

# 竞争法律与政策 资讯



二〇二五年 2月刊

上海市律师协会反垄断与反不正当竞争专业委员会

## 目 录

上海市律师协会  
反垄断与反不正当  
竞争专业委员会

二〇二五年 02 月刊

主 任  
林 文

副主任 按姓氏拼音  
陈云开 黄 凯  
潘志成

编 委 按姓氏拼音  
陈 懿 耿 婷  
黄 克 刘宣滢  
裘一凡

新规速递 .....	1
• 市场监管总局等五部门印发《优化消费环境三年行动方案（2025—2027 年）》 .....	1
• 北京市市场监管局集中发布三项涉及网络交易平台经营者的系列合规指引 .....	7
实务动态 .....	28
• 市场监管总局召开 2025 年全国反垄断工作会议 .....	28
• 市场监管总局召开企业公平竞争座谈会 .....	30
• 2024 年市场监管总局无条件批准经营者集中案件六百余件 .....	31
• 检察机关办理反垄断公益诉讼案件 40 余件 .....	33
案件概览 .....	38
• 谷歌公司涉嫌违反反垄断法市场监管总局依法决定立案调查 .....	38

**新规速递**

## 市场监管总局等五部门印发 《优化消费环境三年行动方案（2025—2027 年）》

信息来源：中国政府网      发布时间：2025 年 02 月 17 日

访问链接：[https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202502/content\\_7004441.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202502/content_7004441.htm)

### 市场监管总局等五部门关于印发 《优化消费环境三年行动方案（2025—2027 年）》的通知

国市监稽发〔2025〕14 号

各省、自治区、直辖市、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

经国务院同意，现将《优化消费环境三年行动方案（2025—2027 年）》印发给你们，请认真贯彻落实。

市场监管总局 国家发展改革委 工业和信息化部

商务部 文化和旅游部

2025 年 02 月 17 日

### 优化消费环境三年行动方案（2025—2027 年）

优化消费环境是提振消费信心、激发经济活力的重要举措，对推动经济高质量发展、保障高品质生活具有重要意义。为贯彻落实党中央、国务院决策部署，深入开展优化消费环境三年行动（以下简称三年行动），制定本方案。

## 一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，贯彻落实中央经济工作会议部署，坚持法治先行、诚信引领，坚持部门协同、社会共治，建设诚信、公平、便捷、安全的消费环境，形成需求牵引供给、供给创造需求的良性发展格局，不断增强人民群众获得感、幸福感、安全感。

到 2027 年，消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效、消费环境共治、消费环境引领等五大行动深入开展，供给质量不高、市场秩序失范、维权效能不足等问题得到系统治理，商品、服务质量显著提高，消费风险明显降低，消费纠纷源头治理效果显著，经营者诚信意识普遍增强，消费便利度、舒适度、满意度大幅提升，全国消费环境明显优化。

## 二、实施消费供给提质行动

（一）提升实物消费质量。深入实施消费品工业“增品种”、“提品质”、“创品牌”行动，推进质量基础设施建设，助力产业链供应链质量联动提升，加强汽车、家电、家居、电子产品、纺织服装、食品等领域质量、标准和品牌建设。实施制造业卓越质量工程，开展企业质量管理能力评价，提升“中国制造”整体形象。深入开展标准国际化跃升工程，推进内外贸产品同线同标同质。支持老字号创新发展，加快推进服装服饰、珠宝首饰、皮革制品、化妆品等精品化国潮化时尚化。支持汽车产品、电子产品、家居产品等消费升级，促进汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”。完善再生资源回收体系，畅通消费循环。

（二）改善服务消费品质。健全服务消费标准体系，持续开展企业标准“领跑者”活动。深入开展消费领域“信用+”工程，健全养老、家政、旅游、购物等民生领域消费信用体系。完善重点领域服务消费标准和合同示范文本，提升公用事业、文化和旅游、康复、养老、托育、金融等领域服务品质。深化服务认证试点，建立优质服务认证制度。推行服务质量监测评价制度，加强服务质量监测评价能力建设。鼓励家政服务、美容美发、电子产品维修、机动车维修等群众关心领域第三方平台完善消费者评价机制。健全现代商贸流通体系，加快农村寄递物流体系建设。



（三）创造更多消费场景。因地制宜推进首发经济，推动消费地标建设，聚焦数字消费、绿色消费、健康消费等打造新型消费场景。建设一批商旅文体健深度融合的品质消费集聚区，积极发展“一刻钟”便民生活圈，深入实施县域商业建设行动。系统构建数字化消费生态体系，大力促进消费线上线下融合，打造沉浸式、体验式消费场景。深入推进数字家庭建设，构筑美好数字生活新图景。鼓励建设和升级信息消费体验中心，进一步提升移动互联网应用服务能力。完善新能源汽车充换电服务体系，支持新能源汽车消费场景拓展延伸。

### 三、实施消费秩序优化行动

（四）严守消费安全底线。落实食品药品安全“四个最严”要求，加强群众关切的米面油、肉蛋奶等重点食品监管。强化经营者安全生产主体责任，督促经营者、使用单位履行消费场所消防、特种设备以及燃气使用等安全保障义务。完善进出口商品质量安全风险预警和快速反应监管机制，持续开展“金钥”稽查专项行动。加强缺陷产品召回监管和技术支撑体系建设。开展个人信息保护专项治理，严厉打击侵犯公民个人信息犯罪。

（五）整治市场交易环境。聚焦重点领域，强化保障消费者知情权、自主选择权和公平交易权。持续开展民生领域“铁拳”行动，重点查处食品领域“两超一非”、以假充真、以次充好、计量作弊等问题。聚焦网购快递、电信、装修、维修、旅游等行业领域治理“霸王条款”。开展旅游市场秩序整治，查处非法网络招徕、强迫购物等违法违规行为。规范广播电视领域订阅、收费等行为，治理电视“套娃”收费、诱导消费。持续开展网络市场监管专项行动，重拳打击网络市场中流量造假、刷单炒信、低俗带货、违法广告等违法行为。持续开展“昆仑”专项行动，依法严厉打击侵犯知识产权和制售伪劣商品犯罪。实施农村消费市场净化行动。

（六）规范市场竞争秩序。持续开展地方保护、市场分割突出问题整治，促进全国消费市场高效畅通和规模拓展。加强和改进消费市场反垄断执法，组织开展民生领域反垄断执法专项行动，打击医药、公用事业、汽车等领域排除限制竞争行为。开展价监竞争守护行动，查处不按规定明码标价、价格欺诈、商业混淆、虚假宣传等违法行为。

（七）完善综合治理机制。完善以消费者权益保护法及其实施条例为核心的法律体系，及时修订法规规章文件。按照领域归口、业务相近原则，厘清新业态新模式监管职责。对涉及多个部门、管理难度大、风险隐患突出的事项，健全部门协同、信息共享、联合执法、行刑衔接等机制。建立消费投诉举报大数据分析治理机制，以问题为导向精准监管执法。强化消费领域信用体系建设，依法公示消费投诉信息、行政执法信息和企业信用信息。深化信用分级分类监管，依法健全消费领域失信联合惩戒机制。建立恶意索赔行为部门协同治理制度，防止侵害经营者合法权益。

