

# 广东省互联网平台经营者竞争 合规指引（反垄断）

## 第一章 总 则

第一条 目的和依据。为引导我省互联网平台经营者加强反垄断合规管理，防范互联网平台经营者反垄断法律风险，提升本省反垄断执法机构执法透明度，保护互联网平台经营者公平自由竞争和鼓励创新，持续优化我省营商环境，促进平台经济高质量发展，依据新修订的《中华人民共和国反垄断法》（以下简称《反垄断法》）及相关规定，结合本省实际和反垄断执法实践、理解和认识，制定本指引。

第二条 适用范围。本指引作为互联网平台经营者开展反垄断合规管理的指导建议，适用于本省行政区域内的所有互联网平台经营者及平台内经营者。由政府职能部门或行业组织管理的公共资源交易平台（中心），以及通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的自建网站、手机软件（APP）等经营者，可参照互联网平台经营者适用本指引。

第三条 基本原则。反垄断执法机构对互联网平台经营者及平台内经营者开展反垄断监管坚持保护市场公平竞争、依法科学高效监管、激发创新创造活力、维护各方合法权益等原则。

第四条 相关概念。平台经营者是指向自然人、法人及其他市

场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的法人及非法人组织。平台内经营者是指在互联网平台内提供商品或者服务的经营者。平台经营者在运营平台的同时，也可能直接通过平台提供商品或服务。如未特别说明，本指引中的经营者均指互联网平台经营者和平台内经营者。

本指引所称具有竞争关系的经营者，包括处于同一相关市场进行竞争的实际经营者和可能进入相关市场进行竞争的潜在经营者。

反垄断合规是指互联网平台经营者或平台内经营者及其员工的经营管理行为符合《反垄断法》等法律、法规、规章以及其他规范性文件的要求。

反垄断执法机构是指国家市场监督管理总局或广东省市场监督管理局反垄断执法机构。

## **专题一：互联网平台分类及分级**

### **1.平台分类**

(1) 网络销售类平台（连接人与商品）：包括但不限于综合商品交易类、垂直商品交易类、商超团购类等子平台。

(2) 生活服务类平台（连接人与服务）：包括但不限于出行服务类、旅游服务类、配送服务类、家政服务类、房屋经纪类等子平台。

(3) 社交娱乐类平台（连接人与人）：包括但不限于即时通讯类、游戏休闲类、视听服务类、直播视频类、短视频类、文学类等子平台。

(4) 信息资讯类平台（连接人与信息）：包括但不限于新闻门户类、搜索引擎类、用户内容生成（UGC）类、视听资讯类、新闻机构类等子平台。

(5) 金融服务类平台（连接人与资金）：包括但不限于综合金融服务类、支付结算类、消费金融类、金融资讯类、证券投资类等子平台。

(6) 计算应用类平台（连接人与计算能力）：包括但不限于智能终端类、操作系统类、手机软件（APP）应用商店类、信息管理类、云计算类、网络服务类、工业互联网类等子平台。

## 2. 平台分级

(1) 超级平台，是指同时具备超大用户规模、超广业务种类、超高经济体量和超强限制能力的平台。具体标准：在中国的上年度年活跃用户不低于 5 亿；核心业务至少涉及两类平台业务；上年度值（估值）不低于 10000 亿人民币；具有超强的限制商户接触消费者（用户）的能力。

(2) 大型平台，是指大型平台指同时具备较大用户规模、较广业务种类、较多业务范围、较高经济体量和较强限制能力的平台。具体标准：在中国的上年度年活跃用户不低于 5000 万；具有表现突出的平台主营业务；上年度值（估值）不低于 1000 亿人民币；具有较强的限制商户接触消费者（用户）的能力。

(3) 中小平台，是指具有一定用户规模、有限业务种类、有限经济体量、有限限制能力的平台。具体标准：在中国有一定的年

活跃用户；具有一定业务；具有一定市值（估值）；具有一定的限制商户接触消费者（用户）的能力。

## 第二章 垄断协议

第五条 禁止达成横向垄断协议。垄断协议是指互联网平台经营者或平台内经营者排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。协议或决定可以是书面、口头、线上交流等形式。

具有竞争关系的互联网平台经营者或平台内经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等，通过意思联络、交换敏感信息、行为协调一致等方式，达成固定或者变更商品价格、限制商品的生产或者销售数量、分割销售市场或者原材料采购市场、限制购买新技术新设备或者限制开发新技术新产品、联合抵制交易等横向垄断协议。

