

安徽省市场监督管理局

皖市监函〔2025〕40号

安徽省市场监督管理局关于发布《安徽省 直播电商合规经营指引》的公告

为进一步加强直播电商各类主体合规建设,安徽省市场监管局制定了《安徽省直播电商合规经营指引》,现予以公告。《安徽省直播电商合规经营指引》为业务指导文件,不作为执法依据和监管职责划分依据,法律法规规章等另有规定的从其规定。

安徽省市场监督管理局

2025年2月11日

(此件公开发布)

安徽省直播电商合规经营指引

第一章 总则

第一条（目的和依据）

为督促和引导直播电商各方参与主体合规经营，保障消费者合法权益，推动行业有序竞争创新发展，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》《商标法》《专利法》《个人信息保护法》《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》《网络直播营销管理办法（试行）》《网络食品安全行为查处办法》《网络直播营销行为规范》《网络主播行为规范》《网络反不正当竞争暂行规定》《明码标价和禁止价格欺诈规定》《规范促销行为暂行规定》《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》等法律法规及有关规定，制定本指引。

第二条（适用范围）

在本省行政区域内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适用本指引。

直播电商经营主体包括直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者等。

直播营销平台是指在网络直播营销中提供直播服务的各类平台，包括互联网直播服务平台、互联网音视频服务平台、电子商务平台等。

直播间运营者是指在直播营销平台上注册账号或者通过自建网站等其他网络服务，开设直播间从事网络直播营销活动的个人、法人和其他组织。

直播营销人员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、培训等的专门机构。

直播营销人员是指在网络直播营销中直接面向社会公众开展营销的个人。利用人工智能技术合成的虚拟数字人主播，适用本指引。

平台内经营者是指直播营销平台入驻商家，即通过网络直播形式销售商品或提供服务的电子商务经营者。

第三条（总体要求）

从事直播营销活动，属于《电子商务法》规定的“电子商务平台经营者”和“平台内经营者”定义的经营主体，应当遵守《电子商务法》《网络直播营销管理办法（试行）》等法律法规和规章规定，履行相应的责任和义务，维护国家利益和社会公共利益，遵守商业道德，不得损害其他经营者和消费者的合法权益。

直播电商经营主体属于应当办理市场主体登记的应依法办理市场主体登记 从事经营活动，依法需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可。在直播营销活动中，同时涉及直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员和平台内经营者等两种以上经营主体行为的，应依法依规同时承担相应的主体规范要求。

直播电商营销宣传构成商业广告的，应当符合《广告法》的规定，保证广告内容真实、合法，以健康的表现形式表达，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。

鼓励直播电商经营主体与属地市场监管部门建立常态化沟通联动机制，共同推动行业规范健康有序发展。

第二章 主体合规要求

第四条（直播营销平台）

直播营销平台应当加强直播营销生态管理，依法履行平台管理责任。

（一）（登记核验）直播营销平台应依法履行登记核验义务，要求平台内经营者及申请开通商品或服务推广功能的直播间运营者提供身份、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。直播营销平台内经营者和直播间运营者相关信息发生变化的，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。

直播营销平台应当对直播间运营者、直播营销人员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，并依法依规向税务机关报送身份信息和其他涉税信息。应当采取必要措施保障处理个人信息安全。

（二）（信息公示）直播营销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。

（三）（规则协议）直播营销平台应遵循公开、公平、公正原则，制定健全完善平台服务协议和交易规则，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，并保证经营者或者消费者能够便利、完整地阅览和下载。

（四）（信息保存）直播营销平台应依法保存下列信息，并确保信息的可用性、完整性。法律法规另有规定的，依照其规定。

1.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

2.平台内经营者、直播间运营者等经营主体身份信息的保存时间自其退出平台之日起不少于三年

3.对商品或服务信息，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

4.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、平台内经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载

5.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、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。

（五）（检查监控）直播营销平台应建立直播营销信息检查

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、直播营销人员违反市场监管法律法规规章，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管部门报告。

（六）（风险提示）直播营销平台应建立健全风险识别模型，对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。应以显著方式警示用户平台外私下交易等行为的风险。

（七）（建立禁限售目录）直播营销平台应当制定直播营销商品和服务负面目录，列明法律法规规定的禁止生产销售、禁止网络交易、禁止商业推销宣传以及不适宜以直播形式营销的商品和服务类别。

（八）（禁止非法宣传）直播营销平台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者广告经营者的责任和义务。直播营销平台应对直播营销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 配合市场监管部门调查互联网广告违法行为。直播营销平台不得为直播间运营者、直播营销人员进行虚假或引人误解的商业宣传提供帮助、便利条件。

