

**上海市律师协会  
竞争与反垄断专业委员会**

**2023 年 11 月中国竞争法  
新规速递**

2023 年 12 月 1 日

# 目录

反不正当法与反垄断法部分.....	3
辽宁省促进市场公平竞争条例.....	3
上海市人民代表大会常务委员会关于修改《上海市优化营商环境条例》的决定.....	9
合规指引部分.....	18
广东省互联网平台经营者竞争合规指引（反垄断）.....	18
上海市网络直播营销活动合规指引.....	30
湖北省平台经济领域经营者反垄断合规指引.....	39
征求意见稿部分.....	62
深圳经济特区反不正当竞争条例（第三次征求意见稿）.....	62
最高人民法院关于审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件适用法律若干问题的解释（征求意见稿）.....	73

## 反不正当法与反垄断法部分

### 辽宁省促进市场公平竞争条例

#### 辽宁省人民代表大会常务委员会公告（十四届）第十二号

《辽宁省促进市场公平竞争条例》已由辽宁省第十四届人民代表大会常务委员会第六次会议于2023年11月14日通过，现予公布，自2024年2月1日起施行。

辽宁省人民代表大会常务委员会

2023年11月15日

### 辽宁省促进市场公平竞争条例

（2023年11月14日辽宁省第十四届人民代表大会常务委员会第六次会议通过）

#### 第一章 总则

**第一条** 为了推动辽宁高质量发展、可持续振兴，鼓励和保护公平竞争，维护市场主体和消费者合法权益，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律、法规，结合本省实际，制定本条例。

**第二条** 本省行政区域内涉及竞争政策、竞争行为以及相关监督管理工作，适用本条例。

**第三条** 促进市场公平竞争工作应当坚持党的全面领导，尊重市场经济一般规律，坚持市场化、法治化原则，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，强化竞争政策基础地位，平等对待市场主体。

**第四条** 省、市、县（含县级市、区，下同）人民政府应当研究制定实施公平竞争政策的重要措施，完善监管体系，建立健全公平竞争协调机制，协调处理维护市场竞争秩序的重大问题。

**第五条** 市场监督管理部门（以下简称市场监管部门）负责本行政区域内的市场公平竞争监督管理工作，组织实施公平竞争审查制度，依法查处影响公平竞争的行为。

其他有关部门负责各自职责范围内的促进市场公平竞争工作。

**第六条** 市场主体在生产经营活动中，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律、法规，恪守社会公德和商业道德，维护公平竞争市场环境。

**第七条** 本省推动与其他省、自治区、直辖市开展市场公平竞争工作协作，加强政策协同、信息共享和执法联动。

#### 第二章 公平竞争政策的制定

**第八条**省、市、县人民政府及其有关部门应当最大限度减少政府对市场资源的直接配置和对市场活动的直接干预，保护和培育市场主体，依靠市场集聚资源、推动增长、激励创新、优化分工、促进竞争。

**第九条**省、市、县人民政府及其有关部门应当促进公平竞争政策与产业政策相协调，推动产业政策向普惠化和功能性转型，优化完善产业政策实施方式。在制定具体的产业政策时，应当统筹协调产业政策和其他经济政策，发挥各类政策在推动经济高质量发展中的相互促进作用，增强产业竞争力。

**第十条**没有法律、法规或者国务院决定和命令依据，行政规范性文件不得减损市场主体合法权益或者增加其义务。

**第十一条**市场主体依法平等享受国家支持发展的政策。省、市、县人民政府及其有关部门在政府资金安排、土地供应、税费减免、资质许可、标准制定、项目申报、职称评定、人力资源政策等方面应当保障市场主体享有平等待遇。

**第十二条**省、市、县人民政府及其有关部门应当严格执行全国统一的市场准入制度，不得自行发布具有市场准入性质的负面清单。

**第十三条**行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织在制定涉及市场主体经济活动的政府规章、行政规范性文件以及一事一议形式的具体措施时，应当依法依规进行公平竞争审查。

经公平竞争审查认为不具有排除、限制竞争效果或者符合例外规定的，可以实施；具有排除、限制竞争效果且不符合例外规定的，应当不予出台或者调整至符合相关要求后出台。未经公平竞争审查的，不得出台。

开展公平竞争审查，应当建立健全审查机制，统一审查标准，规范审查程序，提高审查质效。不得以合法性审查、征求意见等方式代替公平竞争审查。

**第十四条**制定涉及市场主体经济活动政策的，应当强化政策沟通和预期引导，依法依规履行政策调整程序，根据实际设置合理过渡期，并加强政策发布和解读引导。

省、市、县人民政府及其有关部门应当建立涉企优惠政策目录清单并向社会公开，及时组织清理含有地方保护、市场分割、指定交易等妨碍统一市场和公平竞争的政策。

### **第三章 影响公平竞争的行为**

**第十五条**经营者不得实施下列法律法规规定的扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者或者消费者合法权益的不正当竞争行为：

（一）实施混淆行为，引人误认为是他人商品、服务或者与他人存在特定联系；

- (二) 采用财物或者其他手段贿赂相关单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势；
- (三) 直接或者帮助其他经营者对商品、服务作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者；
- (四) 侵犯商业秘密；
- (五) 进行违法有奖销售；
- (六) 编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品或者服务声誉；
- (七) 利用技术手段，通过影响用户选择、限流、屏蔽、商品下架等方式，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；
- (八) 法律法规规定的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。

**第十六条** 经营者不得在明知或者应知其他经营者实施混淆行为的情况下，为其提供仓储、运输、邮寄、印刷、隐匿、经营场所等便利条件。

**第十七条** 任何单位和个人不得收受或者通过他人收受贿赂，为经营者谋取交易机会或者竞争优势。

**第十八条** 供水、供电、供气、供热等公用企事业单位不得强制用户、消费者购买其指定的商品或者接受其指定的服务，不得限定用户、消费者购买其指定的经营者的商品或者服务，不得附加其他不合理条件，不得以任何名义收取不合理费用。

**第十九条** 经营者不得实施下列法律规定的垄断行为：

- (一) 具有竞争关系的经营者达成垄断协议或者经营者与交易相对人达成垄断协议，行业协会组织本行业的经营者达成垄断协议；
- (二) 具有市场支配地位的经营者从事滥用市场支配地位的行为；
- (三) 实施违反法律规定的具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中；
- (四) 法律规定禁止经营者从事的其他垄断行为。

**第二十条** 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力实施下列排除、限制竞争行为：

- (一) 限定或者变相限定单位或者个人经营、购买、使用其指定的经营者提供的商品或者服务；
- (二) 通过与经营者签订合作协议、备忘录等方式，妨碍其他经营者进入相关市场或者对其他经营者实行不平等待遇；
- (三) 妨碍商品或者服务在地区之间的自由流通；
- (四) 排斥或者限制经营者参加招标投标、土地使用权出让、工程建设、房地产开发、金融信

贷、物资采购等经济活动；

（五）排斥或者限制、强制或者变相强制外地经营者在本地投资或者设立分支机构；

（六）强制或者变相强制经营者从事法律规定的垄断行为；

（七）制定含有排除、限制竞争内容的规定；

（八）其他滥用行政权力排除、限制竞争行为。

#### **第四章 保障和监督的措施**

**第二十一条**市场监管部门以及其他有关部门（以下统称监督检查部门）应当促进市场监管标准化规范化，有效预防和纠正市场经济活动中影响公平竞争的行为；鼓励和支持市场主体建立健全竞争合规管理体系，落实公平竞争主体责任，提升依法合规经营管理水平。

**第二十二条**监督检查部门应当推动运用互联网、大数据、人工智能等现代技术进行市场竞争监管，认定竞争违法行为，预警、识别影响公平竞争的市场运行风险，提升市场监管能力。

**第二十三条**社会信用主管部门以及其他有关部门应当建立健全信用监管机制，依法将市场主体竞争行为纳入信用监管体系，根据信用状况实行分级分类监管，强化守信激励和失信惩戒。对严重失信的市场主体及其有关人员，依法予以联合惩戒。

**第二十四条**监督检查部门应当建立健全影响市场公平竞争行为的投诉举报制度，畅通投诉举报渠道。任何单位和个人有权投诉举报涉嫌影响公平竞争的行为。对投诉举报，监督检查部门应当及时依法处理，并为投诉举报人保密。

**第二十五条**监督检查部门调查经营者涉嫌不正当竞争行为，可以依法采取下列措施：

（一）进入涉嫌不正当竞争行为的经营场所进行检查；

（二）询问被调查的经营者、利害关系人及其他有关单位、个人，要求其说明有关情况或者提供与被调查行为有关的其他资料；

（三）查询、复制与涉嫌不正当竞争行为有关的协议、账簿、单据、文件、记录、业务函电和其他资料；

（四）查封、扣押与涉嫌不正当竞争行为有关的财物；

（五）查询涉嫌不正当竞争行为的经营者的银行账户。

采取前款规定的措施，应当向监督检查部门主要负责人书面报告，并经批准。采取前款第四项、第五项规定的措施，应当向设区的市级以上人民政府监督检查部门主要负责人书面报告，并经批准。情况紧急需要当场实施前款第四项规定的措施的，应当在二十四小时内报批，并补办批准手续；未获批准的，应当立即解除。

监督检查部门调查涉嫌不正当竞争行为时，被调查的经营者、利害关系人、其他有关单位和个人

人应当如实提供有关资料或者说明情况，不得拒绝、拖延，不得提供虚假资料。

**第二十六条**对涉嫌垄断行为的调查，依照《中华人民共和国反垄断法》的规定执行。

**第二十七条**监督检查部门应当与有关单位和部门建立信息共享和协同配合工作机制，加强情况通报和案件线索移送，开展调查取证协查协助。

监督检查部门发现违法行为涉嫌犯罪的，应当按照有关规定移送监察机关或者司法机关。监察机关或者司法机关发现违法行为线索或者认为办理的案件不构成犯罪，但需要予以行政处罚的，应当移送监督检查部门。

**第二十八条**对于影响公平竞争、侵害众多消费者合法权益等损害社会公共利益的行为，法律规定的有关机关和组织依法向人民法院提起公益诉讼的，监督检查部门依法给予支持。

**第二十九条**行业组织应当依照法律、法规和章程，加强行业自律，强化自我教育、自我管理、自我监督，依法调处会员之间的竞争纠纷，引导、规范会员依法竞争。

**第三十条**省、市、县人民政府及其有关部门应当倡导和培育公平竞争文化，加强竞争法律法规和政策宣传、培训，促进形成公平竞争、诚信守约的社会氛围。

报刊、广播、电视、网络等新闻媒体应当采取多种形式宣传竞争政策，曝光影响公平竞争的行为和典型案例，推动竞争政策的有效实施。

## **第五章 法律责任**

**第三十一条**违反本条例规定的行为，法律、行政法规已有规定的，从其规定。

**第三十二条**经营者违反本条例规定，明知或者应知其他经营者实施混淆行为仍为其提供便利条件的，由监督检查部门责令停止违法行为，没收违法所得，可以并处一万元以上五万元以下的罚款。

**第三十三条**经营者违反本条例规定，直接或者帮助其他经营者对商品、服务作虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以依法吊销营业执照。

**第三十四条**经营者违反本条例规定，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的，由监督检查部门责令停止违法行为，处十万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上三百万元以下的罚款。

**第三十五条**违反本条例规定，行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织制定涉及市场主体经济活动的政策措施，未进行公平竞争审查或者违反审查标准出台政策措施的，上级机关应当责令其改正；拒不改正或者不及时改正的，对直接负责的主管人员和其他责任人员依法给予处分。

省、市、县人民政府和有关部门及其工作人员实施政策措施不依法平等对待各类市场主体，或

者在促进市场公平竞争工作中有其他滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊行为的，有权机关依照前款规定处罚。

## 第六章 附则

**第三十六条** 本条例自 2024 年 2 月 1 日起施行。



## 上海市人民代表大会常务委员会关于修改《上海市优化营商环境条例》的决定

### 上海市人民代表大会常务委员会公告（十六届）第十七号

《上海市人民代表大会常务委员会关于修改〈上海市优化营商环境条例〉的决定》已由上海市第十六届人民代表大会常务委员会第八次会议于2023年11月22日通过，现予公布，自2023年12月1日起施行。

上海市人民代表大会常务委员会

2023年11月23日

## 上海市人民代表大会常务委员会关于修改《上海市优化营商环境条例》的决定

（2023年11月22日上海市第十六届人民代表大会常务委员会第八次会议通过）

上海市第十六届人民代表大会常务委员会第八次会议决定对《上海市优化营商环境条例》作如下修改：

#### 一、将第三条修改为：

优化营商环境应当坚持市场化、法治化、国际化原则，以企业等经营主体获得感为评价标准，以政府职能转变为核心，以“一网通办”为抓手，践行“有求必应、无事不扰”的服务理念，对标最高标准、最高水平，打造贸易投资便利、行政效率高效、政务服务规范、法治体系完善的国际一流营商环境，为企业等经营主体投资兴业营造稳定、公平、透明、可预期的发展环境。

#### 二、增加一款，作为第十三条第三款：

本市支持企业等经营主体开展环境、社会 and 治理等可持续发展实践。对于满足环境、社会 and 治理相关要求的企业等经营主体，鼓励金融机构按照有关规定给予差别化待遇。

#### 原第三款改为第四款，修改为：

招标投标和政府采购应当公开透明、公平公正，不得设定不合理条件，不得要求潜在供应商或者投标人设立分支机构，不得以特定行政区域或者特定行业的业绩、奖项作为加分条件，或者以其他任何形式排斥、限制潜在投标人或者供应商，保障各类主体依法平等参与。相关主管部门应当依法查处排斥、限制平等参与招标投标和政府采购的违法违规行为。

#### 原第四款改为第五款，修改为：

本市完善公共资源交易管理制度，建立健全公共资源交易平台，优化交易服务流程，依法公开公共资源交易规则、流程、结果、监管和信用等信息。推广投标保证金和履约保证金使用电子保函，

降低交易成本，提高交易效率。

三、增加一款，作为第十六条第二款：

公司董事对公司负有忠实义务和勤勉义务，审议公司股东关联交易等事项时，应当维护公司利益和中小股东合法权益。

四、将第十七条第二款修改为：

本市支持“一业一证”改革，将一个行业准入涉及的多张许可证整合为一张行业综合许可证，通过“一网通办”平台集成办理。行业综合许可证集成的信息与相关单项许可证具有同等证明力。行业综合许可证在全市通用。

五、增加一款，作为第二十一条第二款：

企业等经营主体以应收账款申请担保融资，向国家机关、事业单位等应付款方提出确权请求的，应付款方应当及时确认债权债务关系。

六、将第二十二条第二款修改为：

本市依法实行知识产权侵权惩罚性赔偿制度，推动建立知识产权快速协同保护机制，完善行政保护与司法保护衔接机制，探索开展知识产权公益诉讼，完善知识产权维权援助机制。建立企业知识产权海外应急援助机制，市知识产权等部门应当指导行业、企业加强知识产权案件海外应对，提供知识产权相关信息发布、法律咨询等服务。

增加一款，作为第三款：

本市建立健全商业秘密保护体系，开展商业秘密保护示范创建，引导和鼓励企业加强商业秘密自我保护，加大行政保护、司法保护力度。

七、增加一条，作为第二十三条：

发生突发事件的，市、区人民政府根据遭受突发事件影响的企业等经营主体损失情况，制定救助、补偿、补贴、减免或者安置等工作计划并组织实施。

八、将第二十四条改为第二十五条，第二款修改为：

服务窗口应当加强标准化管理，推进统一标准、统一标识等规范化建设，健全一次告知、首问负责、收件凭证、限时办结等服务制度，完善预约、全程帮办、联办以及错时服务、延时服务等工作机制。

九、将第二十八条改为第二十九条，修改为：

市人民政府有关部门应当在市政府网站上公布证明事项清单，逐项列明设定依据、索要单位、开具单位等内容。有关部门应当在新证明事项实施或者原有证明事项取消之日，同步更新清单。

市人民政府有关部门应当在风险可控的基础上，选取与企业密切相关的证明事项实行告知承诺

制，法律、法规和国家另有规定的除外。行政机关应当以书面形式将证明义务、证明内容以及不实承诺的法律责任一次性告知申请人。行政机关发现承诺不实的，应当依法终止办理、责令限期整改、撤销行政决定或者予以行政处罚，并纳入信用记录。实行告知承诺制的证明事项目录应当向社会公布。

各区、各部门应当加强证明的互认共享，不得重复索要证明。

十、将第三十条改为第三十一条，第四款修改为：

经营主体设立试行名称申报承诺制和企业住所自主申报制，推广实施经营主体设立、变更、注销全程电子化登记。多个经营主体可以根据本市相关规定，使用同一地址作为登记住所。

增加两款，分别作为第五款、第六款：

本市登记的经营主体可以在登记住所以外开展经营活动，无需向市场监管部门申请办理经营主体登记备案手续。

区人民政府或者其有关部门可以结合城乡社区服务体系建设，提供个体工商户登记地，供社区内从事居民服务业的个体工商户登记。

十一、将第三十二条改为第三十三条，第二款修改为：

经营主体电子印章与电子营业执照和经营主体身份码同步免费发放。政府有关部门应当推广电子营业执照和经营主体身份码的数字化场景应用。经营主体可以根据实际需要，自主刻制实体印章。

十二、将第三十五条改为第三十六条，第二款修改为：

本市实施工程建设项目审批全流程、全覆盖、一体化改革，强化项目施工与规划用地审批相衔接，推行同一阶段不同部门同类事项整合办理。市住房城乡建设部门依托“一网通办”总门户，牵头建立和完善统一的工程建设项目审批管理系统，实现立项、用地、规划、施工、竣工验收等各审批阶段“一表申请、一口受理、一网通办、限时完成、一次发证”，推动工程建设项目审批实现全流程网上办理。对社会投资的工程建设项目，建设工程规划许可和施工许可可以一站式办理。

删除第五款。

十三、增加一条，作为第三十七条：

本市探索建筑师负责制，在可行性研究、规划方案、设计方案、招标投标、施工图设计文件、工程管理、竣工验收等环节优化管理流程，发挥建筑师专业优势和全过程技术主导作用。

十四、增加一条，作为第三十八条：

本市推行住宅工程质量潜在缺陷保险制度。对于其他项目，除国家规定必须实行监理的以外，探索建设单位通过购买工程质量潜在缺陷保险，由保险公司委托风险管理机构对工程建设项目进行管理。

十五、将第三十六条改为第三十九条，第一款修改为：

本市在产业基地和产业社区等区域实施区域评估，对评估的区域和事项实行清单管理。各区域管理主体应当根据清单要求，组织开展水资源论证、交通影响评价、水土保持方案审查、地质灾害危险性评估、雷击风险评估或者环境影响评价等区域评估。区域评估应当在土地出让前完成，评估结果向社会公开，并纳入相关部门管理依据。

十六、将第三十七条改为第四十条，第二款、第三款修改为：

本市持续深化不动产登记便利化措施，推行交易、税务、登记等部门的申请信息综合采集和税、费网上一次收缴等便利化措施。不动产登记机构线下企业专区实行登记与缴税合并办理，以纳税人申报价格作为计税依据，当场计算契税应纳税款，企业可以当场缴税、当场领证。税务部门在事后监管过程中发现纳税人申报价格明显偏低且无正当理由的，应当按照规定核实调整并补征税款。不动产登记机构应当与公用企事业单位协作，实现电力、供排水、燃气、网络、有线电视过户与不动产登记同步办理。本市推广在商业银行申请不动产抵押登记等便利化改革。

任何单位和个人有查询需要的，可以根据国家和本市不动产登记资料查询的相关规定，通过自助查询终端、“一网通办”平台等渠道自助查询全市范围登记的不动产自然状况、权利状况和地籍图等信息，以及非住宅且权利人为法人或者非法人组织的不动产权利人信息。权利人查询其名下不动产信息，可以获得本市房屋查询结果证明。

