

20
21

广告行业数据合规 法规与案例选编

Compilation of Data Compliance Laws and Cases for the Advertising Industry

安证合规研究院 | 编
广东北源律师事务所



二〇二一年十二月

目录

编者说明.....	i
一、法律、法规、规章和其他规范性文件.....	1
(一) 法律.....	1
1. 中华人民共和国民法典.....	1
2. 中华人民共和国刑法（2020 年修正）.....	3
3. 中华人民共和国网络安全法.....	5
4. 中华人民共和国数据安全法.....	9
5. 中华人民共和国个人信息保护法.....	16
6. 中华人民共和国广告法.....	27
7. 中华人民共和国反不正当竞争法.....	29
8. 中华人民共和国未成年人保护法（2020 修订）.....	30
9. 中华人民共和国电子商务法.....	32
(二) 行政法规.....	34
1. 广告管理条例.....	34
2. 信息网络传播权保护条例.....	37
3. 互联网信息服务管理办法（2011 修订）.....	43
4. 广播电视管理条例（2020 修订）.....	44
(三) 部门规章.....	46
1. 医疗广告管理办法（2006 修改）.....	46
2. 公益广告促进和管理暂行办法.....	47
3. 互联网广告管理暂行办法.....	48
4. 工商总局关于做好《互联网广告管理暂行办法》贯彻实施工作的通知.....	53
5. 广告发布登记管理规定.....	55
6. 儿童个人信息网络保护规定.....	58
7. 药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法.....	59
8. 网络信息内容生态治理规定.....	60

9. 农药广告审查发布规定（2020 年修订）	64
10. 兽药广告审查发布规定（2020 年修订）	65
11. 房地产广告发布规定（2021 修改）	65
（四） 规范性文件.....	66
1. 大众传播媒介广告发布审查规定.....	66
2. 互联网群组信息服务管理规定.....	68
3. 互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估管理规定.....	69
4. 互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法.....	72
5. 市场监管总局关于深入开展互联网广告整治工作的通知.....	75
6. App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法.....	76
7. 网络音视频信息服务管理规定.....	79
8. 国家广播电视总局办公厅关于印发《广播电视和网络视听大数据标准化白皮书（2020 版）》的通知.....	81
9. 工商总局等十七部门关于印发《开展互联网金融广告及以投资理财名义从事金融活动风险专项整治工作实施方案》的通知.....	82
10. 市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见.....	86
11. 互联网用户公众账号信息服务管理规定（2021 修订）	88
12. 关于加强网络直播规范管理工作指导意见.....	93
13. 常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定.....	97
14. 关于进一步压实网站平台信息内容管理主体责任的意见.....	102
15. 关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见.....	106
16. 互联网广告管理办法（公开征求意见稿）	109
（五） 地方政府规范性文件.....	115
1. 上海市工商行政管理局关于广告中“引证内容”的审查要求.....	115
2. 上海市网络交易平台网络营销活动算法应用指引(试行).....	116
二、 标准.....	120
（一） 国家标准.....	120
1. 互动广告 第 1 部分：术语概述（GB/T 34090.1-2017）	120

2. 互动广告 第 2 部分: 投放验证要求 (GB/T 34090.2-2017)	120
3. 互动广告 第 3 部分: 效果测量要求 (GB/T 34090.3-2017)	120
4. 信息安全技术 移动智能终端个人信息保护技术要求 (GB/T 34978-2017)	120
5. 信息安全技术 公共及商用服务信息系统个人信息保护指南 (GB/Z 28828-2012)	120
6. 信息安全技术 个人信息去标识化指南 (GB/T 37964-2019)	120
7. 信息安全技术 个人信息安全影响评估指南 (GB/T 39335-2020)	120
8. 信息安全技术 个人信息安全规范 (GB/T 35273-2020)	120
(二) 行业标准.....	120
1. 中国互联网定向广告用户信息保护框架标准.....	121
2. 中国互联网定向广告用户信息保护框架标准释义和基本指引.....	121
3. 超文本传输协议状态 (Cookie) 管理机制技术规范 (YD/T 2918-2015)	121
4. 城市户外广告设施巡检监管信息系统 (CJ/T532-2018)	121
5. 移动互联网广告标识技术规范 (T/CAAAD 003—2020)	121
三、行业案例.....	122
(一) 民事案例.....	122
1. 朱烨诉北京百度网讯科技公司隐私权纠纷案.....	122
2. 范外楼与小米科技有限责任公司产品责任纠纷案.....	127
(二) 刑事案例.....	131
1. 李巧刚侵犯公民个人信息罪.....	131
2. 深圳市冠领资产管理有限公司、张元阁侵犯公民个人信息罪.....	131
3. 黄伟斌、李建金侵犯公民个人信息罪.....	132
4. 玲玲侵犯公民个人信息罪.....	133
(三) 行政案例.....	135
1. 42 款教育类 App 遭工信部通报.....	135
2. 工信部通报全民 K 歌极速版、亚朵、有趣生活、周末酒店强制用户使用定向推送功能.....	136
(四) 热点事件.....	137
1. 分众无线公司被曝日发数亿条短信广告, 严重威胁个人信息安全.....	137
2. 上外女生起诉百度侵犯隐私: 手机关闭定位, 广告依然精准推送.....	137

3. 央视 3.15 曝光搜索网站再现虚假医药保健产品.....	138
4. 豆瓣 APP 涉嫌侵犯隐私被告上法院.....	139
5. 个性化广告默认开启、设有效期涉侵犯个人信息，微信微博被诉.....	139
6. 怪兽充电弹窗推送虚假红包、虚假抽奖广告套取用户隐私信息.....	140

编者说明

近年来，我国数据安全的顶层设计不断强化、治理格局日益稳定，初步构建了以《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》为主要框架的数据安全法律体系。

据统计，互联网广告已经占中国广告市场总体规模的 70%，依托于大数据技术的精准推送是互联网广告传播的重要手段。但是，精准推送在大大提升广告传播效率的同时，也引起了越来越多的移动互联网用户对于个人数据权益的关注和个人隐私安全的担忧。毋庸置疑，当前数据安全合规已经成为互联网广告的“生命线”，精准推送这一正在被普遍应用的广告营销手段即将要面对力度空前的新挑战。于是，对精准推送乃至整个互联网广告行业探索高质量、可持续发展之路而言，熟悉规则、照章办事至关重要。

本汇编汇总了我国已公布或实施的多部广告行业数据合规有关的法律、行政法规、部门规章、规范性文件、国家标准、行业标准等文件，同时选编了近几年来广告行业主管部门的监管典型执法案例，以帮助广告行业有关企业或组织聚焦各类法规及监管执法的要求，有序开展数据合规和个人信息保护工作。

本汇编均选自 2021 年 12 月 6 日前公开发布的法规文件以及相关典型案例，若与将来正式公布实施的文件内容不一致，以正式文件为准。为尽可能全面收集广告行业有关法规及案例，节约阅读篇幅和时间，对部分法规或案例采取摘录或名录方式呈现。此外因标准指南内容版权限制，请读者自行登录国家标准全文系统等网站查阅相关标准全文。

本汇编同时在北源律所“个人信息保护合规平台”、“数据合规评估平台 PICA”（拟）上线，为实现线上多元化检索提供便利。本所将持续追踪该领域数据合规的最新立法和监管执法动态，后期根据新规、新政的出台，实时更新升级版本，欢迎批评指正和沟通交流。如对本汇编有任何疑问，请随时联系我们。

「关于北源」

广东北源律师事务所是一家专注于数据合规、个人信息保护等领域，具有国际视野的
专业化律师事务所，以国内顶尖高校法学研究人才、国内领先的第三方计算机司法鉴定所
和专业网络安全检测机构为依托组成，立足法律和技术的多元结合，兼具理论与实证
经验。

「业绩和优势」

1. 2020 年 4 月开始，全面参与某国家监管部门发起的个人信息保护措施法律符合性
评估试点工作，北源三位专家被聘为该试点工作的专家组专家，负责及完成三家头部企业
的试点合规评估工作；

2. 发起并参与起草社会团体标准 T/CLAST001-2021《个人信息处理法律合规性评估指
引》，该标准已于 2021 年 6 月 6 日正式发布实施；

3. 借助技术工具打造法律与技术结合的“个人信息保护合规评估平台”“数据合规评
估平台 PICA”，以技术驱动合规评估流程实现全流程线上跟踪和电子数据固定，且实现
评估结果可视化；

4. 案例入选《深圳经济特区四十年法治建设创新案例选编》；

5. 联合国内知名高校以及数字经济代表企业共同起草国内首创的《个人信息保护措施
法律符合性评估指引》；

6. 入库多家世界 500 强法律服务提供商名单。

「案例展示」（部分）

1. 为世界五百强旗下保险领军企业的医疗险产品提供个人信息保护合规服务；
2. 为国内领先数字导航服务提供商的金融风控产品提供个人信息保护合规及咨询服
务；

3. 为国内规模最大的移动应用数据平台服务商的 SDK 广告推送产品提供个人信息保
护合规服务；

4. 为国内领先的第三方支付公司提供个人信息保护合规服务；

5. 为图像感知产品和解决方案提供商（中国人脸识别四大 A 级企业）提供数据合规
咨询服务。

一、法律、法规、规章和其他规范性文件

(一) 法律

1. 中华人民共和国民法典

基本信息:

【发布机关】全国人民代表大会	【时效性】现行有效
【发文字号】中华人民共和国主席令第 45 号	【效力级别】法律
【发布日期】2020.05.28	【实施日期】2021.01.01

中华人民共和国民法典（节选）

第一编 总则

第五章 民事权利

第一百一十条 自然人享有生命权、身体权、健康权、姓名权、肖像权、名誉权、荣誉权、隐私权、婚姻自主权等权利。

法人、非法人组织享有名称权、名誉权和荣誉权。

第一百一十一条 自然人的个人信息受法律保护。任何组织或者个人需要获取他人个人信息的，应当依法取得并确保信息安全，不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息。

第四编 人格权

第一章 一般规定

第九百九十九条 为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为的，可以合理使用民事主体的姓名、名称、肖像、个人信息等；使用不合理侵害民事主体人格权的，应当依法承担民事责任。

第一千条 行为人因侵害人格权承担消除影响、恢复名誉、赔礼道歉等民事责任的，应当与行为的具体方式和造成的影响范围相当。

行为人拒不承担前款规定的民事责任的，人民法院可以采取在报刊、网络等媒体上发布公告或者公布生效裁判文书等方式执行，产生的费用由行为人负担。

第五章 名誉权和荣誉权

第一千零三十条 民事主体与征信机构等信用信息处理者之间的关系，适用本编有关个人信息保护的规定和其他法律、行政法规的有关规定。

第六章 隐私权和个人信息保护

第一千零三十二条 自然人享有隐私权。任何组织或者个人不得以刺探、侵扰、泄露、公开等方式侵害他人的隐私权。

隐私是自然人的私人生活安宁和不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息。

第一千零三十三条 除法律另有规定或者权利人明确同意外，任何组织或者个人不得实施下列行为：

- (一) 以电话、短信、即时通讯工具、电子邮件、传单等方式侵扰他人的私人生活安宁；
- (二) 进入、拍摄、窥视他人的住宅、宾馆房间等私密空间；
- (三) 拍摄、窥视、窃听、公开他人的私密活动；
- (四) 拍摄、窥视他人身体的私密部位；
- (五) 处理他人的私密信息；
- (六) 以其他方式侵害他人的隐私权。

第一千零三十四条 自然人的个人信息受法律保护。

个人信息是以电子或者其他方式记录的能够单独或者与其他信息结合识别特定自然人的各种信息，包括自然人的姓名、出生日期、身份证件号码、生物识别信息、住址、电话号码、电子邮箱、健康信息、行踪信息等。

个人信息中的私密信息，适用有关隐私权的规定；没有规定的，适用有关个人信息保护的规定。

第一千零三十五条 处理个人信息的，应当遵循合法、正当、必要原则，不得过度处理，并符合下列条件：

- (一) 征得该自然人或者其监护人同意，但是法律、行政法规另有规定的除外；
- (二) 公开处理信息的规则；
- (三) 明示处理信息的目的、方式和范围；
- (四) 不违反法律、行政法规的规定和双方的约定。

个人信息的处理包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等。

第一千零三十六条 处理个人信息，有下列情形之一的，行为人不承担民事责任：

- (一) 在该自然人或者其监护人同意的范围内合理实施的行为；
- (二) 合理处理该自然人自行公开的或者其他已经合法公开的信息，但是该自然人明

确拒绝或者处理该信息侵害其重大利益的除外；

(三) 为维护公共利益或者该自然人合法权益，合理实施的其他行为。

第一千零三十七条 自然人可以依法向信息处理者查阅或者复制其个人信息；发现信息有错误的，有权提出异议并请求及时采取更正等必要措施。

自然人发现信息处理者违反法律、行政法规的规定或者双方的约定处理其个人信息的，有权请求信息处理者及时删除。

第一千零三十八条 信息处理者不得泄露或者篡改其收集、存储的个人信息；未经自然人同意，不得向他人非法提供其个人信息，但是经过加工无法识别特定个人且不能复原的除外。

信息处理者应当采取技术措施和其他必要措施，确保其收集、存储的个人信息安全，防止信息泄露、篡改、丢失；发生或者可能发生个人信息泄露、篡改、丢失的，应当及时采取补救措施，按照规定告知自然人并向有关主管部门报告。

第一千零三十九条 国家机关、承担行政职能的法定机构及其工作人员对于履行职责过程中知悉的自然人的隐私和个人信息，应当予以保密，不得泄露或者向他人非法提供。

2. 中华人民共和国刑法（2020年修正）

基本信息：

【发布机关】全国人民代表大会

【时效性】现行有效

【发文字号】中华人民共和国主席令第 66 号

【效力级别】法律

【发布日期】2020.12.26

【实施日期】2021.03.01

中华人民共和国刑法（2020年修正）（节选）

第四章 侵犯公民人身权利、民主权利罪

第二百五十三条之一 【侵犯公民个人信息罪】违反国家有关规定，向他人出售或者提供公民个人信息，情节严重的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；情节特别严重的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。

违反国家有关规定，将在履行职责或者提供服务过程中获得的公民个人信息，出售或者提供给他人的，依照前款的规定从重处罚。

窃取或者以其他方法非法获取公民个人信息的，依照第一款的规定处罚。

单位犯前三款罪的，对单位判处罚金，并对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员，依照各该款的规定处罚。

第六章 妨害社会管理秩序罪

第一节 扰乱公共秩序罪

第二百八十五条 【非法侵入计算机信息系统罪】违反国家规定，侵入国家事务、国防建设、尖端科学技术领域的计算机信息系统的，处三年以下有期徒刑或者拘役。

违反国家规定，侵入前款规定以外的计算机信息系统或者采用其他技术手段，获取该计算机信息系统中存储、处理或者传输的数据，或者对该计算机信息系统实施非法控制，情节严重的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；情节特别严重的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。

提供专门用于侵入、非法控制计算机信息系统的程序、工具，或者明知他人实施侵入、非法控制计算机信息系统的违法犯罪行为而为其提供程序、工具，情节严重的，依照前款的规定处罚。

单位犯前三款罪的，对单位判处罚金，并对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员，依照各该款的规定处罚。

第二百八十六条 【破坏计算机信息系统罪】违反国家规定，对计算机信息系统功能进行删除、修改、增加、干扰，造成计算机信息系统不能正常运行，后果严重的，处五年以下有期徒刑或者拘役；后果特别严重的，处五年以上有期徒刑。

违反国家规定，对计算机信息系统中存储、处理或者传输的数据和应用程序进行删除、修改、增加的操作，后果严重的，依照前款的规定处罚。

故意制作、传播计算机病毒等破坏性程序，影响计算机系统正常运行，后果严重的，依照第一款的规定处罚。

单位犯前三款罪的，对单位判处罚金，并对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员，依照第一款的规定处罚。

第二百八十六条之一 【拒不履行信息网络安全管理义务罪】网络服务提供者不履行法律、行政法规规定的信息网络安全管理义务，经监管部门责令采取改正措施而拒不改正，有下列情形之一的，处三年以下有期徒刑、拘役或者管制，并处或者单处罚金：

- (一) 致使违法信息大量传播的；
- (二) 致使用户信息泄露，造成严重后果的；
- (三) 致使刑事案件证据灭失，情节严重的；

(四) 有其他严重情节的。

单位犯前款罪的，对单位判处罚金，并对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员，依照前款的规定处罚。有前两款行为，同时构成其他犯罪的，依照处罚较重的规定定罪处罚。

3. 中华人民共和国网络安全法

基本信息：

【发布机关】全国人大常委会

【时效性】现行有效

【发文字号】主席令第53号

【效力级别】法律

【发布日期】2016.11.07

【实施日期】2017.06.01

中华人民共和国网络安全法【节选】

第一章 总则

第十二条 国家保护公民、法人和其他组织依法使用网络的权利，促进网络接入普及，提升网络服务水平，为社会提供安全、便利的网络服务，保障网络信息依法有序自由流动。

任何个人和组织使用网络应当遵守宪法法律，遵守公共秩序，尊重社会公德，不得危害网络安全，不得利用网络从事危害国家安全、荣誉和利益，煽动颠覆国家政权、推翻社会主义制度，煽动分裂国家、破坏国家统一，宣扬恐怖主义、极端主义，宣扬民族仇恨、民族歧视，传播暴力、淫秽色情信息，编造、传播虚假信息扰乱经济秩序和社会秩序，以及侵害他人名誉、隐私、知识产权和其他合法权益等活动。

第十四条 任何个人和组织有权对危害网络安全的行为向网信、电信、公安等部门举报。收到举报的部门应当及时依法作出处理；不属于本部门职责的，应当及时移送有权处理的部门。

有关部门应当对举报人的相关信息予以保密，保护举报人的合法权益。

第三章 网络运行安全

第一节 一般规定

第二十二条 网络产品、服务应当符合相关国家标准的强制性要求。网络产品、服务的提供者不得设置恶意程序；发现其网络产品、服务存在安全缺陷、漏洞等风险时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。

网络产品、服务的提供者应当为其产品、服务持续提供安全维护；在规定或者当事人约定的期限内，不得终止提供安全维护。

网络产品、服务具有收集用户信息功能的，其提供者应当向用户明示并取得同意；涉及用户个人信息的，还应当遵守本法和有关法律、行政法规关于个人信息保护的规定。

第二十四条 网络运营者为用户办理网络接入、域名注册服务，办理固定电话、移动电话等入网手续，或者为用户提供信息发布、即时通讯等服务，在与用户签订协议或者确认提供服务时，应当要求用户提供真实身份信息。用户不提供真实身份信息的，网络运营者不得为其提供相关服务。

国家实施网络可信身份战略，支持研究开发安全、方便的电子身份认证技术，推动不同电子身份认证之间的互认。

第二节 关键信息基础设施的运行安全

第三十七条 关键信息基础设施的运营者在中华人民共和国境内运营中收集和产生的个人信息和重要数据应当在境内存储。因业务需要，确需向境外提供的，应当按照国家网信部门会同国务院有关部门制定的办法进行安全评估；法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第四章 网络信息安全

第四十条 网络运营者应当对其收集的用户信息严格保密，并建立健全用户信息保护制度。

第四十一条 网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。

网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息，不得违反法律、行政法规的规定和双方的约定收集、使用个人信息，并应当依照法律、行政法规的规定和与用户的约定，处理其保存的个人信息。

第四十二条 网络运营者不得泄露、篡改、毁损其收集的个人信息；未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。但是，经过处理无法识别特定个人且不能复原的除外。

网络运营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保其收集的个人信息安全，防止信息泄露、毁损、丢失。在发生或者可能发生个人信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。

第四十三条 个人发现网络运营者违反法律、行政法规的规定或者双方的约定收集、使用其个人信息的，有权要求网络运营者删除其个人信息；发现网络运营者收集、存储的其个人信息有错误的，有权要求网络运营者予以更正。网络运营者应当采取措施予以删除或

者更正。

第四十四条 任何个人和组织不得窃取或者以其他非法方式获取个人信息，不得非法出售或者非法向他人提供个人信息。

第四十五条 依法负有网络安全监督管理职责的部门及其工作人员，必须对在履行职责中知悉的个人信息、隐私和商业秘密严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。

第四十七条 网络运营者应当加强对其用户发布的信息的管理，发现法律、行政法规禁止发布或者传输的信息的，应当立即停止传输该信息，采取消除等处置措施，防止信息扩散，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

第四十八条 任何个人和组织发送的电子信息、提供的应用软件，不得设置恶意程序，不得含有法律、行政法规禁止发布或者传输的信息。

电子信息发送服务提供者和应用软件下载服务提供者，应当履行安全管理义务，知道其用户有前款规定行为的，应当停止提供服务，采取消除等处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

第四十九条 网络运营者应当建立网络信息安全投诉、举报制度，公布投诉、举报方式等信息，及时受理并处理有关网络信息安全的投诉和举报。

网络运营者对网信部门和有关部门依法实施的监督检查，应当予以配合。

第五十条 国家网信部门和有关部门依法履行网络信息安全监督管理职责，发现法律、行政法规禁止发布或者传输的信息的，应当要求网络运营者停止传输，采取消除等处置措施，保存有关记录；对来源于中华人民共和国境外的上述信息，应当通知有关机构采取技术措施和其他必要措施阻断传播。

第六章 法律责任

第六十条 违反本法第二十二条第一款、第二款和第四十八条第一款规定，有下列行为之一的，由有关主管部门责令改正，给予警告；拒不改正或者导致危害网络安全等后果的，处五万元以上五十万元以下罚款，对直接负责的主管人员处一万元以上十万元以下罚款：

（一）设置恶意程序的；

（二）对其产品、服务存在的安全缺陷、漏洞等风险未立即采取补救措施，或者未按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告的；

（三）擅自终止为其产品、服务提供安全维护的。

第六十一条 网络运营者违反本法第二十四条第一款规定，未要求用户提供真实身份信

息，或者对不提供真实身份信息用户提供相关服务的，由有关主管部门责令改正；拒不改正或者情节严重的，处五万元以上五十万元以下罚款，并可以由有关主管部门责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款。

第六十四条 网络运营者、网络产品或者服务的提供者违反本法第二十二第三款、第四十一条至第四十三条规定，侵害个人信息依法得到保护的权利的，由有关主管部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处违法所得一倍以上十倍以下罚款，没有违法所得的，处一百万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款；情节严重的，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照。

违反本法第四十四条规定，窃取或者以其他非法方式获取、非法出售或者非法向他人提供个人信息，尚不构成犯罪的，由公安机关没收违法所得，并处违法所得一倍以上十倍以下罚款，没有违法所得的，处一百万元以下罚款。

第六十六条 关键信息基础设施的运营者违反本法第三十七条规定，在境外存储网络数据，或者向境外提供网络数据的，由有关主管部门责令改正，给予警告，没收违法所得，处五万元以上五十万元以下罚款，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款。

第六十八条 网络运营者违反本法第四十七条规定，对法律、行政法规禁止发布或者传输的信息未停止传输、采取消除等处置措施、保存有关记录的，由有关主管部门责令改正，给予警告，没收违法所得；拒不改正或者情节严重的，处十万元以上五十万元以下罚款，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款。

电子信息发送服务提供者、应用软件下载服务提供者，不履行本法第四十八条第二款规定的安全管理义务的，依照前款规定处罚。

第六十九条 网络运营者违反本法规定，有下列行为之一的，由有关主管部门责令改正；拒不改正或者情节严重的，处五万元以上五十万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员，处一万元以上十万元以下罚款：

（一）不按照有关部门的要求对法律、行政法规禁止发布或者传输的信息，采取停止传输、消除等处置措施的；

（二）拒绝、阻碍有关部门依法实施的监督检查的；

(三) 拒不向公安机关、国家安全机关提供技术支持和协助的。

第七十条 发布或者传输本法第十二条第二款和其他法律、行政法规禁止发布或者传输的信息的，依照有关法律、行政法规的规定处罚。

第七十一条 有本法规定的违法行为的，依照有关法律、行政法规的规定记入信用档案，并予以公示。

第七十四条 违反本法规定，给他人造成损害的，依法承担民事责任。

违反本法规定，构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第七章 附 则

第七十六条 本法下列用语的含义：

(一) 网络，是指由计算机或者其他信息终端及相关设备组成的按照一定的规则和程序对信息进行收集、存储、传输、交换、处理的系统。

(二) 网络安全，是指通过采取必要措施，防范对网络的攻击、侵入、干扰、破坏和非法使用以及意外事故，使网络处于稳定可靠运行的状态，以及保障网络数据的完整性、保密性、可用性的能力。

