

黑龙江省市场监督管理局 文件

中共黑龙江省委网络安全和信息化委员会办公室

黑市监规〔2026〕2号

黑龙江省市场监管局 黑龙江省委网信办 关于印发《黑龙江省直播电商合规指引》的通知

各市（地）市场监管局、党委网信办：

为督促和引导直播电商各方参与主体合规经营，保障消费者合法权益，推动行业有序竞争创新发展，依据《中华人民共和国电子商务法》《网络交易监督管理办法》《直播电商监督管理办法》等法律法规有关规定，黑龙江省市场监督管理局联合黑龙江省委网信办制定了《黑龙江省直播电商合规指引》，现将有关事项通知如下。

一、统一思想认识，加强统筹协调。各市（地）有关部门要高度重视直播电商合规管理工作，将思想统一到党中央、国务院决策部署上来，充分认识开展直播电商合规管理的重要意义，切实增强责任感紧迫感，主动担当、密切配合，有序开展直播电商合规管理工作。

二、聚焦重点任务，扎实开展工作。各市（地）有关部门要聚焦当前直播电商领域群众反映强烈、舆情反映集中的突出问题，加强行政指导，依法依规履责，加强协同联动，扎实推进直播电商合规管理工作。

三、及时报送信息，确保工作实效。12月1日前，各市（地）有关部门要将本地区直播电商合规管理工作成果、好经验好做法、存在问题及意见建议等形成工作情况报告，分别报省级主管部门，并抄送同级市场监管部门。

附件：黑龙江省直播电商合规指引

黑龙江省市场监督管理局



中共黑龙江省委网络安全和信息化委员会办公室

2026年4月15日



附件

黑龙江省直播电商合规指引

第一章 总 则

第一条 为了督促和引导直播电商各方参与主体合规经营，保障消费者合法权益，推动行业有序竞争创新发展，根据《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》《中华人民共和国商标法》等法律法规，《网络交易监督管理办法》《网络交易平台规则监督管理办法》《直播电商监督管理办法》等有关规定，制定本指引。

第二条 本指引适用于在黑龙江省内从事直播电商活动的直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等主体。

本指引所称直播电商，是指通过互联网站、应用程序等，以视频直播、音频直播或者多种直播相结合等形式销售商品或者提供服务的经营活动。

本指引所称直播电商平台经营者，是指在直播电商活动中提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。应按照电子商务法规定履行电子商务平台经营者的责任和义务。

本指引所称直播间运营者，是指在直播电商平台上注册账号或者通过自建网站、其他网络服务，开设直播间从事直播电商活动的自然人、法人和非法人组织。实际运营他人直播间的，也应当依照本指引规定履行直播间运营者的相应义务。

本指引所称直播营销人员，是指在直播电商活动中直接面向社会公众开展商品或者服务宣传、推介活动的自然人。

本指引所称直播营销人员服务机构，是指为直播营销人员从事直播电商活动提供策划、运营、经纪、培训和技术支持等服务的机构。

第三条 从事直播电商活动，应当遵守国家相关法律法规、规章和有关规定，遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，维护国家利益和社会公共利益，遵守商业道德，不得损害其他经营者和消费者的合法权益。

第二章 经营者合规要求

第四条 直播电商平台经营者应当加强直播营销生态管理，依法履行平台管理责任，建立健全平台规则，加强平台内直播电商活动的监督管理。积极履行入驻登记核验义务，依法对申请开通商品或者服务推广功能的直播间运营者提供的身份、地址、联系方式、行政许可等信息进行登记，建立登记档案，并积极采取技术措施进行核验，压实平台内经营者质量主体责任。直播间运营者的上述信息发生变化的，应当及时更新信息，并向平台报备。

第五条 直播电商平台经营者应当遵循公开、公平、公正的

原则，建立健全直播电商活动服务协议与行为规范，明确开通和关闭商品或者服务分享功能、商品服务质量、商业宣传、消费者权益保护、知识产权保护等方面的权利和义务，并持续公示服务协议与行为规范等信息，或者上述信息的链接标识。

