

网络交易平台合规经营指引

(试行版)

天津市滨海新区市场监督管理局

2024年5月

目 录

前 言	1
第一章 一般性规定	3
第二章 平台自治	4
第三章 经营行为规定（市场监管领域）	8
第一节 反不正当竞争领域	8
第二节 反垄断领域	10
第三节 价格领域	12
第四节 广告领域	14
第五节 消费者权益保护领域	18
第六节 合同领域	20
第七节 食品安全领域	22
第四章 共治义务	28
第五章 特殊人群保护义务	30
第六章 其他管理要求	32
参考法律法规	34

前 言

为进一步强化网络交易平台主体合规管理，落实法定责任，滨海新区市场监管局立足网络交易平台监管职责，依据有关法律、行政法规、地方性法规、规范性文件，整理归纳网络交易平台经营中的重点事项，以提示网络交易经营者参照具体规定合规经营。指引坚持以规范促进发展，为网络交易平台企业提供市场监管领域全面的指导服务，推动网络交易平台经营者全面知法、自觉守法，以规范经营夯实发展基础，为更好的激发平台经济活力和潜力蓄势储能。

本指引涉及的相关概念：

网络交易经营者：指组织、开展网络交易活动的自然人、法人和非法人组织，包括网络交易平台经营者、平台内经营者、自建网站经营者以及通过其他网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者。

网络交易平台经营者：指在网络交易活动中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或者非法人组织。

平台内经营者：指通过网络交易平台开展网络交易活动的网络交易经营者。

网络社交、网络直播等网络服务提供者为消费者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的，应当依法履行网络交易平台经营者的义务。通过上述网络交易平台服务开展网络交易活动的经营者，应当依法履行平台内经营者的义务。

鼓励网络交易经营者坚持中国共产党的领导，夯实中国共产党各级组织建设基础，积极履行社会责任，坚定不移守护网络意识形态安全和网络安全，积极传播网络正能量，弘扬网络新风正气，促进网络生态持续向好、网络空间更加清朗。

第一章 一般性规定

1. 基本原则。网络交易经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信原则，遵守法律、法规、规章和商业道德、公序良俗，公平参与市场竞争，认真履行法定义务，积极承担主体责任，接受社会各界监督。

2. 主体资格规定。网络交易平台经营者和平台内经营者从事经营活动，应当依法办理市场主体登记，需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可后，方可从事经营。网络交易经营者不得违反法律、法规、国务院决定的规定，从事无证无照经营。

3. 终止经营规定。网络交易经营者自行终止从事网络交易活动的，应当提前三十日在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示终止网络交易活动公告等有关信息，并采取合理、必要、及时的措施保障消费者和相关经营者的合法权益。

第二章 平台自治

4. 信息公示规定。

4-1 网络交易经营者应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置,持续公示经营者主体信息或者该信息的链接标识。鼓励网络交易经营者链接到国家市场监督管理总局电子营业执照亮照系统,公示其营业执照信息。

4-2 网络交易平台经营者应当为平台内经营者依法履行信息公示义务提供技术支持。平台内经营者公示的信息发生变更的,应当在三个工作日内将变更情况报送平台,平台应当在七个工作日内进行核验,完成更新公示。

4-3 网络交易平台经营者应当以显著方式区分标记已办理市场主体登记的经营者和未办理市场主体登记的经营者,确保消费者能够清晰辨认。

5. 信息收集规定。

5-1 网络交易经营者收集、使用消费者个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意。

5-2 收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息的,应当逐项取得消费者同意。

5-3 网络交易经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。

5-4 网络交易经营者不得采用一次概括授权、默认授权、与其他授权捆绑、停止安装使用等方式，强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。

