

深圳市私域直播电商经营活动合规指引

第一章 总则

第一条 目的与依据

为规范私域直播电商经营活动管理，保护消费者和经营者的合法权益，促进私域直播行业健康、有序发展，根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《网络交易监督管理办法》《直播电商监督管理办法》等法律、法规和规章，制定本指引。

第二条 适用范围

本市行政区域内的私域直播电商经营活动，适用本指引。

第三条 基本概念

本指引所称私域直播，是指通过群聊、私聊、自建平台、线下门店等形式，以 HTML5 链接、二维码、小程序等为主要载体，面向会员、社群成员、线下门店用户等已建立联系的特定用户，以直播的形式销售商品或者提供服务的经营活动。

本指引所称私域直播电商平台经营者，是指在私域直播电商经营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的法人或者非法人组织。

本指引所称私域直播间运营者，是指在私域直播电商平台经营者上注册账号或者通过自建网站等其他网络服务，开设直播间从事私域直播电商经营活动的自然人、法人和其他组织。实际运营他人直播间的，也应参照本指引履行直播间运营者的相应义务。

本指引所称私域直播营销人员，是指在私域直播电商经营活动中直接面向社会公众开展商品或者服务的宣传、推介的相关个人。

本指引所称私域直播营销人员服务机构，是指为私域直播营销人员从事私域直播电商经营活动提供策划、运营、经纪、培训等的机构。

本指引所称私域直播商品经营者，是指面向私域用户负责提供商品或者服务的经营者。

本指引所称私域直播线下门店服务运营者，是指以实体场所、社区社群店等门店运营载体为依托，为私域直播商品经营者提供私域用户引流服务的法人或非法人组织。

本指引所称即时通讯工具服务提供者，是指基于互联网向终端使用者开发、运营即时通信工具，提供文字、语音、视频等即时信息交流服务，且为私域直播活动提供传播渠道的法人或非法人组织。

本指引所称私域直播接入服务提供者，是指为经营者、直播间运营者等主体开展私域直播电商经营活动，专门提供直播信号传输、技术接入等基础技术服务，且不直接介入商品订单处理、运营工具供给及网络空间管理的法人或非法人组织。

第四条 基本原则

从事私域直播电商活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，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，接受政府监管和社会监督，维护良好私域直播电商生态，不得利用封闭性特征损害老年群体等消费者权益。

私域直播监督管理应当坚持鼓励创新、严守底线、坚持线上线下一体化监管原则，营造有利于私域直播电商健康发展的市场环境。

第二章 主体合规

（一）私域直播电商平台经营者经营者

第五条 依法办理登记、行政许可或备案

私域直播电商平台经营者应当依法办理市场主体登记，取得网络文化经营许可、增值电信业务经营许可证并根据实际业务内容取得、办理下列行政许可、行政备案。

- （1）网络食品交易第三方平台备案；
- （2）医疗器械网络交易服务第三方平台备案；
- （3）互联网药品信息服务资格证（经营性）或非经营性互联网药品信息服务备案；
- （4）出版物网络交易平台服务经营备案；
- （5）法律、法规、规章要求的其他行政许可或者备案。

第六条 建立健全管理机制

私域直播电商平台经营者应当建立健全私域直播账号注册注销、平台内交易行为规范、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全保护、私域直播间运营者、私域直播营销人员、私域直播营销人员服务机构管理等机制。

私域直播电商平台经营者应当加强私域直播电商信息内容管理，建立健全内容审核机制，营造良好私域直播电商生态。

第七条 制定平台服务协议和交易规则

私域直播电商平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，制定平台服务协议和交易规则，明确私域直播电商平台经营者、私域直播间运营者、私域直播营销人员服务机构、私域直播营销人员等主体的权利和义务，以显著方式提醒相关主体注意与其有重大利害关系的内容。

私域直播电商平台经营者应当在平台规则中要求私域直播间运营者、私域直播营销人员服务机构规范私域直播营销人员的招募、培训、使用、管理等工作。

第八条 建立身份信息核验更新制度

私域直播电商平台经营者应当要求申请进入平台从事私域直播电商活动的私域直播间运营者提供其名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、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。