(三) 网络运营者，是指网络的所有者、管理者和网络服务提供者。

(四) 网络数据，是指通过网络收集、存储、传输、处理和产生的各种电子数据。

(五) 个人信息，是指以电子或者其他方式记录的能够单独或者与其他信息结合识别自然人个人身份的各种信息，包括但不限于自然人的姓名、出生日期、身份证件号码、个人生物识别信息、住址、电话号码等。

4.中华人民共和国数据安全法

基本信息：

【发布机关】全国人大常委会

【时效性】现行有效

【发文字号】中华人民共和国主席令第 84 号

【效力级别】法律

【发布日期】2021.06.10

【实施日期】2021.09.01

中华人民共和国数据安全法

第一章 总 则

第一条 为了规范数据处理活动，保障数据安全，促进数据开发利用，保护个人、组织的合法权益，维护国家主权、安全和发展利益，制定本法。

第二条 在中华人民共和国境内开展数据处理活动及其安全监管，适用本法。

在中华人民共和国境外开展数据处理活动，损害中华人民共和国国家安全、公共利益或者公民、组织合法权益的，依法追究法律责任。

第三条 本法所称数据，是指任何以电子或者其他方式对信息的记录。

数据处理，包括数据的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等。

数据安全，是指通过采取必要措施，确保数据处于有效保护和合法利用的状态，以及具备保障持续安全状态的能力。

第四条 维护数据安全，应当坚持总体国家安全观，建立健全数据安全治理体系，提高数据安全保障能力。

第五条 中央国家安全领导机构负责国家数据安全工作的决策和议事协调，研究制定、指导实施国家数据安全战略和有关重大方针政策，统筹协调国家数据安全的重大事项和重要工作，建立国家数据安全工作协调机制。

第六条 各地区、各部门对本地区、本部门工作中收集和产生的数据及数据安全负责。

工业、电信、交通、金融、自然资源、卫生健康、教育、科技等主管部门承担本行业、本领域数据安全监管职责。

公安机关、国家安全机关等依照本法和有关法律、行政法规的规定，在各自职责范围内承担数据安全监管职责。

国家网信部门依照本法和有关法律、行政法规的规定，负责统筹协调网络数据安全和相关监管工作。

第七条 国家保护个人、组织与数据有关的权益，鼓励数据依法合理有效利用，保障数据依法有序自由流动，促进以数据为关键要素的数字经济发展。

第八条 开展数据处理活动，应当遵守法律、法规，尊重社会公德和伦理，遵守商业道德和职业道德，诚实守信，履行数据安全保护义务，承担社会责任，不得危害国家安全、公共利益，不得损害个人、组织的合法权益。

第九条 国家支持开展数据安全知识宣传普及，提高全社会的数据安全保护意识和水平，推动有关部门、行业组织、科研机构、企业、个人等共同参与数据安全保护工作，形成全社会共同维护数据安全和促进发展的良好环境。

第十条 相关行业组织按照章程，依法制定数据安全行为规范和团体标准，加强行业自

律，指导会员加强数据安全保护，提高数据安全保护水平，促进行业健康发展。

第十一条 国家积极开展数据安全治理、数据开发利用等领域的国际交流与合作，参与数据安全相关国际规则和标准的制定，促进数据跨境安全、自由流动。

第十二条 任何个人、组织都有权对违反本法规定的行为向有关主管部门投诉、举报。收到投诉、举报的部门应当及时依法处理。

有关主管部门应当对投诉、举报人的相关信息予以保密，保护投诉、举报人的合法权益。

第二章 数据安全与发展

第十三条 国家统筹发展和安全，坚持以数据开发利用和产业发展促进数据安全，以数据安全保障数据开发利用和产业发展。

第十四条 国家实施大数据战略，推进数据基础设施建设，鼓励和支持数据在各行业、各领域的创新应用。

省级以上人民政府应当将数字经济发展纳入本级国民经济和社会发展规划，并根据需要制定数字经济发展规划。

第十五条 国家支持开发利用数据提升公共服务的智能化水平。提供智能化公共服务，应当充分考虑老年人、残疾人的需求，避免对老年人、残疾人的日常生活造成障碍。

第十六条 国家支持数据开发利用和数据安全技术研究，鼓励数据开发利用和数据安全等领域的技术推广和商业创新，培育、发展数据开发利用和数据安全产品、产业体系。

第十七条 国家推进数据开发利用技术和数据安全标准体系建设。国务院标准化行政主管部门和国务院有关部门根据各自的职责，组织制定并适时修订有关数据开发利用技术、产品和数据安全相关标准。国家支持企业、社会团体和教育、科研机构等参与标准制定。

第十八条 国家促进数据安全检测评估、认证等服务的发展，支持数据安全检测评估、认证等专业机构依法开展服务活动。

国家支持有关部门、行业组织、企业、教育和科研机构、有关专业机构等在数据安全风险评估、防范、处置等方面开展协作。

第十九条 国家建立健全数据交易管理制度，规范数据交易行为，培育数据交易市场。

第二十条 国家支持教育、科研机构和企业等开展数据开发利用技术和数据安全相关教育和培训，采取多种方式培养数据开发利用技术和数据安全专业人才，促进人才交流。

第三章 数据安全制度

第二十一条 国家建立数据分类分级保护制度，根据数据在经济社会发展中的重要程

度，以及一旦遭到篡改、破坏、泄露或者非法获取、非法利用，对国家安全、公共利益或者个人、组织合法权益造成的危害程度，对数据实行分类分级保护。国家数据安全工作协调机制统筹协调有关部门制定重要数据目录，加强对重要数据的保护。

关系国家安全、国民经济命脉、重要民生、重大公共利益等数据属于国家核心数据，实行更加严格的管理制度。

各地区、各部门应当按照数据分类分级保护制度，确定本地区、本部门以及相关行业、领域的重要数据具体目录，对列入目录的数据进行重点保护。

第二十二条 国家建立集中统一、高效权威的数据安全风险评估、报告、信息共享、监测预警机制。国家数据安全工作协调机制统筹协调有关部门加强数据安全风险信息的获取、分析、研判、预警工作。

第二十三条 国家建立数据安全应急处置机制。发生数据安全事件，有关主管部门应当依法启动应急预案，采取相应的应急处置措施，防止危害扩大，消除安全隐患，并及时向社会发布与公众有关的警示信息。

第二十四条 国家建立数据安全审查制度，对影响或者可能影响国家安全的数据处理活动进行国家安全审查。

依法作出的安全审查决定为最终决定。

第二十五条 国家对与维护国家安全和利益、履行国际义务相关的属于管制物项的数据依法实施出口管制。

第二十六条 任何国家或者地区在与数据和数据开发利用技术等有关的投资、贸易等方面对中华人民共和国采取歧视性的禁止、限制或者其他类似措施的，中华人民共和国可以根据实际情况对该国家或者地区对等采取措施。

第四章 数据安全保护义务

第二十七条 开展数据处理活动应当依照法律、法规的规定，建立健全全流程数据安全管理制度，组织开展数据安全教育培训，采取相应的技术措施和其他必要措施，保障数据安全。利用互联网等信息网络开展数据处理活动，应当在网络安全等级保护制度的基础上，履行上述数据安全保护义务。

重要数据的处理者应当明确数据安全负责人和管理机构，落实数据安全保护责任。

第二十八条 开展数据处理活动以及研究开发数据新技术，应当有利于促进经济社会发展，增进人民福祉，符合社会公德和伦理。

第二十九条 开展数据处理活动应当加强风险监测，发现数据安全缺陷、漏洞等风险

时，应当立即采取补救措施；发生数据安全事件时，应当立即采取处置措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。

第三十条 重要数据的处理者应当按照规定对其数据处理活动定期开展风险评估，并向有关主管部门报送风险评估报告。

风险评估报告应当包括处理的重要数据的种类、数量，开展数据处理活动的情况，面临的数据安全风险及其应对措施等。

第三十一条 关键信息基础设施的运营者在中华人民共和国境内运营中收集和产生的重要数据的出境安全管理，适用《中华人民共和国网络安全法》的规定；其他数据处理者在中华人民共和国境内运营中收集和产生的重要数据的出境安全管理办法，由国家网信部门会同国务院有关部门制定。

第三十二条 任何组织、个人收集数据，应当采取合法、正当的方式，不得窃取或者以其他非法方式获取数据。

法律、行政法规对收集、使用数据的目的、范围有规定的，应当在法律、行政法规规定的目的和范围内收集、使用数据。

第三十三条 从事数据交易中介服务的机构提供服务，应当要求数据提供方说明数据来源，审核交易双方的身份，并留存审核、交易记录。

第三十四条 法律、行政法规规定提供数据处理相关服务应当取得行政许可的，服务提供者应当依法取得许可。

第三十五条 公安机关、国家安全机关因依法维护国家安全或者侦查犯罪的需要调取数据，应当按照国家有关规定，经过严格的批准手续，依法进行，有关组织、个人应当予以配合。

第三十六条 中华人民共和国主管机关根据有关法律和中华人民共和国缔结或者参加的国际条约、协定，或者按照平等互惠原则，处理外国司法或者执法机构关于提供数据的请求。非经中华人民共和国主管机关批准，境内的组织、个人不得向外国司法或者执法机构提供存储于中华人民共和国境内的数据。

第五章 政务数据的安全与开放

第三十七条 国家大力推进电子政务建设，提高政务数据的科学性、准确性、时效性，提升运用数据服务经济社会发展的能力。

第三十八条 国家机关为履行法定职责的需要收集、使用数据，应当在其履行法定职责的范围内依照法律、行政法规规定的条件和程序进行；对在履行职责中知悉的个人隐私、个人信息、商业秘密、保密商务信息等数据应当依法予以保密，不得泄露或者非法向他人

提供。

第三十九条 国家机关应当依照法律、行政法规的规定，建立健全数据安全管理制度，落实数据安全保护责任，保障政务数据安全。

第四十条 国家机关委托他人建设、维护电子政务系统，存储、加工政务数据，应当经过严格的批准程序，并应当监督受托方履行相应的数据安全保护义务。受托方应当依照法律、法规的规定和合同约定履行数据安全保护义务，不得擅自留存、使用、泄露或者向他人提供政务数据。

第四十一条 国家机关应当遵循公正、公平、便民的原则，按照规定及时、准确地公开政务数据。依法不予公开的除外。

第四十二条 国家制定政务数据开放目录，构建统一规范、互联互通、安全可控的政务数据开放平台，推动政务数据开放利用。

第四十三条 法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织为履行法定职责开展数据处理活动，适用本章规定。

第六章 法律责任

第四十四条 有关主管部门在履行数据安全监管职责中，发现数据处理活动存在较大安全风险的，可以按照规定的权限和程序对有关组织、个人进行约谈，并要求有关组织、个人采取措施进行整改，消除隐患。

第四十五条 开展数据处理活动的组织、个人不履行本法第二十七条、第二十九条、第三十条规定的数据安全保护义务的，由有关主管部门责令改正，给予警告，可以并处五万元以上五十万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员可以处一万元以上十万元以下罚款；拒不改正或者造成大量数据泄露等严重后果的，处五十万元以上二百万元以下罚款，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处五万元以上二十万元以下罚款。

违反国家核心数据管理制度，危害国家主权、安全和发展利益的，由有关主管部门处二百万元以上一千万元以下罚款，并根据情况责令暂停相关业务、停业整顿、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第四十六条 违反本法第三十一条规定，向境外提供重要数据的，由有关主管部门责令改正，给予警告，可以并处十万元以上一百万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员可以处一万元以上十万元以下罚款；情节严重的，处一百万元以上一千万元以下罚款，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处十万元以上一百万元以下罚款。

第四十七条 从事数据交易中介服务的机构未履行本法第三十三条规定的义务的，由有关主管部门责令改正，没收违法所得，处违法所得一倍以上十倍以下罚款，没有违法所得或者违法所得不足十万元的，处十万元以上一百万元以下罚款，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款。

第四十八条 违反本法第三十五条规定，拒不配合数据调取的，由有关主管部门责令改正，给予警告，并处五万元以上五十万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款。

违反本法第三十六条规定，未经主管机关批准向外国司法或者执法机构提供数据的，由有关主管部门给予警告，可以并处十万元以上一百万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员可以处一万元以上十万元以下罚款；造成严重后果的，处一百万元以上五百万元以下罚款，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处五万元以上五十万元以下罚款。

第四十九条 国家机关不履行本法规定的数据安全保护义务的，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处分。

第五十条 履行数据安全监管职责的国家工作人员玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊的，依法给予处分。

第五十一条 窃取或者以其他非法方式获取数据，开展数据处理活动排除、限制竞争，或者损害个人、组织合法权益的，依照有关法律、行政法规的规定处罚。

第五十二条 违反本法规定，给他人造成损害的，依法承担民事责任。

违反本法规定，构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第七章 附 则

第五十三条 开展涉及国家秘密的数据处理活动，适用《中华人民共和国保守国家秘密法》等法律、行政法规的规定。

在统计、档案工作中开展数据处理活动，开展涉及个人信息的数据处理活动，还应当遵守有关法律、行政法规的规定。

第五十四条 军事数据安全保护的办法，由中央军事委员会依据本法另行制定。

第五十五条 本法自 2021 年 9 月 1 日起施行。

5.中华人民共和国个人信息保护法

基本信息:

【发布机关】全国人大常委会

【时效性】现行有效

【发文字号】中华人民共和国主席令第 91 号

【效力级别】法律

【发布日期】2021.08.20

【实施日期】2021.11.01

中华人民共和国个人信息保护法 (2021)

第一章 总 则

第一条 为了保护个人信息权益，规范个人信息处理活动，促进个人信息合理利用，根据宪法，制定本法。

第二条 自然人的个人信息受法律保护，任何组织、个人不得侵害自然人的个人信息权益。

第三条 在中华人民共和国境内处理自然人个人信息的活动，适用本法。

在中华人民共和国境外处理中华人民共和国境内自然人个人信息的活动，有下列情形之一的，也适用本法：

- (一) 以向境内自然人提供产品或者服务为目的；
- (二) 分析、评估境内自然人的行为；
- (三) 法律、行政法规规定的其他情形。

第四条 个人信息是以电子或者其他方式记录的与已识别或者可识别的自然人有关的各种信息，不包括匿名化处理后的信息。

个人信息的处理包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等。

第五条 处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则，不得通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息。

第六条 处理个人信息应当具有明确、合理的目的，并应当与处理目的直接相关，采取对个人权益影响最小的方式。

收集个人信息，应当限于实现处理目的的最小范围，不得过度收集个人信息。

第七条 处理个人信息应当遵循公开、透明原则，公开个人信息处理规则，明示处理

的目的、方式和范围。

第八条 处理个人信息应当保证个人信息的质量，避免因个人信息不准确、不完整对个人权益造成不利影响。

第九条 个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责，并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全。

第十条 任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息；不得从事危害国家安全、公共利益的个人信息处理活动。

第十一条 国家建立健全个人信息保护制度，预防和惩治侵害个人信息权益的行为，加强个人信息保护宣传教育，推动形成政府、企业、相关社会组织、公众共同参与个人信息保护的良好环境。

第十二条 国家积极参与个人信息保护国际规则的制定，促进个人信息保护方面的国际交流与合作，推动与其他国家、地区、国际组织之间的个人信息保护规则、标准等互认。

第二章 个人信息处理规则

第一节 一般规定

第十三条 符合下列情形之一的，个人信息处理者方可处理个人信息：

- (一) 取得个人的同意；
- (二) 为订立、履行个人作为一方当事人的合同所必需，或者按照依法制定的劳动规章制度和依法签订的集体合同实施人力资源管理所必需；
- (三) 为履行法定职责或者法定义务所必需；
- (四) 为应对突发公共卫生事件，或者紧急情况下为保护自然人的生命健康和财产安全所必需；
- (五) 为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为，在合理的范围内处理个人信息；
- (六) 依照本法规定在合理的范围内处理个人自行公开或者其他已经合法公开的个人信息；
- (七) 法律、行政法规规定的其他情形。

依照本法其他有关规定，处理个人信息应当取得个人同意，但是有前款第二项至第七项规定情形的，不需取得个人同意。

第十四条 基于个人同意处理个人信息的，该同意应当由个人在充分知情的前提下自

愿、明确作出。法律、行政法规规定处理个人信息应当取得个人单独同意或者书面同意的，从其规定。

个人信息的处理目的、处理方式和处理的个人信息种类发生变更的，应当重新取得个人同意。

第十五条 基于个人同意处理个人信息的，个人有权撤回其同意。个人信息处理者应当提供便捷的撤回同意的方式。

个人撤回同意，不影响撤回前基于个人同意已进行的个人信息处理活动的效力。

第十六条 个人信息处理者不得以个人不同意处理其个人信息或者撤回同意为由，拒绝提供产品或者服务；处理个人信息属于提供产品或者服务所必需的除外。

第十七条 个人信息处理者在处理个人信息前，应当以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地向个人告知下列事项：

- (一) 个人信息处理者的名称或者姓名和联系方式；
- (二) 个人信息的处理目的、处理方式，处理的个人信息种类、保存期限；
- (三) 个人行使本法规定权利的方式和程序；
- (四) 法律、行政法规规定应当告知的其他事项。

前款规定事项发生变更的，应当将变更部分告知个人。

个人信息处理者通过制定个人信息处理规则的方式告知第一款规定事项的，处理规则应当公开，并且便于查阅和保存。

第十八条 个人信息处理者处理个人信息，有法律、行政法规规定应当保密或者不需要告知的情形的，可以不向个人告知前条第一款规定的事项。

紧急情况下为保护自然人的生命健康和财产安全无法及时向个人告知的，个人信息处理者应当在紧急情况消除后及时告知。

第十九条 除法律、行政法规另有规定外，个人信息的保存期限应当为实现处理目的所必要的最短时间。

第二十条 两个以上的个人信息处理者共同决定个人信息的处理目的和处理方式的，应当约定各自的权利和义务。但是，该约定不影响个人向其中任何一个人个人信息处理者要求行使本法规定的权利。

个人信息处理者共同处理个人信息，侵害个人信息权益造成损害的，应当依法承担连带责任。

第二十一条 个人信息处理者委托处理个人信息的，应当与受托人约定委托处理的目

的、期限、处理方式、个人信息的种类、保护措施以及双方的权利和义务等，并对受托人的个人信息处理活动进行监督。

受托人应当按照约定处理个人信息，不得超出约定的处理目的、处理方式等处理个人信息；委托合同不生效、无效、被撤销或者终止的，受托人应当将个人信息返还个人信息处理者或者予以删除，不得保留。

未经个人信息处理者同意，受托人不得转委托他人处理个人信息。

第二十二条 个人信息处理者因合并、分立、解散、被宣告破产等原因需要转移个人信息的，应当向个人告知接收方的名称或者姓名和联系方式。接收方应当继续履行个人信息处理者的义务。接收方变更原先的处理目的、处理方式的，应当依照本法规定重新取得个人同意。

第二十三条 个人信息处理者向其他个人信息处理者提供其处理的个人信息的，应当向个人告知接收方的名称或者姓名、联系方式、处理目的、处理方式和个人信息的种类，并取得个人的单独同意。接收方应当在上述处理目的、处理方式和个人信息的种类等范围内处理个人信息。接收方变更原先的处理目的、处理方式的，应当依照本法规定重新取得个人同意。

第二十四条 个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策，应当保证决策的透明度和结果公平、公正，不得对个人在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。

通过自动化决策方式向个人进行信息推送、商业营销，应当同时提供不针对其个人特征的选项，或者向个人提供便捷的拒绝方式。

通过自动化决策方式作出对个人权益有重大影响的决定，个人有权要求个人信息处理者予以说明，并有权拒绝个人信息处理者仅通过自动化决策的方式作出决定。

第二十五条 个人信息处理者不得公开其处理的个人信息，取得个人单独同意的除外。

第二十六条 在公共场所安装图像采集、个人身份识别设备，应当为维护公共安全所必需，遵守国家有关规定，并设置显著的提示标识。所收集的个人图像、身份识别信息只能用于维护公共安全的目的，不得用于其他目的；取得个人单独同意的除外。

第二十七条 个人信息处理者可以在合理的范围内处理个人自行公开或者其他已经合法公开的个人信息；个人明确拒绝的除外。个人信息处理者处理已公开的个人信息，对个人权益有重大影响的，应当依照本法规定取得个人同意。

第二节 敏感个人信息的处理规则

第二十八条 敏感个人信息是一旦泄露或者非法使用，容易导致自然人的人格尊严受

到侵害或者人身、财产安全受到危害的个人信息，包括生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等信息，以及不满十四周岁未成年人的个人信息。

只有在具有特定的目的和充分的必要性，并采取严格保护措施的情形下，个人信息处理者方可处理敏感个人信息。

第二十九条 处理敏感个人信息应当取得个人的单独同意；法律、行政法规规定处理敏感个人信息应当取得书面同意的，从其规定。

第三十条 个人信息处理者处理敏感个人信息的，除本法第十七条第一款规定的项外，还应当向个人告知处理敏感个人信息的必要性以及对个人权益的影响；依照本法规定可以不向个人告知的除外。

第三十一条 个人信息处理者处理不满十四周岁未成年人个人信息的，应当取得未成年人的父母或者其他监护人的同意。

个人信息处理者处理不满十四周岁未成年人个人信息的，应当制定专门的个人信息处理规则。

第三十二条 法律、行政法规对处理敏感个人信息规定应当取得相关行政许可或者作出其他限制的，从其规定。

第三节 国家机关处理个人信息的特别规定

第三十三条 国家机关处理个人信息的活动，适用本法；本节有特别规定的，适用本节规定。

第三十四条 国家机关为履行法定职责处理个人信息，应当依照法律、行政法规规定的权限、程序进行，不得超出履行法定职责所必需的范围和限度。

第三十五条 国家机关为履行法定职责处理个人信息，应当依照本法规定履行告知义务；有本法第十八条第一款规定的情形，或者告知将妨碍国家机关履行法定职责的除外。

第三十六条 国家机关处理的个人信息应当在中华人民共和国境内存储；确需向境外提供的，应当进行安全评估。安全评估可以要求有关部门提供支持协助。

第三十七条 法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织为履行法定职责处理个人信息，适用本法关于国家机关处理个人信息的规定。

第三章 个人信息跨境提供的规则

第三十八条 个人信息处理者因业务等需要，确需向中华人民共和国境外提供个人信息的，应当具备下列条件之一：

（一）依照本法第四十条的规定通过国家网信部门组织的安全评估；

(二) 按照国家网信部门的规定经专业机构进行个人信息保护认证;

(三) 按照国家网信部门制定的标准合同与境外接收方订立合同, 约定双方的权利和义务;

(四) 法律、行政法规或者国家网信部门规定的其他条件。

中华人民共和国缔结或者参加的国际条约、协定对向中华人民共和国境外提供个人信息的条件等有规定的, 可以按照其规定执行。

个人信息处理者应当采取必要措施, 保障境外接收方处理个人信息的活动达到本法规定的个人信息保护标准。

第三十九条 个人信息处理者向中华人民共和国境外提供个人信息的, 应当向个人告知境外接收方的名称或者姓名、联系方式、处理目的、处理方式、个人信息的种类以及个人向境外接收方行使本法规定权利的方式和程序等事项, 并取得个人的单独同意。

第四十条 关键信息基础设施运营者和处理个人信息达到国家网信部门规定数量的个人信息处理者, 应当将在中华人民共和国境内收集和产生的个人信息存储在境内。确需向境外提供的, 应当通过国家网信部门组织的安全评估; 法律、行政法规和国家网信部门规定可以不进行安全评估的, 从其规定。

第四十一条 中华人民共和国主管机关根据有关法律和中华人民共和国缔结或者参加的国际条约、协定, 或者按照平等互惠原则, 处理外国司法或者执法机构关于提供存储于境内个人信息的请求。非经中华人民共和国主管机关批准, 个人信息处理者不得向外国司法或者执法机构提供存储于中华人民共和国境内的个人信息。

第四十二条 境外的组织、个人从事侵害中华人民共和国公民的个人信息权益, 或者危害中华人民共和国国家安全、公共利益的个人信息处理活动的, 国家网信部门可以将其列入限制或者禁止个人信息提供清单, 予以公告, 并采取限制或者禁止向其提供个人信息等措施。

第四十三条 任何国家或者地区在个人信息保护方面对中华人民共和国采取歧视性的禁止、限制或者其他类似措施的, 中华人民共和国可以根据实际情况对该国家或者地区对等采取措施。

