

山西省市场监督管理局文件

晋市监发〔2024〕246号

山西省市场监督管理局 关于印发《直播电商合规指引》的通知

各市市场监管局、示范区市场监管局：

为切实加强网络交易新业态监管，引导直播电商各方经营主体依法合规经营，省市场监管局制定了《直播电商合规指引》，已经2024年11月30日第15次局长办公会议审议通过，现印发给你们，请抓好贯彻落实。



（此件公开发布）

直播电商合规指引

第一章 总 则

第一条（目的和依据） 为落实平台经济常态化监管要求，督促和引导直播电商各方主体合规经营，推动直播电商新业态有序竞争、创新发展，根据《电子商务法》《广告法》《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》《食品安全法》《产品质量法》《消费者权益保护法实施条例》《网络交易监督管理办法》《互联网广告管理办法》《网络反不正当竞争暂行规定》等法律法规规章及《网络直播营销管理办法（试行）》《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》等有关规定，制定本指引。

第二条（适用范围） 在本省行政区域内开展直播电商经营活动适用本指引。

本指引所称直播电商是指通过网络直播形式在互联网销售商品或提供服务的经营活动。

本指引所称直播电商平台经营者是指在直播电商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、商品浏览、订单生成、在线支付等服务，供交易双方或多方独立开展交易的法人或非法人组织。¹

本指引所称直播间运营者是指在直播电商平台注册账号或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

¹ 参照《电子商务法》第九条第二款；《网络交易监督管理办法》第七条第四款。

动的自然人、法人和非法人组织。²

本指引所称主播服务机构是指为网络直播营销人员（主播）从事网络直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等服务的专门机构。³

本指引所称主播是指网络直播营销人员，即在直播电商中直接面向社会公众开展营销的个人。⁴利用人工智能技术合成的虚拟数字人主播，适用本指引。

本指引所称平台内经营者是指直播电商平台入驻商家，即通过网络直播销售商品或提供服务的电子商务经营者。⁵

本指引所称直播电商从业者包括直播间运营者、主播服务机构、主播、平台内经营者。

第三条（总体要求） 从事直播电商营销，应遵守相关法律法规规章及有关政策要求，维护国家利益和社会公共利益，遵守商业道德，自觉接受相关部门和社会监督，共同营造公平竞争的网络市场环境和安全放心的网络消费环境。

第二章 直播电商平台经营者合规要求

第四条（主体合规） 直播电商平台应根据实际业务依法取得行政许可、行政备案。提供网络餐饮服务、网络销售食品的直播电商平台应在通信主管部门批准后 30 个工作日内向山西省市

² 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第二条第二款。

³ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第二条第五款。

⁴ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第二条第四款。

⁵ 参照《电子商务法》第九条第三款。

场监督管理局进行备案。自建网站餐饮服务提供者、通过自建网站交易的生产经营者应在通信主管部门批准后 30 个工作日内向所在地县（市、区）市场监督管理部门备案，备案内容包括域名、IP 地址、企业名称、电信业务经营许可证号、备案号、地址、法定代表人或负责人等信息。⁶

第五条（登记核验） 直播电商平台应依法履行登记核验义务，要求平台内经营者提供身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，并采用技术手段进行核验，建立登记档案，至少每六个月核验更新一次。⁷平台内经营者相关信息发生变化的，应及时更新信息并向平台报备。

直播电商平台应综合运用身份证件比对、人脸识别、人工审核等方式，对直播间运营者、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。⁸

第六条（信息公示） 直播电商平台应在页面显著位置，持续公示营业执照信息、与其业务相关的行政许可信息，并采取有效措施督促平台内经营者依法公示上述信息。⁹

第七条（信息保存） 直播电商平台应依法保存下列信息，并确保信息的可用性、完整性：

（一）直播视频，保存时间自直播结束之日起不少于三年；¹⁰

⁶ 参照《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第五条第一款；《山西省网络餐饮服务食品安全监督管理暂行办法》第九条；《网络食品安全违法行为查处办法》第八条第一款。

⁷ 参照《网络交易监督管理办法》第二十四条。

⁸ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第八条第一款；《国家广电总局关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》六。

⁹ 参照《电子商务法》第十五条。

¹⁰ 参照《网络交易监督管理办法》第二十条第二款。

(二) 直播间运营者、平台内经营者身份信息, 保存时间自其退出平台之日起不少于三年, 法律、行政法规另有规定的从其规定;¹¹

(三) 商品或服务支付记录、物流快递、退换货等交易信息, 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从其规定;¹²