#### 四、实施消费维权提效行动

（八）强化消费纠纷源头解决。推动平台型、总部型、连锁型等大型企业健全消费纠纷解决体系，引导其积极加入消费纠纷在线解决机制。鼓励实体店承诺无理由退换货，为消费者提供统一便捷的异地异店退换货服务。强化“小个专”党建引领作用，引导经营主体全面履行消费者权益保护义务。推动跨境电商平台落实消费者权益保护主体责任，建立消费纠纷快速处理机制，做好跨境电商零售进口食品召回工作。到 2027 年，动态发展线下无理由退换货承诺单位 150 万家以上。

（九）强化消费纠纷行政调解。加强消费维权能力建设，依法畅通投诉举报渠道，完善处理流程，高效处置消费投诉举报。强化消费维权与行政执法衔接，加大“诉转案”力度。

（十）强化消费者权益司法保护。推动健全消费者权益司法救济制度，支持消费领域集体诉讼、公益诉讼、小额诉讼，总结推广“诉调对接”做法和“共享法庭”模式，降低消费者诉讼维权成本。优化消费民事公益诉讼与私益诉讼衔接机制。

（十一）创新消费纠纷多元化解。坚持和发展好新时代“枫桥经验”，将消费维权工作纳入基层治理体系，推动形成以人民调解为基础，人民调解、行政调解、司法调解、行业性专业性调解优势互补、有机衔接、协调联动的调解工作格局。支持引入第三方力量开展委托调解，鼓励独立非诉第三方调解组织积极参与。加强消费维权服务站点建设，扩大消费维权“进商场、进超市、进市场、进企业、进景区”活动的覆盖面、提升可及性。

## 五、实施消费环境共治行动

（十二）落实企业主体责任。引导经营者建立消费者权益保护合规体系。完善消费环节经营者首问和先行赔付制度。落实经营者质量安全、质量担保和售后服务责任，积极响应消费者合理诉求。督促电商平台经营者、市场开办者严格履行主体责任，加强入驻经营者身份审核和动态查验。鼓励经营者主动公开并履行对消费者更优的承诺，改善消费体验。落实预付式消费经营者在订立书面合同、按约履行、提前告知、及时退款等方面的主体责任，探索实行预付式消费资金托管模式，防范化解预付式消费风险。

（十三）推动行业自律。引导行业协会商会加强行业自律，增强管理协调、纠纷调处、技术和市场服务能力。强化行业协会商会与政府沟通机制。发起重点行业放心消费倡议，制定并实施行业自律公约和放心消费相关标准，推动行业诚信经营、规范发展、品质升级。

（十四）加强消协组织建设。支持消协组织依法履职尽责，向消费者提供消费维权服务与支持，健全公益诉讼等机制，加强特殊群体保护，开展消费提示警示、比较试验、消费调查、消费评议等社会监督工作，进一步提高消协组织的社会影响力和公信力。

（十五）强化社会监督引导。完善社会监督机制，充分发挥信用约束、媒体监督、消费者参与的作用。加强诚信经营、理性消费、依法维权等宣传引导，开展消费教育“进校园、进社区、进乡村”活动，建设消费教育基地。支持新闻媒体发挥舆论监督作用，提升公众自我保护和维权能力。

## 六、实施消费环境引领行动

（十六）突出创新引领。实施产品和服务质量分级，着力打造群众喜爱的优质品牌。鼓励各地创新举措，完善激励机制，切实提升经营者获得感。鼓励地方为经营者先行赔付提供政策支持，保护买卖双方权益。推动金融机构面向放心消费主体丰富信贷产品，提升授信审批效率，增加消费类信贷投入。支持保险机构优化产品和服务，探索开发支持无理由退换货服务的保险产品。

（十七）注重标杆带动。以“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”自我承诺为主要内涵，加快形成“对标提升、示范带动、监测评价、动态管理”的制度闭环。制定消费环境指数及评价规范，强化标准引领和信用赋

能，大力发展一大批放心消费商店、网店、直播间、餐饮店、工厂等基础单元及放心消费市场、商圈、景区等集聚区。加强对放心消费主体的宣传推介，拓宽各类促消费活动渠道，发挥标杆带动和示范引领作用，形成良好氛围。

（十八）鼓励区域先行。支持京津冀、长三角、粤港澳大湾区以及成渝地区双城经济圈、长江中游城市群等地区先行先试，探索形成异地异店无理由退换货、消费信用信息共享互认、放心消费美丽乡村联建、消费维权跨区域联盟等消费环境建设工作机制和标准规范，总结推广典型经验。鼓励各地主动公开放心消费承诺，出台地方标准，开展全域消费环境监测评价，接受社会监督。

（十九）深化国际合作。与主要国家和地区拓展消费者保护多双边合作，推动将消费者保护纳入多双边自贸协定，探索跨境电商、跨境旅游等合作，服务更高水平对外开放。对标国际规则，引领国内消费环境升级，打通入境人员消费堵点，深化国际消费中心城市建设。

各地区、各部门要认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，结合实际和工作职责进一步分解任务、明确责任，切实推动三年行动落实落地，持续优化本地区、本行业消费环境。地方各级人民政府要加强统筹协调，强化跟踪评估。市场监管总局要会同有关部门协同联动、整体有序推进三年行动。各级财政部门要做好经费保障。



## 北京市市场监管局集中发布三项涉及 网络交易平台经营者的系列合规指引

信息来源：北京市市场监管局网站

发布时间：2025 年 02 月 11 日

访问链接：[https://sc.jg.j.beijing.gov.cn/zwxx/2024zcwj/202502/t20250213\\_4009331.html](https://sc.jg.j.beijing.gov.cn/zwxx/2024zcwj/202502/t20250213_4009331.html)

### 北京市市场监督管理局关于发布网络交易平台经营者服务协议与交易规则、信息公示与披露、禁限售商品管理等系列合规指引的公告

公告〔2025〕11 号

为更好督促和引导网络交易平台经营者落实合规管理主体责任，保障平台内小微经营者和消费者合法权益，市市场监管局制定了《网络交易平台经营者服务协议与交易规则合规指引》《网络交易平台经营者信息公示与披露合规指引》《网络交易平台经营者禁限售商品管理合规指引》，现予发布。

北京市市场监督管理局

2025 年 02 月 11 日

### 网络交易平台经营者服务协议和交易规则合规指引

#### 第一章 总 则

**第一条** 为引导本市网络交易平台经营者优化平台服务协议和交易规则，维护公平竞争市场秩序，保障各方主体合法权益，落实平台主体责任，促进本市平台经济健康发展，根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者

权益保护法》及其实施条例、《网络交易监督管理办法》等法律法规和规章，制定本指引。

**第二条** 本指引适用于在本市行政区域内开展经营活动的网络交易平台经营者。

## **第二章 平台服务协议和交易规则合规体系建设**

**第三条** 网络交易平台经营者应当根据法律、法规、规章并参照本指引，建立健全平台服务协议和交易规则管理制度机制，开展合规评审与改进，加强合规风险的识别、评估与处置。

网络交易平台经营者应当根据实际开展的经营活动，依法建立并实施与平台服务协议和交易规则相配套的主体审核、商品与服务管理、信用管理、信息公示与披露、知识产权保护、个人信息保护、交易安全管理、投诉举报处理、消费者权益保护等管理制度和机制。

