

上海市市场监督管理局 上海市药品监督管理局

沪市监网监〔2023〕515号

上海市市场监督管理局 上海市药品监督管理局关于印发 《上海市网络零售平台合规指引》的通知

各区市场监管局，临港新片区市场监管局，市市场监管局有关处室、执法总队、机场分局，市药品监管局有关处室、稽查局，各有关单位：

为贯彻落实平台经济常态化监管要求，引导本市网络零售平台加强合规管理，落实平台主体责任，维护公平竞争市场秩序，促进本市平台经济高质量发展，依据相关法律法规，市市场监管

局、市药品监管局制定了《上海市网络零售平台合规指引》，现印发给你们。请各单位加强宣传，指导相关网络零售平台落实主体责任，加强合规管理建设，完善合规运行机制，推动平台高质量发展。

特此通知。

上海市市场监督管理局

上海市药品监督管理局

2023年11月10日

（此件公开发布）

上海市网络零售平台合规指引

第一章 总 则

第一条（目的与依据）

为引导本市网络零售平台经营者加强合规管理，落实平台主体责任，保障各方主体合法权益，维护公平竞争市场秩序，促进本市平台经济健康发展，根据《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》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国个人信息保护法》《网络交易监督管理办法》《互联网广告管理办法》《网络食品安全违法行为查处办法》《药品网络销售监督管理办法》《医疗器械网络销售监督管理办法》《化妆品网络经营监督管理办法》等法律、法规、规章及相关规范性文件，制定本指引。

第二条（基本概念）

本指引所称网络零售平台经营者是指在网络零售交易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零售交易活动的法人或者非法人组织。

第三条（适用范围）

本指引适用于在本市行政区域内开展经营活动的网络零售平台经营者。

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、在线支付等网络零售平台服务的，应当遵守本指引。

第四条（合规管理建设）

网络零售平台经营者应当积极落实平台主体责任，强化企业主要负责人管理责任，可以参照本指引确定平台合规管理工作内容，完善合规运行机制，加强合规风险识别、评估、处置，开展合规评审与改进。

第二章 平台主体合规要求

第五条（资质要求）

网络零售平台经营者应当依法办理市场主体登记，并根据实际开展的经营活动，依法取得相关行政许可或备案，包括：

（一）提供食品（含食用农产品、食品添加剂）网络零售平台服务的，应当依法取得网络食品交易第三方平台备案凭证；

（二）提供药品网络零售平台服务的，应当依法取得《互联网药品信息服务资格证书》和药品网络交易服务第三方平台备案凭证；

（三）提供医疗器械网络零售平台服务的，应当依法取得《互联网药品信息服务资格证书》和医疗器械网络交易服务第三方平台备案凭证；

(四) 其他依法应取得的行政许可或备案凭证。

第六条（资质信息公示）

网络零售平台经营者应依法在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示营业执照、相关行政许可或备案等信息，或者上述信息的链接标识。相关信息发生变更的，应当在十个工作日内完成更新公示。

第七条（终止服务）

网络零售平台经营者拟自行终止提供平台服务的，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。

第八条（平台协议与交易规则）

网络零售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，明确与各方主体的权利和义务，包括：

（一）与平台内经营者相关的服务协议和交易规则，如经营者入驻及退出、信息公示、商品信息发布、食品药品等特殊商品安全保障、产品质量安全保障、消费者权益保护、知识产权保护、广告营销、违法违规行为处理等方面的协议和规则；

（二）与消费者相关的服务协议和交易规则，如用户注册及退出、个人信息保护、支付服务、交易履约、退换货、争议处理、信用评价等方面的协议和规则；

（三）平台制定的其他服务协议和交易规则。

网络零售平台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平台服务协议和交易规则信息或者上述信息的链接标识，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

第九条（规则修改）

网络零售平台经营者修改平台服务协议和交易规则，应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置公开征求意见，修改内容应当至少在实施前七日予以公示。

