建立健全个人信息保护合规制度体系，成立主要由外部成员组成的独立机构对个人信息保护情况进行监督；（2）遵循公开、公平、公正的原则，制定平台规则，明确平台内产品或者服务提供者处理个人信息的规范和保护个人信息的义务；（3）对严重违反法律、行政法规处理个人信息的平台内的产品或者服务提供者，停止提供服务；（4）定期发布个人信息保护社会责任报告，接受社会监督。

第二章 建立数据安全管理机制

6. 网络运营者应当按照网络安全等级保护制度的要求，保障网络免受干扰、破坏或者未经授权的访问，防止网络数据泄露或者被窃取、篡改，履行以下网络安全保护义务：（1）制定内部安全管理制度和操作规程，确定网络安全负责人，落实网络安全保护责任；（2）采取防范计算机病毒和网络攻击、网络侵入等危害网络安全行为的技术措施；（3）采取监测、记录网络运行状态、网络安全事件的技术措施，并按照规

定留存相关的网络日志不少于六个月；（4）采取数据分类、重要数据备份和加密等措施；（5）法律、行政法规规定的其他义务。

7. 网络运营者应当制定网络安全事件应急预案，及时处置系统漏洞、计算机病毒、网络攻击、网络侵入等安全风险；发生危害网络安全事件时，应当立即启动应急预案，采取相应的补救措施，并按照规定向有关主管部门报告。

8. 网络运营者开展数据处理活动应当依照法律、法规的规定，建立健全全流程数据安全管理制度，组织开展数据安全教育培训，采取相应的技术措施和其他必要措施，保障数据安全。在网络安全等级保护制度的基础上，履行数据安全保护义务。重要数据的处理者应当明确数据安全负责人和管理机构，落实数据安全保护责任。

第三章 建立健全算法合规管理机制

9. 提供算法推荐服务，应当遵守法律法规，尊重社会公德和伦理，遵守商业道德和职业道德，遵循公正公平、公开透明、科学合理和诚实信用的原则。

10. 算法推荐服务提供者应当落实算法安全主体责任，建立健全算法机制机理审核、科技伦理审查、用户注册、信息发布审核、数据安全和个人信息保护、反电信网络诈骗、安全评估监测、安全事件应急处置等管理制度和技术措施，制定并公开算法推荐服务相关规则，配备与算法推荐服务规模相适应的专业人员和技术支撑。

11. 算法推荐服务提供者应当定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等，不得设置诱导用户沉迷、过度消费等违反法律法规或者违背伦理道德的算法模型。

12. 算法推荐服务提供者应当加强用户模型和用户标签管理，完善记入用户模型的兴趣点规则和用户标签管理规则，不得将违法和不良信息关键词记入用户兴趣点或者作为用户标签并据以推送信息。

13. 算法推荐服务提供者应当以显著方式告知用户其提供算法推荐服务的情况，并以适当方式公示算法推荐服务的基本原理、目的意图和主要运行机制等。

14. 算法推荐服务提供者应当向用户提供不针对其个人特征的选项，或者向用户提供便捷的关闭算法推荐服务的选项。用户选择关闭算法推荐服务的，算法推荐服务提供者应当立即停止提供相关服务。算法推荐服务提供者应当向用户提供选择或者删除用于算法推荐服务的针对其个人特征的用户标签的功能。算法推荐服务提供者应用算法对用户权益造成重大影响的，应当依法予以说明并承担相应责任。

15. 算法推荐服务提供者向消费者销售商品或者提供服务的，应当保护消费者公平交易的权利，不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征，利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等违法行为。

16. 算法推荐服务提供者应当依法留存网络日志，配合网信部门和电信、公安、市场监管等有关部门开展安全评估和监督检查工作，并提供必要的技术、数据等支持和协助。

17. 算法推荐服务提供者向劳动者提供工作调度服务的，应当保护劳动者取得劳动报酬、休息休假等合法权益，建立完善平台订单分配、报酬构成及支付、工作时间、奖惩等相关算法。

18. 网络交易经营者利用个人信息进行自动化决策，应当保证决策的透明度和结果公平、公正，不得对个人在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。通过自动化决策方式向个人进行信息推送、商业营销，应当同时提供不针对其个人特征的选项，或者向个人提供便捷的拒绝方式。通过自动化决策方式作出对个人权益有重大影响的决定，个人有权要求个人信息处理者予以说明，并有权拒绝个人信息处理者仅通过自动化决策的方式作出决定。

第四章 持续践行特殊人群保护义务

19. 算法推荐服务提供者向未成年人提供服务的，应当依法履行未成年人网络保护义务，并通过开发适合未成年人使用的模式、提供适合未成年人特点的服务等方式，便利未成年人获取有益身心健康的信息。算法推荐服务提供者不得向未成年人推送可

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可能影响未成年人身心健康的信息，不得利用算法推荐服务诱导未成年人沉迷网络。

20. 算法推荐服务提供者向老年人提供服务的，应当保障老年人依法享有的权益，充分考虑老年人出行、就医、消费、办事等需求，按照国家有关规定提供智能化适老服务，依法开展涉电信网络诈骗信息的监测、识别和处置，便利老年人安全使用算法推荐服务。

21. 直播营销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。网络直播营销中包含可能影响未成年人身心健康内容的，直播营销平台应当在信息展示前以显著方式作出提示。

22. 网络产品和服务提供者不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务。网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。以未成年人为服务对象的在线教育网络产品和服务，不得插入网络游戏链接，不得推送广告等与教学无关的信息。