十七、增加一条，作为第四十五条：

知识产权部门应当编制完善知识产权公共服务事项清单，明确知识产权相关事项办理的内容、时限、条件等。

知识产权部门应当优化知识产权业务受理流程，推进专利、商标等领域公共服务事项集中受理。

十八、将第四十五条改为第四十九条，第一款修改为：

市经济信息化部门应当会同市财政等部门建立完善市级财政资金类惠企政策统一申报系统，为企业提供一站式在线检索、订阅、匹配、申报服务。相关部门有序推进直接惠企政策直达快享。各区参照建立区级财政资金类惠企政策统一申报系统以及相应服务机制。各区、各部门应当严格执行国家和本市关于支持中小企业发展的财政资金类政策，并提供便利化服务。

十九、将第四十七条改为第五十一条，第二款修改为：

本市推行市政公用基础设施服务可靠性监管计划，公用企事业单位应当保障服务设施正常、稳定运行，确保供应质量符合国家和本市规定。相关主管部门应当加强对公用企事业单位服务可靠性的监管，发布实施基于服务可靠性的绩效管理措施。

第四款修改为：

本市实施“水电气网”联合报装制度，实行接入服务事项“一表申请、一口受理、联合踏勘、一站服务、一窗咨询”。联合报装涉及挖掘道路审批事项的，推行联合报装和挖掘道路审批事项协同办理。

二十、将第四十八条改为第五十二条，第二款修改为：

本市鼓励金融机构为诚信经营的中小企业提供无抵押信用贷款，优化中小企业信贷产品，提高融资对接和贷款审批发放效率。支持为科技型企业提供全生命周期综合金融服务，加大科技型企业培育力度，鼓励符合条件的科技型企业上市。鼓励金融机构持续推动绿色金融产品和服务创新。

增加一款，作为第三款：

本市建立健全中小企业涉诉信息澄清机制，避免金融机构因获取信息不全面影响对中小企业的正常贷款。

二十一、将第四十九条改为第五十三条，第二款修改为：

本市推进公共数据开放及大数据普惠金融应用，依托中小企业融资综合信用服务平台等，依法与金融机构等共享市场监管、税务、不动产登记、环保等政务数据和电力、供排水、燃气、网络等公用事业数据，为中小企业融资提供增信服务，并依法保护个人信息、商业秘密。

二十二、将第五十四条改为第五十八条，第二款修改为：

本市建立健全包容审慎监管制度，推行轻微违法行为依法不予行政处罚，并对实施情况开展执法监督。市相关行政管理部门应当制定本系统轻微违法行为依法不予行政处罚清单，并依法实施。

二十三、增加一条，作为第六十条：

相关政府部门应当制定本部门年度执法检查计划，并于每年三月底前向社会公布。

年度执法检查计划应当包括检查主体、检查对象范围、检查方式、检查项目和检查比例等内容。

二十四、增加一条，作为第六十一条：

相关政府部门应当按照规定将经营主体的行政处罚信息向社会公示，期限为三年，法律、法规和国家另有规定的，从其规定。

二十五、将第五十六条改为第六十二条，修改为：

本市推行专用信用报告替代相关行政机关出具的有无违法记录证明。专用信用报告可以通过“一网通办”平台等获取。各区、各市级部门应当按照国家和本市要求，全面、准确、及时将有关公共信用信息归集至市公共信用信息服务平台。

相关行政管理部门应当充分运用信用信息，在实施行政许可过程中，对守信主体给予优先办理、简化程序等便利服务，同时严格规范联合惩戒名单认定，依法依规开展失信联合惩戒。

二十六、增加一条，作为第六十三条：

本市建立健全公共信用信息修复机制，实施公共信用信息分级分类修复制度，明确失信信息修复的条件、标准、流程等要素，优化“信用中国（上海）”网站与“国家企业信用信息公示系统（上海）”等部门网站以及信用服务机构之间公共信用信息修复结论的共享和互认机制。

符合条件的经营主体可以在行政处罚信息最短公示期届满后，按照规定申请修复，提前终止公示。一般行政处罚信息的最短公示期为三个月；涉及食品、药品、特种设备、安全生产、消防领域的行政处罚信息的最短公示期为一年。按照简易程序作出的行政处罚和仅被处以警告、通报批评处罚的信息不予公示。严重失信主体名单的修复，由认定失信行为的单位依法开展。

失信信息由“信用中国（上海）”等信用平台网站负责修复的，应当在三个工作日内将修复结论共享至相关部门和系统；认定失信行为的单位负责修复的，应当及时将修复结论共享至“信用中国（上海）”等信用平台。各部门应当在申请人的信用信息修复后同步删除相关网站上的公示信息。信用信息修复结果应当及时告知申请人。采集、使用失信信息的信用服务机构应当及时在系统查询界面中删除相关信息。

法律、法规和国家另有规定的，从其规定。

二十七、将第六十一条改为第六十八条，修改为：

市人民政府有关部门应当按照国家和本市的规定科学规范行政裁量权，建立健全行政裁量权基准制度并实行动态管理。各行政执法单位应当按照国家和本市有关规定，规范适用行政裁量权基准。

行政执法单位实施行政处罚、行政检查等执法行为时，应当审慎适用列举式条文中的兜底条款。兜底条款需要由本市相关行政部门作出规定的，相关市级行政主管部门应当明确兜底条款的具体适用情形和规则。

二十八、增加一条，作为第七十三条：

本市完善劳动纠纷多元化解机制，推行调解优先，提高劳动纠纷解决效率。

市人力资源社会保障部门应当畅通劳动者维权渠道，完善劳动监察案前调解机制，加大监察执法力度，依法保护劳动者合法权益。

二十九、将第六十六条改为第七十四条，修改为：

本市积极完善调解、仲裁、行政裁决、行政复议、诉讼等有机衔接、相互协调的多元化纠纷解决机制，充分发挥各级非诉讼争议解决中心功能，支持在金融、建设工程、航运、知识产权等专业领域建立纠纷解决机构，加强纠纷解决数字化平台建设，为当事人提供高效、便捷的纠纷解决途径。

本市建立涉外商事纠纷调解、仲裁、诉讼多元化解一站式工作机制，为当事人提供多元、便捷、高效的纠纷解决服务。

支持境外知名仲裁及争议解决机构按照规定在本市设立业务机构，就国际商事、海事、投资等

领域发生的民商事争议开展涉外仲裁业务。本市人民法院建立支持仲裁案件审理开具调查令工作机制。

三十、增加一条，作为第七十五条：

各类商事调解组织应当建立调解员名册，并向社会公开，名册中的调解员不受国籍、性别、居住地等限制。当事人可以选择调解员名册以外的调解员调解。

商事调解应当在当事人自愿、平等的基础上进行。调解组织、调解员可能与案件产生利益冲突的，应当及时进行披露并主动回避，当事人有权更换调解组织或者申请调解员回避。商事调解案件进入仲裁程序的，除当事人另有约定外，担任过商事调解案件的调解员应当回避担任同一案件或者相关案件的仲裁员。

调解组织应当定期公开通过调解解决的各类商事纠纷的统计数据。

在民事诉讼中以调解方式结案的，依法减半交纳案件受理费。

三十一、将第六十七条改为第七十六条，增加一款，作为第二款：

本市各级人民法院依法发挥庭前会议固定争点、交换证据、促进调解等功能，提高庭前准备环节工作质量，促进庭审质效提升。

三十二、将第六十九条改为第七十八条，增加一款，作为第二款：

市高级人民法院加强司法质效数据公开平台建设，推进涉营商环境相关数据实时、常态化公开，提高司法公开透明度。

三十三、将第七十条改为第七十九条，第一款修改为：

本市推进完善市场化、法治化、便利化的破产制度，通过市场化机制加大重整保护力度，探索建立重整识别、预重整等破产拯救机制，探索破产案件繁简分流、简易破产案件快速审理等机制，简化破产流程。

第二款修改为：

本市建立健全市人民政府和市高级人民法院共同牵头、相关部门参加的企业破产工作协调机制，协调解决本市企业破产工作中的问题，提升破产领域公共服务和公共事务办理效能。

增加一款，作为第三款：

本市加大企业重整、和解政策支持力度，探索通过提供专项政府性融资担保等方式，推动金融机构为重整、和解企业提供必要的纾困融资。

三十四、增加一条，作为第八十条：

本市企业法人出现《中华人民共和国企业破产法》规定的清理债务、重整情形的，企业董事、高级管理人员应当忠实、勤勉履行职责，及时采取合理措施，避免企业状况继续恶化和财产减损。

本市优化专门针对小微企业的破产办理机制，促进不可存续的小微企业迅速清算和可存续的小微企业有效重整。

本市各级人民法院依法探索跨境破产工作机制，提高跨境破产程序认可与协助、境外破产裁决承认与执行工作质效，加强跨境破产司法合作与交流。

本市各级人民法院依法确定环境损害赔偿在破产财产中的清偿顺位及其实现方式。

三十五、将第七十一条改为第八十一条，第一款修改为：

本市加强人民法院全流程网上办案平台与本市政务服务平台的对接，建立健全破产企业不动产、车辆、银行账户、证券、企业登记原始档案、税务、社会保险、住房公积金、相关涉案主体身份等信息在线查询机制和破产财产解封处置在线办理机制。

第二款修改为：

本市建立破产企业职工权益保障机制。各级人力资源社会保障部门应当在破产企业处置过程中，协同做好用工政策指导、就业服务、欠薪保障、职工社会保险关系转移等事项，保障职工合法权益。

增加一款，作为第四款：

本市建立企业破产信息公示机制，依托“信用中国（上海）”网站，向社会公开破产债务人、破产管理人、破产程序进展、破产裁判文书等信息。

三十六、将第七十二条改为第八十二条，修改为：

本市人民法院对债权人提名或者债权人会议更换破产管理人的意见，符合法定条件的，依法核准。

本市推动和保障破产管理人在破产程序中依法履职。破产管理人持人民法院出具的受理破产申请裁定书、指定管理人决定书等法律文书，有权依法接管、调查、管理、处分破产财产。破产管理人依法履行职责，办理破产相关业务时，相关单位和部门应当予以配合。

破产管理人处分破产企业重大财产的，应当经债权人会议逐项表决通过。

破产管理人依据人民法院终结破产程序裁定文书、清算组依据人民法院强制清算终结裁定文书提出申请的，市场监管部门依法为企业办理注销登记。

本市健全破产管理人分级管理机制，加强破产管理人专业化、规范化建设。

市破产管理人协会应当加强行业自律和业务培训，提高破产管理人的履职能力和水平。

三十七、其他修改

（一）将第五条中的“虹桥商务区”修改为“虹桥国际中央商务区”。

（二）将第二十一条原第二款中的“探索建立”修改为“建立健全”。

（三）将第二十二条第一款中的“跨区域”之后增加“跨部门”。



（四）将原第二十六条第二款中的“办理决定”修改为“行政审批决定”。

（五）将原第三十条、原第四十三条中的“‘一窗通’网上服务平台”均修改为“企业登记网上服务平台”。

（六）删去原第三十六条第二款中的“综合性”。

（七）将原第四十一条第一款中的“推广使用电子发票”之后增加“完善税费争议解决机制”。

（八）将原第五十八条中的“本市依托‘互联网+监管’系统”之后增加“上海市统一综合执法系统”。

（九）将原第五十九条第二款中的“联合抽查范围”之后增加“规范行政检查行为，避免随意检查、重复检查”。

（十）将原第六十条第二款中的“可以探索建立”修改为“应当探索建立完善”。

（十一）将原第六十三条第二款中的“外商投资”之后增加“国际贸易等”。

（十二）将相关条文中的“市场主体”修改为“企业等经营主体”“当事人”“会员”“建设单位”“企业”等。

此外，对部分文字和条款顺序作相应调整。

本决定自 2023 年 12 月 1 日起施行，《上海市优化营商环境条例》根据本决定作相应修正后重新公布。

## 合规指引部分

### 广东省互联网平台经营者竞争合规指引（反垄断）

#### 第一章 总则

**第一条** 目的和依据。为引导我省互联网平台经营者加强反垄断合规管理，防范互联网平台经营者反垄断法律风险，提升本省反垄断执法机构执法透明度，保护互联网平台经营者公平自由竞争和鼓励创新，持续优化我省营商环境，促进平台经济高质量发展，依据新修订的《中华人民共和国反垄断法》（以下简称《反垄断法》）及相关规定，结合本省实际和反垄断执法实践、理解和认识，制定本指引。

**第二条** 适用范围。本指引作为互联网平台经营者开展反垄断合规管理的指导建议，适用于本省行政区域内的所有互联网平台经营者及平台内经营者。由政府职能部门或行业组织管理的公共资源交易平台（中心），以及通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的自建网站、手机软件（APP）等经营者，可参照互联网平台经营者适用本指引。

**第三条** 基本原则。反垄断执法机构对互联网平台经营者及平台内经营者开展反垄断监管坚持保护市场公平竞争、依法科学高效监管、激发创新创造活力、维护各方合法权益等原则。

**第四条** 相关概念。平台经营者是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的法人及非法人组织。平台内经营者是指在互联网平台内提供商品或者服务的经营者。平台经营者在运营平台的同时，也可能直接通过平台提供商品或服务。如未特别说明，本指引中的经营者均指互联网平台经营者和平台内经营者。

本指引所称具有竞争关系的经营者，包括处于同一相关市场进行竞争的实际经营者和可能进入相关市场进行竞争的潜在经营者。

反垄断合规是指互联网平台经营者或平台内经营者及其员工的经营管理行为符合《反垄断法》等法律、法规、规章以及其他规范性文件的要求。

反垄断执法机构是指国家市场监督管理总局或广东省市场监督管理局反垄断执法机构。

#### 专题一：互联网平台分类及分级

##### 1. 平台分类

（1）网络销售类平台（连接人与商品）：包括但不限于综合商品交易类、垂直商品交易类、商超团购类等子平台。

（2）生活服务类平台（连接人与服务）：包括但不限于出行服务类、旅游服务类、配送服务类、

家政服务类、房屋经纪类等子平台。

(3) 社交娱乐类平台（连接人与人）：包括但不限于即时通讯类、游戏休闲类、视听服务类、直播视频类、短视频类、文学类等子平台。

(4) 信息资讯类平台（连接人与信息）：包括但不限于新闻门户类、搜索引擎类、用户内容生成（UGC）类、视听资讯类、新闻机构类等子平台。

(5) 金融服务类平台（连接人与资金）：包括但不限于综合金融服务类、支付结算类、消费金融类、金融资讯类、证券投资类等子平台。

(6) 计算应用类平台（连接人与计算能力）：包括但不限于智能终端类、操作系统类、手机软件（APP）应用商店类、信息管理类、云计算类、网络服务类、工业互联网类等子平台。

## 2. 平台分级

(1) 超级平台，是指同时具备超大用户规模、超广业务种类、超高经济体量和超强限制能力的平台。具体标准：在中国的上年度年活跃用户不低于 5 亿；核心业务至少涉及两类平台业务；上年度值（估值）不低于 10000 亿人民币；具有超强的限制商户接触消费者（用户）的能力。

(2) 大型平台，是指大型平台指同时具备较大用户规模、较广业务种类、较多业务范围、较高经济体量和较强限制能力的平台。具体标准：在中国的上年度年活跃用户不低于 5000 万；具有表现突出的平台主营业务；上年度值（估值）不低于 1000 亿人民币；具有较强的限制商户接触消费者（用户）的能力。

(3) 中小平台，是指具有一定用户规模、有限业务种类、有限经济体量、有限限制能力的平台。具体标准：在中国有一定的年活跃用户；具有一定业务；具有一定市值（估值）；具有一定的限制商户接触消费者（用户）的能力。

## 第二章 垄断协议

**第五条** 禁止达成横向垄断协议。垄断协议是指互联网平台经营者或平台内经营者排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。协议或决定可以是书面、口头、线上交流等形式。

具有竞争关系的互联网平台经营者或平台内经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等，通过意思联络、交换敏感信息、行为协调一致等方式，达成固定或者变更商品价格、限制商品的生产或者销售数量、分割销售市场或者原材料采购市场、限制购买新技术新设备或者限制开发新技术新产品、联合抵制交易等横向垄断协议。

**第六条** 禁止达成纵向垄断协议。互联网平台经营者或平台内经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等，通过对价格进行统一、限定或者自动化设定转售商品价格等方式，直接或变相达成固定向第三人转售商品价格、限定向第三人转售商品最低价格等纵向垄断协议。

平台经营者要求平台内经营者在商品价格、数量等方面向其提供等于或者优于其他竞争性平台的交易条件的行为可能构成垄断协议，也可能构成滥用市场支配地位行为。

分析上述行为是否构成《反垄断法》第十八条第（三）项规定的纵向垄断协议，可以综合考虑平台经营者的市场力量、相关市场竞争状况、对其他经营者进入相关市场的阻碍程度、对消费者利益和创新的影响等因素。

**第七条** 禁止达成轴辐协议。具有竞争关系的平台内经营者不得借助与互联网平台经营者之间的纵向关系，或者由互联网平台经营者组织、协调、帮助，达成具有横向垄断协议效果的轴辐协议。分析该协议是否属于《反垄断法》第十七条、第十八条规制的垄断协议，可以考虑具有竞争关系的平台内经营者之间是否利用技术手段、平台规则、数据和算法等方式，达成、实施垄断协议，排除、限制相关市场竞争。

平台经营者或平台内经营者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助，包括提供必要的支持、创造关键性的便利条件，或者其他重要帮助。

**第八条** 禁止实施协同行为。协同行为是指互联网平台经营者或平台内经营者之间虽未明确订立协议或者决定，但通过数据、算法、平台规则或者其他方式实质上存在协调一致的行为。

对于互联网平台经营者或平台内经营者是否构成协同行为，需考虑相同行为、意思联络、信赖预期、限制竞争、直接或间接证据及退出障碍等因素。互联网平台经营者或平台内经营者基于独立意思表示所作出的价格跟随等平行行为，或者可以提供相反证据证明其不存在协同行为的除外。

## **专题二：垄断协议敏感行为**

（一）利用平台收集并交换价格、销量、成本、客户等敏感信息；利用技术手段进行意思联络；利用数据、算法、平台规则等实现协调一致行为；其他有助于实现协同的方式。

（二）利用技术手段对价格进行自动化设定；利用平台规则对价格进行统一；利用数据和算法对价格进行直接或者间接限定；利用技术手段、平台规则、数据和算法等方式限定其他交易条件，排除、限制市场竞争。

（三）将实际转售价格作为交易相对人的考核指标，变相限制转售价格；通过取消优惠、搜索降权、流量限制甚至解除协议等惩戒措施惩罚违反转售价格限制的交易相对人；通过提供返利、折扣、补贴、流量资源支持等激励方式诱导交易相对人遵守转售价格限制。

（四）通过组织虚假交易、编造用户评价、删除不利评价、流量造假、虚假增加访问量、伪造物流单据等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

（五）在提供网络服务、网上购物等经营活动中，为招揽广告客户、提高网站知名度及提高登录者的点击率等商业目的，附带性地提供超出法律规定限度的物品、金钱或者其他经济上的利益行

为。

(六) 怂恿或者通过提供技术支持等方式帮助平台用户搬运其他平台数据、音视频内容等行为。

### 第三章 滥用市场支配地位

**第九条** 市场支配地位的认定。市场支配地位是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。认定互联网平台经营者或平台内经营者具有市场支配地位，还可以考虑相关行业竞争特点、经营模式、交易金额、交易数量、用户数量、网络效应、锁定效应、技术特性、市场创新、控制流量的能力、掌握和处理相关数据的能力及经营者在关联市场的市场力量等因素。认定两个以上的经营者具有市场支配地位，还会考虑经营者行为一致性、市场结构、相关市场透明度、相关商品同质化程度等因素。

当一个互联网平台经营者或平台内经营者在相关市场中的市场份额达到二分之一，或者两个经营者市场份额合计达到三分之二且均不低于十分之一，或者三个经营者市场份额合计达到四分之三且均不低于十分之一时，经营者通常会被推定为具有市场支配地位。被推定具有市场支配地位的经营者，有证据证明不具有市场支配地位的，不应当认定其具有市场支配地位。

