

厘清平台责任 推动社会共治

随着网购消费领域新场景、新业态、新模式的不断涌现，网络营销借助直播技术迅速兴起。但这种新的网络营销模式也暴露出虚假宣传、产品质量伪劣、售后服务不到位、刷单炒信等诸多问题。由于网络直播营销活动兼具电子商务+宣传促销+导购卖货等特点，在法律上很难准确定性，给市场监管带来巨大挑战。

顺应科技发展与数字经济的需求，市场监管的方式正在发生重大的调整，社会共治模式成为现代市场监管的必然选择。行业、平台和政府围绕网络直播营销社会共治出台了一系列治理规则。政府监管规则方面，市场监管总局出台了《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》(以下简称《意见》)，同期，国家广播电视总局出台了《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》，国家互联网信息办公室也就《互联网直播营销信息内容服务管理规定》发布了征求意见稿。行业自律规则方面，继中国广告协会率先出台《网络直播营销行为规范》后，地方相关协会的自律规范也陆续出台。在平台自律规则方面，抖音、快手、京东三家平台在政府指导下出台了《网络直播和短视频营销平台自律公约》，并鼓励网络直播和短视频营销平台经营者加入，积极促进行业自律，共同规范网络经营行为，维护消费者合法权益。这些规则的出台正在逐步形成网络直播营销社会治理规则体系，并将得到持续的丰富和完善。

网络直播营销活动涉及商家、主播、MCN等主播服务机构、用户、直播服务平台等多个主体。从市场监管的角度看，平台起着核心作用。因此，厘清平台的法律义务，压实平台的法律责任在对网络直播营销监管及健康发展至关重要。监管主体、行业协会和平台企业出台的治理规则中都非常重视明确平台的责任。比如，在《意见》中，着重规定了“压实网络平台法律责任”；在中国广告协会出台的《网络直播营销行为规范》中，专章对在网络直播营销活动中提供直播技术服务的各类社会营销平台应承担的义务作出了明确规定。但是，纵观现有的社会共治规则，由于法律尚未对网络直播营销活动的性质给出明确界定，现有规则主要针对平台企业作为电子商务平台经营者、互联网信息服务提供者和直播技术服务提供者所应承担的义务进行了规定。对平台企业直接或间接参与网络直播营销时的法律地位及法律责任尚未明确，导致监管部门认定行为性质、平台自身预见行为法律后果出现困难。厘清平台责任是对网络直播营销进行社会共治的前提，这个问题还需要各方积极探讨。■

● 文 | 中央财经大学市场监管法律研究中心主任 刘双舟

目录 CONTENTS



P18



卷首语 EDITORIAL

01 厘清平台责任 推动社会共治 | 刘双舟

时事资讯 TRENDING NEWS

05 市场监管要闻

07 政策新风

08 地方简讯

本期话题 FOCUS TOPIC

网络直播营销活动各主体的法律身份及责任(上)

10 明确主体法律责任 促进新业态健康发展

| 市场监管总局广告司

12 图解《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》

14 市场监管总局相关司局对《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》解读(节选)

16 合理设置网络平台责任是构建行业良性秩序的关键

| 王晓东

18 规制网络直播营销活动要明确平台的身份与责任

| 谢旭阳

20 直播电商的内容源和数据流治理

| 杜东为 潘峰

局长论坛 DIRECTORS'VIEW

22 “滚动式”督导 信息化“赋能”

助力内蒙开启重点领域智慧监管新路径

| 白清元

专题报道 SPECIAL COVERAGE

民法典与合同监管

24 从三个视角谈新形势下的合同监管

——贯彻落实《民法典》第534条 | 陈秋香 陶晓娟

27 关于修改完善《合同违法行为监督处理办法》的思考

| 苏号朋

30 全国市场监管部门“七五”普法巡礼之 十大法治创新案例和十大普法故事

商事登记 COMMERCIAL REGISTRATION

企业名称登记制度改革实践与思考

- 32 名称登记如何活力与秩序并重 | 北京市市场监管局
- 34 浅谈不适宜企业名称的处置 | 池燕萍 鲍佳
- 36 宽严相济 积极探索企业名称自主申报改革 | 广东省市场监管局
- 37 名称登记 提“智”助力增效 | 海南省市场监管局
- 38 依法规范夯实基础 创新智能便利登记
| 新疆维吾尔自治区市场监管局