第四章 个人在个人信息处理活动中的权利

第四十四条 个人对其个人信息的处理享有知情权、决定权, 有权限制或者拒绝他人对其个人信息进行处理; 法律、行政法规另有规定的除外。

第四十五条 个人有权向个人信息处理者查阅、复制其个人信息; 有本法第十八条第一款、第三十五条规定情形的除外。

个人请求查阅、复制其个人信息的，个人信息处理者应当及时提供。

个人请求将个人信息转移至其指定的个人信息处理者，符合国家网信部门规定条件的，个人信息处理者应当提供转移的途径。

第四十六条 个人发现其个人信息不准确或者不完整的，有权请求个人信息处理者更正、补充。

个人请求更正、补充其个人信息的，个人信息处理者应当对其个人信息予以核实，并及时更正、补充。

第四十七条 有下列情形之一的，个人信息处理者应当主动删除个人信息；个人信息处理者未删除的，个人有权请求删除：

- (一) 处理目的已实现、无法实现或者为实现处理目的不再必要；
- (二) 个人信息处理者停止提供产品或者服务，或者保存期限已届满；
- (三) 个人撤回同意；
- (四) 个人信息处理者违反法律、行政法规或者违反约定处理个人信息；
- (五) 法律、行政法规规定的其他情形。

法律、行政法规规定的保存期限未届满，或者删除个人信息从技术上难以实现的，个人信息处理者应当停止除存储和采取必要的安全保护措施之外的处理。

第四十八条 个人有权要求个人信息处理者对其个人信息处理规则进行解释说明。

第四十九条 自然人死亡的，其近亲属为了自身的合法、正当利益，可以对死者的相关个人信息行使本章规定的查阅、复制、更正、删除等权利；死者生前另有安排的除外。

第五十条 个人信息处理者应当建立便捷的个人行使权利的申请受理和处理机制。拒绝个人行使权利的请求的，应当说明理由。

个人信息处理者拒绝个人行使权利的请求的，个人可以依法向人民法院提起诉讼。

第五章 个人信息处理者的义务

第五十一条 个人信息处理者应当根据个人信息的目的、处理方式、个人信息的种类以及对个人权益的影响、可能存在的安全风险等，采取下列措施确保个人信息处理活动符合法律、行政法规的规定，并防止未经授权的访问以及个人信息泄露、篡改、丢失：

- (一) 制定内部管理制度和操作规程；
- (二) 对个人信息实行分类管理；
- (三) 采取相应的加密、去标识化等安全技术措施；

- (四) 合理确定个人信息处理的操作权限，并定期对从业人员进行安全教育和培训；
- (五) 制定并组织实施个人信息安全事件应急预案；
- (六) 法律、行政法规规定的其他措施。

第五十二条 处理个人信息达到国家网信部门规定数量的个人信息处理者应当指定个人信息保护负责人，负责对个人信息处理活动以及采取的保护措施等进行监督。

个人信息处理者应当公开个人信息保护负责人的联系方式，并将个人信息保护负责人的姓名、联系方式等报送履行个人信息保护职责的部门。

第五十三条 本法第三条第二款规定的中华人民共和国境外的个人信息处理者，应当在中华人民共和国境内设立专门机构或者指定代表，负责处理个人信息保护相关事务，并将有关机构的名称或者代表的姓名、联系方式等报送履行个人信息保护职责的部门。

第五十四条 个人信息处理者应当定期对其处理个人信息遵守法律、行政法规的情况进行合规审计。

第五十五条 有下列情形之一的，个人信息处理者应当事前进行个人信息保护影响评估，并对处理情况进行记录：

- (一) 处理敏感个人信息；
- (二) 利用个人信息进行自动化决策；
- (三) 委托处理个人信息、向其他个人信息处理者提供个人信息、公开个人信息；
- (四) 向境外提供个人信息；
- (五) 其他对个人权益有重大影响的个人信息处理活动。

第五十六条 个人信息保护影响评估应当包括下列内容：

- (一) 个人信息的处理目的、处理方式等是否合法、正当、必要；
- (二) 对个人权益的影响及安全风险；
- (三) 所采取的保护措施是否合法、有效并与风险程度相适应。

个人信息保护影响评估报告和处理情况记录应当至少保存三年。

第五十七条 发生或者可能发生个人信息泄露、篡改、丢失的，个人信息处理者应当立即采取补救措施，并通知履行个人信息保护职责的部门和个人。通知应当包括下列事项：

- (一) 发生或者可能发生个人信息泄露、篡改、丢失的信息种类、原因和可能造成的危害；

(二) 个人信息处理者采取的补救措施和个人可以采取的减轻危害的措施;

(三) 个人信息处理者的联系方式。

个人信息处理者采取措施能够有效避免信息泄露、篡改、丢失造成危害的, 个人信息处理者可以不通知个人; 履行个人信息保护职责的部门认为可能造成危害的, 有权要求个人信息处理者通知个人。

第五十八条 提供重要互联网平台服务、用户数量巨大、业务类型复杂的个人信息处理者, 应当履行下列义务:

(一) 按照国家规定建立健全个人信息保护合规制度体系, 成立主要由外部成员组成的独立机构对个人信息保护情况进行监督;

(二) 遵循公开、公平、公正的原则, 制定平台规则, 明确平台内产品或者服务提供者处理个人信息的规范和保护个人信息的义务;

(三) 对严重违反法律、行政法规处理个人信息的平台内的产品或者服务提供者, 停止提供服务;

(四) 定期发布个人信息保护社会责任报告, 接受社会监督。

第五十九条 接受委托处理个人信息的受托人, 应当依照本法和有关法律、行政法规的规定, 采取必要措施保障所处理的个人信息的安全, 并协助个人信息处理者履行本法规定的义务。

第六章 履行个人信息保护职责的部门

第六十条 国家网信部门负责统筹协调个人信息保护工作和相关监督管理工作。国务院有关部门依照本法和有关法律、行政法规的规定, 在各自职责范围内负责个人信息保护和监督管理工作。

县级以上地方人民政府有关部门的个人信息保护和监督管理职责, 按照国家有关规定确定。

前两款规定的部门统称为履行个人信息保护职责的部门。

第六十一条 履行个人信息保护职责的部门履行下列个人信息保护职责:

(一) 开展个人信息保护宣传教育, 指导、监督个人信息处理者开展个人信息保护工作;

(二) 接受、处理与个人信息保护有关的投诉、举报;

(三) 组织对应用程序等个人信息保护情况进行测评, 并公布测评结果;

(四) 调查、处理违法个人信息处理活动;

(五) 法律、行政法规规定的其他职责。

第六十二条 国家网信部门统筹协调有关部门依据本法推进下列个人信息保护工作：

(一) 制定个人信息保护具体规则、标准；

(二) 针对小型个人信息处理者、处理敏感个人信息以及人脸识别、人工智能等新技术、新应用，制定专门的个人信息保护规则、标准；

(三) 支持研究开发和推广应用安全、方便的电子身份认证技术，推进网络身份认证公共服务建设；

(四) 推进个人信息保护社会化服务体系建设，支持有关机构开展个人信息保护评估、认证服务；

(五) 完善个人信息保护投诉、举报工作机制。

第六十三条 履行个人信息保护职责的部门履行个人信息保护职责，可以采取下列措施：

(一) 询问有关当事人，调查与个人信息处理活动有关的情况；

(二) 查阅、复制当事人与个人信息处理活动有关的合同、记录、账簿以及其他有关资料；

(三) 实施现场检查，对涉嫌违法的个人信息处理活动进行调查；

(四) 检查与个人信息处理活动有关的设备、物品；对有证据证明是用于违法个人信息处理活动的设备、物品，向本部门主要负责人书面报告并经批准，可以查封或者扣押。

履行个人信息保护职责的部门依法履行职责，当事人应当予以协助、配合，不得拒绝、阻挠。

第六十四条 履行个人信息保护职责的部门在履行职责中，发现个人信息处理活动存在较大风险或者发生个人信息安全事件的，可以按照规定的权限和程序对该个人信息处理者的法定代表人或者主要负责人进行约谈，或者要求个人信息处理者委托专业机构对其个人信息处理活动进行合规审计。个人信息处理者应当按照要求采取措施，进行整改，消除隐患。

履行个人信息保护职责的部门在履行职责中，发现违法处理个人信息涉嫌犯罪的，应当及时移送公安机关依法处理。

第六十五条 任何组织、个人有权对违法个人信息处理活动向履行个人信息保护职责的部门进行投诉、举报。收到投诉、举报的部门应当依法及时处理，并将处理结果告知投诉、举报人。

履行个人信息保护职责的部门应当公布接受投诉、举报的联系方式。

第七章 法律责任

第六十六条 违反本法规定处理个人信息，或者处理个人信息未履行本法规定的个人信息保护义务的，由履行个人信息保护职责的部门责令改正，给予警告，没收违法所得，对违法处理个人信息的应用程序，责令暂停或者终止提供服务；拒不改正的，并处一百万元以下罚款；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款。

有前款规定的违法行为，情节严重的，由省级以上履行个人信息保护职责的部门责令改正，没收违法所得，并处五千万元以下或者上一年度营业额百分之五以下罚款，并可以责令暂停相关业务或者停业整顿、通报有关主管部门吊销相关业务许可或者吊销营业执照；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处十万元以上一百万元以下罚款，并可以决定禁止其在一定期限内担任相关企业的董事、监事、高级管理人员和个人信息保护负责人。

第六十七条 有本法规定的违法行为的，依照有关法律、行政法规的规定记入信用档案，并予以公示。

第六十八条 国家机关不履行本法规定的个人信息保护义务的，由其上级机关或者履行个人信息保护职责的部门责令改正；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处分。

履行个人信息保护职责的部门的工作人员玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊，尚不构成犯罪的，依法给予处分。

第六十九条 处理个人信息侵害个人信息权益造成损害，个人信息处理者不能证明自己没有过错的，应当承担损害赔偿等侵权责任。

前款规定的损害赔偿按照个人因此受到的损失或者个人信息处理者因此获得的利益确定；个人因此受到的损失和个人信息处理者因此获得的利益难以确定的，根据实际情况确定赔偿数额。

第七十条 个人信息处理者违反本法规定处理个人信息，侵害众多个人的权益的，人民检察院、法律规定的消费者组织和由国家网信部门确定的组织可以依法向人民法院提起诉讼。

第七十一条 违反本法规定，构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第八章 附 则

第七十二条 自然人因个人或者家庭事务处理个人信息的，不适用本法。

法律对各级人民政府及其有关部门组织实施的统计、档案管理活动中的个人信息处理有规定的，适用其规定。

第七十三条 本法下列用语的含义：

（一）个人信息处理者，是指在个人信息处理活动中自主决定处理目的、处理方式的组织、个人。

（二）自动化决策，是指通过计算机程序自动分析、评估个人的行为习惯、兴趣爱好或者经济、健康、信用状况等，并进行决策的活动。

（三）去标识化，是指个人信息经过处理，使其在不借助额外信息的情况下无法识别特定自然人的过程。

（四）匿名化，是指个人信息经过处理无法识别特定自然人且不能复原的过程。

第七十四条 本法自 2021 年 11 月 1 日起施行。

6. 中华人民共和国广告法

基本信息：

【发布机关】全国人大常委会

【时效性】现行有效

【发文字号】中华人民共和国主席令第 28 号

【效力级别】法律

【实施日期】2015.09.01

【发布日期】2015.04.24

中华人民共和国广告法（节选）

第一章 总 则

第一条 为了规范广告活动，保护消费者的合法权益，促进广告业的健康发展，维护社会经济秩序，制定本法。

第二条 在中华人民共和国境内，商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动，适用本法。

本法所称广告主，是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然人、法人或者其他组织。

本法所称广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然人、法人或者其他组织。

本法所称广告发布者，是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然人、法人或者其他组织。

本法所称广告代言人，是指广告主以外的，在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然人、法人或者其他组织。

第三条 广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。

第四条 广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。广告主应当对广告内容的真实性负责。

第五条 广告主、广告经营者、广告发布者从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实信用，公平竞争。

第六条 国务院工商行政管理部门主管全国的广告监督管理工作，国务院有关部门在各自的职责范围内负责广告管理相关工作。

县级以上地方工商行政管理部门主管本行政区域的广告监督管理工作，县级以上地方人民政府有关部门在各自的职责范围内负责广告管理相关工作。

第七条 广告行业组织依照法律、法规和章程的规定，制定行业规范，加强行业自律，促进行业发展，引导会员依法从事广告活动，推动广告行业诚信建设。

第二章 广告内容准则

第九条 广告不得有下列情形：

……

(六) 危害人身、财产安全，泄露个人隐私；

第十二条 广告中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，不得在广告中谎称取得专利权。

禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。

第三章 广告行为规范

第四十三条 任何单位或者个人未经当事人同意或者请求，不得向其住宅、交通工具等发送广告，也不得以电子信息方式向其发送广告。

以电子信息方式发送广告的，应当明示发送者的真实身份和联系方式，并向接收者提供拒绝继续接收的方式。

第四十四条 利用互联网从事广告活动，适用本法各项规定。

利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。

第四十五条 公共场所的管理者或者电信业务经营者、互联网信息服务提供者对其明知或者应知的利用其场所或者信息传输、发布平台发送、发布违法广告的，应当予以制止。

第五章 法律责任

第六十四条 违反本法第四十五条规定，公共场所的管理者和电信业务经营者、互联网信息服务提供者，明知或者应知广告活动违法不予制止的，由工商行政管理部门没收违法所得，违法所得五万元以上的，并处违法所得一倍以上三倍以下的罚款，违法所得不足五万元的，并处一万元以上五万元以下的罚款；情节严重的，由有关部门依法停止相关业务。

7.中华人民共和国反不正当竞争法

基本信息：

【发布机关】全国人大常委会

【时效性】现行有效

【发文字号】中华人民共和国主席令第 29 号

【效力级别】法律

【发布日期】2017.11.04

【实施日期】2018.01.01

中华人民共和国反不正当竞争法（2019 年修正）（节选）

第二章 不正当竞争行为

第九条 经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：

（一）以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密；

（二）披露、使用或者允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密；

（三）违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；

（四）教唆、引诱、帮助他人违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，获取、披露、使用或者允许他人使用权利人的商业秘密。

经营者以外的其他自然人、法人和非法人组织实施前款所列违法行为的，视为侵犯商业秘密。

第三人明知或者应知商业秘密权利人的员工、前员工或者其他单位、个人实施本条第一款所列违法行为，仍获取、披露、使用或者允许他人使用该商业秘密的，视为侵犯商业秘密。

本法所称的商业秘密，是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。

第十一条 经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

第十二条 经营者利用网络从事生产经营活动，应当遵守本法的各项规定。

经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为：

(一)未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；

(二)误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；

(三)恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；

(四)其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

第四章 法律责任

第二十条 经营者违反本法第八条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易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的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。

经营者违反本法第八条规定，属于发布虚假广告的，依照《中华人民共和国广告法》的规定处罚。

第二十四条 经营者违反本法第十二条规定妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的，由监督检查部门责令停止违法行为，处十万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上三百万元以下的罚款。

8. 中华人民共和国未成年人保护法 (2020 修订)

基本信息：

【发布机关】全国人大常委会	【时效性】现行有效
【发文字号】主席令第57号	【效力级别】法律
【发布日期】2020.10.17	【实施日期】2021.06.01

中华人民共和国未成年人保护法（2020 修订）【节选】

第一章 总 则

第四条 保护未成年人，应当坚持最有利于未成年人的原则。处理涉及未成年人事项，应当符合下列要求：

- （一）给予未成年人特殊、优先保护；
- （二）尊重未成年人人格尊严；
- （三）保护未成年人隐私权和个人信息；
- （四）适应未成年人身心健康发展的规律和特点；
- （五）听取未成年人的意见；
- （六）保护与教育相结合。

第五章 网络保护

第七十二条 信息处理者通过网络处理未成年人个人信息的，应当遵循合法、正当和必要的原则。处理不满十四周岁未成年人个人信息的，应当征得未成年人的父母或者其他监护人同意，但法律、行政法规另有规定的除外。

未成年人、父母或者其他监护人要求信息处理者更正、删除未成年人个人信息的，信息处理者应当及时采取措施予以更正、删除，但法律、行政法规另有规定的除外。

第七十五条 网络游戏经依法审批后方可运营。

国家建立统一的未成年人网络游戏电子身份认证系统。网络游戏服务提供者应当要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏。

网络游戏服务提供者应当按照国家有关规定和标准，对游戏产品进行分类，作出适龄提示，并采取技术措施，不得让未成年人接触不适宜的游戏或者游戏功能。

网络游戏服务提供者不得在每日二十二时至次日八时向未成年人提供网络游戏服务。

第七十六条 网络直播服务提供者不得为未满十六周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务；为年满十六周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务时，应当对其身份信息进行认证，并征得其父母或者其他监护人同意。

第七章 司法保护

第一百零三条 公安机关、人民检察院、人民法院、司法行政部门以及其他组织和个人不得披露有关案件中未成年人的姓名、影像、住所、就读学校以及其他可能识别出其身份的信息，但查找失踪、被拐卖未成年人等情形除外。

第八章 法律责任

第一百二十七条 信息处理者违反本法第七十二条规定，或者网络产品和服务提供者违反本法第七十三条、第七十四条、第七十五条、第七十六条、第七十七条、第八十条规定的，由公安、网信、电信、新闻出版、广播电视、文化和旅游等有关部门按照职责分工责令改正，给予警告，没收违法所得，违法所得一百万元以上的，并处违法所得一倍以上十倍以下罚款，没有违法所得或者违法所得不足一百万元的，并处十万元以上一百万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他责任人员处一万元以上十万元以下罚款；拒不改正或者情节严重的，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、吊销营业执照或者吊销相关许可证。

9. 中华人民共和国电子商务法

基本信息：

【发布机关】全国人大常委会	【时效性】现行有效
【发文字号】主席令第七号	【效力级别】法律
【发布日期】2018.08.31	【实施日期】2019.01.01

中华人民共和国电子商务法【节选】

第一章 总 则

第五条 电子商务经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德，公平参与市场竞争，履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务，承担产品和服务质量责任，接受政府和社会的监督。

第二章 电子商务经营者

第一节 一般规定

第十八条 电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。

电子商务经营者向消费者发送广告的，应当遵守《中华人民共和国广告法》的有关规

定。

第二十三条 电子商务经营者收集、使用其用户的个人信息，应当遵守法律、行政法规有关个人信息保护的规定。

第二十四条 电子商务经营者应当明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，不得对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件。

电子商务经营者收到用户信息查询或者更正、删除的申请，应当在核实身份后及时提供查询或者更正、删除用户信息。用户注销的，电子商务经营者应当立即删除该用户的信息；依照法律、行政法规的规定或者双方约定保存的，依照其规定。

第二十五条 有关主管部门依照法律、行政法规的规定要求电子商务经营者提供有关电子商务数据信息的，电子商务经营者应当提供。有关主管部门应当采取必要措施保护电子商务经营者提供的信息的安全，并对其中的个人信息、隐私和商业秘密严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。

第二节 电子商务平台经营者

第三十一条 电子商务平台经营者应当记录、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；法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第三十二条 电子商务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，明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护等方面的权利和义务。

第五章 电子商务促进

第六十九条 国家维护电子商务交易安全，保护电子商务用户信息，鼓励电子商务数据开发应用，保障电子商务数据依法有序自由流动。

国家采取措施推动建立公共数据共享机制，促进电子商务经营者依法利用公共数据。

第六章 法律责任

第七十五条 电子商务经营者违反本法第十二条、第十三条规定，未取得相关行政许可从事经营活动，或者销售、提供法律、行政法规禁止交易的商品、服务，或者不履行本法第二十五条规定的信息提供义务，电子商务平台经营者违反本法第四十六条规定，采取集中交易方式进行交易，或者进行标准化合约交易的，依照有关法律、行政法规的规定处罚。

第七十六条 电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部

门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚：

.....

(三) 未明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，或者对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件的。

电子商务平台经营者对违反前款规定的平台内经营者未采取必要措施的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款。

第七十七条 电子商务经营者违反本法第十八条第一款规定提供搜索结果，或者违反本法第十九条规定搭售商品、服务的，由市场监督管理部门责令限期改正，没收违法所得，可以并处五万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，并处二十万元以上五十万元以下的罚款。

第七十九条 电子商务经营者违反法律、行政法规有关个人信息保护的规定，或者不履行本法第三十条和有关法律、行政法规规定的网络安全保障义务的，依照《中华人民共和国网络安全法》等法律、行政法规的规定处罚。

第八十条 电子商务平台经营者有下列行为之一的，由有关主管部门责令限期改正；逾期不改正的，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万元以下的罚款：

(四) 不履行本法第三十一条规定的商品和服务信息、交易信息保存义务的。

法律、行政法规对前款规定的违法行为的处罚另有规定的，依照其规定。

第八十六条 电子商务经营者有本法规定的违法行为的，依照有关法律、行政法规的规定记入信用档案，并予以公示。

第八十七条 依法负有电子商务监督管理职责的部门的工作人员，玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊，或者泄露、出售或者非法向他人提供在履行职责中所知悉的个人信息、隐私和商业秘密的，依法追究法律责任。

(二) 行政法规

1. 广告管理条例

基本信息：

【发布机关】国务院

【时效性】现行有效

【发文字号】国发〔1987〕94号

【效力级别】行政法规

【发布日期】1987.10.26

【实施日期】1987.12.01

广告管理条例

第一条 为了加强广告管理，推动广告事业的发展，有效地利用广告媒介为社会主义建设服务，制定本条例。

第二条 凡通过报刊、广播、电视、电影、路牌、橱窗、印刷品、霓虹灯等媒介或者形式，在中华人民共和国境内刊播、设置、张贴广告、均属本条例管理范围。

第三条 广告内容必须真实、健康、清晰、明白，不得以任何形式欺骗用户和消费者。

第四条 在广告经营活动中，禁止垄断和不正当竞争行为。

第五条 广告的管理机关是国家工商行政管理机关和地方各级工商行政管理机关。

第六条 经营广告业务的单位和个体工商户（以下简称广告经营者），应当按照本条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续：

- （一）专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；
- （二）兼营广告业务的事业单位，发给《广告经营许可证》；
- （三）具备经营广告业务能力的个体工商户，发给《营业执照》；
- （四）兼营广告业务的企业，应当办理经营范围变更登记。

第七条 广告客户申请刊播、设置、张贴的广告，其内容应当在广告客户的经营范围内或者国家许可的范围内。

第八条 广告有下列内容之一的，不得刊播、设置、张贴：

- （一）违反我国法律、法规的；
- （二）损害我国民族尊严的；
- （三）有中国国旗、国徽、国歌标志、国歌音响的；
- （四）有反动、淫秽、迷信、荒诞内容的；
- （五）弄虚作假的；
- （六）贬低同类产品的。

第九条 新闻单位刊播广告，应当有明确标志。新闻单位不得以新闻报道形式刊播广告，收取费用；新闻记者不得借采访名义招揽广告。

第十条 禁止利用广播、电视、报刊为卷烟做广告。获得国家级、部级、省级各类奖

的优质名酒，经工商行政管理机关批准，可以做广告。

第十一条 申请刊播、设置、张贴下列广告，应当提交有关证明：

（一）标明质量标准商品广告，应当提交省辖市以上标准化管理部门或者经计量认证合格的质量检验机构的证明；

（二）标明获奖商品广告，应当提交本届、本年度或者数届、数年度连续获奖的证书，并在广告中注明获奖级别和颁奖部门；

（三）标明优质产品称号的商品广告，应当提交专利证书；

（四）标明专利权和商品广告，应当提交专利证书；

（五）标明注册商标的商品广告，应当提交商标注册证；

（六）实施生产许可证的产品广告，应当提交生产许可证；

（七）文化、教育、卫生广告，应当提交上级行政主管部门的证明；

（八）其他各类广告，需要提交证明的，应当提交政府有关部门或者其授权单位的证明。

第十二条 广告经营者承办或者代理广告业务，应当查验证明，审查广告内容。对违反本条例规定的广告，不得刊播、设置、张贴。

第十三条 户外广告的设置、张贴，由当地人民政府组织工商行政管理、城建、环保、公安等有关部门制订规划，工商行政管理机关负责监督实施。在政府机关和文物保护单位周围的建筑控制地带以及当地人民政府禁止设置、张贴广告的区域，不得设置、张贴广告。

第十四条 广告收费标准，由广告经营者制订，报当地工商行政管理机关和物价管理机关备案。

第十五条 广告业务代理费标准，由国家工商行政管理机关会同国家物价管理机关制定。户外广告场地费、建筑物占用费的收费标准，由当地工商行政管理机关会同物价、城建部门协商制订，报当地人民政府批准。

第十六条 广告经营者必须按照国家规定设置广告会计帐簿，依法纳税，并接受财政、审计、工商行政管理部门的监督检查。

第十七条 广告经营者承办或者代理广告业务，应当与客户或者被代理人签订书面合同，明确各方的责任。

第十八条 广告客户或者广告经营者违反本条例规定，由工商行政管理机关根据其情节轻重，分别给予下列处罚：

（一）停止发布广告；

（二）责令公开更正；

- (三) 通报批评;
- (四) 没收违法所得;
- (五) 罚款;
- (六) 停业整顿;
- (七) 吊销营业执照或者广告经营许可证。

违反本条例规定，情节严重，构成犯罪的，由司法机关依法追究刑事责任。

第十九条 广告客户和广告经营者对工商行政管理机关处罚决定不服的，可以在收到处罚通知之日起十五日内，向上一级工商行政管理机关申请复议。对复议决定仍不服的，可以在收到复议决定之日起三十日内，向人民法院起诉。