确定互联网平台经营者或平台内经营者市场份额，可以考虑交易金额、交易数量、销售额、活跃用户数、点击量、使用时长或者其他指标在相关市场所占比重，同时考虑该市场份额持续的时间。

**第十条** 禁止滥用市场支配地位。具有市场支配地位的互联网平台经营者或平台内经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等从事《反垄断法》第二十二条所禁止的不公平价格、低于成本销售、拒绝交易、限定交易、差别待遇、搭售或者附加不合理交易条件等滥用市场支配地位的行为。如果实施《反垄断法》第二十二条第二项至第六项禁止行为具有正当理由的，则不认定为其构成滥用市场支配地位行为。

具有市场支配地位的经营者利用数据和算法、技术以及平台规则等设置障碍，对其它经营者进行不合理限制的，也属于滥用市场支配地位的行为。互联网平台经营者向自营商品和服务提供的服务条件不得优于提供给平台内其他经营者的服务条件，也不得有其他类型歧视行为，例如违反相关法律法规规定切断平台内其他经营者使用平台提供的服务，利用技术手段收集的相关数据助长自营商品和服务等。

互联网平台经营者要求平台内经营者在商品价格、数量等方面向其提供等于或者优于其他竞争性平台的交易条件的行为可能构成滥用市场支配地位行为，也可能构成垄断协议。

#### 专题三：滥用市场支配地位敏感行为

(一) 经营者销售价格或者购买价格是否明显高于或者明显低于其他经营者在相同或者相似市场条件下销售或者购买同种商品或者可比较商品的价格；是否明显高于或者明显低于同一经营者在

其他相同或者相似市场条件区域销售或者购买同种商品或者可比较商品的价格。

（二）在成本基本稳定的情况下，是否超过正常幅度提高销售价格或者降低购买价格；销售商品的提价幅度是否明显高于成本增长幅度，或者购买商品的降价幅度是否明显高于交易相对人成本降低幅度。

（三）经营者是否以低于成本的价格排挤具有竞争关系的其他经营者，以及是否可能在将其他经营者排挤出市场后，提高价格获取不当利益、损害市场公平竞争和消费者合法权益等情况。认定以低于成本的价格销售商品，应当重点考虑价格是否低于平均可变成本。平均可变成本是指随着生产的商品数量变化而变动的每单位成本。

（四）经营者是否存在实质性削减与交易相对人的现有交易数量；拖延、中断与交易相对人的现有交易；拒绝与交易相对人进行新的交易；通过设置交易相对人难以接受的价格、向交易相对人回购商品、与交易相对人进行其他交易等限制性条件，使交易相对人难以与其进行交易；拒绝交易相对人在生产经营活动中，以合理条件使用其必需设施。

（五）经营者是否存在通过独家协议或排他协议等方式，要求平台内经营者在竞争性平台间进行“二选一”，或者限定交易相对人与其进行独家交易的其他行为；是否存在限定交易相对人只能与其指定的经营者进行交易，或者通过其指定渠道等限定方式进行交易；限定交易相对人不得与特定经营者进行交易。

（六）经营者是否违背交易惯例、消费习惯或者无视商品的功能，利用合同条款或者弹窗、操作必经步骤等交易相对人难以选择、更改、拒绝的方式，将不同商品捆绑销售或者组合销售；对合同期限、支付方式、商品的运输及交付方式或者服务的提供方式等附加不合理的限制；对商品的销售地域、销售对象、售后服务等附加不合理的限制；交易时在价格之外附加不合理费用；附加与交易标的无关的交易条件。

（七）经营者是否存在基于大数据和算法，根据交易相对人的支付能力、消费偏好、使用习惯等，实行差异性交易价格或者其他交易条件；实行差异性标准、规则、算法；实行差异性付款条件和交易方式。

（八）以上各类行为是否属于具有正当理由的情形，可参考《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十三条至第十七条，以及《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十四条至第十九条的相关规定。

#### **第四章 经营者集中**

**第十一条** 依法实施经营者集中。互联网平台经营者或平台内经营者合并、通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权、以及通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对

其他经营者施加决定性影响，若达到《国务院关于经营者集中申报标准的规定》的规定，应当事先向反垄断执法机构申报，未申报或者申报后获得批准前不得实施集中。涉及协议控制架构的经营者集中，属于经营者集中反垄断审查范围。

经营者集中未达到国务院规定的申报标准，但有证据证明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，反垄断执法机构可以要求经营者申报并书面通知经营者。集中尚未实施的，经营者未申报或者申报后获得批准前不得实施集中；集中已经实施的，经营者应当自收到书面通知之日起一百二十日内申报，并采取暂停实施集中等必要措施减少集中对竞争的不利影响。

任何单位和个人发现未达申报标准但具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中，可以向反垄断执法机构书面反映，并提供相关事实和证据。反垄断执法机构经核查，对有证据证明未达申报标准的经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，依照前款规定进行处理。

是否实施集中的判断因素包括但不限于是否完成市场主体登记或者权利变更登记、委派高级管理人员、实际参与经营决策和管理、与其他经营者交换敏感信息、实质性整合业务等。

**第十二条** 经营者集中的考量因素。对于互联网平台经营者或平台内经营者集中，需考虑经营者在相关市场的市场份额及其对市场的控制力、相关市场的市场集中度、集中对市场进入及技术进步的影响、集中对消费者及其他有关经营者的影响等因素。在平台经济领域，除以营业额为指标外，经营者的市场份额还可以考虑采用交易金额、交易数量、活跃用户数、点击量、使用时长或者其他指标在相关市场所占比重，并可以视情况对较长时间段内的市场份额进行综合评估，判断其动态变化趋势。

**第十三条** 经营者集中的注意事项。互联网平台经营者及平台内经营者应当主动遵守《反垄断法》《国务院关于经营者集中申报标准的规定》《经营者集中审查规定》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》等相关规定，防范出现未依法申报的法律风险。互联网平台经营者及平台内经营者集中达到申报标准，经营者未申报实施集中、申报后未经批准实施集中或者违反审查决定的，反垄断执法机构将依照《经营者集中审查规定》进行调查。

#### **专题四：经营者集中敏感行为**

（一）互联网平台经营者或平台内经营者集中达到以下标准的，应事先向反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 100 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币；参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 20 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币。“上一会计年度”，是指集中协议签署日的上一会计年度。

（二）在平台经济领域，经营者的营业额包括其销售商品和提供服务所获得的收入。根据行业惯例、收费方式、商业模式、互联网平台经营者的作用等不同，营业额的计算可能有所区别。对于仅提供信息匹配、收取佣金等服务费的互联网平台经营者，可以按照平台所收取的服务费及平台其他收入计算营业额；互联网平台经营者具体参与平台一侧市场竞争或者发挥主导作用的，还可以计算平台所涉交易金额。

（三）反垄断执法机构高度关注参与集中的一方经营者为初创企业或者新兴平台、参与集中的经营者因采取免费或者低价模式导致营业额较低、相关市场集中度较高、参与竞争者数量较少等类型的经营者集中，对未达到申报标准但有证据证明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，反垄断执法机构可以要求经营者申报。经营者未按规定进行申报的，反垄断执法机构应当依法进行调查。

（四）对于具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中，反垄断执法机构应当根据《反垄断法》第三十四条规定作出决定。对不予禁止的经营者集中，反垄断执法机构可以决定附加以下类型的限制性条件：剥离有形资产，剥离知识产权、技术、数据等无形资产或者剥离相关权益等结构性条件；开放网络、数据或者平台等基础设施、许可关键技术、终止排他性协议、修改平台规则或者算法、承诺兼容或者不降低互操作性水平等行为性条件；结构性条件和行为性条件相结合的综合性条件。

## **第五章 滥用行政权力排除、限制竞争**

**第十四条** 禁止滥用行政权力排除、限制竞争。行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织（以下简称行政主体）和公共资源交易平台不得滥用行政权力，通过与经营者签订合作协议、备忘录等方式，妨碍其他经营者进入相关市场或者对其他经营者实行不平等待遇，排除、限制竞争。

互联网平台经营者及平台内经营者在做好自我防范的同时，也应了解《反垄断法》第三十九条至四十五条，以及《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第二十二条规定的可能构成滥用行政权力排除、限制平台经济领域市场竞争的具体行为。

互联网平台经营者及平台内经营者因行政主体或公共资源交易平台滥用行政权力排除、限制竞争，并不能免除其应承担的法律责任。经营者能够证明其从事滥用市场支配地位或者达成垄断协议行为是被动遵守行政命令所导致的，可以依法从轻或减轻处罚。当经营者遇到此类情况时，需明确拒绝，必要时，向反垄断执法机构投诉和举报。

### **专题五：滥用行政权力排除、限制竞争敏感行为**

（一）行政主体或公共资源交易平台是否存在限定或者变相限定单位或者个人经营、购买、使



用其指定的互联网平台经营者或平台内经营者提供的商品，或者其他经营者提供的与平台服务相关的商品。

（二）行政主体或公共资源交易平台是否存在对外地互联网平台经营者或平台内经营者设定歧视性标准、实行歧视性政策，采取专门针对外地互联网平台经营者或平台内经营者的行政许可、备案，或者通过软件、互联网设置屏蔽等手段，阻碍、限制外地互联网平台经营者或平台内经营者进入本地市场，妨碍商品在地区之间的自由流通。

（三）行政主体或公共资源交易平台是否存在以设定歧视性资质要求、评标评审标准或者不依法发布信息等方式，排斥或者限制外地互联网平台经营者或平台内经营者参加本地的招投标以及其他经营活动；是否存在对外地互联网平台经营者或平台内经营者实行歧视性待遇，排斥、限制、强制或者变相强制外地经营者在本地投资或者设立分支机构；是否存在强制或者变相强制互联网平台经营者或平台内经营者从事《反垄断法》规定的垄断行为。

（四）行政主体或公共资源交易平台是否存在以办法、决定、公告、通知、意见、会议纪要、函件等形式，制定、发布含有排除、限制竞争内容的市场准入、产业发展、招商引资、招标投标、政府采购、经营行为规范、资质标准等涉及平台经济领域市场主体经济活动的规章、规范性文件和

其他政策性文件以及“一事一议”形式的具体政策措施。

## **第六章 法律责任与配合调查义务**

**第十五条** 法律责任。互联网平台经营者或平台内经营者达成并实施垄断协议的、滥用市场支配地位的、违法实施经营者集中的，分别依据《反垄断法》第五十六条、第五十七条、第五十八条规定处理。经营者因行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力而达成并实施垄断协议的，依据《反垄断法》第五十六条规定处理，构成滥用市场支配地位的，按照《反垄断法》第五十七条规定处理。

互联网平台经营者或平台内经营者实施垄断行为给他人造成损失的，依法承担民事责任，构成犯罪的依法追究刑事责任。经营者实施垄断行为，损害社会公共利益的，设区的市级以上人民检察院可以依法向人民法院提起民事公益诉讼。

对《反垄断法》第五十六条、第五十七条、第五十八条规定的罚款，反垄断执法机构确定具体罚款数额时，考虑违法行为的性质、程度、持续时间和消除违法行为后果的情况等因素。

**第十六条** 配合调查义务。互联网平台经营者或平台内经营者及员工应当配合反垄断执法机构依法对涉嫌垄断行为进行调查，不得拒绝或阻碍调查，否则，经营者或员工需承担《反垄断法》第六十二条规定的法律责任。对于反垄断执法机构在未预先通知的突击调查中，经营者及员工应当全面配合执法人员。

## 专题六：垄断行为法律风险

（一）根据《反垄断法》第五十六条，经营者达成并实施垄断协议的，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，并处上一年度销售额1%以上10%以下的罚款，上一年度没有销售额的，处500万元以下的罚款；尚未实施所达成的垄断协议的，可以处300万元以下的罚款。经营者的法定代表人、主要负责人和直接责任人员对达成垄断协议负有个人责任的，可以处100万元以下的罚款。经营者组织其它经营者达成垄断协议或者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助的，按相同办法处理。经营者因行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力而达成并实施垄断协议的，按相同办法处理；经营者能够证明其达成垄断协议是被动遵守行政命令所导致的，可以依法从轻或者减轻处罚。

（二）根据《反垄断法》第五十七条，经营者滥用市场支配地位的，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，根据违法性质、程度、持续时间和消除违法行为后果的情况等因素，处上一年度销售额的1%以上10%以下的罚款。经营者因行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力而滥用市场支配地位的，按相同办法处理；经营者能够证明其从事的滥用市场支配地位行为是被动遵守行政命令所导致的，可以依法从轻或者减轻处罚。

（三）根据《反垄断法》第五十八条，经营者违法实施经营者集中的，且具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，由反垄断执法机构责令停止实施集中、限期处分股份或者资产、限期转让营业以及采取其他必要措施恢复到集中前状态，处上一年度销售额10%以下的罚款；不具有排除、限制竞争效果的，处500万元以下的罚款。

（四）根据《反垄断法》第六十二条，经营者拒绝提供有关材料、信息、或者提供虚假材料、信息，或者隐匿、销毁、转移证据，或者有其他拒绝、阻碍调查行为的，由反垄断执法机构责令改正，对单位处上一年度销售额1%以下的罚款，上一年度没有销售额或者销售额难以计算的，处500万元以下的罚款；对个人处50万元以下的罚款。

（五）经营者违反《反垄断法》相关规定，情节特别严重、影响特别恶劣，造成特别严重后果的，反垄断执法机构可以按照《反垄断法》第五十六条、第五十七条、第五十八条、第六十二条规定的罚款数额的二倍以上五倍以下确定具体罚款数额。经营者因违反反垄断相关法规受到行政处罚的，依照国家有关规定记入信用记录，并向社会公示。

## 第七章 经营者内部合规管理

**第十七条** 承诺制度。对反垄断执法机构调查的涉嫌垄断行为，被调查的互联网平台经营者或平台内经营者承诺在反垄断执法机构认可的期限内采取具体措施消除该行为后果的，反垄断执法机构可以决定中止调查。但反垄断执法机构对于固定或者变更商品价格、限制商品生产或者销售数量、

分割销售市场或者原材料采购市场的涉嫌垄断协议案件，不接受中止调查申请，即承诺制度不适用主要横向垄断协议案件。

中止调查决定系因经营者提供了不完整、不真实的信息而作出、中止调查决定所依据的事实发生重大变化或经营者未履行承诺时，反垄断执法机构恢复调查。经营者申请承诺的具体适用范围和程序等可以参考《禁止垄断协议规定》《禁止滥用市场支配地位行为规定》以及《国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南》等相关规定。

**第十八条**宽大制度。对横向垄断协议案件，互联网平台经营者或平台内经营者主动向反垄断执法机构报告有关情况并提供重要证据直至持续配合调查终结的，可申请适用宽大处理。垄断协议有关情况的报告，包括但不限于参与垄断协议的经营者、涉及的商品范围、达成协议的内容和方式、协议的具体实施情况、是否向其他境外执法机构提出申请等；重要证据是指反垄断执法机构尚未掌握的，能够对立案调查或者对认定垄断协议起到关键性作用的证据。反垄断执法机构根据经营者主动报告的时间顺序、提供证据的重要程度及达成、实施垄断协议的相关情况，决定酌情减轻或者免除处罚。经营者申请宽大的具体适用标准和程序等应当以《反垄断法》《禁止垄断协议规定》《国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南》等相关规定为依据。

**第十九条**反垄断合规管理体系。互联网平台经营者应根据自身的业务规模、平台功能、商业模式和主要风险来源，建立覆盖平台企业各业务领域、部门、分支机构反垄断合规管理制度，建立反垄断合规的职责分工和违规问责制度，明确部门和人员的职责范围以及承担的责任，最高管理者、中高层管理者应公开作出并履行反垄断合规承诺，其他员工应作出并履行相应的反垄断合规承诺，完善合规咨询、合规检查、合规汇报、合规考核等内部机制，有效实施反垄断合规管理，自觉接受反垄断执法机构监管和社会监督。

**第二十条**培训管理。互联网平台经营者及平台内经营者应定期开展公司高管人员和员工合规培训，增强反垄断合规意识，提升反垄断合规能力，同时，向反垄断执法机构报告反垄断合规管理制度及实施效果，自觉维护平台经济公平竞争的市场秩序。

**第二十一条**反垄断合规建议。互联网平台经营者和平台内经营者在利用开源代码、通用算法等技术手段来实现定价、精准投放等行为时，避免实施价格共谋，并提前评估可能产生的排除、限制竞争效果。

对竞争者或交易相对人的竞争性敏感信息予以保密，避免更大范围披露、分享给内部或外部人员，不将竞争敏感性信息用于其他用途。竞争者之间应避免直接沟通或交换竞争性敏感信息，或者通过行业协会、广告方、平台内经营者等第三方间接交换竞争性敏感信息。避免在具有竞争关系的交易相对人之间收集、中转、传输竞争性敏感信息，或者为具有竞争关系的交易相对人交换竞争性

敏感信息提供便利条件。

平台经营者可能向多家彼此之间具有竞争关系的上游供应商采购商品，也可能向多家彼此之间具有竞争关系的下游企业供应商品。平台经营者在与上游或下游企业合作过程中，即使与上、下游企业之间均不存在竞争关系，也应避免组织、协调、帮助具有竞争关系的上、下游企业达成或实施垄断协议。

具有市场支配地位的平台经营者，除非能够证明存在正当理由，否则“二选一”很可能构成限定交易行为。即便平台经营者不具备市场支配地位，但通过实施“二选一”或者利用平台规则、数据、算法、技术等方式进行纵向限制，在产生明显排除、限制竞争影响时，也可能具有构成纵向垄断协议的风险。

具有市场支配地位的平台经营者在软件或应用程序的设计中应避免捆绑下载，在给用户提供产品软件或应用程序的下载过程中，应避免捆绑用户下载其他软件或应用程序，并以适当方式告知用户，保障用户下载或拒绝下载软件或应用程序的选择权。

**第二十二条** 知识产权保护合规建议。建立知识产权保护规则，完善知识产权侵权投诉受理机制，积极实施《电子商务平台知识产权保护管理》推荐性国家标准，实施知识产权全流程管理和保护。

#### **专题七：平台经营者主体责任清单**

（一）在与平台内经营者开展公平竞争时，无正当理由，不使用平台内经营者及其用户在使用平台服务时产生或提供的非公开数据。平台内经营者或用户访问、注册、登录、获取其所需的平台服务时，不将使用其他关联平台提供的服务作为前提条件。

（二）建议平台经营者建立健全数据安全审查与内控机制，对涉及用户个人信息的处理、数据跨境流动，涉及国家和社会公共利益的数据开发行为，必须严格依法依规进行，确保数据安全。电子商务平台经营者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。

（三）建议平台经营者根据平台自身的特点，建立有效的内容管理制度，避免违法违规信息在平台上的传播。发现违反法律法规、违背社会公序良俗、对网络生态造成不良影响的信息，应当视情节采取警示、限制发布、停止传输、信息消除、暂停更新直至关闭账号等措施，并保存有关记录，向监管部门报告。

（四）对于法律、法规以及相关的规范性文件明令禁止、限制销售和提供的商品和服务，互联网平台经营者应当动态建立审核词库和管控机制，建立平台审核机制和日常巡查机制，发现违法违规行为应当及时向有关部门报告。

（五）未经用户同意，互联网平台经营者不得将经由平台服务所获取的个人数据与来自自身其他服务或第三方服务的个人数据合并使用，不得以合并个人数据为目的诱导、强迫用户登录并使用

自身提供的其他服务。

（六）平台经营者利用其掌握的大数据进行产品推荐、订单分配、内容推送、价格形成、业绩考核、奖惩安排等运用时，需要遵守公平、公正、透明的原则，遵守法律、法规，尊重社会公德和基本的科学伦理，不得侵害公民基本权利以及企业合法权益。

