

杭州注册公司代理记账·直播电商合规指引来了！要求明确区分主播收入来源及性质并依法纳税

产品名称	杭州注册公司代理记账·直播电商合规指引来了！要求明确区分主播收入来源及性质并依法纳税
公司名称	杭州好又快财务管理有限公司
价格	100.00/件
规格参数	
公司地址	杭州市上城区置鼎时代中心4幢632室
联系电话	0571-87911962 17764573265

产品详情

近日，杭州市司法局发布公告称，为营造良好的法治化营商环境，杭州市将编制系列重点产业合规指引，同时公开征集关于《直播电商产业合规指引（征求意见稿）》意见建议（以下简称《指引（征求意见稿）》），意见稿要求在本区内开展网络直播营销活动的法人、个人和其他组织应依法履行纳税义务[参见《网络直播营销管理办法（试行）》第十六条。]，确保对各项经济业务事项的纳税申报、税款缴纳等税务处理事项符合相关税收法律法规。

直播电商从业者应明确区分和界定主播的各类收入来源及性质，并依法履行个人所得税代扣代缴义务[参见《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》第四条第（一）点。]。

原文如下：

直播电商产业合规指引（征求意见稿）

章总则

条【目标和依据】

为促进直播电商产业健康发展，强化高频涉法风险预防的行政指导和法律服务，增强直播电商从业人员的风险预防及应对能力，根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共

和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《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》《中华人民共和国处罚法》《中华人民共和国刑法》《互联网广告管理办法》《网络直播营销管理办法（试行）》《网络交易监督管理办法》《浙江省电子商务条例》《浙江省广告管理条例》等法律、法规、规章及其他规范性文件，结合杭州市直播电商产业及网络直播营销活动的实际情况，制定本指引。

第二条【适用范围】

本指引适用于在本地区内开展网络直播营销活动的个人、法人和其他组织。

本指引所称的网络直播营销活动[参见《网络直播营销管理办法（试行）》第二条。]，是指通过互联网网站、应用程序、小程序等，以视频直播、音频直播、图文直播、数字人直播或多种直播相结合等形式推广、销售商品或提供服务的商业活动。

本指引所称直播电商从业者，即直播间运营者[参见《网络直播营销管理办法（试行）》第二条。]，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。

本指引所称直播营销平台[同上。]，是指在网络直播营销活动中提供网络服务的各类平台，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。

本指引所称主播，即直播营销人员[同上。]，是指在网络直播营销活动中直接向社会公众开展营销的个人。

本指引所称主播服务机构，即直播营销人员服务机构[同上。]，是指为直播营销人员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。

本指引所称商家，即平台内经营者[参见《中华人民共和国电子商务法》第九条第三款。]，是指通过网络直播营销活动销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

第三条【工作原则】

从事网络直播营销活动，应遵守国家法律法规、维护国家利益和社会公共利益、遵守商业道德，不得违背公序良俗，不得损害消费者的合法权益。

开展网络直播营销活动合规工作，应遵循合法性、必要性、独立性、全面性原则。

第四条【工作指导】

司法行政部门、市场监督管理部门及相关职能部门按各自法定职责做好合规管理的监督、指导等工作，

并建立公检法司相关部门的协同机制，统筹推进执法、司法、普法和法律服务工作。

第二章 合规及风险防范要点

第一节 主体合规

第五条【直播电商从业者】 [本章内容综合发生频率、法律后果严重程度等多方因素标示风险等级。“ ”数量越多，风险等级越高。]

直播电商从业者，即直播间运营者，应依法办理市场主体登记[参见《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第三条。]，根据实际开展的网络直播营销活动取得以下行政许可或备案，并依法公示经营信息及行政许可或备案信息：

(一) 增值电信业务经营许可证[

参见《中华人民共和国电信条例（2016修订）》第九条、第十四条。]；

(二) 仅销售预包装食品备案、食品经营许可证[

参见《食品经营许可和备案管理办法》（2023年12月1日实施）第四条、第五条。]；

(三) 互联网药品信息服务资格证书[

参见《互联网药品信息服务管理办法（2017修正）》第三条、第八条。]；

(四) 医疗器械经营许可备案[参见《医疗器械网络销售监督管理办法》第七条、第八条。]；

(五) 法律法规要求的其他行政许可或备案。

直播电商从业者应严格把控直播商品的质量，强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关，并做好直播监控，避免主播在直播中发生违法违规行为。