5-5 网络交易经营者及其工作人员应当对收集的个人信息严格保密，除依法配合监管执法活动外，未经被收集者授权同意，不得向包括关联方在内的任何第三方提供。

6. 核验登记规定。

6-1 网络交易平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并至少每六个月核验更新一次。

6-2 网络交易平台经营者应当对未办理市场主体登记的平台内经营者进行动态监测，对年交易额累计超过 10 万元的，及时提醒其依法办理市场主体登记。

7. 信息保存规定。网络交易平台经营者对平台内经营者身份信息的保存时间自其退出平台之日起不少于三年；对商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年。

8. 协议保存规定。网络交易平台经营者修改平台服务协

议和交易规则的，应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

9. 检查监控制度。网络交易平台经营者应当对平台内经营者及其发布的商品或者服务信息建立检查监控制度。

10. 违规评价处置。消费者评价中包含法律、行政法规、规章禁止发布或者传输的信息的，网络交易经营者可以依法予以技术处理。

11. 禁止交易规定。网络交易经营者销售的商品或者提供的服务应当符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求，不得销售或者提供法律、行政法规禁止交易，损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品或者服务。

11-1 网络交易经营者不得销售未经国家机动车产品主管部门许可生产的摩托车（含轻便摩托车）、动力装置驱动的三轮车、四轮车。不得销售未经 3C 认证、无合格证、无厂名厂址及来源不明的电动自行车。

11-2 网络交易经营者不得销售和进口非法定计量单位的计量器具，不得销售未经型式批准的计量器具新产品（实施强制管理的计量器具目录中监管方式为型式批准的计量器具），不得销售以欺骗消费者为目的（带有作弊功能）的计量器具。

11-3 网络交易经营者不得销售或者在经营活动中使用

应取得而未取得工业产品生产许可证产品。

11-4 网络交易经营者不得在平台发布危险化学品销售信息及建立相关链接。

11-5 禁止网络交易经营者为违法出售、购买、食用及利用野生动物及其制品或者禁止使用的猎捕工具提供展示、交易、消费服务。

11-6 特殊医学用途配方食品中特定全营养配方食品不得进行网络交易。

第三章 经营行为规定（市场监管领域）

第一节 反不正当竞争领域

12. **原则性规定。**网络交易经营者不得违反《中华人民共和国反不正当竞争法》等规定，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。

13. **不得虚假宣传。**网络交易经营者不得以下列方式，作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者：（1）虚构交易、编造用户评价；（2）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者服务的评价等；（3）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销；（4）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。

14. **不得混淆。**网络交易经营者不得实施混淆行为，引人误认为是他人商品、服务或者与他人存在特定联系。

15. **不得传播虚假信息。**网络交易经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

16. **不得干涉自主经营。**网络交易平台经营者不得违反《中华人民共和国电子商务法》第三十五条的规定，对平台

内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件，干涉平台内经营者的自主经营。具体包括：（1）通过搜索降权、下架商品、限制经营、屏蔽店铺、提高服务收费等方式，禁止或者限制平台内经营者自主选择在多个平台开展经营活动，或者利用不正当手段限制其仅在特定平台开展经营活动；（2）禁止或者限制平台内经营者自主选择快递物流等交易辅助服务提供者；（3）其他干涉平台内经营者自主经营的行为。

17. 不得侵犯商业秘密。网络交易经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：（1）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；（2）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；（3）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；（4）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。

18. 促销行为规定。

18-1 网络交易平台经营者统一组织平台内经营者开展促销的，应当制定相应方案，公示促销规则、促销期限以及对消费者不利的限制性条件，向平台内经营者提示促销行为注意事项。

18-2 网络交易经营者不得实施下列行为：（1）在首页或者其他显著位置标示的商品或者服务价格低于在详情页标示的价格；（2）公布的促销活动范围、规则与实际促销活动范围、规则不一致；（3）其他虚假的或者使人误解的价格标示和价格促销行为。

