

# **网络交易经营者落实主体责任合规指引 (市场监管领域)**

**北京市市场监管发展研究中心**

**2022 年 11 月**

## 目 录

|                        |    |
|------------------------|----|
| 前 言 .....              | 1  |
| 第一部分 .....             | 2  |
| 第一章 落实平台主体责任 .....     | 2  |
| 第二章 履行信息公示义务 .....     | 3  |
| 第三章 强化反垄断合规建设.....     | 5  |
| 第四章 维护公平竞争市场环境 .....   | 7  |
| 第五章 维护消费者合法权益 .....    | 9  |
| 第六章 依法规范价格行为 .....     | 12 |
| 第七章 规范互联网广告行为 .....    | 13 |
| 第八章 履行产品质量安全保障义务 ..... | 16 |
| 第九章 履行食品安全保障义务 .....   | 18 |
| 第二部分 .....             | 22 |
| 第一章 保护用户个人信息和隐私 .....  | 22 |
| 第二章 建立数据安全管理机制 .....   | 23 |
| 第三章 建立健全算法合规管理机制 ..... | 24 |
| 第四章 保障劳动者合法权益 .....    | 25 |
| 第五章 持续践行特殊人群保护义务 ..... | 26 |
| 第六章 其他方面的合规管理要求 .....  | 27 |
| 附 录 .....              | 28 |

## 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。

指引依据有关法律、行政法规、部门规章、地方性法规、规范性文件，摘取重点事项收录，内容也将根据法律、法规调整适时动态完善。指引包括两部分内容，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。

制定本指引，旨在提高网络交易经营者的法律意识，推动网络交易经营者全面知法、自觉守法。坚持规范与发展并重，坚持寓管理于服务，结合企业合规突出方面，宣讲合规理念，提供全面指导服务，推动网络交易经营者依法依规经营，更好培育和激发网络交易市场主体活力和竞争力。

指引涉及的相关概念：

**网络交易经营者：**指组织、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：**指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。

**平台内经营者：**指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。

## 第一部分

### 第一章 落实平台主体责任

1. 网络交易平台经营者应当规范平台内用户管理，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。对未办理市场主体登记的平台内经营者进行动态监测，对需要办理市场主体登记的，及时提醒其依法办理市场主体登记。

2. 网络交易平台经营者应当规范平台内商品和服务信息、交易信息管理，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。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

3. 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。

4. 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。

5. 网络交易平台经营者应当规范平台内经营者身份信息报送，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。

6. 网络交易经营者应当积极配合提供有关数据信息，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。为网络交易经营者提供宣传推广、支付结算、物流快递、网络接入、服务器托管、虚拟主机、云服务、网站网页设计制作等服务的经营者，应当及时协助市场监督管理部门依法查处网络交易违法行为，提供其掌握的有关数据信息。

7. 网络交易平台经营者应当积极配合市场监督管理部门依法开展的监管执法活动，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；法律、行政法规另有规定的，依照其规定。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。

8. 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 履行信息公示义务**

9. 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。

10. 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。

11. 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。

12. 网络交易经营者应当规范用户管理，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。

13. 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。

14. 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。

15. 网络交易平台经营者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。

16. 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。

17. 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。消费者明确拒绝的，应当立即停止发送，不得更换名义后再次发送。

18. 网络交易经营者搭售商品或者服务，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。

19. 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。

### 第三章 强化反垄断合规建设

20. 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。

21. 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。

22. 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。

23. 具有市场支配地位的网络交易经营者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。

24. 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应当依法进行调查。

25. 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。

26. 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。

27. 网络交易经营者在未明确订立协议或者决定的情况下，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。

28. 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。

29. 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。

30. 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。

31. 具有市场支配地位的网络交易经营者，不得以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品。

32. 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”。



33. 网络交易平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段，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。