(四) 修改平台服务协议和交易规则的, 应完整保存修改后的版本生效日前三年的全部历史版本, 并保证直播间运营者、平台内经营者、消费者能够便利、完整地阅览和下载;¹³

(五) 直播营销内容构成广告的, 应查验并登记广告主的真实身份信息、地址和有效联系方式, 建立广告档案并定期查验更新, 记录、保存广告有关电子数据; 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。¹⁴

第八条 (健全规则协议) 直播电商平台应遵循公开、公平、公正原则, 健全完善直播营销服务协议和交易规则, 明确开通或关闭商品或服务推广功能、商品和服务质量保障、消费者权益保护、知识产权保护等方面直播间运营者、平台内经营者的权利和义务, 并在首页显著位置持续公示服务协议和交易规则或上述信息的链接标识。¹⁵

第九条 (检查监控) 直播电商平台应建立直播营销信息检

¹¹ 参照《网络交易监督管理办法》第三十一条。

¹² 同上。

¹³ 参照《网络交易监督管理办法》第二十八条。

¹⁴ 参照《互联网广告管理办法》第十四条第一款第一项。

¹⁵ 参照《电子商务法》第三十二条、第三十三条。

查监控制度，运用技术手段开展信息发布审核和实时巡查，发现直播间运营者、主播违反市场监管法律法规规章，损害国家利益和公共利益，违背公序良俗的，应立即采取警告、下架视频、暂停直播、断开链接等处置措施，保存有关记录，并向平台住所地县级以上市场监管部门报告。¹⁶

第十条（风险提示） 直播电商平台应建立健全风险识别模型，对涉嫌违法违规的直播营销高风险行为采取弹窗提示、违规警示、限制流量、暂停直播等措施。平台应以显著方式警示消费者平台外私下交易等行为的风险。¹⁷

第十一条（建立禁限售目录） 直播电商平台应制定禁止和限制营销、销售及不适宜以直播形式营销的商品和服务目录，应采取有效手段督促直播间运营者在直播前对推广商品和服务进行查验，规范开展营销行为。¹⁸

第十二条（制止违法广告） 直播电商平台为直播间运营者、平台内经营者提供付费导流等服务，对直播内容进行宣传、推广，构成商业广告的，应承担广告发布者或广告经营者的责任和义务。¹⁹

平台应对直播经营过程中发布的广告内容进行监测、排查，发现违法广告的，应采取通知改正、删除、屏蔽、断开链接等措施予以制止，并保留相关记录。平台不得以任何技术手段或者其

¹⁶ 参照《网络交易监督管理办法》第二十九条；《网络直播营销管理办法（试行）》第九条第一款。

¹⁷ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第十条。

¹⁸ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第七条。

¹⁹ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第十一条。

他手段妨碍市场监管部门开展广告监测。²⁰

平台不得为直播间运营者、主播进行虚假或引人误解的商业宣传提供帮助、便利条件。²¹

第十三条（消费者权益保护） 直播电商平台应落实消费者权益保护义务，建立健全有效的投诉、举报机制，公示处理期限和反馈期限，及时处理消费者投诉举报。²²

直播电商平台应明确消费争议解决机制，发生消费争议的，应按照消费者要求提供直播间运营者、主播、平台内经营者身份信息及相关经营活动记录信息。²³鼓励直播电商平台建立完善先行赔付机制。

直播电商平台应加强直播间内链接、二维码跳转服务的信息安全管理，保护消费者个人信息安全。消费者通过直播间内链接、二维码等跳转到其他平台购买商品或接受服务发生争议时，直播电商平台应协助消费者维护合法权益，提供有关记录及其他必要信息、数据。²⁴

第十四条（安全保障） 直播电商平台知道或应当知道直播间运营者、平台内经营者提供的商品或服务不符合保障人身、财产要求，或有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施的，依法承担连带责任。²⁵