23. 网络产品和服务提供者应当建立便捷、合理、有效的投诉和举报渠道，公开投诉、举报方式等信息，及时受理并处理涉及未成年人的投诉、举报。

第五章 反食品浪费

24. 提供餐饮第三方服务的网络交易平台经营者应当以显著方式提示消费者适量点餐，餐饮服务经营者通过餐饮外卖平台提供服务的，应当在平台页面上向消费者提供食品分量、规格或者建议消费人数等信息。

25. 提供餐饮第三方服务的网络交易平台经营者应当以显著方式提示消费者按需、适量点餐。在餐品浏览页面标注餐品规格、参考分量、口味、建议消费人数等信息，推广小分量、多规格餐品或者可选套餐。外卖配送应当使用符合标准的餐盒、餐袋和保温、清洁的配送容器。

26. 鼓励提供餐饮第三方服务的网络交易平台经营者依法利用信息技术手段分析餐饮供给和消费需求，为入网餐饮服务经营者开发改进餐品、按需备餐、防止和减少浪费等提供信息技术服务。

27. 提供餐饮第三方服务的网络交易平台经营者应当通过完善商业运营模式、优化平台交易规则、建立健全激励机制等方式，督促引导入网餐饮服务经营者、消费者防止和减少食品浪费。

28. 提供餐饮第三方服务的网络交易平台经营者不得滥用市场支配地位，不得采用虚假或者引人误解的商业宣传等方式诱导、欺骗消费者超量点餐。

第六章 其他方面的合规管理要求

29. 鼓励网络交易平台经营者至少每年进行一次风险评估，以识别、分析和评估由其提供的互联网平台服务可能引起的各种风险，主要包括以下方面：（1）传播非法内容；（2）侵害消费者合法权益；（3）不能正常提供平台服务，导致社会正常生活秩序、公共利益、国家安全受到侵害。

30. 鼓励网络交易平台经营者针对风险评估要求，采取以下风险防控措施：（1）建立内容审核或广告推荐审核的内部机制；（2）定期发布风险评估报告，接受社会监督；（3）其他防范平台风险的应急保障措施。

31. 鼓励网络交易平台经营者充分利用数据、资金、人才、用户和技术等资源优势，加大创新投入，提升技术水平，组织核心技术攻关，加快技术迭代，扶持中小科技企业创新，不断激发平台经济领域创新发展活力。

32. 网络交易经营者经营种子的，应当在其首页显著位置持续公示种子生产经营许可证或者备案信息。网络交易平台经营者应当对平台内种子经营者的身份、联系方式、种子生产经营许可证或者备案信息等进行核验、登记，建立经营者档案，并定期核验更新。

33. 网络交易平台经营者应当依照国家有关规定，履行合理注意义务，对利用提供信息发布或者搜索、广告推广、引流推广等网络推广服务，从事涉诈支持、帮助活动进行监测识别和处置。

34. 网络交易经营者进行危险物品经营，应当在本单位网站主页显著位置标明可供查询的互联网信息服务经营许可证编号或者备案编号、从事危险物品活动的合法资质和营业执照等材料。

35. 网络交易经营者进行危险化学品经营，不得向未经许可从事危险化学品生产、经营活动的企业采购危险化学品。

36. 网络交易经营者禁止通过移动通信、互联网等信息网络非法销售烟草制品。

37. 网络交易经营者禁止从事下列行为：（1）发布或者变相发布烟草广告；（2）各种形式的烟草促销、冠名赞助活动。

38. 销售建筑类涂料与胶粘剂的网络交易经营者应建立并执行进货检查验收制度，验明产品质量符合北京市地方标准《建筑类涂料与胶粘剂挥发性有机化合物含量限值标准》（DB11/ 1983—2022）的检验合格证明，如实记录并保存相关凭证。

附录:

相关规定

《中华人民共和国电子商务法》
《中华人民共和国反垄断法》
《中华人民共和国食品安全法》
《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》
《中华人民共和国价格法》
《中华人民共和国计量法》
《中华人民共和国网络安全法》
《中华人民共和国个人信息保护法》
《中华人民共和国数据安全法》
《中华人民共和国未成年人保护法》
《中华人民共和国道路交通安全法》
《中华人民共和国循环经济促进法》
《中华人民共和国药品管理法》
《中华人民共和国疫苗管理法》
《中华人民共和国反食品浪费法》
《中华人民共和国反电信网络诈骗法》
《中华人民共和国野生动物保护法》
《化妆品监督管理条例》
《医疗器械监督管理条例》
《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》
《中华人民共和国认证认可条例》
《中华人民共和国食品安全法实施条例》
《北京市非机动车管理条例》
《中华人民共和国烟草专卖法实施条例》
《促进个体工商户发展条例》
《危险化学品安全管理条例》
《网络交易监督管理办法》
《互联网广告管理办法》
《食品经营许可和备案管理办法》
《网络食品安全违法行为查处办法》
《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》
《侵害消费者权益行为处罚办法》

《合同行政监督管理办法》
《网络直播营销管理办法》
《电子烟管理办法》
《化妆品生产经营监督管理办法》
《化妆品网络经营监督管理办法》
《互联网药品信息服务管理办法》
《医疗器械网络销售监督管理办法》
《药品网络销售监督管理办法》
《产品质量监督抽查管理暂行办法》
《水效标识管理办法》
《能源效率标识管理办法》
《互联网危险物品信息发布管理规定》
《明码标价和禁止价格欺诈规定》
《互联网信息服务算法推荐管理规定》
《规范促销行为暂行规定》
《北京市标准化办法》
《北京市种子条例》
《北京市控制吸烟条例》
《北京市单用途预付卡管理条例》
《北京市反食品浪费规定》
《北京市大气污染防治条例》
《关于平台经济领域的反垄断指南》