34. 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。

#### **第四章 维护公平竞争市场环境**

35. 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。

36. 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。

37. 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。

38. 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。

39. 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。

40. 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。

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。

42. 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。

43. 网络交易经营者不得以列方式，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。

## 第五章 维护消费者合法权益

44. 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。

45. 网络交易经营者应当保障消费者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。

46. 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。

47. 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。

48. 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。

49. 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。

50. 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寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

51. 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。

52. 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。

53. 网络交易经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，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。

54. 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。

55. 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、店堂告示等的，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。

56. 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。

57. 网络交易经营者与消费者采用格式条款订立合同的，不得在格式条款中免除自己的下列责任：(1) 造成消费者人身伤害的责任；(2) 因故意或者重大过失造成消

费者财产损失的责任；(3) 对提供的商品或者服务依法应当承担的保证责任；(4) 因违约依法应当承担的违约责任；(5) 依法应当承担的其他责任。

58. 网络交易经营者与消费者采用格式条款订立合同的，不得在格式条款中加重消费者下列责任：(1) 违约金或者损害赔偿金超过法定数额或者合理数额；(2) 承担应当由格式条款提供方承担的经营风险责任；(3) 其他依照法律法规不应由消费者承担的责任。

59. 网络交易经营者与消费者采用格式条款订立合同的，不得在格式条款中排除消费者下列权利：(1) 依法变更或者解除合同的权利；(2) 请求支付违约金的权利；(3) 请求损害赔偿的权利；(4) 解释格式条款的权利；(5) 就格式条款争议提起诉讼的权利；(6) 消费者依法应当享有的其他权利。

## **第六章 依法规范价格行为**

60. 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。

61. 网络交易经营者销售、收购商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。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。

62. 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。

63. 网络交易经营者禁止利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱导消费者或者其他经营者与其进行交易，实施价格欺诈行为。

64. 网络交易平台经营者有下列情形的，构成价格欺诈行为的主体：（1）网络交易平台在网站首页或者其他显著位置标示的某平台内经营者所销售的商品价格低于该平台内经营者在商品详情页面标示的价格的；（2）网络交易平台声称网站内所有或者部分商品开展促销活动，但平台内经营者并未实际开展促销活动的；（3）网络交易平台提供的标价软件或者价格宣传软件等强制要求平台内经营者进行虚假的或者引人误解的价格标示的。网络交易平台与平台内经营者共同开展促销活动，并共同进行了价格标示、促销宣传，如果其价格标示、促销宣传虚假或者引人误解，则网络交易平台与平台内经营者构成价格欺诈行为的共同违法主体。

## **第七章 规范互联网广告行为**

65. 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。

66. 网络交易经营者在其经营载体发布的广告，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。

67. 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”。

68. 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。

69. 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。

70. 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）表现驾驶机动车、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。

71. 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。

72. 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。

73. 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。

74. 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情况不符，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。

75. 网络交易经营者在其经营载体发布广告，涉及医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当由广告审查机关对广告内容进行审查，未经审查，不得发布。

76. 网络交易经营者禁止在其经营载体发布处方药和烟草的广告。77. 互联网广告应当具有可识别性，显著标明“广告”，使消费者能够辨明其为广告。付费搜索广告应当与自然搜索结果明显区分。

78. 网络交易经营者利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。未经允许，不得在用户发送的电子邮件中附加广告或者广告链接。

79. 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。

80. 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。

81. 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。

82. 网络交易平台经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用等以多种方式向消费者显示商品或者服务的搜索结果；对于竞价排名的商品或者服务，应当显著标明“广告”。

## **第八章 履行产品质量安全保障义务**

83. 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。

84. 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。

85. 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；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。

86. 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。

87. 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。

88. 网络交易经营者线上销售非机动车，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。

89. 网络交易经营者销售电动自行车的，禁止对出厂后的电动自行车实施下列拼装、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。

90. 网络交易经营者针对回收的电器电子产品，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；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。（《中华人民共和国循环经济促进法》第三十九条、第四十条）

91. 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，不得销售以欺骗消费者为目的（带有作弊功能）的计量器具。