**第四条** 网络交易平台经营者应当设置与其经营规模、风险等级、管理水平、安全状况相适应的合规管理机构，指定专门人员分工负责平台服务协议和交易规则合规体系建设，包括：

- （一）制定与修改平台服务协议和交易规则；
- （二）存档与管理平台服务协议和交易规则；
- （三）实施与监督平台服务协议和交易规则；
- （四）对相关人员履职能力进行培训和考核。

## **第二章 平台服务协议和交易规则合规体系建设**

### **第一节 平台经营管理制度**

**第五条** 网络交易平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，制定平台服务协议和交易规则，明确经营者以及消费者进入和退出平台、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。

**第六条** 网络交易平台经营者应当建立健全平台内经营者信息审核制度,对申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者的身份、地址、联系方式、行政许可等主体信息进行核验、登记,建立登记档案,并至少每六个月核验更新一次。

网络交易平台经营者应当对未办理市场主体登记的平台内经营者进行动态监测,及时提醒已不符合免于办理市场主体登记情形的平台内经营者办理市场主体登记,并应当在其报送变更情况后七个工作日内对变更信息进行审核,完成更新公示。

网络交易平台经营者应当建立相应的巡检督促机制,对拒不履行或者多次恶意不恰当履行信息公示与披露的平台内经营者采取必要的处置措施。

**第七条** 网络交易平台经营者应当建立健全商品及服务信息管理制度,指导并督促平台内经营者依法全面、真实、准确、及时地披露商品及服务信息,保障消费者的知情权和选择权,并为相关信息公示与披露提供必要技术支持。

网络交易平台经营者应当根据相关法律法规规定,制定并及时调整平台内禁限售商品管理目录,明确禁止发布的商品信息内容和处理措施,加强对商品展示信息的检查监控,配套合理的商品信息巡检措施,保障商品信息管理有效有序运行。

网络交易平台经营者应当要求平台内经营者依法全面、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。披露的信息包括但不限于商品的名称、规格型号、主要成分及含量、用途、执行标准编号、安全使用注意事项、生产许可证或强制性产品认证(适用时),以及生产者名称和地址等需要事先让消费者知晓的信息。

**第八条** 鼓励网络交易平台经营者建立健全信用管理制度和信用激励机制,根据平台内经营者的投诉举报、违法违规处置、消费者信用评价等情况对平台内经营者信用状况进行评价、公示与分类管理。

**第九条** 网络交易平台经营者应当建立健全信息公示与披露制度,依据法律、法规、规章规定,履行信息公示与披露义务并指导、督促平台内经营者履行信息公示和披露义务,建立并实施与信息公示与披露规则相配套的管理制度。

**第十条** 网络交易平台经营者应当加强对平台内经营者的管理，依据法律、法规、规章规定，完善和公示管理规定，并设置相应的管理举措和申诉机制。

**第十一条** 网络交易平台经营者应当建立知识产权保护制度，明确知识产权侵权处理规则。鼓励网络交易平台经营者与知识产权权利人合作，加强对标注官方店铺、授权店铺等平台内经营者知识产权授权信息的审查，畅通知识产权权利人通知侵权及公众投诉举报渠道，依法及时采取有效措施。

网络交易平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯他人知识产权的，应当及时采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要处置措施。

## **第二节 消费者权益保护**

**第十二条** 网络交易平台经营者向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明等的，应当以单独告知、字体加粗、弹窗等显著方式提请消费者注意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、民事责任等与其有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。

网络交易经营者不得在格式条款中扩张平台经营者及平台内经营者免责范围，排除或限制消费者请求网络交易经营者履行义务和赔偿损失的权利，排除或限制消费者请求救济、变更和解除合同等合法权利，规定网络交易经营者单方享有解释权或者最终解释权等对消费者不公平、不合理的规定。不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

**第十三条** 网络交易平台经营者应当通过平台服务协议和交易规则，与其平台内经营者明确双方七日无理由退货各自的权利、义务和责任，依法履行七天无理由退货义务，细化用户协议等平台规则，对商品完好标准、适用范围、运费说明、七日起算时间等重点内容进行优化，完善退货规则和售后服务政策。依法充分尽到七日无理由退货提示说明义务，督促平台内经营者充分履行告知义务。

网络交易平台经营者不得通过服务协议和交易规则违法限缩七天无理由退货的适用范围。平台统一规定适用更长无理由退货时间的，应当取得平台内经营者同意，并采取一定措施督促平台内经营者履行相应义务。采用线上下单、到店

提货模式的网络交易平台经营者，可不强制要求平台内经营者适用七日无理由退货。

**第十四条** 网络交易经营者发布的商品或者服务信息符合要约条件的，用户选择该商品或者服务并提交订单成功，合同成立。当事人另有约定的，从其约定。

网络交易经营者不得以格式条款等方式约定消费者支付价款后合同不成立；格式条款等含有该内容的，其内容无效。

网络交易经营者应当积极履行合同义务，不得以引流、营销、吸粉等目的恶意订立合同，且事后无正当理由单方解除合同、不履行合同义务或不按照合同约定履行义务。

**第十五条** 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，以显著方式提请消费者注意，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。

**第十六条** 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。

网络交易平台经营者不得有以下破坏消费者信用评价或影响消费者获取真实信用评价的行为，包括实施编造、修改、删除、屏蔽消费者的评价信息；采用将好评前置、差评后置等误导性方式展示信息；不显著区分不同商品或者服务的评价等行为。网络交易平台经营者应当采取有效手段禁止平台内经营者实施上述行为。

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。

**第十七条** 网络交易经营者收集、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。

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，应当取得消费者的单独同意。

网络交易经营者及其工作人员应当对收集的个人信息严格保密，除法律、行政法规另有规定或依法配合监管执法活动外，未经被收集者授权同意，不得向包括关联方在内的任何第三方提供。

网络交易经营者基于个人同意处理个人信息的，个人有权撤回其同意。个人信息处理者应当提供便捷的撤回同意方式。网络交易经营者不得通过格式条款方式排除、限制个人行使撤回权。

在无正当理由或未能提供合理补偿的情况下，网络交易经营者不宜通过格式条款约定其对用户注册名称、头像、发布的信息等，享有宽泛的排他使用权等权利。

**第十八条** 网络交易平台经营者应当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，在其承诺范围内使用算法推荐技术，不得侵害消费者合法权益。

**第十九条** 鼓励网络交易平台经营者通过平台服务协议和交易规则与进入平台的经营者明确双方关于发送商业信息的权利、义务，并明确禁止下列内容：

- （一）未经消费者同意或者请求，不得向其发送商业性信息；
- （二）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。

**第二十条** 网络交易经营者应当建立便捷、有效的投诉举报机制。明确与公示投诉举报流程、方式、渠道等相关信息，及时受理并处理投诉举报，积极协助消费者维护合法权益。

鼓励网络交易平台经营者建立健全在线纠纷解决机制，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，积极推动网络交易纠纷