私域直播电商平台经营者应当要求私域直播间运营者在私域直播营销人员首次直播前，提供经核验无误的该人员姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式、所属私域直播营销人员服务机构以及与私域直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息，对私域直播间运营者履行核验义务提供技术支持并进行监督。

私域直播电商平台经营者应当建立并落实私域直播营销人员真实身份动态核验制度，不得为与真实身份不符或者依照国家有关规定不得从事私域直播电商活动的人员提供相关服务。

第九条 建立健全私域直播营销人员培训机制

私域直播电商平台经营者应当建立健全私域直播营销人员培训机制，每年对私域直播营销人员开展培训。在为首次从事私域直播电商活动的私域直播营销人员提供直播服务前，应当组织开展网络交易、网络信息安全、产品质量安全、消费者权益保护相关法律法规规章以及违法违规行爲处置、平台协议规则等方面的培训。私域直播营销人员接受培训时弄虚作假或者拒不参加培训的，私域直播电商平台经营者不得为其提供直播服务。

私域直播电商平台经营者应当每年通过在线培训等方式，组织私域直播间运营者、私域直播营销人员服务机构学习网络交易、网络信息安全相关法律、法规、规章，及时通报有关部门工作要求。

第十条 建立分级管理制度

私域直播电商平台经营者应当通过平台规则建立健全私域直播间运营者分级分类管理制度，根据私域直播间运营者合规情况、关注和访问量、交易规模、所销售的商品或者服务种类以及其他指标，采取相应的管理措施。其中，对关注用户多、交易规模大、私域直播营销人员影响力强、多次出现违法行为或者从事关系消费者生命健康的商品或者服务的直播电商活动的私域直播间运营者，应当采取技术监测、实时巡查等管理措施。

鼓励私域直播电商平台经营者建立健全私域直播间运营者信用评价指标体系，将市场监督管理部门依法共享或者通报的经营异常名录、严重违法失信名单、行政处罚、信用修复等信息纳入信用评价指标体系，并根据信用评价结果，采取相应的管理措施。

第十一条 建立平台内违法违规行爲处置制度

私域直播电商平台经营者应当通过平台规则建立健全平台内违法行为处置制度，明确对违反法律、法规、规章的私域直播间运营者、私域直播营销人员、私域直播营销人员服务机构采取警示、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的具体情形、程序以及相应的救济途径。采取处置措施的种类和幅度，应当与有关违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度等相当。

市场监督管理部门经调查核实，将相关私域直播间运营者、私域直播营销人员、私域直播营销人员服务机构违法情况通报私域直播电商平台经营者的，私域直播电商平台经营者应当根据相关法律、法规、规章以及平台规则，及时依照前款规定采取相应的处置措施。

私域直播电商平台经营者采取处置措施的，应当保存有关记录，依法及时向平台住所地县级以上市场监督管理报告，并作为评价私域直播间运营者、私域直播营销人员、私域直播营销人员服务机构合规情况的参考。采取临时停播、注销账号、禁止重新注册、纳入黑名单等处置措施的，私域直播电商平台经营者应当及时向平台住所地市级市场监督管理报告。

私域直播电商平台经营者根据上述规定，对违反市场监督管理领域法律、法规、规章的私域直播间运营者，采取相关处置措施的，应当进行记录，并作为评价直播间合规情况的依据。

第十二条 建立健全风险识别制度

私域直播电商平台经营者应当建立健全风险识别制度，配备与其经营规模相适应的私域直播管理专业人员，加强对私域直播

电商活动的动态监测，对直播中的违法行为及时采取警示、限制流量、暂停直播等处置措施。

第十三条 建立健全黑名单制度

私域直播电商平台经营者应当通过平台规则建立健全黑名单制度，将严重违反市场监督管理领域法律、行政法规的私域直播间运营者、私域直播营销人员、私域直播营销人员服务机构列入黑名单。

私域直播电商平台经营者将相关主体列入黑名单的，应当及时告知其违反法律、行政法规的事实、理由和依据，列入黑名单的具体期限以及相应的申诉途径；相关主体提起申诉的，应当对申诉事项进行必要的复核，客观公正作出处理，并及时将处理结果告知相关主体。

