

# 中山市市场监督管理局文件

中市监〔2026〕143号

## 中山市市场监督管理局关于印发《中山市直播电商合规经营指引》的通知

火炬开发区及各镇街市场监管分局，局机关各科室：

为指导全市直播电商经营主体落实《直播电商监督管理办法》有关规定，市局组织编制了《中山市直播电商合规经营指引》，现印发给你们，请加强宣传，指导经营主体依法依规落实主体责任、规范经营行为，并持续强化直播电商领域合规监管，维护健康有序的网络交易市场环境。

中山市市场监督管理局

2026年6月2日

# 中山市直播电商合规经营指引

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	直播间开通	营业执照办理	办理营业执照	<p>(1) 网络交易经营者不得违反法律、法规、国务院决定的规定，从事无证无照经营。除《中华人民共和国电子商务法》第十条规定的不需要进行登记的情形外，网络交易经营者应当依法办理市场主体登记。</p> <p>(2) 仅通过网络开展经营活动的经营者申请登记为个体工商户的，可以将网络经营场所登记为经营场所，将经常居住地登记为住所，其住所所在地的县、自治县、不设区的市、市辖区市场监督管理部门为其登记机关。同一经营者有两个以上网络经营场所的，应当一并登记。</p>
			无需登记情形	<p>(1) 个人通过网络从事保洁、洗涤、缝纫、理发、搬家、配制钥匙、管道疏通、家电家具修理修配等依法无须取得许可的便民劳务活动，不需要进行登记。</p> <p>(2) 个人从事网络交易活动，年交易额累计不超过 10 万元的，不需要进行登记。同一经营者在同一平台或者不同平台开设多家网店的，各网店交易额合并计算。</p>
			未成年人规定	直播间运营者为自然人的，应当年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为直播间运营者的，应当经监护人同意。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	直播间开通	账号信息公示	直播间运营者为法人或者非法人组织	应当在直播账号信息主页显著位置依法公示真实有效的名称、统一社会信用代码、住所、行政许可等信息，或者上述信息的链接标识。
			直播间运营者为个体工商户	应当在直播账号信息主页显著位置依法公示真实有效的名称、经营者姓名、统一社会信用代码、经营场所、组成形式等信息，或者上述信息的链接标识。
			依法不需要办理经营主体登记的其他自然人	应当在直播账号信息主页显著位置依法公示实际经营地址、联系方式、所属直播营销人员服务机构等真实有效的信息，或者上述信息的链接标识。 如实公示以下自我声明，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”。
			公示信息更新	相关信息发生变更的，直播间运营者应当在三个工作日内将变更情况报送直播电商平台经营者。
	直播间制度建设	内容审核机制	建立内容审核机制	应当建立健全事前合规审核机制，在直播前依照有关规定对展示内容、讲解内容、服装、布景、道具等进行审核。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	直播间制度建设	纠错管理机制	建立纠错管理机制	<p>(1) 应当建立健全直播营销人员纠错机制,发现直播营销人员出现口误、表述不完整、表述不当等情形时,应当现场进行纠正,并保存记录备查。保存记录自直播结束之日起不少于三年。</p> <p>(2) 应当对直播间互动内容进行实时管理,及时处置违法信息,并依法保存相关处置记录。</p>
	主播合作与管理	身份核验	收集核验身份信息	应当核验直播营销人员的姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式、所属直播营销人员服务机构以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息。
			身份信息更新	对身份信息及时核验更新,确保直播营销人员身份信息真实有效。
		资质管理	特殊领域资质备案	对于需要较高专业水平(如医疗卫生、财经金融、法律、教育)的直播内容,主播应取得相应执业资质,并向直播平台进行执业资质报备,直播平台应对主播进行资质审核及备案。
	运营管理	身份报送	直播前身份信息报送	应当在每次直播前将核验无误的直播营销人员身份信息报送直播电商平台经营者。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	运营管理	商品管理	禁止销售商品	<p>不得通过直播间销售或者提供下列违法商品或者服务：</p> <p>（1）不符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求的商品或者服务；</p> <p>（2）掺杂、掺假、以假充真、以次充好等质量不合格的商品；</p> <p>（3）法律、行政法规禁止交易，损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品或者服务。</p>
			供应商信息核验	应当核验实际销售商品或者提供服务的经营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可、强制性产品认证、产品合格证明文件等信息，强化对直播选品、营销用语等的审核把关。
			商品信息保存	保存商品相关记录备查，保存记录自直播结束之日起不少于三年。
		营销内容管理	虚假宣传红线	<p>（1）不得对商品或者服务的经营主体以及性能、功能、质量、销售情况、用户评价、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。</p> <p>（2）不得利用人工智能等技术手段，编造、传播虚假或者引人误解的商业信息，假冒他人进行商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	运营管理	营销内容管理	商品来源宣传	<p>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：</p> <p>（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；</p> <p>（2）擅自使用他人有一定影响的名称（包括简称、字号等）、姓名（包括笔名、艺名、网名、译名等）；</p> <p>（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、新媒体账号名称、应用程序名称或者图标等；</p> <p>（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。</p>