消费维权 CONSUMER RIGHTS

消费纠纷在线和解（ODR）机制建设

- 40 打造首都特色 ODR 在线和解机制 | 李炜 王涛
- 42 推动企业更好地履行消费维权主体责任
——上海 ODR 机制建设解析 | 上海市市场监管局投诉举报中心

反垄断 ANTI-MONOPOLY

- 44 《关于汽车业的反垄断指南》解读 | 市场监管总局反垄断局

知识问答 QUESTIONS & ANSWERS

- 47 市场监管知识问答（2）

特别策划 SPECIAL REPORT

聚焦《规范促销行为暂行规定》

- 48 网络促销行为迎来合规大考
- 50 《规范促销行为暂行规定》的指引价值 | 丁茂中
- 52 价格促销的标示规范和要点解析 | 苑晟

网络监管 ONLINE TRANSACTION REGULATION

- 55 服务电商发展 助推脱贫工作 | 杨再军

P37



P42



P50



市场监督管理

国家市场监督管理总局主管
市场监督管理工作指导综合性期刊
2020年第24期 总第1298期

主管 国家市场监督管理总局
主办 中国工商出版社
出版 《市场监督管理》编辑部

总编辑 洪丹
副总编辑 李轶群 洪筠 李富民

编辑部主任 李程
编辑部副主任 马佳 张祺舜
期执行编辑 刘美晨
采编 管维 杨茜麟 屈午阳 于亮
李桂星 张可 刘美晨 洪海
美编 李艳慧 曹彦

编辑部电话 010-63731078
投稿邮箱 work@byaic.cn
图片投稿 tupian@byaic.cn

发行单位 中国工商出版社
发行方式 自办发行
发行部电话 010-63735995 010-83616859
传真 010-63711281 010-83610373
广告部电话 010-63722678
传真 010-63722058

国际标准连续出版物号 ISSN 2096-6563
国内统一连续出版物号 CN 10-1618/F2

本刊地址 北京市丰台区丰台东路58号人才大厦7层
邮政编码 100071

印刷 北京盛通印刷股份有限公司
定价 16.00元

出版日期 2020年12月16日



食品药品 FOOD AND DRUG

56 “你点我检”筑起舌尖上的安全 | 肖永琦 郑静 张琦

知识产权 INTELLECTUAL PROPERTY

58 中国国际商标品牌节在南昌隆重举行 | 本刊记者 张祺舜

价监竞争 PRICE REGULATION & COMPETITION ORDER

60 涉企收费专项治理的甘肃实践 | 孙军朝

队伍建设 TEAM BUILDING

63 夯实基础 抓党建 推动协会事业创新发展
——记宁夏回族自治区银川市个体私营企业协会

特种设备 SPECIAL EQUIPMENT

64 深化自我转型改革 跑出创新发展“加速度” | 钟海见 黄群 周宇
叉车监管业务探讨

66 对老旧叉车相关问题的探讨 | 李岩

68 叉车租赁使用单位的监管难点和思考 | 郭锴

70 实施专业化监管 让专业的人干专业的事 | 国德军

71 实行“无物管找托管” 破解加装电梯后续管理难题
| 蔡茵 刘浩扬 黄少坤

执法实务 LAW ENFORCEMENT

74 一起有机认证证书“早产”案的查办思考 | 徐志雄 颜梅芳

76 用好四个善于 办案提质增效
——榆阳区搬迁办行政垄断案办案体会 | 王马川

半月刊茶座 ESSAY

78 “网上办”要在管用、爱用、受用上下功夫 | 徐上

79 2021《市场监督管理》(半月刊)征订单

市场监管要闻

市场监管总局举行2020年度宪法宣誓仪式

12月4日是国家宪法日。市场监管总局举行2020年度国家工作人员宪法宣誓仪式。总局党组书记、局长张工监誓，总局党组成员、副局长孙梅君主持宣誓仪式。总局新任命的机关司处级领导干部、直属单位班子成员和新录用公务员参加宪法宣誓。宣誓后，张工希望大家牢记誓言，履行对国家、对人民、对事业作出的郑重承诺。他强调，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚决做到“两个维护”，深入贯彻党的十九届五中全会精神，始终忠于宪法、遵守宪法、维护宪法，牢固树立新发展理念，坚持以人民为中心的发展思想，聚焦市场监管主责主业，自觉依法履行职责，维护市场秩序，守住安全底线，推进高质量发展，不断满足人民日益增长的美好生活需要，不断创造新的工作业绩。