第六条 禁止达成纵向垄断协议。互联网平台经营者或平台内经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等，通过对价格进行统一、限定或者自动化设定转售商品价格等方式，直接或变相达成固定向第三人转售商品价格、限定向第三人转售商品最低价格等纵向垄断协议。

平台经营者要求平台内经营者在商品价格、数量等方面向其提供等于或者优于其他竞争性平台的交易条件的行为可能构成垄断协议，也可能构成滥用市场支配地位行为。

分析上述行为是否构成《反垄断法》第十八条第（三）项规定的纵向垄断协议，可以综合考虑平台经营者的市场力量、相关市场

竞争状况、对其他经营者进入相关市场的阻碍程度、对消费者利益和创新的影响等因素。

第七条 禁止达成轴辐协议。具有竞争关系的平台内经营者不得借助与互联网平台经营者之间的纵向关系,或者由互联网平台经营者组织、协调、帮助,达成具有横向垄断协议效果的轴辐协议。分析该协议是否属于《反垄断法》第十七条、第十八条规制的垄断协议,可以考虑具有竞争关系的平台内经营者之间是否利用技术手段、平台规则、数据和算法等方式,达成、实施垄断协议,排除、限制相关市场竞争。

平台经营者或平台内经营者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助,包括提供必要的支持、创造关键性的便利条件,或者其他重要帮助。

第八条 禁止实施协同行为。协同行为是指互联网平台经营者或平台内经营者之间虽未明确订立协议或者决定,但通过数据、算法、平台规则或者其他方式实质上存在协调一致的行为。

对于互联网平台经营者或平台内经营者是否构成协同行为,需考虑相同行为、意思联络、信赖预期、限制竞争、直接或间接证据及退出障碍等因素。互联网平台经营者或平台内经营者基于独立意思表示所作出的价格跟随等平行行为,或者可以提供相反证据证明其不存在协同行为的除外。

## **专题二：垄断协议敏感行为**

(一) 利用平台收集并交换价格、销量、成本、客户等敏感信

息；利用技术手段进行意思联络；利用数据、算法、平台规则等实现协调一致行为；其他有助于实现协同的方式。

（二）利用技术手段对价格进行自动化设定；利用平台规则对价格进行统一；利用数据和算法对价格进行直接或者间接限定；利用技术手段、平台规则、数据和算法等方式限定其他交易条件，排除、限制市场竞争。

（三）将实际转售价格作为交易相对人的考核指标，变相限制转售价格；通过取消优惠、搜索降权、流量限制甚至解除协议等惩戒措施惩罚违反转售价格限制的交易相对人；通过提供返利、折扣、补贴、流量资源支持等激励方式诱导交易相对人遵守转售价格限制。

（四）通过组织虚假交易、编造用户评价、删除不利评价、流量造假、虚假增加访问量、伪造物流单据等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

（五）在提供网络服务、网上购物等经营活动中，为招揽广告客户、提高网站知名度及提高登录者的点击率等商业目的，附带性地提供超出法律规定限度的物品、金钱或者其他经济上的利益行为。

（六）怂恿或者通过提供技术支持等方式帮助平台用户搬运其他平台数据、音视频内容等行为。

### **第三章 滥用市场支配地位**

第九条 市场支配地位的认定。市场支配地位是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。认定互联

网平台经营者或平台内经营者具有市场支配地位,还可以考虑相关行业竞争特点、经营模式、交易金额、交易数量、用户数量、网络效应、锁定效应、技术特性、市场创新、控制流量的能力、掌握和处理相关数据的能力及经营者在关联市场的市场力量等因素。认定两个以上的经营者具有市场支配地位,还会考虑经营者行为一致性、市场结构、相关市场透明度、相关商品同质化程度等因素。

当一个互联网平台经营者或平台内经营者在相关市场中的市场份额达到二分之一,或者两个经营者市场份额合计达到三分之二且均不低于十分之一,或者三个经营者市场份额合计达到四分之三且均不低于十分之一时,经营者通常会被推定为具有市场支配地位。被推定具有市场支配地位的经营者,有证据证明不具有市场支配地位的,不应当认定其具有市场支配地位。

确定互联网平台经营者或平台内经营者市场份额,可以考虑交易金额、交易数量、销售额、活跃用户数、点击量、使用时长或者其他指标在相关市场所占比重,同时考虑该市场份额持续的时间。