			商品品质宣传	<p>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、误导消费者和其他经营者。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	运营管理	营销内容管理	商品销售情况宣传	<p>不得实施下列行为，对商品生产经营主体以及商品销售状况、交易信息、经营数据、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众：</p> <p>(1) 虚假交易、虚假排名；</p> <p>(2) 虚构交易额、成交量、预约量等与经营有关的数据信息；</p> <p>(3) 采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行营销；</p> <p>(4) 编造用户评价，或者采用误导性展示等方式隐匿差评、将好评前置、差评后置、不显著区分不同商品的评价等；</p> <p>(5) 以返现、红包、卡券等方式利诱用户作出指定好评、点赞、定向投票等互动行为；</p> <p>(6) 虚构收藏量、点击量、关注量、点赞量、阅读量、订阅量、转发量等流量数据；</p> <p>(7) 虚构投票量、收听量、观看量、播放量、票房、收视率等互动数据；</p> <p>(8) 虚构升学率、考试通过率、就业率等教育培训效果；</p> <p>(9) 采用伪造口碑、炮制话题、制造虚假舆论热点、虚构网络就业者收入等方式进行营销；</p> <p>(10) 其他虚假或者引人误解的商业宣传行为。</p>
		直播间布景管理	布景内容	<p>直播间标题、封面、布景、道具等，应当符合法律、法规、规章的规定，不得含有损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗以及欺骗、误导消费者等内容的信息。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	运营管理	商品上架管理	商品展示信息	应当以显著方式展示所销售商品的品名、价格和计价单位或者提供服务的项目、内容、价格和计价方法等信息，或者上述信息的链接标识。
		价格行为合规	明码标价	<p>(1) 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。经营者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。</p> <p>(2) 不得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。</p>
			禁止价格欺诈	<p>不得实施下列价格欺诈行为：</p> <p>(1) 谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；</p> <p>(2) 以低价诱骗消费者或者其他经营者，以高价进行结算；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(5) 无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(8) 其他价格欺诈行为。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	运营管理	促销合规	促销规则	公布的促销活动范围、规则不得与实际促销活动范围、规则不一致。
			促销价格展示	<p>(1) 采取价格比较、折价、减价等促销方式的，应当显著标明被比较价格或者折价、减价的计算基准等信息，或者上述信息的链接标识。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 不得实施其他虚假的或者使人误解的价格标示和价格促销行为。</p>
			有奖销售	<p>进行有奖销售不得存在下列情形：</p> <p>(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；</p> <p>(2) 有奖销售活动开始后，无正当理由变更所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息；</p> <p>(3) 采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖等欺骗方式进行有奖销售；</p> <p>(4) 抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	运营管理	广告管理	构成商业广告的情形	<p>发布的直播内容构成商业广告的，应当依照《中华人民共和国广告法》的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的义务。</p> <p>下列情形一般构成前款所称的商业广告：</p> <p>（1）商品经营者或者服务提供者以外有一定影响的自然人，在直播电商活动中以自己的名义或者形象对商品或者服务作推荐、证明的；</p> <p>（2）为推销商品或者服务，将介绍商品或者服务的直播内容录制、剪辑、编辑后，以文字、图像、视频、音频等形式通过互联网或者其他媒介发布的；</p> <p>（3）其他构成商业广告的情形。</p>
			广告禁止行为	<p>广告不得有下列情形：</p> <p>（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；</p> <p>（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；</p> <p>（3）使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语；</p> <p>（4）损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；</p> <p>（5）妨碍社会安定，损害社会公共利益；</p> <p>（6）危害人身、财产安全，泄露个人隐私；</p> <p>（7）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；</p> <p>（8）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；</p> <p>（9）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；</p> <p>（10）妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；</p> <p>（11）法律、行政法规规定禁止的其他情形。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	运营管理	广告管理	特殊商品广告 禁止行为	<p>医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容：</p> <p>(1) 表示功效、安全性的断言或者保证；</p> <p>(2) 说明治愈率或者有效率；</p> <p>(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；</p> <p>(4) 利用广告代言人作推荐、证明；</p> <p>(5) 法律、行政法规规定禁止的其他内容。</p>
			特殊商品广告 标识要求	<p>(1) 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”。</p> <p>(2) 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”。</p>