化解，提升纠纷处理效率。

### 第三节 平台内经营者权益保护

**第二十一条** 网络交易平台经营者不得利用服务协议、交易规则，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。

**第二十二条** 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；不得规定其他干涉平台内经营者自主经营行为的内容。

**第二十三条** 网络交易平台经营者与平台内经营者协议设立消费者权益保证金的，双方应当就消费者权益保证金的提取数额、管理、使用和退还办法等作出明确约定。

**第二十四条** 平台内经营者因不接受网络交易平台经营者修改后的平台服务协议或交易规则，要求退出平台的，网络交易平台经营者不得阻止，并按照修改前的服务协议和交易规则承担相关责任。

## 第四章 修订程序及公示制度

**第二十五条** 网络交易平台经营者应根据相关法律、法规、规章，及时修订平台服务协议与交易规则。

网络交易平台经营者应当采取合理措施确保消费者、平台内经营者等有关各方能够及时充分表达意见，对于可能影响消费者、平台内经营者重大权益的修订内容，应事先进行风险评估，及时修改不公平、不合理内容。

**第二十六条** 网络交易平台经营者修改平台服务协议和交易规则，应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置公开征求意见，并设置简易便捷的

意见提交方式，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。对于涉及七天无理由退货、自动续费、个人信息保护、保证金、商家退出规则等重要利益的服务协议与交易规则的修改，鼓励以提示方式定向征集利益相关人的意见。

网络交易平台经营者应当至少在实施前七日将修改内容公示于主页面显著位置。修改内容涉及七天无理由退货、自动续费、个人信息保护、保证金、商家退出规则等重要利益变化的，应当向利益相关人作出显著提示。

**第二十七条** 网络交易平台经营者应在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置提供公示信息的综合目录或其链接标识，以符合消费者阅读习惯的形式持续公示平台服务协议和交易规则。

网络交易平台经营者修改平台服务协议和交易规则的，还应完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本。

网络交易平台经营者应保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载平台服务协议和交易规则现行版本及其应保存的版本。

## 第五章 附 则

**第二十八条** 涉及网络交易平台经营者信息公示、禁限售商品管理事项的具体要求，参见《网络交易平台经营者信息公示管理合规指引》、《网络交易平台经营者禁限售商品管理合规指引》。

本指引未涉及的网络交易平台经营者责任，如其他法律法规中已有规定，网络交易平台经营者也应依法履行相关规定。

**第二十九条** 本指引由北京市市场监督管理局负责解释。

**第三十条** 本指引自发布之日起实施。

## 网络交易平台经营者信息公示与披露合规指引

### 第一章 总 则

**第一条** 为引导本市网络交易平台经营者进一步履行信息公示义务,维护公平竞争市场秩序,保障消费者知情权、选择权和公平交易权,促进本市平台经济健康发展,根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》及其实施条例、《网络交易监督管理办法》等法律法规和规章,制定本指引。

**第二条** 本指引适用于在本市行政区域内开展经营活动的网络交易平台经营者。

本指引所称信息公示是指网络交易平台经营者向消费者或平台内经营者公开有关信息的行为。

本指引所称信息披露是指网络交易平台经营者报送法律规定的相关信息、报告违法违规情况以及根据执法部门需要提供相关数据资料的行为。

**第三条** 网络交易平台经营者参照本指引,建立健全信息公示与披露管理制度,开展合规评估与改进,加强合规风险的识别、评估与处置。

网络交易平台经营者应当根据实际开展的经营活动,依法建立并实施与信息公示与披露规则相配套的主体信息审核、商品与服务管理、信用管理、信息公示与披露、知识产权保护、个人信息保护、交易安全管理、消费者权益保护、投诉举报处理、违法行为处置及报告等管理制度。

**第四条** 网络交易平台经营者应当设置与其经营规模、风险等级、管理水平、安全状况相适应的合规管理机构,开展信息公示与披露相关工作,包括:

- (一) 制定与修改信息公示与披露相关的平台规则;
- (二) 存档与管理信息公示与披露相关的文件;
- (三) 实施与监督信息公示与披露的相关义务;

（四）对相关人员履职能力进行培训和考核。

**第五条** 网络交易平台经营者公示与披露网络交易信息，应当遵循准确、及时、充分、便利获取原则。同时履行多类信息的公示与披露义务时，应当对信息内容进行分类，并针对每一事项列明主要事由、时间等，以方便消费者阅读及检索的方式排列展示。

## 第二章 基本公示信息

**第六条** 网络交易平台经营者应当遵循公开、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，包括：

（一）与平台内经营活动有关的服务协议和交易规则，如平台内经营者入驻及退出、平台内经营者保证金、商品管理制度、信用管理制度、信息公示与披露、知识产权保护、广告营销、违法违规行为处理等方面的协议和规则；

（二）与消费者权益保护有关的服务协议和交易规则，如用户注册及退出、退换货、合同订立事项、交易履约、支付服务、信用评价、个人信息保护、算法推荐、发送商业信息、争议处理等方面的协议和规则；

（三）平台制定的其他服务协议和交易规则。

网络交易平台经营者应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。

网络交易平台经营者修改平台服务协议和交易规则，应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置公开征求意见，并设置简易便捷的意见提交方式，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。

网络交易平台经营者应当至少在实施前七日将修改内容公示于主页面显著位置。

**第七条** 网络交易平台经营者在其平台上开展自营业务的，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，不得误导消费者。



**第八条** 网络交易平台经营者应依法在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示营业执照、相关行政许可或备案、依法不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识。相关信息发生变更的，应当在十个工作日内完成更新公示。

直播带货平台需公示相关行政许可或备案等信息；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从事网络直播营销的，应以显著方式予以标识。

社区电商平台应当公示自提点或门店名称、地址，提供团长、销售者的必要联系信息。

小程序平台应基于手机号码、身份证件号码或者统一社会信用代码等多种方式相结合验证小程序运营者真实身份信息，并对其备案信息予以公示。

聚合平台应公示入驻平台的身份、资质等基本信息，并为入驻平台公示其平台内经营者信息提供技术支持和链接服务。

**第九条** 网络交易平台经营者应当建立健全商品与服务信息管理制度，指导并督促平台内经营者依法全面、真实、准确、及时地披露商品与服务信息，保障消费者的知情权、选择权和公平交易权。应当要求平台内经营者在相对明显的位置公示商品的名称、规格型号、主要成分及含量、用途、执行标准编号、安全使用注意事项、生产许可证或强制性产品认证（适用时），以及生产者名称和地址等需要事先让消费者知晓的信息，并为此提供必要技术支持。

网络交易平台经营者应当根据相关法律法规规定，制定并及时调整平台内禁限售商品管理目录，明确禁止发布的商品信息内容和处理措施并对平台内经营者进行公示。加强对商品展示信息的审核，配套合理的商品信息巡检、核验措施，保障商品信息管理有效有序运行。

销售药品的网络交易经营者，将处方药与非处方药区分展示，并在相关网页上显著标示处方药、非处方药。销售处方药的网络交易经营者应当在每个药品展示页面下突出显示“处方药须凭处方在药师指导下购买和使用”等风险警示信息。在处方药销售主页面、首页面不得直接公开展示处方药包装、标签等信息。处方药销售前，应当向消费者充分告知相关风险警示信息并经消费者确认知情。通过处方审核前，不得展示说明书等信息，不得提供处方药购买的相关服务。

销售医疗器械的网络交易经营者，应当在产品页面展示该产品的医疗器械注册证或者备案凭证。相关展示信息应当画面清晰，容易辨识，且医疗器械注册证或者备案凭证的编号应以文本形式展示。