18-3 应当尊重平台内经营者的经营自主权，不得强制或者变相强制平台内经营者参与价格促销活动。

18-4 经营者不得假借促销等名义，通过财物或者其他手段贿赂他人，以谋取交易机会或者竞争优势。

18-5 网络交易经营者进行有奖销售，不得存在下列情形：（1）所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确，影响兑奖；（2）采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售；（3）抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。

第二节 反垄断领域

19. 禁止性规定。

19-1 除法律规定的特定情形外，具有竞争关系的网络交易经营者不得达成下列垄断协议：（1）固定或者变更商品价格；（2）限制商品的生产数量或者销售数量；（3）分割销售市场或者原材料采购市场；（4）限制购买新技术、新设备

或者限制开发新技术、新产品；（5）联合抵制交易；（6）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。

19-2 除法律规定的特定情形外，禁止网络交易经营者与交易相对人达成下列垄断协议：（1）固定向第三人转售商品的价格；（2）限定向第三人转售商品的最低价格；（3）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。

19-3 具有竞争关系的网络交易经营者不得通过下列方式达成固定价格、分割市场、限制产（销）量、限制新技术（产品）、联合抵制交易等横向垄断协议：（1）利用平台收集并且交换价格、销量、成本、客户等敏感信息；（2）利用技术手段进行意思联络；（3）利用数据、算法、平台规则等实现协调一致行为；（4）其他有助于实现协同的方式。

19-4 网络交易经营者与交易相对人不得通过下列方式达成固定转售价格、限定最低转售价格等纵向垄断协议：（1）利用技术手段对价格进行自动化设定；（2）利用平台规则对价格进行统一；（3）利用数据和算法对价格进行直接或者间接限定；（4）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。

20. 不得排除限制竞争。

20-1 网络交易经营者虽未明确订立垄断协议或者决定，不得通过数据、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), 排除、限制竞争。

20-2 网络交易经营者不得因技术优势、用户数量、对相关行业的控制能力及其他经营者对该经营者在交易上的依赖程度等因素, 滥用市场支配地位, 排除、限制竞争。

21. 严禁“二选一”。具有市场支配地位的网络交易平台经营者, 应当充分保障平台内经营者的公平交易权和自由选择权, 严禁实施强迫“二选一”。

第三节 价格领域

22. 一般性规定。网络交易平台和平台内经营者进行价格活动, 应当遵守法律、法规, 执行依法制定的政府指导价、政府定价和法定的价格干预措施、紧急措施。

23. 明码标价规定。

23-1 明码标价一般性规定。网络交易经营者通过网络等方式销售商品或者提供服务的, 应当通过网络页面, 以文字、图像等方式进行明码标价。根据不同交易条件实行不同价格的, 应当标明交易条件以及与其对应的价格。商品或者服务的价格发生变动时, 应当及时调整相应标价。

23-2 规范标价行为。为平台内经营者提供标价模板的, 应当符合规定的要求。不得利用技术手段等强制平台内经营者进行虚假的或者使人误解的价格标示。

23-3 禁止价外加价。经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。

24. 价格比较规定。销售商品或提供服务时进行价格比较的，标明的被比较价格信息应当真实准确。未标明被比较价格的详细信息的，被比较价格应当不高于该经营者在同一经营场所进行价格比较前七日内的最低成交价格；前七日内没有交易的，应当不高于本次价格比较前最后一次交易价格。与厂商建议零售价进行价格比较的，应当明确标示被比较价格为厂商建议零售价。厂商建议零售价发生变动时，应当立即更新。没有合理理由，不得在折价、减价前临时显著提高标示价格并作为折价、减价计算基准。不得采用无依据或者无从比较的价格，作为折价、减价的计算基准或者被比较价格。赠送物品或者服务（以下简称赠品）的，应当标示赠品的品名、数量。赠品标示价格或者价值的，应当标示赠品在同一经营场所当前销售价格。