		技术使用 规范	人工智能提示	使用人工智能等技术生成的人物图像、视频从事直播电商活动的，应当符合有关法律、法规、规章和强制性国家标准的要求，并依照国家有关规定进行标识，持续向消费者提示该人物图像、视频由人工智能等技术生成。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第一章 直播间经营者	运营管理	交易规则说明	消费者提示信息	<p>向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明等的，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：</p> <p>(1) 免除或者部分免除网络交易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；</p> <p>(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；</p> <p>(3) 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；</p> <p>(4) 排除或者限制消费者依法变更或者解除合同的权利；</p> <p>(5) 规定网络交易经营者单方享有解释权或者最终解释权；</p> <p>(6) 其他对消费者不公平、不合理的规定。</p>
		信息保存	直播信息备查	<p>(1) 保存直播营销人员身份、资质相关信息，保存记录自直播结束之日起不少于三年。</p> <p>(2) 保存供应商信息、商品信息、营销用语等相关记录备查，保存记录自直播结束之日起不少于三年。</p>
第二章 直播营销人员	从业要求	未成年人要求	未成年人规定	直播营销人员为自然人的，应当年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为直播营销人员的，应当经监护人同意。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第二章 直播营销人员	从业要求	主播资质	特殊领域资质要求	对于需要较高专业水平（如医疗卫生、财经金融、法律、教育）的直播内容，主播应取得相应执业资质，并向直播平台进行执业资质报备，直播平台应对主播进行资质审核及备案。
	行为规范	选品要求	禁售商品和服务	<p>不得通过直播间销售或者提供下列违法商品或者服务：</p> <p>（1）不符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求的商品或者服务；</p> <p>（2）掺杂、掺假、以假充真、以次充好等质量不合格的商品；</p> <p>（3）法律、行政法规禁止交易，损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品或者服务。</p>
			商品信息核验	<p>检查核对直播选品样品的商品信息，包括但不限于：</p> <p>（1）关于标签标识,涉及商品价格、商品名称、产地、生产者信息、性能、重要参数、规格、等级、生产日期、保质期等内容,需检查核对是否与商品资质资料的相关信息保持一致；</p> <p>（2）关于商品包装，需检查核对商品在正常的流通过程中受环境条件的影响是否会破损、损坏，商品包装上的宣传语应避免违法违规或与产品标识、说明书相矛盾等；</p> <p>（3）关于说明书，需检查核对宣传内容是否符合商品实际情况，与商品信息及资质资料的相关信息保持一致；</p> <p>（4）商品中涉及商标、专利、认证等证书以及代言人证明等用于确认产品实际情况的其他必要文件资料的，应认真进行核对。涉及他人名义形象的，主播及机构需向权利方索要相关权利证明文件，必要时，予以公示。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第二章 直播营销人员	行为规范	宣传促销行为	虚假宣传	不得对商品或者服务的经营主体以及性能、功能、质量、销售情况、用户评价、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。
			促销规则	公布的促销活动范围、规则不得与实际促销活动范围、规则不一致。
			人工智能技术使用限制	不得利用人工智能等技术手段，编造、传播虚假或者引人误解的商业信息，假冒他人进行商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。
		广告合规	构成商业广告的情形	<p>发布的直播内容构成商业广告的，应当依照《中华人民共和国广告法》的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的义务。</p> <p>下列情形一般构成前款所称的商业广告：</p> <p>（1）商品经营者或者服务提供者以外有一定影响的自然人，在直播电商活动中以自己的名义或者形象对商品或者服务作推荐、证明的；</p> <p>（2）为推销商品或者服务，将介绍商品或者服务的直播内容录制、剪辑、编辑后，以文字、图像、视频、音频等形式通过互联网或者其他媒介发布的；</p> <p>（3）其他构成商业广告的情形。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第二章 直播营销人员	行为规范	广告合规	广告禁止行为	<p>广告不得有下列情形：</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(3) 使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语；</p> <p>(4) 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；</p> <p>(5) 妨碍社会安定，损害社会公共利益；</p> <p>(6) 危害人身、财产安全，泄露个人隐私；</p> <p>(7) 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；</p> <p>(8) 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；</p> <p>(9) 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；</p> <p>(10) 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；</p> <p>(11) 法律、行政法规规定禁止的其他情形。</p>
			特殊商品广告禁止行为	<p>医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容：</p> <p>(1) 表示功效、安全性的断言或者保证；</p> <p>(2) 说明治愈率或者有效率；</p> <p>(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；</p> <p>(4) 利用广告代言人作推荐、证明；</p> <p>(5) 法律、行政法规规定禁止的其他内容。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第二章 直播营销人员	行为规范	广告合规	特殊商品广告标识要求	<p>(1) 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”。</p> <p>(2) 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”。</p>
		言行规范	商业诋毁	不得编造、传播或者指使他人编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害其他经营者的商业信誉、商品声誉。