²⁰ 参照《互联网广告管理办法》第十六条。

²¹ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第十一条。

²² 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第十五条第一款。

²³ 参照《消费者权益保护法实施条例》第十四条第二款。

²⁴ 参照《山西省消费者权益保护条例》第二十三条第二款。

²⁵ 参照《电子商务法》第三十八条第一款。

对关系消费者生命健康的商品或服务，直播电商平台对直播间运营者、平台内经营者未尽到资质审核义务，使消费者权益受到损害的，平台应依法承担相应责任。²⁶

第十五条（知识产权保护） 直播电商平台应建立健全知识产权保护规则，完善知识产权投诉举报处理机制，依法保护直播电商各方主体知识产权。²⁷对店铺类型标注为“旗舰店”“官方”“授权”等字样的平台内经营者，平台应及时要求其提供真实、合法、有效的商标注册证明、品牌特许经营证明等知识产权权利证明文件。²⁸平台知道或应当知道直播间运营者、平台内经营者侵犯他人知识产权的，应采取删除视频、暂停直播、断开链接等必要措施，未采取必要措施的，依法承担连带责任。²⁹

知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权通知直播电商平台采取删除、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。平台接到通知后，应当及时采取必要措施，并转送平台内经营者。平台内经营者接到通知后可以向平台提交不存在侵权行为的声明。声明应包括不存在侵权行为的初步证据。³⁰

第十六条（数字人直播） 直播电商平台应加强新技术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进行直播营销的，应按照相关规定

²⁶ 参照《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》第十五条。

²⁷ 参照《电子商务法》第四十一条。

²⁸ 参照中国广告业协会《网络直播营销行为规范》第十六条。

²⁹ 参照《电子商务法》第四十五条。

³⁰ 参照《电子商务法》第四十二条、四十三条。

进行安全评估，并在直播间添加显著标识。³¹

第十七条（不得限制交易） 直播电商平台不得利用服务协议、交易规则及技术、流量等手段对直播间运营者、平台内经营者在平台内的交易、交易价格及与其他经营者的交易等进行不合理限制或附加不合理条件。³²

平台不得违背商业道德、行业惯例，无正当理由不得利用技术手段，滥用后台交易数据、流量等信息优势及管理规则，通过屏蔽第三方经营信息、不正当干扰商品展示顺序等方式，妨碍、限制直播间运营者、平台内经营者合法提供商品或服务，扰乱直播电商市场秩序。³³

平台不得在直播服务协议、交易规则中设置不合理收费标准，向平台内经营者、直播间运营者收取不合理费用。³⁴

第十八条（信用管理） 直播电商平台应对直播间运营者、主播实施分级分类管理，建立信用评价机制，对违法违规的直播间运营者、主播实施限制功能、限制流量等信用惩戒措施，提升直播电商从业者合规经营意识。应建立黑名单制度，将严重、屡次违规的直播间运营者、主播加入黑名单，并向相关主管部门报告。³⁵

第十九条（配合监管） 直播电商平台应积极配合市场监管部门依法实施的监管行为，提供必要的文件、资料和数据，并依

³¹ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第十三条。

³² 参照《电子商务法》第三十五条；《网络反不正当竞争暂行规定》第二十四条。

³³ 参照《网络反不正当竞争暂行规定》第二十三条。

³⁴ 参照《网络反不正当竞争暂行规定》第二十五条。

³⁵ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第十四条。

法为调查、执法检查活动提供技术支持与协助。³⁶

第三章 直播电商从业者合规要求

第一节 一般性要求

第二十条（坚持正确导向） 直播间运营者、主播服务机构、主播、平台内经营者从事直播营销活动，应坚持正确的政治方向，加强职业道德建设，依法合规营销，强化社会责任，树立良好形象，自觉反对流量至上、畸形审美、“饭圈”乱象、炫富拜金、低俗媚俗、餐饮浪费等不良现象，自觉抵制违反法律法规的营销行为，营造有序竞争、健康规范、向上向善的直播电商发展环境。

37

第二十一条（明确各方权利义务） 直播间运营者、主播与主播服务机构开展商业合作的，应签订书面协议，明确个人信息安全、消费者权益保护、商品和服务质量审核等义务并督促履行。³⁸直播间运营者、主播应与提供商品或服务的平台内经营者签订协议并督促商家履行消费者权益保护等义务。

第二十二条（信息披露） 直播间运营者、主播、平台内经营者应全面、真实、准确披露商品或服务信息（包括是否包含运费险等信息），保障消费者知情权和选择权，对直接关系消费者

³⁶ 参照《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》二、（三）

³⁷ 参照《网络主播行为规范》第六条；《国家广电总局关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》一。

