

泉州市市场监督管理局文件

泉市监〔2025〕53号

泉州市市场监管局关于印发泉州市直播电商 合规指引及泉州市直播电商负面 清单的通知

各县（市、区）市场监管局，开发区分局，市局有关科室（直属单位）：

为落实平台经济常态化监管要求，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，推动直播电商行业有序竞争、创新发展，泉州市市场监管局制定了《泉州市直播电商合规指引》及《泉州市直播电商负面清单》。现印发给你们，请结合实际抓好宣传和贯彻实施。

泉州市市场监督管理局
2025年3月27日

（此件主动公开）

泉州市直播电商合规指引

第一章 总则

第一条 为落实平台经济常态化监管要求，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，推动直播电商行业有序竞争、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》《网络交易监督管理办法》《互联网广告管理办法》《网络直播营销管理办法（试行）》等有关规定，制定本指引。

第二条 在泉州行政区域内开展的直播电商经营活动适用本指引。

本指引所称直播电商是指通过网络直播方式销售商品或提供服务的网络交易活动。

本指引所称直播电商平台经营者是指为直播电商经营活动提供网络经营场所、交易撮合、信息发布、商品浏览、订单生成、在线支付等服务，供交易双方或多方独立开展交易活动的法人或非法人组织。

本指引所称直播间运营者是指通过直播电商平台或自建网站等其他网络服务，开设直播间从事直播电商经营活动的自然人、法人和其他组织。

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经营活动提供策划、运营、经纪、培训等服务的专门机构。

本指引所称直播营销人员是指在直播电商经营活动中直接向社会公众推销商品或者服务的人员。

本指引所称平台内经营者是指直播电商平台入驻商家，即通过直播电商平台销售商品或提供服务的电子商务经营者。

从事直播电商经营活动，属于《中华人民共和国电子商务法》规定的“电子商务平台经营者”或“平台内经营者”定义的市场主体，应当依法履行相应的责任和义务。

第三条 从事直播电商经营活动，应当遵守国家相关法律法规和规章规定，维护国家利益和社会公共利益，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，坚持正确导向、诚实信用、信息真实、公平竞争原则，不得损害其他经营者和消费者的合法权益。

第二章 直播电商平台经营者合规要求

第四条 直播电商平台经营者应当依法办理市场主体登记，应在页面显著位置持续公示营业执照信息、与其业务相关的行政许可信息，采取有效措施督促平台内经营者依法公示上述信息。

第五条 直播电商平台经营者应当依法履行入驻登记核验义务，要求平台内经营者及申请开通商品或服务推广功能的直播间运营者提供身份、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。

直播电商平台经营者应当建立直播营销人员真实身份动态核验机制，在直播前核验所有直播营销人员身份，并依法依规向税务机关报送身份信息和其他涉税信息，对与真实身

份信息不符或按照国家有关规定不得从事网络直播发布的，不得为其提供直播发布服务。

第六条 直播电商平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，建立健全直播电商经营活动服务协议与交易规则，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，并在首页显著位置持续公示服务协议和交易规则等信息或上述信息的链接标识。

第七条 直播电商平台经营者应当建立直播营销信息检查监控制度，运用技术手段开展信息发布审核和实时巡查，发现直播电商经营活动违反市场监管法律法规规章，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管部门报告。

第八条 直播电商平台经营者应当依法保存下列信息，并确保信息的可用性、完整性；法律法规另有规定的，依照其规定。

（一）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；

（二）平台内经营者、直播间运营者等经营主体身份信息的保存时间自其退出平台之日起不少于三年；

（三）对商品或服务信息，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；

（四）修改平台服务协议和交易规则的，应完整保存修改后的版本生效日前三年的全部历史版本，并保证直播间运

营者、平台内经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

第九条 直播电商平台经营者应当制定直播电商营销商品和服务负面目录，列明法律法规规定的禁止生产销售、禁止网络交易、禁止商业推销宣传以及不适宜以直播形式营销的商品和服务类别。应当督促直播间运营者、直播营销人员在开展直播电商经营活动前对营销的商品和服务进行查验。

