

竞争法律与政策 资讯



二〇二五年 11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 11 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

新规速递 1

- 市场监管总局关于公开征求《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》意见的公告..... 1
- 《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》解读.. 18
- 上海市市场监督管理局印发《上海市市场监管领域殡葬行业经营者合规指引》..... 24

实务动态 31

- 市场监管总局举办第十一期反垄断合规讲堂引导企业依法行使知识产权公平参与市场竞争..... 31
- 市场监管总局举办第四期海外反垄断合规讲堂..... 32
- 前三季度市场监管总局无条件批准经营者集中案件 514 件 33
- 市场监管总局开展手机行业反不正当竞争合规指导... 35
- 商业秘密保护国际倡议在广州发布..... 36
- “十四五”期间，我国查处行政性垄断案件 239 件... 38
- 市场监管总局召开 2025 年第五次企业公平竞争座谈会 39
- 最高人民法院发布反垄断专题精选答问，涉及反垄断行政诉讼管辖、违法所得计算等..... 40

案件概览 43

- 市场监管总局关于附加限制性条件 批准智利国家铜业公司与智利化工矿业公司新设合营企业案反垄断审查决定的公告 43
- 山东省市场监管局公布六起网络不正当竞争典型案例. 48
- 行政处罚案件..... 53

新规速递

市场监管总局关于公开征求 《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》意见的公告

信息来源：反垄断一司 发布时间：2025 年 11 月 15 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/hd/zjdc/art/2025/art_8e05960782204036af6b9583f1413378.html

为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，支持和引导平台经营者有效防范反垄断合规风险，健全反垄断合规管理机制，保护相关主体合法权益，维护市场公平竞争秩序，促进平台经济健康发展，根据《中华人民共和国反垄断法》等法律规定，市场监管总局起草了《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见，意见反馈截止日期为 2025 年 11 月 29 日。公众可以通过以下途径和方式提出意见：

一、登录市场监管总局网站（网址：<http://www.samr.gov.cn>），进入首页《互动》栏目的“征集调查”中提出意见。

二、邮件发送至：fldys@samr.gov.cn，邮件主题请注明“《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》意见”字样。

三、信函寄至：北京市海淀区马甸东路 9 号国家市场监督管理总局反垄断执法一司（邮编：100088），请在信封上注明“《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》意见”字样。《经营者集中申报规范》（MR/T 0002—2025）行业标准已经市场监管总局批准，现予以公告，自 2025 年 10 月 1 日起实施。

附件：1. 互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）

2. 关于《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》的起草说明

市场监管总局

2025 年 11 月 15 日

附件 1

互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）

第一章 总 则

第一条 目的和依据

为支持和引导平台经营者有效防范反垄断合规风险，健全反垄断合规管理制度，保护相关主体合法权益，维护市场公平竞争秩序，促进平台经济健康发展，根据《中华人民共和国反垄断法》（以下简称《反垄断法》）等法律规定，制定本指引。

第二条 相关概念

本指引所称互联网平台，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。

本指引所称平台经营者，是指向自然人、法人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。

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。

本指引所称反垄断合规风险，是指平台经营者及其员工因违反《反垄断法》相关规定，引发法律责任、造成经济或者声誉损失以及其他负面后果的可能性。

本指引所称反垄断合规管理，是指以防控反垄断合规风险为目的，针对平台经营者的经营管理行为和员工履职行为开展的有组织、有计划、全流程的管理活动。

第三条 合规管理必要性

互联网平台网络效应明显，涉及平台经营者、平台内经营者、消费者和从业人员等多方主体。平台经营者通常具有一定的管理者属性，通过数据和算法、技术、资本优势、平台规则等影响平台竞争生态，要切实加强反垄断合规管理。

平台经营者违反《反垄断法》，将承担相应的法律责任，产生相关商业风险和信用风险。平台经营者加强反垄断合规管理，可以避免因从事垄断行为产生的风险，培育良好品牌形象和核心竞争优势。

平台经营者增强反垄断合规意识，健全反垄断合规管理制度，有利于提高竞争层次和水平，优化资源配置，提升运行效率，维护多方主体合法权益，推动平台竞争生态持续优化，实现平台经济创新发展。

第四条 基本原则

平台经营者遵循以下基本原则，参考本指引开展反垄断合规管理工作，实现规则公平、算法向善、竞争合规：

（一）针对性原则。结合所处行业、商业模式和治理结构等因素，有针对性地识别、评估和防控合规风险，开展反垄断合规管理。

（二）全面性原则。推进事前事中事后全链条合规，实现业务领域、部门、员工全覆盖，贯穿决策、执行、监督各环节，构建协同联动的全面合规体系。

（三）穿透性原则。贯通平台经营者总部和分公司、控股子公司等，完善总部指导、协调、监督和考核机制，压实各分支机构等自身合规管理职责，实现层级穿透、业务穿透、规则算法穿透。

（四）持续性原则。健全反垄断合规长效机制，保障合规管理制度持续有效执行，防止“一次性”“阶段性”合规，定期评估自身合规经营情况，及时更新完善反垄断合规管理制度。

第五条 合规总体要求

平台经营者要切实承担反垄断合规主体责任，健全反垄断合规制度，加强反垄断合规管理，依法竞争、合规经营，不得利用数据和算法、技术、资本优势、平台规则等从事《反垄断法》禁止的垄断行为。

第二章 风险识别

第一节 垄断协议

垄断协议，是指排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。《反垄断法》禁止经营者达成垄断协议。平台经营者要避免在提供平台服务或者开展自营业务等过程中达成垄断协议，以及组织其他经营者达成垄断协议或者提供实质性帮助。

平台经营者识别垄断协议风险，通常首先分析相关行为是否属于《反垄断法》第十七条、第十八条第一款和第十九条规定的情形，再分析上述行为是否符合《反垄断法》规定的不予禁止或者豁免条件。

第六条 横向垄断协议

具有竞争关系的平台经营者，要避免通过以下方式达成固定或者变更价格、限制产（销）量、分割市场、限制新技术（产品）、联合抵制交易等横向垄断协议：

（一）利用会议、电话、短信、电子邮件、共享文档、即时通讯工具、共享数据池、互操作协议、云存储平台、人工智能等进行意思联络和信息交流；

（二）收集、交换定价模式、佣金比例、优惠政策、客户名单、流量分配机制以及研发、投资、生产、营销、推广策略等竞争性敏感信息；

（三）利用数据、算法、技术、平台规则等实现用户分类、动态定价、流量分配、商品排序等方面的协调一致行为。

风险示例：平台间算法共谋

具有竞争关系的平台经营者利用算法，通过意思联络、交换敏感信息、行为协调一致等方式，达成垄断协议。比如：平台经营者甲、乙之间具有竞争关

系，甲和乙通过算法进行共谋，统一定价机制、抽佣比例等，达成横向垄断协议，排除、限制市场竞争。

第七条 纵向垄断协议

平台经营者要避免通过以下方式与交易相对人达成固定转售价格、限定最低转售价格等纵向垄断协议：

- （一）利用大数据分析、人工智能等技术手段对转售价格进行自动化设定；
- （二）利用接口调用、数据使用、流量分配、促销活动、店铺管理、用户权益保护等方面的平台规则对转售价格进行统一；
- （三）利用用户画像、预测算法等对转售价格进行直接或者间接限定。

第八条 组织与实质性帮助

平台经营者要避免通过以下方式组织平台内经营者等其他经营者达成垄断协议或者为达成垄断协议提供实质性帮助：

- （一）通过共享数据、发布通知、签署协议等组织、协调平台内经营者等其他经营者进行意思联络；
- （二）为平台内经营者等其他经营者获取竞争性敏感信息、实现协调一致行为提供必要支持、创造关键性便利条件等。

风险示例：组织帮助平台内经营者达成垄断协议

平台经营者组织、协调具有竞争关系的平台内经营者达成横向协议，或者通过提供必要支持、创造关键性条件进行实质性帮助。比如：平台经营者甲与具有竞争关系的平台内经营者分别签署内容相同或者相似的调价协议，在此过程中，促成平台内经营者进行了意思联络，交换了竞争性敏感信息，最终形成一致的定价行为，排除、限制市场竞争。

第二节 滥用市场支配地位行为

滥用市场支配地位行为,是指具有市场支配地位的经营者从事的以不公平高价销售、以不公平低价购买或者没有正当理由低于成本销售、拒绝交易、限定交易、搭售、附加其他不合理条件、差别待遇等行为。《反垄断法》禁止具有市场支配地位的经营者从事滥用市场支配地位行为。市场力量较大的平台经营者要定期评估是否在相关市场具有市场支配地位,避免在提供平台服务或者开展自营业务等过程中从事滥用市场支配地位行为。

平台经营者识别滥用市场支配地位行为风险,通常首先界定相关市场,评估在相关市场是否具有市场支配地位、是否实施相关行为,再结合是否具有正当理由以及相关行为是否排除、限制市场竞争,具体分析是否构成滥用市场支配地位行为。

第九条 市场支配地位的考虑因素

平台经营者评估在相关市场是否具有市场支配地位,可以考虑以下因素:

(一)平台经营者的市场份额以及相关市场竞争状况。确定平台经营者市场份额,可以考虑交易金额、交易数量、销售额、注册用户数、活跃用户数、点击量、使用时长、平台内经营者数量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,可以考虑相关市场的发展状况、竞争性平台经营者数量以及市场份额、平台竞争特点、平台差异程度、规模经济、潜在竞争性平台经营者情况、创新和技术变化等。

(二)平台经营者控制市场的能力。可以结合线上和线下业务多样性、纵向一体化等因素考虑平台经营者控制上下游市场或者其他关联市场的能力,阻碍、影响其他平台经营者进入相关市场的能力,相关经营模式、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)平台经营者的财力和技术条件。可以考虑投资者情况、资产规模、资金来源、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业务扩张或者巩固、维持市场地位等。

(四)平台内经营者等其他经营者对该平台经营者在交易上的依赖程度。可以考虑其他经营者与该平台经营者的交易关系、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以及转换成本等。

(五) 其他平台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) 基于平台经济特点认定平台经营者具有市场支配地位的其他因素。

第十条 不公平高价或者不公平低价

具有市场支配地位的平台经营者，要避免通过以下方式滥用市场支配地位，以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品：

(一) 向平台内经营者收取明显高于其他同类业务平台经营者在相同或者相似市场条件下的佣金、注册费、手续费、会员费、技术服务费、信息服务费、营销推广费等费用，或者在成本基本稳定的情况下，超过正常幅度提高向平台内经营者收取的上述费用；