第二十条 广告客户和广告经营者违反本条例规定，使用户和消费者蒙受损失，或者有其他侵权行为的，应当承担赔偿责任。损害赔偿，受害人可以请求县级以上工商行政管理机关处理，当事人对工商行政管理机关处理不服的，可以向人民法院起诉。受害人也可以直接向人民法院起诉。

第二十一条 本条例由国家工商行政管理局负责解释；施行细则由国家工商行政管理局制定。

第二十二条 本条例自1987年12月1日起施行。1982年2月6日国务院发布的《广告管理暂行条例》同时废止。

2. 信息网络传播权保护条例

基本信息:

【发布机关】国务院

【时效性】现行有效

【发文字号】国务院令 第 468 号

【效力级别】行政法规

【发布日期】2006.05.10

【实施日期】2006.07.01

信息网络传播权保护条例

第一条 为保护著作权人、表演者、录音录像制作者（以下统称权利人）的信息网络传播权，鼓励有益于社会主义精神文明、物质文明建设的作品的创作和传播，根据《中华人民共和国著作权法》（以下简称著作权法），制定本条例。

第二条 权利人享有的信息网络传播权受著作权法和本条例保护。除法律、行政法规另有规定的外，任何组织或者个人将他人的作品、表演、录音录像制品通过信息网络向公众提供，应当取得权利人许可，并支付报酬。

第三条 依法禁止提供的作品、表演、录音录像制品，不受本条例保护。

权利人行使信息网络传播权，不得违反宪法和法律、行政法规，不得损害公共利益。

第四条 为了保护信息网络传播权，权利人可以采取技术措施。

任何组织或者个人不得故意避开或者破坏技术措施，不得故意制造、进口或者向公众提供主要用于避开或者破坏技术措施的装置或者部件，不得故意为他人避开或者破坏技术措施提供技术服务。但是，法律、行政法规规定可以避开的除外。

第五条 未经权利人许可，任何组织或者个人不得进行下列行为：

（一）故意删除或者改变通过信息网络向公众提供的作品、表演、录音录像制品的权利管理电子信息，但由于技术上的原因无法避免删除或者改变的除外；

（二）通过信息网络向公众提供明知或者应知未经权利人许可被删除或者改变权利管理电子信息的作品、表演、录音录像制品。

第六条 通过信息网络提供他人作品，属于下列情形的，可以不经著作权人许可，不向其支付报酬：

（一）为介绍、评论某一作品或者说明某一问题，在向公众提供的作品中适当引用已经发表的作品；

（二）为报道时事新闻，在向公众提供的作品中不可避免地再现或者引用已经发表的作品；

（三）为学校课堂教学或者科学研究，向少数教学、科研人员提供少量已经发表的作品；

（四）国家机关为执行公务，在合理范围内向公众提供已经发表的作品；

（五）将中国公民、法人或者其他组织已经发表的、以汉语言文字创作的作品翻译成少数民族语言文字作品，向中国境内少数民族提供；

（六）不以营利为目的，以盲人能够感知的独特方式向盲人提供已经发表的文字作品；

（七）向公众提供在信息网络上已经发表的关于政治、经济问题的时事性文章；

（八）向公众提供在公众集会上发表的讲话。

第七条 图书馆、档案馆、纪念馆、博物馆、美术馆等可以不经著作权人许可，通过信息网络向本馆馆舍内服务对象提供本馆收藏的合法出版的数字作品和依法为陈列或者保存版本的需要以数字化形式复制的作品，不向其支付报酬，但不得直接或者间接获得经济利益。当事人另有约定的除外。

前款规定的为陈列或者保存版本需要以数字化形式复制的作品，应当是已经损毁或者濒临损毁、丢失或者失窃，或者其存储格式已经过时，并且在市场上无法购买或者只能以明显高于标定的价格购买的作品。

第八条 为通过信息网络实施九年制义务教育或者国家教育规划，可以不经著作权人许可，使用其已经发表作品的片断或者短小的文字作品、音乐作品或者单幅的美术作品、摄影作品制作课件，由制作课件或者依法取得课件的远程教育机构通过信息网络向注册学生提供，但应当向著作权人支付报酬。

第九条 为扶助贫困，通过信息网络向农村地区的公众免费提供中国公民、法人或者其他组织已经发表的种植养殖、防病治病、防灾减灾等与扶助贫困有关的作品和适应基本文化需求的作品，网络服务提供者应当在提供前公告拟提供的作品及其作者、拟支付报酬的标准。自公告之日起 30 日内，著作权人不同意提供的，网络服务提供者不得提供其作品；自公告之日起满 30 日，著作权人没有异议的，网络服务提供者可以提供其作品，并按照公告的标准向著作权人支付报酬。网络服务提供者提供著作权人的作品后，著作权人不同意提供的，网络服务提供者应当立即删除著作权人的作品，并按照公告的标准向著作权人支付提供作品期间的报酬。

依照前款规定提供作品的，不得直接或者间接获得经济利益。

第十条 依照本条例规定不经著作权人许可、通过信息网络向公众提供其作品的，还应当遵守下列规定：

（一）除本条例第六条第（一）项至第（六）项、第七条规定的情形外，不得提供作者事先声明不许提供的作品；

（二）指明作品的名称和作者的姓名（名称）；

（三）依照本条例规定支付报酬；

（四）采取技术措施，防止本条例第七条、第八条、第九条规定的服务对象以外的其他人获得著作权人的作品，并防止本条例第七条规定的服务对象复制行为对著作权人利益造成实质性损害；

（五）不得侵犯著作权人依法享有的其他权利。

第十一条 通过信息网络提供他人表演、录音录像制品的，应当遵守本条例第六条至第十条的规定。

第十二条 属于下列情形的，可以避开技术措施，但不得向他人提供避开技术措施的技术、装置或者部件，不得侵犯权利人依法享有的其他权利：

（一）为学校课堂教学或者科学研究，通过信息网络向少数教学、科研人员提供已经

发表的作品、表演、录音录像制品，而该作品、表演、录音录像制品只能通过信息网络获取；

(二) 不以营利为目的，通过信息网络以盲人能够感知的独特方式向盲人提供已经发表的文字作品，而该作品只能通过信息网络获取；

(三) 国家机关依照行政、司法程序执行公务；

(四) 在信息网络上对计算机及其系统或者网络的安全性能进行测试。

第十三条 著作权行政管理部门为了查处侵犯信息网络传播权的行为，可以要求网络服务提供者提供涉嫌侵权的服务对象的姓名（名称）、联系方式、网络地址等资料。

第十四条 对提供信息存储空间或者提供搜索、链接服务的网络服务提供者，权利人认为其服务所涉及的作品、表演、录音录像制品，侵犯自己的信息网络传播权或者被删除、改变了自己的权利管理电子信息的，可以向该网络服务提供者提交书面通知，要求网络服务提供者删除该作品、表演、录音录像制品，或者断开与该作品、表演、录音录像制品的链接。通知书应当包含下列内容：

(一) 权利人的姓名（名称）、联系方式和地址；

(二) 要求删除或者断开链接的侵权作品、表演、录音录像制品的名称和网络地址；

(三) 构成侵权的初步证明材料。

权利人应当对通知书的真实性负责。

第十五条 网络服务提供者接到权利人的通知书后，应当立即删除涉嫌侵权的作品、表演、录音录像制品，或者断开与涉嫌侵权的作品、表演、录音录像制品的链接，并同时将通知书转送提供作品、表演、录音录像制品的服务对象；服务对象网络地址不明、无法转送的，应当将通知书的内容同时在信息网络上公告。

第十六条 服务对象接到网络服务提供者转送的通知书后，认为其提供的作品、表演、录音录像制品未侵犯他人权利的，可以向网络服务提供者提交书面说明，要求恢复被删除的作品、表演、录音录像制品，或者恢复与被断开的作品、表演、录音录像制品的链接。书面说明应当包含下列内容：

(一) 服务对象的姓名（名称）、联系方式和地址；

(二) 要求恢复的作品、表演、录音录像制品的名称和网络地址；

(三) 不构成侵权的初步证明材料。

服务对象应当对书面说明的真实性负责。

第十七条 网络服务提供者接到服务对象的书面说明后，应当立即恢复被删除的作

品、表演、录音录像制品，或者可以恢复与被断开的作品、表演、录音录像制品的链接，同时将服务对象的书面说明转送权利人。权利人不得再通知网络服务提供者删除该作品、表演、录音录像制品，或者断开与该作品、表演、录音录像制品的链接。

第十八条 违反本条例规定，有下列侵权行为之一的，根据情况承担停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等民事责任；同时损害公共利益的，可以由著作权行政管理部门责令停止侵权行为，没收违法所得，并可处以 10 万元以下的罚款；情节严重的，著作权行政管理部门可以没收主要用于提供网络服务的计算机等设备；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

（一）通过信息网络擅自向公众提供他人的作品、表演、录音录像制品的；

（二）故意避开或者破坏技术措施的；

（三）故意删除或者改变通过信息网络向公众提供的作品、表演、录音录像制品的权利管理电子信息，或者通过信息网络向公众提供明知或者应知未经权利人许可而被删除或者改变权利管理电子信息的作品、表演、录音录像制品的；

（四）为扶助贫困通过信息网络向农村地区提供作品、表演、录音录像制品超过规定范围，或者未按照公告的标准支付报酬，或者在权利人不同意提供其作品、表演、录音录像制品后未立即删除的；

（五）通过信息网络提供他人的作品、表演、录音录像制品，未指明作品、表演、录音录像制品的名称或者作者、表演者、录音录像制作者的姓名（名称），或者未支付报酬，或者未依照本条例规定采取技术措施防止服务对象以外的其他人获得他人的作品、表演、录音录像制品，或者未防止服务对象的复制行为对权利人利益造成实质性损害的。

第十九条 违反本条例规定，有下列行为之一的，由著作权行政管理部门予以警告，没收违法所得，没收主要用于避开、破坏技术措施的装置或者部件；情节严重的，可以没收主要用于提供网络服务的计算机等设备，并可处以 10 万元以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

（一）故意制造、进口或者向他人提供主要用于避开、破坏技术措施的装置或者部件，或者故意为他人避开或者破坏技术措施提供技术服务的；

（二）通过信息网络提供他人的作品、表演、录音录像制品，获得经济利益的；

（三）为扶助贫困通过信息网络向农村地区提供作品、表演、录音录像制品，未在提供前公告作品、表演、录音录像制品的名称和作者、表演者、录音录像制作者的姓名（名称）以及报酬标准的。

第二十条 网络服务提供者根据服务对象的指令提供网络自动接入服务，或者对服务

对象提供的作品、表演、录音录像制品提供自动传输服务，并具备下列条件的，不承担赔偿责任：

（一）未选择并且未改变所传输的作品、表演、录音录像制品；

（二）向指定的服务对象提供该作品、表演、录音录像制品，并防止指定的服务对象以外的其他人获得。

第二十一条 网络服务提供者为了提高网络传输效率，自动存储从其他网络服务提供者获得的作品、表演、录音录像制品，根据技术安排自动向服务对象提供，并具备下列条件的，不承担赔偿责任：

（一）未改变自动存储的作品、表演、录音录像制品；

（二）不影响提供作品、表演、录音录像制品的原网络服务提供者掌握服务对象获取该作品、表演、录音录像制品的情况；

（三）在原网络服务提供者修改、删除或者屏蔽该作品、表演、录音录像制品时，根据技术安排自动予以修改、删除或者屏蔽。

第二十二条 网络服务提供者服务对象提供信息存储空间，供服务对象通过信息网络向公众提供作品、表演、录音录像制品，并具备下列条件的，不承担赔偿责任：

（一）明确标示该信息存储空间是为服务对象所提供，并公开网络服务提供者的名称、联系人、网络地址；

（二）未改变服务对象所提供的作品、表演、录音录像制品；

（三）不知道也没有合理的理由应当知道服务对象提供的作品、表演、录音录像制品侵权；

（四）未从服务对象提供作品、表演、录音录像制品中直接获得经济利益；

（五）在接到权利人的通知书后，根据本条例规定删除权利人认为侵权的作品、表演、录音录像制品。

第二十三条 网络服务提供者服务对象提供搜索或者链接服务，在接到权利人的通知书后，根据本条例规定断开与侵权的作品、表演、录音录像制品的链接的，不承担赔偿责任；但是，明知或者应知所链接的作品、表演、录音录像制品侵权的，应当承担共同侵权责任。

第二十四条 因权利人的通知导致网络服务提供者错误删除作品、表演、录音录像制品，或者错误断开与作品、表演、录音录像制品的链接，给服务对象造成损失的，权利人应当承担赔偿责任。

第二十五条 网络服务提供者无正当理由拒绝提供或者拖延提供涉嫌侵权的服务对象的姓名（名称）、联系方式、网络地址等资料的，由著作权行政管理部门予以警告；情节严重的，没收主要用于提供网络服务的计算机等设备。

第二十六条 本条例下列用语的含义：

信息网络传播权，是指以有线或者无线方式向公众提供作品、表演或者录音录像制品，使公众可以在其个人选定的时间和地点获得作品、表演或者录音录像制品的权利。

技术措施，是指用于防止、限制未经权利人许可浏览、欣赏作品、表演、录音录像制品的或者通过信息网络向公众提供作品、表演、录音录像制品的有效技术、装置或者部件。

权利管理电子信息，是指说明作品及其作者、表演及其表演者、录音录像制品及其制作者的信息，作品、表演、录音录像制品权利人的信息和使用条件的信息，以及表示上述信息的数字或者代码。

第二十七条 本条例自 2006 年 7 月 1 日起施行。

3. 互联网信息服务管理办法（2011 修订）

基本信息：

【发布机关】国务院

【时效性】现行有效

【发文字号】国务院令 第 588 号

【效力级别】行政法规

【发布日期】2011.01.08

【实施日期】2011.01.08

互联网信息服务管理办法（2011 修订）【节选】

第六条 从事经营性互联网信息服务，除应当符合《中华人民共和国电信条例》规定的要求外，还应当具备下列条件：

（一）有业务发展计划及相关技术方案；

（二）有健全的网络与信息安全保障措施，包括网站安全保障措施、信息安全保密管理制度、用户信息安全管理制度；

（三）服务项目属于本办法第五条规定范围的，已取得有关主管部门同意的文件。

第十四条 从事新闻、出版以及电子公告等服务项目的互联网信息服务提供者，应当记录提供的信息内容及其发布时间、互联网地址或者域名；互联网接入服务提供者应当记录上网用户的上网时间、用户账号、互联网地址或者域名、主叫电话号码等信息。

互联网信息服务提供者和互联网接入服务提供者的记录备份应当保存 60 日，并在国家有关机关依法查询时，予以提供。

第十五条 互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播含有下列内容的信息：

.....

(八) 侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；

(九) 含有法律、行政法规禁止的其他内容的。

第十六条 互联网信息服务提供者发现其网站传输的信息明显属于本办法第十五条所列内容之一的，应当立即停止传输，保存有关记录，并向国家有关机关报告。

第二十条 制作、复制、发布、传播本办法第十五条所列内容之一的信息，构成犯罪的，依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，由公安机关、国家安全机关依照《中华人民共和国刑法》、《治安管理处罚法》、《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》等有关法律、行政法规的规定予以处罚；对经营性互联网信息服务提供者，并由发证机关责令停业整顿直至吊销经营许可证，通知企业登记机关；对非经营性互联网信息服务提供者，并由备案机关责令暂时关闭网站直至关闭网站。

4. 广播电视管理条例（2020 修订）

基本信息：

【发布机关】国务院

【时效性】现行有效

【发文字号】国务院令 第 732 号

【效力级别】行政法规

【发布日期】2020.11.29

【实施日期】2020.11.29

广播电视管理条例（2020 修订）【节选】

第四章 广播电视节目

第三十条 广播电台、电视台应当按照国务院广播电视行政部门批准的节目设置范围开办节目。

第三十一条 广播电视节目由广播电台、电视台和省级以上人民政府广播电视行政部门批准设立的广播电视节目制作经营单位制作。广播电台、电视台不得播放未取得广播电视节目制作经营许可的单位制作的广播电视节目。

第三十二条 广播电台、电视台应当提高广播电视节目质量，增加国产优秀节目数量，禁止制作、播放载有下列内容的节目：

(一)危害国家的统一、主权和领土完整的;

(二)危害国家的安全、荣誉和利益的;

(三)煽动民族分裂,破坏民族团结的;

(四)泄露国家秘密的;

(五)诽谤、侮辱他人的;

(六)宣扬淫秽、迷信或者渲染暴力的;

(七)法律、行政法规规定禁止的其他内容。

第三十三条 广播电台、电视台对其播放的广播电视节目内容,应当依照本条例第三十二条的规定进行播前审查,重播重审。

第三十四条 广播电视新闻应当真实、公正。

第三十五条 设立电视剧制作单位,应当经国务院广播电视行政部门批准,取得电视剧制作许可证后,方可制作电视剧。

电视剧的制作和播出管理办法,由国务院广播电视行政部门规定。

第三十六条 广播电台、电视台应当使用规范的语言文字。

广播电台、电视台应当推广全国通用的普通话。

第三十七条 地方广播电台、电视台或者广播电视站,应当按照国务院广播电视行政部门的有关规定转播广播电视节目。

乡、镇设立的广播电视站不得自办电视节目。

第三十八条 广播电台、电视台应当按照节目预告播放广播电视节目;确需更换、调整原预告节目的,应当提前向公众告示。

第三十九条 用于广播电台、电视台播放的境外电影、电视剧,必须经国务院广播电视行政部门审查批准。用于广播电台、电视台播放的境外其他广播电视节目,必须经国务院广播电视行政部门或者其授权的机构审查批准。

向境外提供的广播电视节目,应当按照国家有关规定向省级以上人民政府广播电视行政部门备案。

第四十条 广播电台、电视台播放境外广播电视节目的时间与广播电视节目总播放时间的比例,由国务院广播电视行政部门规定。

第四十一条 广播电台、电视台以卫星等传输方式进口、转播境外广播电视节目,必须经国务院广播电视行政部门批准。

第四十二条 广播电台、电视台播放广告，不得超过国务院广播电视行政部门规定的时间。

广播电台、电视台应当播放公益性广告。

第四十三条 国务院广播电视行政部门在特殊情况下，可以作出停止播出、更换特定节目或者指定转播特定节目的决定。

第四十四条 教育电视台应当按照国家有关规定播放各类教育教学节目，不得播放与教学内容无关的电影、电视片。

第四十五条 举办国际性广播电视节目交流、交易活动，应当经国务院广播电视行政部门批准，并由指定的单位承办。举办国内区域性广播电视节目交流、交易活动，应当经举办地的省、自治区、直辖市人民政府广播电视行政部门批准，并由指定的单位承办。

第四十六条 对享有著作权的广播电视节目的播放和使用，依照《中华人民共和国著作权法》的规定办理。

(三) 部门规章

1. 医疗广告管理办法（2006 修改）

基本信息：

【发布机关】国家工商行政管理总局（已撤销）、 卫生部（已撤销）	【时效性】现行有效
【发文字号】中华人民共和国国家工商行政管理总局、中华人民共和国卫生部令第 26 号	【效力级别】行政法规
【发布日期】2006.11.10	【实施日期】2007.01.01

医疗广告管理办法（2006 修改）【节选】

第六条 医疗广告内容仅限于以下项目：

- （一）医疗机构第一名称；
- （二）医疗机构地址；
- （三）所有制形式；
- （四）医疗机构类别；
- （五）诊疗科目；
- （六）床位数；

(七) 接诊时间;

(八) 联系电话。

(一) 至 (六) 项发布的内容必须与卫生行政部门、中医药管理部门核发的《医疗机构执业许可证》或其副本载明的内容一致。

第七条 医疗广告的表现形式不得含有以下情形:

(一) 涉及医疗技术、诊疗方法、疾病名称、药物的;

(二) 保证治愈或者隐含保证治愈的;

(三) 宣传治愈率、有效率等诊疗效果的;

(四) 淫秽、迷信、荒诞的;

(五) 贬低他人的;

(六) 利用患者、卫生技术人员、医学教育科研机构及人员以及其他社会社团、组织的名义、形象作证明的;

(七) 使用解放军和武警部队名义的;

(八) 法律、行政法规规定禁止的其他情形。

2. 公益广告促进和管理暂行办法

基本信息:

【发布机关】国家工商行政管理总局,国家互联网信息办公室,工业和信息化部,住房和城乡建设部,交通运输部,国家新闻出版广电总局

【时效性】现行有效

【发文字号】国家工商行政管理总局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部、住房和城乡建设部、交通运输部、国家新闻出版广电总局令第 84 号

【效力级别】部门规章

【发布日期】2016.01.15

【实施日期】2016.03.01

公益广告促进和管理暂行办法【节选】

第四条 公益广告活动在中央和各级精神文明建设指导委员会指导协调下开展。

工商行政管理部门履行广告监管和指导广告业发展职责,负责公益广告工作的规划和有关管理工作。

新闻出版广电部门负责新闻出版和广播电视媒体公益广告制作、刊播活动的指导和管

理。

通信主管部门负责电信业务经营者公益广告制作、刊播活动的指导和管理。

网信部门负责互联网企业公益广告制作、刊播活动的指导和管理。

铁路、公路、水路、民航等交通运输管理部门负责公共交通运输工具及相关场站公益广告刊播活动的指导和管理。

住房城乡建设部门负责城市户外广告设施设置、建筑工地围挡、风景名胜区公益广告刊播活动的指导和管理。

精神文明建设指导委员会其他成员单位应当积极做好公益广告有关工作，涉及本部门职责的，应当予以支持，并做好相关管理工作。

第九条 广播电台、电视台按照新闻出版广电部门规定的条（次），在每套节目每日播出公益广告。其中，广播电台在 6:00 至 8:00 之间、11:00 至 13:00 之间，电视台在 19:00 至 21:00 之间，播出数量不得少于主管部门规定的条（次）。

中央主要报纸平均每日出版 16 版（含）以上的，平均每月刊登公益广告总量不少于 8 个整版；平均每日出版少于 16 版多于 8 版的，平均每月刊登公益广告总量不少于 6 个整版；平均每日出版 8 版（含）以下的，平均每月刊登公益广告总量不少于 4 个整版。省（自治区、直辖市）和省会、副省级城市党报平均每日出版 12 版（含）以上的，平均每月刊登公益广告总量不少于 6 个整版；平均每日出版 12 版（不含）以下的，平均每月刊登公益广告总量不少于 4 个整版。其他各级党报、晚报、都市报和行业报，平均每月刊登公益广告总量不少于 2 个整版。

中央主要时政类期刊以及各省（自治区、直辖市）和省会、副省级城市时政类期刊平均每期至少刊登公益广告 1 个页面；其他大众生活、文摘类期刊，平均每两期至少刊登公益广告 1 个页面。

政府网站、新闻网站、经营性网站等应当每天在网站、客户端以及核心产品的显著位置宣传展示公益广告。其中，刊播时间应当在 6:00 至 24:00 之间，数量不少于主管部门规定的条（次）。鼓励网站结合自身特点原创公益广告，充分运用新技术新手段进行文字、图片、视频、游戏、动漫等多样化展示，论坛、博客、微博客、即时通讯工具等多渠道传播，网页、平板电脑、手机等多终端覆盖，长期宣传展示公益广告。

电信业务经营者要运用手机媒体及相关经营业务经常性刊播公益广告。

3. 互联网广告管理暂行办法

基本信息:

【发布机关】国家工商行政管理总局

【时效性】现行有效

【发文字号】国家工商行政管理总局令第 87 号

【效力级别】部门规章

【发布日期】2016.07.04

【实施日期】2016.09.01

互联网广告管理暂行办法

第一条 为了规范互联网广告活动,保护消费者的合法权益,促进互联网广告业的健康发展,维护公平竞争的市场经济秩序,根据《中华人民共和国广告法》(以下简称广告法)等法律、行政法规,制定本办法。

第二条 利用互联网从事广告活动,适用广告法和本办法的规定。

第三条 本办法所称互联网广告,是指通过网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介,以文字、图片、音频、视频或者其他形式,直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告。

前款所称互联网广告包括:

- (一) 推销商品或者服务的含有链接的文字、图片或者视频等形式的广告;
- (二) 推销商品或者服务的电子邮件广告;
- (三) 推销商品或者服务的付费搜索广告;
- (四) 推销商品或者服务的商业性展示中的广告,法律、法规和规章规定经营者应当向消费者提供的信息的展示依照其规定;
- (五) 其他通过互联网媒介推销商品或者服务的商业广告。

第四条 鼓励和支持广告行业组织依照法律、法规、规章和章程的规定,制定行业规范,加强行业自律,促进行业发展,引导会员依法从事互联网广告活动,推动互联网广告行业诚信建设。

第五条 法律、行政法规规定禁止生产、销售的商品或者提供的服务,以及禁止发布广告的商品或者服务,任何单位或者个人不得在互联网上设计、制作、代理、发布广告。

禁止利用互联网发布处方药和烟草的广告。

第六条 医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务的广告,未经审查,不得发布。

第七条 互联网广告应当具有可识别性,显著标明“广告”,使消费者能够辨明其为

广告。

付费搜索广告应当与自然搜索结果明显区分。

第八条 利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。

不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。

未经允许，不得在用户发送的电子邮件中附加广告或者广告链接。

第九条 互联网广告主、广告经营者、广告发布者之间在互联网广告活动中应当依法订立书面合同。

第十条 互联网广告主应当对广告内容的真实性负责。

广告主发布互联网广告需具备的主体身份、行政许可、引证内容等证明文件，应当真实、合法、有效。

广告主可以通过自设网站或者拥有合法使用权的互联网媒介自行发布广告，也可以委托互联网广告经营者、广告发布者发布广告。

互联网广告主委托互联网广告经营者、广告发布者发布广告，修改广告内容时，应当以书面形式或者其他可以被确认的方式通知为其提供服务的互联网广告经营者、广告发布者。

第十一条 为广告主或者广告经营者推送或者展示互联网广告，并能够核对广告内容、决定广告发布的自然人、法人或者其他组织，是互联网广告的发布者。

第十二条 互联网广告发布者、广告经营者应当按照国家有关规定建立、健全互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度；审核查验并登记广告主的名称、地址和有效联系方式等主体身份信息，建立登记档案并定期核实更新。

互联网广告发布者、广告经营者应当查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，不得设计、制作、代理、发布。

互联网广告发布者、广告经营者应当配备熟悉广告法规的广告审查人员；有条件的还应当设立专门机构，负责互联网广告的审查。

第十三条 互联网广告可以以程序化购买广告的方式，通过广告需求方平台、媒介方平台以及广告信息交换平台等所提供的信息整合、数据分析等服务进行有针对性地发布。

通过程序化购买广告方式发布的互联网广告，广告需求方平台经营者应当清晰标明广告来源。

第十四条 广告需求方平台是指整合广告主需求，为广告主提供发布服务的广告主服

务平台。广告需求方平台的经营者是互联网广告发布者、广告经营者。

媒介方平台是指整合媒介方资源，为媒介所有者或者管理者提供程序化的广告分配和筛选的媒介服务平台。

广告信息交换平台是提供数据交换、分析匹配、交易结算等服务的数据处理平台。

第十五条 广告需求方平台经营者、媒介方平台经营者、广告信息交换平台经营者以及媒介方平台的成员，在订立互联网广告合同时，应当查验合同相对方的主体身份证明文件、真实名称、地址和有效联系方式等信息，建立登记档案并定期核实更新。

媒介方平台经营者、广告信息交换平台经营者以及媒介方平台成员，对其明知或者应知的违法广告，应当采取删除、屏蔽、断开链接等技术措施和管理措施，予以制止。

第十六条 互联网广告活动中不得有下列行为：

（一）提供或者利用应用程序、硬件等对他人正当经营的广告采取拦截、过滤、覆盖、快进等限制措施；

（二）利用网络通路、网络设备、应用程序等破坏正常广告数据传输，篡改或者遮挡他人正当经营的广告，擅自加载广告；

（三）利用虚假的统计数据、传播效果或者互联网媒介价值，诱导错误报价，谋取不正当利益或者损害他人利益。

第十七条 未参与互联网广告经营活动，仅为互联网广告提供信息服务的互联网信息服务提供者，对其明知或者应知利用其信息服务发布违法广告的，应当予以制止。

第十八条 对互联网广告违法行为实施行政处罚，由广告发布者所在地工商行政管理部门管辖。广告发布者所在地工商行政管理部门管辖异地广告主、广告经营者有困难的，可以将广告主、广告经营者的违法情况移交广告主、广告经营者所在地工商行政管理部门处理。

广告主所在地、广告经营者所在地工商行政管理部门先行发现违法线索或者收到投诉、举报的，也可以进行管辖。

对广告主自行发布的违法广告实施行政处罚，由广告主所在地工商行政管理部门管辖。

第十九条 工商行政管理部门在查处违法广告时，可以行使下列职权：

- （一）对涉嫌从事违法广告活动的场所实施现场检查；
- （二）询问涉嫌违法的有关当事人，对有关单位或者个人进行调查；
- （三）要求涉嫌违法当事人限期提供有关证明文件；

(四) 查阅、复制与涉嫌违法广告有关的合同、票据、账簿、广告作品和互联网广告后台数据, 采用截屏、页面另存、拍照等方法确认互联网广告内容;

(五) 责令暂停发布可能造成严重后果的涉嫌违法广告。

工商行政管理部门依法行使前款规定的职权时, 当事人应当协助、配合, 不得拒绝、阻挠或者隐瞒真实情况。

第二十条 工商行政管理部门对互联网广告的技术监测记录资料, 可以作为对违法的互联网广告实施行政处罚或者采取行政措施电子数据证据。

第二十一条 违反本办法第五条第一款规定, 利用互联网广告推销禁止生产、销售的产品或者提供的服务, 或者禁止发布广告的商品或者服务的, 依照广告法第五十七条第五项的规定予以处罚; 违反第二款的规定, 利用互联网发布处方药、烟草广告的, 依照广告法第五十七条第二项、第四项的规定予以处罚。

第二十二条 违反本办法第六条规定, 未经审查发布广告的, 依照广告法第五十八条第一款第十四项的规定予以处罚。

第二十三条 互联网广告违反本办法第七条规定, 不具有可识别性的, 依照广告法第五十九条第三款的规定予以处罚。

第二十四条 违反本办法第八条第一款规定, 利用互联网发布广告, 未显著标明关闭标志并确保一键关闭的, 依照广告法第六十三条第二款的规定进行处罚; 违反第二款、第三款规定, 以欺骗方式诱使用户点击广告内容的, 或者未经允许, 在用户发送的电子邮件中附加广告或者广告链接的, 责令改正, 处 1 万元以上 3 万元以下的罚款。

第二十五条 违反本办法第十二条第一款、第二款规定, 互联网广告发布者、广告经营者未按照国家有关规定建立、健全广告业务管理制度的, 或者未对广告内容进行核对的, 依照广告法第六十一条第一款的规定予以处罚。

第二十六条 有下列情形之一的, 责令改正, 处 1 万元以上 3 万元以下的罚款:

(一) 广告需求方平台经营者违反本办法第十三条第二款规定, 通过程序化购买方式发布的广告未标明来源的;

(二) 媒介方平台经营者、广告信息交换平台经营者以及媒介方平台成员, 违反本办法第十五条第一款、第二款规定, 未履行相关义务的。

第二十七条 违反本办法第十七条规定, 互联网信息服务提供者明知或者应知互联网广告活动违法不予制止的, 依照广告法第六十四条规定予以处罚。

第二十八条 工商行政管理部门依照广告法和本办法规定所做出的行政处罚决定, 应

当通过企业信用信息公示系统依法向社会公示。

第二十九条 本办法自 2016 年 9 月 1 日起施行。

4. 工商总局关于做好《互联网广告管理暂行办法》贯彻实施工作的通知

基本信息:

【发布机关】国家工商行政管理总局（已撤销）	【时效性】现行有效
【发文字号】工商广字〔2016〕148 号	【效力级别】部门规章
【发布日期】2016.07.26	【实施日期】2016.07.26

工商总局关于做好《互联网广告管理暂行办法》贯彻实施工作的通知

各省、自治区、直辖市及计划单列市、副省级市工商行政管理局、市场监督管理部门：

《互联网广告管理暂行办法》（国家工商行政管理总局令第 87 号，以下简称《暂行办法》）已于 2016 年 7 月 4 日正式公布，将于 9 月 1 日起施行。为了依法规范互联网广告活动，保护消费者合法权益，促进互联网广告业的健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序，现就贯彻落实《暂行办法》有关工作通知如下：

一、高度重视，充分认识贯彻实施《暂行办法》的重要意义

《暂行办法》从互联网和互联网广告行业的实际情况出发，突出互联网广告特点，坚持问题导向，突出可操作性，立足于准确认识和把握互联网广告与传统广告的“同与不同”，着重解决基层监管执法中迫切需要解决的问题，对《广告法》的各项规定作了进一步的明确和细化，规定了互联网广告各活动主体的义务与责任，具有很强的针对性和可操作性。《暂行办法》的颁布施行，对于工商、市场监管部门履行《广告法》赋予的职责，加强互联网广告监管执法，切实保护消费者合法权益具有十分重要的意义。各级工商、市场监管部门要结合“两学一做”的开展，从认真贯彻落实党中央、国务院的决策部署，简政放权放管结合优化服务，加快构建事中事后监管体系的高度，充分认识《暂行办法》实施的重要意义，切实增强广大执法人员的政治意识、大局意识、核心意识和看齐意识，不断提高法律素养，用法治思维、法律手段解决问题，提高依法行政的能力，努力促进互联网广告市场秩序持续好转。

二、加强宣传培训，营造良好的舆论氛围和社会环境

各地工商、市场监管部门要结合《广告法》实施一周年的宣传，加大对《暂行办法》的宣传培训力度，为贯彻实施《暂行办法》营造良好的舆论氛围和社会环境。

（一）开展对执法人员的培训工作，切实提高执法水平。各地工商、市场监管部门要

结合本地实际，科学制定培训计划，对各级监管执法人员开展分批、分层次的集中培训。要结合互联网广告行业的特点和互联网知识，深入学习《暂行办法》的主要内容，全面掌握《广告法》和《暂行办法》的各项规定，依法履职尽责，切实提高全系统监管执法人员的业务水平、依法行政水平和适应新媒体、善用新媒体的新媒体素养，有效提高《暂行办法》的执行力。

(二) 加大对互联网广告活动主体的宣传培训力度，切实增强自律意识。各地工商、市场监管部门要立足实际需求，按照属地负责的原则，开展面向互联网广告主、广告经营者、广告发布者及程序化购买广告模式中各参与主体、互联网信息服务提供者等各类互联网广告活动的参与主体的普法宣传和培训，尤其要向他们普及《暂行办法》中有关义务和责任的规定内容，切实提高履行法定义务和责任的自律意识，为《暂行办法》的正确适用和各参与主体自觉遵守法律规定营造良好的执法环境。要督促互联网广告活动各参与主体自觉对照《广告法》和《暂行办法》的要求整改，确保在 9 月 1 日以前整改到位。

(三) 做好向全社会宣传普及《暂行办法》，切实营造良好社会氛围。要抓住新《广告法》实施一周年、《暂行办法》正式实施的重要时间节点，面向社会各界广泛宣传《暂行办法》，扩大宣传的覆盖面，提高社会知晓率，为互联网广告活动各参与主体和消费者释疑解惑，营造宣传贯彻《暂行办法》、加强互联网广告监管执法的良好社会氛围。

三、认真贯彻实施，扎实做好互联网广告监管工作

各地工商、市场监管部门要以《暂行办法》公布施行为契机，在已有的互联网广告监管工作基础上，加快推进“依法管网”、“以网管网”、“信用管网”和“协同管网”，依法查处虚假违法广告，扎实做好互联网广告监管工作。

(一) 坚持依法行政，加强监管执法。各地工商、市场监管部门要清醒认识互联网广告监管工作的艰巨性和复杂性，切实增强工作的责任感、使命感和紧迫感，把开展互联网广告执法作为当前广告监管工作的重要任务来抓。要建立健全互联网广告监管工作制度，提高互联网广告监管执法制度化、规范化、程序化、法治化水平。

(二) 狠抓案件查办，形成有力震慑。各地工商、市场监管部门要狠抓案件查处，查处一批互联网广告典型案例，形成有力震慑，持续保持整治互联网虚假违法广告的高压态势，发现一起，查处一起。要按照法定权限和程序履行监管职责，严格办案程序，切实做到事实清楚、证据确凿、定性准确、处理恰当、程序合法。坚持处罚和教育相结合的原则，对虚假违法广告既要严格依法处罚，同时也要采取警告、约谈等方式进行批评教育，督促互联网广告活动各参与主体认真整改，严禁以罚代管、一罚了之。

(三) 提升信息技术水平，实现“以网管网”。总局委托浙江省工商局建设的互联网广告监测中心，目前正处于“边建设、边使用”状态，将在 9 月 1 日正式试运行，加大互联网广告监测力度，为互联网广告监管执法提供广告资料采集汇总、违法广告证据固定、

监测信息发布及结果汇总等重要技术支撑。各地工商、市场监管部门也要积极提升互联网广告监管的信息化技术水平，运用互联网的技术和手段做好互联网广告监管工作，实现“以网管网”。

（四）注重督促指导，确保落实到位。各地工商、市场监管部门要加强对互联网广告监管执法工作的指导，督办大案要案，督促各项监管措施落实，确保监管执法到位。要保持高度政治敏锐，杜绝懈怠思想，坚持打早、打小，以严的态度、实的举措，对互联网虚假违法广告，坚决露头就打，切实巩固新《广告法》实施以来的整治成果。

（五）加强协同配合，形成监管合力。各地工商、市场监管部门要加强互联网广告监管执法工作的协调配合，建立健全高效的执法协作和信息沟通共享机制。要主动作为，发挥整治虚假违法广告部际联席会议制度的作用，加强与各成员单位的沟通和联系，做好牵头协调工作，与各成员单位分工负责，齐抓共管，形成监管执法合力。

各地工商、市场监管部门在互联网广告监管执法中有关情况、存在的问题及工作建议，要及时报告工商总局广告监督管理局。

5. 广告发布登记管理规定

基本信息：

【发布机关】国家工商行政管理总局（已撤销）	【时效性】现行有效
【发文字号】国家工商行政管理总局令第 89 号	【效力级别】部门规章
【发布日期】2016.11.01	【实施日期】2016.12.01

广告发布登记管理规定

第一条 为加强对广告发布活动的监督管理，规范广告发布登记，根据《中华人民共和国广告法》（以下简称广告法）、《中华人民共和国行政许可法》等法律、行政法规，制定本规定。

第二条 广播电台、电视台、报刊出版单位（以下统称广告发布单位）从事广告发布业务的，应当向所在地县级以上地方工商行政管理部门申请办理广告发布登记。

第三条 国家工商行政管理总局主管全国广告发布登记的监督管理工作。
县级以上地方工商行政管理部门负责辖区内的广告发布登记和相关监督管理工作。

第四条 办理广告发布登记，应当具备下列条件：

（一）具有法人资格；不具有法人资格的报刊出版单位，由其具有法人资格的主办单

位申请办理广告发布登记;

- (二) 设有专门从事广告业务的机构;
- (三) 配有广告从业人员和熟悉广告法律法规的广告审查人员;
- (四) 具有与广告发布相适应的场所、设备。

第五条 申请办理广告发布登记,应当向工商行政管理部门提交下列材料:

- (一) 《广告发布登记申请表》;
- (二) 相关媒体批准文件:广播电台、电视台应当提交《广播电视播出机构许可证》和《广播电视频道许可证》,报纸出版单位应当提交《报纸出版许可证》,期刊出版单位应当提交《期刊出版许可证》;

- (三) 法人资格证明文件;
- (四) 广告业务机构证明文件及其负责人任命文件;
- (五) 广告从业人员和广告审查人员证明文件;
- (六) 场所使用证明。

工商行政管理部门应当自受理申请之日起 5 个工作日内,作出是否准予登记的决定。准予登记的,应当将准予登记决定向社会公布;不予登记的,书面说明理由。

第六条 广告发布单位应当使用自有的广播频率、电视频道、报纸、期刊发布广告。

第七条 广告发布登记的有效期限,应当与广告发布单位依照本规定第五条第一款第二项规定所提交的批准文件的有效期限一致。

第八条 广告发布登记事项发生变化的,广告发布单位应当自该事项发生变化之日起 30 日内向工商行政管理部门申请变更登记。

申请变更广告发布登记应当提交《广告发布变更登记申请表》和与变更事项相关的证明文件。

工商行政管理部门应当自受理变更申请之日起 5 个工作日内作出是否准予变更的决定。准予变更的,应当将准予变更决定向社会公布;不予变更的,书面说明理由。

第九条 有下列情形之一的,广告发布单位应当及时向工商行政管理部门申请注销登记:

- (一) 广告发布登记有效期届满且广告发布单位未申请延续的;
- (二) 广告发布单位法人资格依法终止的;
- (三) 广告发布登记依法被撤销或者被吊销的;

(四) 广告发布单位由于情况发生变化不具备本规定第四条规定的条件的;

(五) 广告发布单位停止从事广告发布的;

(六) 依法应当注销广告发布登记的其他情形。

第十条 广告发布登记有效期届满需要延续的, 广告发布单位应当于有效期届满 30 日前向工商行政管理部门提出延续申请。工商行政管理部门应当在广告发布登记有效期届满前作出是否准予延续的决定。准予延续的, 应当将准予延续的决定向社会公布; 不予延续的, 书面说明理由; 逾期未作决定的, 视为准予延续。

第十一条 广告发布单位应当建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理、统计报表等制度。

第十二条 广告发布单位应当按照广告业统计报表制度的要求, 按时通过广告业统计系统填报《广告业统计报表》, 向工商行政管理部门报送上一年度广告经营情况。

第十三条 工商行政管理部门应当依照有关规定对辖区内的广告发布单位采取抽查等形式进行监督管理。抽查内容包括:

(一) 是否按照广告发布登记事项从事广告发布活动;

(二) 广告从业人员和广告审查人员情况;

(三) 广告业务承接登记、审核、档案管理、统计报表等基本管理制度的建立和执行情况;

(四) 是否按照规定报送《广告业统计报表》;

(五) 其他需要进行抽查的事项。

第十四条 工商行政管理部门依照广告法的规定吊销广告发布单位的广告发布登记的, 应当自决定作出之日起 10 日内抄告为该广告发布单位进行广告发布登记的工商行政管理部门。

第十五条 广播电台、电视台、报刊出版单位未办理广告发布登记, 擅自从事广告发布业务的, 由工商行政管理部门依照广告法第六十条的规定查处。

以欺骗、贿赂等不正当手段取得广告发布登记的, 由工商行政管理部门依法予以撤销, 处 1 万元以上 3 万元以下罚款。

广告发布登记事项发生变化, 广告发布单位未按规定办理变更登记的, 由工商行政管理部门责令限期变更; 逾期仍未办理变更登记的, 处 1 万元以上 3 万元以下罚款。

广告发布单位不按规定报送《广告业统计报表》的, 由工商行政管理部门予以警告, 责令改正; 拒不改正的, 处 1 万元以下罚款。

第十六条 工商行政管理部门应当将准予广告发布登记、变更登记、注销登记等广告发布登记信息通过本部门门户网站或者政府公共服务平台向社会公布。无法通过上述途径公布的，应当通过报纸等大众传播媒介向社会公布。

企业的广告发布登记信息和行政处罚信息，应当通过企业信用信息公示系统依法向社会公示。

第十七条 本办法自 2016 年 12 月 1 日起施行。2004 年 11 月 30 日国家工商行政管理总局公布的《广告经营许可证管理办法》同时废止。

6. 儿童个人信息网络保护规定

基本信息：

【发布机关】国家互联网信息办公室

【时效性】现行有效

【发文字号】国家互联网信息办公室令第 4 号

【效力级别】部门规章

【实施日期】2019.10.01

【发布日期】2019.08.12

儿童个人信息网络保护规定【节选】

第四条 任何组织和个人不得制作、发布、传播侵害儿童个人信息安全的信息。

第六条 鼓励互联网行业组织指导推动网络运营者制定儿童个人信息保护的行业规范、行为准则等，加强行业自律，履行社会责任。

第七条 网络运营者收集、存储、使用、转移、披露儿童个人信息的，应当遵循正当必要、知情同意、目的明确、安全保障、依法利用的原则。

第八条 网络运营者应当设置专门的儿童个人信息保护规则和用户协议，并指定专人负责儿童个人信息保护。

第九条 网络运营者收集、使用、转移、披露儿童个人信息的，应当以显著、清晰的方式告知儿童监护人，并应当征得儿童监护人的同意。

第十条 网络运营者征得同意时，应当同时提供拒绝选项，并明确告知以下事项：

- (一) 收集、存储、使用、转移、披露儿童个人信息的目的、方式和范围；
- (二) 儿童个人信息存储的地点、期限和到期后的处理方式；
- (三) 儿童个人信息的安全保障措施；
- (四) 拒绝的后果；

- (五) 投诉、举报的渠道和方式;
- (六) 更正、删除儿童个人信息的途径和方法;
- (七) 其他应当告知的事项。

前款规定的告知事项发生实质性变化的,应当再次征得儿童监护人的同意。

第十四条 网络运营者使用儿童个人信息,不得违反法律、行政法规的规定和双方约定的目的、范围。因业务需要,确需超出约定的目的、范围使用的,应当再次征得儿童监护人的同意。

第十五条 网络运营者对其工作人员应当以最小授权为原则,严格设定信息访问权限,控制儿童个人信息知悉范围。工作人员访问儿童个人信息的,应当经过儿童个人信息保护负责人或者其授权的管理人员审批,记录访问情况,并采取技术措施,避免违法复制、下载儿童个人信息。

第十六条 网络运营者委托第三方处理儿童个人信息的,应当对受委托方及委托行为等进行安全评估,签署委托协议,明确双方责任、处理事项、处理期限、处理性质和目的等,委托行为不得超出授权范围。

前款规定的受委托方,应当履行以下义务:

- (一) 按照法律、行政法规的规定和网络运营者的要求处理儿童个人信息;
- (二) 协助网络运营者回应儿童监护人提出的申请;
- (三) 采取措施保障信息安全,并在发生儿童个人信息泄露安全事件时,及时向网络运营者反馈;
- (四) 委托关系解除时及时删除儿童个人信息;
- (五) 不得转委托;
- (六) 其他依法应当履行的儿童个人信息保护义务。

7. 药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法

基本信息:

【发布机关】国家市场监督管理总局	【时效性】现行有效
【发文字号】国家市场监督管理总局令第21号	【效力级别】部门规章
【发布日期】2019.12.24	【实施日期】2020.03.01

药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法【节选】

第十条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告中应当显著标明的内容，其字体和颜色必须清晰可见、易于辨认，在视频广告中应当持续显示。

第十一条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告不得违反《中华人民共和国广告法》第九条、第十六条、第十七条、第十八条、第十九条规定，不得包含下列情形：

（一）使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员、军队单位或者军队人员的名义或者形象，或者利用军队装备、设施等从事广告宣传。

（二）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。

（三）违反科学规律，明示或者暗示可以治疗所有疾病、适应所有症状、适应所有人群，或者正常生活和治疗病症所必需等内容。

（四）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。

（五）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。

（六）含有“热销、抢购、试用”、“家庭必备、免费治疗、免费赠送”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、过量使用药品、保健食品和特殊医学用途配方食品的内容。

（七）含有医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗咨询电话、开设特约门诊等医疗服务的内容。

（八）法律、行政法规规定不得含有的其他内容。

8. 网络信息内容生态治理规定

基本信息：

【发布机关】国家互联网信息办公室

【时效性】现行有效

【发文字号】国家互联网信息办公室令第 5 号

【效力级别】部门规章

【实施日期】2020.03.01

【发布日期】2020.03.01

网络信息内容生态治理规定【节选】

第二章 网络信息内容生产者

第四条 网络信息内容生产者应当遵守法律法规，遵循公序良俗，不得损害国家利益、公共利益和他人合法权益

第五条 鼓励网络信息内容生产者制作、复制、发布含有下列内容的信息：

(一) 宣传习近平新时代中国特色社会主义思想，全面准确生动解读中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的；

(二) 宣传党的理论路线方针政策和中央重大决策部署的；

(三) 展示经济社会发展亮点，反映人民群众伟大奋斗和火热生活的；

(四) 弘扬社会主义核心价值观，宣传优秀道德文化和时代精神，充分展现中华民族昂扬向上精神风貌的；

(五) 有效回应社会关切，解疑释惑，析事明理，有助于引导群众形成共识的；

(六) 有助于提高中华文化国际影响力，向世界展现真实立体全面的中国的；

(七) 其他讲品味讲格调讲责任、讴歌真善美、促进团结稳定等的内容。

第六条 网络信息内容生产者不得制作、复制、发布含有下列内容的违法信息：

(一) 反对宪法所确定的基本原则的；

(二) 危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；

(三) 损害国家荣誉和利益的；

(四) 歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，以侮辱、诽谤或者其他方式侵害英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉的；