第十条 直播电商平台经营者提供付费导流等服务，对直播内容进行宣传、推广，构成商业广告的，应承担广告发布者或者广告经营者的责任和义务。直播电商平台经营者应对直播电商营销过程中发布的广告内容进行监测、排查，发现违法广告的，应采取通知改正、删除、屏蔽、断开链接等措施予以制止，并保留相关记录。直播电商平台经营者利用算法推荐等方式发布互联网广告的，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。

第十一条 直播电商平台经营者应建立健全知识产权保护规则，与知识产权权利人加强合作，依法保护直播电商各相关权利人知识产权。直播电商平台经营者应要求平台内经营者提供真实、合法、有效的商标注册证明、品牌特许经营证明、品牌销售授权证明等文件。直播电商平台经营者知道或应当知道直播间运营者、平台内经营者侵犯他人知识产权的，应采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施，并依法向负责知识产权执法的部门报告；未采取必要措施的，与侵权人承担连带责任。

第十二条 直播电商平台经营者应建立健全风险识别模型，对违法违规的直播电商营销高风险行为采取弹窗提示、违规警示、限制流量、暂停直播等措施。

第十三条 直播电商平台经营者知道或应当知道直播间运营者、平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施的，依法承担连带责任。

第十四条 直播电商平台经营者应当加强新技术新应用新功能上线和使用管理，对利用人工智能、数字视觉、虚拟现实、语音合成等技术展示的虚拟形象从事直播电商经营活动的，应当按照有关规定进行安全评估，并以显著方式予以标识。

第十五条 直播电商平台经营者应建立数据安全保护制度，并采用有效的管理和技术手段，履行数据安全保护义务：

（一）平台应当加强直播间内链接、二维码等跳转服务的信息安全管理，防范信息安全风险；应以显著方式警示用户平台外私下交易等行为的风险。

（二）平台应建立消费者个人信息及隐私保护相关机制，消费者个人信息的收集、存储、使用、处理、披露、安全处置等应符合法律规定；

（三）平台应以显著位置提示消费者交易信息保密原则和内容，包括但不限于消费者个人信息、信息获取渠道、保密方式、信息使用目的、信息使用范围等。

第十六条 直播电商平台经营者不得利用服务协议、交易规则及技术等手段对直播间运营者、平台内经营者在平台内的交易、交易价格及与其他经营者的交易等设置不合理限制或附加不合理条件，或者向平台内经营者收取不合理费用。具有竞争优势的直播电商平台经营者没有正当理由，不得利用技术手段，滥用后台交易数据、流量等信息优势及管理规

则，通过屏蔽第三方经营信息、不正当干扰商品展示顺序等方式，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，扰乱市场公平竞争秩序。

第十七条 直播电商平台经营者应落实消费者权益保护义务，建立健全便捷、有效的投诉、举报机制和消费争议解决机制，明确处理流程和反馈期限，及时处理公众对于违法违规信息内容和营销行为的投诉举报，积极协助消费者提供直播间运营者、平台内经营者信息及相关交易证据，维护消费者合法权益。

第十八条 直播电商平台经营者应当建立直播间运营者、平台内经营者信用管理体系，建立信用评价机制，对违法违规的直播间运营者、平台内经营者实施信用惩戒，强化合规守信意识。信用评价机制应当以适当方式公示。

第十九条 直播电商平台经营者应当加强对直播间运营者、平台内经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。

第二十条 直播电商平台经营者应积极配合市场监管部门依法实施的监管行为，提供有关经营者身份信息、商品或者服务信息和支付记录、物流快递、退换货以及售后等必要的文件、资料和数据，并为依法调查、执法检查活动提供技术支持和帮助。

第三章 直播电商从业人员合规要求

第二十一条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事直播电商经营活动，应当坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，加强职业道德建设，

强化社会责任，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。

第二十二条 直播间运营者应当按照平台规则和合作协议，依法对直播电商经营活动进行规范建设、内容审核以及违规处置。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爲。依法办理税务登记，依法履行纳税义务。