私域直播电商平台经营者应当加强对被列入黑名单的相关主体的管理，采取必要措施防止其在被列入黑名单期间，通过更换账号、重新注册账号等方式逃避惩戒；列入黑名单的期限届满的，应当将其移出并同步解除相应的处置措施。

鼓励私域直播电商平台经营者之间共享黑名单相关信息，对相关主体采取信用管理措施。

第十四条 信息公示技术支持

私域直播电商平台经营者应当为私域直播间运营者依法履行信息公示义务提供必要的技术支持。私域直播间运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私域直播电商平台经营者，私域直播电商平台经营者应当在七个工作日内进行核验，完成更新公示。

第十五条 信息保存

私域直播电商平台经营者应当通过技术手段确保交易信息的完整性。交易信息应当包括直播账号，有关商品或者服务的直播视频回放记录、直播互动信息，消费者订单形成时的商品或者服务详情页面快照、客服记录、支付记录、物流快递、退换货以及售后等信息。上述交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第十六条 禁止虚假宣传

私域直播电商平台经营者应当采取有效措施，防范和处置私域直播间运营者、私域直播营销人员利用人工智能等技术手段，编造、传播虚假或者引人误解的商业信息，假冒他人进行商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。

第十七条 建立健全投诉机制

私域直播电商平台经营者应当建立健全投诉机制，明确处理流程和反馈时限，及时处理消费者投诉，并采取必要措施识别、防范和处置违反诚实信用原则滥用平台投诉机制的行为。

对于投诉集中的私域直播间运营者、私域直播营销人员，私域直播电商平台经营者应当及时采取技术监测、实时巡查等管理措施。私域直播电商平台经营者应当将核查属实的投诉情况作为评价私域直播间运营者、私域直播营销人员、私域直播营销人员服务机构合规情况的参考。

第十八条 配合监管执法工作

私域直播电商平台经营者应当积极配合市场监督管理部门监管执法工作，依照《直播电商监督管理办法》第二十一条的规定提供开展监管执法工作必要信息。

第十九条 建立平台内异常经营者管控制度

私域直播电商平台经营者应当建立平台内异常经营者管控制度。市场监督管理部门依法对私域直播间运营者、私域直播营销人员开展调查，发现上述主体通过实际经营地址、经常居住地址无法联系的，应当及时通报私域直播电商平台经营者。私域直播电商平台经营者应当在接到市场监督管理部门通报后5个工作日内通知提醒相关私域直播间运营者、私域直播人员及时更新相关信息。

经提醒，相关私域直播间运营者、私域直播营销人员仍不及时更新资质证照、联系方式等相关信息，私域直播电商平台经营者应当根据平台规则，对其采取暂停服务、在其经营页面标注警示信息等处置措施，并保存相关措施。

相关私域直播间运营者、私域直播营销人员更新相关信息后，可以根据平台规则，向平台申请解除处置措施。私域直播电商平台经营者收到申请并核验无误后，应当及时解除处置措施。

（二）私域直播间运营者

第二十条 履行信息公示

私域直播间运营者为法人或者非法人组织的，应当在私域直播账号信息主页显著位置依法公示真实有效的名称、统一社会信用代码、住所、行政许可信息，或者上述信息的链接标识。

私域直播间运营者为自然人，属于个体工商户的，应当在直播账号信息主页显著位置依法公示真实有效的名称、经营者姓名、统一社会信用代码、经营场所、组成形式等信息，或者上述信息的链接标识；属于依法不需要办理经营主体登记的其他自然人的，应当在直播账号信息主页显著位置依法公示实际经营地址、联系方式、所属私域直播营销人员服务机构等真实有效的信息，或者上述信息的链接标识。

相关信息发生变更的，私域直播间运营者应当在三个工作日内将变更情况报送私域直播电商平台经营者。

私域直播间运营者依照本指引公示信息的，应当同时符合法律、行政法规和国家有关规定对展示账号相关信息的要求。

第二十一条 主体信息公示要求

私域直播间运营者应当在其直播页面，以显著方式持续展示实际销售商品或者提供服务的经营者名称（姓名）、实际经营地址、联系方式等信息，或者该信息的链接标识。

通过链接标识展示相关信息的，应当符合《直播电商监督管理办法》第26条要求。

第二十二条 保存相关记录

私域直播间运营者应当核验实际销售商品或者提供服务的经营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可、强制性产品认证、产品合格证明文件等信息，强化对直播选品、营销用语等的审核把关，并保存相关记录备查。保存记录自直播结束之日起不少于三年。