销售化妆品的网络交易经营者，应当披露与注册或者备案资料一致的化妆品标签等信息。披露的化妆品标签信息应当包含其所经营化妆品标签的全部内容，其中产品名称、产品执行的标准编号应当在其产品展示页面显著位置以文字形式展示；披露的其他有关产品安全、功效宣称的信息应当与其所经营化妆品的注册或者备案资料中标签信息和功效宣称依据摘要的相关内容一致。

**第十条** 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”。

**第十一条** 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。

网络交易平台经营者应当公示消费者评价信息，不得编造、修改、删除或屏蔽。但消费者评价中包含法律、行政法规、规章禁止发布、传输的信息或者侵害他人合法权益的，网络交易平台经营者可以或者权利人有权通知网络交易平台经营者采取删除、屏蔽、更正等必要措施。

**第十二条** 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有关信息，并采取合理、必要、及时的措施保障消费者和相关经营者的合法权益。

网络平台经营者自知道平台内经营者拟自行终止从事网络交易活动之日起，提示并督促其履行终止网络交易活动的公示义务，配合其采取合理、必要、及时的措施，对于平台内经营者确实无法履约的，鼓励经营者尽快完成退款，保障消费者和相关经营者合法权益。

**第十三条** 网络交易平台经营者依据法律、法规、规章的规定或者平台服务协议和交易规则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。

### 第三章 显著提示信息

**第十四条** 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。

对于涉及七天无理由退货、自动续费、个人信息保护、保证金、商家退出规则等重要利益的服务协议与交易规则的修改，鼓励以提示方式定向征集利益相关人的意见。修改内容涉及重要利益变化的，应当向利益相关人作出显著提示。

**第十五条** 网络交易平台经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要、诚信的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。

**第十六条** 网络交易平台经营者经消费者同意或者请求后发送商业性信息时，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。

**第十七条** 网络交易平台经营者应当以标注明显标识或设置专门区域等为消费者明显感知的方式销售跨境商品；会同平台内跨境商品经营者在商品信息页面、商品结算页面或其他显著位置向消费者提供风险告知书，以提示消费者相关商品原产地标准或技术规范要求可能与我国标准存在差异，商品仅限个人自用且不得再次销售等风险信息，规范跨境商品的销售。

网络交易平台经营者应当设置相应的平台内跨境商品经营者主体信息与商品信息的审核与公示机制。

**第十八条** 对于可能危及人体健康和人身、财产安全的产品或者服务，鼓励

网络交易经营者以显著方式提醒消费者注意，保护消费者的人体健康和人身、财产安全。

**第十九条** 网络交易经营者以直接捆绑或者提供多种可选项方式向消费者搭售商品或者服务的，应当以显著方式提醒消费者注意。提供多种可选项方式的，不得将搭售商品或者服务的任何选项设定为消费者默认同意，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消费者默认选择。

**第二十条** 网络交易平台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，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择，不得默认勾选、强制捆绑开通或者限制取消自动扣费功能；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。

## 第四章 监督管理义务

### 第一节 平台内部治理

**第二十一条** 网络交易平台经营者应当督促、指导平台内经营者依法履行信息公示与信息披露义务，并提供必要的技术支持。

**第二十二条** 网络交易平台经营者应当对平台内经营者公示与披露的信息建立相应的信息审核制度，对平台内经营者主体身份信息、主体资质信息等进行审核。

对于可能危及人体健康和人身、财产安全的高风险工业产品，网络交易平台经营者应当主动收集省级以上市场监督管理部门发布的高风险产品监督抽查、风险监测、召回等质量安全信息，及时开展针对性的产品质量安全风险自查，并采取消除风险隐患的措施。

**第二十三条** 网络交易平台经营者应针对平台内经营者身份信息和资质信息建立登记档案，至少每六个月核验更新一次。

网络交易平台经营者应当对平台内经营者进行动态监测，提示平台内经营者

及时变更证照、个人身份等信息，及时提醒已不符合免于办理市场主体登记情形的平台内经营者办理市场主体登记，并应当在其报送变更情况后七个工作日内对变更信息进行审核，完成更新公示。

**第二十四条** 网络交易平台经营者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，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，法律法规、规章对保存期限另有规定的，依照其规定。

网络交易平台经营者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。

**第二十五条** 网络交易平台经营者应当依据法律、法规、规章的规定或者平台服务协议和交易规则，对拒不履行或者多次恶意不恰当履行信息公示和信息披露义务的平台内经营者采取警示、特殊标注、暂停或者终止服务等处理措施。

## 第二节 信息报送与配合执法

**第二十六条** 网络交易平台经营者应当依照法律、行政法规、部门规章的规定，向市场监督管理部门报送有关信息。

网络交易平台经营者应当分别于每年 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下列身份信息：

（一）已办理市场主体登记的平台内经营者的名称（姓名）、统一社会信用代码、实际经营地址、联系方式、网店名称以及网址链接等信息；

（二）未办理市场主体登记的平台内经营者的姓名、身份证件号码、实际经营地址、联系方式、网店名称以及网址链接、属于依法不需要办理市场主体登记的具体情形的自我声明等信息；其中，对已不符合依法不需要办理市场主体登记的平台内经营者进行特别标示。

网络交易经营者应当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。



鼓励网络交易平台经营者与市场监督管理部门建立开放数据接口等形式的自动化信息报送机制。

**第二十七条** 网络交易平台经营者发现平台内经营者未取得经营所需的行政许可，销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全要求和环境保护要求，销售或者提供法律、行政法规禁止交易的商品或者服务等，或实施其他损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的行为的，应当依法采取必要的处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

**第二十八条** 网络交易平台经营者应当积极配合市场监督管理部门的监管执法活动，根据法律、法规和规章要求的程序，提供执法部门为履行职能以及进行调查所需要的数据信息，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。

市场监督管理部门发现平台内经营者有违法行为，依法要求网络交易平台经营者采取措施制止的，网络交易平台经营应当予以配合。

**第二十九条** 网络交易平台经营者应当依照税收征收管理法律、行政法规的规定，向税务部门报送平台内经营者纳税有关信息，并应当提示依法不需要办理市场主体登记的平台内经营者依照《中华人民共和国电子商务法》第十一条第二款的规定办理税务登记。

**第三十条** 网络交易平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯他人知识产权的，应当及时采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务，或冻结平台内经营者账户、要求其提供保证金等必要措施。