(五) 宣扬恐怖主义、极端主义或者煽动实施恐怖活动、极端主义活动的；

(六) 煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；

(七) 破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；

(八) 散布谣言，扰乱经济秩序和社会秩序的；

(九) 散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；

(十) 侮辱或者诽谤他人，侵害他人名誉、隐私和其他合法权益的；

(十一) 法律、行政法规禁止的其他内容。

第七条 网络信息内容生产者应当采取措施，防范和抵制制作、复制、发布含有下列

内容的不良信息:

- (一) 使用夸张标题, 内容与标题严重不符的;
- (二) 炒作绯闻、丑闻、劣迹等的;
- (三) 不当评述自然灾害、重大事故等灾难的;
- (四) 带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想的;
- (五) 展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适的;
- (六) 煽动人群歧视、地域歧视等的;
- (七) 宣扬低俗、庸俗、媚俗内容的;
- (八) 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的;
- (九) 其他对网络生态造成不良影响的内容。

第三章 网络信息内容服务平台

第八条 网络信息内容服务平台应当履行信息内容管理主体责任, 加强本平台网络信息内容生态治理, 培育积极健康、向上向善的网络文化。

第九条 网络信息内容服务平台应当建立网络信息内容生态治理机制, 制定本平台网络信息内容生态治理细则, 健全用户注册、账号管理、信息发布审核、跟帖评论审核、版面页面生态管理、实时巡查、应急处置和网络谣言、黑色产业链信息处置等制度。

网络信息内容服务平台应当设立网络信息内容生态治理负责人, 配备与业务范围和服务规模相适应的专业人员, 加强培训考核, 提升从业人员素质。

第十条 网络信息内容服务平台不得传播本规定第六条规定的信息, 应当防范和抵制传播本规定第七条规定的信息。

网络信息内容服务平台应当加强信息内容的管理, 发现本规定第六条、第七条规定的信息的, 应当依法立即采取处置措施, 保存有关记录, 并向有关主管部门报告。

第十一条 鼓励网络信息内容服务平台坚持主流价值导向, 优化信息推荐机制, 加强版面页面生态管理, 在下列重点环节(包括服务类型、位置版块等)积极呈现本规定第五条规定的信息:

- (一) 互联网新闻信息服务首页首屏、弹窗和重要新闻信息内容页面等;
- (二) 互联网用户公众账号信息服务精选、热搜等;
- (三) 博客、微博客信息服务热门推荐、榜单类、弹窗及基于地理位置的信息服务版

块等;

(四) 互联网信息搜索服务热搜词、热搜图及默认搜索等;

(五) 互联网论坛社区服务首页首屏、榜单类、弹窗等;

(六) 互联网音视频服务首页首屏、发现、精选、榜单类、弹窗等;

(七) 互联网网址导航服务、浏览器服务、输入法服务首页首屏、榜单类、皮肤、联想词、弹窗等;

(八) 数字阅读、网络游戏、网络动漫服务首页首屏、精选、榜单类、弹窗等;

(九) 生活服务、知识服务平台首页首屏、热门推荐、弹窗等;

(十) 电子商务平台首页首屏、推荐区等;

(十一) 移动应用商店、移动智能终端预置应用程序和内置信息内容服务首屏、推荐区等;

(十二) 专门以未成年人为服务对象的网络信息内容专栏、专区和产品等;

(十三) 其他处于产品或者服务醒目位置、易引起网络信息内容服务使用者关注的重点环节。

网络信息内容服务平台不得在以上重点环节呈现本规定第七条规定的信息。

第十二条 网络信息内容服务平台采用个性化算法推荐技术推送信息的,应当设置符合本规定第十条、第十一条规定要求的推荐模型,建立健全人工干预和用户自主选择机制。

第十三条 鼓励网络信息内容服务平台开发适合未成年人使用的模式,提供适合未成年人使用的网络产品和服务,便利未成年人获取有益身心健康的信息。

第十四条 网络信息内容服务平台应当加强对本平台设置的广告位和在本平台展示的广告内容的审核巡查,对发布违法广告的,应当依法予以处理。

第十五条 网络信息内容服务平台应当制定并公开管理规则和平台公约,完善用户协议,明确用户相关权利义务,并依法依规履行相应管理职责。

网络信息内容服务平台应当建立用户账号信用管理制度,根据用户账号的信用情况提供相应服务。

第十六条 网络信息内容服务平台应当在显著位置设置便捷的投诉举报入口,公布投诉举报方式,及时受理处置公众投诉举报并反馈处理结果。

第十七条 网络信息内容服务平台应当编制网络信息内容生态治理工作年度报告,年

度报告应当包括网络信息内容生态治理工作情况、网络信息内容生态治理负责人履职情况、社会评价情况等内容。

第五章 网络行业组织

第二十六条 鼓励行业组织发挥服务指导和桥梁纽带作用，引导会员单位增强社会责任感，唱响主旋律，弘扬正能量，反对违法信息，防范和抵制不良信息。

第二十七条 鼓励行业组织建立完善行业自律机制，制定网络信息内容生态治理行业规范和自律公约，建立内容审核标准细则，指导会员单位建立健全服务规范、依法提供网络信息内容服务、接受社会监督。

第二十八条 鼓励行业组织开展网络信息内容生态治理教育培训和宣传引导工作，提升会员单位、从业人员治理能力，增强全社会共同参与网络信息内容生态治理意识。

第二十九条 鼓励行业组织推动行业信用评价体系建设，依据章程建立行业评议等评价奖惩机制，加大对会员单位的激励和惩戒力度，强化会员单位的守信意识。

9. 农药广告审查发布规定（2020 年修订）

基本信息：

【发布机关】国家市场监督管理总局

【时效性】现行有效

【发文字号】国家市场监督管理总局令第 31 号

【效力级别】部门规章

【发布日期】2020.10.23

【实施日期】2020.10.23

农药广告审查发布规定（2020 年修订）【节选】

第五条 农药广告不得含有下列内容：（一）表示功效、安全性的断言或者保证；（二）利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明；（三）说明有效率；（四）违反安全使用规程的文字、语言或者画面；（五）法律、行政法规规定禁止的其他内容。

第六条 农药广告不得贬低同类产品，不得与其他农药进行功效和安全性对比。

第七条 农药广告中不得含有评比、排序、推荐、指定、选用、获奖等综合性评价内容。

第八条 农药广告中不得使用直接或者暗示的方法，以及模棱两可、言过其实的用语，使人在产品的安全性、适用性或者政府批准等方面产生误解。

第九条 农药广告中不得滥用未经国家认可的研究成果或者不科学的词句、术语。

第十条 农药广告中不得含有“无效退款”、“保险公司保险”等承诺。

10. 兽药广告审查发布规定（2020 年修订）

基本信息：

【发布机关】国家市场监督管理总局

【时效性】现行有效

【发文字号】国家市场监督管理总局令第 31 号

【效力级别】部门规章

【发布日期】2020.10.23

【实施日期】2020.10.23

兽药广告审查发布规定（2020 年修订）【节选】

第三条 下列兽药不得发布广告：

- （一）兽用麻醉药品、精神药品以及兽医医疗单位配制的兽药制剂；
- （二）所含成分的种类、含量、名称与兽药国家标准不符的兽药；
- （三）临床应用发现超出规定毒副作用的兽药；
- （四）国务院农牧行政管理部门明令禁止使用的，未取得兽药产品批准文号或者未取得《进口兽药注册证书》的兽药。

第四条 兽药广告不得含有下列内容：

- （一）表示功效、安全性的断言或者保证；
- （二）利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明；
- （三）说明有效率；
- （四）违反安全使用规程的文字、语言或者画面；
- （五）法律、行政法规规定禁止的其他内容。

第七条 兽药广告中不得含有评比、排序、推荐、指定、选用、获奖等综合性评价内容。

11. 房地产广告发布规定（2021 修改）

基本信息：

【发布机关】国家市场监督管理总局

【时效性】现行有效

【发文字号】国家市场监督管理总局令第 38 号

【效力级别】部门规章

【发布日期】2021.04.02

【实施日期】2021.06.01

房地产广告发布规定（2021 修改）【节选】

第七条 房地产预售、销售广告，必须载明以下事项：

- （一）开发企业名称；
- （二）中介服务机构代理销售的，载明该机构名称；
- （三）预售或者销售许可证书号。

广告中仅介绍房地产项目名称的，可以不必载明上述事项。

第八条 房地产广告不得含有风水、占卜等封建迷信内容，对项目情况进行的说明、渲染，不得有悖社会良好风尚。

第十三条 房地产广告涉及内部结构、装修装饰的，应当真实、准确。

第十四条 房地产广告中不得利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果。

第十五条 房地产广告中使用建筑设计效果图或者模型照片的，应当在广告中注明。

第十六条 房地产广告中不得出现融资或者变相融资的内容。

第十七条 房地产广告中涉及贷款服务的，应当载明提供贷款的银行名称及贷款额度、年期。

第十八条 房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺。

（四）规范性文件**1. 大众传播媒介广告发布审查规定**

基本信息：

【发布机关】国家工商行政管理总局等十二部门

【时效性】现行有效

【发文字号】工商广字〔2012〕26号

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2012.02.09

【实施日期】2012.02.09

大众传播媒介广告发布审查规定

根据《中华人民共和国广告法》等法律法规有关广告发布者应查验证明文件、核实广告内容、建立健全广告管理制度的要求，为进一步落实大众传播媒介的广告发布审查责任，制定本规定。

一、大众传播媒介应当履行法定的广告审查义务，在广告发布前查验相关广告证明文

件、核实广告内容，确保广告真实、合法，符合社会主义精神文明建设要求。

二、大众传播媒介应当明确广告审查责任。广告审查员负责广告审查的具体工作，广告经营管理部门负责人负责广告复审，分管领导负责广告审核。

三、大众传播媒介应当配备广告审查员。广告审查员应当参加广告法律法规及广告业务培训，经培训合格后，履行以下职责：

- (1) 审查本单位发布的广告，提出书面意见；
- (2) 管理本单位的广告审查档案；
- (3) 提出改进本单位广告审查工作的意见和建议；
- (4) 协助处理本单位广告管理的其他有关事宜。

四、大众传播媒介的广告审查员应当按照下列程序进行审查：

- (1) 查验各类广告证明文件的真实性、合法性、有效性，对证明文件不全的，要求补充证明文件；
- (2) 审核广告内容是否真实、合法，是否符合社会主义精神文明建设的要求；
- (3) 检查广告表现形式和使用的语言文字是否符合有关规定；
- (4) 审查广告整体效果，确认其不致引起消费者的误解；
- (5) 提出对该广告同意、不同意或者要求修改的书面意见。

广告审查员应当主动登录相关政府网站，查询了解相关部门公布的广告批准文件、违法广告公告、广告监测监管等信息。

五、大众传播媒介的广告经营管理部门负责人、分管领导应当对广告审查员审查通过的广告进行复查、审核。经复查、审核符合广告法律法规规定的广告，方可发布。

六、大众传播媒介应当依法建立广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。广告审查的书面意见应当与广告档案一同保存备查。

七、大众传播媒介对群众举报、投诉的广告，应当责成广告审查员重新审查核实，要求广告主就被举报、投诉的事项做出说明，补充提供有关证明材料。

对广告主不能提供证明材料或者提供的有关证明材料不足以证实广告内容的真实性、合法性，大众传播媒介应当立即停止发布该广告。

八、大众传播媒介每年度应当对广告审查员、广告经营管理部门负责人进行广告审查工作绩效考核。

对年度内未认真履行广告审查职责，致使违法广告多次发布的，大众传播媒介应当对

广告审查员及相关负责人给予批评教育、调离工作岗位等处理。

九、广告监督管理机关应当加强广告发布审查工作的行政指导，在日常广告监测监管、处理广告举报投诉、查办广告违法案件等工作中，了解掌握大众传播媒介及广告审查员落实广告发布审查制度、履行审查职责的情况，并向有关部门通报情况，提出有关建议。

十、广告监督管理机关应当加强大众传播媒介广告审查员、广告经营管理部门负责人的广告法律法规培训工作，定期组织新任广告审查员培训和广告审查员广告法律法规知识更新培训。

十一、大众传播媒介的行政主管部门应当监督、督促大众传播媒介认真执行广告发布的有关规定，切实落实广告发布审查责任，依法审查广告。

十二、大众传播媒介的行政主管部门应当对不执行广告发布审查规定，导致严重虚假违法广告屡禁不止、广告违法率居高不下，造成恶劣社会影响及后果的大众传播媒介，予以警示告诫、通报批评等处理，依照有关规定追究主管领导和相关责任人的责任。

十三、本规定所称大众传播媒介是指广播电视播出机构、报纸期刊出版单位以及互联网信息服务单位。

大众传播媒介以外的其他广告发布者，参照本规定执行。

2. 互联网群组信息服务管理规定

基本信息：

【发布机关】国家互联网信息办公室

【时效性】现行有效

【发文字号】-

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2017.09.07

【实施日期】2017.10.08

互联网群组信息服务管理规定【节选】

第六条 互联网群组信息服务提供者应当按照“后台实名、前台自愿”的原则，对互联网群组信息服务使用者进行真实身份信息认证，用户不提供真实身份信息的，不得为其提供信息发布服务。

互联网群组信息服务提供者应当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，不得非法出售或者非法向他人提供。

第八条 互联网群组信息服务提供者应当根据自身服务规模和管理能力，合理设定群组成员人数和个人建群数、参加群数上限。

互联网群组信息服务提供者应设置和显示唯一群组识别编码，对成员达到一定规模的群组要设置群信息页面，注明群组名称、人数、类别等基本信息。

互联网群组信息服务提供者应根据群组规模类别，分级审核群组建立者真实身份、信用等级等建群资质，完善建群、入群等审核验证功能，并标注群组建立者、管理者及成员群内身份信息。

第十条 互联网群组信息服务提供者和使用者的不得利用互联网群组传播法律法规和国家有关规定禁止的信息内容。

第十一条 互联网群组信息服务提供者应当对违反法律法规和国家有关规定的互联网群组，依法依规采取警示整改、暂停发布、关闭群组等处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

互联网群组信息服务提供者应当对违反法律法规和国家有关规定的群组建立者、管理者等使用者，依法依规采取降低信用等级、暂停管理权限、取消建群资格等管理措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

互联网群组信息服务提供者应当建立黑名单管理制度，对违法违规情节严重的群组及建立者、管理者和成员纳入黑名单，限制群组服务功能，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

第十三条 互联网群组信息服务提供者应当配合有关主管部门依法进行的监督检查，并提供必要的技术支持和协助。

互联网群组信息服务提供者应当按规定留存网络日志不少于六个月。

3. 互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估管理规定

基本信息：

【发布机关】国家互联网信息办公室

【时效性】现行有效

【发文字号】 -

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2017.10.30

【实施日期】2017.12.01

互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估管理规定

第一条 为规范开展互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估工作，维护国家安全和公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，根据《中华人民共和国网络安全法》《互联网新闻信息服务管理规定》，制定本规定。

第二条 国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展互联网新闻信息服务新

技术新应用安全评估，适用本规定。

本规定所称互联网新闻信息服务新技术新应用（以下简称“新技术新应用”），是指用于提供互联网新闻信息服务的创新性应用（包括功能及应用形式）及相关支撑技术。

本规定所称互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估（以下简称“新技术新应用安全评估”），是指根据新技术新应用的新闻舆论属性、社会动员能力及由此产生的信息内容安全风险确定评估等级，审查评价其信息安全管理和技术保障措施的活动。

第三条 互联网新闻信息服务提供者调整增设新技术新应用，应当建立健全信息安全管理制度的安全可控的技术保障措施，不得发布、传播法律法规禁止的信息内容。

第四条 国家互联网信息办公室负责全国新技术新应用安全评估工作。省、自治区、直辖市互联网信息办公室依据职责负责本行政区域内新技术新应用安全评估工作。

国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室可以委托第三方机构承担新技术新应用安全评估的具体实施工作。

第五条 鼓励支持新技术新应用安全评估相关行业组织和专业机构加强自律，建立健全安全评估服务质量评议和信用、能力公示制度，促进行业规范发展。

第六条 互联网新闻信息服务提供者应当建立健全新技术新应用安全评估管理制度和保障制度，按照本规定要求自行组织开展安全评估，为国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展安全评估提供必要的配合，并及时完成整改。

第七条 有下列情形之一的，互联网新闻信息服务提供者应当自行组织开展新技术新应用安全评估，编制书面安全评估报告，并对评估结果负责：

- （一）应用新技术、调整增设具有新闻舆论属性或社会动员能力的应用功能的；
- （二）新技术、新应用功能在用户规模、功能属性、技术实现方式、基础资源配置等方面的改变导致新闻舆论属性或社会动员能力发生重大变化的。

国家互联网信息办公室适时发布新技术新应用安全评估目录，供互联网新闻信息服务提供者自行组织开展安全评估参考。

第八条 互联网新闻信息服务提供者按照本规定第七条自行组织开展新技术新应用安全评估，发现存在安全风险的，应当及时整改，直至消除相关安全风险。

按照本规定第七条规定自行组织开展安全评估的，应当在应用新技术、调整增设应用功能前完成评估。

第九条 互联网新闻信息服务提供者按照本规定第八条自行组织开展新技术新应用安全评估后，应当自安全评估完成之日起 10 个工作日内报请国家或者省、自治区、直辖市互

联网信息办公室组织开展安全评估。

第十条 报请国家或者省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展新技术新应用安全评估，报请主体为中央新闻单位或者中央新闻宣传部门主管的单位的，由国家互联网信息办公室组织开展安全评估；报请主体为地方新闻单位或者地方新闻宣传部门主管的单位的，由省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展安全评估；报请主体为其他单位的，经所在地省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展安全评估后，将评估材料及意见报国家互联网信息办公室审核后形成安全评估报告。

第十一条 互联网新闻信息服务提供者报请国家或者省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展新技术新应用安全评估，应当提供下列材料，并对提供材料的真实性负责：

- （一）服务方案（包括服务项目、服务方式、业务形式、服务范围等）；
- （二）产品（服务）的主要功能和主要业务流程，系统组成（主要软硬件系统的种类、品牌、版本、部署位置等概要介绍）；
- （三）产品（服务）配套的信息安全管理制度和技术保障措施；
- （四）自行组织开展并完成的安全评估报告；
- （五）其他开展安全评估所需的必要材料。

第十二条 国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室应当自材料齐备之日起 45 个工作日内组织完成新技术新应用安全评估。

国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室可以采取书面确认、实地核查、网络监测等方式对报请材料进行进一步核实，服务提供者应予配合。

国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织完成安全评估后，应自行或委托第三方机构编制形成安全评估报告。

第十三条 新技术新应用安全评估报告载明的意见认为新技术新应用存在信息安全风险隐患，未能配套必要的安全保障措施手段的，互联网新闻信息服务提供者应当及时整改，直至符合法律法规规章等相关规定和国家强制性标准相关要求。在整改完成前，拟调整增设的新技术新应用不得用于提供互联网新闻信息服务。

服务提供者拒绝整改，或整改后未达法律法规规章等相关规定和国家强制性标准相关要求，而导致不再符合许可条件的，由国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室依据《互联网新闻信息服务管理规定》第二十三条的规定，责令服务提供者限期改正；逾期仍不符合许可条件的，暂停新闻信息更新；《互联网新闻信息服务许可证》有效期届满仍不

符合许可条件的，不予换发许可证。

第十四条 组织开展新技术新应用安全评估的相关单位和人员应当对在履行职责中知悉的国家秘密、商业秘密和个人信息严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。

第十五条 国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室应当建立主动监测管理制度，对新技术新应用加强监测巡查，强化信息安全风险管理，督导企业主体责任落实。

第十六条 互联网新闻信息服务提供者未按照本规定进行安全评估，违反《互联网新闻信息服务管理规定》的，由国家和地方互联网信息办公室依法予以处罚。

第十七条 申请提供互联网新闻信息服务，报请国家或者省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展新技术新应用安全评估的，参照适用本规定。

第十八条 本规定自 2017 年 12 月 1 日起施行。

4. 互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法

基本信息：

【发布机关】国家互联网信息办公室

【时效性】现行有效

【发文字号】 -

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2017.10.30

【实施日期】2017.12.01

互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法

第一章 总则

第一条 为加强对互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员（以下简称“从业人员”）的管理，维护从业人员和社会公众的合法权益，促进互联网新闻信息服务健康有序发展，根据《中华人民共和国网络安全法》《互联网新闻信息服务管理规定》，制定本办法。

第二条 本办法所称从业人员，是指互联网新闻信息服务单位中专门从事互联网新闻信息采编发布、转载和审核等内容管理工作的人员。

第三条 本办法所称互联网新闻信息服务单位，是指依法取得互联网新闻信息服务许可，通过互联网站、应用程序、论坛、博客、微博客、公众账号、即时通信工具、网络直播等形式向社会公众提供互联网新闻信息服务的单位。

第四条 国家互联网信息办公室负责全国互联网新闻信息服务单位从业人员教育培训工作的规划指导和从业情况的监督检查。

地方互联网信息办公室依据职责负责本地区互联网新闻信息服务单位从业人员教育培

训工作的规划指导和从业情况的监督检查。

第二章 从业人员行为规范

第五条 从业人员应当遵守宪法、法律和行政法规，坚持正确政治方向 and 舆论导向，贯彻执行党和国家有关新闻舆论工作的方针政策，维护国家利益和公共利益，严格遵守互联网内容管理的法律法规和国家有关规定，促进形成积极健康、向上向善的网络文化，推动构建风清气正的网络空间。

第六条 从业人员应当坚持马克思主义新闻观，坚持社会主义核心价值观，坚持以人民为中心的工作导向，树立群众观点，坚决抵制不良风气和低俗内容。

第七条 从业人员应当恪守新闻职业道德，坚持新闻真实性原则，认真核实新闻信息来源，按规定转载国家规定范围内的单位发布的新闻信息，杜绝编发虚假互联网新闻信息，确保互联网新闻信息真实、准确、全面、客观。

第八条 从业人员不得从事有偿新闻活动。不得利用互联网新闻信息采编发布、转载和审核等工作便利从事广告、发行、赞助、中介等经营活动，谋取不正当利益。不得利用网络舆论监督等工作便利进行敲诈勒索、打击报复等活动。

第三章 从业人员教育培训

第九条 国家互联网信息办公室组织开展对中央新闻单位（含其控股的单位）和中央新闻宣传部门主管的单位主办的互联网新闻信息服务单位从业人员的教育培训工作。

省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展对所在地地方新闻单位（含其控股的单位）和地方新闻宣传部门主管的单位、其他单位主办的互联网新闻信息服务单位，以及中央重点新闻网站地方频道从业人员的教育培训工作。

省、自治区、直辖市互联网信息办公室应当按要求向国家互联网信息办公室报告组织开展的从业人员教育培训工作情况。

第十条 互联网新闻信息服务单位应当建立完善从业人员教育培训制度，建立培训档案，加强培训管理，自行组织开展从业人员初任培训、专项培训、定期培训等工作，按要求组织从业人员参加国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展的教育培训工作。

第十一条 从业人员应当按要求参加国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展的教育培训，每三年不少于 40 个学时。

从业人员应当接受所在互联网新闻信息服务单位自行组织开展的、每年不少于 40 个学时的教育培训，其中关于马克思主义新闻观的教育培训不少于 10 个学时。

第十二条 从业人员的教育培训内容应当包括马克思主义新闻观，党和国家关于网络安全和信息化、新闻舆论等工作的重要决策部署、政策措施和相关法律法规，从业人员职

业道德规范等。

第十三条 互联网新闻信息服务单位自行组织从业人员开展的教育培训工作，应当接受国家和地方互联网信息办公室的指导和监督。有关情况纳入国家和地方互联网信息办公室对该单位的监督检查内容。

第四章 从业人员监督管理

第十四条 国家和地方互联网信息办公室指导互联网新闻信息服务单位建立健全从业人员准入、奖惩、考评、退出等制度。

互联网新闻信息服务单位应当建立健全从业人员劳动人事制度，加强从业人员管理，按照国家和地方互联网信息办公室要求，定期报送从业人员有关信息，并及时报告从业人员变动情况。

第十五条 国家互联网信息办公室建立从业人员统一的管理信息系统，对从业人员基本信息、从业培训经历和奖惩情况等进行记录，并及时更新、调整。地方互联网信息办公室负责对属地从业人员建立管理信息系统，并将更新、调整情况及时上报上一级互联网信息办公室。