直播电商从业者不得要求商家签订“低价协议”，或采取其他排除、限制竞争的协议、决定或者协同行为，但依法不构成垄断协议的除外[参见《中华人民共和国反垄断法》第十八条。]。

直播电商从业者应公平竞争，不得违反诚实信用原则和商业道德，不得高薪挖人、虚构数据、片面对比等手段恶性竞争，不得以不正当手段获取的权利人的商业秘密，不得以财物等商业贿赂手段谋取交易机会或者竞争优势[参见《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条、第七条、第八条、第九条。]。

直播电商从业者不得通过虚构交易、打赏礼物等手段，掩饰、隐瞒自己或他人犯罪所得的资金[参见《中华人民共和国刑法》百九十一条。]。

直播电商从业者应依法保存直播视频，保存时间自直播结束之日起不少于三年[参见《网络交易监督管理办法》第二十条第二款。]。

第六条【主播】

自然人主播应年满十六周岁，十六周岁以上但不满十八周岁的自然人申请成为主播的，应经过监护人同意。外籍自然人主播来境内开展网络直播营销活动的，应依法取得就业许可等相关许可。自然人主播应根据实际情况，与直播电商从业者、主播服务机构签署相关合同，明确各方权利义务[该条款实际应用详见本指引案例一“直播经纪机构违法签约未成年人主播案”。]。

自然人主播从事医疗卫生、财经金融、法律、教育类等需要较高水平网络直播营销活动的，应取得相应的执业资质，并按相关部门或直播营销平台要求进行报备、审查[参见《网络主播行为规范》第十三条第二款。]。

直播电商从业者使用数字人主播的，应确保已经获得相关权利人的充分授权，与相关主体签署相关合同，明确各方权利义务，并在直播间添加显著标识[参见《网络直播营销管理办法（试行）》第十三条。]，避免公众混淆或者误认，应按照有关规定开展安全评估，并依法履行算法备案和变更、注销备案手续[参见《互联网信息服务算法推荐管理规定》]。

主播应保持良好声屏形象，表演、服饰、妆容、语言、行为、肢体动作及画面展示等要文明得体，符合大众审美情趣和欣赏习惯[参见《网络主播行为规范》第八条。]。

主播不得利用打赏提现等功能，掩饰、隐瞒自己或他人犯罪所得的资金[参见《中华人民共和国刑法》百九十一条。]。

主播同时构成直播电商从业者的，应履行直播电商从业者的义务。

第七条【主播服务机构】

主播服务机构应依法取得相应经营主体资质及行政许可，与网络直播营销活动主体签署相关合同，明确各方权利义务。

主播服务机构应依法开展主播的招募、培训及管理工作，培养主播的素养和法律知识，并对主播的网络直播营销活动进行合规把控和质量监督[参见《网络主播行为规范》第十七条。]。

直播电商从业者同时构成主播服务机构的，应履行主播服务机构的义务。

第八条【直播营销平台】

直播营销平台应根据实际业务内容依法取得、办理以下行政许可、行政备案[参见《网络直播营销管理办法（试行）》第五条。]，应依法制定并公开管理规则[参见《网络直播营销管理办法（试行）》第七条。]，依法履行平台管理责任：

（一）网络食品交易第三方平台备案[参见《网络食品安全违法行为查处办法（2021修订）》第八条。]；

(二) 医疗器械网络交易服务第三方平台备案[参见《医疗器械网络销售监督管理办法》第十六条。];

(三) 互联网药品信息服务资格证(经营性)[参见《互联网药品信息服务管理办法(2017修正)》第三条、第八条。];

(四) 出版物网络交易平台服务经营备案[参见《出版物市场管理规定(2016)》第二十六条。];

(五) 网络文化经营许可证[参见《互联网文化管理暂行规定(2017修订)》第九条。];

(六) 信息网络传播视听节目许可证[参见《互联网视听节目服务管理规定(2015修订)》第七条。];

(七) (跨地区) 增值电信业务经营许可证[参见《中华人民共和国电信条例(2016修订)》第九条、第十四条。];

(八) 市场名称登记证[参见《浙江省网上商品交易市场管理暂行办法》第四条、第六条。];

(九) 法律法规要求的其他行政许可或备案。

直播营销平台应依法保存以下信息:

(一) 直播视频, 保存时间自直播结束之日起不少于三年[参见《网络交易监督管理办法》第二十条第二款。];

(二) 商品和服务信息、交易信息, 保存时间自交易完成之日起不少于三年[参见《网络交易监督管理办法》第三十一条第二款。];

(三) 网络直播营销活动构成广告的, 还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、保存广告活动的有关电子数据, 保存时间自广告发布行为终止之日起不少于三年[参见《互联网广告管理办法》第十六条项。];

(四) 法律法规规定的其他应当保存的信息。

直播电商从业者通过自建网站开展网络直播营销活动的, 应承担直播营销平台的法律责任和义务。

第九条【商家】

商家应依法取得相应经营主体资质及行政许可, 依法履行公示经营信息及行政许可信息[参见《中华人民共和国电子商务法》第十条、第十二条。]、商品或服务、消费者权益保护责任、发布合法商品或服务信息、不得销售禁止通过网络销售的商品或服务法定责任和义务, 并及时与电商直播企业签署相关合同, 明确各方权利义务。

直播电商从业者销售自营商品的, 应承担商家责任。商家自行从事网络直播营销活动的, 应承担直播电商从业者责任。

第二节 直播账号合规

第十条【依法注册直播账号】

直播电商从业者应依法注册直播账号，并完成相关身份信息认证，不得冒用其他自然人、法人或其他组织信息进行虚假注册[

参见《国家广播电视总局关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》第八条。]

非自然人直播电商从业者注册、使用的账号信息，应与实际名称、标识等相一致，与实际的组织性质、经营范围和所属行业类型等相符合[参见《互联网用户账号信息管理规定》第七条第二款。]

第十一条【直播账号信息fujian清单】

直播账号的名称、头像、简介、直播间封面图、直播间布景、道具及其他易引起消费者关注的重点环节内容应符合法律法规，不得以明示或暗示方式含有下列违法及不良有害信息[

参见《互联网用户账号信息管理规定》第四条、第六条、第八条。]:

- (一) 违反宪法或法律法规规定的；
- (二) 危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；
- (三) 损害国家荣誉和利益的，损害公共利益的；
- (四) shandongminzuchouhen、民族歧视，歪曲民族历史或者民族历史人物，伤害民族感情、破坏民族团结，或者侵害民族风俗、习惯的；
- (五) 破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；
- (六) 散布谣言，扰乱社会秩序、破坏社会稳定的；
- (七) 散布宣扬恐怖主义、极端主义或者煽动实施恐怖活动、极端主义活动的；
- (八) 歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，以侮辱、诽谤或者其他方式侵害英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉的；
- (九) 散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；
- (十) 侮辱或者诽谤他人，侵害他人名誉、隐私和其他合法权益的；
- (十一) 假冒、仿冒、捏造政党、党政军机关、企事业单位、人民团体和社会组织的名称、标识等；
- (十二) 假冒、仿冒、捏造国家（地区）、国际组织的名称、标识等；
- (十三) 假冒、仿冒、捏造新闻网站、报刊社、广播电视机构、通讯社等新闻媒体的名称、标识等，或者擅自使用“新闻”“报道”等具有新闻属性的名称、标识等；
- (十四) 假冒、仿冒、恶意关联国家行政区域、机构所在地、标志性建筑物等重要空间的地理名称、标识等；

(十五) 以损害公共利益或者谋取不正当利益等为目的，故意夹带二维码、网址、邮箱、联系方式等，或者使用同音、谐音、相近的文字、数字、符号和字母等；

(十六) 含有名不副实、夸大其词等可能使公众受骗或者产生误解的内容；

(十七) 含有法律法规禁止的其他内容。

第三节 商品及服务合规

第十二条【禁止推销的商品或服务】

直播电商从业者不得在网络直播营销活动中推销以下商品或服务：

(一) 国家明令淘汰并停止销售的商品和失效、变质的商品[参见《中华人民共和国产品质量法》第三十五条。]；

(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或服务[参见《中华人民共和国产品质量法》第十三条；该条款实际应用详见本指引案例二“销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准的产品案”。]；

(三) 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，或掺杂、掺假、以假充真、以次充好的商品，或不合格产品冒充合格产品[参见《中华人民共和国产品质量法》第二十七条、第三十九条。]；