## 第五章 附 则

**第三十一条** 涉及应公示的平台服务协议和交易规则、禁限售商品管理事项的具体要求，参见《网络交易平台经营者服务协议和交易规则合规指引》、《网络交易平台经营者禁限售商品管理合规指引》。

本指引未涉及的网络交易平台经营者责任，如其他法律法规中已有规定，网

络交易平台经营者也应依法履行相关规定。

**第三十二条** 本指引由北京市市场监督管理局负责解释。

**第三十三条** 本指引自发布之日起实施。

## 网络交易平台经营者禁限售商品管理合规指引

**第一条** 为维护网络交易市场秩序,规范网络交易平台经营者针对禁限售商品的管理行为,促进本市平台经济健康发展,根据《中华人民共和国电子商务法》《网络交易监督管理办法》等法律法规及规章,制定本指引。

**第二条** 本指引适用于在本市行政区域内开展经营活动的网络交易平台经营者。

**第三条** 网络交易平台经营者应当提供规范化服务,应遵循公开、严谨、科学的原则,建立健全禁限售商品管理的规则体系,履行相应的责任和义务。

**第四条** 网络交易平台经营者提供自营商品或服务的,在商品或服务展示及详情页面、店铺或主体展示页面等,不得发布或变相发布禁售商品信息;在商品或服务评价页面,如商品或服务评价及图片等,需及时对出现的前述信息进行治理。

**第五条** 网络交易平台经营者应当指定专门人员或建立专门组织负责管理禁限售商品管理事务。

**第六条** 网络交易平台经营者禁限售商品管理事务的内容包括但不限于:

(一)应当制定涉及禁限售商品的内容清单,信息公示、信息披露、宣传培训、动态审核词库和管控、特定类目商品信息审核、平台内巡查、政企沟通 and 对接、核实等机制;

(二)应当建立禁限售商品管理相关文件、资料存档等管理机制;

(三)应当建立禁限售商品管理部门、渠道、流程、上报等机制;

(四)应当制定不得直播带货的商品范围规范并公示;

(五)积极应用或接入国家各级行政主管部门关于禁限售商品的类目清单或系统;

(六)鼓励网络交易平台经营者在抽检过程中引入“神秘买家”、“吹哨人”

制度等，全方位落实禁限售商品管理。

**第七条** 网络交易平台经营者应当建立本平台的禁限售商品清单，包括但不限于：

（一）现行法律法规规章及国家有关部门发布的规范性文件等明令禁止销售和提供的商品；

（二）现行法律法规规章及国家有关部门发布的规范性文件等规定专营、专卖、限制经营主体、限制经营资质、限制商品参数、限制销售地区、限制进口产地等限制销售和提供的商品；

（三）依据现行法律法规规章及国家有关部门发布的规范性文件等，网络交易平台经营者认为应禁止、限制销售和提供的商品。

**第八条** 网络交易平台经营者应当在现行法律法规、部门规章、国家有关部门发布的规范性文件、相关部门的具体认定标准基础上，依据潜在公共安全风险、重大人身安全风险、重大不良影响风险、未成年人保护风险等类别，结合本平台实际情况，识别禁限售商品、高风险商品所属的商品类目，设置禁限售商品、高风险商品管理机制，并根据实际情况建立重点关注商品类目清单。

**第九条** 网络交易平台经营者应当在商品的发布阶段采取有效技术手段进行机器审核，并对重点类目下的商品加强机器和人工审核力度。商品发布阶段的审核包括但不限于：

（一）对于法律法规规章及国家有关部门发布的规范性文件等明令禁止销售和提供的商品，在商品发布阶段应当依规定禁止发布；

（二）对于法律法规规章及国家有关部门发布的规范性文件等规定专营、专卖、限制经营主体、限制经营资质、限制商品参数、限制销售地区、限制进口产地等限制销售和提供的商品，在商品发布阶段应当限制由特定合法经营者、特定已核验相关资质经营者发布，或限制其仅能在相关限售商品所属的重点商品类目下发布；

（三）对于已列入重点商品类目的商品，在商品发布阶段应当限制其仅能在相关重点类目下发布，并根据技术能力，以一定周期对已上架的相关商品进行全

平台筛查比对，发现类目归属错误的应予调整或下架。

**第十条** 对于法律法规规章及国家有关部门发布的规范性文件等规定禁止或限制销售、提供的商品及已列入重点商品类目的商品，鼓励网络交易平台经营者基于动态审核词库，在平台商品检索模块中设置对禁限售商品检索关键词的识别，确保用户检索的商品信息包含禁限售商品关键词时，检索结果界面仅呈现发布于重点类目下的商品。

**第十一条** 网络交易平台经营者应当制定定期巡查相应制度机制，对平台内经营者及其发布的商品信息开展定期巡查及专项检查监控工作，并针对禁限售商品合规相关投诉、舆情、指令检查等建立平台层面的回应机制。

**第十三条** 鼓励网络交易平台经营者参与联防联控工作，共享违法经营主体信息。

**第十四条** 鼓励网络交易平台经营者建立平台内经营者禁限售商品合规的信用评价机制并作为平台协议规则公示发布，加强平台内经营者的信用管理。

**第十五条** 网络交易平台经营者依据法律、法规、规章的规定或者平台服务协议和交易规则对平台内经营者禁限售违法行为采取警示、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。

**第十六条** 市场监督管理部门在依法开展禁限售监督检查、案件调查、事故处置、消费争议处理等监管执法活动时，要求网络交易平台经营者提供有关的平台内经营者身份信息，商品信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息，网络交易平台经营者应当提供，并在技术方面积极配合市场监督管理部门开展电子商务违法行为监测工作。

**第十七条** 市场监督管理部门发现平台内经营者有禁限售违法行为，依法要求网络交易平台经营者采取措施制止的，网络交易平台经营者应当予以配合。



**第十八条** 网络交易平台经营者应当积极推行平台内经营者的教育培训和管理，加强团队成员的法律意识和职业素养培养，并妥善保存记录。

**第十九条** 鼓励网络交易平台经营者与市场监督管理部门建立关于禁限售商品管理合规问题的报告机制或定期沟通机制。

**第二十条** 网络交易平台经营者应当结合自身特点，参考本指引细化健全合规管理制度，完善合规管理体系。

法律法规规章另有规定的，从其规定。

本指引自发布之日起实施，由北京市市场监督管理局负责解释。

**N=** 实务动态

## 市场监管总局召开 2025 年全国反垄断工作会议

信息来源：中国政府网

发布时间：2025 年 02 月 21 日

访问链接：[https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202502/content\\_7004837.htm](https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202502/content_7004837.htm)

2 月 20 日，全国反垄断工作会议在江苏省无锡市召开。会议以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，认真落实全国市场监管工作会议部署要求，总结 2024 年反垄断工作，分析当前形势，具体部署 2025 年重点任务。市场监管总局党组成员、副局长孟扬出席会议并讲话。

会议指出，2024 年反垄断工作取得新进展新成效。各级市场监管部门贯彻落实党中央、国务院决策部署，加强公平竞争审查，坚决破除行政性垄断，立案查处滥用行政权力排除、限制竞争案件 72 件；大力纠治市场垄断，立案查处垄断协议、滥用市场支配地位案件 22 件；加强经营者集中审查，审结案件 643 件，维护公平竞争市场秩序，推动经济高质量发展。

会议强调，党的二十届三中全会对强化反垄断、创造更加公平更有活力的市场环境作出重要部署，要深刻认识反垄断工作面临的新任务新要求，切实增强责任感使命感。做好今年反垄断工作，要突出重点、改革创新，加强公平竞争审查刚性约束，加强反垄断执法办案、制度建设和统筹协调，推进反垄断法治监管、信用监管、智慧监管，大力提升反垄断工作能力和本领，为加快构建全国统一大市场、促进经济持续回升向好作出新贡献。

市场监管总局反垄断总监王铁汉主持会议。北京、上海、江苏、浙江、山东、广西 6 个省（区、市）市场监管部门负责人同志作交流发言。各省（区、市）和新疆生产建设兵团市场监管部门负责人同志、相关处室负责同志，总局有