第三章 直播营销人员服务机构	内部管理	制度建设	内部制度机制建设	应当建立健全内部管理制度，规范直播营销人员的招募、培训、使用、管理等工作。
		主播管理	主播招募	应当完善对直播营销人员的招募机制，核验直播营销人员的姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息。
			合同管理	应当与直播营销人员签订协议，明确各自应当履行的义务，不得减轻或者免除自身依法应当承担的责任。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第三章 直播营销人员 服务机构	内部管理	内部管理	主播培训	应当加强对直播营销人员的培训，提醒其在直播电商活动中应当依法履行的义务。
			日常管理	应当加强对直播营销人员的日常管理和规范引导，建立健全直播营销人员违法行为处置制度，对发现的直播营销人员违法行为及时采取必要的处置措施。
	运营合作 管理	合作管理	身份信息核验	与直播间运营者合作开展商业活动的，应当核验直播间运营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可等信息。
			合作协议	签订书面协议，明确各自在直播营销人员管理、直播内容管理、产品质量审核、消费者权益保护等方面的义务。
		宣传管理	禁止虚假宣传	不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助直播间运营者、直播营销人员进行虚假或者引人误解的商业宣传。
		选品服务	商品信息核验	提供直播选品服务的，应当核验实际销售商品或者提供服务的经营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可、强制性产品认证、产品合格证明文件等信息。
			信息保存	保存商品相关信息备查，保存记录自直播结束之日起不少于三年。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	证照办理与公示	平台资质	共性资质	应根据实际业务内容依法取得、办理以下行政许可： (1) 市场主体登记； (2) 增值电信业务经营许可证。
			特殊类别资质	应根据实际业务内容依法取得、办理以下行政许可、备案： (1) 经营范围涉及食品的，应依法完成网络食品交易第三方平台备案； (2) 经营范围涉及医疗器械的，应依法完成医疗器械网络交易服务第三方平台备案； (3) 经营范围涉及药品的，应依法完成互联网药品信息服务资格证(经营性)； (4) 经营范围涉及出版物的，应依法完成出版物网络交易平台服务经营备案； (5) 开展经营性网络表演活动的直播平台须持有《网络文化经营许可证》； (6) 开展网络视听节目服务的直播平台须持有《信息网络传播视听节目许可证》； (7) 开展互联网新闻信息服务的直播平台须持有《互联网新闻信息服务许可证》。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	证照办理与公示	信息公示	主体信息公示	<p>(1) 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。公示内容包括: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。上述信息发生变更的,应当依法完成更新公示。</p> <p>(2) 应当为直播间运营者依法履行信息公示义务提供必要的技术支持。对于直播间运营者公示的信息发生变更的,应当在七个工作日内进行核验,完成更新公示。</p>
	规则协议管理	规则协议制定	规则协议制定管理	<p>(1) 应当遵循公开、公平、公正的原则,制定平台服务协议和交易规则,明确直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等主体的权利和义务,并以显著方式提醒相关主体注意与其有重大利害关系的内容。</p> <p>(2) 服务协议和交易规则应明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护等方面的权利和义务。</p> <p>(3) 应当在平台规则中要求直播间运营者、直播营销人员服务机构规范直播营销人员的招募、培训、使用、管理等工作。</p> <p>(4) 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。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	规则协议管理	规则协议管理	规则协议更新管理	<p>(1) 修改服务协议和交易规则，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。</p> <p>(2) 应当全面如实归纳整理平台规则征求意见过程中收到的意见，对于合理意见应当充分吸收采纳，不采纳意见应当有合理理由。</p> <p>(3) 修改的平台规则，应当至少在实施前七日予以公示。对于涉及用户数量巨大、修改内容较多、关系有关各方重要权益的平台规则，应当至少在实施前十五日予以公示。</p> <p>(4) 修改平台服务协议和交易规则的，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。</p>
		规则协议公示	规则协议公示要求	应当在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，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	审核与监管	审核核验义务	入驻主体与主播身份核验	<p>(1)应当要求申请进入平台从事直播电商活动的直播间运营者提供其名称(姓名)、统一社会信用代码(身份证件号码)、实际经营地址、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。</p> <p>(2)应当要求直播间运营者在直播营销人员首次直播前,提供经核验无误的该人员姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式、所属直播营销人员服务机构以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息,对直播间运营者履行核验义务提供技术支持并进行监督。</p> <p>(3)应当建立并落实直播营销人员真实身份动态核验制度,不得为与真实身份不符或者依照国家有关规定不得从事直播电商活动的人员提供相关服务。</p>
		配合监管义务	协助监管	应当积极配合市场监督管理、网信部门依法开展的监督检查、案件调查、事故处置、缺陷消费品召回、消费争议处理等监管执法活动,如实提供有关直播间运营者、直播营销人员的身份信息、商品或者服务信息、交易信息等。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	审核与监管	配合监管义务	平台内经营者及主播信息报送	<p>应当分别于每年一月和七月向平台住所地省级市场监督管理部门报送直播间运营者、直播营销人员的下列身份信息：</p> <p>(1) 已办理经营主体登记的直播间运营者的名称(姓名)、统一社会信用代码、实际经营地址、联系方式、直播账号等信息；</p> <p>(2) 未办理经营主体登记的直播间运营者的姓名、身份证件号码、实际经营地址、联系方式、直播账号等信息；</p> <p>(3) 直播营销人员的姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式、所属直播营销人员服务机构以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等信息。</p>