(四) 依法应取得许可、备案或者强制性认证而未取得的商品或服务[参见《中华人民共和国产品质量法》第三十八条、《中华人民共和国认证认可条例》第二十七条。]；

(五) 侵犯他人知识产权的商品或服务[该条款实际应用详见本指引案例三“直播销售侵犯注册商标专用权商品案”。]；

(六) 不符合法律法规和食品安全标准的食品；

(七) 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[参见《网络食品安全违法行为查处办法》第十九条第二款。]；

(八) 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及其他法律法规禁止网络销售的药品；处方药，药品类易制毒化学品，戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法等法律法规禁止发布广告的商品和服务[参见《中华人民共和国药品管理法》第六十一条第二款、《中华人民共和国广告法》第十五条、《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第二十一条项、第二十二条。]；

(九) 烟草制品（含电子烟），声称全部或者部分的婴儿乳制品、饮料和其他食品等法律法规禁止发布广告的商品和服务[参见《中华人民共和国广告法》第二十二条、第二十条。]；

(十) 保健食品、特殊医学用途配方食品、农药、兽药等依法须经广告审查机关事前审查而未经审查的商品或服务（不含广告的除外）[参见《中华人民共和国广告法》第四十六条。]；

(十一) 野生动物及其制品[参见《中华人民共和国野生动物保护法》第六条款、第十五条第四款。]；

(十二) 海南离岛免税代购类商品或服务[参见《中华人民共和国海关对海南离岛旅客免税购物监管办法》第十七条。]；

(十三) 不符合环境保护要求的商品或服务；

(十四) 涉及“双减”政策的教育培训服务；

(十五) 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；

(十六) 法律法规禁止销售、网上交易或宣传的其他商品和服务。

第十三条【特殊资质审查】

对于食品、药品、医疗器械、兽药、出版物、化妆品、医疗、母婴保健、预包装食品、保健食品、汽车租赁等依法需要特殊行政许可或备案的商品或服务，直播电商从业者应事先审查相关文件[该条款实际应用详见本指引案例四“未经许可从事第三类医疗器械经营活动案”。]。

对于保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉，还应依法审查产品注册证书或者备案凭证及广告审查批准文件[参见《互联网广告管理办法》第七条。]。

对于跨境零售商品，还应遵守国家进出口管理的法律法规，审查是否属于国家相关部门公布的跨境电商零售进口商品清单中列明的品类[参见《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》条。]。

第十四条【审查内容并封存样品】

直播电商从业者应事先审查产品或包装标识，产地、生产者、性能、用途、规格、成分、价格、有效期限、知识产权状况等商品及服务信息及特殊商品的广告审批等，并封存样品。

第十五条【赠品审查】

直播电商从业者应按普通商品的标准审查赠品，不得以侵权或者不合格产品、国家明令淘汰并停止销售的商品等作为奖品或者赠品。

第四节 直播营销合规

第十六条【直播营销的原则】

直播电商从业者应依法从事网络直播营销活动，全面、真实、准确地披露商品或服务信息[参见《网络直播营销行为规范》第五条。]，并坚持正确导向，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，不得含有以下内容：

(一) 借党或国家重大活动从事违法违规活动的；

(二) 宣扬浪费粮食(量多吃、暴饮暴食等)、诱导过度消费、博眼球、炒作、炫富,对他人肆意发布谩骂侮辱、造谣诽谤、侵犯隐私等信息的网络暴力行为,或指引错误价值观、人生观和道德观的内容[该条款实际应用详见本指引案例五“发布违背社会良好风尚广告案”。];

(三) 含有民族、种族、国籍、地域、宗教、性别、职业歧视的内容;

(四) 恶搞、诋毁、歪曲或者以不当方式展现中华优秀传统文化、革命文化、社会主义精神文明;

(五) 危害未成年人身心健康,或损害老年人、残障人士合法权益的;

(六) 其他不良导向内容。

第十七条【合法开展直播预热及宣传】

直播电商从业者应依法开展直播预热及宣传,不得发布含有虚假或误导信息、侵害他人知识产权或人格权、含有第十一条内容或其他违反法律法规的内容。

未经消费者同意或者请求,直播电商从业者不得向其发送商业性信息[参见《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十九条第三款。]。

第十八条【价格合法】

直播电商从业者应依法审查商品及服务价格,不得存在以下行为[参见《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十九条、第二十条。]:

(一) 在商品或服务首页或者其他显著位置标示的商品或者服务在详情页面标示的价格;

