**关于《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》公开征求意见的通知**

为加强互联网直播营销信息内容服务管理，维护国家安全和公共利益，保护自然人、法人和非法人组织的合法权益，促进互联网直播营销行业健康有序发展，根据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电子商务法》《网络信息内容生态治理规定》等法律法规和国家有关规定，国家互联网信息办公室会同有关部门起草了《互联网直播营销信息内容服务管理规定》，现向社会公开征求意见。

公众可通过电子邮件方式发送至：shengtai@cac.gov.cn，意见反馈截止时间为2020年11月28日。

附件：《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》

国家互联网信息办公室

2020年11月13日

附件：

**互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）**

第一章 总则

第一条 为加强互联网直播营销信息内容服务管理，维护国家安全和公共利益，保护自然人、法人和非法人组织的合法权益，促进互联网直播营销行业有序发展，根据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电子商务法》《网络信息内容生态治理规定》等法律法规和国家有关规定，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内从事互联网直播营销信息内容服务，应当遵守本规定。

第三条 从事互联网直播营销信息内容服务，应当弘扬社会主义核心价值观，坚持正确导向，遵守法律法规，尊重社会公德，促进行业健康发展，营造良好网络生态。

第四条 国家网信部门和有关主管部门依据职责负责全国互联网直播营销信息内容服务的监督管理工作。

地方网信部门和有关主管部门依据职责负责本行政区域内互联网直播营销信息内容服务的监督管理工作。

第二章 直播营销平台

第五条 直播营销平台应当依法依规履行备案手续，开展安全评估，并向所在地地市级以上网信部门和公安机关提交安全评估报告。

第六条 直播营销平台应当建立健全账号及直播营销业务注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、用户权益保护、个人信息保护、信用评价、数据安全等机制。

直播营销平台应当配备与服务规模相适应的直播内容管理专业人员，具备维护互联网直播内容安全的技术能力，技术方案应符合国家相关标准。

第七条 直播营销平台应当依据相关法律法规和国家有关规定，制定并公开互联网直播营销信息内容服务管理规则、平台公约。

直播营销平台应当与直播营销人员服务机构、直播间运营者签订协议，要求其规范直播营销人员招募、培训、管理流程，明确直播营销信息内容生产、发布、审核责任。

直播营销平台应当制定直播营销目录，设置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推广的商品和服务类别。

第八条 直播营销平台应当对直播间运营者进行基于身份证号码、统一社会信用代码等真实身份信息认证。

直播营销平台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信息，对于不符合相关规定的，不得为其提供直播服务。

第九条 直播营销平台应当加强互联网直播营销信息内容服务管理，发现违法和不良信息，应当立即采取处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

直播营销平台应当防范和制止违法广告、价格欺诈等侵害用户权益的行为，以显著方式警示用户平台外私下交易等行为的风险。

直播营销平台应当根据直播间运营者账号信用评价、关注和点击数量、营销金额及其他指标维度，建立分级管理制度，对重点直播间运营者采取安排专人实时巡查、延长直播内容保存时间等措施。

直播营销平台应当建立健全风险识别模型，对高风险行为采取弹窗提示、违规警告、限制流量、阻断直播等措施。

第十条 直播营销平台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、虚拟现实等技术展示的虚拟形象从事互联网直播营销信息内容服务的，应当以显著方式予以标识，并确保信息内容安全。

第十一条 直播营销平台应当建立健全未成年人保护机制，注重保护未成年人身心健康。对不适宜未成年人参与的互联网直播营销信息内容服务，直播营销平台应当在信息展示前予以提示。

第十二条 直播营销平台应当建立直播间运营者账号信用评价管理制度，将用户评价和投诉举报、平台处理、监管部门通报等信息作为信用评价指标，根据信用情况确定服务范围及功能，并对直播间运营者账号信用情况进行公示。