		商品负面清单	禁售商品目录管理	<p>应当制定直播营销商品和服务负面目录，列明以下法律法规、规章及有关规定禁止生产销售、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或服务类别，应当督促直播间运营者、直播营销人员在开展直播带货前对推广营销的商品进行查验：</p> <p>(1) 国家明令淘汰并停止销售的商品和失效、变质的商品；</p> <p>(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商品或服务；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(6) 不符合环境保护要求的商品或服务，野生动物及其制品；</p> <p>(7) 侵犯他人知识产权的商品或服务；</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	审核与监管	商品负面清单	禁售商品目录管理	<p>(8) 国家药品监督管理部门发布的《药品网络销售禁止清单》中的药品；</p> <p>(9) 烟草制品（含电子烟）、特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品等法律、行政法规禁止网上交易的商品或服务；</p> <p>(10) 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；</p> <p>(11) 法律法规禁止销售、网上交易或宣传的其他商品和服务。</p>
		违法行为处置	违法行为处置机制	<p>(1) 应当通过平台规则建立健全平台内违法行为处置制度，明确对违反法律、法规、规章的直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构采取警示、限制功能、限制流量、暂停直播、限期停播、关闭账号、禁止重新注册账号、列入黑名单等处置措施的具体情形、程序以及相应的救济途径。采取处置措施的种类和幅度，应当与有关违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度等相当。</p> <p>(2) 市场监督管理、网信部门经调查核实，将相关直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构违法情况通报直播电商平台经营者的，直播电商平台经营者应当根据相关法律、法规、规章以及平台规则，及时依照前款规定采取相应的处置措施。</p> <p>(3) 采取处置措施的，应当保存有关记录，依法及时向平台住所地县级以上市场监督管理、网信部门报告，并作为评价直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构合规情况的参考。其中，采取关闭账号、禁止重新注册账号、列入黑名单等处置措施的，应当同时向平台住所地省级市场监督管理、网信部门报告。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	重点领域管理	食品安全管理	食品经营合规管理	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，落实《网络食品安全违法行为查处办法》等相关要求。
		知识产权保护	知识产权侵权防控	<p>(1) 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。</p> <p>(2) 知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权通知电子商务平台经营者采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据。平台经营者接到通知后，应当及时采取必要措施，并将该通知转送平台内经营者；未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与平台内经营者承担连带责任。</p>
		消费者权益保护	消费维权机制建设	<p>(1) 应当建立健全消费者权益保护制度，明确消费争议解决机制。发生消费争议的，直播电商平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息以及相关交易记录等必要信息。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 以显著方式警示消费者平台外私下交易等行为的风险。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	重点领域管理	消费者权益保护	消费维权机制建设	<p>(5) 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,并向消费者提供显著、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。</p> <p>(6) 对直播间运营者、直播营销人员采取处置措施的,应当对受影响的消费者的相关订单处理、售后服务、消费纠纷解决等作出妥善安排,协助消费者进行维权。</p>
	技术能力建设	数据与个人信息保护	数据安全与个人信息防护	<p>(1) 应当加强直播间内链接、二维码等跳转服务的信息安全管理,防范信息安全风险。</p> <p>(2) 应当依法保护消费者的个人信息。经营者在提供商品或者服务时,不得过度收集消费者个人信息,不得采用一次概括授权、默认授权等方式,强制或者变相强制消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的个人信息。经营者处理包含消费者的生物识别、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等敏感个人信息的,应当符合有关法律、行政法规的规定。</p> <p>(3) 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。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	技术能力建设	技术和服务要求	直播与交易信息留存	应当通过技术手段确保交易信息的完整性。交易信息应当包括直播账号，有关商品或者服务的直播视频回放记录、直播互动信息，消费者订单形成时的商品或者服务详情页面快照、客服记录、支付记录、物流快递、退换货以及售后等信息。上述交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。
			新技术新应用管理	应当采取有效措施，防范和处置直播间运营者、直播营销人员利用人工智能等技术手段，编造、传播虚假或者引人误解的商业信息，假冒他人进行商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。
	风险防控	风险监测与协助监管	动态监测与违法处置	应当建立健全风险识别制度，配备与其经营规模相适应的直播管理专业人员，加强对直播电商活动的动态监测，对直播中的违法行为及时采取警示、限制流量、暂停直播等处置措施。