(二) 未公示促销活动范围、规则,或公布的促销活动范围、规则与实际不一致,或未显著标示附加条件、促销期限等不利于消费者的限制条件的;

(三) 虚标划线价等价格基准的价格欺诈行为[该条款实际应用详见本指引案例六“利用虚假宣传方式进行直播活动预热案”。];

(四) 其他虚假的或者使人误解的价格标示和价格促销行为。

直播电商从业者不得通过低价倾销、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等方式滥用自主定价权。

第十九条【依法开展有奖销售】

有奖销售是指以销售商品或者获取竞争优势为目的,向消费者提供奖金、物品或者其他利益的行为,包括以抽签、摇号、游戏等带有偶然性或者不确定性的方法决定消费者是否中奖的抽奖式有奖销售,向满足一定条件的消费者提供奖金、物品或者其他利益的附赠式有奖销售,以及为了推广移动客户端、招揽客户、tigao度、获取liuliang、tigao点击率等,附带性地提供物品、奖金或者其他利益的行为。

开展有奖销售时,直播电商从业者应明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方

式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，还应建立档案，如实、准确、完整地记录设奖规则、公示信息、兑奖结果、获奖人员等内容，妥善保存两年，不得违反法律法规的其他规定[参见《规范促销行为暂行规定》第十三条、第十五条、第十九条；该条款实际应用详见本指引案例七“未明示奖品信息的不正当有奖销售案”。]。

第二十条【明示赠品信息】

网络直播营销活动中有赠品的，应明示所赠品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式等必要信息[参见《中华人民共和国广告法》第八条第二款。]。

第二十一条【显著提示搭售商品或者服务】

如有搭售商品或者服务，应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[参见《中华人民共和国电子商务法》第十九条。]。

第二十二条【直播商品与销售商品一致】

直播中推销、展示的商品应与实际销售的商品保持一致。

直播中涉及的商品名称、成分或者配料表、产地、保质期、贮存条件，生产者名称、地址等信息应与其标签标识保持一致。

直播中涉及商品资料、检测报告、授权或许可资料等应真实、有效，注册证书、备案凭证等信息应与注册或者备案信息保持一致[参见《网络直播营销行为规范》第二十四条。]。

第二十三条【食品特殊说明】

对在贮存、运输、食用等方面有特殊要求的食品，应在直播时予以说明和提示。

第二十四条【禁止违法广告】

直播电商从业者、主播等发布的直播内容构成商业广告的，应履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的责任和义务，不得含有国家标志、国家机关及工作人员形象、有损国家尊严或利益、违背社会良好风尚、违法化用语、损害未成年人和残疾人的身心健康、贬低其他生产经营者的商品或者服务等法律法规禁止性内容，不得发布以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的虚假广告[参见《中华人民共和国广告法》第九条、第十三条、第二十八条。]。

发布食品、化妆品、金融投资、教育培训、房地产、酒类、农作物种子等有特殊要求的广告的，直播电商从业者应严格依法审查[参见《中华人民共和国广告法》第十五条至第二十七条。]。

直播电商从业者应确保广告中使用的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应明确表示[参见《中华人民共和国广告法》第十一条。]。

涉及专利产品或者专利方法的，直播电商从业者应标明专利号和专利种类，禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利做广告[参见《中华人民共和国广告法》第十二条。]。

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，直播电商从业者应事先审查相关文件[参见《互联网广告管理办法》第七条。]。

直播电商从业者应依法审查商品或服务链接及下一级页面中与前端广告相关的广告内容，确保不存在违法内容[参见《互联网广告管理办法》第十八条。]。

第二十五条【禁止不正当竞争】

直播电商从业者从事网络直播营销活动，应符合《中华人民共和国反不正当竞争法》等规定，不得实施以下行为[参见《中华人民共和国广告法》第三十一条、《中华人民共和国反不正当竞争法》第十二条、《网络交易监督管理办法》第十四条、《网络信息内容生态治理规定》第二十四条、《网络直播营销管理办法（试行）》第十八条第四款。]：

（一）以片面对比等方式损害竞争对手的商业信誉、商品声誉[该条款实际应用详见本指引案例十“主播不正当评价竞品的商业诋毁案”。]；

（二）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品、现场说明和演示等方式推销商品或者服务[该条款实际应用详见本指引案例八“主播及商家开展引人误解的商业宣传案”。]；