25. 禁止不正当价格行为。网络交易经营者不得有下列不正当价格行为：（1）相互串通，操纵市场价格，损害其他经营者或者消费者的合法权益；（2）在依法降价处理鲜活商品、季节性商品、积压商品等商品外，为了排挤竞争对手或者独占市场，以低于成本的价格倾销，扰乱正常的生产经营秩序，损害国家利益或者其他经营者的合法权益；（3）捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动商品价格过高上涨的；（4）

利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；（5）提供相同商品或者服务，对具有同等交易条件的其他经营者实行价格歧视；（6）采取抬高等级或者压低等级等手段收购、销售商品或者提供服务，变相提高或者压低价格；（7）违反法律、法规的规定牟取暴利；（8）法律、行政法规禁止的其他不正当价格行为。

26. 禁止价格欺诈。经营者不得实施下列价格欺诈行为：（1）谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；（2）以低价诱骗消费者或者其他经营者，以高价进行结算；（3）通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务；（4）销售商品或者提供服务时，使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息；（5）无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；（6）不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；（7）通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款；（8）其他价格欺诈行为。

第四节 广告领域

27. 原则性规定。互联网广告应当真实、合法，坚持正确导向，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精

神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。

28. 显著标识规定。对于竞价排名的商品或者服务，广告发布者应当显著标明“广告”，与自然搜索结果明显区分。除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。

29. 弹出广告规定。以弹出等形式发布互联网广告，启动互联网应用程序时展示、发布的开屏广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。不得有下列情形：（1）没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告；（2）关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等，为关闭广告设置障碍；（3）关闭广告须经两次以上点击；（4）在浏览同一页面、同一文档过程中，关闭后继续弹出广告，影响用户正常使用网络；（5）其他影响一键关闭的行为。

30. 不得误导点击。不得以下列方式欺骗、误导用户点击、浏览广告：（1）虚假的系统或者软件更新、报错、清理、通知等提示；（2）虚假的播放、开始、暂停、停止、返回等标志；（3）虚假的奖励承诺；（4）其他欺骗、误导用户点击、浏览广告的方式。

31. 促进公益广告宣传。鼓励、支持开展互联网公益广

告宣传活动,传播社会主义核心价值观和中华优秀传统文化,倡导文明风尚。

32. 广告审查规定。发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告,应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查;未经审查,不得发布。对须经审查的互联网广告,应当严格按照审查通过的内容发布,不得剪辑、拼接、修改。已经审查通过的广告内容需要改动的,应当重新申请广告审查。

33. 共治违法广告义务。互联网平台经营者在提供互联网信息服务过程中应当采取措施防范、制止违法广告,并遵守下列规定:(1)记录、保存利用其信息服务发布广告的用户真实身份信息,信息记录保存时间自信息服务提供行为终止之日起不少于三年;(2)对利用其信息服务发布的广告内容进行监测、排查,发现违法广告的,应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开发布链接等必要措施予以制止,并保留相关记录;(3)建立有效的投诉、举报受理和处置机制,设置便捷的投诉举报入口或者公布投诉举报方式,及时受理和处理投诉举报;(4)不得以技术手段或者其他手段阻挠、妨碍市场监督管理部门开展广告监测;(5)配合市场监督管理部门调查互联网广告违法行为,并根据市场监督管理部门的要求,及时采取技术手段保存涉嫌违法广告的证据材料,如实

提供相关广告发布者的真实身份信息、广告修改记录以及相关商品或者服务的交易信息等；（6）依据服务协议和平台规则对利用其信息服务发布违法广告的用户采取警示、暂停或者终止服务等措施。

34. 互联网广告不得存在的情形。互联网广告不得有下列情形：（1）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；（2）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；（3）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；（4）损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；（5）妨碍社会安定，损害社会公共利益；（6）危害人身、财产安全，泄露个人隐私；（7）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；（8）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；（9）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；（10）妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；（11）法律、行政法规规定禁止的其他情形。互联网广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