市场监管总局召开年轻干部座谈会 张工鼓励年轻干部牢记职责使命强化担当作为

12月4日，市场监管总局召开年轻干部座谈会。总局党组书记、局长张工出席会议。10名年轻干部代表围绕贯彻落实党的十九届五中全会精神，立足岗位建功立业，交流学习体会和思考。

张工要求，年轻干部要强化理论武装，深入学习贯彻党的十九届五中全会精神，坚定“两个维护”的政治自觉；要牢记职责使命，坚持以人民为中心的发展思想，自觉练就干事创业的过硬本领；要强化责任担当，敢于改革创新，勇于攻坚克难，善于狠抓落实，自觉弘扬奋发有为的实干精神；要加强作风建设，对工作极端负责，严守纪律规矩，自觉保持清正廉洁的政治本色。

张工强调，年轻干部要树牢大局意识，自觉把市场监管工作放到党和国家工作大局中去谋划，放到经济社会发展大局中去推进，审时度势，改革创新，以时不我待的精神状态，舍我其谁的坚定决心，开拓进取的工作态度，肩负起新时代的职责和重任，书写出无愧于党和人民的满意答卷。

全国打击侵权假冒工作领导小组办公室学习习近平总书记在中央政治局第二十五次集体学习时的重要讲话精神

12月4日上午，全国打击侵权假冒工作领导小组办公室召开会议，学习习近平总书记在中央政治局第二十五次集体学习时的重要讲话精神。会议指出，要提高政治站位，深入学习领会，从国家战略高度和进入新发展阶段要求出发，进一步提高认识，把思想和行动统一到习近平总书记重要讲话精神上来，统一到党中央对知识产权保护工作决策部署上来，切实增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。要以习近平总书记重要讲话精神为根本遵循，研究起草《2021年全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要点》，召开年度打击侵权假冒工作领导小组办公室主任会议，筹划做好2021年和“十四五”时期打击侵权假冒、保护知识产权工作。要加大执法力度，对群众反映强烈、社会舆论关注、侵权假冒多发的重点领域和区域，重拳出击、务求实效。

市场监管总局召开电视电话会议全面推进进口冷链食品追溯平台建设进一步强化新冠病毒输入风险“物防”措施

12月1日，市场监管总局召开加强进口冷链食品追溯管理工作电视电话会议，深入学习贯彻党的十九届五中全会精神，落实习近平总书记关于防范新冠肺炎疫情通过进口冷链食品输入风险的重要指示批示精神，全面推进进口冷链食品追溯管理平台建设，进一步强化新冠病毒输入风险“物防”措施。总局副局长孙梅君出席会议并讲话，食品安全总监王铁汉通报追溯平台建设进展情况。

会议要求，各省（区、市）市场监管部门要将信息化追溯作为“规定动作”，优化完善省级平台，加快与国家平台的数据对接，指导督促生产经营者对接省级平台，及时准确上传货物来源、去向、数量、位置等关键数据，确保“来源可查、去向可追”，出现异常情况时，能够“一键排查、迅速定位”，为疫情防控争取宝贵时间。重点口岸城市要落实好集中消毒、核酸检测、信息录入等首站防控措施。要强化协同联动，在信息通报、风险交流、排查处置等方面加强跨区域、跨部门合作，更大范围凝聚工作合力，织密冷链“物防”网络。

会议强调，各级市场监管部门要对食品进口商、生产经营企业、食用农产品批发市场、商场超市、生鲜电商、餐饮企业等进行全面排查，企业自建冷库、第三方冷库年底前实现全覆盖备案。要强化常态监管和应急处置，严字当头，严格进口冷链食品从口岸到境内生产、流通、销售全程防控，没有检验检疫证明、没有核酸检测报告、没有消毒证明、没有追溯信息的，不得上市销售。加大对来源不明、相关票据不全的进口冷链食品查处打击力度，指导生产经营者对进口冷链食品实行专用通道进货、专区存放、专区售卖，最大限度阻击疫情风险的传播。在接到相关机构新冠病毒检测阳性通报后，要第一时间督促指导经营者对同批次产品下架停售、专区封存，并查清涉疫食品来源、去向、库存及相关数量，严格按照规定处置。各地要按照当地联防联控机制统一部署，积极开展预防性消毒，严格做好人员防护等工作。