国家和地方互联网信息办公室依法建立从业人员信用档案和黑名单。

第十六条 从业人员从事互联网新闻信息服务活动，存在违反本办法第五条至第八条规定，以及其他违反党和国家新闻舆论领域有关方针政策的行为的，国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室负责对其所在互联网新闻信息服务单位进行约谈，督促该单位对有关人员加强管理和教育培训。

从业人员存在违法行为的，根据有关法律法规依法处理。构成犯罪的，依法追究刑事责任。

互联网新闻信息服务单位发现从业人员存在违法行为的，应当依法依规对其给予警示、处分直至解除聘用合同或劳动合同，并在 15 个工作日内，按照分级管理、属地管理要求，将有关情况报告国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室。

第十七条 国家和地方互联网信息办公室将互联网新闻信息服务单位从业人员的从业情况纳入对该单位的监督检查内容。

互联网新闻信息服务单位对从业人员管理不力，造成严重后果，导致其不再符合许可条件的，由国家和地方互联网信息办公室依据《互联网新闻信息服务管理规定》第二十三条有关规定予以处理。

第十八条 从业人员提供互联网新闻信息服务，应当自觉接受社会监督。互联网新闻信息服务单位应当建立举报制度，畅通社会公众监督举报的渠道。

第五章 附则

第十九条 互联网新闻信息服务单位的主管主办单位或宣传管理部门、新闻出版广电部门有从业人员教育培训、管理工作等方面安排和规定的，应当同时符合其规定。

本办法所称从业人员，不包括互联网新闻信息服务单位中党务、人事、行政、后勤、经营、工程技术等非直接提供互联网新闻信息服务的人员。

第二十条 本办法自 2017 年 12 月 1 日起施行。

5. 市场监管总局关于深入开展互联网广告整治工作的通知

基本信息：

【发布机关】广告监督管理司

【时效性】现行有效

【发文字号】-

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2019.03.22

【实施日期】2019.03.29

市场监管总局关于深入开展互联网广告整治工作的通知

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）：

为贯彻落实全国市场监管工作会议部署，保持整治虚假违法互联网广告的高压态势，营造风清气正的互联网广告市场环境，市场监管总局决定继续深入开展互联网广告整治工作。现将有关事项通知如下：

一、整治重点

各级市场监管部门要认真贯彻落实习近平总书记关于“广告宣传也要讲导向”的重要指示精神，紧盯群众反映强烈的互联网虚假违法广告问题，突出重点领域，加大执法力度，压实互联网平台主体责任，着力祛除互联网广告市场“顽疾”。

（一）强化广告导向监管。严肃查处涉及导向问题、政治敏感性、低俗庸俗媚俗或者社会影响大的互联网违法广告，早发现、早处置，依法从快从重查处。

（二）聚焦重点媒介、重点广告问题。以社会影响大、覆盖面广的门户网站、搜索引擎、电子商务平台为重点，突出移动客户端和新媒体账户等互联网媒介，针对医疗、药品、保健食品、房地产、金融投资理财等关系人民群众身体健康和财产安全的虚假违法广告，加大案件查处力度，查办一批大案要案。重点查处以下互联网违法广告：

1. 未经审查发布的医疗、药品、医疗器械、保健食品等广告。

2. 含有表示功效、安全性的断言保证，说明治愈率、有效率，利用广告代言人作推荐、证明等违法内容的医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。

3. 夸大产品功效，宣传具有疾病预防、治疗功能的食品、保健食品广告。

4.对未来效果、收益等相关情况作出保证性承诺，明示或暗示保本、无风险或保收益的金融投资理财、收藏品、招商广告。

5.对升值或投资回报有承诺，或者对房地产项目的交通、商业、文化教育设施作误导宣传的房地产广告。

6.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广告。

7.社会公众反映强烈的其他虚假违法互联网广告。

二、工作要求

（一）加大广告监管执法力度。各级市场监管部门要集中力量查处一批情节严重、性质恶劣、社会反响强烈的大案要案，综合运用行政处罚、刑事打击、信用监管、联合惩戒、曝光案件等手段，形成有效震慑。

（二）加大重点案件督办力度。对违法情节严重的案件，上级机关要挂牌督办，加强指导、督促和检查，不得以行政约谈代替行政处罚，不得以行政处罚代替刑事处罚。

（三）加强互联网广告监测。要主动适应移动客户端、新媒体账户等互联网广告快速发展新的形势需要，创新监测方式，提升互联网广告监测能力，为深入开展互联网广告整治提供有力支撑。强化监测结果运用，加强监测数据分析研判，规范监测线索处置，对总局派发的涉嫌违法线索要及时依法处理，做到件件有落实。

（四）加强协同监管。充分发挥整治虚假违法广告联席会议机制作用，加强部门间的信息共享、数据交换和执法联动，开展联合约谈、联合查处、联合惩戒，形成整治合力。

总局将加强对重大案件的统一调度指挥，适时开展督导调研，及时通报各地整治工作进展情况。

请各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管部门于 6 月 15 日前报送 2019 年上半年互联网广告典型案件和《互联网广告整治工作统计表》（详见附件），并于 12 月 1 日前将整治工作总结报总局广告监管司。整治工作中的重大案件和重要情况要及时上报。

6. App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法

基本信息：

【发布机关】国家互联网信息办公室秘书
局 工业和信息化部办公厅 公安部办公厅
国家市场监督管理总局办公厅

【时效性】现行有效

【效力级别】部门规范性文件

【实施日期】2019.11.28

【发文字号】国信办秘字〔2019〕191号

【发布日期】2019.11.28

App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法

根据《关于开展 App 违法违规收集使用个人信息专项治理的公告》，为监督管理部门认定 App 违法违规收集使用个人信息行为提供参考，为 App 运营者自查自纠和网民社会监督提供指引，落实《网络安全法》等法律法规，制定本方法。

一、以下行为可被认定为“未公开收集使用规则”

- 1.在 App 中没有隐私政策，或者隐私政策中没有收集使用个人信息规则；
- 2.在 App 首次运行时未通过弹窗等明显方式提示用户阅读隐私政策等收集使用规则；
- 3.隐私政策等收集使用规则难以访问，如进入 App 主界面后，需多于 4 次点击等操作才能访问到；
- 4.隐私政策等收集使用规则难以阅读，如文字过小过密、颜色过淡、模糊不清，或未提供简体中文版等。

二、以下行为可被认定为“未明示收集使用个人信息的目的、方式和范围”

- 1.未逐一列出 App(包括委托的第三方或嵌入的第三方代码、插件)收集使用个人信息的目的、方式、范围等；
- 2.收集使用个人信息的目的、方式、范围发生变化时，未以适当方式通知用户，适当方式包括更新隐私政策等收集使用规则并提醒用户阅读等；
- 3.在申请打开可收集个人信息的权限，或申请收集用户身份证号、银行账号、行踪轨迹等个人敏感信息时，未同步告知用户其目的，或者目的不明确、难以理解；
- 4.有关收集使用规则的内容晦涩难懂、冗长繁琐，用户难以理解，如使用大量专业术语等。

三、以下行为可被认定为“未经用户同意收集使用个人信息”

- 1.征得用户同意前就开始收集个人信息或打开可收集个人信息的权限；
- 2.用户明确表示不同意后，仍收集个人信息或打开可收集个人信息的权限，或频繁征求用户同意、干扰用户正常使用；
- 3.实际收集的个人信息或打开的可收集个人信息权限超出用户授权范围；
- 4.以默认选择同意隐私政策等非明示方式征求用户同意；
- 5.未经用户同意更改其设置的可收集个人信息权限状态，如 App 更新时自动将用户设

置的权限恢复到默认状态;

6.利用用户个人信息和算法定向推送信息,未提供非定向推送信息的选项;

7.以欺诈、诱骗等不正当方式误导用户同意收集个人信息或打开可收集个人信息的权限,如故意欺瞒、掩饰收集使用个人信息的真实目的;

8.未向用户提供撤回同意收集个人信息的途径、方式;

9.违反其所声明的收集使用规则,收集使用个人信息。

四、以下行为可被认定为“违反必要原则,收集与其提供的服务无关的个人信息”

1.收集的个人信息类型或打开的可收集个人信息权限与现有业务功能无关;

2.因用户不同意收集非必要个人信息或打开非必要权限,拒绝提供业务功能;

3.App 新增业务功能申请收集的个人信息超出用户原有同意范围,若用户不同意,则拒绝提供原有业务功能,新增业务功能取代原有业务功能的除外;

4.收集个人信息的频度等超出业务功能实际需要;

5.仅以改善服务质量、提升用户体验、定向推送信息、研发新产品等为由,强制要求用户同意收集个人信息;

6.要求用户一次性同意打开多个可收集个人信息的权限,用户不同意则无法使用。

五、以下行为可被认定为“未经同意向他人提供个人信息”

1.既未经用户同意,也未做匿名化处理,App 客户端直接向第三方提供个人信息,包括通过客户端嵌入的第三方代码、插件等方式向第三方提供个人信息;

2.既未经用户同意,也未做匿名化处理,数据传输至 App 后台服务器后,向第三方提供其收集的个人信息;

3.App 接入第三方应用,未经用户同意,向第三方应用提供个人信息。

六、以下行为可被认定为“未按法律规定提供删除或更正个人信息功能”或“未公布投诉、举报方式等信息”

1.未提供有效的更正、删除个人信息及注销用户账号功能;

2.为更正、删除个人信息或注销用户账号设置不必要或不合理条件;

3.虽提供了更正、删除个人信息及注销用户账号功能,但未及时响应用户相应操作,需人工处理的,未在承诺时限内(承诺时限不得超过 15 个工作日,无承诺时限的,以 15 个工作日为限)完成核查和处理;

4.更正、删除个人信息或注销用户账号等用户操作已执行完毕,但 App 后台并未完成

的;

5.未建立并公布个人信息安全投诉、举报渠道,或未在承诺时限内(承诺时限不得超过15个工作日,无承诺时限的,以15个工作日为限)受理并处理的。

7. 网络音视频信息服务管理规定

基本信息:

【发布机关】国家互联网信息办公室,文化和旅游部,国家广播电视总局	【时效性】现行有效
【发文字号】国信办通字[2019]3号	【效力级别】部门规范性文件
【发布日期】2019.11.18	【实施日期】2020.01.01

网络音视频信息服务管理规定

第一条 为促进网络音视频信息服务健康有序发展,保护公民、法人和其他组织的合法权益,维护国家安全和公共利益,根据《中华人民共和国网络安全法》《互联网信息服务管理办法》《互联网新闻信息服务管理规定》《互联网文化管理暂行规定》《互联网视听节目服务管理规定》,制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内从事网络音视频信息服务,应当遵守本规定。

本规定所称网络音视频信息服务,是指通过互联网站、应用程序等网络平台,向社会公众提供音视频信息制作、发布、传播的服务。

网络音视频信息服务提供者,是指向社会公众提供网络音视频信息服务的组织或者个人。网络音视频信息服务使用者,是指使用网络音视频信息服务的组织或者个人。

第三条 各级网信、文化和旅游、广播电视等部门依据各自职责开展网络音视频信息服务的监督管理工作。

第四条 网络音视频信息服务提供者 and 使用者应当遵守宪法、法律和行政法规,坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向,弘扬社会主义核心价值观,促进形成积极健康、向上向善的网络文化。

第五条 国家鼓励和指导互联网行业组织加强行业自律,建立健全网络音视频信息服务行业标准和行业准则,推动网络音视频信息服务行业信用体系建设,督促网络音视频信息服务提供者依法提供服务、接受社会监督,提高网络音视频信息服务从业人员职业素养,促进行业健康有序发展。

第六条 网络音视频信息服务提供者应当依法取得法律、行政法规规定的相关资质。

第七条 网络音视频信息服务提供者应当落实信息内容安全管理主体责任，配备与服务规模相适应的专业人员，建立健全用户注册、信息发布审核、信息安全管理、应急处置、从业人员教育培训、未成年人保护、知识产权保护等制度，具有与新技术新应用发展相适应的安全可控的技术保障和防范措施，有效应对网络安全事件，防范网络违法犯罪活动，维护网络数据的完整性、安全性和可用性。

第八条 网络音视频信息服务提供者应当依照《中华人民共和国网络安全法》的规定，对用户进行基于组织机构代码、身份证件号码、移动电话号码等方式的真实身份信息认证。用户不提供真实身份信息的，网络音视频信息服务提供者不得为其提供信息发布服务。

第九条 任何组织和个人不得利用网络音视频信息服务以及相关信息技术从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益等法律法规禁止的活动，不得制作、发布、传播煽动颠覆国家政权、危害政治安全和社会稳定、网络谣言、淫秽色情，以及侵害他人名誉权、肖像权、隐私权、知识产权和其他合法权益等法律法规禁止的信息内容。

第十条 网络音视频信息服务提供者基于深度学习、虚拟现实等新技术新应用上线具有媒体属性或者社会动员功能的音视频信息服务，或者调整增设相关功能的，应当按照国家有关规定开展安全评估。

第十一条 网络音视频信息服务提供者和网络音视频信息服务使用者利用基于深度学习、虚拟现实等的新技术新应用制作、发布、传播非真实音视频信息的，应当以显著方式予以标识。

网络音视频信息服务提供者和网络音视频信息服务使用者不得利用基于深度学习、虚拟现实等的新技术新应用制作、发布、传播虚假新闻信息。转载音视频新闻信息的，应当依法转载国家规定范围内的单位发布的音视频新闻信息。

第十二条 网络音视频信息服务提供者应当加强对网络音视频信息服务使用者发布的音视频信息的管理，部署应用违法违规音视频以及非真实音视频鉴别技术，发现音视频信息服务使用者制作、发布、传播法律法规禁止的信息内容的，应当依法依规停止传输该信息，采取消除等处置措施，防止信息扩散，保存有关记录，并向网信、文化和旅游、广播电视等部门报告。

网络音视频信息服务提供者发现不符合本规定第十一条第一款要求的信息内容的，应当立即停止传输该信息，以显著方式标识后方可继续传输该信息。

第十三条 网络音视频信息服务提供者应当建立健全辟谣机制，发现网络音视频信息服

务使用者利用基于深度学习、虚拟现实等的虚假图像、音视频生成技术制作、发布、传播谣言的，应当及时采取相应的辟谣措施，并将相关信息报网信、文化和旅游、广播电视等部门备案。

第十四条 网络音视频信息服务提供者应当在与网络音视频信息服务使用者签订的服务协议中，明确双方权利、义务，要求网络音视频信息服务使用者遵守本规定及相关法律法规。对违反本规定、相关法律法规及服务协议的网路音视频信息服务使用者依法依规采取警示整改、限制功能、暂停更新、关闭账号等处置措施，保存有关记录，并向网信、文化和旅游、广播电视等部门报告。

第十五条 网络音视频信息服务提供者应当自觉接受社会监督，设置便捷的投诉举报入口，公布投诉、举报方式等信息，及时受理并处理公众投诉举报。

第十六条 为网络音视频信息服务提供技术支持的主体应当遵守相关法律法规规定和国家标准规范，采取技术措施和其他必要措施，保障网络安全、稳定运行。

第十七条 各级网信、文化和旅游、广播电视等部门应当建立日常监督检查和定期检查相结合的监督管理制度，指导督促网络音视频信息服务提供者依据法律法规和服务协议规范网络音视频信息服务行为。

网络音视频信息服务提供者应当遵守相关法律法规规定，依法留存网络日志，配合网信、文化和旅游、广播电视等部门开展监督管理执法工作，并提供必要的技术、数据支持和协助。

第十八条 网络音视频信息服务提供者和网络音视频信息服务使用者违反本规定的，由网信、文化和旅游、广播电视等部门依照《中华人民共和国网络安全法》《互联网信息服务管理办法》《互联网新闻信息服务管理规定》《互联网文化管理暂行规定》《互联网视听节目服务管理规定》等相关法律法规规定处理；构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十九条 本规定自 2020 年 1 月 1 日起施行。

8. 国家广播电视总局办公厅关于印发《广播电视和网络视听大数据标准化白皮书（2020 版）》的通知

基本信息：

【发布机关】国家广播电视总局公告公示	【时效性】现行有效
国家广播电视总局办公厅	【效力级别】部门规范性文件

【发文字号】广电办发〔2020〕214号	【实施日期】2020.08.25
【发布日期】2020.08.25	

国家广播电视总局办公厅关于印发《广播电视和网络视听大数据标准化白皮书（2020版）》的通知

各省、自治区、直辖市广播电视局，新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局，中国广播电视网络有限公司，广电总局无线局、监管中心、卫星直播中心、广科院、规划院、设计院，中央广播电视总台办公厅、电影频道节目中心：

为发挥标准在广播电视和网络视听领域大数据体系构建中的引领和规范作用，推动广播电视和网络视听行业高质量创新性发展，国家广播电视总局组织编写了《广播电视和网络视听大数据标准化白皮书（2020版）》。现将白皮书印发给你们，请结合自身实际，在标准化工作中贯彻执行。

国家广播电视总局办公厅

2020年8月25日

9. 工商总局等十七部门关于印发《开展互联网金融广告及以投资理财名义从事金融活动风险专项整治工作实施方案》的通知

基本信息：

【发布机关】国家工商行政管理总局等十七部门	【时效性】现行有效
【发文字号】工商办字〔2016〕61号	【效力级别】部门规范性文件
【实施日期】2020.09.23	
【发布日期】2020.09.23	

开展互联网金融广告及以投资理财名义

从事金融活动风险专项整治工作实施方案

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，发挥工商部门职能作用，积极配合相关部门防范和打击金融违法行为，切实维护市场经济秩序，根据《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》（以下简称《指导意见》）和《互联网金融风险专项整治工作实施方案》，制定本方案。

一、工作目标和原则

（一）工作目标。

认真落实“谁审批、谁监管，谁主管、谁监管”的要求，规范互联网金融广告及以投

资理财名义从事金融活动的行为，防范化解潜在风险隐患。以专项整治为契机，推动长效机制建设，努力实现规范与发展并重、创新和风险防范并举，为互联网金融健康发展创造良好的市场环境。

（二）工作原则。

高度重视，加强协作。各有关部门、各省级人民政府要高度重视此次专项整治工作，加强组织领导，完善工作机制，推动信息共享，形成工作合力，共同做好各项工作。

依法履职，稳妥推进。贯彻落实《指导意见》、《互联网金融风险专项整治工作实施方案》和本方案明确的原则和要求，按照有关法律法规和规章制度规定，依法整治、合规处理。

突出重点，着眼长远。坚持问题导向，集中力量对当前存在的突出问题开展重点整治，有效打击违法违规行为，确保取得实效。及时总结工作经验，建立和完善长效机制。

二、清理整治互联网金融广告

（一）依法加强涉及互联网金融的广告监测监管，加强沟通协调，就广告中涉及的金融机构、金融活动及有关金融产品和金融服务的真实性、合法性等问题，通报金融管理部门进行甄别处理。对公安机关认定涉嫌经济犯罪以及有关职能部门认为已经构成或者涉嫌构成非法集资活动的，工商部门依法责令停止发布广告，各有关部门依法、依职责进行查处，严厉打击发布虚假违法广告行为。

（二）金融管理部门会同有关部门抓紧制定金融广告发布的市场准入清单，明确发布广告的金融及类金融机构是否具有合法合规的金融业务资格、可以从事何种具体金融业务等。研究制定禁止发布的负面清单和依法设立金融广告发布事前审查制度。对利用传统媒介和形式设计、制作发布虚假违法金融广告或类金融广告的，各有关部门依法严厉查处。对涉嫌从事非法金融活动的或不符合有关法律、法规和规章要求的，各有关部门依法、依职责责令停止相关广告发布活动。

（三）突出重点网站。各有关部门要对大型门户类网站、搜索引擎类网站、财经金融类网站、房地产类网站以及 P2P 网络交易平台、网络基金销售平台、网络消费金融平台、网络借贷平台、股权众筹融资平台、网络金融产品销售平台等金融、类金融企业自设网站发布的广告进行重点整治。

（四）突出重点行为。互联网金融广告应当依法合规、真实可信，不得含有以下内容：

一是违反广告法相关规定，对金融产品或服务未合理提示或警示可能存在的风险以及承担风险责任的。

二是对未来效果、收益或者与其相关情况作出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益的。

三是夸大或者片面宣传金融服务或者金融产品，在未提供客观证据的情况下，对过往业绩作虚假或夸大表述的。

四是利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明的。

五是对投资理财类产品的收益、安全性等情况进行虚假宣传，欺骗和误导消费者的。

六是未经有关部门许可，以投资理财、投资咨询、贷款中介、信用担保、典当等名义发布的吸收存款、信用贷款内容的广告或与许可内容不相符的。

七是引用不真实、不准确数据和资料的。

八是宣传国家有关法律法规和行业主管部门明令禁止的违法活动内容的。

九是宣传提供突破住房信贷政策的金融产品，加大购房杠杆的。

(五) 加强宣传引导。各有关部门、各省级人民政府要以宣传贯彻广告法等法律法规为重点，开展形式多样的宣传宣讲与学习培训，引导广告经营者、广告发布者增强广告制作、审查的金融知识和法律意识。按照国家有关规定，建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度，严格按照广告法要求查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告不得制作和发布。广告行业组织应当依照法律法规和章程的规定，制定行业规范，加强行业自律，引导会员依法从事广告活动，推动行业诚信建设。

三、排查整治以投资理财名义从事金融活动行为

(一) 依托全国企业信用信息公示系统,加强工商登记注册信息互联互通和部门监管互动。在部委层面，实现工商总局与有关金融管理部门、公安部门全国企业登记注册信息的互联互通；在省级层面，实现全省工商登记信息与当地金融管理部门、公安部门互联互通。

(二) 金融管理部门与工商部门结合登记信息和有关方面信息进行综合研判，在此基础上提出分类处置方案。

(三) 对经金融管理部门认定为未经许可从事金融活动并且情节严重的企业，工商部门根据金融管理部门的认定意见，依法吊销营业执照。

(四) 工商部门在企业信用信息公示系统中公示无证支付机构情况，将失联企业列入经营异常名录；会同人民银行对与无证机构开展支付业务的商户进行公示。

(五) 工商部门对于被吊销营业执照企业的法定代表人依法予以三年任职资格限制，不得担任其他企业的法定代表人、董事、监事、高级管理人员。

(六) 对于被认定为未经许可从事金融活动的企业法定代表人和股东，工商部门要进一步汇集其在其他企业任职和投资的信息并实施延伸监管，及时发现控制风险。对于在多个从事非法集资活动企业有投资的股东，工商部门要汇集有关信息，并将其未来投资的企业作为重点抽查对象。充分发挥组织协调作用，最大程度汇集各方面信息，充分运用大数据手段提高研判效率，并及时协调案件认定和查处过程中出现的问题，提高部门协同水平。

(七) 非金融机构以及不从事金融活动的企业，在注册名称和经营范围中，原则上不使用“交易所”、“交易中心”、“金融”、“资产管理”、“理财”、“基金”、“基金管理”、“投资管理”、“财富管理”、“股权投资基金”、“网贷”、“网络借贷”、“P2P”、“股权众筹”、“互联网保险”、“支付”等字样。凡在名称和经营范围中选择使用上述字样的企业，工商部门将相关企业注册信息（包括存量企业信息）及时告知金融管理部门，金融管理部门、工商部门对相关企业提供持续关注，并将相关企业列入重点监管对象，加强协调沟通，及时发现识别企业擅自从事金融活动的风险，视情采取整治措施。

四、时间进度

专项整治时间为 2016 年 4 月至 2017 年 1 月，共分为四个阶段：

(一) 方案制定阶段。根据《互联网金融风险专项整治工作实施方案》总体部署，结合工商部门职能特点和法律法规具体规定，制定落实整治任务的具体方案、办法和意见。此项工作于 2016 年 4 月底前完成。

(二) 动员摸底阶段。各地工商部门按照设定的条件进行检索，摸清本地区涉及互联网金融企业（网站）的相关底数，提供给相关领域牵头部门。向网站开办者、网络广告经营者宣传国家有关法律法规规定，要求各类网站自查清理发布的广告及信息，认真审查链接网站的主体资格及网页上的广告和信息内容，不得为未经许可或备案的网站以及不具有业务资质的网站提供链接服务，不得为金融虚假违法广告以及含有虚假信息的网站（网页）提供链接服务；网络广告经营者不得为非法网站投放广告、提供广告代理服务。此项工作于 2016 年 7 月底前完成。

(三) 清理整治阶段。各地区有关部门按照职责分工，对有关企业和网站自查整改后仍存在的问题进行治理，依法查处违法情节严重、性质恶劣的案件，严厉惩治违法责任主体，公开曝光典型案例，震慑违法行为。各地工商部门严格按照本方案规定的任务做好信息报送、协同监管工作。此项工作于 2016 年 11 月底前完成。