第六条 直播电商平台经营者应当建立健全直播电商商品和服务准入机制，制定平台禁止、限制营销的商品或者服务目录，明确禁止、限制营销的商品或服务事项，采取有效手段督促直播间运营者按照目录要求规范开展营销活动。应当督促直播间运营者，在开展直播电商前对营销的商品进行查验。

第七条 直播电商平台经营者应当建立直播电商信息检查巡查制度。发现直播间运营者存在违反相关法律、法规、规章的，应当及时向平台住所地县级以上市场监督管理部门和网信部门报告，并采取必要处置措施。

第八条 直播电商平台经营者应当对相关主体及时采取警示、限制功能、限制流量、暂停直播、限期停播、关闭账号、禁止重新注册账号、列入黑名单等处置措施。

第九条 直播电商平台经营者应当建立对严重违法违规行为处理结果的公示机制，对直播间运营者严重违法违规行为采取处置措施的，以适当方式公示处置结果。

第十条 直播电商平台经营者应当记录保存平台上发布的直播电商信息及历史直播公示信息，确保信息的完整性、可用性。直播电商平台经营者应当根据商品或服务特性，制定营销信息及历史直播公示信息保存规则，对网络交易活动的直播视频保存时

间自直播结束之日起不少于三年。

第十一条 直播电商平台经营者应当保障消费者知情权和选择权，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。

第十二条 直播电商平台经营者应当建立直播间运营者信用管理体系，建立信用评价机制，对违法违规的直播间运营者实施信用惩戒，强化合规守信意识。信用评价机制应当以适当方式公示。

第十三条 直播电商平台经营者应当加强对直播间运营者的教育培训和管理，建立完善行为管控机制，引导直播营销人员服务机构和直播营销人员严格遵守法律、法规、相关规定和职业道德。

第十四条 直播电商平台经营者应当针对直播电商领域虚假宣传、低俗“擦边”、AI仿冒公众人物、打着“特供”旗号销售假冒伪劣商品，以及传播违禁商品售卖信息和私域直播诱骗老年人消费等问题，持续开展集中整治。

第十五条 直播电商平台经营者应当进一步加强直播电商信息内容管理，建立健全内容审核机制，提升违法违规内容发现力处置力，增强自我管理意识和自我管理水平和，不断净化直播电商生态。

第十六条 直播电商平台经营者应当履行法律法规、规章及有关文件规定的其他相关义务。

第三章 从业人员合规要求

第十七条 直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构应当自觉加强职业道德建设，强化社会责任，树立良好形象，规范从业行为。利用人工智能技术合成的虚拟形象及内容，参照本合规要求。

第十八条 直播间运营者、直播营销人员以及根据与直播间运营者、直播营销人员书面协议应当履行相应责任的直播营销人员服务机构，应当维护积极健康的直播环境，对直播封面、直播标题、直播内容等开展直播活动所发布的内容或信息负责。

第十九条 直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构应当坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，不得违反公序良俗或者制造社会舆论等开展商业营销。积极践行社会主义核心价值观，坚持健康格调品位，自觉反对违法失德、流量至上、畸形审美、“饭圈”乱象、拜金主义、食物浪费、泛娱乐化等不良现象。直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构不得存在以下违规行为：

（一）传播低俗内容。故意不规范使用语言文字，编造黑话烂梗，使用污言秽语、粗鄙表达，以打擦边球、使用暗语等方式传播软色情、性暗示等低俗媚俗内容；

（二）宣扬不良价值导向。编造话语体系，宣扬“躺平摆烂”“颓废厌世”“炫富拜金”等违背社会主义核心价值观的不良思想，鼓吹极端偏激情绪，调侃戏谑主流价值，制造贩卖焦虑；

（三）打造审丑不良人设。打造恶搞浮夸、装疯卖傻、以丑为美、自我矮化等违背公序良俗的人设，恶意营销“前科人员”“黑社会”等身份，挑战公众认知底线；

（四）传播不实信息。杜撰经历、仿冒身份，传播伪科普、伪史学等伪知识，虚构夸大产品、服务效果，未作标注编造剧情、摆拍演绎，混淆视听；

（五）歪曲解读政策和公共事件。断章取义、对立解读国家大政方针和政策法规，传播未经证实的信息，拼凑剪辑歪曲公共事件原因、细节、进展，发起所谓民意投票调查等，操纵或误导公众认知，损害党和政府公信力；