第十条 禁止滥用市场支配地位。具有市场支配地位的互联网平台经营者或平台内经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等从事《反垄断法》第二十二条所禁止的不公平价格、低于成本销售、拒绝交易、限定交易、差别待遇、搭售或者附加不合理交易条件等滥用市场支配地位的行为。如果实施《反垄断法》第二十二条第二项至第六项禁止行为具有正当理由的,则不认定为其构成滥用市场支配地位行为。

具有市场支配地位的经营者利用数据和算法、技术以及平台规则等设置障碍，对其它经营者进行不合理限制的，也属于滥用市场支配地位的行为。互联网平台经营者向自营商品和服务提供的服务条件不得优于提供给平台内其他经营者的服务条件，也不得有其他类型歧视行为，例如违反相关法律法规规定切断平台内其他经营者使用平台提供的服务，利用技术手段收集的相关数据助长自营商品和服务等。

互联网平台经营者要求平台内经营者在商品价格、数量等方面向其提供等于或者优于其他竞争性平台的交易条件的行为可能构成滥用市场支配地位行为，也可能构成垄断协议。

### **专题三：滥用市场支配地位敏感行为**

（一）经营者销售价格或者购买价格是否明显高于或者明显低于其他经营者在相同或者相似市场条件下销售或者购买同种商品或者可比较商品的价格；是否明显高于或者明显低于同一经营者在其他相同或者相似市场条件区域销售或者购买同种商品或者可比较商品的价格。

（二）在成本基本稳定的情况下，是否超过正常幅度提高销售价格或者降低购买价格；销售商品的提价幅度是否明显高于成本增长幅度，或者购买商品的降价幅度是否明显高于交易相对人成本降低幅度。

（三）经营者是否以低于成本的价格排挤具有竞争关系的其他经营者，以及是否可能在将其他经营者排挤出市场后，提高价格获



取不当利益、损害市场公平竞争和消费者合法权益等情况。认定以低于成本的价格销售商品，应当重点考虑价格是否低于平均可变成本。平均可变成本是指随着生产的商品数量变化而变动的每单位成本。

（四）经营者是否存在实质性削减与交易相对人的现有交易数量；拖延、中断与交易相对人的现有交易；拒绝与交易相对人进行新的交易；通过设置交易相对人难以接受的价格、向交易相对人回购商品、与交易相对人进行其他交易等限制性条件，使交易相对人难以与其进行交易；拒绝交易相对人在生产经营活动中，以合理条件使用其必需设施。

（五）经营者是否存在通过独家协议或排他协议等方式，要求平台内经营者在竞争性平台间进行“二选一”，或者限定交易相对人与其进行独家交易的其他行为；是否存在限定交易相对人只能与其指定的经营者进行交易，或者通过其指定渠道等限定方式进行交易；限定交易相对人不得与特定经营者进行交易。

（六）经营者是否违背交易惯例、消费习惯或者无视商品的功能，利用合同条款或者弹窗、操作必经步骤等交易相对人难以选择、更改、拒绝的方式，将不同商品捆绑销售或者组合销售；对合同期限、支付方式、商品的运输及交付方式或者服务的提供方式等附加不合理的限制；对商品的销售地域、销售对象、售后服务等附加不合理的限制；交易时在价格之外附加不合理费用；附加与交易标的无关的交易条件。

(七)经营者是否存在基于大数据和算法,根据交易相对人的支付能力、消费偏好、使用习惯等,实行差异性交易价格或者其他交易条件;实行差异性标准、规则、算法;实行差异性付款条件和交易方式。

(八)以上各类行为是否属于具有正当理由的情形,可参考《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十三条至第十七条,以及《禁止滥用市场支配地位行为规定》第十四条至第十九条的相关规定。

#### **第四章 经营者集中**

第十一条 依法实施经营者集中。互联网平台经营者或平台内经营者合并、通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权、以及通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响,若达到《国务院关于经营者集中申报标准的规定》的规定,应当事先向反垄断执法机构申报,未申报或者申报后获得批准前不得实施集中。涉及协议控制架构的经营者集中,属于经营者集中反垄断审查范围。

经营者集中未达到国务院规定的申报标准,但有证据证明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的,反垄断执法机构可以要求经营者申报并书面通知经营者。集中尚未实施的,经营者未申报或者申报后获得批准前不得实施集中;集中已经实施的,经营者应当自收到书面通知之日起一百二十日内申报,并采取暂停实施集中等必要措施减少集中对竞争的不利影响。