（三）采用虚构交易、虚标成交量、虚构库存数据、虚假评论、shanchu或屏蔽不利评论、好评前置等方式，诱导消费者非理性消费[该条款实际应用详见本指引案例九“组织‘shuadan炒信’的非法经营案”。]；

（四）以虚假的“低价”“优惠价”或者其他欺骗性价格标示销售商品或者服务[该条款实际应用详见本指引案例六“利用虚假宣传方式进行直播活动预热案”。]；

（五）以虚假的“有奖销售”等方式推销商品或者服务；

（六）谎称“处理品”“残次品”“等外品”等商品为；

（七）夸大或隐瞒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；

（八）其他扰乱市场竞争秩序、损害其他经营者或者消费者合法权益的不正当竞争行为。

直播电商从业者不得采取任何形式虚构或者篡改交易、关注度、liulanliang、点赞量等数据liuliang造假，不得采取虚假购买和事后退货等方式骗取商家的佣金。

第二十六条【谨慎对待代言人责任】

主播及其他参与直播的人员以自己的名义或形象对商品、服务作推荐、证明，构成广告代言人的，应履行并承担广告代言人的法律责任和义务[参见《网络直播营销管理办法（试行）》第十九条。]。

直播电商从业者不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人[参见《中华人民共和国广告法》第三十八条。]。

第二十七条【依法规范主播行为】

直播电商从业者应督促主播在开展网络直播营销活动时遵守法律法规、公序良俗并坚持正确导向，应真实、准确、全面地发布商品或服务信息、不得擅自夸大，做好语音和视频连线、评论、弹幕等互动内容的实时管理，不得误导消费者，不得骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人或侵害他人合法权益，并采取相应的处罚措施[参见《网络直播营销行为规范》第二十三条。]。

第五节 知识产权合规

第二十八条【保护自有知识产权】

直播电商从业者应注意保护自有知识产权，包括但不限于：

（一）直播账号，直播电商从业者可通过与相关主体签署合同明确约定账号各项权利的归属，但不得违反法律法规或相关平台规则；

（二）直播账号及直播间名称等商业标识，直播电商从业者可及时采取注册商标等保护措施，并注意保存实际使用、相关标识形成一定影响力等证据；

（三）直播视频、直播脚本等通过网络直播营销活动产生的作品，直播电商从业者应注意采取电子存证等方式保存原稿及创作和发布的时间证据，也可直接向版权登记机构登记，应与参与创作的员工签署合同明确约定职务作品著作权归属、与商家等合作方在相关合同中明确相关作品的权利归属；

（四）主播肖像、姓名（包括艺名、昵称等）、声音等人格标识，直播电商从业者应注意及时与主播签署合同获得充分授权及转授权许可、平衡双方权利义务，并及时采取注册商标、日常检测等保护措施；

（五）数字人主播的知识产权及其他合法权益，直播电商从业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，与服务商签署合同明确数字人主播相关知识产权及其他合法权益的归属，以真人形象为基础的数字人主播形象、声音还应事先取得相关自然人的充分授权；

（六）自营商品的外观设计等知识产权，直播电商从业者应与实际设计者签署合同明确约定知识产权归属，并及时注册专利；

（七）经营信息、技术信息等商业秘密，直播电商从业者应注意在相关材料上添加“保密”等可识别字样、与可能接触商业秘密的人员签署保密协议、分级访问及采取其他技术加密手段等必要的保密措施。

对于侵害知识产权的行为，直播电商从业者应及时收集侵权证据，并视实际情况采取平台投诉、行政投诉、民事诉讼等一种或多种维权措施。

第二十九条【避免侵害他人知识产权】

直播电商从业者应注意防范侵害他人知识产权风险，不得实施以下行为：

(一) 推销侵害他人知识产权的商品或服务[该条款实际应用详见本指引案例三“直播销售侵犯注册商标专用权商品案”。], 直播电商从业者应对推销商品的合法来源、知识产权状况等进行必要审核, 若为自营商品, 应依法承担商家责任;

(二) 未经许可, 使用视频、歌曲、图片等素材;

(三) 未经许可, 使用他人肖像、姓名(包括艺名、昵称等)、声音等人格标识;

(四) 未经许可, 使用他人的字号、企业名称、域名等[参见《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条。];

(五) 违法使用地理标志、特殊标志等[参见《中华人民共和国商标法》第十六条、《特殊标志管理条例》第十六条。];