（七）平台经营者在经营过程中应当遵守价格相关法律、法规，不得利用平台规则和数据、算法等技术手段实施价格歧视、哄抬价格、低价倾销等不正当价格行为，不得利用虚假的或者使人误解的价格手段诱骗消费者交易。

（八）平台经营者在平台运营中应当遵守《广告法》以及相关法律、法规的规定，加大对平台内经营者违法违规广告的事先预警和事后处理。互联网平台经营者依法配合有关部门对平台内违法广告的调查和处置，提供必要的数据，协助执法。

（九）平台经营者在运营中应当切实遵守国家法律、法规以及与自然人隐私和个人信息保护相关的规定，履行自然人隐私与个人信息保护责任。平台经营者处理的用户个人信息发生或者可能发生泄露、篡改、丢失的，及时采取补救措施，按照规定告知自然人；造成或者可能造成严重后果的，应当立即向监管部门报告，配合监管部门进行调查处理，并承担相应责任。

## **第八章 附 则**

**第二十三条** 特别提醒。本指引并非规范性文件，所列信息仅为告知性指引，不构成法律或者其他专业建议，不作为任何司法管辖区的法律声明和行政执法的依据。

**第二十四条** 指引解释。本指引由广东省市场监督管理局负责解释，并将根据反垄断法律法规、部门规章、指南指引等适时调整。

# 上海市市场监督管理局关于印发《上海市网络直播营销活动合规指引》（2023 年修订版）的通知

## 沪市监广告（2023）510 号

各区市场监管局，临港新片区市场监管局，市局有关处室、执法总队、机场分局，各有关单位：

为指导网络直播营销相关市场主体落实新修订的《互联网广告管理办法》的有关规定，进一步推进网络平台企业落实对平台内经营者直播营销活动的管理责任，市局对《上海市网络直播营销活动合规指引》进行了修订，现印发给你们。请各单位加强宣传，指导相关市场主体依法落实自身责任，进一步加强网络直播营销活动合规管理，维护健康有序的直播营销市场环境。

《上海市市场监督管理局关于〈上海市网络直播营销活动合规指引〉的通知》（沪市监广告〔2022〕265 号）同时废止。

特此通知。

上海市市场监督管理局

2023 年 11 月 3 日

（此件公开发布）

## 上海市网络直播营销活动合规指引

（2023 年修订版）

### 第一章 总则

#### 第一条（目的与依据）

为规范网络直播营销活动，保障消费者合法权益，维护公平竞争的市场秩序，促进网络直播营销活动健康发展，根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国价格法》、《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称《电子商务法》《广告法》《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》《产品质量法》《食品安全法》《价格法》、《个人信息保护法》）等法律法规和《网络直播营销管理办法（试行）》《互联网广告管理办法》等国家相关部门对网络直播营销管理的有关规定，制定本指引。

#### 第二条（适用范围）

在本市开展的网络直播营销活动适用本指引。本指引所称的网络直播营销活动是指通过互联网站、应用程序、小程序等，以视频直播、音频直播、图文直播或多种直播相结合等形式推销商品或

服务的商业活动。

本指引所称的直播营销平台，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。

本指引所称的平台内经营者，是指在直播营销平台上，通过网络直播形式销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

本指引所称的直播间运营者，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。

本指引所称的主播，是指在网络直播营销中直接向社会公众开展营销的直播营销人员。

本指引所称的主播服务机构，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。

### **第三条（总体要求）**

从事网络直播营销活动，应当遵守国家相关法律法规，遵守国家网信办等部门制定的《网络直播营销管理办法（试行）》等有关规定，维护国家利益和社会公共利益，遵守商业道德，不得损害经营者和消费者的合法权益。

网络直播营销宣传构成商业广告的，应当符合《广告法》的规定，保证宣传内容真实、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民族优秀传统文化的要求。

## **第二章 主体合规要求**

### **第四条（直播营销平台）**

直播营销平台在直播营销活动中，应当加强直播营销生态管理，依法履行平台管理责任。

（一）遵循公开、公平、公正的原则，依法制定并公示网络直播营销管理的服务协议、交易规则等信息，明确平台内各方主体权利和义务。

（二）加强对直播营销信息内容的巡查管理，具备维护直播内容安全的技术能力，发现平台内销售禁售商品及其他违法违规营销信息的，应当及时采取处置措施予以制止，并依法向有关主管部门报告。

（三）加强对主播账号注册审核管理，强化对主播及其他参与直播人员的管理，将严重违法违规主播和因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单，及时公示黑名单供平台内经营者、直播间运营者、主播服务机构掌握。

（四）加强消费者权益保护，建立有效的投诉、举报受理和处置机制。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，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。

（五）建立和实施互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。依法对网络直播营销活动的信息进行保存。利用算法推荐等方式发布广告的，应当将其算法推荐服务相关规则、广告投放记录等记入广告档案。

（六）积极配合监管部门的监督检查，提供必要的文件、资料和数据等，确保相关信息和责任主体可追溯，为依法调查、检查活动提供技术支持和帮助。

（七）加强个人信息保护，收集消费者个人信息应当符合相关法律法规的规定，并依法征得消费者同意。不得从事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。

### **第五条（平台内经营者）**

平台内经营者通过直播销售商品或服务，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）在网店首页显著位置持续公示营业执照信息、与经营业务有关的行政许可信息，并向消费者提供经营地址、售后服务等信息。

（二）规范商品或服务营销范围，不得通过网络直播销售法律法规禁止生产、销售的商品或服务。

（三）规范商品或服务销售页面管理，合法合规发布商品或服务信息。

（四）平台内经营者自行从事网络直播营销活动的，应当遵循本指引对直播间运营者及主播的合规要求。

通过自建网站、其他网络服务销售商品或提供服务的其他电子商务经营者自行从事网络直播营销活动的，应当遵循本指引对平台内经营者的合规要求。

### **第六条（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。

（一）不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制条款。

（二）建立直播商品的质量控制与合规管理机制，强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关。

（三）建立主播管理制度，做好直播监控，避免主播在直播中发生违法违规行为，建立主播资质考核评价机制。

（四）依法办理税务登记，依法履行纳税义务。

### **第七条（主播）**

主播在直播营销活动中，应当规范自身行为，履行与平台内经营者的约定，依法向公众推销商



品或服务。

（一）主播为自然人的，应当年满十六周岁。十六周岁以上的未成年人申请成为主播的，应当经监护人同意。

（二）规范着装和用语，不得骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益。

（三）真实、准确、全面地发布商品或服务信息，避免误导消费者。在未取得平台内经营者同意的情况下，不应单方面作出超出法律法规规定的退款退货承诺。

（四）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，应当履行并承担广告代言人的法律责任和义务。

（五）主播直接和平台内经营者签订协议的，不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制条款，并且依法履行纳税义务。

#### **第八条（主播服务机构）**

主播服务机构应当根据法律法规和协议开展对直播营销人员的招募、培训和管理工作的，履行信息安全、商品质量审核、消费者权益保护和依法纳税等义务。

### **第三章 商品或服务合规要求**

#### **第九条（负面清单）**

依据法律法规的规定，不得以网络直播形式推销或者提供下列商品或服务：

- （一）不符合保障人身、财产安全要求和环境保护要求的商品或服务；
- （二）国家明令淘汰并停止销售、失效、变质的商品；
- （三）不符合强制性国家标准的产品，无质量检验合格证明或者无中文标明产品名称、生产厂名和厂址的商品；
- （四）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；
- （五）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；
- （六）侵犯他人知识产权的商品或服务；
- （七）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；
- （八）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；
- （九）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；
- （十）色情、暴力、低俗类商品，赌博、博彩类商品或服务；
- （十一）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；
- （十二）危险化学品、易制毒化学品；

（十三）有关部门明令暂停进口、销售的商品；

（十四）法律、行政法规禁止网上交易的其他商品。

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、行政法规规定应当事先进行广告发布审查的商品和服务，不适宜以网络直播形式营销。

#### **第十条（谨慎营销）**

鲜活易腐等易因物流运输原因品质受损的食品、非标准化的食用类农产品，需谨慎开展网络直播营销，避免引发消费争议。

#### **第十一条（跨境营销）**

平台内经营者、直播间运营者、主播从事跨境零售进口商品直播营销，应当遵守进出口监督管理的法律、行政法规和国家有关规定，经销商品应在财政部、国家发展改革委等部门公布的“跨境电子商务零售进口商品清单”范围内。应当以方便消费者认知的方式履行下列提醒告知义务：

（一）相关商品符合原产地有关质量、安全、卫生、环保、标识等标准或技术规范要求，但可能与我国标准存在差异，消费者自行承担相关风险。

（二）直接购自境外的商品可能无中文标签，消费者可通过网站查看商品中文电子标签，以便准确选购。

（三）消费者购买的商品仅限个人自用，不得再次销售。

#### **第十二条（产品质量）**

平台内经营者应当遵守《产品质量法》的规定，确保直播销售的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、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品、伪造产品的产地、伪造或者冒用他人厂名、厂址。

平台内经营者应当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，所销售产品或者其包装上的标识必须真实，并根据国家有关规定规范标注。

#### **第十三条（食品安全）**

平台内经营者应当遵守《食品安全法》的规定，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。

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，应当采取能够保证食品安全的贮存、运输措施，或者委托具备相应贮存、运输能力的企业贮存、配送。

### **第四章 直播营销行为合规要求**

#### **第十四条（坚持正确导向）**

平台内经营者、直播间运营者、主播及主播服务机构开展网络直播营销宣传，应当坚持正确导

向，不得出现下列情形：

- （一）损害国家的尊严或者利益，借党和国家重大活动从事违法违规商业营销宣传；
- （二）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；
- （三）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；
- （四）散布谣言等妨碍社会安定，损害社会公共利益；
- （五）妨碍社会公共秩序，违背社会良好风尚；
- （六）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力或者教唆犯罪的内容；
- （七）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
- （八）含有侮辱、诽谤、恐吓、涉及他人隐私等侵害他人合法权益的内容；
- （九）含有危害未成年人身心健康，以及损害残疾人、老年人合法权益的内容；
- （十）宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品内容，诱导消费者超出合理需求购买商品；
- （十一）法律、行政法规规定禁止的其他不良导向内容。

#### **第十五条（禁止恶意营销）**

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动应当合法合规营利，不得开展恶意营销。不得借未成年人、患病或残障人士、孤寡老人等进行带货牟利，不得编造演绎虚假猎奇剧情进行欺诈销售，不得营造“卖惨”人设博取同情进行商品推广。

#### **第十六条（确保公平竞争）**

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《反不正当竞争法》等的规定，不得实施扰乱市场竞争秩序、损害其他经营者或者消费者合法权益的不正当竞争行为。

直播营销平台、直播间运营者和主播等不得利用服务协议、交易规则以及技术手段，对其他经营者在直播间的交易、交易价格等进行不合理限制或者附加不合理条件，或者向商家收取不合理费用。直播间运营者、主播应当遵循公平诚信原则，谨慎评估直播销售效果，向平台内经营者收取固定推广服务费（“坑位费”）和佣金的，应当规范合理。

直播间运营者和主播不得编造、传播虚假或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

#### **第十七条（不得虚假宣传）**

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《反不正当竞争法》的规定，不得对商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、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，不得出现下列情形：

- （一）虚构交易、编造用户评价；
- （二）采用误导性展示等方式，将好评前置、差评后置，或者不显著区分不同商品或服务的评价，带货商品与实际货品“图文不符”等；
- （三）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销；
- （四）虚构点击量、关注度等流量数据，以及虚构点赞、打赏等交易互动数据。

#### **第十八条（规范广告发布）**

平台内经营者、直播间运营者、主播等在网络直播营销活动中发布广告，应当按照《广告法》的规定严格审核把关，不得出现下列情形：

- （一）发布食品、化妆品、生活美容等商品或服务广告，不得涉及疾病治疗功能，不得使用医疗用语或者易使推销的商品和服务与药品、医疗器械及医疗服务相混淆的用语；
- （二）发布金融投资广告，应当明示风险及责任承担并作合理提示或警示，不得对未来效果、收益等情况作出保证性承诺；
- （三）发布教育培训广告，不得对效果作出明示或者暗示的保证性承诺，不得利用教育机构、受益者等名义或者形象作推荐、证明；
- （四）发布酒类广告，不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒，不得出现饮酒的动作；
- （五）发布房地产广告，房源信息应当真实，不得含有升值或者投资回报的承诺，不得对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件作误导宣传；
- （六）发布农作物种子、种畜禽、水产苗种和种养殖等广告，不得含有表示功效的断言或者保证，不得对经济效益作保证性承诺，不得利用科研单位、用户等名义或者形象作推荐、证明。

广告使用数据、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限的，应当明确表示。

#### **第十九条（明码标价）**

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《价格法》的规定，以消费者方便和有效获悉的形式进行明码标价，公开标示销售商品的品名、价格、计价单位，以及服务收费的服务项目、内容、价格、计价单位。规格、等级、产地等对商品和服务的价格形成有重要影响的因素，应当明确标示。

#### **第二十条（规范促销活动）**

平台内经营者、直播间运营者、主播等开展网络直播营销促销活动时，促销活动有附加条件或者期限的，应当明确公示条件或者期限。促销活动有限量要求的，应当明示促销商品的具体数量，促销商品售完后，应当即时明示。以抽奖、附赠、积分换购等方式进行促销的，应当如实表示有奖

销售信息、赠送物品的品名和数量或者换购的条件，奖品、赠品、换购的商品均应符合质量要求，不得给消费者造成损害。

平台内经营者、直播间运营者、主播等应当努力改进经营管理，降低经营成本，为消费者提供价格合理的商品和服务，并在市场竞争中获取合法利润。采用价格比较方式（如“打折”、“特价”等）开展促销活动的，应当明确标示或者通过其他方便消费者认知的方式表明被比较价格和销售价格，被比较价格应当真实准确，不得虚构“全网最低价”、“历史最低价”作为直播卖点。

### **第二十一条（保护知识产权）**

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《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。

### **第二十二条（保护未成年人）**

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当建立健全未成年人保护机制，利用网络直播推销以不满十四周岁的未成年人为对象的商品或服务，不得劝诱其要求家长购买或者含有可能引发其模仿不安全行为的内容，不得无依据随意冠以“婴幼儿专用”、“儿童专用”等标识进行差异化宣传和高价销售，不得面向未成年人无底线营销含色情、暴力、不良诱导内容的商品或服务，不得含有炫富拜金、奢靡享乐等危害未成年人身心健康的信息。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。

### **第二十三条（保护老年人）**

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当保证涉老产品和服务的质量和安全性，维护老年人合法权益。利用网络直播推销以老年人为对象的商品或服务，不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布“神医”、“神药”等虚假医疗、药品、医疗器械、保健食品广告，不得发布以投资养老、以房养老等名义非法集资或者变相非法集资的违法广告。

### **第二十四条（保障消费者知情权和选择权）**

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《消费者权益保护法》的规定，全面、真实、准确、及时地披露商品或服务信息，保障消费者享有知悉商品或服务的真实情况以及自主选择的权利，不得夸大或隐瞒与消费者有重大利害关系的信息误导消费者。不得谎称“秒光”、“秒杀”虚构库存数据，制造紧俏稀缺的错觉，诱导消费者非理性消费，不得以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导消费者。

### **第二十五条（无理由退货）**

平台内经营者应当依法落实网购商品七日无理由退货机制，及时处理消费者依法提出的修理、

重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，不得故意拖延或者无理拒绝。

## **第二十六条（纠纷处置）**

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当积极协助消费者维护合法权益，建立便捷、有效的投诉、举报和争议在线解决机制，公开投诉举报途径，及时妥善处理消费者对违法违规营销行为的投诉举报。

鼓励直播营销平台建立首问责任、先行赔付、在线纠纷解决等消费者权益争议快速处置制度，并公开先行赔付资金的使用细则或者说明。

## **第二十七条（损害赔偿）**

平台内经营者销售商品或者提供服务造成消费者损害的，应当按照《消费者权益保护法》的规定承担经营者责任。直播营销平台以网络直播营销形式开展自营业务销售商品的，承担经营者责任。

直播间运营者知道或者应当知道平台内经营者提供的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，仍为其推广，给消费者造成损害，直播间运营者与提供该商品的平台内经营者承担连带责任。

直播营销平台知道或者应当知道直播间运营者销售的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施，直播营销平台与直播间运营者承担连带责任。

直播间运营者销售商品损害消费者合法权益，直播营销平台不能提供直播间运营者的真实姓名、名称、地址和有效联系方式的，消费者可以依法向直播营销平台请求赔偿。

## **第五章 附 则**

### **第二十八条（处罚实施）**

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者、主播、主播服务机构违反法律、行政法规规定的，由有关部门依法进行查处。

### **第二十九条（指引解释）**

本指引由上海市市场监督管理局负责解释，自发布之日起实施。

# 湖北省市场监督管理局关于发布《湖北省平台经济领域经营者反垄断合规指引》的公告

## 湖北省市场监督管理局公告（2023）13号

为引导我省平台经济领域经营者加强反垄断合规管理,维护公平竞争市场环境,促进平台经济规范健康持续发展,湖北省市场监督管理局制定了《湖北省平台经济领域经营者反垄断合规指引》,现予以公告。

湖北省市场监督管理局

2023年11月24日

### 湖北省平台经济领域经营者反垄断合规指引

#### 第一章 总则

##### 第一条 目的与依据

为了更好引导本省平台经济领域经营者依法从事生产经营活动,强化平台企业反垄断合规管理,防范反垄断合规风险,促进平台经济规范健康持续发展,维护消费者利益和社会公共利益,根据《中华人民共和国反垄断法》(以下简称《反垄断法》)等法律法规规章规定,结合本省实际,制定本指引。

##### 第二条 适用范围

本指引作为平台经济领域反垄断合规管理的指导建议,适用于本省行政区域内的各类平台经济领域经营者、行业协会。

在本省行政区域内从事经营活动但注册地在其他省(自治区、直辖市)的平台经济领域经营者,可参照本指引制定反垄断合规制度,加强反垄断合规风险管控。

##### 第三条 相关概念

(一)平台。本指引所称平台为互联网平台,是指通过网络信息技术,使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互,以此共同创造价值的商业组织形态。

(二)平台经济领域经营者。本指引所称平台经济领域经营者,包括平台经营者、平台内经营者以及其他参与平台经济的经营者。

(三)平台经营者。本指引所称平台经营者,是指向自然人、法人、非法人组织以及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者。

(四)平台内经营者。本指引所称平台内经营者,是指在互联网平台内提供商品或者服务(以下统

称商品)的经营者。

(五)反垄断合规。本指引所称反垄断合规,是指平台经济领域经营者及其员工的经营管理行为符合《反垄断法》等法律、法规、规章及其他规范性文件(以下简称《反垄断法》相关规定)的要求。

(六)反垄断合规风险。本指引所称反垄断合规风险,是指平台经济领域经营者及其员工因反垄断不合规行为,引发法律责任、造成经济或者声誉损失以及其他负面影响的风险。

(七)反垄断合规管理。本指引所称反垄断合规管理,是指以预防和降低反垄断合规风险为目的,以平台经济领域经营者经营管理行为为对象,开展包括制度制定、风险识别、风险应对、考核评价、合规培训等管理活动。

(八)行业协会。本指引所称行业协会为平台经济领域行业协会,是指由平台经济领域经济组织和个人组成,行使行业服务和自律管理职能的各种协会、学会、商会、联合会、促进会等社会团体法人。

行业协会主要由具有竞争关系的经营者组成,也可能包括上下游经营者,或者具有其他业务联系的经营者。

#### **第四条 反垄断合规倡导**

平台经济领域经营者应当依法经营、诚实守信、自觉树立公平竞争理念,培育和弘扬良好的合规文化,避免违反《反垄断法》相关规定。

## **第二章 合规风险提示**

#### **第五条 垄断协议**

平台经营者不得组织或者协调平台内经营者达成垄断协议,在经营管理过程中应当注意防范与其他具有竞争关系的平台经营者或者交易相对人达成垄断协议。

垄断协议是指经营者排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。

协议、决定可以是书面、口头等形式。其他协同行为是指平台经济领域经营者虽未明确订立协议或者决定,但通过数据、算法、平台规则或者其他方式实质上存在协调一致的行为。有关经营者基于独立意思表示所作出的价格跟随等平行行为除外。