网络零售平台经营者应提供意见反馈渠道，采取合理措施确保消费者、平台内经营者等有关各方能够及时充分表达意见，对可能影响消费者、平台内经营者重大权益的内容应事先进行充分的风险评估，及时修改不公平、不合理内容。

第十条（规则保存）

网络零售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。

第十一条（合规管理机构）

网络零售平台经营者应当设置与其经营规模、风险等级、管理水平、安全状况相适应的合规管理机构，配备相适应的人员，明确合规管理负责人，定期开展培训和考核。

为食品、药品、医疗器械、化妆品等特殊商品提供网络零售平台服务的，应依法设置食品、药品、医疗器械、化妆品等质量

安全管理机构或配备专业人员承担相关商品的质量安全管理工作。

第十二条（合规管理制度）

网络零售平台经营者应根据实际开展的经营活动，依法建立并实施主体准入管理、商品准入管理、质量安全管理、规则管理、信息发布管理、信用管理、广告营销管理、知识产权保护管理、个人信息保护管理、数据安全、交易安全管理、消费者权益保护、投诉举报处理、安全事故处置、违法行为处置及报告等管理制度。

为食品、药品、医疗器械、化妆品等特殊商品提供网络零售平台服务的，还应当依法建立食品安全自查、药品处方审核及实名购买、药品配送管理、医疗器械质量安全监测、医疗器械质量安全信息公告、化妆品日常检查、不良反应报告等管理制度。

第三章 商户及商品管理要求

第十三条（入驻主体审核）

网络零售平台经营者应当依法对申请进入平台的经营者提交的营业执照、行政许可、个人身份、地址、联系方式等主体资质或信息进行核验、登记，建立登记档案，并至少每六个月核验更新一次。一般应重点对以下内容进行核验：

（一）未取得营业执照的自然人经营者是否符合《中华人民

《中华人民共和国电子商务法》规定的免于主体登记的情形；

（二）平台内经营者提供的营业执照和相关许可资质证明的主体信息是否一致，是否存在伪造、变造、冒用、过期等情形；

（三）平台内经营者是否按照相关许可资质证明载明的主体业态、经营范围、批准的经营方式从事经营活动；

（四）提供药品网络零售平台服务的，应当对平台内药品经营者经营方式为零售的药品经营许可证和质量安全保证能力进行核验；

（五）提供医疗器械网络零售平台服务的，应当对平台内医疗器械经营者资质和网络销售告知登记进行审核。

第十四条（资质更新管理）

网络零售平台经营者应当对平台内经营者进行动态监测，提示平台内经营者及时变更证照、个人身份等信息，及时提醒已不符合免于办理市场主体登记情形的平台内经营者依法办理市场主体登记，并应当在七个工作日内对平台内经营者报送的变更信息进行审核，完成更新公示。

第十五条（平台内经营者信息公示）

网络零售平台经营者应当指导平台内经营者在从事经营活动的主页面显著位置，依法持续公示营业执照、行政许可、免于办理市场主体登记具体情形等信息，或者上述信息的链接标识，并为平台内经营者依法办理市场主体登记、履行信息公示义务提供便利条件、技术支持。

第十六条（知识产权授权审核）

网络零售平台经营者应当加强对平台内经营者知识产权授权情况审核，对平台内店铺类型标注为“旗舰店”“品牌店”“专营店”“专卖店”等字样的平台内经营者，应要求其提供相关权利证明并进行审核。

第十七条（商品信息管理）

网络零售平台经营者应当建立健全商品发布规范，依法加强商品准入审核和商品信息检查，督促平台内经营者依法全面、真实、准确、及时地披露商品资质信息及其他相关必要信息，为信息披露提供必要技术支持。

提供保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉等特殊食品网络零售平台服务的，应当督促平台内特殊食品经营者在其经营活动主页面显著位置依法公示产品注册证书或者备案凭证，督促平台内保健食品经营者显著标明“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”等消费提示。