(六) 其他法律法规禁止的行为。

第六节 消费者权益保护合规

第三十条【保障知情权和选择权】

直播电商从业者应全面、真实、准确、及时地披露商品及服务的信息, 保障消费者知情权及选择权, 不得以虚假或者引人误解的宣传行为、夸大或隐瞒与消费者有重大利害关系的信息等明示或暗示方式误导消费者[参见《中华人民共和国电子商务法》第十七条。]。

第三十一条【明确标示身份】

直播电商从业者应通过消费者能辨别的方式标明其并非销售者, 并标明实际销售者[参见《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)》第十二条款。]。

第三十二条【督促商家履行】

直播电商从业者应及时处理消费者咨询与投诉, 并应督促商家依法保障消费者以下权益, 通过合同约定等方式明确商家责任:

(一) 依法交易承诺并保障消费者网络购物七日无理由退换货权利; 除消费者定作的商品, 鲜活易腐的商品, 在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品, 交付的报纸、期刊[参见《网络购买商品七日无理由退货暂行办法(2020修订)》第六条。], 经消费者在购买时确认的且拆封后易影响人身安全或者生命健康的商品, 拆封后易导致商品品质发生改变的商品, 经消费者在购买时确认且一经激活或者试用后价值贬损较大的商品, 经消费者在购买时确认且销售时已明示的临近保质期的商品、有瑕疵的商品[参见《网络购买商品七日无理由退货暂行办法(2020修订)》第七条。], 及其他法律法规规定的商品外, 应依法适用网络购物七日无理由退换货;

(二) 依法提供纸质发piao或者电子发piao等购货凭证或者服务单据[参见《中华人民共和国消费者权益保护法(2013修正)》第二十二条。];

(三) 依法保护消费者个人信息及隐私, 收集、使用消费者个人信息时应遵循合法、正当、必要的原则, 并依法采取相应保护措施, 不得从事违反法律法规、超出消费者同意范围或者与服务场景无关的消费

者个人信息处理活动[参见《中华人民共和国个人信息保护法》第五条、第九条、第十四条。];

(四) 依法向消费者发送商业性信息, 未经消费者同意或者请求, 不得向其发送商业性信息。发送商业性信息时, 应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, 应立即停止发送, 不得更换名义后再次发送[参见《网络交易监督管理办法》第十六条。];

(五) 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, 作出真实、明确的答复[参见《中华人民共和国消费者权益保护法(2013修正)》第二十条第二款。];

(六) 按照法律法规或者与消费者的约定, 承担包修、包换、包退或者其他售后责任, 不故意拖延或者无理拒绝[参见《中华人民共和国消费者权益保护法(2013修正)》第四十八条第八款。];

(七) 法律法规规定的其他消费者权益。

第三十三条【特殊消费者的权益保护】

直播电商从业者应加强保护老年消费者权益[参见《最高人民法院关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》条第15点。], 不得夸大宣传、虚构商品或者服务的治疗、保健、养生等功能以向老年消费者销售质次价高的商品或者服务, 不得诱导老年消费者购买不符合其需求或明显超出其需求范围的保健食品等商品或者服务, 应充分保障老年消费者依法退货权益。

直播电商从业者应加强保护未成年消费者的权益[参见《最高人民法院关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》条第14点。], 严格把控未成年人食品安全, 采取必要措施避免未成年消费者支出与其年龄、智力不相适应的款项, 应充分保障未成年消费者依法退货权益。

第三十四条【自营商品责任】

直播电商从业者直播销售自营商品的, 应承担商家的消费者权益保护责任[参见《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)》第十三条。]。

第七节 数据合规

第三十五条【总体要求】

直播电商从业者应遵守数据安全、网络安全和个人信息保护的法律法规, 确保数据的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、shanchu等各个处理环节均符合相关法律法规的要求[参见《中华人民共和国个人信息保护法》第四条第二款。]。

第三十六条【个人信息保护】

直播电商从业者收集消费者个人信息时应遵循合法、正当、必要和诚信的原则, 明示处理信息的目的、方式和范围[参见《中华人民共和国个人信息保护法》第五条、第七条。], 并依法征得消费者同意, 不得从事超出明示同意范围、与服务场景无关或其他违反法律法规的个人信息处理活动[参见《中华人民共和国个人信息保护法》第五条、第九条、第十四条。], 不得非法买卖、提供或者公开消费者的个人信息