第二十三条 核验更新及保存身份信息

私域直播间运营者应当核验私域直播营销人员的姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式、所属私域直播营销人员服务机构以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息，并及时核验更新，保存相关记录备查，确保私域直播营销人员身份信息真实有效。保存记录自直播结束之日起不少于三年。

私域直播间运营者应当在每次直播前将核验无误的私域直播营销人员身份信息报送私域直播电商平台经营者。

第二十四条 明码标价并显著公示促销基准

私域直播间运营者应当以显著方式展示所销售商品的品名、价格和计价单位或者提供服务的项目、内容、价格和计价方法等信息，或者上述信息的链接标识；采取价格比较、折价、减价等促销方式的，应当显著标明被比较价格或者折价、减价的计算基准等信息，或者上述信息的链接标识。

第二十五条 发布商品或者服务信息

私域直播间运营者不得通过直播间销售或者提供下列违法商品或者服务：

（一）不符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求的商品或者服务；

（二）掺杂、掺假、以假充真、以次充好等质量不合格的商品；

（三）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。

第二十六条 禁止虚假宣传

私域直播间运营者不得对商品或者服务的经营主体以及性能、功能、质量、销售情况、用户评价、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。私域直播间运营者不得利用人工智能等技术手段，编造、传播虚假或者引人误解的商业信息，假冒他人进行商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。

第二十七条 禁止编造、传播虚假信息

私域直播间运营者不得编造、传播或者指使他人编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害其他经营者的商业信誉、商品声誉。

第二十八条 合理使用人工智能技术

私域直播间运营者使用人工智能等技术生成的人物图像、视频从事私域直播电商活动的，应当符合有关法律、法规、规章和强制性国家标准的要求，并依照国家有关规定进行标识，持续向消费者提示该人物图像、视频由人工智能等技术生成。

在私域直播电商活动中使用人工智能等技术生成的人物图像、视频，存在违反法律、法规、规章规定情形的，由管理或者使用该人物图像、视频的私域直播间运营者依法承担责任。法律、法规、规章另有规定的，依照其规定。

（三）私域直播营销人员

第二十九条 发布商品或者服务信息

私域直播营销人员直播营销人员不得通过直播间销售或者提供《直播电商监督管理办法》第 33 条规定的违法商品或者服务。

第三十条 禁止虚假宣传

私域直播营销人员不得对商品或者服务的经营主体以及性能、功能、质量、销售情况、用户评价、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。

私域直播营销人员不得利用人工智能等技术手段，编造、传播虚假或者引人误解的商业信息，假冒他人进行商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。

第三十一条 禁止商业诋毁

私域直播营销人员不得编造、传播或者指使他人编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害其他经营者的商业信誉、商品声誉。

（四）私域直播营销人员服务机构

第三十二条 建立健全内部管理制度

私域直播营销人员服务机构应当建立健全内部管理制度，规范直播营销人员的招募、培训、使用、管理等工作，提醒其在私域直播电商活动中应当依法履行的义务，依法合规提供经纪服务。

第三十三条 加强身份信息核验

私域直播营销人员服务机构应当完善对私域直播营销人员的招募机制，核验私域直播营销人员的姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息。

第三十四条 签订协议明确义务

私域直播营销人员服务机构应当与私域直播营销人员签订协议，明确各自应当履行的义务，不得减轻或者免除自身依法应当承担的责任。

第三十五条 建立违法违规行为处置制度

私域直播营销人员服务机构应当加强对私域直播营销人员的日常管理和规范引导，建立健全私域直播营销人员违法行为处置制度，对发现的私域直播营销人员违法行为及时采取必要的处置措施。

第三十六条 加强信息核验与签订责任协议

私域直播营销人员服务机构与私域直播间运营者合作开展商业活动的，应当核验私域直播间运营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政

许可等信息，并与其签订书面协议，明确各自在私域直播营销人员管理、直播内容管理、产品质量审核、消费者权益保护等方面的义务。

第三十七条 禁止帮助他人进行虚假宣传

私域直播营销人员服务机构不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助私域直播间运营者、私域直播营销人员进行虚假或者引人误解的商业宣传。