关司局和直属单位负责同志参加会议。

## 市场监管总局召开企业公平竞争座谈会

信息来源：市场监管总局

发布时间：2025 年 02 月 26 日

访问链接：[https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art\\_cdc6be74d99146d7b114236c8e5f7bd2.html](https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art_cdc6be74d99146d7b114236c8e5f7bd2.html)

2 月 25 日，市场监管总局召开部分企业公平竞争座谈会，总局党组成员、副局长孟扬主持会议，与天合光能、晶澳科技、隆基绿能、阿里集团、京东集团、北汽集团、奔驰集团等 7 家企业有关负责人围绕整治“内卷式”竞争进行深入交流，听取意见建议。

参会企业结合实际，介绍面临的市场环境、竞争状况和存在的困难，并从反垄断反不正当竞争、公平竞争审查、企业合规指导等方面提出具体建议。

孟扬向参会企业介绍了总局整治“内卷式”竞争、维护公平竞争市场秩序有关工作情况，有关司局负责人对企业提出的问题和意见一一作了回应。孟扬表示，定期召开企业公平竞争座谈会，是市场监管总局及时回应企业关切、营造更加公平更有活力市场环境的重要举措。总局将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，认真落实中央经济工作会议部署要求，加强与企业的常态化沟通交流，强化反垄断反不正当竞争监管执法，强化公平竞争审查刚性约束，加快构建全国统一大市场，积极推动解决企业在公平竞争中遇到的问题，助力企业高质量发展。希望企业坚定信心、把握机遇，不断增强核心竞争力，加强合规能力建设，维护公平竞争市场秩序，积极有序拓展国内外市场。

反垄断总监王铁汉，有关司局和单位主要负责同志参会。

## 2024 年市场监管总局无条件批准经营者集中案件六百余件

信息来源：市场监管总局网站

发布时间：2025 年 02 月 07 日

访问链接：[https://www.samr.gov.cn/xw/mtjj/art/2025/art\\_f6944c8647cb47d88341854f071f4c04.html](https://www.samr.gov.cn/xw/mtjj/art/2025/art_f6944c8647cb47d88341854f071f4c04.html)

近日国家市场监督管理总局对外披露，2024 年市场监管总局审结经营者集中案件 643 件，其中无条件批准 623 件、受理后申报方撤回申报 19 件、附加限制性条件批准 JX 金属株式会社收购拓自达电线株式会社股权案。总体来看，国内投资并购市场稳中有增，民企投资信心明显回暖，水电燃气、金融等行业交易较为活跃，无条件批准案件呈现以下特点：

从案件类型看，绝大多数经营者集中案件为简易案件并在初步审查阶段（受理后 30 天内）结案，审结简易案件 566 件，约占 91%。在案件审查的决定类型中，初步审查阶段审结不实施进一步审查的案件 558 件，约占 90%；进一步审查阶段审结不予禁止的案件 65 件。

从交易金额看，经营者集中案件交易金额合计约 2.3 万亿元，其中交易金额 1 亿元及以上的集中案件 427 件，约占 69%；10 亿元及以上的集中案件 223 件，约占 36%；100 亿元及以上的集中案件 52 件，其中最大单笔交易金额为 1100 亿元。

从境内外集中类型看，境内企业投资较为活跃。境内企业间集中数量最多，为 356 件，约占 57%；境外企业间集中为 183 件，约占 29%；境内外企业间集中为 85 件，约占 14%。

从所有制结构看，国企与民企投资并购均呈现稳中向好态势，涉及国有企业参与的集中案件 335 件，约占 54%；涉及民营企业参与的集中案件 246 件，约占 39%；国企民企间持续加强协同合作，同时涉及国企与民企的集中案件 171 件，约占民企集中案件的 70%；涉及外企参与的集中案件 263 件，约占 42%。



从行业分布看，涉及制造业的集中数量最多，为 213 件，约占 34%；其他交易数量较多的行业包括水电气热生产供应、批发零售、金融、交通运输、房地产、信息技术服务、采矿等。从细分行业类别看，制造业中涉及汽车制造的集中数量最多，为 31 件，约占制造业总数的 15%；其他数量较多的行业包括电气机械和器材、化学原料和化学制品制造业、计算机和电子设备制造业、有色金属冶炼和压延加工业等。

## 检察机关办理反垄断公益诉讼案件 40 余件

信息来源：最高人民检察院网站

发布时间：2025 年 02 月 18 日

访问链接：[https://www.spp.gov.cn/spp/zdgz/202502/t20250218\\_684085.shtml](https://www.spp.gov.cn/spp/zdgz/202502/t20250218_684085.shtml)

2 月 18 日，最高人民检察院举行“在服务大局中贡献检察力量”新闻发布会。发布会主要有三项议程：一是通报 2024 年全国检察机关充分运用法治力量服务经济社会高质量发展的进展成效；二是发布“在服务大局中贡献检察力量”典型案例；三是回答记者提问。最高检党组成员、副检察长葛晓燕，最高检检察委员会委员、职务犯罪检察厅厅长张晓津，最高检经济犯罪检察厅厅长杜学毅，最高检控告申诉检察厅厅长那艳芳出席新闻发布会。最高检办公厅（新闻办）主任、新闻发言人李雪慧主持新闻发布会。

### 2024 年检察机关起诉扰乱市场秩序犯罪 4 万余人

葛晓燕表示，聚焦法治化营商环境建设，高质效办理涉企案件，2024 年，全国检察机关起诉扰乱市场秩序犯罪 4 万余人；起诉国企职务犯罪 3000 余人；起诉利用职务便利实施的民营企业内部腐败犯罪 1 万余人。

### 护航新质生产力发展检察机关起诉侵犯商业秘密罪 200 余人

检察机关护航新质生产力发展，聚焦高新技术、关键核心技术等领域，起诉侵犯商业秘密罪 200 余人。对破坏社会主义市场经济秩序案件提出书面纠正侦查活动违法通知书 7000 余件次，对涉非公经济刑事案件监督立案 260 余件、监督撤案 410 余件。

### 最高检：办理涉企行政检察监督案件 2.5 万余件

检察机关强化涉企民事、行政、公益诉讼检察监督，办理涉企民事检察监督案件 2 万余件，其中涉公司民事裁判监督案件 1900 余件；办理涉企行政检察监督案件 2.5 万余件；办理涉企公益诉讼案件 1.2 万余件。

### 检察机关加强对五类重点案件监督线索的受理审查

全国检察机关依法平等保护各类经营主体，精准对接企业法治需求，加强对涉企立案监督、羁押必要性审查、财产措施监督、超期办案监督、刑事申诉审查五类重点案件监督线索的受理审查，共受理 3738 件，办结 2319 件。

### 最高检着力监督纠正趋利性执法司法问题将 31 件重点案件交相关地方办理

最高检始终将监督纠正趋利性执法司法问题作为法治化营商环境建设重中之重。2024 年，最高检控告申诉检察部门对收集到的 1500 余条趋利性执法司法线索逐条分析研判，将核查筛选出的 31 件重点案件，分四批交相关地方办理。