（九）（安全保障）直播营销平台知道或应当知道直播间运

营者、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。

（十）（知识产权保护）直播营销平台应建立健全知识产权保护规则，与知识产权权利人加强合作，依法保护直播电商各方主体知识产权。直播营销平台应要求平台内经营者提供真实、合法、有效的商标注册证明、品牌特许经营证明、品牌销售授权证明等文件。直播营销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、终止交易和服务等必要措施。未采取必要措施的，与侵权人承担连带责任。知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权通知直播营销平台采取删除、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。直播营销平台接到通知后，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。

（十一）（数字人直播）直播营销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，应按照相关规定进行安全评估，并在直播间添加显著标识。

（十二）（不得限制交易）直播营销平台不得利用服务协议、交易规则及技术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。具有竞争优势的直播营销平台没有正当理由，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、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行，扰乱市场公平竞争秩序。直播营销平台应当在服务协议、交易规则中公平合理确定收费标准，不得违背商业道德、行业惯例，向平台内经营者收取不合理的服务费用。

（十三）（信用管理）直播营销平台应当根据直播间运营者、直播营销人员账号合规情况、关注和访问量、交易量和金额及其他指标维度，建立分级管理制度，对直播间运营者、直播营销人员实施分级分类管理。对违法违规的直播间运营者、直播营销人员视情采取警示提醒、限制功能、暂停发布、注销账号、禁止重新注册等处置措施，保存记录并向相关主管部门报告。建立黑名单制度，将违法失德造成恶劣社会影响的直播间运营者、直播营销人员加入黑名单，并向相关主管部门报告。

（十四）（配合监管）直播营销平台应积极配合市场监管部门依法实施的监管行为，提供有关经营者身份信息、商品或者服务信息和支付记录、物流快递、退换货以及售后等必要的文件、资料和数据，并为依法调查、执法检查活动提供技术支持和帮助。

第五条（直播间运营者）

直播间运营者应当按照平台规则和合作协议，依法对直播营

销活动进行规范建设、内容审核以及违规处置。建立直播营销人员管理制度，做好直播监控，避免直播营销人员在直播中发生违法违规行。依法办理税务登记，依法履行纳税义务。

（一）（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。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。

（二）（信息审核）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供应商身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息进行核验，并留存相关记录备查。

（三）（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。

（四）（重点环节管理）直播间运营者应加强直播间管理，依法合规设置账号、头像、简介和直播间标题、封面、布景、道具、商品展示等重点环节，不得含有违法和不良信息，不得以暗示方式误导消费者。

第六条（直播营销人员服务机构）

直播营销人员服务机构应当履行信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护和依法纳税等义务。

（一）（取得资质）直播营销人员服务机构应依法取得相应

经营主体资质，与直播间运营者、直播营销人员签订协议，明确权利义务，依法合规提供直播营销人员经纪服务。

（二）（加强培训）直播营销人员服务机构应按照相关要求，加强对直播营销人员的教育培训、规范引导，督促直播营销人员加强对《电子商务法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规和规章规定的学习运用。

（三）（加强管理）直播营销人员服务机构应签约具备相应资质和能力的直播营销人员，加强对直播营销人员的日常管理，建立健全直播营销人员激励、管理、考核制度，提升直播营销人员合规经营意识。应对直播营销人员的直播内容进行事前规范、事中审核、违规行为事后及时处置。

第七条 （直播营销人员）

直播营销人员在直播营销活动中，应当规范自身行为，履行与商家的约定，依法向公众推销商品或服务。

（一）（树立合规意识）直播营销人员应自觉加强学习，具备从事直播营销工作所必需的技能，掌握需遵守的法律法规，自觉树立合规意识。直播营销人员应履行与平台内经营者的约定，依法向公众推销商品或服务。

（二）（遵守社会公德）直播营销人员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《网络主播行为规范》第十四条及其他法律法规禁止的行为。

（三）（实名注册）直播营销人员应年满十六周岁；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。直播营销人员应遵守网络实名制注册账号有关规定，配合直播营销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。若个人信息发生变动，应及时更新并向直播营销平台报备。直播营销人员不得违反法律法规和国家有关规定，将其注册账号转让或出借给他人使用。

（四）（如实提供营销数据）直播营销人员向平台内经营者、直播营销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佣金。

第八条 （平台内经营者）

平台内经营者通过直播销售商品或提供服务，应当遵守平台规则和合作协议，依法履行电子商务经营者责任。

（一）（资质及信息公示）平台内经营者应依法取得并公示营业执照、行政许可等信息。

（二）（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。

（三）（确保质量安全）平台内经营者应当建立并执行进货检查验收制度，通过网络直播销售商品应验明产品合格证明和其他标识，所销售产品或其包装上的标识必须真实完整。应确保销售商品符合产品注明采用的产品标准。禁止伪造或者冒用认证标志等质量标志 禁止伪造产品的产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址 禁止在生产、销售的产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好。