#### **第六条 识别竞争关系**

如果两个或者两个以上的经营者处于同一地域市场,在行业性质、经营范围上相同或者相似,提供具有可替代性的商品,并具有相同或者类似的目标客户,该类经营者可能被认定为具有竞争关系,包括处于同一相关市场进行竞争的实际经营者和可能进入相关市场进行竞争的潜在经营者。识别竞争关系应充分考虑平台经济下相关商品的特点,包括功能的多元性和交叉性。

#### **第七条 横向垄断协议风险提示**



横向垄断协议,通常被视为严重的排除、限制竞争行为,是平台经济领域经营者面临的主要合规风险,也是合规管理的防控重点。

根据《反垄断法》第十七条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第六条、《禁止垄断协议规定》第八条至第十三条等规定,具有竞争关系的平台经济领域经营者不得利用技术手段、平台规则、数据和算法等方式达成下列横向垄断协议:

(一)固定或者变更商品价格水平、价格变动幅度和区间、利润水平或者约定折扣、补贴、优惠、保证金和手续费等其他价格因素;约定采用据以计算价格的标准公式、算法、平台规则等;限制参与协议的经营者的自主定价权;

(二)以限制商品投放量、流量资源等方式限制商品的销售数量,或者限制特定品种、型号商品的销售数量;

(三)划定商品、数据、技术和服务等销售地域、市场份额、销售对象、销售收入、销售利润或者销售商品的种类、数量、时间;

(四)限制购买、使用新技术、新工艺;限制购买、租赁、使用新设备、新产品;限制投资、研发新技术、新工艺、新产品;拒绝使用新技术、新工艺、新设备、新产品;

(五)联合拒绝向特定经营者供应或者销售商品;联合拒绝采购或者销售特定经营者的商品;联合限定特定经营者不得与其具有竞争关系的经营者进行交易;

(六)国务院反垄断执法机构认定的其他横向垄断协议。

此处所称价格,包括但不限于商品价格以及经营者收取的佣金、手续费、会员费、推广费等服务收费。

## **第八条 防范横向垄断协议的风险**

为避免达成、实施《反垄断法》规定的横向垄断协议,具有竞争关系的平台经济领域经营者在经营过程中应当注意以下行为:

(一)不得与具有竞争关系的平台经济领域经营者,以书面、口头等任何形式达成任何垄断协议或者达成含有《反垄断法》第十七条规定的垄断性条款,或虽未明确订立协议或者决定,但利用数据和算法、技术以及平台规则等,通过意思联络、交换敏感信息、行为协调一致等方式,实现实质上协调一致的行为;

(二)与具有竞争关系的平台经济领域经营者参加行业会议或者竞争者发起的会议前,应要求主办方提供相关议程及内容,事先咨询反垄断合规专业人员是否存在违法风险;

(三)避免通过全权业务委托、借助第三方经营者的协调和组织等形式,实施固定商品价格、限制商品数量、分割市场等行为;

(四)对价格、成本、数量、库存量、交易条件、交易对象、销售市场、限制新技术新产品等与竞争有关的敏感信息交换保持高度警惕,避免以书信、电子邮件、电话、短信、即时通讯平台、会议、共享数据池、平台或数据互操作协议等方式,与具有竞争关系的平台经济领域经营者交换上述敏感信息;

(五)当竞争者之间交换上述敏感信息时,应明示拒绝参与并即时避开,并做好关于反对并离席的明确且完整的会议记录;

(六)平台经济领域经营者或第三方不得利用平台交换价格、销量、成本、客户等敏感信息;

(七)不得以公告、发布新闻或者以行业协会名义召开会议等方式,促使竞争者达成价格、产量的协同或竞争敏感信息的交换;

(八)不得要求其他经营者一起对特定经营者进行联合抵制,如拒绝供货、拒绝购买等;

(九)避免其他可能达成、实施横向垄断协议的行为。

#### **第九条**纵向垄断协议风险提示

根据《反垄断法》第十八条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第七条、《禁止垄断协议规定》第十四条与第十五条等规定,平台经济领域经营者与交易相对人不得利用技术手段、平台规则、数据和算法等方式达成下列纵向垄断协议:

(一)固定向第三人转售商品的价格水平、价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用;

(二)限定向第三人转售商品的最低价格,或者通过限定价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用限定向第三人转售商品的最低价格;

(三)国务院反垄断执法机构认定的其他纵向垄断协议。

对前款规定的协议,平台经济领域经营者能够证明其不具有排除、限制竞争效果的,不予禁止。

无正当理由,平台经济领域经营者要求平台内经营者在商品价格、数量等方面提供等于或优于其他竞争性平台的行为可能构成垄断协议,也可能构成滥用市场支配地位行为。

平台经营者与平台内经营者在合作协议、入驻协议以及其他正式或者非正式的业务沟通过程中,应特别注意避免上述行为。

#### **第十条**不同销售模式的风险提示

平台经济领域经营者应当基于不同的销售模式(交易相对人是否为独立的转售环节),作出相应的商业安排:

(一)交易相对人为独立转售环节的,平台经济领域经营者不得违法实施转售价格限制等纵向垄断协议行为;

(二)交易相对人为经营者的代理人的,平台经济领域经营者实施转售价格限制等行为,一般不视为纵向垄断协议。代理人的判断主要以是否承担实质商业风险为标准。

### **第十一条** 防范纵向垄断协议的风险

纵向垄断协议分为纵向价格垄断协议和纵向非价格垄断协议。

#### (一)纵向价格垄断协议

为避免达成、实施《反垄断法》规定的纵向价格垄断协议,具有一定市场力量、不符合国务院反垄断执法机构规定标准的平台经济领域经营者在经营过程中应当注意:

1. 禁止通过协议、商务政策、通知、平台规则、基于技术手段的自动化定价、数据和算法等直接或间接形式,对价格水平、价格变动幅度、利润或折扣进行直接或间接的限定,限制交易相对人的转售价格或者设定最低销售价格;

2. 禁止将实际转售价格作为交易相对人的考核指标,变相限制转售价格;

3. 禁止通过取消优惠、搜索降权、流量限制甚至解除协议等惩戒措施惩罚违反转售价格限制的交易相对人;

4. 禁止通过返利、折扣、补贴、流量资源支持等激励方式诱导交易对象遵守转售价格限制;

5. 禁止形式上以“建议价”或者“指导价”为名,实质上以折让、回馈、固定利润率等方式要求,或者以减少供货数量、调整供货品种、延迟或者取消供货等方式,间接迫使经销商维持转售价格;

6. 平台经济领域经营者可以对交易相对人的经营活动进行必要管理和监测,但须把握好合理边界,尽量避免要求交易相对人提前报备经销价格、活动价格等,尽量避免收集交易相对人的转售价格信息,尽量避免在交易相对人之间共享价格信息;

7. 加强对员工职务行为的监督与管理,禁止将交易相对人是否遵守转售价格要求作为员工的考核因素,防止因员工对交易相对人的转售价格限制等不当职务行为带来合规风险;

8. 避免其他可能达成、实施纵向价格垄断协议的行为。

#### (二)纵向非价格垄断协议

为避免达成、实施《反垄断法》规定的纵向非价格垄断协议,具有一定市场力量、不符合国务院反垄断执法机构规定标准的平台经济领域经营者在经营过程中应当注意:

1. 禁止利用技术手段、平台规则、数据和算法等方式限定其他交易条件,排除、限制市场竞争;

2. 对限制平台内经营者或合作方在其他竞争性平台销售商品或展示作品的行为保持警惕;

3. 对于控制交易相对人销售渠道与促销活动内容,特别是划分经销商销售区域或者销售对象的行为保持警惕;

4. 对于控制交易相对人广告发布渠道的行为保持警惕;

5. 对签订具有长期排他性条款的协议、包含排他性条款的知识产权许可协议以及涉及标准的协议应当保持警惕。

## **第十二条** 组织、帮助达成垄断协议风险提示

根据《反垄断法》第十九条规定,经营者不得组织其他经营者达成垄断协议或者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助。

《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第八条规定,具有竞争关系的平台内经营者可能借助与平台经营者之间的纵向关系,或者由平台经营者组织、协调,达成具有横向垄断协议效果的轴辐协议。

根据《禁止垄断协议规定》第十八条规定,《反垄断法》第十九条规定的经营者组织其他经营者达成垄断协议,包括下列情形:

(一)经营者不属于垄断协议的协议方,在垄断协议达成或者实施过程中,对协议的主体范围、主要内容、履行条件等具有决定性或者主导作用;

(二)经营者与多个交易相对人签订协议,使具有竞争关系的交易相对人之间通过该经营者进行意思联络或者信息交流,达成垄断协议;

(三)通过其他方式组织其他经营者达成垄断协议。

《反垄断法》第十九条规定的经营者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助,包括提供必要的支持、创造关键性的便利条件,或者其他重要帮助。

## **第十三条** 防范组织、帮助达成垄断协议的风险

为避免《反垄断法》第十九条规定的组织、帮助达成垄断协议,平台经济领域经营者在经营过程中应当注意以下行为:

### **(一)** 避免组织达成或实施垄断协议

1. 当平台经济领域经营者不属于垄断协议的协议方时,平台经济领域经营者仍应避免在垄断协议达成或者实施过程中,通过技术、数据、算法和平台规则,对协议的主体范围、主要内容、履行条件起决定性或主导作用;

2. 平台经济领域经营者在与多个交易相对人签订协议时,应避免为具有竞争关系的交易相对人提供达成或实施垄断协议所需的意思联络、信息交流的渠道。

### **(二)** 避免帮助达成或实施垄断协议

平台经济领域经营者应避免为其他经营者达成或者实施垄断协议提供实质性帮助。

## **第十四条** 行业协会的行为守则

行业协会应当加强行业自律,引导本行业的经营者依法竞争,合规经营,维护市场竞争秩序。

行业协会不得违反《反垄断法》的规定,从事排除、限制竞争行为。

(一)禁止制定、发布含有排除、限制竞争内容的行业协会章程、规则、决定、通知、意见、标准、自律公约等;

(二)禁止召集、组织或者推动本行业的经营者以书面、口头等形式达成含有排除、限制竞争内容的协议、决议、纪要、备忘录等;

(三)禁止召集、组织、推动经营者虽未订立协议或者决定,但达成排除、限制竞争的协调一致行为;

(四)禁止采取设置入会要求、没收保证金、设定违约金、限制会员权益、取消会员资格、通报批评、联合抵制、暂停经营活动等惩戒措施,强迫经营者实施垄断协议;

(五)禁止采取将垄断协议实施情况与会员奖评优先挂钩等激励措施,引导经营者实施垄断协议;

(六)禁止行业协会自身或者通过第三方机构对经营者实施垄断协议情况进行监督监测;

(七)禁止采取搭建平台、设立专班、建立协调机制等保障措施,为经营者实施垄断协议提供便利性条件;

(八)避免为本行业的经营者达成、实施垄断协议提供便利性条件,包括:不得推动本行业的经营者交换、讨论竞争性敏感信息或者通报竞争性敏感信息,例如通过会议、即时通讯、共享数据池、开放应用程序接口等任何形式组织协会会员交换价格等敏感信息;不得发布行业内指导价、基准价、参考价、推荐价、预测价等具有引导性的价格,或者制定供本行业经营者参考的价格计算公式;不得发布不实或者夸大的成本趋势、供求状况等市场行情信息;

(九)及时制止会员以行业协会为平台相互交流、商讨价格等敏感信息,及时采取告诫、行业内通报、公开谴责等手段对会员违反《反垄断法》相关规定的行为予以制止,必要时向反垄断执法机构反映。

### **第十五条 滥用市场支配地位风险提示**

根据《反垄断法》第二十二条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十二条至第十七条、《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十四条至第十九条的相关规定,具有市场支配地位的经营者不得从事下列滥用市场支配地位的行为:

(一)以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品;

(二)没有正当理由,以低于成本的价格销售商品;

(三)没有正当理由,拒绝与交易相对人进行交易;

(四)没有正当理由,限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易;

(五)没有正当理由搭售商品,或者在交易时附加其他不合理的交易条件;

(六)没有正当理由,对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇;

(七)国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。

具有市场支配地位的经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等从事前款规定的滥用市场支配地位的行为。

平台经济领域经营者通过公平竞争、特许经营、专营专卖等方式形成的市场支配地位不具有违法性,但是滥用该市场支配地位可能会引发违法风险。

#### **第十六条** 市场支配地位的评估

评估平台经济领域经营者是否具有市场支配地位时,应根据《反垄断法》第二十三条、第二十四条、《禁止滥用市场支配地位行为规定》第七条至第十三条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十一条等规定,结合平台经济的特点,具体考虑以下因素:

(一)平台经济领域经营者在相关市场的市场份额,以及相关市场的竞争状况。确定平台经济领域经营者市场份额,可以考虑交易金额、交易数量、销售额、活跃用户数、点击量、使用时长或者其他指标在相关市场所占比重,同时考虑该市场份额持续的时间。分析相关市场竞争状况,可以考虑相关平台市场的发展状况、现有竞争者数量和市场份额、平台竞争特点、平台差异程度、规模经济、潜在竞争者情况、创新和技术变化等;

(二)平台经济领域经营者控制市场的能力。可以考虑经营者控制上下游市场或者其他关联市场的能力,阻碍、影响其他经营者进入相关市场的能力,相关平台经营模式、网络效应,以及影响或者决定价格、流量或者其他交易条件的能力等;

(三)平台经济领域经营者的财力和技术条件。可以考虑该经营者的投资者情况、资产规模、资本来源、盈利能力、融资能力、技术创新和应用能力、拥有的知识产权、掌握和处理相关数据的能力,以及该财力和技术条件能够以何种程度促进该经营者业务扩张或者巩固、维持市场地位等;

(四)其他经营者对该平台经济领域经营者在交易上的依赖程度。可以考虑其他经营者与该经营者的交易关系、交易量、交易持续时间,锁定效应、用户黏性,以及其他经营者转向其他平台的可能性及转换成本等;

(五)其他经营者进入相关市场的难易程度。可以考虑市场准入、平台规模效应、资金投入规模、技术壁垒、用户多栖性、用户转换成本、数据获取的难易程度、用户习惯等;

(六)与认定该经营者市场支配地位有关的其他因素。

根据《反垄断法》第二十二条规定,如果经营者在相关市场内能够控制商品价格、数量或者其他交易条件,或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场,可能具有市场支配地位。

根据《反垄断法》第二十四条规定,如果一个经营者在相关市场中的市场份额达到二分之一,或

者两个经营者市场份额合计达到三分之二且均不低于十分之一,或者三个经营者市场份额合计达到四分之三且均不低于十分之一时,经营者通常会被推定为具有市场支配地位。

被推定具有市场支配地位的经营者,有证据证明不具有市场支配地位的,不应当认定其具有市场支配地位。

经营者在对外宣传以及内部文件、报告中关于自身市场地位等信息的夸大性陈述或者误导性宣传,可能会引起反垄断举报或者诉讼风险,经营者应当予以注意并避免为之。

### **第十七条 防范滥用市场支配地位风险**

如果平台经济领域经营者具有市场支配地位,则应当对自身经营策略给予充分关注,谨慎考量交易价格、交易条件、交易对象等方面的商业安排,以防范滥用市场支配地位的违法风险。

#### **(一) 不公平价格行为**

根据《反垄断法》第二十二条规定,具有市场支配地位的平台经济领域经营者不得实施以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品,尤其要避免短期内大幅度提价或者压价行为。

根据《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十四条和《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十二条规定,分析是否构成不公平价格行为,可以考虑以下因素:

1. 该价格是否明显高于或者明显低于其他同类业务经营者在相同或者相似市场条件下同种商品或者可比较商品的价格;

2. 该价格是否明显高于或者明显低于该平台经济领域经营者在其他相同或者相似市场条件下同种商品或者可比较商品的价格;

3. 在成本基本稳定的情况下,该平台经济领域经营者是否超过正常幅度提高销售价格或者降低购买价格;

4. 该平台经济领域经营者销售商品提价幅度是否明显高于成本增长幅度,或者采购商品降价幅度是否明显低于成本降低幅度。

涉及平台经济领域,可以考虑平台多边市场中各相关市场之间的成本关联情况及其合理性。认定市场条件相同或者相似,应当考虑经营模式、销售渠道、供求状况、监管环境、交易环节、成本结构、交易情况、平台类型等因素。

#### **(二) 低于成本销售**

根据《反垄断法》第二十二条、《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十五条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十三条规定,具有市场支配地位的平台经济领域经营者无正当理由不得以低于成本的价格销售商品,排除、限制市场竞争。

分析是否构成低于成本销售时,一般重点考虑平台经济领域经营者是否以低于成本的价格排挤

具有竞争关系的其他经营者,以及是否可能在将其他经营者排挤出市场后,提高价格获取不当利益、损害市场公平竞争和消费者合法权益等情况。

在选择成本标准时,应当重点考虑价格是否低于平均可变成本。平均可变成本是指随着生产的商品数量变化而变动的每单位成本。在计算成本时,一般需要综合考虑平台涉及多边市场中各相关市场之间的成本关联情况。除非平台经济领域经营者能够证明低于成本销售具有以下正当理由:

1. 降价处理鲜活商品、季节性商品、有效期限即将到期的商品或者积压商品的;
2. 因清偿债务、转产、歇业降价销售商品的;
3. 在合理期限内为发展平台内其他业务;
4. 在合理期限内为促进新商品进入市场;
5. 在合理期限内为吸引新用户;
6. 在合理期限内开展促销活动;
7. 能够证明行为具有正当性的其他理由。

平台经济领域经营者为商品或服务设定低于成本价的商业安排,应事先咨询反垄断合规专业人员是否存在违法风险。

### (三)拒绝交易

根据《反垄断法》第二十二条、《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十六条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十四条规定,具有市场支配地位的平台经济领域经营者在经营过程中应当注意,不得在无正当理由的情形下,通过以下形式实施拒绝交易,排除、限制市场竞争:

1. 实质性削减与交易相对人的现有交易数量;
2. 停止、拖延、中断与交易相对人的现有交易;
3. 拒绝与交易相对人开展新的交易;
4. 在平台规则、算法、技术、流量分配等方面设置不合理的限制和障碍,使交易相对人难以开展交易;
5. 控制平台经济领域必需设施的经营者拒绝与交易相对人以合理条件进行交易。

平台经济领域经营者可以根据以下因素对相关平台是否构成必需设施进行自我评估,一般需要综合考虑该平台市场份额、用户数量、占有数据情况、其他平台的可替代性、是否存在潜在可用平台、发展竞争性平台的可行性、交易相对人对该平台的依赖程度、开放平台对该平台经营者可能造成的影响等因素。

平台经济领域经营者实施前款所述行为,除非能证明具有以下正当理由,否则可能引发反垄断



合规风险：

1. 因不可抗力等原因无法进行交易；
2. 因交易相对人原因，影响交易安全；
3. 与交易相对人交易将使平台经济领域经营者利益发生不当减损；
4. 交易相对人明确表示或者实际不遵守公平、合理、无歧视的平台规则；
5. 能够证明行为具有正当性的其他理由。

#### （四）限定交易

根据《反垄断法》第二十二条、《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十七条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十五条规定，具有市场支配地位的平台经济领域经营者在经营过程中应当注意，不得在无正当理由的情形下，通过以下形式实施限定交易，排除、限制市场竞争：

1. 要求平台内经营者在竞争性平台间进行“二选一”，或者限定交易相对人与其进行独家交易的其他行为；
2. 限定交易相对人只能与其指定的经营者进行交易，或者通过其指定渠道等限定方式进行交易；
3. 限定交易相对人不得与特定经营者进行交易。