提供药品网络零售平台服务的，应当在每个药品展示页面下突出显示“处方药须凭处方在药师指导下购买和使用”等风险警示信息。在药品网络销售平台首页、医药健康行业板块首页、平台内经营者店铺首页，不得展示处方药包装、标签等信息。处方药销售前，应当向消费者充分告知相关风险警示信息，并经消费者确认知情。通过处方审核前，不得展示或者提供药品说明书，页面中不得含有功能主治、适应症、用法用量等信息。

提供医疗器械网络零售平台服务的，应当采取技术手段或其他方式督促平台内医疗器械经营者在其发布的产品页面展示该产品的医疗器械注册证或者备案凭证，并进行核验。相关展示信息应当画面清晰，容易辨识，其中医疗器械注册证或者备案凭证的编号还应以文本形式展示。

提供化妆品网络零售平台服务的，应当在平台内化妆品经营者入驻平台发布化妆品信息时开展检查，核实平台内化妆品经营者发布的产品名称、特殊化妆品注册证编号、产品执行的标准编号等信息与国家药品监督管理局官方网站公布的相应产品信息是否一致，并根据产品风险情况，定期对平台内化妆品经营者组织开展日常经营行为检查。

第十八条（禁售商品）

网络零售平台经营者应当制定禁止销售商品管理目录，明确禁止发布的商品信息内容和处理措施，并根据相关法律法规要求及时调整具体内容，采取措施制止平台内经营者销售下列商品：

- （一）不符合保障人身、财产安全要求和环境保护要求的商品；
- （二）国家明令淘汰并停止销售、失效、变质的商品；
- （三）不符合强制性国家标准的商品，无质量检验合格证明或者无中文标明产品名称、生产厂厂名和厂址的商品；
- （四）损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品；
- （五）未依法取得许可、备案、强制性认证或者其他特殊管

理要求的商品；

（六）侵犯他人知识产权的商品；

（七）国家药品监督管理部门发布的《药品网络销售禁止清单》中的药品；

（八）烟草制品（含电子烟）、特殊医学用途配方食品中特定全营养配方食品；

（九）枪支、弹药、军火武器类商品，军用、警用类商品，管制器具类商品；

（十）色情、暴力、低俗类商品，赌博、博彩类商品；

（十一）法律法规禁止销售的动物、植物及相关制品，以及法律法规禁止使用的猎捕工具；

（十二）危险化学品、易制毒化学品；

（十三）有关部门明令暂停进口、销售的商品；

（十四）法律、行政法规禁止网上交易的其他商品。

禁止向未成年人销售酒类商品。

网络零售平台经营者应对平台内销售的食物、药品等涉及消费者生命健康的商品加强安全管控，提示有关风险。

第十九条（商品质量管理）

网络零售平台经营者应加强商品质量管理，配合相关主管部门开展平台内销售商品质量的抽查检验工作。

网络零售平台经营者应当依法处置商品安全隐患，对相关主管部门公布的存在质量安全问题或者其他安全隐患的商品采取删

除、屏蔽、断开链接等必要措施，督促平台内经营者召回问题商品、及时停止销售。

网络零售平台经营者可以自行或者委托第三方机构对平台内商品质量进行检测，并根据平台协议、规则对抽检不合格商品及平台内经营者采取相应处置措施。

第二十条（跨境商品）

从事跨境电商零售进口的网络服务平台经营者应当遵守国家商务部等部委和本市商务委等部门发布的关于跨境电商零售进口监管的相关政策，跨境电商零售进口产品品种应符合跨境电商正面清单目录及相关自贸区试点产品清单管理要求。对平台入驻企业既有跨境零售经营者，也有国内零售经营者的，应建立相互独立的区块或频道为跨境零售经营者和国内零售经营者提供平台服务，或以明显标识对跨境零售进口商品和非跨境商品予以区分，避免误导消费者。