（六）鼓动群体对立。不当关联地域、民族、性别、职业等信息，标签化、污名化炒作社会热点事件，挑动网民互撕谩骂、拉踩引战，制造社会矛盾对立；

（七）随意开盒挂人。在网上发布或传播他人姓名、照片、身份证号、行踪轨迹、住所等隐私信息，或组织煽动网民发布贬低歧视、侮辱谩骂、造谣诽谤等违法和不良信息，引发网络暴力；

（八）组织约架论战。因个人争端和利益冲突等原因，策划或组织网上论战骂战、线下约架，攻击竞争对手，挑起网络戾气，占用公共资源；

（九）征集负面线索。以“代理维权举报”等名义，公开征集涉地方、企业、单位、他人负面信息或商业秘密，用于抹黑攻击、敲诈勒索；

（十）号召粉丝聚集。鼓励网民打卡未开发区域、交通要道等存在安全隐患的场所，诱导粉丝前往与社会热点事件相关的区域地点，干扰公共秩序，影响他人正常生活；

（十一）实施利益要挟。以在网上曝光他人为要挟，要求给予特殊服务、“优惠买单”等优待，或在公共场合实施扰乱社会秩序等行为；

（十二）开展无资质运营。未经许可或未取得相应资质，擅自从事荐股投资、食品销售、医疗售药、职业中介、新闻采访、讲经传教等需要特定资质的活动，以及其他法律法规禁止的活动；

（十三）隐蔽从事黑灰产。操作利用矩阵账号，将网民引流到群组等环节，发布极端言论，或从事赌博、诈骗、水军、传销等违法犯罪行为。

第二十条 直播间运营者、直播营销人员开展食品直播时，不得存在以下违规行为：

（一）使用技术手段或设备设施明显改变食品真实感官性状；

（二）明示或暗示食品具有疾病预防、治疗功能，或使用医疗用语；

（三）对保健食品之外的其他食品声称具有保健功能；

（四）将普通食品、特殊食品、药品相互混淆，误导消费者；

（五）对食品产地、成分、功能、适用人群、检验认证等作

虚假或引人误解的宣传；

（六）发布未依法取得资质认定的食品检验机构出具的检验信息；

（七）法律法规、规章、食品安全标准的规定的其他禁止经营行为。

第二十一条 直播间运营者、直播营销人员以及根据与直播间运营者、直播营销人员书面协议应当履行相应责任的直播营销人员服务机构，应对营销的商品进行查验，向消费者明示真实、准确、完整的产品信息，不得通过直播提供或宣传以下依据法律法规、规章及有关规定禁止生产销售、禁止网络交易、禁止商业宣传的商品或服务：

（一）国家明令淘汰并停止销售的商品和失效、变质的商品；

（二）不符合保障人体健康和人身、财产安全的强制性国家标准的商品或服务；

（三）无质量检验合格证明或者无中文标明产品名称、生产厂厂名和厂址的商品（跨境商品依有关规定执行）；

（四）依法应当取得许可、备案或者强制性认证而未取得的商品；

（五）损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品或服务；

（六）不符合环境保护要求的商品或服务，野生动物及其制品；

(七) 侵犯他人知识产权的商品或服务；

(八) 国家药品监督管理局发布的《药品网络销售禁止清单》中的药品；

(九) 烟草制品（含电子烟）、特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品等法律、行政法规禁止网上交易的商品或服务；

(十) 处方药、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、行政法规禁止在大众传播媒介发布广告的商品或服务；

(十一) 其他禁止交易的商品或服务。

第二十二条 直播间运营者、直播营销人员以及根据与直播间运营者、直播营销人员书面协议应当履行相应责任的直播营销人员服务机构，在直播中发布商业广告，应按规定严格审核把关，符合以下要求：

(一) 发布食品、化妆品、生活美容广告，不得涉及疾病预防、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) 发布药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告的，应当遵守广告法相关规定，不得以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告；