第三章 直播营销行为合规要求

第九条（坚持正确导向）

直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、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，依法合规经营，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经营行为，营造有序竞争、健康规范、向上向善的直播电商发展环境。

第十条（明确权利义务）

直播间运营者、直播营销人员与直播营销人员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。直播间运营者、直播营销人员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。

第十一条（信息披露）

直播间运营者、直播营销人员、平台内经营者应全面、真实、准确披露商品或服务信息，保障消费者知情权和选择权，对直接关系消费者生命安全的重要消费信息进行必要、清晰的提示。

直播间运营者、直播营销人员、平台内经营者发布的商品、服务内容应与商品、服务链接保持一致，且实时有效。

第十二条（不得欺骗误导）

直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、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。

直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、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。

第十三条（不得实施其他不正当竞争行为）

直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员从事直播营销活动，不得实施下列行为

1.商业混淆。未经许可使用他人的商品名称、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

2.商业贿赂。采用财务或其他手段，贿赂直播营销平台工作人员、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

3.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

4.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。

第十四条（不得发布违法广告）

平台内经营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、直播营销人员服务机构、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名义或形象对商品或服务做推荐、证明，构成广告代言的，应当依法承担广告代言人责任和义务。

直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、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进行商业营销炒作。

直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、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。

对于医疗、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需要行政审查的特殊商品或服务广告，直播间运营者、直播营销人员应在开展直播营销前核验相关广告审查证明文件。

第十五条（不得销售禁售商品和服务）

直播间运营者、直播营销人员不得通过网络直播销售或提供以下禁止网络交易的商品或服务

1.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

2.国家明令淘汰并停止销售的商品或失效、变质的商品

3.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，或不合格商品冒充合格产品

4.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

务

5.未依法取得许可、备案、强制性认证或者其他特殊管理要求的商品

6.侵犯他人知识产权的商品或服务

7.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

8.处方药、烟草制品（含电子烟）、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、行政法规禁止发布广告的商品或服务

9.枪支、弹药、军火武器类商品，军用、警用类商品，管制器具类商品等

10.色情、暴力、低俗类商品，赌博、博彩类商品或服务

11.法律法规禁止销售的动物、植物及相关制品，以及法律法规禁止使用的猎捕工具

12.危险化学品、易制毒化学品

13.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

14.有关部门明令暂停进口、销售的商品

15.法律、行政法规禁止网上交易的其他商品。

第十六条（不得侵犯知识产权）

直播间运营者、直播营销人员、平台内经营者等从事网络直播营销活动，应当符合《电子商务法》《商标法》《专利法》等的

规定，不得销售侵犯他人知识产权的商品或者提供侵犯他人知识产权的服务，不得发布侵犯他人知识产权的商品和服务信息。

第十七条（不得价格违法）

直播间运营者、直播营销人员、平台内经营者通过网络直播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，不得实施以下违法行为

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.其他虚假的或者使人误解的价格标示和价格促销行为。

第十八条（不得违规促销）

直播电商经营主体开展直播促销活动时，应符合下列规定

1.促销活动有附加条件或期限的，应如实标明促销条件或期限等不利于消费者的限制条件

2.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

3.公布的促销活动范围、规则与实际促销活动范围、规则应一致

4.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

5.没有合理理由，不得在促销前临时显著提高标示价格并作为折价、减价的基础。

第十九条（履行消费者权益保护义务）

直播电商经营主体应当依法依规履行消费者权益保护义务。

1.直播营销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，明确处理流程和反馈期限，及时处理公众对于违法违规信息内容、营销行为投诉举报。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，应按照规定提供直播间运营者、直播营销人员、平台内经营者身份信息及相关经营活动记录信息。应加强直播间内链接、二维码等方式跳转到其他平台购买商品或者接受服务的安全管理，消费者通过以上方式发生争议时，直播营销平台应当积极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。

2.直播间运行者、直播营销人员应当依法依规履行消费者权益保护责任和义务，不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求。

3.平台内经营者通过直播销售商品或提供服务，应全面、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。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，依法保障消费者权益。

4.其他法律法规规定的消费者合法权益。

第四章 附则

第二十条（指引效力、解释和实施）

直播电商经营主体违反法律、行政法规规定的，由有关部门依法进行查处。开展短视频带货的相关营销活动可参照本指引规范经营行为。

本指引由安徽省市场监督管理局负责解释，自发布之日起实施。

抄送 法规处、执法处、信用处、竞争执法局、价监局、网监处、
广告处、产品质量监管处、食品流通处、特殊食品处、餐饮
处、知识产权保护处、登记注册局、12315指挥中心。

2025年 2月 11日印发

校对 陈新雷