（一）直播间运营者应以足以使消费者辨别的方式标明直播间内链接、二维码跳转所对应的平台内经营者，向消费者提供该经营者的名称、经营地址、联系方式等信息。

（二）直播间运营者开展直播电商经营活动前，应对提供商品或服务的供应商身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息进行核验，并留存相关记录备查。

（三）直播间运营者应建立直播商品和服务的质量控制和合规管理机制，强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关。

（四）直播间运营者应加强直播间管理，依法合规设置账号、头像、简介和直播间标题、封面、布景、道具、商品展示等重点环节，不得含有违法和不良信息，不得以暗示方式误导消费者。

第二十三条 直播营销人员服务机构应当履行信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护和依法纳税等义务。

（一）直播营销人员服务机构应依法取得相应经营资质，与直播间运营者、直播营销人员签订协议，明确权利义务，依法合规提供直播营销人员经纪服务。

（二）直播营销人员服务机构应签约具备相应资质和能力的直播营销人员，加强对直播营销人员的日常管理和教育培训，建立健全直播营销人员激励、管理、考核制度，提升直播营销人员合规经营意识。应对直播营销人员的直播内容进行事前规范、事中审核、违规行为事后及时处置。

第二十四条 直播营销人员在直播电商经营活动中，应当规范自身行为，履行与商家的约定，依法向公众推销商品或服务。

（一）直播营销人员应自觉加强学习，具备从事直播营销工作所必需的技能，掌握需遵守的法律法规，自觉树立合规意识。直播营销人员应履行与平台内经营者的约定，依法向公众推销商品或服务。

（二）直播营销人员应保持良好的声屏形象，着装、服饰、语言、肢体动作及画面应文明得体，引导消费者文明互动、合理消费，不应在直播电商营销过程中出现《网络主播行为规范》第十四条及其他法律法规禁止的行为。

（三）直播营销人员应年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为直播营销人员的，应当经监护人同意。直播营销人员应遵守网络实名制注册账号有关规定，配合直播电商平台经营者提供真实有效的身份信息、联系方式，自觉进行实名注册并规范使用账号名称。若个人信息发生变动，应及时更新并向直播电商平台经营者报备。直播营销人员不得违反法律法规和国家有关规定，将其注册账号转让或出借给他人使用。

（四）直播营销人员向平台内经营者、直播电商平台经营者等提供的直播营销数据应当客观、真实，不得采取任何

形式进行流量等数据造假，不得采取虚假购买和事后退货等形式骗取佣金。

第二十五条 平台内经营者通过直播销售商品或提供服务，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）平台内经营者应依法取得并公示营业执照、行政许可等信息。

（二）平台内经营者应当建立并执行进货检查验收制度，通过直播电商经营活动销售商品应验明产品合格证明和其他标识，所销售产品或其包装上的标识必须真实完整。应确保销售商品符合产品注明采用的产品标准。禁止伪造或者冒用认证标志等质量标志；禁止伪造产品的产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址；禁止在生产、销售的产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好。

（三）平台内经营者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。平台内经营者通过直播电商经营活动销售的食物有保鲜、保温等特殊贮存条件要求的，应采取能够保证食品安全的贮存、运输措施，或委托具有相应贮存、运输能力的企业贮存、配送，不得将食品与有毒、有害物品一同贮存、运输。

第二十六条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事直播电商经营活动，应全面、真实、准确披露商品或服务信息，保障消费者知情权和选择权，对直接关系消费者生命安全的重要消费信息进行必要、清晰的提示。

第二十七条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事直播电商经营活动，不得销售或提供下列商品或服务：

（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、生产厂家厂名和厂址的商品；

（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）麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法等法律、行政法规禁止发布广告的商品或服务；

（九）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）烟草制品（含电子烟）；

（十一）法律、行政法规禁止网上交易的其他商品或服务。

第二十八条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事跨境零售进口商品直播电商经营活动，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。

第二十九条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事直播电商经营活动应当遵循公平竞争原则，不得实施下列行为：

（一）对商品生产经营主体及商品性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质等作虚假或引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或社会公众；采用虚构交易、虚假评论、虚构预订等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传等；