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	风险防控	合规管理	合规体系建设	<p>(1) 应当建立健全直播账号注册注销、平台内交易行为规范、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全保护以及直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构管理等机制。</p> <p>(2) 应当加强直播电商信息内容管理，建立健全内容审核机制，营造良好直播电商生态。</p> <p>(3) 应当通过平台规则建立健全直播间运营者分级分类管理制度，根据直播间运营者合规情况、关注和访问量、交易规模、所销售的商品或者服务种类以及其他指标，采取相应的管理措施。其中，对关注用户多、交易规模大、直播营销人员影响力强、多次出现违法行为或者从事关系消费者生命健康的商品或者服务的直播电商活动的直播间运营者，应当采取技术监测、实时巡查等管理措施。</p> <p>(4) 可建立健全直播间运营者信用评价指标体系，将市场监督管理、网信部门依法共享或者通报的经营异常名录、严重违法失信名单、行政处罚、信用修复等信息纳入信用评价指标体系，并根据信用评价结果，采取相应的管理措施。</p> <p>(5) 应当通过平台规则建立健全黑名单制度，将严重违法市场监督管理、网信领域法律、行政法规的直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构列入黑名单。</p>

行为主体	业务环节	经营行为	具体类型	核心合规要求
第四章 直播营销平台经营者	风险防控	合规管理	人员培训管理	<p>(1)应当建立健全直播营销人员培训机制,每年对直播营销人员开展培训;在为首次从事直播电商活动的直播营销人员提供直播服务前,应当组织开展网络交易、网络信息安全相关法律、法规、规章以及产品质量安全、消费者权益保护、平台规则等方面的培训。直播营销人员不得在接受培训时弄虚作假或者拒不参加培训。</p> <p>(2)应当每年组织直播间运营者、直播营销人员服务机构学习网络交易、网络信息安全相关法律、法规、规章,及时通报有关部门的工作要求。</p>
			信息合规管理	<p>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。</p>

公开方式：主动公开

---

中山市市场监督管理局办公室

2026年6月3日印发

---