任何单位和个人发现未达申报标准但具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中，可以向反垄断执法机构书面反映，并提供相关事实和证据。反垄断执法机构经核查，对有证据证明未达申报标准的经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，依照前款规定进行处理。

是否实施集中的判断因素包括但不限于是否完成市场主体登记或者权利变更登记、委派高级管理人员、实际参与经营决策和管理、与其他经营者交换敏感信息、实质性整合业务等。

第十二条 经营者集中的考量因素。对于互联网平台经营者或平台内经营者集中，需考虑经营者在相关市场的市场份额及其对市场的控制力、相关市场的市场集中度、集中对市场进入及技术进步的影响、集中对消费者及其他有关经营者的影响等因素。在平台经济领域，除以营业额为指标外，经营者的市场份额还可以考虑采用交易金额、交易数量、活跃用户数、点击量、使用时长或者其他指标在相关市场所占比重，并可以视情况对较长时间段内的市场份额进行综合评估，判断其动态变化趋势。

第十三条 经营者集中的注意事项。互联网平台经营者及平台内经营者应当主动遵守《反垄断法》《国务院关于经营者集中申报标准的规定》《经营者集中审查规定》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》等相关规定，防范出现未依法申报的法律风险。互联网平台经营者及平台内经营者集中达到申报标准，经营者未申报实施集中、申报后未经批准实施集中或者违反审查决定

的，反垄断执法机构将依照《经营者集中审查规定》进行调查。

#### **专题四：经营者集中敏感行为**

（一）互联网平台经营者或平台内经营者集中达到以下标准的，应事先向反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 100 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币；参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 20 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币。“上一会计年度”，是指集中协议签署日的上一会计年度。

（二）在平台经济领域，经营者的营业额包括其销售商品和提供服务所获得的收入。根据行业惯例、收费方式、商业模式、互联网平台经营者的作用等不同，营业额的计算可能有所区别。对于仅提供信息匹配、收取佣金等服务费的互联网平台经营者，可以按照平台所收取的服务费及平台其他收入计算营业额；互联网平台经营者具体参与平台一侧市场竞争或者发挥主导作用的，还可以计算平台所涉交易金额。

（三）反垄断执法机构高度关注参与集中的一方经营者为初创企业或者新兴平台、参与集中的经营者因采取免费或者低价模式导致营业额较低、相关市场集中度较高、参与竞争者数量较少等类型的经营者集中，对未达到申报标准但有证据证明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，反垄断执法机构可以要求经

营者申报。经营者未按规定进行申报的，反垄断执法机构应当依法进行调查。

（四）对于具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中，反垄断执法机构应当根据《反垄断法》第三十四条规定作出决定。对不予禁止的经营者集中，反垄断执法机构可以决定附加以下类型的限制性条件：剥离有形资产，剥离知识产权、技术、数据等无形资产或者剥离相关权益等结构性条件；开放网络、数据或者平台等基础设施、许可关键技术、终止排他性协议、修改平台规则或者算法、承诺兼容或者不降低互操作性水平等行为性条件；结构性条件和行为性条件相结合的综合性条件。

## **第五章 滥用行政权力排除、限制竞争**

第十四条 禁止滥用行政权力排除、限制竞争。行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织（以下简称行政主体）和公共资源交易平台不得滥用行政权力，通过与经营者签订合作协议、备忘录等方式，妨碍其他经营者进入相关市场或者对其他经营者实行不平等待遇，排除、限制竞争。

互联网平台经营者及平台内经营者在做好自我防范的同时，也应了解《反垄断法》第三十九条至四十五条，以及《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第二十二条规定的可能构成滥用行政权力排除、限制平台经济领域市场竞争的具体行为。

互联网平台经营者及平台内经营者因行政主体或公共资源交易平台滥用行政权力排除、限制竞争，并不能免除其应承担的法律

责任。经营者能够证明其从事滥用市场支配地位或者达成垄断协议行为是被动遵守行政命令所导致的，可以依法从轻或减轻处罚。当经营者遇到此类情况时，需明确拒绝，必要时，向反垄断执法机构投诉和举报。

### **专题五：滥用行政权力排除、限制竞争敏感行为**

（一）行政主体或公共资源交易平台是否存在限定或者变相限定单位或者个人经营、购买、使用其指定的互联网平台经营者或平台内经营者提供的商品，或者其他经营者提供的与平台服务相关的商品。