(二) 通过拆分服务项目、增加收费名目等，变相向平台内经营者收取不公平的高额价格；

(三) 向平台内经营者支付明显低于其他同类业务平台经营者在相同或者相似市场条件下的商品价格。

风险示例：平台不公平高价

具有市场支配地位的平台经营者，借助平台规则、技术和算法等，滥用市场支配地位，向平台内经营者收取不公平的高额费用。比如：具有市场支配地位的平台经营者甲，在成本基本稳定的情况下，连续多年超过正常幅度提高服务费用，对平台内经营者收取不公平的高额费用，损害平台内经营者利益。

第十一条 低于成本销售

具有市场支配地位的平台经营者，要避免滥用市场支配地位，没有正当理由，通过过度补贴、交叉补贴等方式，以低于成本的价格销售商品或者提供服务，排除、限制市场竞争。

分析是否构成低于成本销售，一般重点考虑平台经营者是否以低于成本的价格排挤竞争性平台经营者，以及是否可能在将竞争性平台经营者排挤出市场

后，获取非公平竞争水平下的不当利益、损害市场公平竞争和消费者合法权益等情况。

在计算成本时，可以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及其合理性。

风险示例：平台低于成本销售

具有市场支配地位的平台经营者，滥用市场支配地位，没有正当理由，通过过度补贴、超过合理限度的优惠政策等方式，以低于成本的价格提供服务，排除、限制市场竞争。比如：具有市场支配地位的平台经营者甲，明显超出合理期限，给予新的平台内经营者免费入驻、大额补贴优惠，待竞争性平台经营者退出相关市场后，大幅提高入驻费等相关费用，获取不当利益，损害了市场公平竞争和消费者合法权益。

第十二条 拒绝交易

具有市场支配地位的平台经营者，要避免通过以下方式滥用市场支配地位，没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易，排除、限制市场竞争：

（一）通过下架商品、封禁账号、设置复杂的交易流程、限制流量、关闭接口、中断数据共享等，停止、拖延、中断与交易相对人的交易；

（二）通过设置不合理的选品条件、显著高于市场合理水平的服务费、停止提供应用程序更新、中断数据更新等，拒绝与交易相对人进行交易；

（三）利用流量分配算法、商品发布规则等，限制获取流量、接受订单，实质性削减与交易相对人的交易数量；

（四）制定不合理的营销、研发等平台规则，或者使用歧视性算法设置不合理的限制和障碍，使交易相对人难以开展交易；

（五）通过控制构成必需设施的特定数据、模型、应用平台等，拒绝与交易相对人以合理条件进行交易。

风险示例：封禁屏蔽

具有市场支配地位的平台经营者，滥用市场支配地位，没有正当理由，对交易相对人在应用层、传输层、网络层等进行封禁屏蔽，导致其无法进入相关

市场，排除、限制市场竞争。比如：具有市场支配地位的平台经营者甲，没有正当理由，通过限制链接跳转或者端口接入等方式，导致交易相对人无法开展特定业务、参与市场竞争。

第十三条 限定交易

具有市场支配地位的平台经营者，要避免通过以下方式滥用市场支配地位，没有正当理由，限定交易相对人只能与其或其指定的经营者进行交易，或者不能与特定经营者进行交易，排除、限制市场竞争：

（一）在商家入驻、平台服务、内容发布、应用开发等平台规则中设置独家合作条款，要求平台内经营者只能与本平台合作，或者只能将特定商品、内容在本平台发布；

（二）通过活动规则、合作协议、站内通知等，要求平台内经营者不能与特定竞争性平台合作，或者不能参与特定竞争性平台的促销活动；

（三）通过屏蔽店铺、搜索降权、流量限制、技术障碍、扣取保证金、罚款、取消参加促销活动资格、拖延上线、差别费率等惩罚性措施实施限制；

（四）通过补贴、折扣、优惠、流量资源支持、赠送增值服务等激励性措施变相实施限制。

风险示例：“二选一”行为

具有市场支配地位的平台经营者，滥用市场支配地位，没有正当理由，强迫交易相对人在该平台经营者和其他竞争性平台经营者间作出选择，并通过惩罚性措施或者激励性措施保障实施前述“二选一”行为，排除、限制市场竞争。比如：具有市场支配地位的平台经营者甲，没有正当理由，要求平台内经营者承诺不与竞争性平台开展合作，并对不遵守承诺的平台内经营者采取搜索降权、下架商品、限制流量、扣取保证金等方式予以惩戒，限制平台内经营者自由选择权，产生了排除、限制市场竞争的效果。

第十四条 搭售或者附加其他不合理条件

具有市场支配地位的平台经营者，要避免通过以下方式滥用市场支配地位，没有正当理由，搭售或者附加其他不合理交易条件，排除、限制市场竞争：

（一）利用难以选择、更改、拒绝的格式条款、弹窗、操作必经步骤等，要求平台内经营者、消费者在使用其服务时，必须搭配使用指定商品；

（二）通过采取搜索降权、流量限制、技术障碍、关停服务、取消授权等惩罚性措施，强制平台内经营者、消费者等接受其他商品；

（三）强制或者变相强制平台内经营者、消费者等参加推广、促销、优惠活动，或者承担应当由平台经营者承担的费用、风险等；

（四）对交易条件和方式、服务提供方式、付款方式和手段、售后服务等附加不合理的限制；

（五）在交易价格之外强制收取未经明确公示的技术服务费、流量推广费等不合理费用，或者通过重复收费等收取交易价格之外的不合理费用；

（六）强制收集非必要的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。

风险示例：“全网最低价”

具有市场支配地位的平台经营者，滥用市场支配地位，没有正当理由，要求平台内经营者向其提供全网最低价格，排除、限制市场竞争。比如：具有市场支配地位的平台经营者甲，没有正当理由，要求平台内经营者在该平台销售的商品价格不得高于其他竞争性平台，若在其他平台降价，须在甲平台内降价至相同或者更低水平，并采取措施确保相关要求的执行，产生排除、限制竞争的效果。

不具有市场支配地位的平台经营者，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竞争性平台的交易条件，可能构成纵向垄断协议。

第十五条 差别待遇

具有市场支配地位的平台经营者，要避免通过以下方式滥用市场支配地位，没有正当理由，对交易条件相同的平台内经营者、消费者等交易相对人实施差别待遇，排除、限制市场竞争：

（一）对商品类别、订单数量、评分等级等交易条件相同的交易相对人，在进入平台、收取费用、营销推广等方面实行差异性标准、规则、算法；

（二）基于用户偏好、交易历史、终端设备等数据，利用支付能力、用户黏性、价格敏感度等分析算法，实行差异性交易价格、付款条件、交易方式等。

前款所称交易条件相同，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。平台经营者在交易中获取的交易相对人的隐私信息、交易历史、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。

风险示例：平台差别待遇

具有市场支配地位的平台经营者，滥用市场支配地位，没有正当理由，对交易条件相同的平台内经营者、消费者等交易相对人，实施价格、政策等方面的差别待遇，排除、限制市场竞争。比如：平台经营者甲具有市场支配地位，没有正当理由，对规模、商品、信用等方面交易条件均相同的平台内经营者，按明显不同的抽佣比例收取佣金，产生排除、限制市场竞争的效果。

第十六条 正当理由

平台经营者在评估是否具有本指引第十一条至第十五条规定的正当理由时，可以考虑以下因素：

（一）在合理期限内，为发展平台内其他业务、为促进新商品进入市场、开展促销活动等；

（二）符合公平、合理、无歧视的平台规则，或者为防止平台经营者利益发生不当减损；

（三）为保护交易相对人、消费者、从业人员合法权益或者维护合理的经营模式所必需；

（四）符合正当的行业惯例和交易习惯；

(五) 为保护知识产权、商业秘密、个人信息或者针对交易进行的特定资源投入所必需；

(六) 为保护交易安全、数据安全或者网络安全所必需；

(七) 存在不可抗力等客观因素；

(八) 能够证明行为具有正当性的其他理由。

与竞争性平台经营者做法一致、顺应消费趋势、保护市场价格稳定性、维持平台生态整体性等理由一般不属于本指引第十一条至第十五条规定的正当理由。

第三节 经营者集中

经营者集中包括以下情形：经营者合并，经营者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，经营者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。

第十七条 经营者集中申报

经营者集中达到申报标准的，经营者应当事先向市场监管总局申报，未申报或者申报后获得批准前不得实施集中。

第十八条 经营者集中合规

平台经营者可以参考《经营者集中反垄断合规指引》，识别、评估和管控经营者集中反垄断合规风险，避免具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中，防范因违法实施集中承担法律责任。

第四节 滥用行政权力排除、限制竞争

《反垄断法》禁止行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织（以下称行政主体）滥用行政权力排除、限制竞争。平台经营者要避免主动或者被动在行政主体协调、推动或者要求下从事垄断行为。

第十九条 行政主体协调、推动的垄断行为

平台经营者要避免主动参与行政主体协调或者推动的《反垄断法》禁止的垄断行为，或者利用与行政主体签订合作协议、备忘录等实施垄断行为。

第二十条 行政主体要求的垄断行为

行政主体要求平台经营者从事垄断行为时，鼓励平台经营者予以明确拒绝，并保存相应的证据材料。

平台经营者收到行政主体要求执行的办法、决定、公告、通知、意见、函件、会议纪要等文件时，要重点关注文件内容是否存在反垄断合规风险，存在风险的，及时向行政主体作出提示，必要时向反垄断执法机构反映。

第三章 风险管理

第二十一条 风险评估

平台经营者可以根据所处行业特点和市场竞争状况，结合自身经营规模、商业模式等因素，建立风险评估指标体系，全面评估反垄断合规风险。鼓励平台经营者基于风险评估施行分类分级管理，对不同类别、等级的风险采取不同措施。

第二十二条 风险提醒

鼓励平台经营者对员工施行分岗分级提醒，根据不同岗位、级别和工作范围的员工所面临的不同风险，针对性开展风险提醒。重点做好以下人员的风险提醒：

- （一）法定代表人、董事、高级管理人员；
- （二）主要业务负责人、新业务负责人；
- （三）可能与竞争性平台经营者或者上下游经营者接触的人员；
- （四）负责销售、采购、价格和商务政策制定、并购管理、销售网络管理以及联络行业协会等事项的部门中知晓竞争性敏感信息的人员；
- （五）曾为竞争性平台经营者工作可能知晓其竞争性敏感信息的人员；
- （六）负责企业并购项目的人员；
- （七）其他反垄断合规高风险人员。