直播营销平台应当对违反法律法规和服务协议的直播间运营者账号，视情采取警示提醒、限制功能、暂停发布、注销账号、禁止重新注册等处置措施，保存记录并向有关主管部门报告。

直播营销平台应当建立黑名单制度，将严重违法违规的直播营销人员及因违法犯罪或破坏公序良俗造成恶劣社会影响的人员列入黑名单。

第十三条 直播营销平台应当建立健全投诉、举报机制，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、营销行为投诉举报。

用户通过直播间内链接、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，相关直播营销平台应当积极协助用户维护合法权益，提供必要的证据等支持。

第十四条 直播营销平台应当记录、保存直播内容，保存时间不少于六十日，并提供直播内容回看功能；直播内容中的商品和服务信息、交易信息，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。

第三章 直播间运营者和直播营销人员

第十五条 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。

第十六条 直播间运营者、直播营销人员从事互联网直播营销信息内容服务，应当遵守法律法规和国家有关规定，遵循社会公序良俗，真实、准确、全面地发布商品或服务信息，不得有以下行为：

（一）违反《网络信息内容生态治理规定》第六条、第七条规定的；

（二）发布虚假信息，欺骗、误导用户；

（三）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；

（四）知道或应当知道他人存在违法违规或高风险行为，仍为其推广、引流；

（五）侮辱、诽谤、骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益；

（六）可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等；

（七）涉嫌传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等；

（八）其他违反国家法律法规和有关规定的行为。

第十七条 直播营销人员不得在涉及国家安全、公共安全、影响他人及社会正常生产生活秩序的场所从事互联网直播营销信息内容服务。

直播间运营者、直播营销人员应当加强直播间管理，在下列重点环节的设置应当符合法律法规和国家有关规定，不得含有违法和不良信息，不得以暗示等方式误导用户：

（一）直播间运营者账号名称、头像、简介；

（二）直播间标题、封面；

（三）直播间布景；

（四）直播营销人员着装、形象；

（五）其他易引起用户关注的重点环节。

第十八条 直播间运营者、直播营销人员应当依据平台服务协议做好语音和视频连线、评论、弹幕等互动内容的实时管理，但不得以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导用户。

直播间运营者、直播营销人员与直播营销人员服务机构合作开展直播营销信息内容策划、生产等合作的，应当共同履行信息安全管理责任。

第十九条 直播间运营者、直播营销人员使用其他人肖像作为虚拟形象从事互联网直播营销信息内容服务的，应当征得肖像权人同意，不得利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。对自然人声音的保护，参照适用前述规定。

第四章 监督管理

第二十条 各级网信部门会同有关主管部门建立健全信息共享、教育培训、联合检查执法等工作机制，协同开展互联网直播营销信息内容监督管理工作。

各级网信部门会同有关主管部门对平台履行主体责任情况开展监督检查，对存在问题的平台开展专项督查。直播营销平台对网信等部门依法实施的监督检查和调查，应当予以配合。

第二十一条 违反本规定，给他人造成损害的，依法承担民事责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，由网信等有关主管部门根据各自职责依照有关法律法规予以处理。

第五章 附则

第二十二条 互联网直播营销信息内容服务，是指通过互联网站、应用程序、小程序等，以视频直播、音频直播等形式向社会公众推销商品或服务的活动。

直播营销平台，是指在互联网直播营销信息内容服务中提供直播服务的各类平台，包括互联网直播服务平台、互联网音视频服务平台、电子商务平台等。

直播间运营者，是指在直播营销平台上注册账号或者通过自建网站等其他网络服务，开设直播间从事互联网直播营销信息内容服务的自然人、法人和非法人组织。

直播营销人员，是指在互联网直播营销信息内容服务中直接向社会公众介绍、推销商品或服务的自然人。

直播营销人员服务机构，是指为直播营销人员从事直播营销信息内容服务提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构。

第二十三条 本规定自2020年 月 日起施行。

信息来源：<http://www.cac.gov.cn/2020-11/13/c_1606832591123790.htm>