（二）未经许可使用他人的商品名称、企业名称、社会组织名称、姓名、域名、网络名称、页面设计、图标等；

（三）采用财务或其他手段，贿赂直播电商平台工作人员、对交易有影响的单位或个人，以谋取流量、交易量等方面的竞争优势；

（四）利用算法等技术手段实施不正当竞争行为，影响消费者选择，对其他经营者实施流量劫持、恶意不兼容、未

经许可在他人直播商品或服务中插入链接或自己的产品、服务等行为，干扰、破坏其他经营者合法提供产品或服务；

（五）实施扰乱市场竞争秩序、损害其他经营者或消费者合法权益的不正当竞争行为。

第三十条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员接受委托提供广告设计、制作、代理、发布服务的，应当依法承担广告经营者、广告发布者的责任和义务。直播营销人员以自己名义或形象对商品或服务做推荐、证明，构成广告代言的，应当依法承担广告代言人责任和义务。平台内经营者通过网络直播方式推销商品或者服务，构成商业广告的，应当依法承担广告主的责任和义务。

直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者在直播电商经营活动中发布商业广告的，应当严格审核把关，符合下列要求：

（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，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、水产苗种和种植养殖等广告，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）发布网络餐饮外卖广告，不得宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的信息；

（九）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；

（十）法律法规规章的其他规定。

第三十一条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事直播电商经营活动，应当依法保护知识产权，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。

第三十二条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事直播电商经营活动，应当依法审查商品及服务价格，以显著方式进行明码标价，公开标示销售商品的品名、价格、计价单位，以及提供服务的服务项目、服务内容和价格或者计价方法，不得存在以下行为：

（一）在商品或服务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面标示的价格；

（二）虚标划线价等价格基准的价格欺诈行为；

（三）其他虚假的或者使人误解的价格标示和价格促销行为。

第三十三条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事直播电商经营活动，开展直播促销活动时，应符合下列规定：

（一）促销活动有附加条件或期限的，应如实标明促销条件或期限等不利于消费者的限制条件；

（二）促销活动有数量要求的，应明示促销商品的具体数量，促销商品售完后，应及时明示；

（三）公布的促销活动范围、规则与实际促销活动范围、规则应一致；

（四）以抽奖、附赠、积分换购等方式进行促销的，应当如实明示有奖销售详细信息、赠品信息或换购的条件，奖品、赠品、换购商品均应符合质量要求，不得给消费者造成损害；

（五）经营者采用价格比较方式（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；

（六）没有合理理由，不得在促销前临时显著提高标示价格并作为折价、减价的基础。

第三十四条 直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者从事直播电商经营活动，应当依法依规履行消费者权益保护义务，保障消费者知情权、安全权、自主选择权等基本权利，积极协助消费者维护合法权益，及时妥善处理消费者投诉举报。

第四章 附 则

第三十五条 鼓励直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者积极参与行业自律，共同推进直播电商经营活动社会共治。

第三十六条 直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者开展直播电商经营活动违反相关法律、法规、规章规定的，依法承担相应的法律责任。

第三十七条 本指引仅作出一般性指导，供直播电商各方参与主体参考，不具备行政强制力，不作为执法依据和监管职责划分依据。本指引由泉州市市场监督管理局负责解释，自发布之日起实施。