第二十三条 事前风险防控

平台经营者可以在制定规则、设计算法、签订协议、商业洽谈、投资并购、调整业务模式、组织营销活动等重要事项前，对有关事项进行反垄断风险识别评估，并依据本指引第二十二条进行风险提醒。

第二十四条 事中风险防控

平台经营者在经营过程中要根据法律法规、行业情况、市场结构、业务布局等发生的变化，及时更新风险评估指标体系，重新评估反垄断合规风险，提出关于平台经营者风险防控工作的合规建议。

第二十五条 事后风险防控

平台经营者可以在营销活动、投资交易、商贸合作等完成结束后对反垄断合规风险进行复盘，提出关于加强和改进自身风险防控工作的反馈意见，防范化解反垄断合规风险。

第二十六条 平台规则审查

平台经营者可以重点对账户管理规则、终端用户政策、平台内经营者协议和管理办法、第三方服务商合作协议、流量分配规则、促销活动政策等平台规则进行全量审查，避免发生反垄断合规风险。

第二十七条 算法筛查

平台经营者可以对互联网平台内使用的各类计价算法、推荐系统、排序逻辑、广告投放策略等核心算法模型进行定向筛查和动态监测，重点关注是否存在歧视性设计、不公平交易导向、价格过度调整、统一定价推送等问题，避免发生反垄断合规风险。

鼓励平台经营者通过技术手段与人工复核相结合的方式，确保算法逻辑透明可解释，避免算法黑箱破坏市场竞争秩序、损害消费者利益和社会公共利益。鼓励平台经营者建立算法迭代纠偏机制，发现风险后及时下线调整相关算法，并留存完整审计记录。

第二十八条 配合调查

平台经营者及其员工要配合反垄断执法机构的调查，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。

第二十九条 合规整改

平台经营者按照反垄断“三书一函”要求进行整改的，要注意及时提交整改方案，有序推进整改工作，按时提交整改报告。平台经营者可以采取适当方式对整改效果进行评估，持续完善合规管理制度、改进合规管理体系。

平台经营者可以主动向社会公开整改措施和成效，接受监督。

第三十条 合规激励

平台经营者要建立完善的反垄断合规管理制度，并真实、有效实施。平台经营者遇到反垄断调查时，可以依据《经营者反垄断合规指南》规定，向反垄断执法机构申请合规激励。反垄断执法机构可以依法酌情考虑平台经营者反垄断合规制度的建设实施情况。

第四章 合规保障机制

第三十一条 合规管理机构

反垄断合规管理机构负责统筹、组织和推进反垄断合规管理工作，可以专设，也可以由有关部门承担相应职责。鼓励平台经营者为合规管理机构独立履职提供必要的资源，保障反垄断合规管理有效实施。

平台经营者总部可以要求分公司、控股子公司等配合开展风险排查、举报调查、监督检查和问题整改等反垄断合规管理工作。

第三十二条 合规汇报

鼓励平台经营者建立反垄断合规汇报机制，由反垄断合规管理负责人听取合规管理牵头部门报告合规管理落实情况和合规风险，并定期向平台经营者主要负责人汇报反垄断合规管理情况，及时报告反垄断合规重大风险。合规管理牵头部门可以组织业务以及职能部门汇报本部门的反垄断合规工作情况和合规风险。

鼓励平台经营者总部定期听取分公司、控股子公司等合规管理牵头部门汇报反垄断合规管理落实情况和重大风险，收集反垄断合规管理工作所需的资料和信息，及时掌握合规风险事项。

第三十三条 合规培训

鼓励平台经营者投入有效资源，建立反垄断合规培训机制，将反垄断合规培训纳入员工培训计划和常态化合规培训机制，结合不同岗位的合规管理要求针对性地开展培训。鼓励平台经营者建立合规培训台账，结合反垄断法相关规定及时更新培训内容，定期评估培训效果。

第三十四条 合规考核

鼓励平台经营者建立健全反垄断合规人事考核以及奖惩机制，将考核结果作为员工及其所属部门绩效考核的重要依据，激励和督促员工自觉遵守反垄断合规管理要求。对于考核结果不合格、涉及投诉举报的人员或者部门，采取相应纠正整改措施。

平台经营者总部可以对分公司、控股子公司等反垄断合规管理工作进行考评和指导。

第三十五条 合规监督

鼓励平台经营者建立反垄断合规举报处理和反馈机制，积极响应员工、平台内经营者、消费者、从业人员等的反垄断合规投诉和举报，并组织开展核查。

鼓励平台经营者建立平台内经营者、消费者、从业人员等平台用户以及独立第三方等的外部评价机制，自觉接受社会监督，不断完善平台治理规则。

第三十六条 合规管理信息化

鼓励平台经营者加强合规管理信息化建设，将合规要求和风险防控机制嵌入业务信息化流程，支持业务以及职能部门对本部门日常工作开展信息化合规管理，强化对经营管理行为合规情况的过程管控和运行分析，记录和保存相关信息，提高合规工作效率。

第五章 附 则

第三十七条 指引的效力

本指引是关于互联网平台的专项反垄断合规指引，旨在对平台经营者反垄断合规提供一般性指引，不具有强制性。

平台经营者、有关行业协会可以参考本指引，根据反垄断法律法规规章指南等的规定，结合自身特点，建立健全反垄断合规制度，优化合规工作体系。

第三十八条 指引的解释

本指引由市场监管总局负责解释。

《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》解读

信息来源：反垄断一司 发布时间：2025 年 11 月 15 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/xwxc/art/2025/art_62f54cb2ba13412f96bc154e2bff93bb.html

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，支持和引导平台经营者有效防范反垄断合规风险，健全反垄断合规管理机制，保护相关主体合法权益，维护市场公平竞争秩序，促进平台经济健康发展，根据《中华人民共和国反垄断法》（以下简称《反垄断法》）等法律规定，市场监管总局研究起草了《互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）》（以下简称《指引》），于 11 月 15 日面向社会公开征求意见。现就相关内容解读如下：

一、制定《指引》的主要背景是什么？

党的二十大对完善公平竞争市场经济基础制度，加强反垄断作出决策部署。党的二十届三中全会指出，促进平台经济创新发展，健全平台经济常态化监管制度。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》强调，完善监管，推动平台经济创新和健康发展。2025 年《政府工作报告》明确，制定重点领域公平竞争合规指引。制定《指引》是贯彻落实党中央、国务院决策部署的具体举措，有利于完善平台经济反垄断规则体系，提升平台经营者竞争合规水平，充分激发经营主体内生动力和创新活力。

近年来，我国平台经济快速发展，在提高社会资源配置效率、推动技术创新和产业变革、促进经济社会发展等方面发挥着重要作用。同时，互联网平台网络效应明显，涉及平台经营者、平台内经营者、消费者和从业人员等多方主体。平台经营者具有一定的管理者属性，通过平台规则、数据、算法、技术手段等影响平台竞争生态，一旦从事排除、限制竞争行为，将会损害多方主体利益。执法实践显示，平台经济领域垄断风险多发，平台经营者期待反垄断执法机构制定出台

具有较强针对性和可操作性的合规指引。制定《指引》有利于帮助平台经营者精准识别、评估、防范反垄断合规风险，进一步明晰行为边界，稳定市场预期，提振发展信心。

市场监管总局根据《反垄断法》等法律规定，系统总结执法经验，广泛听取相关部门、行业协会、专家学者、经营主体、律师等各方意见建议，研究起草《指引》，明确平台经营者加强反垄断合规管理的基本原则，细化风险识别的考量因素和风险管控的具体措施，为平台经营者落实落细合规主体责任提供明确、清晰的指引，有利于更好保护相关主体合法权益，维护公平竞争市场秩序，促进平台经济规范健康发展。

二、《指引》主要有哪些特点？

《指引》坚持问题导向，及时回应社会期待，为平台经营者设定清晰明确的行为指引。主要有以下特点：

从制定目的看，《指引》以促进平台经济创新和健康发展为出发点和落脚点。平台经济创新和健康发展离不开公平竞争的市场环境。《指引》详细列举互联网平台可能发生的反垄断合规风险，引导平台经营者加强反垄断合规管理，有效预防和制止垄断行为的发生，有利于营造公平竞争的市场环境，充分激发经营主体内生动力和创新活力，不断提升竞争水平和发展质量。

从文件性质看，《指引》是不具有强制力的专项反垄断合规指引。做好反垄断合规可以大幅降低平台经营者的不确定性成本。《指引》旨在为平台经营者反垄断合规提供一般性指引，不具有强制力，是加强全链条监管的创新举措，有利于帮助平台经营者精准识别、评估、防范反垄断合规风险，主动规范自身经营行为。

从具体内容看，《指引》注重增强反垄断合规管理的针对性、有效性。《指引》结合平台经济行业特点、经营模式、竞争规律等，及时总结反垄断监管执法经验，提出 8 个场景中的新型垄断风险，引导平台经营者加强平台规则审查和算法筛查，构建全链条合规管理制度，针对性、穿透式做好反垄断合规管理工作。

三、平台经营者加强反垄断合规管理的原则是什么？

为实现规则公平、算法向善、竞争合规,《指引》指出,平台经营者开展反垄断合规管理坚持以下原则:一是针对性原则。结合所处行业、商业模式和治理结构等因素,有针对性地识别、评估和防控合规风险,开展反垄断合规管理。二是全面性原则。推进事前事中事后全链条合规,实现业务领域、部门、员工全覆盖,贯穿决策、执行、监督各环节,构建协同联动的全面合规体系。三是穿透性原则。贯通平台经营者总部和分公司、控股子公司等,完善总部指导、协调、监督和考核机制,压实各分支机构等自身合规管理职责,实现层级穿透、业务穿透、规则算法穿透。四是持续性原则。健全反垄断合规长效机制,保障合规管理制度持续有效执行,防止“一次性”“阶段性”合规,定期评估自身合规经营情况,及时更新完善反垄断合规管理制度。

四、《指引》如何帮助平台经营者识别垄断协议风险?