全国市场监管系统计量工作会议在深圳召开

12月7日，全国市场监管系统计量工作会议在深圳召开。市场监管总局党组成员、副局长（正部长级）秦宜智出席会议并讲话。秦宜智指出，“十三五”时期，特别是在今年在统筹推进疫情防控和经济社会发展中，计量工作认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，夯实计量科技基础，完善量值传递溯源体系，提升计量服务保障能力，加强计量监督管理，实现了新发展。展望“十四五”，推进新时代计量工作改革创新，必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，准确把握推进国家治理体系和治理能力现代化、推进全面依法治国对计量工作提出的新要求，把握国际竞争合作新形势、国际单位制（SI）量子化变革给计量发展带来的新挑战，全面加强计量体系和能力建设，奋力开创计量发展新局面。

国务院办公厅印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》

日前，国务院办公厅印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》（以下简称《实施方案》），就进一步推动解决老年人在运用智能技术方面遇到的困难，坚持传统服务方式与智能化服务创新并行，为老年人提供更周全、更贴心、更直接的便利化服务作出部署。

《实施方案》聚焦老年人日常生活涉及的出行、就医、消费、文娱、办事等7类高频事项和服务场景，提出了20条具体举措要求：一是做好突发事件应急响应状态下对老年人的服务保障，包括完善“健康码”管理便利老年人通行、保障居家老年人基本服务需要、在突发事件处置中做好帮助老年人应对工作。二是便利老年人日常交通出行，包括优化老年人打车出行服务、便利老年人乘坐公共交通、提高客运场站人工服务质量。三是便利老年人日常就医，包括提供多渠道挂号等就诊服务、优化老年人网上办理就医服务、完善老年人日常健康管理服务。四是便利老年人日常消费，包括保留传统金融服务方式、提升网络消费便利化水平。五是便利老年人文体活动，包括提高文体场所服务适老化程度、丰富老年人参加文体活动的智能化渠道。六是便利老年人办事服务，包括依托全国一体化政务服务平台优化“互联网+政务服务”应用、设置必要的线下办事渠道。七是便利老年人使用智能化产品和服务应用，包括扩大适老化智能终端产品供给、推进互联网应用适老化改造、为老年人提供更优质的电信服务、加强应用培训和开展老年人智能技术教育。

文化和旅游部、国家发展改革委、市场监管总局等十部门联合印发《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》

为深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，坚定不移建设网络强国、数字中国，持续深化“互联网+旅游”，推动旅游业高质量发展，经国务院同意，近日，文化和旅游部、国家发展改革委、教育部、工业和信息化部、公安部、财政部、交通运输部、农业农村部、商务部、市场监管总局等十部门联合印发《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》。（以下简称《意见》）。

《意见》包括总体要求、重点任务、保障措施三部分内容，提出到2022年，建成一批智慧旅游景区、度假区、村镇和城市，全国旅游接待总人数和旅游消费恢复至新冠肺炎疫情前水平。到2025年，国家4A级及以上旅游景区、省级及以上旅游度假区基本实现智慧化转型升级，全国旅游接待总人数和旅游消费规模大幅提升，对境外游客的吸引力和影响力明显增强。结合新时期“互联网+旅游”发展面临的新形势、新机遇和新挑战，提出加快建设智慧旅游景区、完善旅游信息基础设施、创新旅游公共服务模式、加大线上旅游营销力度、加强旅游监管服务、提升旅游治理能力、扶持旅游创新创业、保障旅游数据安全等八项重点任务。

山西太原：全面实现“互联网+商标注册服务”的服务模式

近日，国家知识产权局商标局组织采访团走进太原市的商标受理窗口，对商标注册便利化改革的举措及成效进行深入采访。山西太原受理窗口全面实现了“互联网+商标注册服务”的服务模式。据太原市政务服务中心大厅商标受理窗口的相关负责人介绍，目前大厅受理窗口已经基本实现了注册、变更、续展、转让等2类23项覆盖业务，大大节约商标申请人的时间、人力和经费成本，山西商标注册便利化水平显著提升。为了提高商标注册效率，行政审批局也入驻了太原市政务服务中心，商标注册、审批等一系列流程将更为便捷化。在日常的商标窗口办理过程中，文件资料实现电子化管理，有效提高了窗口服务效率。