### 趋利性执法司法重点案件交办督办工作成效明显解除查封扣押冻结财产 5.7 亿余元

对跟踪审查中发现存在问题的交办案件，最高检派出工作组分赴江西、云南、甘肃、内蒙古、湖北、湖南等地现场阅卷、督导。在最高检有力推动，各省级检察院党组高度重视下，交办督办工作成效明显。截至 2024 年 12 月底，已办结 21 件，取得重要实质性进展 2 件，解除查封扣押冻结财产 5.7 亿余元。

### 检察机关重点惩治非法高利放贷等涉黑恶犯罪

检察机关常态化开展扫黑除恶专项斗争，重点惩治侵犯企业合法权益的非法高利放贷、欺行霸市、强迫交易等涉黑恶犯罪。最高检挂牌督办涉及矿产资源企业的云南张某某等人涉黑案、涉及玉器企业经营的河南符某某等人涉恶案等一批具有重大影响的黑恶案件，有力净化市场环境。

### 2024 年检察机关起诉金融领域职务犯罪 1200 余人

检察机关积极参与重点领域腐败治理。2024 年，全国检察机关起诉金融领域职务犯罪 1200 余人，能源领域职务犯罪 500 余人，起诉建设工程领域职务犯罪 1400 余人，围绕行业性、系统性腐败问题治理，制发社会治理类检察建议 1600 余份。

### 检察机关依法从严追诉危害安全生产犯罪人员

2024 年，全国检察机关依法从严追诉危害安全生产犯罪人员，建议行政执法机关移送刑事案件 280 余人，对危害生产安全犯罪形成有力震慑。完善应邀参与事故调查机制，最高检与应急管理部就安全生产事故案件中邀请检察机关参加事故调查交流经验、达成共识。

### **2024 年前 11 月全国检察机关办理知识产权民事、行政、公益诉讼案件 3900 余件**

检察机关持续加大对关键核心技术、新兴产业领域知识产权保护。2024 年 1 至 11 月，全国检察机关办理知识产权民事、行政、公益诉讼案件 3900 余件。常态化开展知识产权恶意诉讼专项监督，促进营造良好创新生态。

### **全国检察机关共梳理排查出涉企刑事“挂案”2900 余件**

检察机关常态化开展涉企刑事“挂案”清理，共梳理排查出涉企刑事“挂案”2900 余件，清理 2390 余件，清理率 81%。其中天津、辽宁、黑龙江、广东、新疆等 5 省区市“挂案”清理率达 100%。

### **最高检：经检察监督推动执行案件 1300 件 6.46 亿余元**

检察机关对 2020 年以来已经判决生效，且被害人为公司企业的经济犯罪案件刑事裁判涉财产执行情况进行全面核查，提出书面纠正意见 3280 余件，提出检察建议 280 余件，经检察监督推动执行案件 1300 件 6.46 亿余元。

### **最高检：加大对“小过重罚”等涉企监管执法问题监督力度**

检察机关加大对“小过重罚”等涉企监管执法问题的监督力度，最高检通过推广大数据模型，指导各地办理行政检察监督案件 450 余件，合力促进“小过重罚”综合治理。

### **检察机关办理各类助企惠民补贴等公益诉讼案件 280 余件涉及补贴金额 46.68 亿元**

检察机关积极探索涉企公益诉讼。聚焦违背公共政策功能和目的问题，办理违法违规套取、骗取、截留、挪用各类助企惠民补贴等公益诉讼案件 280 余件，

涉及补贴金额 46.68 亿元。检察机关办理反垄断公益诉讼案件 40 余件，为各类经营主体公平竞争、健康发展营造良好环境。

### **检察机关进一步发挥职能作用促进优化法治化营商环境**

葛晓燕在答记者问时表示，检察机关进一步发挥职能作用，促进优化法治化营商环境：①要自觉在党和国家大局中谋划推进检察工作，准确理解贯彻党和国家经济政策；②要持续推进习近平法治思想的检察实践，服务经济健康发展；③要高质效办好每一个案件，加强重点案件类型、重点办案领域、重要业务态势研究，持续推进检察业务管理、案件管理和质量管理。

### **最高检：严惩“亲”“清”不分、以权谋私、搞利益输送的腐败官员**

张晓津在答记者问时表示，检察机关依法严惩“亲”“清”不分、以权谋私、搞利益输送的腐败官员。2024 年全国检察机关起诉贪污贿赂犯罪 2.2 万余人，同比上升 36.8%，起诉滥用职权、玩忽职守等渎职犯罪 1800 余人。落实受贿行贿一起查，加大对行贿犯罪惩治力度。2024 年 1 至 11 月，全国检察机关起诉行贿犯罪 2772 人，同比上升 20.2%。

### **控告申诉检察部门三措并举加强涉企五类重点案件办理**

那艳芳在答记者问时表示，对涉企五类重点案件的办理，控告申诉检察部门的主要做法和成效有：①畅通线索渠道，落实精准保护；②统筹协调推进，形成监督合力；③依法监督纠正，推动矛盾化解。

### **最高检：动真碰硬坚决依法纠正执法违法问题**

杜学毅在答记者问时表示，2025 年，全国检察机关将积极参与党中央部署的“规范涉企执法专项行动”，深化依法平等保护各类市场主体。聚焦违法立案、插手经济纠纷、跨区域抓捕、违法“查扣冻”等企业反映强烈的突出问题，动真碰硬，坚决依法纠正相关执法违法问题。依法惩治网络“按键伤企”所涉违法犯罪，持续优化网络营商环境。

### **2024 年全国检察机关起诉民生领域职务犯罪 3000 余人**



张晓津在答记者问时表示，检察机关积极配合开展民生领域腐败问题集中整治和乡村振兴领域腐败问题专项整治。2024 年，全国检察机关起诉医疗、教育、就业等民生领域职务犯罪 3000 余人，同比上升 1.6 倍。其中配合深入整顿医药领域乱象，2024 年，起诉医疗领域职务犯罪 1800 余人。加强基层“微腐败”治理，起诉乡镇、村组织人员职务犯罪 1200 余人，同比上升 48.5%。

### 三步筛选法+双向评估趋利性执法司法问题在线索摸排、交办督办取得积极成效

那艳芳在答记者问时表示，一方面，最高检采用“多渠道关键词筛选——基本案情审查——详细案情核实”三步筛选法，筛选出可能侵害企业合法权益的线索，将案件线索分批次交办，并对其中的重点案件选派业务骨干实地督办。另一方面，建立双向评估机制。对于涉及企业且反映趋利性执法司法问题的案件线索，先由最高检主动进行集中评估，对经评估属于涉企重点案件的，直接交办相应省级检察院；再由接受案件线索的检察机关对接受的案件线索进行评估，认为可能涉及趋利性执法司法的，将案件线索及评估结果层报省级检察院审查。省级检察院经审查认为属于应当重点关注的案件，及时向最高检报告，上下联动办理，同时也自行筛选一批本地涉企重点案件向下交办。

## N=1 案件概览

# 谷歌公司涉嫌违反反垄断法市场监管总局 依法决定立案调查

信息来源：市场监管总局网站

发布时间：2025 年 02 月 04 日

访问链接：[https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art\\_396a9ab3aa6d4c4bbd40833815afd245.html](https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art_396a9ab3aa6d4c4bbd40833815afd245.html)

市场监管总局发布消息称，因谷歌公司涉嫌违反《中华人民共和国反垄断法》，市场监管总局依法对谷歌公司开展立案调查。