[参见《中华人民共和国个人信息保护法》第十条。]

直播电商从业者获取自然人主播个人信息时也应遵循前款规定。

直播电商从业者应采取必要的技术措施和其他措施[参见《中华人民共和国个人信息保护法》第九条。]，以保护依法收集的各方个人信息的安全，避免泄露。

第三十七条【未成年人个人信息的特殊保护】

直播电商从业者处理不满十四周岁未成年人的个人信息的，应取得其监护人同意，并制定专门的处理规则[参见《中华人民共和国个人信息保护法》第三十一条。]。

第三十八条【个人敏感信息的特殊保护】

直播电商从业者处理生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等个人敏感信息的，应取得个人单独同意[参见《中华人民共和国个人信息保护法》第二十九条。]。

第八节 税务合规

第三十九条【依法纳税】

在本区内开展网络直播营销活动的法人、个人和其他组织应依法履行纳税义务[参见《网络直播营销管理办法（试行）》第十六条。]，确保对各项经济业务事项的纳税申报、税款缴纳等税务处理事项符合相关税收法律法规。

第三章 合规机制建设

第四十条【事先审查及预防机制】

直播电商从业者应结合自身实际情况建立以下事先审查及预防机制：

- （一）建立自身业务及交易主体审查机制，完善对应资质清单、违法违规记录；
- （二）建立业务合同、知识产权授权文书等法律文书模板体系，并及时与各交易主体签署书面合同；
- （三）建立商品及服务、赠品审核机制，完善禁售及禁广商品及服务清单、特殊准入商品及服务清单、主播试用档案等；
- （四）建立营销内容及资料的事先审查机制及登记建档机制，完善商品及服务信息的发布规则；
- （五）建立自有知识产权保护机制，完善无风险知识产权素材库；
- （六）建立数据分类分级保护制度，按照数据对国家安全、公共利益或者个人、组织合法权益的影响和重要程度进行分类分级，针对不同类别级别的数据采取相应的保护措施，完善各环节管理流程和操作要

求；

(七) 建立平台规则库，定期更新，并建立新规公告、新规培训等日常同步机制；

(八) 建立主播培训及考核机制，开展对签约主播基本素质、现场应急能力的培训，tisheng签约主播的业务能力和规则意识；督导签约主播加强对法律、法规、规章和有关规定及标准规范等的学习；

(九) 建立商家交易履约保障制度；

(十) 建立常见紧急问题处理预案，如商品及服务质量、营销违规、知识产权侵权、消费者投诉、数据安全事故等；

(十一) 明确各岗位职责，并开展定期培训。

第四十一条【事中监测机制】

直播电商从业者应结合自身实际情况建立以下事中监测机制：

(一) 建立直播巡查制度，录制并保存直播内容；

(二) 建立商家实时沟通渠道。

第四十二条【事后应对及追责机制】

直播电商从业者应结合自身实际情况建立以下事后应对及追责机制：

(一) 建立直播违规反馈及追责机制；

(二) 建立商品及服务质量抽检机制；

(三) 建立售后服务制度及便捷、有效的消费者投诉渠道，受理并满足消费者合法合理的售后服务需求，提供退换货、退款服务和合理的损害赔偿；

(四) 建立商家黑名单、白名单。

第四十三条【合规员及合规激励制度】

鼓励直播电商从业者应配备合规员，全面、独立地负责合规工作，贯彻执行决策层对合规管理工作的各项要求，监督合规机制的建立与执行，协调合规管理与各项业务之间的关系，及时解决合规管理中出现的重大问题。

直播电商从业者可结合自身实际情况，设置专合规员岗位，或聘用律师、学者等外部人士。

直播电商从业者可建立内部合规激励制度，依据合规工作成果、合规制度落实情况等，对合规员等参与、执行合规的人员采取薪酬激励、荣誉激励等激励措施，保障合规工作的长效开展。

第四章 附 则

第四十四条【指引的效力】

本指引是依据法律、法规、规章和其他规范性文件，以及产业运行实际需要，针对高频涉法风险作出的一般性指引。直播电商从业者、直播营销平台、主播、主播服务机构、商家违反法律、行政法规规定的，由有关部门依法进行查处。

第四十五条【指引的解释】

本指引由杭州市司法局、杭州市市场监督管理局负责解释。

第四十六条【施行日期】

本指引自发布之日起施行。