《指引》指出,平台经营者要避免在提供平台服务或者开展自营业务等过程中达成垄断协议,以及组织其他经营者达成垄断协议或者提供实质性帮助。

一是明晰基本分析框架。平台经营者识别垄断协议风险,通常首先分析相关行为是否属于《反垄断法》第十七条、第十八条第一款和第十九条规定的情形,再分析上述行为是否符合《反垄断法》规定的不予禁止或者豁免条件。

二是列举具体行为方式。《指引》结合行业特点和执法实践,详细列举平台经营者可能达成横向垄断协议、纵向垄断协议以及组织达成垄断协议或者为达成垄断协议提供实质性帮助的各种行为方式,引导平台经营者防范发生垄断协议风险。

三是提供垄断协议风险示例。为了帮助平台经营者更好识别垄断协议风险,《指引》总结提炼了平台间算法共谋、组织帮助平台内经营者达成垄断协议两个场景中的垄断协议风险,采取风险概述和具体案例相结合的方式,为平台经营者提供合规参考。

五、《指引》如何引导平台经营者识别滥用市场支配地位风险?

《指引》指出,市场力量较大的平台经营者要定期评估是否在相关市场具有市场支配地位,避免在提供平台服务或者开展自营业务等过程中从事滥用市场支配地位行为。

一是明晰基本分析框架。平台经营者识别滥用市场支配地位行为风险，通常首先界定相关市场，评估在相关市场是否具有市场支配地位、是否实施相关行为，再结合是否具有正当理由以及相关行为是否排除、限制市场竞争，具体分析是否构成滥用市场支配地位行为。

二是细化认定市场支配地位的考虑因素。《指引》指出，平台经营者评估是否具有市场支配地位时，可以结合自身的情况以及平台内经营者、其他平台经营者的情况进行综合考虑，具体可以考量平台经营者的市场份额以及相关市场竞争状况、控制市场的能力、财力和技术条件，以及平台内经营者等其他经营者对其在交易上的依赖程度、其他平台经营者进入相关市场的难易程度等因素。

三是列举具体行为方式。《指引》结合互联网平台主要业务模式，详细列举不公平高价或者不公平低价、低于成本销售、拒绝交易、限定交易、搭售或者附加其他不合理条件、差别待遇等典型滥用市场支配地位行为的具体方式。同时，归纳总结认定具有“正当理由”时的考量因素以及常见的不属于“正当理由”的具体情形，为平台经营者提供清晰的行为指引。

四是提供滥用市场支配地位行为风险示例。《指引》结合监管执法实践和互联网平台特点，以示例的形式对平台不公平高价、平台低于成本销售、封禁屏蔽、“二选一”行为、“全网最低价”、平台差别待遇 6 个场景中的新型垄断风险作出特别提示，为平台经营者加强反垄断合规管理提供有益参考。

六、如何把握《指引》中列举的八个风险示例？

为了帮助平台经营者更好识别反垄断合规风险，增强条文可读性、生动性，《指引》结合反垄断监管执法经验，以示例方式为平台经营者列举了 8 种风险：平台间算法共谋、组织帮助平台内经营者达成垄断协议、平台不公平高价、平台低于成本销售、封禁屏蔽、“二选一”行为、“全网最低价”和平台差别待遇。这 8 个风险示例是对互联网平台具体场景中垄断风险的明确提示，涉及数据传输、算法适用、服务定价、搜索排序、推荐展示、流量分配、补贴优惠等多种平台经营活动。鼓励平台经营者结合《指引》列举的风险示例，主动开展风险评估自查，避免发生示例中提及的反垄断合规风险。但认定一项行为是否构成《反垄断法》禁止的垄断行为，需要依据《反垄断法》及相关法规规章，经过调查取证和分析论证方能得出结论。

七、《指引》如何帮助平台经营者加强反垄断合规风险管理？

《指引》从风险评估、风险提醒、风险防控、配合调查、合规整改等维度引导平台经营者健全全链条风险管理体系，鼓励平台经营者开展平台规则审查和算法筛查，并对合规激励作出规定。

一是开展风险评估。平台经营者可以根据所处行业特点和市场竞争状况，结合自身经营规模、商业模式等因素，建立风险评估指标体系，全面评估反垄断合规风险。鼓励平台经营者基于风险评估施行分类分级管理，对不同类别、等级的风险采取不同措施。

二是进行风险提醒。鼓励平台经营者对内施行分岗分级提醒，根据不同岗位、级别和工作范围的员工所面临的不同风险，针对性开展风险提醒，并对各类需要重点做好风险提醒的人员进行详细列举。

三是做好风险防控。平台经营者可以在对重要事项作出决策前，对有关事项进行反垄断风险识别评估，对有关人员进行风险提醒。平台经营者在经营过程中要根据法律法规、行业情况、市场结构、业务布局等发生的变化，及时更新风险评估指标体系，重新评估风险，提出合规建议。平台经营者可以在相关工作完成后对反垄断合规风险进行复盘，及时加强和改进风险防控工作。

四是开展平台规则审查和算法筛查。平台规则审查方面，《指引》列举了重点审查的平台规则，包括账户管理规则、终端用户政策、平台内经营者协议和管理办法、第三方服务商合作协议、流量分配规则、促销活动政策等。算法筛查方面，《指引》列举了可以进行定向筛查和动态监测的算法，明确了重点关注的风险，鼓励平台经营者将技术手段与人工复核相结合，建立算法迭代纠偏机制。

五是配合调查和合规整改。平台经营者及其员工要配合反垄断执法机构的调查，如实提供反垄断执法机构要求提交的证据材料，避免拒绝或者阻碍调查的各类行为。《指引》指出，按照反垄断“三书一函”要求进行整改时，平台经营者要注意及时提交整改方案，有序推进整改工作，同时可以开展整改效果评估并做好相应的完善改进以及接受社会监督等工作。

此外，《指引》指出，平台经营者要建立完善的反垄断合规管理制度，并真实、有效实施。平台经营者遇到反垄断调查时，可以依据《经营者反垄断合规指

南》规定，向反垄断执法机构申请合规激励，相应反垄断合规制度的建设实施情况可被依法酌情考虑。

八、《指引》如何帮助平台经营者健全反垄断合规保障机制？

《指引》指出，反垄断合规管理机构负责统筹、组织和推进反垄断合规管理工作。平台经营者可以专设反垄断合规管理机构，也可以由有关部门承担相应职责，《指引》鼓励平台经营者为其独立履职提供必要的资源，保障反垄断合规管理有效实施。平台经营者总部可以要求分公司、控股子公司等配合反垄断合规管理工作。

《指引》鼓励平台经营者健全风险闭环管理机制，提出了合规汇报、合规培训、合规考核、合规监督以及合规管理信息化等多项在实践中行之有效的合规保障运行机制，引导平台经营者实现风险闭环管理，落实落细合规管理主体责任。

九、依据《指引》加强反垄断合规有哪些重要意义？

一是优化竞争生态。《指引》强调“宽严相济”的监管思路，致力于厚植公平竞争文化，引导平台经营者用好超大规模市场的优势，改变“圈地”竞争思路，走出排除、限制竞争有利于“幸存者”更好发展的误区，并呼吁各领域平台经营者建立起“共同体”思维，通过合作开放推动竞争升级、企业转型和互利共赢。

二是集中创新力量。《指引》有针对性地对多类新型垄断风险作出提示，主要目的在于增强平台经营者公平竞争发展信心，有能力、有动力摆脱低水平同质竞争的桎梏，释放更多开展前瞻性研发的潜能，推动平台企业将力量向优质创新倾斜，布局更多新兴产业，将力量进一步集中到积极服务民生福祉、深度参与国家战略的科技创新中，更好把握新一轮科技革命和产业变革带来的机遇。

三是赢得更多青睐。在当下动态性较强的市场环境中，合规经营已成为企业赢得各方认可的关键“通行证”。消费者愈发理性，为优质平台的商品和服务买单的意愿更强；从业人员重视权益保障，平台合规口碑直接影响岗位吸引力；合作商、投资者倾向于与合规企业携手，降低不确定性引起的商业风险。同时，符合国际反垄断标准的合规企业，能更顺利地进入海外市场、拓展国际版图。

上海市市场监督管理局印发 《上海市市场监管领域殡葬行业经营者合规指引》

信息来源：上海市市场监管局 发布时间：2025 年 11 月 17 日

访问链接：<https://sc.jgj.sh.gov.cn/210/20251117/2c984ad69a70f20f019a8ffe8b835cb8.html?sessionId=>

上海市市场监督管理局关于印发 《上海市市场监管领域殡葬行业经营者合规指引》的通知

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：

现将《上海市市场监管领域殡葬行业经营者合规指引》印发给你们，请各单位加强宣传引导，促进殡葬行业经营者合规经营，更好保障群众合法权益。

特此通知。

上海市市场监督管理局

2025 年 11 月 13 日

（此件公开发布）

上海市市场监管领域殡葬行业经营者合规指引

第一条 （目的与依据）

为引导本市殡葬行业经营者加强合规经营，落实机构主体责任，保护丧事承办人合法权益，引导和促进殡葬行业健康有序发展，依据《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国反垄断法》《网络交易监督管理办法》等有关法规、政策文件，结合本市实际，制定本指引。

第二条 （适用范围）

本指引适用于销售殡葬用品、提供殡葬服务或者提供殡葬代理服务的经营者（以下统称“殡葬行业经营者”）。

第三条 （经营原则）

殡葬行业经营者应当强化公益属性，坚持弘扬“厚养礼葬”等良善传统价值理念，不断提升殡葬服务质量和能力，保护人民群众合法权益。

第四条 （价格执行）

殡葬行业经营者应当严格执行《上海市定价目录》和定价部门关于本市实行政府定价、指导价的殡葬服务的有关规定，重点关注以下方面：

（一）对实行政府定价的遗体接运、遗体存放、遗体火化和生态葬等殡葬服务项目，应当严格执行核定的收费标准，不得高于或者低于核定标准收费；

（二）对实行政府指导价的遗体防腐、更衣、化妆、礼厅租用、墓穴使用、墓穴（格位）维护管理等殡葬服务项目，应当在核定的收费标准范围内确定具体收费标准，不得超出浮动范围收费；

（三）应当按照定价部门明确的殡葬服务内容提供对应服务，不得将一个收费项目分解为两个或者多个不同项目进行收费，不得对同一收费对象、同一收费事项重复多次收费，不得只收费不服务或者少服务；

（四）未经定价部门核定，不得自行设立政府定价、指导价范围内的殡葬服务收费项目，不得自行制定标准收费。

第五条 （合理定价）

殡葬行业经营者对实行市场调节价的殡葬用品和服务，应当以建设、制造、采购和服务等成本为依据，按合理利润及兼顾一般丧事承办人承受能力的原则进行定价。

第六条 （标价形式）

殡葬行业经营者应当在经营场所的商品展示、收银服务等醒目区域，以标价签、标价牌、价目表（册）、展示板、电子屏幕、商品实物或者模型展示、图片展示以及其他群众方便和有效获悉的标价形式标价。