第三十八条 建立直播选品核验制度

私域直播营销人员服务机构提供直播选品服务的，应当核验实际销售商品或者提供服务的经营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可、强制性产品认证、产品合格证明文件等信息，并保存相关记录备查。保存记录自直播结束之日起不少于三年。

（五）私域直播商品经营者

第三十九条 商品质量保障

私域直播商品经营者销售的商品（包括但不限于食品、药品、化妆品、医疗器械类）需符合国家强制性标准、质量要求及标注说明，不得销售假冒伪劣、过期变质、掺杂使假的商品，不得销售国家明令淘汰、失效、变质或未经强制性产品认证的商品。对关系消费者生命健康的商品需严格履行进货查验义务，留存相关凭证。

第四十条 宣传真实性

私域直播商品经营者制作发布的直播内容需真实、准确，不得进行虚假宣传或引人误解的商业宣传，不得虚构商品功效、伪造“专家人设”、冒用认证标志，严禁将普通商品包装为“神药”“神器”等误导消费者。

第四十一条 进货查验制度

私域直播商品经营者应建立并执行进货查验制度，验明商品合格证明、生产许可证、认证证书等文件，如实记录并保存相关凭证，确保商品来源合法、质量可追溯。应保证商品标识真实、准确、完整，包括商品名称、厂名厂址、生产日期、有效期、警示说明等，禁止伪造产地、冒用他人厂名厂址或虚假标注。

（六）私域直播线下门店服务运营者

第四十二条 审慎注意宣传内容

私域直播线下门店服务运营者在分发私域直播链接前，需对直播内容的真实性、合法性履行合理审慎核查义务，重点核实商品功效、价格承诺、资质证明等核心宣传信息，不得明知或应知直播存在虚假宣传仍协助传播。

第四十三条 如实回应客户咨询

私域直播线下门店服务运营者在解答消费者关于直播商品的疑问时，需基于已知的真实信息如实回复，不得编造、夸大商品功效，不得补充与直播内容不一致的误导性信息，确保回应内容客观准确，避免加重消费者误解。

第四十四条 违规宣传及时止损

私域直播线下门店服务运营者发现直播内容存在虚假宣传、违法违规等情形时，应立即停止分发直播链接、终止群内相关宣传引导，并及时向消费者告知相关情况，采取撤回链接、澄清说明等必要措施，避免损害后果扩大。

第四十五条 合作主体信息留存

私域直播线下门店服务运营者需留存直播内容制作发布方的真实名称、地址、联系方式等核心信息，建立合作主体档案，在消费者维权或监管部门调查时，应积极提供相关信息，配合核实案件事实，不得隐瞒、隐匿合作相关材料。

第四十六条 承担先行赔付责任

私域直播线下门店服务运营者应当建立商品质量追溯机制，确保所售商品来源合法、质量合格，并在出现质量问题时，能够及时追溯供货商或生产商，依法承担先行赔付责任。

（七）即时通讯工具提供者

第四十七条 维护良好网络生态

即时通讯工具提供者应当遵守《互联网群组信息服务管理规定》及相关法律法规，在提供私域直播群相关即时通讯服务时，坚守正确导向，弘扬社会主义核心价值观，维护良好网络生态。

第四十八条 主体责任

即时通讯工具提供者应当落实信息内容安全管理主体责任，配备与私域直播群服务规模相适应的专业人员和技术能力，建立健全用户注册、信息审核、应急处置、安全防护等管理制度。

第四十九条 制定规则和平台公约

即时通讯工具提供者应当制定并公开私域直播群管理规则和平台公约，与服务使用者签订服务协议，明确双方在群内信息发布、行为规范、责任承担等方面的权利义务。

第五十条 身份信息认证

即时通讯工具提供者应当按照“后台实名、前台自愿”原则，对私域直播群使用者进行真实身份信息认证，未提供真实身份信息的，不得为其提供信息发布服务；同时采取必要措施保护使用者个人信息安全，不得泄露、篡改、毁损或非法出售、提供给他人的。