35. 禁止性规定。（1）禁止利用互联网发布烟草（含电子烟）广告。（2）禁止利用互联网发布处方药广告，法律、行政法规另有规定的，依照其规定。（3）禁止在经营载体发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。（4）禁止为出售、购买、利用野生动物或者禁止使

用的猎捕工具在其经营载体上发布广告。(5)禁止为违法出售、购买、利用野生动物制品发布广告。(6)禁止以介绍健康、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。介绍健康、养生知识的，不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。

第五节 消费者权益保护领域

36. 原则性规定。 网络交易经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益，不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。

37. 维护消费者权益的义务。 网络交易经营者应当建立便捷、有效的投诉、举报机制，公开投诉、举报方式等信息，及时受理并处理投诉、举报。消费者在网络交易平台购买商品或者接受服务，与平台内经营者发生争议时，网络交易平台经营者应当积极协助消费者维护合法权益。网络交易平台经营者可以建立争议在线解决机制，制定并公示争议解决规则，根据自愿原则，公平、公正地解决当事人的争议。

38. 披露信息义务规定。 网络交易经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知

情权和选择权。

39. 商业信息发送规定。 网络交易经营者未经消费者同意或者请求，不得向其发送商业性信息。网络交易经营者发送商业性信息时，应当明示其真实身份和联系方式，并向消费者提供显著、简便、免费的拒绝继续接收的方式。消费者明确表示拒绝的，应当立即停止发送，不得更换名义后再次发送。

40. 捆绑搭售规定。 网络交易经营者以直接捆绑或者提供多种可选项方式向消费者搭售商品或者服务的，应当以显著方式提醒消费者注意。提供多种可选项方式的，不得将搭售商品或者服务的任何选项设定为消费者默认同意，不得将消费者以往交易中选择的选项在后续独立交易中设定为消费者默认选择。

41. 续展续费规定。 网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择；在服务期间内，应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项，并不得收取不合理费用。

42. 七日无理由退货规定。

42-1 网络商品销售者应当依法履行七日无理由退货义务。网络交易平台提供者应当引导和督促平台上的网络商品销售者履行七日无理由退货义务，进行监督检查，并提供技

术保障。

42-2 网络商品销售者应当采取技术手段或者其他措施，对于不适用七日无理由退货的商品进行明确标注。

42-3 网络交易平台提供者应当与其平台上的网络商品销售者订立协议，明确双方七日无理由退货各自的权利、义务和责任。

42-4 网络交易平台提供者应当依法建立、完善其平台七日无理由退货规则以及配套的消费者权益保护有关制度，在其首页显著位置持续公示，并保证消费者能够便利、完整地阅览和下载。

42-5 网络交易平台提供者应当对其平台上的网络商品销售者履行七日无理由退货义务建立检查监控制度，发现有违反相关法律、法规、规章的，应当及时采取制止措施，并向网络交易平台提供者或者网络商品销售者所在地市场监督管理部门报告，必要时可以停止对其提供平台服务。

第六节 合同领域

43. 原则性规定。网络交易平台经营者在经营活动中使用合同格式条款的，应当符合法律法规的规定，遵循公开、公平、诚实信用的原则确定合同双方的权利与义务，明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个

人信息保护等方面的权利和义务。

44. 格式条款制定标准。在制定合同格式条款时，应当使用清晰准确、通俗易懂的表述方式，并可以合理运用足以引起注意的文字、符号、字体等特别标识提请合同相对人注意。

45. 格式条款公示规定。网络交易平台经营者应当在网站首页显著位置持续公示相关协议、规则和制度等合同格式条款的信息或者上述信息的链接标识，并保证消费者和平台内经营者能够便利、完整地阅览和下载。

46. 不得隐藏格式条款内容。网络交易经营者向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明等的，应当以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容。不得以技术手段对合同格式条款设置不方便链接或者隐藏格式条款内容，不得仅以提示进一步阅读的方式履行提示义务，不得以全文内容或大部分内容运用特别标识的方式履行提示义务。