泉州市直播电商负面清单

一、规范类负面清单

(一) 直播电商平台经营者

1.未依法办理市场主体登记;应当依法取得行政许可而未取得行政许可;未公示营业执照、行政许可信息。

2.未对平台内经营者、直播间运营者履行入驻登记核验义务;未对直播营销人员进行真实身份信息认证及建立身份动态核验机制。

3.未建立健全直播电商经营活动服务协议与交易规则,并在首页显著位置持续公示服务协议和交易规则等信息或相应链接标识。

4.未建立直播营销信息检查监控制度,未开展信息发布审核和实时巡查。

5.未依法保存直播视频、经营主体信息、交易信息、平台协议和交易规则等信息或未按要求时限保存相关信息。

6.未制定直播电商营销商品和服务负面目录;未督促直播间运营者、直播营销人员在开展直播电商经营活动前对营销的商品进行查验。

7.未建立健全消费者投诉、举报机制,未明确处理流程和反馈期限。

8.未对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提供必要的证据支持。

（二）直播营销人员服务机构、直播间运营者、直播营销人员和平台内经营者

1. 损害国家尊严和社会公共利益，不遵循社会公序良俗，妨害社会公共秩序。

2. 在涉及国家安全、公共安全、影响他人及社会正常生产生活秩序的场所从事直播电商经营活动。

3. 未年满十六周岁或年满十六周岁的未成年人未经过监护人同意。

4. 未对直播间的重点环节设置进行管理，导致直播运营者的账号名称、头像、简介，直播间的标题、封面、布景、道具、商品展示，直播营销人员着装、形象等方面含有违法、不良或误导用户的信息。

5. 未对商品或服务供应商的身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息进行核验、记录。

6. 不履行消费者权益保护责任和义务，故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求。

7. 在使用其他人肖像作为虚拟形象从事直播电商经营活动的，未征得肖像权人同意。或者利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。

8. 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，不适宜以直播电商形式营销。

二、违法类负面清单

（一）禁止直播电商经营活动中销售或提供下列商品或服务：

- 1.国家明令淘汰并停止销售的商品和失效、变质的商品；
- 2.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；
- 3.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；
- 4.依法应当取得许可、备案或者强制性认证而未取得的商品；
- 5.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；
- 6.不符合环境保护要求的商品或服务, 野生动物及其制品；
- 7.侵犯他人知识产权的商品或服务；
- 8.麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品, 药品类易制毒化学品, 戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法等法律、行政法规禁止发布广告的商品或服务；
- 9.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；
- 10.烟草制品（含电子烟）；
- 11.法律、行政法规禁止网上交易的其他商品或服务。

（二）禁止直播电商经营活动中使用或发布以下不当信息：

- 1.含不良导向、妨害社会公共秩序、损害国家尊严或利益、违背社会良好风尚、违反公序良俗的营销内容；

2.向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务或其他可能危害未成年人身心健康的信息；

3.隐瞒或者误导所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式，将附赠商品与销售商品混合计数误导消费者，隐瞒或者不全面告知优惠券使用限定条件；

4.通过比较、对比方式对其他生产经营者所提供的商品或者服务进行贬低；

5.除医疗、药品、医疗器械外的其他广告涉及疾病治疗功能，使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语；

6.保健食品以外的其他食品宣传其具有特定保健功能，借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其具有特定保健功能；

7.化妆品广告、美容广告含有表示功效、安全性的断言或者保证的内容，普通化妆品宣称特殊化妆品相关功效；

8.通过虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或者将要提价等价格手段诱骗消费者购买商品或服务；

9.通过虚构或者篡改关注度、浏览量、点赞量、交易量等数据流量造假等方式宣传误导、欺骗消费者；

10.其他违反市场监管法律法规及有关规定的营销内容。

（三）禁止直播电商经营活动中使用的营销行为

1.禁止直播电商平台利用服务协议、交易规则以及技术手段，对其他经营者在直播间的交易、交易价格进行不合理限制或者附加不合理条件以及向平台内经营者收取不合理费用，明知或应知存在违法违规或高风险行为仍为其进行推广引流服务，擅自删除消费者评价、对平台内经营者侵害消费

者合法权益行为未采取必要措施、未尽到资质资格审核义务、对消费者未尽到安全保障义务等行为。

2.禁止利用直播电商经营活动从事虚假宣传、虚构交易或评价、刷单炒信、流量数据造假、销售混淆仿冒商品、商业诋毁、违法有奖销售等不正当竞争行为。

3.禁止利用直播电商经营活动从事侵犯他人注册商标专用权、专利权、商业秘密、专有权利等行为。

4.禁止在直播电商经营活动中不明码标价，哄抬价格，利用虚假的或者使人误解的等价格手段诱骗消费者进行交易。

5.禁止违反广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式的规定。

6.禁止售后服务保障不力，对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合法合理诉求，故意拖延或者无理拒绝等侵犯消费者合法权益行为。

7.采取其他违反市场监管法律法规规章及有关规定的行为。