第五十一条 及时处置投诉举报

即时通讯工具提供者应当建立健全私域直播群投诉举报渠道，设置便捷举报入口，及时受理并处理关于群内违法违规信息、侵权行为等投诉举报，接受社会公众和行业组织的监督。

第五十二条 建立健全外部链接管控制度

即时通讯工具提供者应当建立健全私域直播有关群聊、私聊外部链接管控制度，对涉及虚假宣传、诱导跳转、违规营销保健类及假冒商品的直播链接从严管控，拦截违规链接，核验外链域名备案及直播主体基础资质，动态监测防控风险链接。

即时通讯工具提供者应当对违规链接采取限制访问、封禁域名等处置措施，处置记录保存不少于三年，并配合市场监管部门核查。

（八）私域直播接入服务提供者

第五十三条 信息留存与协查

私域直播接入服务提供者应当配备专业内容管理人员，建立直播内容实时巡查与信息发布审核机制，重点监测涉及虚假宣传、违法违规商品推广等违法不良信息。对直播过程中发现的“包治百病”等虚假表述、AI换脸伪造专家等违规内容，应当立即采取切断直播接入、保存记录等处置措施，并及时向网信、市场监管等主管部门报送相关信息。

第五十四条 信息核验与协查配合义务

私域直播接入服务提供者应当对申请接入的经营者进行实名核验，依法保存其营业执照、行政许可、真实身份信息、住所地、联系方式、行政许可以及所销售商品所需的市场准入资质等登记档案，完整记录并保存直播内容、商品交易信息不少于三年；在有关主管部门依法调查时，应当及时提供相关信息，配合开展协查工作，不得拒绝、阻碍或拖延。

第三章 行为合规

第五十五条 商品质量合规

私域直播间运营者应当遵守《中华人民共和国产品质量法》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，建立并执行进货检查验收制度，验明产品合格等有关证明文件和其他标识。

私域直播营销人员应强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关，了解清楚产品的性能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，确保宣传属实。

第五十六条 竞争行为合规

私域直播间运营者及私域直播营销人员应公平竞争，不得违反诚实信用原则和商业道德，不得通过虚构数据、片面对比等手段恶性竞争，不得以不正当手段获取权利人的商业秘密，不得以财物等商业贿赂手段谋取交易机会或者竞争优势。

第五十七条 价格合规

私域直播间运营者及私域直播营销人员从事网络直播营销活动，应当遵守《中华人民共和国价格法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等规定，以显著方式公开标示销售商品的品名、价格、计价单位，或者提供服务的服务项目、服务内容和价格或者计价方法。不得采取“大数据杀生杀熟”等方式侵害消费者权益。

第五十八条 促销合规

私域直播间运营者及私域直播营销人员开展网络集中促销活动时，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，应当如实标示有奖销售信息、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。经营者在销售商品或者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。经营者没有合理理由，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。

第五十九条 知识产权合规

私域直播间运营者及私域直播营销人员从事网络直播营销活动，应当遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国电子商务法》等法律法规规定，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。私域直播电商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；知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施。

第六十条 商品信息展示与追溯

私域直播电商平台经营者或私域直播服务机构应建立商品及服务的信息展示审核机制，并通过技术手段对信息展示内容进行跟踪，如发现商品、服务异常或被举报可溯源核实。直播营销展示商品信息包括但不限于商品识别信息、生产销售信息、产品信息、售后服务信息等。

第六十一条 食品直播内容规范

(1) 食品直播推广内容应符合以下要求：

①不得使用“国家级”“最高级”“最佳”“最新科学”“最新技术”“最先进加工工艺”等绝对化用语。

②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，并标明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。

③涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的，不得谎称取得专利权。

④不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品相混淆的用语。不应标注或者暗示具有预防、治疗疾病作用的内容，非保健食品不得明示或者暗示具有保健作用。

⑤营养宣称如“低糖”“无糖”等需要有检测报告支撑，未经认证的产品不能宣称为“有机”“无公害农产品”“绿色食品”。

(2) 保健食品直播推广内容应当以监管部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书上记载的内容为准，保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的表达，不得超出注册证书或者备案凭证、产品说明书范围。保健食品直播广告应当显著标明“本品不能代替药物，不能代替药物治疗疾病”，并不得含有下列内容：