47. 格式条款使用规定。网络交易经营者向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明等的，不得作出含有下列内容的规定：（1）免除或者部分免除网络交易经营者对其所提供的商品或者服务应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用、赔偿损失等责任；（2）排除或者限制消费者提出修理、更换、退货、赔偿

损失以及获得违约金和其他合理赔偿的权利；（3）排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利；（4）排除或者限制消费者依法变更或者解除合同的权力；（5）规定网络交易经营者单方享有解释权或者最终解释权；（6）其他对消费者不公平、不合理的规定。

第七节 食品安全领域

第一部分 网络食品交易

48. 鼓励网络食品交易第三方平台提供者开展食品安全法律、法规以及食品安全标准和食品安全知识的普及工作。

49. 网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易的生产经营者应当具备数据备份、故障恢复等技术条件，保障网络食品交易数据和资料的可靠性与安全性。

50. 在天津市注册登记的食品生产经营者及其分支机构、通过自建网站进行交易的食品生产经营者，应当按照国家有关规定向食品安全监督管理部门备案。在天津市以外注册登记的食品生产经营者，应当自在本市提供网络食品交易第三方平台服务之日起三十日内，向食品安全监督管理部门提供其在本市实际从事网络食品交易第三方平台业务的机构名称、地址、负责人、联系方式等相关信息。

51. 网络食品交易第三方平台提供者应当建立食品安全管理制度，履行下列管理责任：（1）依法明确入网食品经营者的准入要求和食品安全责任；（2）对入网食品经营者进行实名登记；（3）对入网食品经营者的许可证件或者仅销售预包装食品备案证明进行审查，如实记录并及时更新；（4）对平台上的食品经营行为及信息进行检查；（5）及时制止入网食品经营者的食品安全违法行为，并向其所在地的区食品安全监督管理部门报告；（6）法律、法规、规章规定的其他管理责任。

52. 网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者档案，记录入网食品生产经营者的基本情况、食品安全管理人员等信息。

53. 网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者审查登记、食品安全自查、食品安全违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全投诉举报处理等制度，并在网络平台上公开。

54. 网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品生产经营者食品生产经营许可证、入网食品添加剂生产企业生产许可证等材料进行审查，如实记录并及时更新。

55. 网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食用农产品生产经营者营业执照、入网食品添加剂经营者营业执照以及入网交易食用农产品的个人的身份证号码、住址、联系

方式等信息进行登记，如实记录并及时更新。

56. 网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易食品的生产经营者应当记录、保存食品交易信息，保存时间不得少于产品保质期满后 6 个月；没有明确保质期的，保存时间不得少于 2 年。

57. 网络食品交易第三方平台提供者应当设置专门的网络食品安全管理机构或者指定专职食品安全管理人员，对平台上的食品经营行为及信息进行检查。

58. 网络食品交易第三方平台提供者应当配合食品安全监督管理部门开展食品安全监督检查、食品安全案件调查处理、食品安全事故处置等工作。

59. 网络食品交易第三方平台提供者应当加强对入网经营的食物小作坊、小餐饮食品经营行为及信息的检查，发现食物小作坊、小餐饮有食品安全违法行为的，应当及时制止并立即报告食品安全监督管理部门；发现其有严重违法行为的，应当立即停止提供网络交易平台服务。

60. 网络食品交易第三方平台提供者发现入网食品生产经营者有下列严重违法行为之一的，应当停止向其提供网络交易平台服务：（1）入网食品生产经营者因涉嫌食品安全犯罪被立案侦查或者提起公诉的；（2）入网食品生产经营者因食品安全相关犯罪被人民法院判处刑罚的；（3）入网食品生产经营者因食品安全违法行为被公安机关拘留或者给予其