安徽：首批6项行政许可掌上查询服务正式上线

12月1日，安徽省市场监管局首批6项行政许可掌上查询服务正式上线，在全省范围内实现

工业产品、计量、特种设备、资质认定、省级食品和广告许可备案企业公示信息移动端查询，将服务延伸到办事群众指尖。用户可登录“皖事通”APP，搜索“生产许可获证企业公示”“计量获证企业公示”“特种设备获证企业公示”“资质认定获证企业公示”“省级食品许可获证企业公示”和“广告许可备案企业公示”关键词查找对应功能，即可在线查询上述范围的行政许可信息。

上海：发布《经营者竞争合规指南》地方标准引导企业全方位开展竞争合规建设

日前，《经营者竞争合规指南》上海市地方标准正式发布（以下简称《指南》）。该《指南》是上海强化竞争政策实施试点的最新成果，也是全国首个引导企业全方位开展竞争合规建设的推荐性地方标准，不仅利于促进国内反垄断法律法规的全面实施，同时还对接国际规制环境，有望成为上海标准国际应用的范例。《指南》围绕企业生产经营全过程，规定了经营者依据《反垄断法》相关规定参与市场竞争的基

本要求，包括领导、组织、过程、保障及评价与改进的要求，适用于上海市各类经营者开展竞争合规管理。行业协会也可参照该标准开展竞争合规管理，国内外相关部门和行业组织也可以《指南》内容为参考，对经营者竞争合规提供指引。

武汉：推动广告业高质量发展

6月中旬至10月底，在对广告监管与服务发展情况进行为期4个月的调研后，武汉市将推出多项举措，推动武汉广告业高质量发展，促进广告监督管理与服务发展到位。调研组针对疫后广告企业面临的困难和压力进行实地调查，主动排忧解难。调研同时为谋划好“十四五”广告产业发展规划提供了有益的启示。下一步，武汉接续做好广告监管与服务发展工作，推动“十四五”起好步。严格监管，全力维护广告市场良好秩序。要切实履行广告市场监管职责，不断强化广告导向监管，从重从快查处涉及导向问题、政治敏感性问题以及妨碍社会公共秩序、违背社会良好风尚、造成恶劣社会影响的违法广告。

本期 话题

FOCUS TOPIC



网络直播营销活动各主体的 法律身份及责任(上)

“直播带货”让众多消费者的购物模式发生极大转变。受疫情影响，传统的线下宣传推广模式受限，主播行列异军突起，电商平台纷纷转战“直播带货”。然而，通过网络直播销售假冒伪劣商品、虚假宣传、刷单炒信、侵犯知识产权等违法现象不时出现，各方主体责任边界不明等问题凸显。

为加强网络直播营销活动监管，保护消费者合法权益，促进直播营销新业态健康发展，市场监管总局出台了《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》(以下简称《意见》)。本期话题以网络直播广告活动中平台的责任界定问题为切入点，探讨互联网平台责任边界，为监管部门更好地贯彻落实《意见》、互联网平台规范发展提供有益的参考。

明确主体法律责任 促进新业态健康发展

文 | 市场监管总局广告司



扫码阅读意见全文

为加强网络直播营销活动监管，保护消费者合法权益，促进直播营销新业态健康发展，依据《电子商务法》《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》《广告法》《产品质量法》《食品安全法》《价格法》《商标法》《专利法》等有关法律法规，市场监管总局制定出台《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》（以下简称《意见》）。

《意见》的出台背景

近年来，“直播带货”的模式发展迅猛，成为商家进行电子商务推广的重要销售渠道之一。但网络直播营销活动也存在着假冒伪劣、虚假宣传、交易数据弄虚作假等一系列问题，有针对性

地加强对网络直播营销活动的监管十分必要。

网络直播营销活动作为互联网电子商务的新业态，兼具“电子商务+宣传促销+导购卖货”等特点，又采取互联网直播的形式，模式新、主体多、法律关系复杂，一个主体或行为可能涉及多部法律、法规，在不同模式下主体或行为的法律责任和法律性质也不相同。《意见》出台，明确网络直播营销活动中相关主体的法律责任，特别是明确直播营销活动中网络平台和网络直播者的法律责任和义务，对指导基层执法和促进行业规范具有十分重要的意义。

《意见》的起草过程

去年以来，市场监管总局通过搜集相关资料和舆情，召集相关司局会商研究，征求相关部委、