（二）行政主体或公共资源交易平台是否存在对外地互联网平台经营者或平台内经营者设定歧视性标准、实行歧视性政策，采取专门针对外地互联网平台经营者或平台内经营者的行政许可、备案，或者通过软件、互联网设置屏蔽等手段，阻碍、限制外地互联网平台经营者或平台内经营者进入本地市场，妨碍商品在地区之间的自由流通。

（三）行政主体或公共资源交易平台是否存在以设定歧视性资质要求、评标评审标准或者不依法发布信息等方式，排斥或者限制外地互联网平台经营者或平台内经营者参加本地的招投标以及其他经营活动；是否存在对外地互联网平台经营者或平台内经营者实行歧视性待遇，排斥、限制、强制或者变相强制外地经营者在本地投资或者设立分支机构；是否存在强制或者变相强制互联网平台经营者或平台内经营者从事《反垄断法》规定的垄断行为。

（四）行政主体或公共资源交易平台是否存在以办法、决定、公告、通知、意见、会议纪要、函件等形式，制定、发布含有排除、限制竞争内容的市场准入、产业发展、招商引资、招标投标、政府采购、经营行为规范、资质标准等涉及平台经济领域市场主体经济活动的规章、规范性文件和其他政策性文件以及“一事一议”形式的具体政策措施。

## 第六章 法律责任与配合调查义务

第十五条 法律责任。互联网平台经营者或平台内经营者达成并实施垄断协议的、滥用市场支配地位的、违法实施经营者集中的，分别依据《反垄断法》第五十六条、第五十七条、第五十八条规定处理。经营者因行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力而达成并实施垄断协议的，依据《反垄断法》第五十六条规定处理，构成滥用市场支配地位的，按照《反垄断法》第五十七条规定处理。

互联网平台经营者或平台内经营者实施垄断行为给他人造成损失的，依法承担民事责任，构成犯罪的依法追究刑事责任。经营者实施垄断行为，损害社会公共利益的，设区的市级以上人民检察院可以依法向人民法院提起民事公益诉讼。

对《反垄断法》第五十六条、第五十七条、第五十八条规定的罚款，反垄断执法机构确定具体罚款数额时，考虑违法行为的性质、程度、持续时间和消除违法行为后果的情况等因素。

第十六条 配合调查义务。互联网平台经营者或平台内经营者

及员工应当配合反垄断执法机构依法对涉嫌垄断行为进行调查，不得拒绝或阻碍调查，否则，经营者或员工需承担《反垄断法》第六十二条规定的法律责任。对于反垄断执法机构在未预先通知的突击调查中，经营者及员工应当全面配合执法人员。

### **专题六：垄断行为法律风险**

（一）根据《反垄断法》第五十六条，经营者达成并实施垄断协议的，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，并处上一年度销售额1%以上10%以下的罚款，上一年度没有销售额的，处500万元以下的罚款；尚未实施所达成的垄断协议的，可以处300万元以下的罚款。经营者的法定代表人、主要负责人和直接责任人员对达成垄断协议负有个人责任的，可以处100万元以下的罚款。经营者组织其它经营者达成垄断协议或者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助的，按相同办法处理。经营者因行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力而达成并实施垄断协议的，按相同办法处理；经营者能够证明其达成垄断协议是被动遵守行政命令所导致的，可以依法从轻或者减轻处罚。

（二）根据《反垄断法》第五十七条，经营者滥用市场支配地位的，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，根据违法性质、程度、持续时间和消除违法行为后果的情况等因素，处上一年度销售额的1%以上10%以下的罚款。经营者因行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力而滥



用市场支配地位的，按相同办法处理；经营者能够证明其从事的滥用市场支配地位行为是被动遵守行政命令所导致的，可以依法从轻或者减轻处罚。

（三）根据《反垄断法》第五十八条，经营者违法实施经营者集中的，且具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，由反垄断执法机构责令停止实施集中、限期处分股份或者资产、限期转让营业以及采取其他必要措施恢复到集中前状态，处上一年度销售额 10% 以下的罚款；不具有排除、限制竞争效果的，处 500 万元以下的罚款。