他治安管理处罚的；(4)入网食品生产经营者被市场监督管理部门依法作出吊销许可证、责令停产停业等处罚的。

第二部分 网络餐饮服务

61. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当在通信主管部门批准后 30 个工作日内，向所在地省级市场监督管理部门备案。自建网站餐饮服务提供者应当在通信主管部门备案后 30 个工作日内，向所在地县级市场监督管理部门备案。备案内容包括域名、IP 地址、电信业务经营许可证或者备案号、企业名称、地址、法定代表人或者负责人姓名等。

62. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当建立并执行入网餐饮服务提供者审查登记、食品安全违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全事故处置等制度，并在网络平台上公开相关制度。

63. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当设置专门的食品安全管理机构，配备专职食品安全管理人员，每年对食品安全管理人员进行培训和考核。培训和考核记录保存期限不得少于 2 年。经考核不具备食品安全管理能力的，不得上岗。

64. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当对入网餐饮服务提供者的食品经营许可证进行审查，登记入网餐饮服务提供者的名称、地址、法定代表人或者负责人及联系方式等信息，保证入网餐饮服务提供者食品经营许可证载明的经营场

所等许可信息真实。

65. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当与入网餐饮服务提供者签订食品安全协议，明确食品安全责任。

66. 网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当在餐饮服务经营活动主页面公示餐饮服务提供者的食品经营许可证。食品经营许可证等信息发生变更的，应当及时更新。

67. 网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当在网上公示餐饮服务提供者的名称、地址、量化分级信息，公示的信息应当真实。

68. 网络餐饮服务第三方平台提供者提供食品容器、餐具和包装材料的，所提供的食品容器、餐具和包装材料应当无毒、清洁。

69. 鼓励网络餐饮服务第三方平台提供者提供可降解的食品容器、餐具、包装材料和餐食封签。

70. 网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当加强对送餐人员的食品安全培训和管理。委托送餐单位送餐的，送餐单位应当加强对送餐人员的食品安全培训和管理。培训记录保存期限不得少于 2 年。

71. 网络餐饮服务第三方平台提供者和自建网站餐饮服务提供者应当履行记录义务，如实记录网络订餐的订单信息，包括食品的名称、下单时间、送餐人员、送达时间以及收货

地址，信息保存时间不得少于 6 个月。

72. 网络餐饮服务第三方平台提供者应当对入网餐饮服务提供者的经营行为进行抽查和监测。

73. 网络餐饮服务第三方平台应当督促相关外卖送餐员使用符合生产质量标准的电动自行车。

第四章 共治义务

74. 数据报送规定。网络交易经营者应当按照国家市场监督管理总局及其授权的省级市场监督管理部门的要求,提供特定时段、特定品类、特定区域的商品或者服务的价格、销量、销售额等数据信息。

75. 信息报送规定。网络交易平台经营者应当分别于每年1月和7月向住所地省级市场监督管理部门报送平台内经营者的下列身份信息:(1)已办理市场主体登记的平台内经营者的名称(姓名)、统一社会信用代码、实际经营地址、联系方式、网店名称以及网址链接等信息;(2)未办理市场主体登记的平台内经营者的姓名、身份证件号码、实际经营地址、联系方式、网店名称以及网址链接、属于依法不需要办理市场主体登记的具体情形的自我声明等信息;其中,对超过规定额度的平台内经营者进行特别标示。

76. 协助监管义务。网络交易平台经营者发现平台内的商品或者服务信息有违反市场监督管理法律、法规、规章,损害国家利益和社会公共利益,违背公序良俗的,应当依法采取必要的处置措施,保存有关记录,并向平台住所地县级以上市场监督管理部门报告。

77. 配合监管义务。

77-1 网络交易平台经营者应当配合市场监督管理部门在监管执法活动中提供有关的平台内经营者身份信息, 商品或者服务信息, 支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息, 并在技术方面积极配合市场监督管理部门开展网络交易违法行为监测工作。