同时在线上、线下销售商品和提供服务的，如无合理理由，各交易渠道标示的价格需保持一致。

鼓励殡葬行业经营者在服务场所提供收费信息电子终端自助查询等便民服务。

第七条 （集中公示）

殡仪馆、公墓、骨灰堂应当按照本市集中公示样式，在民政部门或者地方政府官方网站上全面、规范公示本机构提供的殡葬服务、殡葬用品价格及相关信息。鼓励其他殡葬行业经营者进行集中公示。

第八条 （服务标价）

殡葬行业经营者应当标明提供服务的项目名称、服务内容、价格或计价单位。实行政府定价或者政府指导价的，应当同时标明价格政策文件依据。

同类服务因服务时间、地点、人员、标准等不同而实行不同价格的，应当标示影响服务价格的相关要素信息。

提供代办服务的殡葬行业经营者，应当区分标示自身提供服务事项、代办服务事项，以及代办服务涉及的费用。

第九条 （商品标价）

殡葬行业经营者销售殡葬用品应当标明品名、价格和计价单位。

骨灰盒、寿衣等殡葬用品因材质、规格、型号等不同而实行不同价格的，应当使用规范性名称、参数等，标示影响价格的相关要素信息。

第十条 （收费确认）

殡葬行业经营者在提供服务和销售用品前，可以采用收费清单、价格知情确认书等形式向丧事承办人明确告知服务项目、服务内容、收费标准等信息，由丧事承办人自愿选择并签字确认。

如在丧事办理过程中新增服务项目或殡葬用品，殡葬行业经营者需与丧事承办人再次书面确认。

殡葬行业经营者提供服务，实行先消费后结算的，除按照规定进行明码标价外，还应当在结算前向消费者出具结算清单，列明所消费的服务项目、价格以及总收费金额等信息。

第十一条 （收费规范）

殡葬行业经营者应当规范收费行为：

（一）标示价格与结算价格应当一致，不在标价之外加价出售商品，不收取任何未予标明的费用；

（二）服务项目和殡葬用品应当由丧事承办人自行选择，不强制提供服务并收费；

（三）代收代缴服务费用，应当根据服务方出具的费用凭证，按照实际发生的费用收取。

第十二条 （禁止虚假宣传）

殡葬行业经营者提供殡葬用品或者服务信息，应当真实全面，不得对性能、功能、质量、销售状况、用户评价、合作单位、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导丧事承办人。

第十三条 （禁止商业贿赂）

殡葬行业经营者不得采用财物或者其他手段贿赂交易相对方的工作人员、受交易方委托办理相关事务的单位或者个人、利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势。

第十四条 （禁止商业混淆）

殡葬行业经营者不得擅自使用殡仪馆、市殡葬服务中心等主体有一定影响的企业名称、社会组织名称等,足以使丧事承办人误认为是其他主体的商品或服务,或者与其他主体存在特定联系。

第十五条 (反垄断)

殡葬行业经营者在经营活动中应做好反垄断合规管理,不得有以下违法行为:

(一)与具有竞争关系的殡葬行业经营者达成并实施固定价格、分割市场、联合抵制交易等横向垄断协议;

(二)组织帮助其他殡葬行业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;

(三)具有市场支配地位的殡葬行业经营者,以不公平高价销售殡葬用品或提供殡葬服务;

(四)具有市场支配地位的殡葬行业经营者,没有正当理由拒绝与其他殡葬行业经营者或个人进行交易、限定其他殡葬行业经营者或个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、搭售殡葬用品或殡葬服务、在交易时附加其他不合理的交易条件等。

第十六条 (广告营销)

殡葬行业经营者发布广告应当真实、合法,符合社会公序良俗,倡导文明节俭治丧、节地生态安葬、文明低碳祭扫新风尚。

殡葬服务广告中禁止宣扬封建迷信内容,禁止发布涉及封建迷信的殡葬用品广告。

根据《上海市市场监督管理局关于明确本市可能产生不良影响的户外广告具体范围的通知》(沪市监规范〔2024〕7号)要求,不在除自身经营场所以外的其他户外广告设施包括流动户外广告设施发布殡葬用品或服务广告。

第十七条 (产品质量)

销售殡葬用品的经营者,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。

销售的殡葬用品的标识应当真实,并符合下列要求:

- (一) 有产品质量检验合格证明；
- (二) 有中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址；
- (三) 根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、所含主要成份的名称和含量的，用中文相应予以标明；需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料；
- (四) 限期使用的产品，应当在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或者失效日期；
- (五) 使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应当有警示标志或者中文警示说明。

第十八条 （禁止销售封建迷信用品）

殡葬用品经营者不得经营民政部门禁止经营的封建迷信殡葬用品。

第十九条 （合同签订）

殡葬行业经营者签订服务合同的，可以由丧事家属或他人代为签订。代为签订的，签订人应当提供丧事家属的正式授权委托书。服务合同应当明确服务内容、形式、时间、收费标准、权利义务、违约责任、争议解决及其他需要约定的事项。

鼓励殡葬行业经营者使用本市殡葬行业示范合同。

第二十条 （索证索票）

殡葬行业经营者应当保存进货时的各种原始发票、单证等能够证明进货来源的文件资料，并依法建立台帐。

殡葬行业经营者应当依照国家规定或者交易习惯，向丧事承办人出具发票等购货凭证、服务单据；丧事承办人索要发票等购货凭证或者服务单据的，经营者应当出具。

第二十一条 （争议处置）

鼓励殡葬行业经营者建立先行赔付、纠纷在线解决等方便快捷的消费争议处理机制。鼓励殡葬行业经营者与消费者采用协商和解的方式解决消费争议，和解协议的内容不得违反法律、法规的规定，不得损害社会公共利益和他人合法权益。

第二十二条 （行业自律）

市殡葬行业协会应当发挥指导、协调、服务等作用，加强行业自律。可以根据需要制定行规行约，积极参与制定和推动实施有关行业标准，协调消费争议，提出规范殡葬行业经营行为的意见和建议。

第二十三条 （配合监管）

殡葬行业经营者应当配合市场监管等部门的监督检查，及时按要求如实提供所需资料和信息。

第二十四条 （合规衔接）

本指引对殡葬行业合规经营作出一般性指引。法律法规规章、政策性文件对殡葬行业经营行为有专门规定的，从其规定。

第二十五条 （指引实施）

本指引自发布之日起实施。

实务动态

市场监管总局举办第十一期反垄断合规讲堂 引导企业依法行使知识产权公平参与市场竞争

信息来源：市场监管总局 发布时间：2025 年 11 月 28 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/fldys/sjdt/gzdt/art/2025/art_1b27c221176d4702bbde56e437dd5006.html

11 月 28 日，市场监管总局在广东省广州市举办 2025 年第十一期反垄断合规讲堂。本期讲堂以“知识产权滥用的反垄断规制”为主题，深度解读知识产权领域反垄断制度规则，引导广大经营者依法行使知识产权加强反垄断合规管理。

市场监管总局将坚持监管规范和促进发展并重，统筹保护知识产权和促进公平竞争，强化反垄断执法，防止滥用知识产权排除、限制竞争行为，助推科技创新、产业创新，营造更加公平、更有活力的市场环境。

本次活动共 100 余家企业主体通过线下和线上形式参加。

市场监管总局举办第四期海外反垄断合规讲堂

信息来源：市场监管总局 发布时间：2025 年 11 月 18 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/xw/sj/art/2025/art_33e86461b57c4840af85e5755bd5243.html

11 月 18 日，市场监管总局在京举办第四期海外反垄断合规讲堂，聚焦航空企业国际化发展中的合规挑战进行授课，助力提升海外反垄断合规能力，促进航空产业高质量国际化发展。本期讲堂由中国航空运输协会承办，数十家航空制造及运输企业代表参加。

航空运输业具有显著的国际化运营特征，航线网络布局、跨境销售合作、航空联盟运营等核心业务环节广泛涉及跨境反垄断合规事项。讲堂上，相关专家系统解读欧盟、美国等航空企业重点布局区域的反垄断法律法规，结合航空领域典型反垄断案例，深入剖析经营者集中申报、垄断协议防范、市场支配地位合规等方面的风险识别与防控要点，为企业提供全链条合规指引。

今年以来，市场监管总局持续推进系列海外反垄断合规宣讲，5 月至 10 月已先后针对汽车、集成电路、互联网等重点行业举办三期海外反垄断合规讲堂，社会反响良好。

前三季度市场监管总局无条件批准经营者集中案件 514 件

信息来源：市场监管总局 发布时间：2025 年 11 月 21 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/xw/sj/art/2025/art_a3462f4336be4fd3bf6c2fa8c8c236cc.html

今年前三季度，市场监管总局共审结经营者集中案件 528 件，同比增长 15.8%，其中无条件批准 514 件，受理后申报方撤回申报 9 件，附条件批准 4 件，禁止 1 件。前三季度汽车、化学原料、通用设备、计算机等领域制造业并购交易表现突出，反映出我国新质生产力发展步伐加快。

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 457 件，约占 88.9%。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 441 件，约占 85.8%；进一步审查阶段审结不予禁止的案件 73 件。

从交易金额看，无条件批准的经营者集中交易金额合计超 2.05 万亿元，其中交易金额 1 亿元至 10 亿元的集中 158 件，约占 30.7%；10 亿元至 100 亿元的集中 139 件，约占 27.0%；100 亿元及以上的集中 47 件。

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 308 件，约占 59.9%；境外企业间集中为 137 件，约占 26.7%；境内外企业间集中为 69 件，约占 13.4%。

从所有制结构看，多种所有制主体均衡发展，外企参与并购势头强劲。涉及国有企业参与的集中 285 件，约占 55.4%；涉及外企参与的集中 218 件，约占 42.4%；涉及民营企业参与的集中 183 件，约占 35.6%。

从行业分布看，涉及制造业的集中最多，为 182 件，约占 35.4%，投资较为

活跃；其他交易数量较多的行业包括水电气热生产供应、金融、交通运输、批发零售、信息技术服务、租赁商务服务、房地产等。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 28 件，约占制造业总数的 15.4%；汽车制造业的集中主要涉及汽车零部件及配件制造，为 19 件，约占汽车制造业的 67.9%。其他交易数量较多的行业包括化学原料和化学制品制造业、电气机械和器材制造业、通用设备制造业、医药制造业、计算机和电子设备制造业等。