（四）根据《反垄断法》第六十二条，经营者拒绝提供有关材料、信息、或者提供虚假材料、信息，或者隐匿、销毁、转移证据，或者有其他拒绝、阻碍调查行为的，由反垄断执法机构责令改正，对单位处上一年度销售额 1% 以下的罚款，上一年度没有销售额或者销售额难以计算的，处 500 万元以下的罚款；对个人处 50 万元以下的罚款。

（五）经营者违反《反垄断法》相关规定，情节特别严重、影响特别恶劣，造成特别严重后果的，反垄断执法机构可以按照《反垄断法》第五十六条、第五十七条、第五十八条、第六十二条规定的罚款数额的二倍以上五倍以下确定具体罚款数额。经营者因违反反垄断相关法规受到行政处罚的，依照国家有关规定记入信用记录，并向社会公示。

## 第七章 经营者内部合规管理

第十七条 承诺制度。对反垄断执法机构调查的涉嫌垄断行为，被调查的互联网平台经营者或平台内经营者承诺在反垄断执法机构认可的期限内采取具体措施消除该行为后果的，反垄断执法机构可以决定中止调查。但反垄断执法机构对于固定或者变更商品价格、限制商品生产或者销售数量、分割销售市场或者原材料采购市场的涉嫌垄断协议案件，不接受中止调查申请，即承诺制度不适用主要横向垄断协议案件。

中止调查决定系因经营者提供了不完整、不真实的信息而作出、中止调查决定所依据的事实发生重大变化或经营者未履行承诺时，反垄断执法机构恢复调查。经营者申请承诺的具体适用范围和程序等可以参考《禁止垄断协议规定》《禁止滥用市场支配地位行为规定》以及《国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南》等相关规定。

第十八条 宽大制度。对横向垄断协议案件，互联网平台经营者或平台内经营者主动向反垄断执法机构报告有关情况并提供重要证据直至持续配合调查终结的，可申请适用宽大处理。垄断协议有关情况的报告，包括但不限于参与垄断协议的经营者、涉及的商品范围、达成协议的内容和方式、协议的具体实施情况、是否向其他境外执法机构提出申请等；重要证据是指反垄断执法机构尚未掌握的，能够对立案调查或者对认定垄断协议起到关键性作用的证据。反垄断执法机构根据经营者主动报告的时间顺序、提供证据的重要程度及达成、实施垄断协议的相关情况，决定酌情减轻或者免除处

罚。经营者申请宽大的具体适用标准和程序等应当以《反垄断法》《禁止垄断协议规定》《国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南》等相关规定为依据。

第十九条 反垄断合规管理体系。互联网平台经营者应根据自身的业务规模、平台功能、商业模式和主要风险来源，建立覆盖平台企业各业务领域、部门、分支机构的反垄断合规管理制度，建立反垄断合规的职责分工和违规问责制度，明确部门和人员的职责范围以及承担的责任，最高管理者、中高层管理者应公开作出并履行反垄断合规承诺，其他员工应作出并履行相应的反垄断合规承诺，完善合规咨询、合规检查、合规汇报、合规考核等内部机制，有效实施反垄断合规管理，自觉接受反垄断执法机构监管和社会监督。

第二十条 培训管理。互联网平台经营者及平台内经营者应定期开展公司高管人员和员工合规培训，增强反垄断合规意识，提升反垄断合规能力，同时，向反垄断执法机构报告反垄断合规管理制度及实施效果，自觉维护平台经济公平竞争的市场秩序。

第二十一条 反垄断合规建议。互联网平台经营者和平台内经营者在利用开源代码、通用算法等技术手段来实现定价、精准投放等行为时，避免实施价格共谋，并提前评估可能产生的排除、限制竞争效果。

对竞争者或交易相对人的竞争性敏感信息予以保密，避免更大范围披露、分享给内部或外部人员，不将竞争敏感性信息用于其他用途。竞争者之间应避免直接沟通或交换竞争性敏感信息，或者通

过行业协会、广告方、平台内经营者等第三方间接交换竞争性敏感信息。避免在具有竞争关系的交易相对人之间收集、中转、传输竞争性敏感信息,或者为具有竞争关系的交易相对人交换竞争性敏感信息提供便利条件。

平台经营者可能向多家彼此之间具有竞争关系的上游供应商采购商品,也可能向多家彼此之间具有竞争关系的下游企业供应商品。平台经营者在与上游或下游企业合作过程中,即使与上、下游企业之间均不存在竞争关系,也应避免组织、协调、帮助具有竞争关系的上、下游企业达成或实施垄断协议。