平台经济领域经营者在经营过程中，应对以下两种商业安排保持警惕：

1. 平台经营者无正当理由通过屏蔽店铺、搜索降权、流量限制、技术障碍、扣取保证金等惩罚性措施实施的限制，因对市场竞争和消费者利益产生直接损害，一般可以认定构成限定交易行为；
2. 平台经营者通过补贴、折扣、优惠、流量资源支持等激励性方式实施的限制，可能对平台内经营者、消费者利益和社会整体福利具有一定积极效果，如果有证据证明对市场竞争产生明显的排除、限制影响，也可能被认定构成限定交易行为。

从事上述限定交易行为可以是直接限定，也可以是采取惩罚性或者激励性措施等方式变相限定。

平台经济领域经营者实施前款所述行为，除非能证明具有以下正当理由，否则可能引发反垄断合规风险：

1. 为保护交易相对人和消费者利益所必需；
2. 为满足产品安全要求所必需；
3. 为保护知识产权、商业秘密或者数据安全所必需；
4. 为保护针对交易进行的特定资源投入所必需；
5. 为维护平台合理的经营模式所必需；
6. 能够证明行为具有正当性的其他理由。

#### (五)搭售或者附加不合理交易条件

根据《反垄断法》第二十二条、《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十八条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十六条规定,具有市场支配地位的平台经济领域经营者在经营过程中应当注意,不得在无正当理由的情形下,通过以下形式实施搭售或者附加不合理交易条件,排除、限制市场竞争:

1. 违背交易惯例、消费习惯或者无视商品的功能,利用格式条款、弹窗、操作必经步骤等交易相对人难以选择、更改、拒绝的方式,将不同商品进行捆绑销售;

2. 以搜索降权、流量限制、技术障碍等惩罚性措施,强制交易相对人接受其他商品;

3. 对交易条件和方式、服务提供方式、付款方式和手段、售后保障等附加不合理限制;

4. 在交易价格之外额外收取不合理费用;

5. 强制收集非必要用户信息或者附加与交易标的无关的交易条件、交易流程、服务项目。

平台经济领域经营者实施前款所述行为,除非能证明具有以下正当理由,否则可能引发反垄断合规风险:

1. 符合正当的行业惯例和交易习惯;

2. 为满足产品安全要求所必需;

3. 为实现特定技术所必需;

4. 为保护交易相对人和消费者利益所必需;

5. 为提升商品使用价值或者效率所必需;

6. 能够证明行为具有正当性的其他理由。

#### (六)差别待遇

根据《反垄断法》第二十二条、《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十九条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十七条规定,具有市场支配地位的平台经济领域经营者在经营过程中应当注意,不得在无正当理由的情形下,通过以下形式对交易条件相同的交易相对人实施差别待遇,排除、限制市场竞争:

1. 基于大数据和算法,根据交易相对人的支付能力、消费偏好、使用习惯等,实行差异性交易价格或者其他交易条件;

2. 实行差异性标准、规则、算法;

3. 实行差异性付款条件和交易方式。

条件相同是指交易相对人之间在交易安全、交易成本、信用状况、所处交易环节、交易持续时间等方面不存在实质性影响交易的差别。平台经济领域经营者在交易中获取的交易相对人的交易数

据、个体偏好、消费习惯等方面存在的差异不影响认定交易相对人条件相同。

平台经济领域经营者实施前款所述行为,除非能证明具有以下正当理由,否则可能引发反垄断合规风险:

1. 根据交易相对人实际需求且符合正当的交易习惯和行业惯例,实行不同交易条件;
2. 针对新用户在合理期限内开展的优惠活动;
3. 基于平台公平、合理、无歧视的平台规则实施的随机性交易;
4. 能够证明行为具有正当性的其他理由。

#### **第十八条**依法进行经营者集中申报

经营者集中是指经营者合并、通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权、通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响的情形。

经营者可以通过公平竞争、自愿联合,依法实施集中,扩大经营规模,提高市场竞争能力。但实施具有或者可能具有排除、限制竞争效果的集中可能会使得相关市场中出现经济力量过于集中的情况,从而对市场竞争造成损害。

根据《国务院关于经营者集中申报标准的规定》,经营者集中达到标准的,经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报,未申报的不得实施集中。

#### **第十九条**防范违法实施经营者集中风险

经营者对外开展并购交易时,应当主动评估是否触发经营者集中申报义务。

根据《反垄断法》第二十六条规定,经营者集中未达国务院规定的申报标准,但有证据证明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的,国务院反垄断执法机构可以要求经营者申报。鼓励经营者主动对其集中行为是否具有排除、限制竞争效果进行自我评价。根据《经营者集中审查规定》第三十一条至第三十八条、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第二十条规定,自我评估的考量因素如下:

##### **(一)**参与集中的经营者在相关市场的市场份额及其对市场的控制力

计算平台经济领域经营者的市场份额,除以营业额为指标外,还可以考虑采用交易金额、交易数量、活跃用户数、点击量、使用时长或者其他指标在相关市场所占比重,并可以视情况对较长时间段内的市场份额进行综合评估,判断其动态变化趋势。

评估平台经济领域经营者的市场控制力,可以考虑经营者是否对关键性、稀缺性资源拥有独占权利以及该独占权利持续时间,平台用户黏性、多栖性,经营者掌握和处理数据的能力,对数据接口的控制能力,向其他市场渗透或者扩展的能力,经营者的盈利能力及利润率水平,技术创新的频率和速度、商品的生命周期、是否存在或者可能出现颠覆性创新等。

## (二)相关市场的市场集中度

可以考虑相关平台市场的发展状况、现有竞争者数量 and 市场份额等。

## (三)经营者集中对市场进入、技术进步的影响

评估集中对市场进入的影响,可以考虑市场准入情况,经营者获得技术、知识产权、数据、渠道、用户等必要资源和必需设施的难度,进入相关市场需要的资金投入规模,用户在费用、数据迁移、谈判、学习、搜索等各方面的转换成本,并考虑进入的可能性、及时性和充分性。

评估集中对技术进步的影响,可以考虑现有市场竞争者在技术和商业模式等创新方面的竞争,对经营者创新动机和能力的影响,对初创企业、新兴平台的收购是否会影响创新。

## (四)经营者集中对消费者和其他有关经营者的影响

评估经营者集中对消费者的影响,可以考虑集中后经营者是否有能力和动机以提高商品价格、降低商品质量、减少商品多样性、损害消费者选择能力和范围、区别对待不同消费者群体、不恰当地使用消费者数据、降低隐私保护水平等方式损害消费者利益。

评估经营者集中对其他有关经营者的影响,可以考虑经营者集中对同一相关市场、上下游市场或者关联市场经营者的市场进入、交易机会等竞争条件的影响。

## (五)经营者集中对国民经济发展的影响

评估经营者集中对国民经济发展的影响,可以考虑经营者集中对经济效率、经营规模及其对相关行业发展等方面的影响。

此外,评估经营者集中的竞争影响,还可以综合考虑集中对公共利益的影响、参与集中的经营者是否为濒临破产的企业等因素。

对涉及双边或者多边平台的经营者集中,平台经济领域经营者可能需要综合考虑平台的双边或者多边业务,以及经营者从事的其他业务,并对直接和间接网络外部性进行评估。

平台经济领域经营者需要特别注意,涉及协议控制(VIE)架构的经营者集中属于经营者集中反垄断审查范围。

经营者集中未达到国务院规定的申报标准,但具有或者可能具有排除、限制竞争的效果,建议经营者向国家市场监督管理总局主动申报。

国务院反垄断执法机构未作出决定时,平台经济领域经营者不得实施集中。平台经济领域经营者应当遵守反垄断执法机构依法作出的经营者集中审查决定。

## **第二十条**行政垄断的特殊注意

经营者不得接受行政命令而达成垄断协议或者滥用市场支配地位。对于行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织提出的达成实施垄断协议或者滥用市场支配地位的要求,应当

予以拒绝,并可以向反垄断执法机构举报。

经营者不得为达成实施垄断协议或者滥用市场支配地位而采取游说、利诱等手段使行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织对其违法行为予以帮助、放纵、包庇等。

经营者不得与行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织通过签订合作协议、备忘录等方式,获得不合理的优待,排除、限制竞争。

### **第二十一条 境外反垄断风险提示**

本省平台经济领域经营者及其员工在境外从事业务经营或者其业务活动可能对境外市场产生影响时,应当遵守相关国家或者地区的反垄断法律、法规、规则和反垄断指南等要求。平台经济领域经营者应积极了解投资贸易目标国家(地区)的反垄断法规定,并随时配合更新自身反垄断合规制度。同时,本省平台经济领域经营者及其员工在境外从事业务经营时,仍应遵守《反垄断法》相关规定。

## **第三章 合规管理制度与运行**

### **第二十二条 建立反垄断合规管理制度**

平台经济领域建立并有效执行反垄断合规管理制度,有助于提高经营管理水平,避免引发合规风险,树立依法经营的良好形象。

(一)平台经济领域经营者可以根据业务状况、规模大小、行业特性等,建立反垄断合规管理制度,或者在现有合规管理制度中开展反垄断合规管理专项工作。

(二)平台经济领域经营者应建立权责清晰的合规治理结构,在决策、管理、执行三个层级上划分相应的合规管理责任,提高经营管理水平,避免引发合规风险,树立依法经营的良好形象。

(三)注册地在其他省(自治区、直辖市)的平台经济领域经营者,应对在本省行政区域内从事经营活动的子公司和分支机构加强反垄断合规风险管控。

### **第二十三条 反垄断合规承诺**

鼓励平台经济领域经营者的高级管理人员作出并履行明确、公开的反垄断合规承诺。鼓励其他员工作出并履行相应的反垄断合规承诺。

平台经济领域经营者可以在管理制度中明确有关人员违反承诺的后果。

鼓励平台经营者督促平台内经营者知悉并承诺遵守反垄断合规制度。

平台经营者可以在企业内部相关管理制度中明确有关人员违反反垄断合规承诺的后果。

### **第二十四条 反垄断合规审查机制**

鼓励平台经济领域经营者健全合规审查机制,将反垄断合规审查作为商业决策、合同签订、交易计划、项目运营等经营管理行为的必经程序,及时修改不合规的内容。

鼓励具备条件的平台经济领域经营者建立反垄断合规管理部门,或者将反垄断合规管理纳入现

有合规管理体系;明确合规工作职责和负责人,完善反垄断合规咨询、合规检查、合规汇报、合规培训、合规考核等内部机制,降低经营者及员工的合规风险。反垄断合规管理部门及其负责人应当具备足够的独立性和权威性,可以有效实施反垄断合规管理。

平台经济领域经营者可根据业务性质、地域范围、监管要求等设置相应的反垄断合规负责人。可结合实际任命专职的反垄断合规负责人,也可由法律事务负责人或风险防控负责人等担任反垄断合规负责人。必要时,可以聘请外部律师协助开展反垄断合规审查,出具审查意见。

#### **第二十五条 反垄断合规报告与咨询**

鼓励平台经济领域经营者全面、有效开展反垄断合规管理工作,防范合规风险。经营者可以向反垄断执法机构书面报告反垄断合规管理制度及实施效果。

鼓励平台经济领域经营者在作出可能影响公平竞争的重大经营行为、商业决策前,向反垄断执法机构或者外部律师咨询,接受指导。

#### **第二十六条 合规风险识别评估**

平台经济领域经营者可以根据自身规模、所处行业特性、市场情况、《反垄断法》相关规定及执法环境,全面识别和梳理经营管理活动中存在的合规风险,定期分析和评估合规风险发生的可能性、影响程度、潜在后果等,并对合规风险进行分级。

#### **第二十七条 重点人员的合规提醒**

平台经济领域经营者可以根据不同职位、级别和工作范围的员工面临不同的合规风险,对员工开展风险测评和风险提醒工作,重点做好下列反垄断合规高风险人员的合规管理,提高风险防控的针对性和有效性,降低员工的违法风险:

- (一)高级管理人员;
- (二)业务部门的管理人员;
- (三)与同行竞争者存在密切接触的人员,如销售、市场、采购部门的人员;
- (四)知晓企业商业计划、价格等敏感信息的人员;
- (五)曾在具有竞争关系的企业工作并知晓敏感信息的人员,负责企业并购项目的人员;
- (六)其他反垄断合规高风险人员。

#### **第二十八条 内部举报**

平台经济领域经营者可以采取适当的形式明确内部反垄断合规举报政策,畅通举报渠道,以便于及时发现合规风险。

#### **第二十九条 合规培训**

建议平台经济领域经营者定期开展反垄断合规培训,帮助和督促员工了解并遵守《反垄断法》相

关规定,增强员工的反垄断合规意识。

### **第三十条 合规奖惩**

鼓励平台经济领域经营者建立健全对员工反垄断合规行为的考核及奖惩机制,将反垄断合规考核结果作为员工及其所属部门绩效考核的重要依据,对违规行为进行处罚,提高员工遵守《反垄断法》相关规定的激励。

## **第四章 反垄断执法调查的配合**

### **第三十一条 反垄断外部风险应对机制**

平台经济领域经营者在经营过程中,可能因实施垄断行为面临反垄断执法调查,也可能因其他经营者实施垄断行为损害自身权益,建议经营者建立健全外部风险应对机制,对可能发生的违法风险、已经发生的违法不利后果采取恰当的应对处置措施。

### **第三十二条 积极配合反垄断调查**

面对反垄断执法调查,平台经济领域经营者应当采取积极、合法、有效的应对举措,避免因应对不力造成更大的损失。

根据《经营者反垄断合规指南》第十七条规定,平台经济领域经营者及员工应当配合反垄断执法机构依法对涉嫌垄断行为的调查,如实提供反垄断执法机构要求提交的证据材料,避免以下拒绝或者阻碍调查的行为:

- (一)拒绝、阻碍执法人员进入经营场所;
- (二)拒绝提供相关文件资料、信息或者其获取权限;
- (三)拒绝回答问题;
- (四)隐匿、销毁、转移证据;
- (五)提供误导性信息或者虚假信息;
- (六)其他拒绝、阻碍反垄断调查的行为。

经营者及员工在反垄断执法机构采取未预先通知的突击调查中应当全面配合执法人员。

### **第三十三条 及时停止违法行为**

反垄断执法机构已经立案并启动调查程序时,建议平台经济领域经营者立即停止实施相关行为,主动向反垄断执法机构报告,积极配合反垄断执法机构依法履行职责。

### **第三十四条 豁免的一般规定**

根据《反垄断法》第二十条规定,经营者能够证明所达成的协议属于下列情形之一的,不适用《反垄断法》第十七条、第十八条第一款、第十九条的规定:

- (一)为改进技术、研究开发新产品的;

- (二)为提高产品质量、降低成本、增进效率,统一产品规格、标准或者实行专业化分工的;
- (三)为提高中小经营者经营效率,增强中小经营者竞争力的;
- (四)为实现节约能源、保护环境、救灾救助等社会公共利益的;
- (五)因经济不景气,为缓解销售量严重下降或者生产明显过剩的;
- (六)为保障对外贸易和对外经济合作中的正当利益的;
- (七)法律和国务院规定的其他情形。

属于前款第一项至第五项情形,不适用《反垄断法》第十七条、第十八条第一款、第十九条规定的,经营者还应当证明所达成的协议不会严重限制相关市场的竞争,并且能够使消费者分享由此产生的利益。

### **第三十五条** 依法行使回避、陈述、申辩、听证权

根据《中华人民共和国行政处罚法》(以下简称《行政处罚法》)第四十三条规定,平台经济领域经营者认为反垄断执法人员与案件有直接利害关系或者有其他关系可能影响公正执法的,有权申请回避。

根据《行政处罚法》第四十四条规定,平台经济领域经营者在反垄断执法机构作出行政处罚决定之前,依法享有陈述、申辩以及要求听证等权利。

平台经济领域经营者申请听证的具体适用标准和程序等可以参考《市场监督管理行政处罚听证办法》。

### **第三十六条** 及时运用承诺制度

涉嫌垄断行为的平台经济领域经营者在被调查期间,可以提出中止调查申请,承诺在反垄断执法机构认可的期限内采取具体措施消除行为影响。根据《国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南》第十三条、第十五条规定,反垄断执法机构依申请决定中止调查的,平台经济领域经营者要在规定时限内向反垄断执法机构书面报告承诺履行情况并接受监督。

经营者履行承诺的,反垄断执法机构可以决定终止调查,并制作终止调查决定书。

根据《反垄断法》第五十三条规定,平台经济领域经营者未履行承诺、作出中止调查决定所依据的事实发生重大变化或者中止调查决定是基于经营者提供的不完整或者不真实的信息作出的,反垄断执法机构将恢复调查。

根据《国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南》第四条规定,反垄断执法机构对涉嫌垄断协议或者滥用市场支配地位行为调查核实后,认为构成垄断协议或者滥用市场支配地位的,将依法作出处理决定,不再接受平台经济领域经营者提出承诺。

特别需要注意的是,根据《国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南》第二条规定,承诺制



度不适用于固定或者变更商品价格、限制商品生产或者销售数量、分割销售市场或者原材料采购市场的涉嫌横向垄断协议案件。

平台经济领域经营者申请承诺的具体适用标准和程序等可以参考《禁止垄断协议规定》《禁止滥用市场支配地位行为规定》《国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南》。

反垄断执法机构根据平台经济领域经营者履行承诺情况,依法决定终止调查或者恢复调查。

### **第三十七条 善于运用宽大制度**

根据《禁止垄断协议规定》第三十七条规定,平台经济领域经营者达成或者组织其他经营者达成垄断协议,或者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助,主动向反垄断执法机构报告有关情况并提供重要证据的,可以申请依法减轻或者免除处罚。

#### **(一) 申请免除处罚**

根据《国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南》第六条规定,申请免除处罚时应提交的重要证据是指:

1. 执法机构尚未掌握案件线索或者证据的,足以使执法机构立案或者依据《反垄断法》启动调查程序的证据;

2. 执法机构立案后或者依据《反垄断法》启动调查程序后,经营者提供的证据是执法机构尚未掌握的,并且能够认定构成《反垄断法》第十六条规定的垄断协议的。

第一个向执法机构提交垄断协议有关情况的报告及重要证据的经营者,可以申请免除处罚。报告应当明确承认经营者从事了涉嫌违反《反垄断法》的垄断协议行为,详细说明达成和实施垄断协议的具体情况。报告需要包括以下信息:

1. 垄断协议的参与者基本信息(包括但不限于名称、地址、联系方式及参与代表等);

2. 垄断协议的情况(包括但不限于联络的时间、地点、内容以及具体参与人员);

3. 垄断协议主要内容(包括但不限于涉及的商品或者服务、价格、数量等)及经营者达成和实施垄断协议情况;

4. 影响的地域范围和市场规模;

5. 实施垄断协议的持续时间;

6. 证据材料的说明;

7. 是否向其他境外执法机构申请宽大;

8. 其他有关文件、材料。

#### **(二) 申请减轻处罚**

根据《国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南》第八条规定,申请减轻处罚时

应提交的重要证据是指执法机构尚未掌握的,并对最终认定垄断协议行为具有显著证明效力的证据,包括:

1. 在垄断协议的达成方式和实施行为方面具有更大证明力或者补充证明价值的证据;
2. 在垄断协议的内容、达成和实施的时间、涉及的产品或者服务范畴、参与成员等方面具有补充证明价值的证据;
3. 其他能够证明和固定垄断协议证明力的证据。

第一个之后向执法机构提交垄断协议有关情况的报告及重要证据的经营者,可以申请减轻处罚。报告需要包括垄断协议的参与者、涉及的产品或者服务、达成和实施的时间、地域等。

### (三)免除、减轻经营者的罚款

根据《国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南》第十三条规定,对于第一顺位的经营者,反垄断执法机构可以免除处罚或者按照不低于百分之八十的幅度减轻罚款;对于第二个申请者,可以按照百分之三十至百分之五十的幅度减轻罚款;对于第三个申请者,可以按照百分之二十至百分之三十的幅度减轻罚款。