³⁸ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第二十四条。

生命安全的重要消费信息进行必要、清晰的提示。³⁹

直播间运营者、主播、平台内经营者发布的商品、服务内容与商品、服务链接保持一致，且实时有效。⁴⁰

第二十三条（不得虚假宣传） 直播间运营者、主播服务机构、主播、平台内经营者在直播营销过程中不得对商品生产经营主体及商品性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质等作虚假或引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或社会公众。⁴¹

直播间运营者、主播服务机构、主播、平台内经营者不得通过虚构交易额、成交量、预约量，谎称现货、虚构预订、虚假抢购，编造用户评价、隐匿差评、好评前置、不显著区分不同商品评价，好评返现，虚构关注量、点赞量、收藏量、播放量等方式，对商品生产经营主体及商品销售状况、交易信息、经营数据、用户评价等作虚假或引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或社会公众。⁴²

第二十四条（不得实施其他不正当竞争行为） 直播间运营者、主播服务机构、主播从事直播营销活动，不得实施下列行为：

（一）商业混淆。未经许可使用他人有一定影响的商品名称、企业名称、社会组织名称、姓名、域名、网络名称、页面设计、图标等；⁴³

（二）商业贿赂。采用财务或其他手段，贿赂直播电商平台

³⁹ 参照《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》三、（二）。

⁴⁰ 参照中国广告业协会《网络直播营销行为规范》第二十四条。

⁴¹ 参照《网络反不正当竞争暂行规定》第八条。

⁴² 参照《网络反不正当竞争暂行规定》第九条。

⁴³ 参照《网络反不正当竞争暂行规定》第七条。

工作人员、对交易有影响的单位或个人，以谋取流量、交易量等方面的竞争优势；⁴⁴

（三）利用算法等技术手段实施不正当竞争行为，影响消费者选择，对其他经营者实施流量劫持、恶意不兼容、未经许可在他人直播商品或服务中插入链接或自己的产品、服务等行为，干扰、破坏其他经营者合法提供产品或服务；⁴⁵

（四）实施扰乱市场竞争秩序、损害其他经营者或消费者合法权益的不正当竞争行为。

第二十五条（不得签订最低价协议） 直播间运营者、主播服务机构、主播不得要求商家签订“最低价协议”，或其他排除、限制竞争的协议、决定等。⁴⁶

第二十六条（不得发布违法广告） 平台内经营者在直播营销过程中推销商品或者服务，构成商业广告的，应承担广告主的责任和义务；直播间运营者、主播服务机构、主播接受委托提供广告设计、制作、代理、发布服务的，应履行广告发布者、广告经营者的责任和义务。直播营销人员以自己名义或形象对商品或服务做推荐、证明，构成广告代言的应承担广告代言人责任和义务。⁴⁷

直播间运营者、主播服务机构、主播、平台内经营者发布广告的，不得使用或者变相使用国家机关、国家工作人员名义或者

⁴⁴ 参照《网络反不正当竞争暂行规定》第十条。

⁴⁵ 参照《网络反不正当竞争暂行规定》第十二条、第十三条。

⁴⁶ 参照《反垄断法》十八条。

⁴⁷ 参照《互联网广告管理办法》第十九条；《网络直播营销管理办法（试行）》第十九条。

形象；不得使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语；不得损害国家的尊严或者利益等法律法规禁止性内容，不得借党和国家重大活动从事违法违规商业广告宣传。

直播间运营者、主播服务机构、主播、平台内经营者发布的广告中含有数据、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的，应当明确表示。⁴⁸

对于药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品、兽药等需要行政审查的特殊商品或服务广告，直播间运营者、主播应在开展直播营销前核验相关文件。⁴⁹

第二十七条（不得推广禁售商品和服务） 直播间运营者、主播应当对提供商品或服务的平台内经营者身份信息、相关行政许可、信用情况等进行认真审查核验，并留存相关记录备查。不得通过网络直播营销以下禁止网络交易的商品或服务：