具有市场支配地位的平台经营者,除非能够证明存在正当理由,否则“二选一”很可能构成限定交易行为。即便平台经营者不具备市场支配地位,但通过实施“二选一”或者利用平台规则、数据、算法、技术等方式进行纵向限制,在产生明显排除、限制竞争影响时,也可能具有构成纵向垄断协议的风险。

具有市场支配地位的平台经营者在软件或应用程序的设计中应避免捆绑下载,在给用户提供产品软件或应用程序的下载过程中,应避免捆绑用户下载其他软件或应用程序,并以适当方式告知用户,保障用户下载或拒绝下载软件或应用程序的选择权。

第二十二条 知识产权保护合规建议。建立知识产权保护规则,完善知识产权侵权投诉受理机制,积极实施《电子商务平台知识产权保护管理》推荐性国家标准,实施知识产权全流程管理和保护。

## 专题七：平台经营者主体责任清单

（一）在与平台内经营者开展公平竞争时，无正当理由，不使用平台内经营者及其用户在使用平台服务时产生或提供的非公开数据。平台内经营者或用户访问、注册、登录、获取其所需的平台服务时，不将使用其他关联平台提供的服务作为前提条件。

（二）建议平台经营者建立健全数据安全审查与内控机制，对涉及用户个人信息的处理、数据跨境流动，涉及国家和社会公共利益的数据开发行为，必须严格依法依规进行，确保数据安全。电子商务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。

（三）建议平台经营者根据平台自身的特点，建立有效的内容管理制度，避免违法违规信息在平台上的传播。发现违反法律法规、违背社会公序良俗、对网络生态造成不良影响的信息，应当视情节采取警示、限制发布、停止传输、信息消除、暂停更新直至关闭账号等措施，并保存有关记录，向监管部门报告。

（四）对于法律、法规以及相关的规范性文件明令禁止、限制销售和提供的商品和服务，互联网平台经营者应当动态建立审核词库和管控机制，建立平台审核机制和日常巡查机制，发现违法违规行为应当及时向有关部门报告。

（五）未经用户同意，互联网平台经营者不得将经由平台服务所获取的个人数据与来自自身其他服务或第三方服务的个人数据合并使用，不得以合并个人数据为目的诱导、强迫用户登录并使用自身提供的其他服务。

（六）平台经营者利用其掌握的大数据进行产品推荐、订单分配、内容推送、价格形成、业绩考核、奖惩安排等运用时，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。

（七）平台经营者在经营过程中应当遵守价格相关法律、法规，不得利用平台规则和数据、算法等技术手段实施价格歧视、哄抬价格、低价倾销等不正当价格行为，不得利用虚假的或者使人误解的价格手段诱骗消费者交易。

（八）平台经营者在平台运营中应当遵守《广告法》以及相关法律、法规的规定，加大对平台内经营者违法违规广告的事先预警和事后处理。互联网平台经营者依法配合有关部门对平台内违法广告的调查和处置，提供必要的数据，协助执法。

（九）平台经营者在运营中应当切实遵守国家法律、法规以及与自然人隐私和个人信息保护相关的规定，履行自然人隐私与个人信息保护责任。平台经营者处理的用户个人信息发生或者可能发生泄露、篡改、丢失的，及时采取补救措施，按照规定告知自然人；造成或者可能造成严重后果的，应当立即向监管部门报告，配合监管部门进行调查处理，并承担相应责任。

## **第八章 附 则**

第二十三条 特别提醒。本指引并非规范性文件，所列信息仅为告知性指引，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和行政执法的依据。

第二十四条 指引解释。本指引由广东省市场监督管理局负责解释，并将根据反垄断法律法规、部门规章、指南指引等适时调整。

**附件：反垄断相关文件参考目录**

- 1.中华人民共和国反垄断法（2022.8）
- 2.国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南（2021.2）
- 3.禁止垄断协议规定（2023.4）
- 4.禁止滥用市场支配地位行为规定（2023.4）
- 5.国务院关于经营者集中申报标准的规定（2018.9）
- 6.经营者集中审查规定（2023.4）
- 7.制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定（2023.4）
- 8.国务院反垄断委员会横向垄断协议案件宽大制度适用指南（2019.1）
- 9.国务院反垄断委员会垄断案件经营者承诺指南（2019.1）
- 10.公平竞争审查制度实施细则（2021.6）