从交易类型和模式特点看，涉及同行竞争者的横向集中 295 件，约占 57.4%；涉及上下游企业的纵向集中 213 件，约占 41.4%；混合集中 147 件，约占 28.6%。以股权收购方式的集中为 281 件，约占 54.7%；以合营企业方式的集中为 223 件，约占 43.4%；以新设合并、资产收购方式的集中为 23 件。

从企业注册地看，参与经营者集中的企业来自全球 30 余个国家和地区，境外企业集中主要涉及日本、美国、英国、新加坡、法国等国家。在中国境内，北京、江苏、广东、浙江、上海为参与集中企业注册地数量前五大省（市）。

市场监管总局开展手机行业反不正当竞争合规指导

信息来源：市场监管总局 发布时间：2025 年 11 月 27 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/xw/sj/art/2025/art_254354c431d64d58b773af48ea7e209c.html

11 月 26 日，市场监管总局在广东深圳对手机和手机应用平台企业开展反不正当竞争合规指导。

市场监管总局通报了手机行业不正当竞争典型案例，并指出，作为数字经济关键组成部分，手机和手机应用领域当前非理性竞争问题较为突出，部分企业利用技术、数据、平台规则等优势实施流量劫持、强制跳转、恶意不兼容等不正当竞争行为，损害其他经营者和消费者的合法权益，扰乱市场公平竞争秩序。

市场监管总局强调，手机行业相关经营者要切实增强责任意识，深入学习新反不正当竞争法，高度重视反不正当竞争合规工作。要全面排查风险隐患，建立健全内部合规管理体系，自觉维护公平竞争市场环境。要坚决停止并防范各类不正当竞争行为，推动形成优质优价、良性竞争的市场秩序。要遵守法律和商业道德，共同构建健康有序、互利共赢的产业生态。

市场监管总局将持续强化反不正当竞争监管执法，不断完善公平竞争制度规则，用好梯次性监管工具，切实维护市场公平竞争和消费者合法权益，推动手机行业规范健康可持续发展。

市场监管总局、中央网信办、最高人民法院相关司局同志，广东、上海、重庆等地市场监管部门同志，以及手机企业、手机应用平台企业、行业协会和媒体代表参加活动。

商业秘密保护国际倡议在广州发布

信息来源：市场监管总局 发布时间：2025 年 11 月 22 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art_4945eabe62ed46ad96cd60aeaf2e2f01.html

10 月 22 日，市场监管总局在广东广州召开商业秘密保护国际研讨会。会议现场发布商业秘密保护国际倡议，呼吁各国坚持创新驱动、公平保护、诚信共赢、交流互鉴，共同构建更加公平、合理、有效的商业秘密保护国际环境。市场监管总局总工程师刘敏出席并致辞。

本次会议以“构建商业秘密保护制度，推动产业创新发展”为主题，旨在搭建商业秘密保护领域国际交流平台，为提升全球商业秘密保护水平、强化全球知识产权保护和公平竞争治理贡献智慧和力量。与会嘉宾分别围绕“商业秘密保护与产业创新发展”“企业数据与商业秘密保护”“粤港澳大湾区商业秘密保护协作”等议题进行了深入研讨，通过交流互鉴，充分凝聚共识。

商业秘密是企业创新成果和核心竞争力的重要体现，对维护产业链安全、发展新质生产力具有关键作用，也是国际经贸规则关注的热点。近年来，市场监管总局深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，全面推进商业秘密保护工作，取得显著成效。全国已建立商业秘密保护服务站点近 3 万个，商业秘密保护服务网络不断健全。46 个全国商业秘密保护创新试点地区发布条例、指南、标准等制度性成果 434 个。上海市奉贤区、浙江省温州市、湖北省武汉市、广东省佛山市等 18 个创新试点地区落地商业秘密质押融资、保险等金融服务，累计金额超过 2.2 亿元。

来自英国、日本、韩国等国家及欧盟的知识产权机构、驻华使领馆代表，世界知识产权组织、国际知识产权商业化理事会等国际组织代表，国内有关政府部

门相关负责同志，各地市场监管部门负责同志，有关行业协会代表，专家学者和企业代表等约 150 人参加会议。

“十四五”期间，我国查处行政性垄断案件 239 件

信息来源：新华社 发布时间：2025 年 11 月 03 日

访问链接：[https://www.news.cn/20251103/41cd38a7162048b7a74c765c54685883/c.html?](https://www.news.cn/20251103/41cd38a7162048b7a74c765c54685883/c.html?sessionid=)

[sessionid=](#)

从擘画建设高标准市场体系“四梁八柱”到更好统筹国内国际两个市场两种资源，从“有为政府”精心呵护到“有效市场”活力迸发，从全面深化改革到高水平制度型开放……机制一新，天地俱宽：全国统一大市场打通经脉，生产要素突破梗阻江河畅流；营商环境持续优化，上亿市场主体活力迸发；制度型开放纵深推进，中国成为全球要素“引力场”……

“十四五”期间，一个更规范、更高效、更开放的中国市场，映射在每个人创新的激情里、办事的便捷中和消费的安心上。跟随海报，一同感受更具活力更显公平的中国市场，如何丰富你我的获得感、幸福感和安全感。

一、市场更公平：推动全国统一大市场成为公平竞争大舞台

- 推动《反垄断法》实现颁布 15 年后的首次大修
- 查办各类不正当竞争案件近 5 万件，其中网络不正当竞争案件 4296 件
- 发现和废除阻碍要素流动的政策措施 4218 件
- 查处行政性垄断案件 239 件

二、网络更纯净：刚柔并济维护网络交易秩序

- 共督促平台删除违法商品信息 454.1 万条，责令停止平台服务网店 5.8 万个次，查处涉网类案件 10.5 万件
- 查办“三只羊”“东北雨姐”等直播电商领域重大案件
- 出台《关于推动网络交易平台企业落实合规管理主体责任的指导意见》，引导平台完善合规管理机制

市场监管总局召开 2025 年第五次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 11 月 27 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art_62eb4866146a427ca3f48fa8c1dc8e4b.html?sessionId=

11 月 27 日，市场监管总局召开 2025 年第五次企业公平竞争座谈会，围绕“促进公平竞争，优化营商环境”主题，与三星、宝马、强生、拜耳、正大、宝洁、宜家等外资企业深入交流，听取意见建议。总局党组成员、副局长孟扬出席会议并讲话。

孟扬介绍了市场监管总局强化反垄断监管执法、深化竞争领域制度型开放、加强公平竞争治理等方面的工作情况。他强调，总局认真贯彻落实党的二十届四中全会精神，将进一步加强重点领域反垄断执法，加强公平竞争审查和经营者集中审查，坚决破除阻碍全国统一大市场建设的卡点堵点，营造市场化、法治化、国际化一流营商环境，充分激发各类经营主体发展活力。

市场监管总局反垄断总监王铁汉，有关司局和单位主要负责同志参会。

最高人民法院发布反垄断专题精选问答，涉及反垄断 行政诉讼管辖、违法所得计算等

信息来源：人民法院报 发布时间：2025 年 11 月 13 日

访问链接：<https://www.court.gov.cn/zixun/xiangqing/481371.html>

问题 1：以反垄断执法机构为被告提起的不履行法定职责行政诉讼案件，应当如何确定管辖？

答疑意见：以反垄断执法机构为被告提起的不履行法定职责行政诉讼案件，即诉反垄断执法机构不作为的行政诉讼案件，审理重点一般在于反垄断执法机构是否具有依举报调查涉嫌垄断行为的法定职责，以及其对有关举报的处理是否符合法定程序，通常并不涉及对有关行为是否构成垄断行为的判断，故该类案件性质上属于一般行政案件，应当作为一般行政案件确定一、二审管辖法院，无需由具有垄断案件管辖权的知识产权法院、有关中级人民法院集中管辖并上诉至最高人民法院。

咨询人：北京知识产权法院立案庭 张恒

答疑专家：最高人民法院知识产权法庭 廖继博

问题 2：垄断违法所得应该如何计算以及是否应当扣除企业所得税？

答疑意见：第一，根据反垄断法的规定及相关执法实践，垄断违法所得的计算，通常是以经营者因垄断行为所获得的全部销售收入，扣除其合理经营成本。其中，扣除的合理经营成本包括与销售行为直接相关的流转税，例如增值税、消费税等。第二，在计算垄断违法所得时，原则上不应扣除企业所得税。原因在于，“违法所得”是经营者因实施垄断行为所获得的收入，其本质是垄断行为产生的经营利润，而企业所得税是在利润形成后，在分配环节征收的税款，二者并无直接相关性。如果允许扣除企业所得税，相当于将一部分违法收益以税收形式变相

“返还”给违法者，将削弱违法惩戒效果，不利于实现反垄断法预防和制止垄断行为的立法目的。

咨询人：海南自由贸易港知识产权法院审判第一庭 周玲

答疑专家：最高人民法院知识产权法庭 何隽

问题 3：认定构成垄断，垄断违法所得是否应当扣除假定收入，即未发生垄断时在相关市场可以取得的收入？

答疑意见：根据相关法律规定及行政执法实践，在计算垄断违法所得时，原则上不应扣除假设未发生垄断时可能获得的“正常收入”，但需扣除有证据证明的合理经营成本。理由如下：

第一，从法律规范层面看，《中华人民共和国行政处罚法》第二十八条第二款规定：“当事人有违法所得，除依法应当退赔的外，应当予以没收。违法所得是指实施违法行为所取得的款项。法律、行政法规、部门规章对违法所得的计算另有规定的，从其规定。”《工商行政管理机关行政处罚案件违法所得认定办法》第二条第一款规定：“工商行政管理机关认定违法所得的基本原则是：以当事人违法生产、销售商品或者提供服务所获得的全部收入扣除当事人直接用于经营活动的适当的合理支出，为违法所得。”根据上述法律和部门规章的规定，垄断违法所得通常是指经营者因垄断行为所获得的全部收入扣除其合理经营成本。计算违法所得时，重点关注的因垄断行为实际带来的收入，而非与一个假定的“正常收入”相比较。

第二，从反垄断执法实践看，违法所得通常指因垄断行为直接获得的全部利润，而不是仅指超出正常竞争市场利润的所谓“超额利润”。执法实践中通常采用的计算方式是以经营者因垄断行为所获得的全部销售收入扣除其合理经营成本。