（一）国家明令淘汰并停止销售的商品或失效、变质的商品；⁵⁰

（二）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和服务；⁵¹

（三）无质量检验合格证明或无中文标明产品名称、生产厂厂名和厂址的商品，或掺杂、掺假、以假充真、以次充好的商品，

⁴⁸ 参照《广告法》第十一条第二款。

⁴⁹ 参照《互联网广告管理办法》第七条。

⁵⁰ 参照《产品质量法》第三十五条。

⁵¹ 参照《产品质量法》第十三条。

或不合格商品冒充合格产品；⁵²

（四）不符合法律法规和食品标准的食品；

（五）禁止网络交易的特殊医学用途配方食品中特定全营养配方食品；⁵³

（六）侵犯他人知识产权的商品或服务；

（七）危险化学品、非法野生动植物及其制品等禁止通过平台交易的商品或服务；

（八）其他禁止或不适宜网络交易的商品和服务。

第二十八条（价格合法） 直播间运营者、主播、平台内经营者开展直播营销时，应通过文字、图像等方式进行明码标价⁵⁴，不得实施以下违法行为：

（一）直播间、商品或服务首页、其他显著位置标示的商品或服务价格不得低于详情页面标示的价格；

（二）以价格比较方式销售商品或提供服务的，被比较价格应真实、准确，不得虚构“全网最低价”、“历史最低价”作为直播卖点；

（三）不得实施其他虚假或引人误解的价格标示。⁵⁵

第二十九条（合规开展促销） 直播间运营者、主播、平台内经营者开展直播促销活动时，应符合下列规定：⁵⁶

（一）促销活动有附加条件或期限的，应如实标明促销条件

⁵² 参照《产品质量法》第二十七条、三十九条。

⁵³ 参照《网络食品安全违法行为查处办法》第十九条。

⁵⁴ 参照《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十三条。

⁵⁵ 参照《明码标价和禁止价格欺诈规定》第二十条。

⁵⁶ 参照《规范促销行为暂行规定》第七条、第十条、第十三条。

或期限等不利于消费者的限制条件;

(二)促销活动有数量要求的,应明示促销商品的具体数量,促销商品售完后,应及时明示;

(三)以抽奖、附赠、积分换购等方式进行促销的,应当如实明示有奖销售详细信息、赠品信息或换购的条件,奖品、赠品、换购商品均应符合质量要求,不得给消费者造成损害;

(四)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。⁵⁷

第二节 直播间运营者合规要求

第三十条 (标明经营者信息) 直播间运营者应以足以使消费者辨别的方式标明直播间内链接、二维码跳转所对应的平台内经营者,向消费者提供该经营者的名称、经营地址、联系方式等信息。⁵⁸若直播间运营者未履行标明义务,使消费者合法权益受到损害的,应承担商品销售责任。⁵⁹

直播间运营者销售自营商品的,应同时承担平台内经营者责任。

第三十一条 (审核平台内经营者信息) 直播间运营者开展直播营销活动前,应对提供商品或服务的平台内经营者身份、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

⁵⁷ 参照《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十七条。

⁵⁸ 参照《消费者权益保护法实施条例》第十三条第二款;《山西省消费者权益保护条例》第二十三条第三款。

⁵⁹ 参照《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》第十二条第一款。

关记录备查。⁶⁰

平台内经营者提供食品、药品、化妆品等需行政许可或备案的商品或服务的，直播间运营者应在开展直播营销活动前审核其相关文件。

平台内经营者发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品等法律法规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，直播间运营者应对其广告审查批准文件。⁶¹

第三十二条（强化质量控制） 直播间运营者应建立直播商品和服务的质量控制和合规管理机制，强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关。

第三十三条（加强重点环节管理） 直播间运营者应加强直播间管理，依法合规设置直播间账号、头像、标题、封面、背景、道具等重点环节，不得含有违法和不良信息，不得以暗示方式误导消费者。⁶²

第三十四条（规范主播行为） 直播间运营者应建立主播考核评价制度，做好直播监控，督促主播遵守法律法规、公序良俗，真实、准确、全面发布商品或服务信息，不误导消费者。

第三十五条（保护自有知识产权） 鼓励直播间运营者积极采取商标注册、版权登记等方式保护直播间名称、直播视频、直

⁶⁰ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第二十二条。
⁶¹ 参照《互联网广告管理办法》第七条。
⁶² 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第二十条。

播脚本等商业标识和作品的知识产权，与主播、平台内经营者签署协议，明确权利归属。

第三十六条（保护数字人主播知识产权） 利用信息技术合成的虚拟形象（数字人主播）进行直播营销活动的，直播间运营者应及时通过著作权登记、商标注册等方式保护数字人主播的形象、名称、技术信息、合成素材等内容，并与相关服务提供者明确数字人主播知识产权及其他权益的归属。以他人形象为基础的数字人主播形象、声音应事先取得相关权利人的充分授权，不得利用信息手段侵害他人肖像权等合法权利。⁶³