①涉及疾病预防、治疗功能。

②使用科研单位、学术机构、行业协会或者专家、学者、医师、药师、临床营养师、患者等的名义或者形象作推荐、证明。

③引起公众对所处健康状况和所患疾病产生不必要的担忧和恐惧，或者使公众误解不使用该产品会患某种疾病或者加重病情的内容。

④含有“安全”“安全无毒副作用”“毒副作用小”；明示或者暗示成分为“天然”，因而安全性有保证等内容。

⑤含有“热销、抢购、试用”“家庭必备、免费治疗、赠送”等诱导性内容，“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等综合性评价内容，“无效退款、保险公司保险”等保证性内容，怂恿消费者任意、过量使用保健食品的内容。

(3) 禁止在私域直播推广平台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。

第六十二条 化妆品直播内容规范

(1) 不得使用医疗术语、医学名人的姓名、描述医疗作用和效果的词语或者已经批准的药品名明示或者暗示产品具有医疗作用。

(2) 不得使用虚假、夸大、绝对化的词语进行虚假或者引人误解的描述。

(3) 不得利用商标、图案、字体颜色大小、色差、谐音或者暗示性的文字、字母、汉语拼音、数字、符号等方式暗示医疗作用或者进行虚假宣称。

(4) 不得使用尚未被科学界广泛接受的术语、机理编造概念误导消费者。

(5) 不得通过编造虚假信息、贬低其他合法产品等方式误导消费者。

(6) 不得使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息误导消费者。

(7) 不得通过宣称所用原料的功能暗示产品实际不具有或者不允许宣称的功效。

(8) 不得使用未经相关行业主管部门确认的标识、奖励等进行化妆品安全及功效相关宣称及用语。

(9) 不得利用国家机关、事业单位、医疗机构、公益性机构等单位及其工作人员、聘任的专家的名义、形象作证明或者推荐。

(10) 不得宣称表示功效、安全性的断言或者保证。

(11) 不得含有庸俗、封建迷信或者其他违反社会公序良俗的内容。

(12) 法律、行政法规和化妆品强制性国家标准禁止宣称的其他内容。

第四章 消费者权益保护

第六十三条 总体要求

私域直播电商平台经营者、私域直播间运营者、私域直播营销人员、私域直播营销人员服务机构、私域直播商品经营者、私域直播线下门店服务运营者在开展私域直播经营活动的过程中，应当遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》相关规定，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，应当建立健全消费者权益保护制度，明确消费争议解决机制，依法履行消费者权益保护相关义务，不得损害消费者的合法权益。

第六十四条 老年人权益保护

私域直播电商平台经营者、私域直播间运营者、私域直播营销人员、私域直播营销人员服务机构、私域直播商品经营者、私域直播线下门店服务运营者不得通过虚假或者引人误解的宣传，虚构或者夸大商品或者服务的治疗、保健、养生等功效，诱导老年人等消费者购买明显不符合其实际需求的商品或者服务。

第六十五条 私域直播电商平台经营者的义务

私域直播电商平台经营者通过私域直播方式开展自营业务销售商品，应该依法履行商品销售者相关义务，切实保障消费者合法权益。

私域直播间运营者销售商品损害消费者合法权益，私域直播电商平台经营者应当根据消费者请求及时提供私域直播间运营者的真实姓名、名称、地址和有效联系方式。未履行前述义务的，消费者可以依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十四条规定向私域直播电商平台经营者请求赔偿。私域直播电商平台经营者承担责任后，可以向私域直播间运营者、私域直播商品经营者追偿。

私域直播电商平台经营者对依法需取得食品经营许可的私域直播间的食品经营资质应尽到法定审核义务，未履行前述义务，使消费者的合法权益受到损害的，消费者可以依据《中华人民共和国食品安全法》第一百三十一条等规定主张私域直播电商平台经营者与私域直播间运营者承担连带责任。

私域直播电商平台经营者知道或者应当知道私域直播间销售的商品或提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，应当采取限制交易、下架商品、警示提醒等必要措施，未履行前述义务的，消费者可以依据《中华人民共和国电子商务法》第三十八条等规定主张私域直播电商平台经营者与私域直播间运营者承担连带责任。