第三，从法律实施效果看，一旦某一行为被认为构成垄断行为，则垄断行为实施期间因垄断行为取得的收入通常均应被认定为违法收入，其中不存在所谓“正常收入”，更不应在计算违法所得时扣除所谓“正常收入”。如果允许在计算垄断违法所得时扣除所谓“正常收入”，无异于承认了垄断行为实施者可以合法保留通过垄断行为获得的“正常利润”。这不仅与垄断行为的违法性存在矛盾，

还将严重削弱反垄断法的惩戒力度，甚至在客观上变相鼓励经营者铤而走险实施垄断行为，因为其承受的最坏结果也只是交出“超额利润”。

咨询人：海南自由贸易港知识产权法院审判第一庭 周玲

答疑专家：最高人民法院知识产权法庭 何隽

案件概览

市场监管总局关于附加限制性条件 批准智利国家铜业公司与智利化工矿业公司 新设合营企业案反垄断审查决定的公告

信息来源：市场监管总局 发布时间：2025 年 11 月 10 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/fldes/tzgg/ftj/art/2025/art_bc88f6088bdb491d90284f3811261fee.html

市场监管总局收到智利国家铜业公司（以下简称智利铜业）与智利化工矿业公司（以下简称智利化工）新设合营企业案（以下简称本案）的经营者集中反垄断申报。经审查，市场监管总局决定附加限制性条件批准此项经营者集中。根据《中华人民共和国反垄断法》（以下简称《反垄断法》）第三十六条规定，现公告如下：

一、受理和审查程序

2024 年 10 月 22 日，市场监管总局收到本案经营者集中反垄断申报。经审核，市场监管总局认为该申报材料不完备，要求申报方予以补充。2025 年 1 月 7 日，市场监管总局确认经补充的申报材料符合《反垄断法》第二十八条规定，对此项经营者集中予以受理并开始初步审查。1 月 27 日，市场监管总局决定对此项经营者集中实施进一步审查。4 月 24 日，经申报方同意，市场监管总局决定延长进一步审查期限。6 月 12 日，市场监管总局对本案作出中止计算审查期限的决定，并于 11 月 6 日继续计算审查期限。目前，本案处于进一步审查延长阶段，截止日为 2025 年 11 月 15 日。市场监管总局认为，此项集中对中国境内进口碳酸锂市场具有或可能具有排除、限制竞争效果。

在审查过程中，市场监管总局征求了有关政府部门、行业协会、同业竞争者和下游客户意见，了解相关市场界定、市场结构、行业特征和集中对各方面影响等信息，并对申报方提交的文件、材料真实性、完整性和准确性进行了审核。

二、案件基本情况

合营方一：智利铜业。1976 年在智利成立，主要从事铜及相关副产品业务，并拥有马里昆加盐湖、佩德纳莱斯盐湖等锂矿项目许可及开采权益。

合营方二：智利化工。1968 年在智利成立，圣地亚哥证券交易所、纽约证券交易所上市公司，股权结构分散，无最终控制人，主要从事锂、碘、钾等相关化工产品的生产销售。

2024 年 5 月，智利铜业与智利化工订立合营企业协议，双方拟通过资产注入的方式形成一家合营企业。交易前，智利化工在智利阿塔卡马盐湖经营矿产项目，该项目主要供应锂产品，相关开采权益将于 2030 年末到期，智利铜业持有该矿产项目 2031 年至 2060 年的相关权益；交易完成后，智利铜业、智利化工将共同控制合营企业，合营企业将继续运营该矿产项目。

三、相关市场

经审查，合营企业成立后将从事碳酸锂和氢氧化锂业务，与智利化工、智利铜业存在横向重叠。

（一）相关商品市场。

1. 进口碳酸锂市场。锂是元素周期表中的第一位金属元素，同时也是最轻的金属，在所有金属中具有最高的比容量以及强大的得失电子能力，是制造电池的理想材料。碳酸锂、氢氧化锂是主要的锂化合物产品。其中，碳酸锂是一种含碳酸盐的锂化合物，主要用于制造磷酸铁锂电池和低镍三元锂电池，还可以用于生产地板处理剂、水泥致密剂、双相情感障碍药物等。为满足锂资源缺口，我国需要进口碳酸锂。进口碳酸锂主要来自智利、阿根廷等地的盐湖，综合生产成本较低，而国内生产的碳酸锂，主要通过进口锂精矿或国内资源冶炼，综合生产成本较高，在进口碳酸锂出现需求缺口时，国内碳酸锂产品难以完全替代。因此，本案将进口碳酸锂界定为单独的相关商品市场。

2. 氢氧化锂市场。氢氧化锂是一种无机化合物，主要用于生产高镍三元锂电池，还可用作润滑脂增稠剂、航天器和潜水艇的二氧化碳吸收剂，以及核反应堆的缓蚀剂等。我国氢氧化锂产能充足，进口量较小且出口规模大，无需根据产品来源进一步细分。因此，本案将氢氧化锂界定为单独的相关商品市场。

（二）相关地域市场。

进口碳酸锂的相关地域市场界定为中国境内。我国锂资源消费量大于国内开采量，对进口碳酸锂具有刚性需求，且相关产品在国内流通不存在政策、运输等壁垒。

氢氧化锂的相关地域市场界定为全球。氢氧化锂的主要供应商在全球范围内开展竞争，相关产品在全球范围内流通没有显著障碍。

四、竞争分析

根据《反垄断法》第三十三条规定，参考《横向经营者集中审查指引》，市场监管总局从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、相关市场的市场集中度、集中对下游用户和其他有关经营者的影响等方面，深入分析了此项经营者集中对市场竞争的影响，认为此项集中对中国境内进口碳酸锂市场具有或可能具有排除、限制竞争效果。

（一）我国锂资源缺口较大，对进口碳酸锂存在刚性需求，且主要来自智利。

全球锂矿产业链主要分为“锂矿开采—锂盐加工—电池材料加工”三个环节。我国的相关产业主要集中在碳酸锂、氢氧化锂等锂盐加工和电池材料加工，在上游锂矿开采领域相对不足。据有关行业协会统计，2024 年我国约 60% 的锂原料来自于进口。近年来，我国需要通过进口碳酸锂、锂辉石精矿等，来满足国内锂资源需求缺口，其中碳酸锂主要进口来源国为智利，2021 年至 2024 年智利碳酸锂占我国进口的比重分别为 75%—80%、85%—90%、85%—90%、75%—80%。

（二）交易将进一步增强集中后实体在中国境内进口碳酸锂市场的控制力。

2021 年至 2024 年，智利化工一直是我国最大的碳酸锂进口供应商，在中国境内进口碳酸锂市场的份额分别为 45%—50%、50%—55%、65%—70%、50%—55%。除阿塔卡马盐湖项目（交易后该项目将由合营企业运营）外，智利化工还拥有在运营的澳大利亚荷兰山项目以及十余个未开采的锂矿项目。智利铜业拥有智利马里昆加盐湖、佩德纳莱斯盐湖等锂矿项目许可及开采权，这些项目虽然目前尚未

开采，但未来会对市场形成有效供给。交易将整合双方资源及技术，削弱智利化工与智利铜业的竞争，强化集中后实体在我国进口碳酸锂市场的控制力。近年来，我国锂电池产业发展较快，下游客户对碳酸锂需求日益增加。同时，我国进口碳酸锂主要是来自智利、阿根廷等地的盐湖提锂产品，盐湖开采的前期准备工作繁重，市场进入较为困难。

（三）交易将增加在我国进口碳酸锂市场产生协调行为的可能。

碳酸锂属于大宗资源产品，第三方机构定期发布价格信息，市场透明度较高。我国进口碳酸锂市场结构较为稳定，2021 年以来，市场份额排名前三位的供应商合计市场份额均超过 75%，市场经营者不多，成本差异较小。同时，锂矿等矿产项目前期投入大，大型矿产公司可能通过成立合营企业开发特定项目，产生较多业务联系。交易将强化我国进口碳酸锂市场主要竞争者之间的业务联系，可能会产生协调效应。

五、附加限制性条件的商谈

审查过程中，市场监管总局将本案具有或可能具有排除、限制竞争效果的审查意见及时告知申报方，并与申报方就如何减少此项经营者集中对竞争产生的不利影响等有关问题进行了多轮商谈。对申报方提交的限制性条件承诺，市场监管总局按照《经营者集中审查规定》，重点从限制性条件的有效性、可行性和及时性方面进行了评估。

经评估，市场监管总局认为，申报方于 2025 年 11 月 6 日提交的附加限制性条件承诺方案（见附件）可以有效减少此项经营者集中对竞争造成的不利影响。

六、审查决定

鉴于此项经营者集中在中国境内进口碳酸锂市场具有或可能具有排除、限制竞争效果，根据申报方提交的附加限制性条件承诺方案，市场监管总局决定附加限制性条件批准此项集中，要求集中双方和集中后实体履行如下义务：

（一）继续遵守并履行现有中国客户合同项下的义务及所有商业条款，除非客户实质违反合同义务或合同依约定终止。

（二）依据公平、合理、无歧视原则，继续向中国客户供应相关产品，不得拒绝、限制或延迟供应，或附加不合理的交易条件；除非出现需求不足的情况，

年度供应量不低于一定规模【保密信息】；年度平均价格不超过基准市场价格的一定比例【保密信息】。

（三）如果发生重大供应变化，尽合理最大努力继续向中国客户供应碳酸锂产品，成立专项问题解决小组，向市场监管总局报告相关情况并提供解决方案。

（四）合营双方、合营企业与第三方锂市场经营者间保持独立竞争，除法律要求的情形外，不得交换可能影响市场决策的受限信息。

（五）【保密信息】。

上述限制性条件的监督执行除按本公告办理外，申报方于 2025 年 11 月 6 日向市场监管总局提交的附加限制性条件承诺方案对交易双方和集中后实体具有法律约束力。自生效日起，交易双方和集中后实体每半年向市场监管总局报告本承诺方案的履行情况，直至本承诺方案的各项限制性条件终止。上述承诺自本项集中交割日起 10 年内有效，期限届满后自动终止。