平台经济领域经营者申请宽大的具体适用标准和程序等可以参考《禁止垄断协议规定》《国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南》。

### **第三十八条**被动接受行政命令的从轻情节

根据《禁止垄断协议规定》第四十六条、《禁止滥用市场支配地位行为规定》第四十一条规定,平台经济领域经营者因行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力而达成垄断协议或者滥用市场支配地位的,仍需依法承担相应的法律责任。

平台经济领域经营者能够证明其受行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力强制或者变相强制达成垄断协议、滥用市场支配地位的,可以依法从轻或者减轻处罚。

### **第三十九条**行政决定的救济

根据《反垄断法》第六十五条规定,平台经济领域经营者对反垄断执法机构依据《反垄断法》第三十四条、第三十五条作出的决定不服的,可以先依法申请行政复议;对行政复议决定不服的,可以依法提起行政诉讼。

平台经济领域经营者对反垄断执法机构作出的前款规定以外的决定不服的,可以依法申请行政复议或者提起行政诉讼。

### **第四十条**处罚决定的执行

根据《行政处罚法》第六十六条规定,平台经济领域经营者因实施垄断行为被反垄断执法机构施行政处罚的,应当在行政处罚决定书载明的期限内,予以履行。

如果确有经济困难,需要延期或者分期缴纳罚款的,可以向反垄断执法机构提交书面申请,暂缓或者分期缴纳。

#### **第四十一条 举报监督**

平台经济领域经营者在日常运营过程中应对垄断违法行为保持警惕性,对下列正在发生的涉嫌垄断行为,可以通过多种形式的存储介质将涉嫌违法事实予以记录和留存,并及时向反垄断执法机构举报:

(一)其他经营者或者行业协会实施的涉嫌垄断行为;

(二)行政机关和法律法规授权的具有管理公共事务职能的组织涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争的行为。

#### **第四十二条 提起诉讼**

根据《最高人民法院关于审理因垄断行为引发的民事纠纷案件应用法律若干问题的规定》第一条规定,因垄断行为受到损失以及因合同内容、行业协会的章程等违反《反垄断法》而发生争议的自然人、法人或者非法人组织,可以向人民法院提起民事诉讼,请求承担停止侵害、赔偿损失等民事责任,或者判令合同、章程等无效,但是,该强制性规定不导致该民事法律行为无效的除外。

根据《行政诉讼法》第十二条,平台经济领域经营者认为行政机关滥用行政权力排除或者限制竞争的,有权依法向人民法院提起行政诉讼。

### **第五章 法律责任的提示**

#### **第四十三条 法律责任**

平台经济领域经营者违反《反垄断法》相关规定的,应当依法承担相应的法律责任。

#### **第四十四条 对垄断协议行为的处罚**

根据《反垄断法》第五十六条规定,平台经济领域经营者达成并实施垄断协议的,由反垄断执法机构责令停止违法行为,没收违法所得,并处上一年度销售额百分之一以上百分之十以下的罚款,上一年度没有销售额的,处五百万元以下的罚款;尚未实施所达成的垄断协议的,可以处三百万元以下的罚款。经营者的法定代表人、主要负责人和直接责任人员对达成垄断协议负有个人责任的,可以处一百万元以下的罚款。

平台经济领域经营者组织其他经营者达成垄断协议或者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助的,适用《反垄断法》第五十六条和《禁止垄断协议规定》第四十二条的规定。

#### **第四十五条 对滥用市场支配地位行为的处罚**

根据《反垄断法》第五十七条和《禁止滥用市场支配地位行为规定》第四十一条规定,平台经济领域经营者滥用市场支配地位的,由反垄断执法机构责令停止违法行为,没收违法所得,并处上一年

度销售额百分之一以上百分之十以下的罚款。

#### **第四十六条**对违法实施经营者集中的处罚

根据《反垄断法》第五十八条规定,平台经济领域经营者违法实施经营者集中,具有或者可能具有排除、限制竞争效果的,由国务院反垄断执法机构责令停止实施集中、限期处分股份或者资产、限期转让营业以及采取其他必要措施恢复到集中前状态,处上一年度销售额百分之十以下的罚款;不具有排除、限制竞争效果的,处五百万元以下的罚款。

#### **第四十七条**对拒绝、阻碍反垄断调查的处罚

根据《反垄断法》第六十二条规定,平台经济领域经营者拒绝提供有关材料、信息,或者提供虚假材料、信息,或者隐匿、销毁、转移证据,或者有其他拒绝、阻碍调查行为的,由反垄断执法机构责令改正,对单位处上一年度销售额百分之一以下的罚款,上一年度没有销售额或者销售额难以计算的,处五百万元以下的罚款;对个人处五十万元以下的罚款。

#### **第四十八条**加倍处罚规定

根据《反垄断法》第六十三条规定,平台经济领域经营者违反《反垄断法》,从事垄断协议、滥用市场支配地位、违法实施经营者集中、拒绝、阻碍反垄断调查,情节特别严重、影响特别恶劣、造成特别严重后果的,国务院反垄断执法机构可以在《反垄断法》第五十六条、第五十七条、第五十八条、第六十二条规定的罚款数额的二倍以上五倍以下确定具体罚款数额。

#### **第四十九条**民事责任规定

根据《反垄断法》第六十条规定,平台经济领域经营者违反《反垄断法》相关规定,给他人造成损失的,依法承担民事责任。

#### **第五十条**刑事责任规定

根据《反垄断法》第六十七条规定,平台经济领域经营者违反《反垄断法》相关规定,构成犯罪的,依法追究刑事责任。

#### **第五十一条**违法信息公示

平台经济领域经营者因违反《反垄断法》规定受到行政处罚的,按照《市场监督管理行政处罚信息公示规定》等有关规定记入信用记录,并向社会公示。

#### **第五十二条**行业协会的责任规定

根据《反垄断法》第五十六条规定,平台经济领域行业协会违反《反垄断法》的规定,组织本行业的经营者达成垄断协议的,由反垄断执法机构责令改正,可以处三百万元以下的罚款;情节严重的,反垄断执法机构可以提请社会团体登记管理机关依法撤销登记。

#### **第五十三条**约谈

根据《反垄断法》第五十五条规定,平台经济领域经营者涉嫌违反《反垄断法》相关规定,反垄断执法机构可以对其法定代表人或者负责人进行约谈。

约谈应当指出平台经济领域经营者涉嫌达成垄断协议的问题,听取情况说明,开展提醒谈话,并要求其提出改进措施,消除行为危害后果。

平台经济领域经营者应当按照反垄断执法机构要求进行改进,提出消除行为危害后果的具体措施、履行时限等,并提交书面报告。

## **第六章 附则**

### **第五十四条 指引效力和调整**

本指引为非规范性文件,仅对本省平台经济领域经营者反垄断合规作出一般性指导。因法律法规的相关规定发生变化或者存在特殊规定的,从其规定。

### **第五十五条 参考建议**

本省平台经济领域经营者与行业协会可以参考本指引,建立本企业、本行业的反垄断合规机制。

### **第五十六条 指引解释**

本指引由湖北省市场监督管理局负责解释,自发布之日起施行。

## 征求意见稿部分

# 深圳市市场监督管理局关于公开征求《深圳经济特区反不正当竞争条例（第三次征求意见稿）》意见的通告

## 深市监通告（2023）175 号

为贯彻落实习近平总书记和党中央、国务院关于“加强反不正当竞争执法”的一系列决策部署，进一步加强我市反不正当竞争执法工作，营造公平、竞争、有序的市场环境，维护经营者、消费者的合法权益和社会公共利益，深圳市市场监督管理局组织起草了《深圳经济特区反不正当竞争条例》。经前期广泛调研、研究论证、征求意见、修改完善，目前已形成《深圳经济特区反不正当竞争条例（第三次征求意见稿）》（附件 1），现第三次面向社会公开征求意见。有关单位和个人如有修改意见或建议，请填写《意见反馈表》（附件 2），于 2023 年 12 月 20 日前反馈至邮箱 [jjgpc@mail.amr.sz.gov.cn](mailto:jjgpc@mail.amr.sz.gov.cn)。

特此通告。

附件：

1. 深圳经济特区反不正当竞争条例（第三次征求意见稿）
2. 意见反馈表

深圳市市场监督管理局

2023 年 11 月 15 日

附件 1

## 深圳经济特区反不正当竞争条例（第三次征求意见稿）

### 第一章 总则

**第一条【立法目的】** 为了构建高水平社会主义市场经济体制，促进社会主义市场经济高质量发展，鼓励和保护公平竞争，预防和制止不正当竞争行为，维护经营者、消费者的合法权益和社会公共利益，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》的基本原则，结合深圳经济特区（以下简称特区）实际情况，制定本条例。

**第二条【适用范围】** 经营者在本行政区域内从事商品生产、经营或者提供服务（本条例所称“商品”，包括服务）的生产经营活动，适用本条例。

**第三条【基本原则】** 经营者在生产经营活动中，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵

守法律法规和商业道德，不得实施或者帮助他人实施不正当竞争行为。

本条例所称的不正当竞争行为，是指经营者在生产经营活动中，违反《中华人民共和国反不正当竞争法》和本条例规定，扰乱公平的竞争秩序，损害其他经营者或者消费者的合法权益的行为。

**第四条【监督检查部门】** 县级以上市场监督管理部门负责不正当竞争行为的预防和查处。其他部门依据各自的职责开展不正当竞争行为的预防和查处工作。

**第五条【政府职责】** 市、区人民政府对本行政区域内的反不正当竞争工作负责，加强反不正当竞争工作的教育、培训、宣传、行政执法和经费保障，建立健全反不正当竞争工作协调机制，制定本市、区反不正当竞争重大政策，协调处理本市、区维护市场竞争秩序的重大问题，为公平竞争创造良好的环境和条件。

**第六条【不正当竞争行为的预防】** 监督检查部门应当建立工作机制，对经营者依法竞争提供合规指引，公开不正当竞争案件裁量基准；定期公布不正当竞争典型案例，开展反不正当竞争法治宣传和教育。

**第七条【企业合规与行业自律】** 鼓励经营者设立竞争合规官，健全并贯彻实施竞争合规的制度和流程，开展竞争合规培训，营造公平竞争的文化。

平台经营者应当在平台服务协议和交易规则中明确平台内公平竞争规则，建立不正当竞争行为投诉举报、纠纷协调等机制，并依据平台服务协议和交易规则协调平台内经营者之间的不正当竞争纠纷，引导平台内经营者依法竞争。

行业协会、商会等社会组织应当加强自律管理，通过制定行业规则、从业规范、自律公约等，引导、规范会员依法竞争、遵守商业道德，发挥社会调解职能，协调处理会员之间的市场竞争纠纷，维护市场竞争秩序。

**第八条【商业秘密协同保护】** 市、区人民政府推动建立健全商业秘密自我保护、行政保护、司法保护一体的商业秘密保护体系。鼓励经营者建立和完善企业商业秘密内部保护的示范机制。推动建立商业秘密保护示范区、示范站（点）等。

**第九条【信用监管】** 监督检查部门应当将经营者的不正当竞争行为纳入社会信用系统，依法实施信用监管。经营者违反本条例规定从事不正当竞争，受到行政处罚的，由监督检查部门依照有关法律、行政法规的规定纳入信用记录并予以公示；对于严重破坏市场公平竞争秩序的行为，依法列入严重失信主体名单。

## 第二章 不正当竞争行为

**第十条【商业混淆】** 经营者不得实施下列市场混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在关联企业、许可使用、商业冠名、广告代言、质量保障等特定联系：

(一) 擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢、形状等相同或者近似的标识；

(二) 擅自使用与他人有一定影响的广告语、宣传图等相同或者近似的标识；

(三) 擅自使用与他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网店名称或图标、页面设计、节目栏目名称或图标、应用软件名称或图标、自媒体名称或图标以及其他经营活动标识相同或近似的标识；

(四) 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。

经营者不得销售本条例第一款规定的混淆商品。

本条例所称“引人误认为”，应当以相关公众的一般注意力为标准，根据标识实际使用的范围，结合标识的相似度、显著性和知名度以及商品的类似程度等因素进行综合认定。

**第十一条【市场主体名称混淆】** 经营者不得实施下列市场主体名称的混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在关联企业、许可使用、商业冠名、广告代言、质量保障等特定联系：

(一) 擅自将他人有一定影响的注册商标、未注册的驰名商标作为市场主体名称（包括字号、简称等）；

(二) 擅自将他人有一定影响的在先市场主体名称（包括字号、简称等）作为市场主体名称（包括字号、简称等）；

(三) 擅自使用中国境外登记的市场主体名称（包括字号、简称、译名等），与中国境内在先登记的有一定影响的市场主体名称（包括字号、简称、译名等）或者商标产生市场混淆；

(四) 与有一定影响的市场主体名称混淆的其他情形。

市场主体名称在先使用与注册商标的冲突，不适用前款规定，但是可以要求相关方附加区别性标识。

**第十二条【商业贿赂】** 经营者不得为谋取交易机会或者竞争优势，自行或者通过第三方向《中华人民共和国反不正当竞争法》规定的单位或者个人提供、支付、允诺或者授权提供、支付财物或者其他不正当利益。

任何单位和个人不得收受贿赂，为经营者谋取交易机会或者竞争优势。

**第十三条【虚假宣传】** 经营者不得对下列商品或商品经营者的相关信息作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导特定人群：

- (一) 商业信誉、用户评价、曾获荣誉、排名、品牌历史或者来源等资格资质；
- (二) 商品的制作方法、性能、功能、质量、用途、产地、成分、售后服务等商品信息；
- (三) 交易额、成交量、预约量、库存量、市场占有率等销售状况；
- (四) 收藏量、阅读量、点赞量、投票量、关注量、转发量、浏览量、播放量、观看量、收听



量、下载量等经营数据；

（五）有关经营者和商品的其他信息。

本条例所称“商业宣传”，包括下列宣传行为：

（一）在经营场所或者展览会、展销会、博览会等其他场所，进行展示、演示、说明、解释、推介或者文字标注等；

（二）通过电话、问答、上门推销、到店点评、分享消费体验或者举办品鉴会、发布会、推介会等方式，进行展示、演示、说明、解释、推介或者文字标注等；

（三）利用社交软件、直播、自媒体等形式，通过剧情、话题演绎、人气值或成交量等方式，进行商业宣传的行为；

（四）其他不属于广告的商业宣传行为。

经营者不得实施下列行为，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传：

（一）组织虚假交易、伪造物流单据、虚构流量；

（二）明知或应知其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传，而提供组织、策划、制作、发布等服务或者提供资金、经营场所、工具等条件。

**第十四条【侵犯商业秘密】** 经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：

（一）以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密；

（二）披露、使用或者允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密；

（三）违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；

（四）教唆、引诱、帮助他人违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，获取、披露、使用或者允许他人使用权利人的商业秘密；

（五）其他侵犯商业秘密的行为。

第三人明知或应知商业秘密权利人的员工、前员工或者其他单位、个人实施本条例第一款所列违法行为，仍获取、披露、使用或者允许他人使用该商业秘密的，视为侵犯商业秘密。

经营者通过自行开发研制或者通过技术手段对从公开渠道取得的产品进行拆卸、测绘、分析等方式获得该产品技术信息的，不属于侵犯他人商业秘密的行为。

本条例所称“商业秘密”，是指不为公众所知悉并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。

**第十五条【证明责任分配】** 商业秘密权利人提供证据证明在侵权行为发生前采取了保密措施并提供如下证据之一的，涉嫌侵权人应当证明权利人所主张的商业秘密不属于本条例规定的商业秘密，

或证明其不存在侵犯商业秘密的行为：

（一）有证据表明涉嫌侵权人有渠道或者机会获取商业秘密，且其获取、披露或使用的信息与该商业秘密实质上相同；

（二）有证据表明商业秘密已经被涉嫌侵权人披露、使用或者有被披露、使用的风险；

（三）有其他证据表明商业秘密被涉嫌侵权人侵犯。

本条例第一款第一项中的所述的“有证据表明涉嫌侵权人有渠道或者机会获取商业秘密”，包括商业秘密权利人员工、前员工以及供应商、客户等第三方根据工作职责、合同约定或者其他行为可能获取商业秘密的情形。

**第十六条【损失数额计算】** 侵犯商业秘密行为给商业秘密权利人造成的损失数额，可按照权利人许可他人使用商业秘密的合理费用，研究、开发、保护商业秘密投入的费用，权利人因被侵权造成销售利润的损失等情形认定。

合理的失败研发、重复试验、补救费用等成本，可以认定为侵犯商业秘密的损失数额。

**第十七条【不当有奖销售】** 经营者进行有奖销售不得存在下列情形：

（一）所设奖的种类、参与条件、开奖时间、奖金金额、奖品数量、中奖概率、兑奖截止时间、兑奖方式等有奖销售信息不明确，或者变更、附加不合理条件，影响兑奖；

（二）采用谎称有奖、故意让内定人员中奖或暗中对抽奖程序设置条件导致实际中奖与对外公布的信息不一致等欺骗方式开展有奖销售；

（三）操纵、擅自改变抽奖概率、抽奖结果、奖品投放数量及分布等内容；

（四）经营者开展抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。

本条例所称有奖销售行为，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行为，和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行为。

**第十八条【商业诋毁】** 经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，实施下列损害其他经营者的商业信誉、商品声誉的行为：

（一）以声明、告客户书等方式对其他经营者的商品作虚假或误导性的评价、提示或警告；

（二）组织、指使他人对其他经营者的商品作虚假或误导性的评价；

（三）利用大众媒体、互联网等对其他经营者的商品作虚假或误导性的对比；

（四）就其他经营者的商品恶意向平台经营者、国家机关、行业协会、消费者组织等进行虚假或误导性的投诉举报，造成严重后果的；

（五）通过测试、评定等手段对其他经营者的商品作出虚假或误导性的评价；

（六）其他损害其他经营者的商业信誉、商品声誉的行为。

经营者或者经营者以外的其他自然人、法人和非法人组织，不得帮助经营者实施损害其他经营者的商业信誉、商品声誉的行为。

**第十九条【不当获取使用商业数据】** 经营者不得实施下列行为，不正当获取或者使用其他经营者的商业数据，扰乱市场公平竞争秩序，损害其他经营者、消费者的合法权益：

（一）以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫等不当方式获取其他经营者的商业数据；

（二）以电子侵入或者其他技术手段，破坏或者绕开相应技术管理措施，不正当获取其他经营者的商业数据；

（三）明知或应知商业数据是通过上述第一项、第二项手段获取，仍然获取、使用、披露、转让该商业数据的；

（四）违反数据抓取协议，抓取其他经营者的商业数据，并足以实质性替代其他经营者提供的相关产品或者服务；

（五）其他不正当获取或者使用商业数据行为。

商业数据指经营者在依法收集、使用、加工等处理活动中形成的具有商业价值的数据。

**第二十条【流量劫持】** 经营者不得利用技术手段，实施下列流量劫持行为，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：

（一）未经其他经营者同意，在其他经营者合法提供的网络产品或者服务中插入跳转链接或者嵌入自己或者他人的产品或者服务；

（二）未经其他经营者同意，对其他经营者合法提供的网络产品或者服务强制进行目标跳转；

（三）其他通过技术手段实施流量劫持的行为。

**第二十一条【不当干扰】** 经营者不得利用技术手段，恶意实施下列干扰行为，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：

（一）将虚假页面与搜索关键词相关联，干扰其他经营者的网络产品或者服务的行为；

（二）恶意通过外挂程序、浏览器插件干扰其他经营者的网络产品或者服务的行为；

（三）无正当理由对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施修改、关闭、卸载、下架、覆盖内容等干扰行为；