网络零售平台经营者应当对申请入驻平台的跨境电商零售进口经营者主体身份进行审核，配合跨境电商零售进口经营者在商品订购网页或其他醒目位置向消费者提供风险告知书，向消费者提示相关商品原产地标准或技术规范要求可能与我国标准存在差异，可能无中文标签，以及商品仅限个人自用且不得再次销售等信息；对允许跨境电商零售进口的药品、医疗器械产品加强安全管理和风险提示，在境外药品、医疗器械销售页面上显著标明相关药品、医疗器械未经批准在我国上市，安全性、有效性和质量

可控性未经审查，消费者应当充分权衡利弊，关注自行使用风险。

网络零售平台经营者应采取技术手段等方式防止平台内跨境电商零售进口经营者销售不属于《跨境电子商务零售进口商品清单》列明的商品。

第四章 运营管理要求

第二十一条（广告营销）

网络零售平台经营者在平台运营中应当遵守《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理办法》和《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查暂行办法》等法律、法规、规章的规定，采取相应措施防范、制止违法广告，并遵守下列规定：

（一）以竞价排名等互联网广告形式推销商品、服务的，依法显著标明“广告”，与自然搜索结果明显区分；

（二）记录、保存利用其信息服务发布广告的用户真实身份信息，确保广告发布者责任可追溯，信息记录保存时间自信息服务提供行为终了之日起不少于三年；

（三）对利用其信息服务发布的广告内容进行监测、排查，依法采取相应措施制止违法广告并保留相关记录，建立有效的投诉、举报和处置机制，及时受理和处理投诉举报；

（四）配合市场监督管理部门开展广告监测、调查互联网广

告违法行为；

（五）根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。

网络零售平台经营者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。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。

第二十二条（知识产权保护）

网络零售平台经营者应当建立知识产权保护规则，加强与知识产权权利人合作，畅通知识产权权利人投诉举报通道，加强对平台内经营者店铺名称、店铺图标、商品信息等内容的审核，完善“通知—删除”处理流程，提高知识产权侵权行为识别和处置能力，知道或者应当知道平台内经营者侵犯他人知识产权的，应当及时采取必要处置措施。

第二十三条（反垄断与反不正当竞争）

网络零售平台经营者应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律法规和商业道德，不得实施或者帮助他人实施不正当竞争行为；不得利用数据和算法、技术以及平台规则等从事法律法规禁止的垄断行为。

第二十四条（禁止虚假交易）

网络零售平台经营者不得通过虚假交易、组织虚假交易等方式进行虚假宣传，不得帮助平台内经营者实施虚假交易行为，或

者为虚假交易行为提供便利条件。

第二十五条（禁止不合理限制）

网络零售平台经营者不得利用服务协议、交易规则，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，如不得向平台内经营者收取不合理费用，不得通过搜索降权、限制经营、屏蔽店铺等方式对平台内经营者在其他平台开展经营活动进行不合理限制。

网络零售平台经营者与代理商、合作商等第三方开展合作时，应了解第三方合规管理情况，在合作协议中明确前款合规要求，采取相应措施约束第三方行为。

第二十六条（算法规范）

网络零售平台经营者利用算法技术，需要遵守公平、公正、透明的原则，遵守法律法规，尊重社会公德和基本的科学伦理，不得侵害公民基本权利以及企业合法权益。

网络零售平台经营者利用算法，根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项。

网络零售平台经营者应当保护消费者公平交易的权利，不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征，利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等违法行为。

第二十七条（促销规范）

网络零售平台经营者统一组织平台内经营者开展促销的，应

公示促销规则、期限以及限制性条件，向消费者显著提示涉及其重大权益的事项，向平台内经营者提示促销行为注意事项。

网络零售平台经营者开展价格促销活动有附加条件的，应当显著标明条件。通过积分、礼券、兑换券、代金券、优惠券等折抵价款的，应明确相关优惠的获取规则、使用方式、叠加使用限制，并应以显著方式标明折价计算的具体办法。

第二十八条（信用评价）

网络零售平台经营者应当建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径，不得违法删除、修改、屏蔽消费者的评价信息。

第二十九条（信用管理）

网络零售平台经营者可以建立信用激励、约束机制，根据平台内经营者的历史交易情况、消费者信用评价情况、售后服务情况、投诉举报情况、违法违规处置情况等多维度对平台内经营者信用状况进行评价，开展分类管理。