市场监管总局有权通过监督受托人或自行监督检查申报方履行上述义务的情况。申报方如未履行或违反上述义务，市场监管总局将根据《反垄断法》相关规定作出处理。

本决定自公告之日起生效。

附件：关于智利国家铜业公司与智利化工矿业公司新设合营企业案的附加限制性条件承诺方案（公开版）

市场监管总局

2025 年 11 月 07 日

山东省市场监管局公布六起网络不正当竞争典型案例

信息来源：山东市场监管 发布时间：2025 年 11 月 13 日

访问链接：https://www.samr.gov.cn/jjj/fbzdjz/art/2025/art_cbaed1c006584baeb6823a6b01325ba4.html

为切实保障消费者合法权益，规范公平竞争市场秩序，强化反不正当竞争执法，山东省市场监管局部署开展整治网络不正当竞争行为专项行动和老年人药品、保健品虚假宣传专项整治，严厉打击扰乱市场秩序、损害消费者权益的不正当竞争行为。现选取一批不正当竞争典型案例予以公布，进一步增强经营主体诚信守法、合规经营意识，明确法律底线。同时提醒广大消费者增强法律意识，积极参与社会监督，共同维护公平有序市场环境，捍卫自身合法权益。

一、临沂市市场监管局查处临沂丰裕泽企业管理有限公司通过“私域直播”平台实施混淆、虚假宣传案

临沂丰裕泽企业管理有限公司（以下简称“当事人”）针对以老年人为主的消费者群体，通过线下店员引导其使用手机号注册成为会员并加入店铺微信群。在群内，当事人定期发布所谓的“私域直播”链接，在直播中公然宣称其销售的“中科清圾素™黑果腺肋花楸片”和“三禾源澳洲羊奶粉”等普通食品具有“抵抗新冠病毒”、“增强免疫力”等疾病预防和治疗功效。此外，当事人在商品包装、直播间背景布置及主播口播用语中，擅自使用“中科院”、“315”、“国药集团”、“国药控股”等字样和标识，刻意营造其产品与上述主体存在特定联系的假象，误导消费者。临沂市市场监管局依据《中华人民共和国反不正当竞争法》有关规定对当事人依法进行了处罚。

私域直播形成的封闭传播链并非法外之地。本案中，当事人利用私域社群的信任基础和封闭性，精准针对老年人群体实施商业混淆和虚假宣传，其行为具有更强的隐蔽性和欺骗性。一是攀附权威机构商誉，擅自使用“中科院”、“国药

集团”等标识，试图借助权威背书误导消费者；二是虚构产品功效，将普通食品宣传为具有疾病预防功能，利用公众健康焦虑牟利。此类行为不仅直接侵害消费者权益，更侵蚀了社会信任基础。本案查处警示所有经营者，营销模式的创新不能突破法律底线，利用私域流量实施违法活动同样将受到法律严惩。

二、菏泽鲁西新区市场监管局查处菏泽海瞻信息技术有限公司组织虚假交易帮助虚假宣传案

菏泽海瞻信息技术有限公司（以下简称“当事人”）以提升特定 1688 平台店铺的商品搜索排名和虚增销量为目的，通过组织“刷手”进行虚假交易并发布预设的好评内容。执法人员通过电子取证，在其办公电脑内发现了包含“收入、刷出”等关键字段的“客户表格”文件，以及在“沟通截图”文件夹中保存的大量标注“刷单”字样的聊天记录。微信工作群中更是出现了“经理，补单资金 10000，有空转一下”等直接指令。截至案发，当事人共组织刷单 75 笔，涉及刷单本金总额 682190 元，通过虚构交易记录和用户评价，扰乱了平台的信用评价机制，误导消费者。菏泽鲁西新区市场监管局依据《中华人民共和国反不正当竞争法》有关规定对当事人依法进行了处罚。

此类刷单炒信是典型的“虚假交易”行为，属于《中华人民共和国反不正当竞争法》规制范围。本案中，当事人通过系统化、规模化的刷单操作，人为篡改市场信号，导致平台信用评价机制失灵，严重误导消费者。这类行为破坏公平竞争秩序，制造“劣币驱逐良币”效应，诚信守法的经营者因不愿参与数据造假而面临市场劣势。同时，刷单行为还可能为电信诈骗、洗钱等违法犯罪提供通道，衍生更多社会问题。本案的查处警示经营者市场竞争应靠产品与服务品质，而非数据造假。

三、聊城高新技术产业开发区管委会查处懋基生物科技（山东）有限公司虚假宣传案

懋基生物科技（山东）有限公司（以下简称“当事人”）通过微信群和私人聊天等方式，向目标客户夸大其销售的“卡瑟琳”系列产品功效，宣称该产品具有“抑制 HPV 病毒”、“预防宫颈癌病变”、“修复子宫”等医疗功效。此外，

当事人在对销售人员的培训课件中，虚构其资质为“山东首个国家商务部特许经营备案企业”。经查，涉案产品实际仅为持有“消字号”卫生许可证的普通消毒产品，并非药品或医疗器械，不具备其所宣称的疾病治疗功能。当事人无法就其宣传内容提供任何科学依据或权威证明材料。

聊城高新技术产业开发区管委会依据《中华人民共和国反不正当竞争法》有关规定对当事人依法进行了处罚。

本案反映了当前市场上普通商品“医疗化”营销的典型套路。当事人利用消费者对特定疾病的焦虑心理，将普通消毒产品包装成具有治疗功效的医疗产品，其行为构成虚假宣传。同时，当事人虚构“山东首个国家商务部特许经营备案企业”等荣誉资质，进一步强化欺骗性。此类行为严重破坏了保健品、消毒产品市场的正常秩序。本案提醒消费者，对宣称具有医疗功效的非药品类产品要保持高度警惕，切勿轻信商家夸大宣传，购买前应通过官方平台核实产品批准文号和资质证明。

四、滕州市市场监管局查处山东金源水业有限公司商业诋毁案

山东金源水业有限公司（以下简称“当事人”）为在本地桶装水市场竞争中获取优势，采取“贬低同行，抬高自身”的不正当营销手段，在其运营的抖音平台账号上发布了题为“曝光滕州小作坊桶装水竟然用自来水灌装桶装水”的视频。视频中使用了“太过于恶心 再也不喝小作坊的桶装水了”等引导性评论，营造同行产品质量低劣的负面印象，并同时宣称其自身生产的“山泉水是滕州自己的品牌，我们只做健康品质的生活用水”。经查，这些暗示本地其他桶装水生产企业存在不规范生产、产品质量低劣的言论，缺乏事实依据，损害了滕州市其他饮用水生产企业的商业信誉与商品声誉。滕州市市场监管局依据《中华人民共和国反不正当竞争法》有关规定对当事人依法进行了处罚。

商业诋毁的本质是通过贬低他人来抬高自己的不正当竞争手段。本案中，当事人通过编造和传播虚假信息，试图营造整个行业的质量恐慌氛围，进而突出自身产品优势。这种行为不仅直接损害特定竞争对手的商业信誉，更会破坏整个行业的市场环境，导致消费者对行业失去信任。新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》对商业诋毁行为保持了高压的监管态势。本案警示经营者，市场竞争

的本质应该是产品和服务的竞争，而非通过诋毁对手获取优势。任何企图通过破坏他人商誉来谋取利益的行为，最终都会受到法律制裁。

五、淄博高新技术产业开发区市场监管局查处季某某侵犯商业秘密案

季某某在担任淄博高新区某国家高新技术知识产权示范企业（权利人）的研发项目组长期间，直接负责某项目的核心技术研发工作。其违反权利人关于保守商业秘密的规章制度，擅自将包含核心技术的项目图纸通过公司邮件系统发送至外部普通网络邮箱，导致该商业秘密处于可被其随意查看的高风险状态。更为恶劣的是，季某某以其女儿名义作为专利申请人，擅自使用上述核心技术申请了发明专利，造成该商业秘密被提前公开，致使权利人自身后续两项相关的发明专利申请受阻，创新成果与市场竞争优势受到严重侵害。淄博高新技术产业开发区市场监管局依据《中华人民共和国反不正当竞争法》有关规定对当事人依法进行了处罚。

商业秘密是企业核心竞争力的重要组成部分，尤其对高新技术企业而言，技术创新成果直接关系到企业的生存与发展。本案中，季某某利用职务便利，非法披露企业核心技术信息，不仅违反了保密义务，更严重侵害了企业的知识产权和竞争优势。此类行为打击了企业创新积极性，破坏了鼓励创新的市场环境。本案警示从业人员应严守职业道德和保密义务，尊重知识产权是企业创新的法治保障。

六、临沂市平邑县市场监管局查处枣庄天斗网络科技有限公司组织虚假交易帮助他人进行虚假宣传案

自2021年起，枣庄天斗网络科技有限公司（以下简称“当事人”）通过购买大量设备、建立“手机墙”、搭建专用网站等方式，形成了一个规模化的虚假流量制造链条。其运作模式为利用云控软件同时控制多部手机，为抖音和快手平台的直播间进行点赞、互动、涨粉、提升在线人气，从而制造直播间火爆的虚假景象。当事人还通过控制评论内容、伪造点赞数据，欺骗和误导观看直播的用户。其服务范围涉及山东、江苏、陕西、河南等多个省份，根据使用的手机数量、增加的粉丝数、订单量等按标准收费，形成了分工明确、运作成熟的帮助他人进行

虚假宣传的黑色产业链。临沂市平邑县市场监管局依据《中华人民共和国反不正当竞争法》有关规定对当事人依法进行了处罚。

本案精准揭示了“刷单炒信”黑色产业链的运作模式，与传统单个店铺刷单相比，本案当事人通过技术手段规模化、系统化地伪造流量数据，为多个商家提供虚假宣传服务，其危害更为广泛和严重。这种行为扭曲了平台算法的正常分配机制，使优质内容和服务可能因不愿参与数据造假而被埋没，破坏了互联网资源的优化配置。新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》将滥用平台规则明确列为不正当竞争行为，提高了对此类行为的打击力度。本案体现了执法部门对网络黑灰产的“零容忍”态度。

行政处罚案件

2025 年 11 月 26 日，市场监管总局网站发布了 1 件反垄断行政处罚案件，包括：

案件名称	案件概述	信息来源
重庆市江津区 6 家摩托车驾驶员培训企业达成并实施垄断协议案	重庆市市场监督管理局于 2022 年 7 月对重庆市江津区 6 家摩托车驾驶员培训企业涉嫌达成并实施垄断协议行为立案调查。2025 年 9 月，重庆市市场监督管理局依法作出行政处罚决定。	发布时间：2025/11/26； 访问链接： https://www.samr.gov.cn/fl-des/tzgg/xzcf/art/2025/art-ac23fb8f15ad45a6a6ba78b848a3e9fe.html