92. 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。

93. 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。

94. 网络交易经营者不得通过电子烟交易管理平台以外的信息网络销售电子烟产品、雾化物和电子烟用烟碱等。

## **第九章 履行食品安全保障义务**

95. 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。

96. 网络食品交易第三方平台提供者、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，向所在地省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。

97. 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。

98. 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。

99. 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。

100. 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。

101. 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。

102. 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。

103. 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。

104. 通过第三方平台进行交易的食品生产经营者应当在其经营活动主页面显著位置公示其食品生产经营许可证。通过自建网站交易的食品生产经营者应当在其网站首页显著位置公示营业执照、食品生产经营许可证。餐饮服务提供者还应当同时公示其餐饮服务食品安全监督量化分级管理信息。相关信息应当画面清晰，容易辨识。

105. 入网销售保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉的食品生产经营者，除依照《网络食品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品中特定全营养配方食品不得进行网络交易。

106. 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品经营许可证，并按照食品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。

107. 网络餐饮服务第三方平台提供者、自建网站餐饮服务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。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。

108. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当设置专门的食品安全管理机构，配备专职食品安全管理人员，每年对食品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。经考核不具备食品安全管理能力的，不得上岗。

109. 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品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。

110. 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。

111. 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、量化分级信息，公示的信息应当真实。

112. 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。

113. 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。

114. 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。

115. 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。

116. 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。

117. 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）依照本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. 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。

18. 网络交易平台经营者利用其掌握的大数据进行产品推荐、订单分配、内容推送、价格形成、业绩考核、奖惩安排等运用时，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。对于关涉社会公共利益的算法运用，应当遵守国家关于算法监管的有关规定，并接受社会监督。

#### **第四章 保障劳动者合法权益**

19. 网络交易平台经营者应当遵守法律法规关于劳动者保护的相关规定。对于平台灵活就业人员，平台经营者应当承担相应的责任，保护从业者的身心健康、工作环境安全以及获取公平、合理报酬和人身意外伤害保障的权利。网络交易平台经营者不得限制平台灵活就业人员在其他互联网平台就业。

20. 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。

## 第五章 持续践行特殊人群保护义务

21. 网络交易平台经营者在平台运营中应当采取必要措施,全面落实与未成年人保护相关的法律法规要求,有针对性地提供与未成年人的身心健康、人格发展相适应的网络服务,保障未成年人在网络空间中的合法权益。网络交易平台经营者应当采取必要措施,提供有针对性的适老化网络应用,保障老年人以及其他存在障碍的人群,能够便利地获取平台所提供的服务。互联网平台经营者在运营中应当关注特殊群体对互联网服务的特殊需求,采取必要措施,提供其在平台上进行正常活动所需要的技术支持。

22. 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。

23. 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。

24. 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。

25. 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。

26. 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。

## **第六章 其他方面的合规管理要求**

27. 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。

28. 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。

29. 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。

30. 对于法律、法规以及相关的规范性文件明令禁止、限制销售和提供的商品和服务，网络交易平台经营者应当动态建立审核词库和管控机制，建立平台审核机制和日常巡查机制，发现违法违规行为应当及时向有关部门报告。

31. 网络交易平台经营者应当加强对平台内违法犯罪行为的整治，净化网络空间秩序，建设健康有序的网络营商环境。与监管部门积极沟通，建立健全信息共享、会商通报、专项整治、案件协助等工作机制，协同开展网络黑灰产治理工作。

32. 网络交易平台经营者不得违法从事传销活动，不得发布传销信息，不得为传销行为提供便利条件或互联网信息服务。互联网平台经营者应当配合执法部门对传销活动进行查处。

## 附录:

### 相关法律规定

《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》  
《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》  
《网络交易监督管理办法》  
《互联网广告管理暂行办法》  
《食品经营许可管理办法》  
《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》  
《合同违法行为监督处理办法》  
《网络直播营销管理办法》  
《电子烟管理办法》  
《禁止价格欺诈行为的规定》  
《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》  
《平台经济领域反垄断指南》  
《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》  
《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》