(三) 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；

（四）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；

（五）发布金融、类金融、招商投资广告，应当对可能存在的风险及责任承担作合理提示或警示，不得对未来效果、收益等情况作出保证性承诺；

（六）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；

（七）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；

（八）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；

（九）广告法等法律法规规章的其他规定。

第二十三条 直播间禁止销售以下食品：

（一）用非食品原料生产的食品，或添加非食品添加剂的有害化学物质的食品；

（二）致病性微生物、农药残留、重金属等超标的食品；

（三）用过期原料或添加剂生产的食品；

（四）超范围、超限量使用食品添加剂的食品；

- (五) 营养成分不符合标准的婴幼儿及特定人群主辅食品；
- (六) 腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、感官性状异常的食品；
- (七) 病死、毒死或死因不明的禽畜、水产肉类及其制品；
- (八) 未检疫或检疫不合格的肉类、肉类制品；
- (九) 被包装材料、容器、运输工具污染的食品；
- (十) 标注虚假生产日期、保质期或已过期的食品；
- (十一) 无标签的预包装食品；
- (十二) 无质量检验合格证明或者无中文标明产品名称、生产厂厂名和厂址的食品，或者掺杂、掺假、以假充真、以次充好的食品，或者不合格产品冒充合格产品；
- (十三) 散装生鲜乳；
- (十四) 国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品；
- (十五) 其他不符合法律法规规定或不符合食品安全标准的食品。

第二十四条 直播间运营者、直播营销人员以及根据与直播间运营者、直播营销人员书面协议应当履行相应责任的直播营销人员服务机构，在选品过程中，应当认真核对商家及商品资质，提供商品或者服务需要取得相关行政许可的，需查验相应的许可情况。

第二十五条 营销的商品中涉及商标、专利、认证等证书以及他人名义形象的，直播间运营者、直播营销人员以及根据与直播间运营者、直播营销人员书面协议应当履行相应责任的直播营

销人员服务机构，应当认真核对相关证明和授权材料。

第二十六条 直播间运营者、直播营销人员以及根据与直播间运营者、直播营销人员书面协议应当履行相应责任的直播营销人员服务机构开展促销活动时，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，不得损害消费者权益。采用价格比较方式开展促销活动的，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，不得以“全网最低价”等不实表述误导消费者。

第二十七条 直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构等从事直播电商活动，应当符合反不正当竞争法规定，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。

第二十八条 直播间运营者应当以直播场次为单位，在虚拟直播场所以显著方式公示直播电商的商品或者服务名称，以及商品或者服务实际提供者的名称、经营地址、联系方式等信息。

第二十九条 直播间运营者应当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。

第三十条 直播间运营者应当建立直播营销人员管理制度，做好直播监控，避免直播营销人员在直播中发生违法违规行为，

建立直播营销人员资质考核评价机制。

第三十一条 直播营销人员在直播营销活动中，应当规范自身行为，依法向公众推销商品或服务。

（一）直播营销人员或者直播间运营者为自然人的，应当年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为直播营销人员或者直播间运营者的，应当经监护人同意；

（二）着装得体、用语文明，不得骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，不得侵害他人合法权益；

（三）宣传的商品价格、商品名称、产地、生产者信息、性能、重要参数、规格、等级、生产日期、保质期等内容，应当与商品图文信息一致；

（四）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责任和义务。

第三十二条 直播营销人员服务机构应当加强对网络主播的教育培训、日常管理和规范引导，提升相关从业人员的法律素养和职业操守，不断引领网络主播群体向上向善，推动直播电商健康有序发展。加强对网络主播的管理和约束，依法合规提供经纪服务，维护网络主播合法权益。

第三十三条 直播电商直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构应履行法律法规、规章及有关文件规定的其他相关义务。

第四章 附 则

第三十四条 鼓励直播电商平台经营者与属地监管部门建立

联合应急响应、联防联控等合作机制，主动参与直播电商中的违法违规问题治理。

第三十五条 直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员和直播营销人员服务机构违反法律、行政法规规定的，由有关部门依法进行查处。对主体责任履行不到位的直播电商平台，以及问题突出、顶风作案的直播间和MCN机构，将依法依规从严予以处置处罚，并公开曝光，强化警示震慑。

第三十六条 本指引自发布之日起施行，有效期5年。