第三十七条（不得侵害他人知识产权） 直播间运营者应对直播商品或服务的合法来源、知识产权证明文件进行必要审核，不得推广侵犯他人知识产权的商品或服务，不得违规使用地理标志、特殊标志。⁶⁴

第三节 主播服务机构合规要求

第三十八条（取得资质） 主播服务机构应依法取得相应经营主体资质，与直播间运营者、主播签订协议，明确权利义务，依法合规提供主播经纪服务。

第三十九条（加强培训） 主播服务机构应按照相关要求，加强对主播的教育培训、规范引导，督促主播加强对《电子商务

⁶³ 参照《网络直播营销管理办法（试行）》第二十五条。

⁶⁴ 参照《商标法》第十六条。

法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规及政策规定的学习运用。⁶⁵

第四十条（健全管理） 主播服务机构应签约具备相应资质和能力的主播，加强对主播的日常管理，建立健全主播激励、管理、考核制度，提升主播合规经营意识。应对主播的直播内容进行事前规范、事中审核、事后违规行为处置。⁶⁶

第四节 主播合规要求

第四十一条（树立合规意识） 主播应自觉加强学习，具备从事主播工作所必需的技能，掌握需遵守的法律法规，自觉树立合规意识。⁶⁷主播应规范自身行为，履行与平台内经营者的约定，依法向公众推销商品或服务。

第四十二条（遵守社会公德） 主播应坚持正确的舆论导向和价值取向，崇尚社会公德、恪守职业道德。应保持良好的声屏形象，着装、服饰、语言、肢体动作及画面应文明得体，符合大众审美情趣及欣赏习惯。应自觉遏阻庸俗暴戾网络语言传播，引导消费者文明互动、理性表达、合理消费，不应在直播营销过程中出现以下行为⁶⁸：

（一）骚扰、诋毁、谩骂、侮辱、恐吓、诽谤他人、侵害他

⁶⁵ 参照《网络主播行为规范》第十七条。

⁶⁶ 同上。

⁶⁷ 参照《网络主播行为规范》的十三条。

⁶⁸ 参照《网络主播行为规范》第七条、第八条、第十四条；《网络直播营销管理办法（试行）》第十八条。

人隐私或传播格调低下的内容;

(二) 对社会热点和敏感问题进行炒作或者蓄意制造舆论“热点”;

(三) 展示无节制奢靡消费、暴饮暴食、餐饮浪费,或贬低低收入群体的炫富行为;

(四) 展现荒诞惊悚、生理痛苦、精神歇斯底里等可能造成使人不适的画面、台词;

(五) 借未成年人、患病或残障人士、孤寡老人等进行带货牟利,编造演绎虚假猎奇剧情进行欺诈销售,或通过营造“卖惨”人设博取同情推广商品或服务;

(六) 含有法律法规禁止的或其他对网络市场环境造成不良影响的行为。

第四十三条 (实名注册) 主播应遵守网络实名制注册账号有关规定,配合直播电商平台提供真实有效的身份信息、联系方式,自觉进行实名注册并规范使用账号名称。⁶⁹若个人信息发生变动,应及时更新并向直播电商平台报备。⁷⁰主播不得将账号转让或出借他人使用。⁷¹

第四十四条 (主体合规) 主播应年满十六周岁;十六周岁以上的未成年人申请成为主播的,应当经监护人同意。⁷²主播应

⁶⁹ 参照《网络主播行为规范》第三条。

⁷⁰ 参照中国广告业协会《网络直播营销行为规范》第二十条第二款。

⁷¹ 同上。

⁷² 参照《网络直播营销管理办法(试行)》第十七条。

根据实际情况，与直播间运营者、主播服务机构、平台内经营者签订相关合同，明确各方权利义务。主播同时构成直播间运营者的，应履行直播电商从业者的义务。

主播以直播间运营者、主播服务机构名义直播的，直播间运营者、主播服务机构应当为主播的直播营销行为负责。⁷³

第四十五条（不得损害平台内经营者权益） 主播应遵循公平诚信原则，履行与平台内经营者约定，依法向消费者推广商品或服务。应合理、谨慎评估直播效果，向平台内经营者收取推广服务费或佣金的，应当规范合理。