第六十六条 私域直播间运营者的义务

私域直播间运营者应当用足以使消费者辨别的方式标明其并非销售者并标明实际销售者。消费者因在私域直播间点击购买商品或服务合法权益受到损害，私域直播间运营者未尽到前述标明义务的，承担商品或服务销售者责任。

私域直播间运营者能够证明已经尽到前款所列标明义务的，应当综合交易外观、私域直播间运营者与私域直播商品经营者的约定、与私域直播商品经营者的合作模式、交易过程以及消费者认知等因素予以认定责任。

私域直播间运营者知道或者应当知道私域直播商品经营者销售的商品或提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者

有其他侵害消费者合法权益行为，应当立即停止推广；若未履行前述义务，给消费者造成损害的，依据《中华人民共和国民法典》第一千一百六十八条等规定，与提供该商品的经营者承担连带责任。

第六十七条 私域直播商品经营者的义务

私域直播商品经营者应当遵守私域直播电商平台经营者规则及相关法律规定，不得擅自引导消费者通过平台提供的支付方式以外的方式支付；确需通过前述方式的，应当符合平台相关管理要求，且以显著方式明确告知消费者交易风险并取得其明示同意。无论交易是否通过平台提供的支付方式完成，私域直播商品经营者均应依法承担商品销售者或服务提供者责任，不得以此为由免除对消费者的法定义务。

私域直播商品经营者销售商品或者提供服务损害消费者合法权益，其向消费者承诺的赔偿标准高于相关法定赔偿标准，私域直播商品经营者应当按照承诺赔偿。

私域直播商品经营者开设私域直播间销售商品或提供服务，应当加强对其工作人员直播行为的管理；因其工作人员在私域直播中因虚假宣传等给消费者造成损害的，私域直播商品经营者依法承担赔偿责任。

第六十八条 私域直播线下门店服务运营者的义务

消费者因在私域直播间点击购买商品或服务合法权益受到损害，私域直播线下门店服务运营者不能提供私域直播商品经营者

的真实姓名、名称、地址和有效联系方式的，消费者可以向私域直播线下门店服务运营者请求赔偿。

第五章 鼓励与倡导

第六十九条 加强行业合规自律

鼓励私域直播电商平台经营者加强行业合规自律，主动建立与市场监管部门的沟通机制，规范私域直播行业经营行为。

第七十条 私域直播全链路治理

鼓励私域直播电商平台经营者针对私域直播间运营者的运营链路采取约束性措施，避免私域直播间运营者通过私域直播引流线下交易、平台外虚假宣传等利用跨多网络平台、拆分运营链路等形式以躲避平台监管的相关行为。

第七十一条 执业资质报备

鼓励私域直播间营销人员加强学习，掌握从事主播工作所必需的知识和技能。对于需要较高专业水平（如医疗卫生、财经金融、法律、教育）的直播内容，运营人员应取得相应执业资质，并向私域直播电商平台经营者进行执业资质报备。

第六章 附则

第七十二条 指引实施

本指引仅对私域直播经营合规作出一般性指引，不具有强制性，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。法律法规规章、政策性文件对私域直播运营要求有专门规定的，从其规定。

第七十三条 指引解释

本指引由深圳市市场监督管理局负责解释。

附件

违规分层分级管理建议

私域直播电商平台经营者可依照经营行为进行分层分级管理。

A级，视为健康运营者，若直播间出现违规行为的，直播期间进行弹窗和管理台告警，3次违规降级为B级。

B级，视为需规范运营者，若直播间出现违规行为3次，会增加短信和外呼方式进行告警，要求尽快修复违规行为，并在直播后对直播素材进行封禁，并降级为C级。

C级，视为重大违规运营者，若直播间出现违规行为3次，立刻中断直播并封禁直播间+素材，并降低为D级。

D级，视为违法运营者，若直播间出现违规行为1次，则封禁直播功能及C端访问入口（保留售后等订单入口）。

其中B级与C级私域直播间运营者自降级之日起，若在60日内无违规行为的，可恢复至上一级。D类私域直播间运营者若进行申诉，需要由私域直播电商平台经营者对D类私域直播间运营者进行合规讲解培训，明确直播红线，而后可恢复为C级私域直播间运营者，若恢复后再次被降级，则不再恢复。