（四）恶意设置与其他经营者应用程序的跳转冲突；

（五）通过虚假点击等方式改变搜索引擎的自然搜索结果及排序；

（六）其他恶意干扰经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

**第二十二条【恶意不兼容】** 经营者不得利用技术手段，恶意对其他特定经营者合法提供的网络

产品或者服务实施不兼容，妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务的正常运行。

**第二十三条【平台连带责任】** 平台经营者接到关于不正当竞争行为的投诉、举报后，应当及时采取必要、合理措施；如因未及时采取必要、合理措施导致损害扩大的，对损害扩大部分与侵权人承担连带责任。

**第二十四条【平台算法责任】** 平台经营者利用其掌握的数据及算法进行商品推荐、交易达成、价格形成、业绩考核、奖惩安排等活动时，不得采取虚假注册账号，非法交易账号，操纵用户账号，虚假点赞、评论、转发，屏蔽信息，操纵榜单或者检索结果排序，控制热搜或者精选等干预信息呈现等手段，扰乱市场公平竞争秩序，损害其他经营者、消费者的合法权益。

应用算法推荐等对于平台内经营者或者用户权益有重大影响的算法技术的，平台经营者应当以显著方式告知用户其提供算法服务的情况，并以适当方式公示算法服务的基本原理、目的意图和主要运行机制等。

**第二十五条【设置卸载障碍】** 经营者不得对非基本功能的应用程序不提供卸载功能或者对应用程序卸载设置障碍，影响其他经营者合法提供的设备、功能或者其他程序正常运行并损害消费者合法权益。

**第二十六条【未经同意安装】** 经营者未经用户同意，不得实施下载、安装、运行应用程序等行为，影响其他经营者合法提供的设备、功能或者其他程序正常运行并损害消费者合法权益。

**第二十七条【软件群控】** 经营者不得利用群控等技术进行规模化、自动化批量点赞、群发、关注等操作，扰乱市场公平竞争秩序，损害其他经营者、消费者的合法权益。

**第二十八条【视频、游戏账号的分时租赁】** 经营者不得为了谋取不正当利益，将视频、游戏等账号以分时、分次等方式出租，扰乱市场公平竞争秩序，损害其他经营者的合法权益。

**第二十九条【负面压制】** 经营者不得通过技术手段干扰或者破坏搜索引擎，在搜索结果中不展示或者延后展示其负面信息，扰乱市场公平竞争秩序，损害其他经营者、消费者的合法权益。

**第三十条【其他互联网不正当竞争行为】** 经营者不得违反本条例规定，实施其他网络不正当竞争行为，扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者、消费者的合法权益或社会公共利益。

**第三十一条【滥用相对优势地位】** 机场、车站、港口码头、校园等相对封闭区域内的经营者以及提供公共服务、物业管理服务的经营者无正当理由，不得实施下列行为：

- （一）强迫交易相对方签订排他性协议；
- （二）限定交易相对方的交易对象；
- （三）提供商品时强制搭配其他商品或者在交易时附加不合理的交易条件；
- （四）对于交易条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇；

(五) 向交易相对方以不公平的价格销售或者购买商品；

(六) 其他进行不合理限制或者附加不合理条件，影响公平交易的行为。

平台经营者无正当理由，不得利用规则或者技术手段通过限流，过滤，搜索降权，商品下架，妨碍运行、安装等方式，限制平台内经营者与其他经营者之间的交易或者附加不合理交易条件。

### 第三章 对涉嫌不正当竞争行为的调查与执法协作

**第三十二条【调查措施】** 监督检查部门调查涉嫌不正当竞争行为，可以采取下列措施：

(一) 进入涉嫌不正当竞争行为的经营场所进行检查；

(二) 询问被调查的经营者、利害关系人及其他有关单位、个人，要求其说明有关情况或者提供与被调查行为有关的其他资料；

(三) 查询、复制与涉嫌不正当竞争行为有关的协议、账簿、单据、文件、记录、业务函电和其他资料；

(四) 自行或者委托第三方专业机构对与不正当竞争行为相关的数据进行访问、下载、提取、调取、固定；

(五) 查封、扣押与涉嫌不正当竞争行为有关的财物；

(六) 查询涉嫌不正当竞争行为的经营者的银行账户、第三方支付账户等支付记录。

采取前款第五项、第六项规定的调查措施前，应当向县级以上监督检查部门负责人书面报告，并经批准。

**第三十三条【被调查者资料提供义务】** 监督检查部门调查涉嫌不正当竞争行为，被调查的经营者、利害关系人及其他有关单位、个人应当如实提供有关资料或者情况，不得拒绝、拖延或者谎报，不得隐匿、销毁、转移证据，不得提供虚假证据以及实施其他拒绝、阻碍调查的行为。

**第三十四条【保密义务】** 监督检查部门及其工作人员对调查过程中知悉的国家秘密、商业秘密、个人隐私负有保密义务。

**第三十五条【专家调查员】** 对于涉及商业秘密、互联网不正当竞争、商业数据、算法等领域的新型疑难案件，监督检查部门可以选任专家调查员对案件涉及的技术问题提供咨询、出具技术调查意见和其他必要的技术协助。

专家调查员的任职资格、选定程序等另行制定和公布。

**第三十六条【跨区域协作】** 市人民政府推动大湾区在尊重各自管辖权的基础上，依据优势互补、信息互通、资源共享、高效便捷的原则，建立大湾区反不正当竞争规制的协作机制，加强反不正当竞争执法的交流与合作，实施跨地区协作、联动执法。

**第三十七条【信息交换机制】** 市人民政府推动建立大湾区不正当竞争案件信息交换机制，大湾

区监督检查部门应及时在区域内通报有关执法办案信息，包括在本辖区内发现的具有普遍性、行业性或者新颖性的不正当竞争问题、经营者或者消费者关注的热点问题以及其他对于市场竞争秩序有重大影响的问题等。

**第三十八条【线索移送机制】** 市人民政府推动建立大湾区不正当竞争案件线索的移送机制，对依据监督检查职权或者通过投诉、举报等途径发现的不属于本部门管辖而应由大湾区的其他相关监督检查部门管辖的不正当竞争行为线索，应当及时进行沟通并移送。

**第三十九条【执法协助机制】** 市人民政府推动建立大湾区不正当竞争案件执法协助机制，监督检查部门跨区域调查不正当竞争案件时，可事先通报当地相关监督检查部门，由该当地相关监督检查部门给予包括调查取证、文书送达以及执行等方面的协助、配合和支持。

**第四十条【执法联动机制】** 市人民政府推动建立大湾区不正当竞争案件执法联动机制，监督检查部门定期就社会普遍关注、经营者或者消费者反应强烈、影响社会稳定、具有区域共通性的不正当竞争行为组织开展联合执法行动。

监督检查部门按照统一时间、统一力量、统一查处的原则，组织执法人员在各自的辖区内开展联合执法行动，并视情况互派执法人员参加其他相关监督检查部门的联合执法行动。

#### 第四章 法律责任

**第四十一条【商业混淆的行政责任】** 经营者违反本条例第十条、第十一条规定，实施市场混淆行为的，由监督检查部门责令停止违法行为，没收违法商品和生产工具；有违法所得的，没收违法所得。违法经营额五万元以上的，可以并处违法经营额五倍以下的罚款；违法经营额无法计算或者违法经营额不足五万元的，可以并处二十五万元以下的罚款。情节严重的，吊销营业执照。

明知或应知他人实施混淆行为，仍销售混淆商品的，适用前款规定处理。销售不知道是混淆商品的，能证明该商品是自己合法取得并说明提供者的，由监督检查部门责令停止销售。

经营者登记的市场主体名称违反本条例规定的，应当及时办理名称变更登记；名称变更前，由原企业登记机关以统一社会信用代码代替其名称。下落不明的，自公告送达之日起三十日内未办理名称变更登记的，由原企业登记机关以统一社会信用代码代替其名称。

**第四十二条【商业贿赂的行政责任】** 经营者违反本条例第十二条规定贿赂他人的，由监督检查部门责令停止违法行为，有违法所得的，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上五百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。

违反本条例第十二条规定收受贿赂的，其他法律法规有规定的，从其规定。没有规定的，依照前款规定处罚。

**第四十三条【虚假宣传的行政责任】** 经营者违反本条例第十三条规定对商品生产经营主体以及

商品作虚假或者引人误解的商业宣传的，或者帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，有违法所得的，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上五百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。

**第四十四条【侵害商业秘密的行政责任】** 经营者以及其他自然人、法人和非法人组织违反本条例第十四条规定侵犯商业秘密的，由监督检查部门责令停止违法行为，有违法所得的，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上五百万元以下的罚款。

**第四十五条【不当有奖销售的行政责任】** 经营者违反本条例第十七条规定进行有奖销售的，由监督检查部门责令停止违法行为，有违法所得的，没收违法所得，处五万元以上一百万元以下的罚款。

**第四十六条【商业诋毁的行政责任】** 经营者违反本条例第十八条规定损害其他经营者商业信誉、商品声誉的，由监督检查部门责令停止违法行为、消除影响，有违法所得的，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上五百万元以下的罚款。

**第四十七条【互联网不正当竞争行为的行政责任】** 经营者违反本条例第十九条第一款、第二十条、第二十一条、第二十二条、第二十三条、第二十四条第一款、第二十五条、第二十六条、第二十七条、第二十八条、第二十九条、第三十条规定实施互联网不正当竞争行为的，由监督检查部门责令停止违法行为，有违法所得的，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上五百万元以下的罚款。

平台经营者违反本条例第二十四条第二款的规定，未公开算法服务提供情况，可能限制平台内经营者公平竞争的，由监督检查部门责令限期改正；拒不改正或者情节严重的，责令暂停信息更新，并处一万元以上十万元以下罚款。

**第四十八条【滥用相对优势地位的行政责任】** 经营者违反本条例第三十一条规定利用优势地位实施不合理限制或者附加不合理条件的，由市级监督检查部门责令停止违法行为，有违法所得的，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上五百万元以下的罚款。情节特别严重，性质特别恶劣，严重损害公平竞争秩序或者社会公共利益的，处上一年度销售额百分之一以上百分之五以下的罚款，并可以责令停业、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照；经营者的法定代表人、主要负责人和直接责任人员对不正当竞争行为负有个人责任的，处十万元以上一百万元以下的罚款。

**第四十九条【从轻减轻不予处罚的情形】** 经营者违反本条例规定实施不正当竞争行为，具有积极开展合规建设或者作出相关承诺并按承诺及时消除或者减轻违法行为危害后果等法定情形的，依法从轻、减轻或不予行政处罚。

**第五十条【阻碍、拒绝调查的行政责任】** 妨害监督检查部门依照本条例履行职责，阻碍、拒绝调查的，由监督检查部门责令改正，对个人可以处五万元以下的罚款；对单位可以处五十万元以下的罚款，并可以由公安机关依法给予治安管理处罚。

**第五十一条【行刑衔接】** 对不正当竞争行为涉嫌犯罪的，应当依照有关规定及时移送司法机关、监察机关；司法机关、监察机关在案件办理过程中，发现不正当竞争行为线索的，应当移送相关监督检查部门。

## 第五章 附则

**第五十二条** 本条例所称“经营者”，包括自然人、法人和非法人组织。

本条例所称“平台经营者”，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等平台服务的经营者。

**第五十三条** 本条例所称“以上”“以下”，包括本数；所称“不足”，不包括本数。

**第五十四条** 本条例自 年 月 日起施行。1994 年 11 月 2 日深圳市第一届人民代表大会常务委员会第二十六次会议通过、1997 年 12 月 17 日第一次修订、2019 年 10 月 31 日第二次修订的《深圳经济特区实施〈中华人民共和国反不正当竞争法〉规定》同时废止。

### 《最高人民法院关于审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件适用法律若干问题的解释（征求意见稿）》

#### 向社会公开征求意见

为正确审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件，根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国药品管理法》等法律规定，结合审判实践，本院起草了《最高人民法院关于审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件适用法律若干问题的解释（征求意见稿）》。为广泛听取社会各界意见，更好回应人民群众关切，服务保障社会经济高质量发展，现通过最高人民法院政务网、中国法院网、人民法院报等向社会公开征求意见。欢迎社会各界提出宝贵意见，请在提出意见建议时说明具体理由。书面意见可寄往北京市东城区东交民巷 27 号，最高人民法院民事审判第一庭王永明，邮编 100745；电子邮件请发送至电子邮箱 zgfytlaw@163.com，本次征求意见截止日期为 2023 年 12 月 13 日。

特此公告。

中华人民共和国最高人民法院

二〇二三年十一月三十日



## 最高人民法院关于审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件适用法律若干问题的解释（征求意见稿）

为正确审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件，根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国药品管理法》等法律规定，结合审判实践，制定本解释。

**第一条【退款和退还食品药品】** 知道所购买食品不符合食品安全标准或者药品是假药、劣药仍然购买，购买者请求经营者退还价款的，人民法院应当依法支持。

经营者请求购买者退还食品、药品的，人民法院应当依法支持。退还食品、药品依法不能再次销售的，人民法院可以在裁判文书中说明。

**第二条【惩罚性赔偿金基数认定】** 知道所购买食品不符合食品安全标准仍然购买，购买者依据食品安全法第一百四十八条第二款规定请求生产者或者经营者支付价款十倍的惩罚性赔偿金的，人民法院应当在合理生活消费需要范围内依法支持购买者诉讼请求。

人民法院可以综合保质期、普通消费者通常消费习惯等因素认定购买者合理生活消费需要的食品数量。

**第三条【对连续购买索赔的规范】** 知道所购买食品不符合食品安全标准仍然在短时间内多次购买，购买者依据食品安全法第一百四十八条第二款规定起诉请求同一生产者或者经营者支付惩罚性赔偿金，并主张按每次购买金额分别计算惩罚性赔偿金的，人民法院可以将购买者短时间内多次购买相同食品的付款总额作为计算惩罚性赔偿金的基数，在合理生活消费需要范围内依法支持购买者诉讼请求。

### 第四条【对反复索赔的规范】

方案一：知道所购买食品不符合食品安全标准仍然在短时间内多次购买，并多次依据食品安全法第一百四十八条第二款规定就同一不符合食品安全标准的食品起诉请求同一生产者或者经营者支付惩罚性赔偿金的，人民法院应当在合理生活消费需要范围内对购买者第一次起诉请求支付惩罚性赔偿金的诉讼请求依法予以支持。

方案二：删除本条规定。

**第五条【假药劣药认定的特殊情形】** 存在下列情形之一，购买者依据药品管理法第一百四十四条第三款规定请求生产者或者经营者支付惩罚性赔偿金的，人民法院不予支持：

（一）不以营利为目的实施带有自救、互助性质的生产、销售少量药品行为，且未造成他人伤害后果或者延误诊治的；

（二）不以营利为目的实施带有自救、互助性质的进口少量境外合法上市药品行为的；

（三）根据民间传统配方私自加工药品或者销售上述药品，数量不大，且未造成他人伤害后果或者延误诊治的。

对于是否属于民间传统配方难以确定的，根据地市级以上药品监督管理部门或者有关部门出具的认定意见，结合其他证据作出认定。

有证据证明生产假药、劣药或者明知是假药、劣药仍然销售、使用的，不适用本条第一款规定。

**第六条【食品标签说明书瑕疵的认定】** 人民法院在认定食品安全法第一百四十八条第二款规定的食品的标签、说明书瑕疵时，应当根据消费者在购买食品时的主观状态认定标签、说明书瑕疵是否会对消费者造成误导，并结合食品安全法第一百五十条关于食品安全的规定，对标签、说明书瑕疵是否影响食品安全作出认定。

**第七条 【食品标签说明书瑕疵的表现形式】** 人民法院可以认定下列情形属于食品安全法第一百四十八条第二款规定的食品的标签、说明书瑕疵：

- （一）文字、符号、数字的字号、字体、字高不规范，或者外文字号、字高大于中文的；
- （二）出现错别字、多字、漏字、繁体字或者外文翻译不准确，但不会导致消费者对食品安全产生误解的；
- （三）净含量、规格的标示方式和格式不规范，食品、食品添加剂以及配料使用的俗称或者简称等不规范，营养成分表、配料表顺序、数值、单位标示不规范，或者营养成分表数值修约间隔、“0”界限值、标示单位不规范，但不会导致消费者对食品安全产生误解的；
- （四）对没有特殊贮存条件要求的食品，未按照规定标注贮存条件的；
- （五）食品的标签、说明书存在其他瑕疵，但不影响食品安全且不会对消费者造成误导的。

**第八条 【不属于食品标签说明书瑕疵的情形】** 人民法院应认定下列情形不属于食品安全法第一百四十八条第二款规定的食品的标签、说明书瑕疵：

- （一）未标明食品安全标准要求必须标明的事项的；
- （二）故意错标食品安全标准要求必须标明的事项的；
- （三）未正确标明食品安全标准要求必须标明的事项，足以导致消费者对食品安全产生误解的。

**第九条【惩罚性赔偿责任的竞合】** 经营明知是不符合食品安全标准的食品或者假药、劣药，经营行为同时构成欺诈，购买者选择依据食品安全法第一百四十八条第二款、药品管理法第一百四十四条第三款或者消费者权益保护法第五十五条第一款规定诉讼请求经营者承担惩罚性赔偿责任的，人民法院应当依法支持。

购买者依据食品安全法第一百四十八条第二款或者药品管理法第一百四十四条第三款规定诉讼请求经营者承担惩罚性赔偿责任，人民法院经审理认为购买者诉讼请求不成立但经营者行为构成

欺诈，经释明后购买者变更诉讼请求为依据消费者权益保护法第五十五条第一款规定请求经营者承担惩罚性赔偿责任的，人民法院应当准许并可以根据案件的具体情况重新指定举证期限。

**第十条【小作坊等生产经营食品的责任】** 食品生产加工小作坊和食品摊贩等生产经营的食品不符合食品安全标准，购买者请求生产者或者经营者依据食品安全法第一百四十八条第二款规定承担惩罚性赔偿责任的，人民法院应当依法支持。

食品生产加工小作坊和食品摊贩等生产经营的食品虽不符合省、自治区、直辖市制定的具体管理办法等规定，但不存在不符合食品安全标准的情形，购买者请求生产者或者经营者依据食品安全法第一百四十八条第二款规定承担惩罚性赔偿责任的，人民法院不予支持。

**第十一条【以食品自身的安全标准作为认定惩罚性赔偿责任的依据】** 人民法院认定食品安全法第一百四十八条第二款规定的不符合食品安全标准的食品时，应当以食品中危害人体健康物质的限量规定、特定人群的主辅食品的营养成分要求、与食品安全有关的质量要求以及对与卫生、营养等食品安全要求有关的标签、标志、说明书的要求等食品安全标准为依据。

**第十二条【代购责任】** 受托人受购买者委托购买其指定的食品、药品，购买者依据食品安全法第一百四十八条第二款或者药品管理法第一百四十四条第三款规定请求受托人承担惩罚性赔偿责任的，人民法院不予支持，但受托人以代购为业且明知是不符合食品安全标准的食品或者假药、劣药仍然代购的除外。

**第十三条【恶意索赔的惩治】** 购买者通过私藏食品、私放过期食品、伪造标签等方式恶意制造生产者或者经营者违法生产经营食品、药品的虚假事实，起诉请求生产者或者经营者承担赔偿责任的，人民法院应当驳回原告诉讼请求。

原告行为构成虚假诉讼的，人民法院应当依据民事诉讼法相关规定，根据情节轻重对其处以罚款、拘留。

原告行为损害生产者或者经营者的名誉权等权利，生产者或者经营者请求原告承担损害赔偿责任的，人民法院应当依法支持。

**第十四条【犯罪线索移送】** 人民法院在审理食品药品纠纷案件过程中，发现涉嫌生产、销售有毒、有害食品，敲诈勒索，虚假诉讼等犯罪的，应当及时将有关线索、材料移送公安机关。

**第十五条【司法建议】** 人民法院在审理食品药品纠纷案件过程中，发现生产、销售有毒、有害食品等违法生产经营食品药品行为的，可以就召回食品药品、实施行政处罚、停止违法行为等向有关行政机关、生产者或者经营者发出司法建议。

**第十六条【附则】** 本解释自 年 月 日起施行。