主播向平台内经营者、直播电商平台等提供的直播营销数据应当客观、真实，不得采取任何形式进行流量等数据造假，不得采取虚假购买和事后退货等形式骗取商家佣金。⁷⁴

在未取得平台内经营者同意情况下，不得单方面作出超出法律法规、协议内容的退款退货承诺。

第四十六条（不得引导私下交易） 主播应积极维护消费者合法权益，不得以任何方式导流用户私下交易或从事其他非法牟利行为。

第五节 平台内经营者合规要求

第四十七条（取得资质及信息公示） 平台内经营者应公示

⁷³ 参照中国广告业协会《网络直播营销行为规范》第二十九条。

⁷⁴ 参照中国广告业协会《网络直播营销行为规范》第二十八条。

营业执照、行政许可、售后服务、经营地址等信息，依法履行商品质量保证、食品安全、消费者权益保护等责任和义务。⁷⁵

平台内经营者通过直播方式销售或提供食品、药品、医疗器械等特殊商品和服务的，应依法取得相应经营主体资质或行政许可。

平台内经营者自行从事直播营销活动的，应同时承担直播间运营者责任。

第四十八条（消费者权益保护） 平台内经营者通过网络直播营销商品或提供服务，应依法保障消费者以下权益：

（一）七日无理由退货。平台内经营者不得擅自扩大不适用七日无理由退货的商品范围。应以显著方式对不适用无理由退货的商品或服务进行标注，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，平台内经营者不得拒绝无理由退货；⁷⁶

（二）提供购物凭证。向消费者提供纸质或电子发票等购货凭证或服务单据；⁷⁷

（三）保护个人信息。不得收集、处理超出消费者授权或与商品或服务场景无关的消费者个人信息；⁷⁸

（四）依法发送商业性信息。平台内经营者未经消费者同意或请求，不得向其发送商业性信息。发送商业性信息时，应明示

⁷⁵ 参照《电子商务法》第十条。

⁷⁶ 参照《消费者权益保护法实施条例》第十九条第一款、第二款。

⁷⁷ 参照《消费者权益保护法》第二十二条。

⁷⁸ 参照《个人信息保护法》第五条、第六条。

真实身份和联系方式，并向消费者提供显著、简便、免费的拒绝接收方式。消费者明确拒绝的，应立即停止发送，不得更换名义后再次发送；⁷⁹

（五）其他法律法规规定的消费者合法权益。

第四十九条（确保食品安全） 平台内经营者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。

平台内经营者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，应采取能够保证食品安全的贮存、运输措施，或委托具有相应贮存、运输能力的企业贮存、配送，不得将食品与有毒、有害物品一同贮存、运输。⁸⁰

通过直播方式提供网络餐饮服务的平台内经营者，应当具有实体经营门店，按照食品经营许可证或者食品小经营店备案证载明的主体业态、经营项目从事经营活动，不得超范围经营⁸¹，应与实体店提供的餐饮食品质量安全保持一致。⁸²

第五十条（确保质量安全） 平台内经营者通过网络直播销售商品，应确保销售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、以次充好、以假充真、以不合格产品冒充合格产品、伪造产品产地、伪造或冒用他人厂名、厂址等。⁸³

⁷⁹ 参照《网络交易监督管理办法》第十六条。

⁸⁰ 参照《食品安全法》第三十三条第一款第六项。

⁸¹ 参照《山西省网络餐饮服务食品安全监督管理暂行办法》第八条。

⁸² 参照《山西省网络餐饮服务食品安全监督管理暂行办法》第十三条第一款第一项。

⁸³ 参照《产品质量法》第五条。

平台内经营者应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。⁸⁴

第四章 附 则

第五十一条（线上线下一体化监管） 市场监管部门各业务条线应按照线上线下一体化监管原则，加强对直播电商经营行为监管，即在负责线下监管的同时，承担相应线上监管的职责。

第五十二条（社会共治） 鼓励直播电商平台与属地市场监管部门建立常态化沟通联动机制，主动参与直播电商违法行为治理工作，共同推动行业规范健康有序发展。

第五十三条（指引效力） 本指引是依据法律、法规、规章和规范性文件，针对高频违法风险作出的一般性指引。直播电商平台、直播间运营者、主播服务机构、主播、平台内经营者违反相关法律法规的，由有关部门依法进行查处。

在本省行政区域内开展短视频带货的，相关营销活动可参照本指引规范。

第五十四条（指引解释和实施） 本指引由山西省市场监督管理局负责解释，自发布之日起实施。

⁸⁴ 参照《产品质量法》第三十三条、第三十四条。

抄送：驻局纪检监察组。

山西省市场监督管理局办公室

2024年12月16日印发