77-2 网络交易平台经营者应当配合市场监督管理部门对网络交易经营者存在违法行为的采取措施制止。

第五章 特殊人群保护义务

78. 未成年人保护。

78-1 在针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序、公众号等互联网媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

78-2 针对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有下列内容：（1）劝诱其要求家长购买广告商品或者服务；（2）可能引发其模仿不安全行为。

78-3 网络交易平台经营者应当主动营造风清气正、绿色健康的消费环境。不得在平台上发布含有诱导吸烟、色情、暴力等不利于未成年人身心健康、可能引发其模仿不安全行为、违反公序良俗的食品、含有“鼻息能量棒”等宣传用语的违法广告。

79. 新就业形态人员权益保护。

79-1 网络交易平台经营者应当遵守法律法规关于劳动者保护的相关规定。对于平台灵活就业人员，平台经营者应当承担相应的责任，保护从业者的身心健康、工作环境安全以及获取公平、合理报酬和人身意外伤害保障的权利。

79-2 网络餐饮平台企业要进一步优化平台协议规则，完善骑手权益保护条款。进一步完善配送合作商管理制度，加强对配送合作商的监督和考核，及时纠正配送合作商侵害骑手权益行为。

79-3 网络餐饮平台企业进一步明确区域公司管理职责，在涉及外卖骑手权益的突发事件发生后，区域公司要及时组织处置并立即向平台企业总部、相关部门报告。

79-4 网络交易平台经营者不得限制灵活就业人员在其他互联网平台就业。

第六章 其他管理要求

80. 反食品浪费主体责任。

80-1 平台企业应当落实主体责任，加强对商户正向引导，开展平台内部自查，对发现的平台内变向诱导过度消费等行为及时整改，切实防范和制止餐饮浪费。

80-2 网络餐饮服务平台应当以显著方式提示消费者按需、适量点餐。入网餐饮服务经营者应当在餐品浏览页面标注餐品份量、规格、建议用餐人数等信息。

81. 认证审核责任。

81-1 网络交易平台落实资质审核和信息公示义务，平台内提供认证检测相关服务的经营者必须提供行政许可资质，并对行政许可等相关信息进行公示。

81-2 网络交易经营者销售产品，国家规定相关产品必须经过认证的，应当经过认证并标注认证标志，不得伪造或者冒用认证标志等质量标志。

81-3 平台内不得出现售卖虚假认证证书、检验检测报告的违法活动。

81-4 网络交易平台内经营者正确使用认证证书、检验检测报告，清晰展示发证机构、颁发日期、证书/报告编号、检测结论、商品名称及规格型号等关键信息，鼓励展示证书

/报告的完整内容。

81-5 网络交易平台不得出现“当天出证/报告”“直出证书”“不送样检测”等涉嫌虚假认证，“确保通过”等涉嫌虚假广告、虚假宣传的信息。

82. 加强危险化学品管理。严格落实互联网销售危险化学品管理要求，不得提供危险化学品销售信息发布服务。加强对平台内经营者入驻平台的资格审核，平台内严禁发布危险化学品销售信息及建立相关链接。

参考法律法规

- 《中华人民共和国电子商务法》
- 《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》
- 《中华人民共和国未成年人保护法》
- 《中华人民共和国反垄断法》
- 《中华人民共和国食品安全法》
- 《中华人民共和国广告法》
- 《中华人民共和国价格法》
- 《中华人民共和国计量法》
- 《中华人民共和国反食品浪费法》
- 《中华人民共和国野生动物保护法》
- 《网络交易监督管理办法》
- 《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》
- 《互联网广告管理办法》
- 《明码标价和禁止价格欺诈规定》
- 《规范促销行为暂行规定》
- 《网络食品安全违法行为查处办法》
- 《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》
- 《天津市食品安全条例》

《天津市反食品浪费若干规定》

《关于平台经济领域的反垄断指南》

《网络交易平台合同格式条款规范指引》