第三十条（个人信息保护）

网络零售平台经营者收集消费者个人信息应当符合相关法律法规的规定，遵循合法、正当、必要和诚信的原则，明示处理信息的目的、方式和范围，并依法征得消费者同意。不得从事超出消费者同意范围或者与服务场景无关的消费者个人信息处理活动，法律法规另有规定的除外。

第三十一条（交易信息保存）

网络零售平台经营者应当依法记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息，并确保信息的完整性、保密性、可用性。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。《网络食品安全违法行为查处办法》《药品网络销售监督管理办法》《医疗器械网络销售监督管理办法》《化妆品生产经营监督管理办法》等法律法规、规章对保存期限另有规定的，依照其规定。

第三十二条（信息报送）

网络零售平台经营者应当按照规定向市市场监督管理局报送平台内经营者的身份信息，依法提供特定时段、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。

第三十三条（审查管控）

网络零售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。发现平台内的商品或者服务信息有违反法律、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，并向平台住所地市场监督管理部门报告。

第三十四条（应急处置和舆情管理）

出现自然灾害、事故灾难、公共卫生事件或者其他严重威胁公众健康的紧急事件时，网络零售服务平台经营者应当遵守国家有关突发事件应急处置规定，依法采取相应的控制和处置措施。

网络零售服务平台经营者应当加强舆情防范和处置，依法开

展调查处理，积极回应社会关切。

第三十五条（配合执法）

网络零售平台经营者应当积极配合监管执法部门履职，根据法律法规要求的程序，提供执法部门为履行职能以及进行调查所需要的数据资料，配合执法部门进行监测。

第三十六条（公益宣传）

鼓励网络零售平台经营者积极参与社会公益，开设公益专区，加强反食品浪费、社会主义精神文明建设、绿色低碳等科普宣传及公益宣传。

第五章 消费者权益保护

第三十七条（消费者知情权和选择权保障）

网络零售平台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，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。

第三十八条（格式条款）

网络零售平台经营者提供格式条款的，应当以单独告知、字体加粗、弹窗等显著方式提请消费者注意与其有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明，格式条款中不得含有不合理地扩张平台单方解除合同的权利、扩大平台适用不可抗力的情形、免除或减轻平台责任等内容，不得利用格式条款并借助技术

手段强制交易。

第三十九条（纠纷处理）

网络零售平台经营者应当建立消费者权益保护制度，明确消费者保护的具体规则、措施，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，积极协助消费者维护合法权益，依法提供必要的的数据信息支持。

鼓励网络零售平台经营者建立首问责任、先行赔付、在线纠纷解决等消费者权益争议快速处置机制，并公开先行赔付资金的使用细则或者说明。鼓励平台建立有利于行业发展和消费者权益保护的商品质量担保机制。

鼓励网络零售平台经营者建立消费投诉信息公示制度，督促平台内经营者落实主体责任，促进消费矛盾源头化解。

鼓励网络零售平台经营者发挥网络数据处置技术优势，探索建立高效的消费纠纷分类处置智慧系统。

第四十条（七日无理由退货）

网络零售平台经营者应当与其平台内经营者订立协议，明确双方七日无理由退货各自的权利、义务和责任。

网络零售平台经营者不得通过服务协议和规则违法限缩七天无理由退货的适用范围。平台统一规定适用更长无理由退货时间的，应当采取一定措施督促平台内经营者履行相应退货承诺。法律法规对药品退货有特殊规定，应当从其规定。

第六章 附 则

第四十一条（特别规定）

本指引未涉及的平台合规要求，如其他法律、法规、规章中已有规定，网络零售平台经营者也应依法履行相关规定。

第四十二条（处罚实施）

网络零售平台经营者违反法律、法规、规章规定的，由有关部门依法进行查处；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第四十三条（指引实施）

本指引由上海市市场监督管理局、上海市药品监督管理局负责解释，自发布之日起实施。