(四) 评估总结阶段。各省级人民政府对本地区开展集中整治工作情况自查和总

结，及时解决存在的问题和薄弱环节，巩固专项整治成果，形成整治报告送工商总局。工商总局汇总形成总体报告，报送互联网金融风险专项整治工作领导小组办公室。同时，完善制度建设，推动建立常态化工作机制。此项工作于 2017 年 1 月底前完成。

10. 市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见

基本信息：

【发布机关】国家市场监督管理总局

【时效性】现行有效

【发文字号】国市监广〔2020〕175 号

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2020.11.05

【实施日期】2020.11.05

市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见

(国市监广〔2020〕175 号)

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）：

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，依据有关法律、行政法规和市场监管部门职责，现提出以下意见。

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，认真落实党中央、国务院决策部署，坚持依法行政，坚持包容审慎，创新监管理念，积极探索适应新业态特点、有利于各类市场主体公平竞争的监管方式，依法查处网络直播营销活动中侵犯消费者合法权益、侵犯知识产权、破坏市场秩序等违法行为，促进网络直播营销健康发展，营造公平有序的竞争环境、安全放心的消费环境。

二、压实有关主体责任

（一）压实网络平台法律责任。网络平台为采用网络直播方式销售商品或提供服务的经营者提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或多方独立开展交易活动的，特别是网络平台开放网络直播推广服务经营者入驻功能、为采用网络直播方式推广商品或服务的经营者提供直播技术服务的，应按照《电子商务法》规定履行电子商务平台经营者的责任和义务。

网络平台为商品经营者（含服务提供者，下同）或网络直播者提供付费导流等服务，对网络直播营销活动进行宣传、推广，构成商业广告的，应按照《广告法》规定履行广告发布者或广告经营者的责任和义务。

网络平台以其他方式为其用户提供网络直播技术服务，应根据平台是否参与运营、分

佣、平台对用户的控制力等具体情形，适用《电子商务法》关于电子商务平台经营者的相关责任和义务，或适用法律法规关于网络服务提供者的责任和义务。

(二) 压实商品经营者法律责任。通过网络直播销售商品或提供服务，应按照《电子商务法》、《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》、《产品质量法》、《食品安全法》、《广告法》、《价格法》、《商标法》、《专利法》等相关法律规定，履行相应的责任和义务。

(三) 压实网络直播者法律责任。自然人、法人或其他组织采用网络直播方式对商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作宣传，应当真实、合法，符合《反不正当竞争法》有关规定。直播内容构成商业广告的，应按照《广告法》规定履行广告发布者、广告经营者或广告代言人的责任和义务。

三、严格规范网络直播营销行为

(四) 规范商品或服务营销范围。商品经营者通过网络直播销售商品或提供服务，应遵守相关法律法规，建立并执行商品进货检查验收制度。不得通过网络直播销售法律、法规规定禁止生产、销售的商品或服务；不得通过网络直播发布法律、法规规定禁止在大众传播媒介发布的商业广告；不得通过网络直播销售禁止进行网络交易的商品或服务。

(五) 规范广告审查发布。在网络直播营销活动中发布法律、行政法规规定应进行发布前审查的广告，应严格遵守广告审查有关规定。未经审查不得发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品和特殊医学用途配方食品等法律、行政法规规定应当进行发布前审查的广告。

(六) 保障消费者知情权和选择权。商品经营者通过网络直播销售商品或者服务的，应当在其网店首页显著位置，持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息，并向消费者提供经营地址、联系方式、售后服务等信息。网络平台应当为公示上述信息提供技术支持等便利条件。

四、依法查处网络直播营销违法行为

(七) 依法查处电子商务违法行为。针对网络直播营销中平台责任落实不到位等问题，依据《电子商务法》，重点查处擅自删除消费者评价、对平台内经营者侵害消费者合法权益行为未采取必要措施、未尽到资质资格审核义务、对消费者未尽到安全保障义务等违法行为。

(八) 依法查处侵犯消费者合法权益违法行为。针对网络直播营销中售后服务保障不力等问题，依据《消费者权益保护法》，重点查处对消费者依法提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝等违法行为。

(九) 依法查处不正当竞争违法行为。针对网络直播营销中虚构交易或评价、网络直播者欺骗和误导消费者等不正当竞争问题，依据《反不正当竞争法》，重点查处实施虚假

或者引人误解的商业宣传、帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传、仿冒混淆、商业诋毁和违法有奖销售等违法行为。

(十) 依法查处产品质量违法行为。针对网络直播营销中售卖假冒伪劣产品等问题,依据《产品质量法》,重点查处在产品中掺杂掺假、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品、伪造产品的产地和伪造或冒用他人厂名厂址等违法行为。

(十一) 依法查处侵犯知识产权违法行为。针对网络直播营销中售卖侵犯知识产权产品等问题,依据《商标法》、《专利法》,重点查处侵犯注册商标专用权、假冒专利等违法行为。

(十二) 依法查处食品安全违法行为。针对网络直播营销中的食品安全问题,依据《食品安全法》,重点查处无经营资质销售食品、销售不符合食品安全标准的食品、销售标注虚假生产日期或超过保质期的食品等违法行为。

(十三) 依法查处广告违法行为。针对网络直播营销中发布虚假违法广告问题,依据《广告法》,重点查处发布虚假广告、发布违背社会良好风尚的违法广告和违规广告代言等违法行为。

(十四) 依法查处价格违法行为。针对网络直播营销中价格违法问题,依据《价格法》,重点查处哄抬价格、利用虚假的或者使人误解的价格手段诱骗消费者进行交易等违法行为。

各地市场监管部门要高度重视网络直播营销活动监管工作,加强组织领导,充分发挥综合执法优势,切实提升网络直播营销活动监管效能和水平。要加强与网信、公安、广电等部门的沟通协作,强化信息共享与协调配合,提升监管合力。要切实加大案件查办工作力度,做好行刑衔接工作,发现违法行为涉嫌犯罪的,应当及时将案件移送司法机关。

11. 互联网用户公众账号信息服务管理规定 (2021 修订)

基本信息:

【发布机关】国家互联网信息办公室

【时效性】现行有效

【发文字号】-

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2021.1.22

【实施日期】2021.01.22

互联网用户公众账号信息服务管理规定 (2021 修订)

第一章 总则

第一条 为了规范互联网用户公众账号信息服务,维护国家安全和公共利益,保护公民、法人和其他组织的合法权益,根据《中华人民共和国网络安全法》《互联网信息服务管理办法》《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提供、从事互联网用户公众账号信息服务，应当遵守本规定。

第三条 国家网信部门负责全国互联网用户公众账号信息服务的监督管理执法工作。地方网信部门依据职责负责本行政区域内互联网用户公众账号信息服务的监督管理执法工作。

第四条 公众账号信息服务平台和公众账号生产运营者应当遵守法律法规，遵循公序良俗，履行社会责任，坚持正确舆论导向、价值取向，弘扬社会主义核心价值观，生产发布向上向善的优质信息内容，发展积极健康的网络文化，维护清朗网络空间。

鼓励各级党政机关、企事业单位和人民团体注册运营公众账号，生产发布高质量政务信息或者公共服务信息，满足公众信息需求，推动经济社会发展。

鼓励公众账号信息服务平台积极为党政机关、企事业单位和人民团体提升政务信息发布、公共服务和社会治理水平，提供充分必要的技术支持和安全保障。

第五条 公众账号信息服务平台提供互联网用户公众账号信息服务，应当取得国家法律、行政法规规定的相关资质。

公众账号信息服务平台和公众账号生产运营者向社会公众提供互联网新闻信息服务，应当取得互联网新闻信息服务许可。

第二章 公众账号信息服务平台

第六条 公众账号信息服务平台应当履行信息内容和公众账号管理主体责任，配备与业务规模相适应的管理人员和技术能力，设置内容安全负责人岗位，建立健全并严格落实账号注册、信息内容安全、生态治理、应急处置、网络安全、数据安全、个人信息保护、知识产权保护、信用评价等管理制度。

公众账号信息服务平台应当依据法律法规和国家有关规定，制定并公开信息内容生产、公众账号运营等管理规则、平台公约，与公众账号生产运营者签订服务协议，明确双方内容发布权限、账号管理责任等权利义务。

第七条 公众账号信息服务平台应当按照国家有关标准和规范，建立公众账号分类注册和分类生产制度，实施分类管理。

公众账号信息服务平台应当依据公众账号信息内容生产质量、信息传播能力、账号主体信用评价等指标，建立分级管理制度，实施分级管理。

公众账号信息服务平台应当将公众账号和内容生产与账号运营管理规则、平台公约、服务协议等向所在地省、自治区、直辖市网信部门备案；上线具有舆论属性或者社会动员能力的新技术新应用新功能，应当按照有关规定进行安全评估。

第八条 公众账号信息服务平台应当采取复合验证等措施，对申请注册公众账号的互联网用户进行基于移动电话号码、居民身份证号码或者统一社会信用代码等方式的真实身份信息认证，提高认证准确率。用户不提供真实身份信息的，或者冒用组织机构、他人真实身份信息进行虚假注册的，不得为其提供相关服务。

公众账号信息服务平台应当对互联网用户注册的公众账号名称、头像和简介等进行合法性核验，发现账号名称、头像和简介与注册主体真实身份信息不相符的，特别是擅自使用或者关联党政机关、企事业单位等组织机构或者社会知名人士名义的，应当暂停提供服务并通知用户限期改正，拒不改正的，应当终止提供服务；发现相关注册信息含有违法和不良信息的，应当依法及时处置。

公众账号信息服务平台应当禁止被依法依约关闭的公众账号以相同账号名称重新注册；对注册与其关联度高的账号名称，还应当对账号主体真实身份信息、服务资质等进行必要核验。

第九条 公众账号信息服务平台对申请注册从事经济、教育、医疗卫生、司法等领域信息内容生产的公众账号，应当要求用户在注册时提供其专业背景，以及依照法律、行政法规获得的职业资格或者服务资质等相关材料，并进行必要核验。

公众账号信息服务平台应当对核验通过后的公众账号加注专门标识，并根据用户的不同主体性质，公示内容生产类别、运营主体名称、注册运营地址、统一社会信用代码、联系方式等注册信息，方便社会监督查询。

公众账号信息服务平台应当建立动态核验巡查制度，适时核验生产运营者注册信息的真实性、有效性。

第十条 公众账号信息服务平台应当对同一主体在本平台注册公众账号的数量合理设定上限。对申请注册多个公众账号的用户，还应当对其主体性质、服务资质、业务范围、信用评价等进行必要核验。

公众账号信息服务平台对互联网用户注册后超过六个月不登录、不使用的公众账号，可以根据服务协议暂停或者终止提供服务。

公众账号信息服务平台应当健全技术手段，防范和处置互联网用户超限量注册、恶意注册、虚假注册等违规注册行为。

第十一条 公众账号信息服务平台应当依法依约禁止公众账号生产运营者违规转让公众账号。

公众账号生产运营者向其他用户转让公众账号使用权的，应当向平台提出申请。平台应当依据前款规定对受让方用户进行认证核验，并公示主体变更信息。平台发现生产运营

者未经审核擅自转让公众账号的，应当及时暂停或者终止提供服务。

公众账号生产运营者自行停止账号运营，可以向平台申请暂停或者终止使用。平台应当按照服务协议暂停或者终止提供服务。

第十二条 公众账号信息服务平台应当建立公众账号监测评估机制，防范账号订阅数、用户关注度、内容点击率、转发评论量等数据造假行为。

公众账号信息服务平台应当规范公众账号推荐订阅关注机制，健全技术手段，及时发现、处置公众账号订阅关注数量的异常变动情况。未经互联网用户知情同意，不得以任何方式强制或者变相强制订阅关注其他用户公众账号。

第十三条 公众账号信息服务平台应当建立生产运营者信用等级管理体系，根据信用等级提供相应服务。

公众账号信息服务平台应当建立健全网络谣言等虚假信息预警、发现、溯源、甄别、辟谣、消除等处置机制，对制作发布虚假信息的公众账号生产运营者降低信用等级或者列入黑名单。

第十四条 公众账号信息服务平台与生产运营者开展内容供给与账号推广合作，应当规范管理电商销售、广告发布、知识付费、用户打赏等经营行为，不得发布虚假广告、进行夸大宣传、实施商业欺诈及商业诋毁等，防止违法违规运营。

公众账号信息服务平台应当加强对原创信息内容的著作权保护，防范盗版侵权行为。

平台不得利用优势地位干扰生产运营者合法合规运营、侵犯用户合法权益。

第三章 公众账号生产运营者

第十五条 公众账号生产运营者应当按照平台分类管理规则，在注册公众账号时如实填写用户主体性质、注册地、运营地、内容生产类别、联系方式等基本信息，组织机构用户还应当注明主要经营或者业务范围。

公众账号生产运营者应当遵守平台内容生产和账号运营管理规则、平台公约和服务协议，按照公众账号登记的内容生产类别，从事相关行业领域的信息内容生产发布。

第十六条 公众账号生产运营者应当履行信息内容生产和公众账号运营管理主体责任，依法依规从事信息内容生产和公众账号运营活动。

公众账号生产运营者应当建立健全选题策划、编辑制作、发布推广、互动评论等全过程信息内容安全审核机制，加强信息内容导向性、真实性、合法性审核，维护网络传播良好秩序。

公众账号生产运营者应当建立健全公众账号注册使用、运营推广等全过程安全管理机

制，依法、文明、规范运营公众账号，以优质信息内容吸引公众关注订阅和互动分享，维护公众账号良好社会形象。

公众账号生产运营者与第三方机构开展公众账号运营、内容供给等合作，应与第三方机构签订书面协议，明确第三方机构信息安全管理义务并督促履行。

第十七条 公众账号生产运营者转载信息内容的，应当遵守著作权保护相关法律法规，依法标注著作权人和可追溯信息来源，尊重和保护著作权人的合法权益。

公众账号生产运营者应当对公众账号留言、跟帖、评论等互动环节进行管理。平台可以根据公众账号的主体性质、信用等级等，合理设置管理权限，提供相关技术支持。

第十八条 公众账号生产运营者不得有下列违法违规行为：

- (一) 不以真实身份信息注册，或者注册与自身真实身份信息不相符的公众账号名称、头像、简介等；
- (二) 恶意假冒、仿冒或者盗用组织机构及他人公众账号生产发布信息内容；
- (三) 未经许可或者超越许可范围提供互联网新闻信息采编发布等服务；
- (四) 操纵利用多个平台账号，批量发布雷同低质信息内容，生成虚假流量数据，制造虚假舆论热点；
- (五) 利用突发事件煽动极端情绪，或者实施网络暴力损害他人和组织机构名誉，干扰组织机构正常运营，影响社会和谐稳定；
- (六) 编造虚假信息，伪造原创属性，标注不实信息来源，歪曲事实真相，误导社会公众；
- (七) 以有偿发布、删除信息等手段，实施非法网络监督、营销诈骗、敲诈勒索，谋取非法利益；
- (八) 违规批量注册、囤积或者非法交易买卖公众账号；
- (九) 制作、复制、发布违法信息，或者未采取措施防范和抵制制作、复制、发布不良信息；
- (十) 法律、行政法规禁止的其他行为。

第四章 监督管理

第十九条 公众账号信息服务平台应当加强对本平台公众账号信息服务活动的监督管理，及时发现和处置违法违规信息或者行为。

公众账号信息服务平台应当对违反本规定及相关法律法规的公众账号，依法依约采取警示提醒、限制账号功能、暂停信息更新、停止广告发布、关闭注销账号、列入黑名单、禁止重新注册等处置措施，保存有关记录，并及时向网信等有关主管部门报告。

第二十条 公众账号信息服务平台和生产运营者应当自觉接受社会监督。

公众账号信息服务平台应当在显著位置设置便捷的投诉举报入口和申诉渠道，公布投诉举报和申诉方式，健全受理、甄别、处置、反馈等机制，明确处理流程和反馈时限，及时处理公众投诉举报和生产运营者申诉。

鼓励互联网行业组织开展公众评议，推动公众账号信息服务平台和生产运营者严格自律，建立多方参与的权威调解机制，公平合理解决行业纠纷，依法维护用户合法权益。

第二十一条 各级网信部门会同有关主管部门建立健全协作监管等工作机制，监督指导公众账号信息服务平台和生产运营者依法依规从事相关信息服务活动。

公众账号信息服务平台和生产运营者应当配合有关主管部门依法实施监督检查，并提供必要的技术支持和协助。

公众账号信息服务平台和生产运营者违反本规定的，由网信部门和有关主管部门在职责范围内依照相关法律法规处理。

第五章 附则

第二十二条 本规定所称互联网用户公众账号，是指互联网用户在互联网站、应用程序等网络平台注册运营，面向社会公众生产发布文字、图片、音视频等信息内容的网络账号。

本规定所称公众账号信息服务平台，是指为互联网用户提供公众账号注册运营、信息内容发布与技术保障服务的网络信息服务提供者。

本规定所称公众账号生产运营者，是指注册运营公众账号从事内容生产发布的自然人、法人或者非法人组织。

第二十三条 本规定自 2021 年 2 月 22 日起施行。本规定施行之前颁布的有关规定与本规定不一致的，按照本规定执行。

12. 关于加强网络直播规范管理工作指导意见

基本信息：

【发布机关】国家互联网信息办公室、全国扫黄打非工作小组、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部

【时效性】现行有效

部、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局

【效力级别】部门规范性文件

【发文字号】国信办发文〔2021〕3号

【实施日期】2021.02.09

【发布日期】2021.02.09

关于加强网络直播规范管理工作的指导意见

近年来，网络直播以其内容和形式的直观性、即时性和互动性，在促进经济社会发展、丰富人民群众精神文化生活等方面发挥了重要作用。随着移动互联网新技术新应用的迭代升级，网络直播行业进入了快速发展期，其媒体属性、社交属性、商业属性、娱乐属性日益凸显，深刻影响网络生态。与此同时，网络直播行业存在的主体责任缺失、内容生态不良、主播良莠不齐、充值打赏失范、商业营销混乱、青少年权益遭受侵害等问题，严重制约网络直播行业健康发展，给意识形态安全、社会公共利益和公民合法权益带来挑战，必须高度重视、认真解决。为切实加强网络直播行业正面引导和规范管理，保护广大网民合法权益，倡导行业加强网络文明建设，培育向上向善的网络文化，践行社会主义核心价值观，促进网络直播行业健康有序发展，经中央领导同志同意，现提出如下指导意见。

一、明确总体要求

全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，坚持依法办网、依法治网，准确把握网络直播行业特点规律和发展趋势，有效解决突出问题、难点问题、痛点问题，科学规范行业运行规则，构建良好产业生态，为广大网民特别是青少年营造积极健康、内容丰富、正能量充沛的网络直播空间。

二、督促落实主体责任

1. 压实平台主体责任。网络直播平台提供互联网直播信息服务，应当严格遵守法律法规和国家有关规定；严格履行网络直播平台法定职责义务，落实网络直播平台主体责任清单，对照网络直播行业主要问题清单建立健全和严格落实总编辑负责、内容审核、用户注册、跟帖评论、应急响应、技术安全、主播管理、培训考核、举报受理等内部管理制度。

2. 明确主播法律责任。自然人和组织机构利用网络直播平台开展直播活动，应当严格按照《互联网用户账号名称管理规定》等有关要求，落实网络实名制注册账号并规范使用账号名称。网络主播依法依规开展网络直播活动，不得从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益、传播淫秽色情信息等法律法规禁止的活动；不得超许可范围发布互联网新闻信息；不得接受未经其监护人同意的未成年人充值打赏；不得从事平台内或跨平台违法违规交易；不得组织、煽动用户实施网络暴力；不得组织赌博或

变相赌博等线上线下违法活动。

3. 强化用户行为规范。网络直播用户参与直播互动时，应当严格遵守法律法规，文明互动、理性表达、合理消费；不得在直播间发布、传播违法违规信息；不得组织、煽动对网络主播或用户的攻击和谩骂；不得利用机器软件或组织“水军”发表负面评论和恶意“灌水”；不得营造斗富炫富、博取眼球等不良互动氛围。

三、确保导向正确和内容安全

4. 提升主流价值引领。网络直播平台应当坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，强化导向意识，大力弘扬社会主义核心价值观，大力扶持优质主播，扩大优质内容生产供给；培养网络主播正确的世界观、价值观、人生观，有效提升直播平台“以文化人”的精神气质和文化力量。

5. 切实维护网民权益。网络直播平台应当严格遵守个人信息保护相关规定，规范收集和合法使用用户身份、地理位置、联系方式等个人信息行为；充分保障用户知情权、选择权和隐私权等合法权益；依法依规引导和规范用户合理消费、理性打赏；依法依规留存直播图像、互动留言、充值打赏等记录；加大对各类侵害网民权益行为的打击力度，切实维护网络直播行业秩序。

6. 加强未成年人保护。网络直播平台应当严禁为未满 16 周岁的未成年人提供网络主播账号注册服务，为已满 16 周岁未满 18 周岁未成年人提供网络主播账号注册服务应当征得监护人同意；应当向未成年人用户提供“青少年模式”，防范未成年人沉迷网络直播，屏蔽不利于未成年人健康成长的网络直播内容，不得向未成年人提供充值打赏服务；建立未成年人专属客服团队，优先受理、及时处置涉未成年人的相关投诉和纠纷，对未成年人冒用成年人账号打赏的，核查属实后须按规定办理退款。

7. 筑牢信息安全屏障。网络直播平台应当建立健全信息安全管理制，严格落实信息内容安全管理责任制，具备与创新发展相适应的安全可控的技术保障和防范措施；对新技术新应用新功能上线具有舆论属性或社会动员能力的直播信息服务，应严格进行安全评估；利用基于深度学习、虚拟现实等技术制作、发布的非真实直播信息内容，应当以显著方式予以标识。

8. 严惩违法违规行为。坚决打击利用网络直播颠覆国家政权、散播历史虚无主义、煽动宗教极端主义、宣扬民族分裂思想、教唆暴力恐怖等违法犯罪活动；严厉查处淫秽色情、造谣诽谤、赌博诈骗、侵权盗版、侵犯公民个人信息等违法犯罪行为；全面清理低俗庸俗、封建迷信、打“擦边球”等违法和不良信息。

四、建立健全制度规范

9. 强化准入备案管理。开展经营性网络表演活动的直播平台须持有《网络文化经营许可证》并进行 ICP 备案；开展网络视听节目服务的直播平台须持有《信息网络传播视听节目许可证》（或在全国网络视听平台信息登记管理系统中完成登记）并进行 ICP 备案；开展互联网新闻信息服务的直播平台须持有《互联网新闻信息服务许可证》。网络直播平台应当及时向属地网信等主管部门履行企业备案手续，停止提供直播服务的平台应当及时注销备案。

10. 构建行业制度体系。网络直播平台应当建立健全和严格落实相关管理制度。建立直播账号分类分级规范管理制度，对主播账号实行基于主体属性、运营内容、粉丝数量、直播热度等因素的分类分级管理；针对不同类别级别的网络主播账号应当在单场受赏总额、直播热度、直播时长和单日直播场次、场次时间间隔等方面合理设限，对违法违规主播实施必要的警示措施。建立直播打赏服务管理规则，明确平台向用户提供的打赏服务为信息和娱乐的消费服务，应当对单个虚拟消费品、单次打赏额度合理设置上限，对单日打赏额度累计触发相应阈值的用户进行消费提醒，必要时设置打赏冷静期和延时到账期。建立直播带货管理制度，依据主播账号分级规范设定具有营销资格的账号级别，依法依规确定推广商品和服务类别。

五、增强综合治理能力

11. 建立完善工作机制。各部门应当切实履行职能职责，依法依规加强对网络直播行业相关业务的监督管理。网信部门要进一步强化网络直播行业管理的统筹协调和日常监管，建立健全部门协调联动长效机制，制定出台支持和促进网络直播行业健康发展、生态治理和规范管理的政策措施；“扫黄打非”部门要履行网上“扫黄打非”联席会议牵头单位职责，会同有关部门挂牌督办重特大案件；工业和信息化部门要严格落实网络接入实名制管理要求，强化 ICP 备案管理；公安部门要全面提升对网络直播犯罪行为实施全方位遏制打击力度；文化和旅游部门要加强网络表演行业管理和执法工作，指导相关行业组织加强网络表演行业自律；市场监管部门要加强网络直播营销领域的监督管理；广电部门要研究制定网络视听节目等管理规范及准入标准。

12. 积极倡导社会监督。鼓励社会各界广泛参与网络直播行业治理，切实加强网络直播平台和政府、媒体、公众间的信息交流和有效沟通，构建网络直播规范管理的良好舆论环境。网络直播平台应当自觉接受社会监督，有效拓宽举报渠道，简化举报环节，及时受理、处置并反馈公众投诉举报。

13. 发挥行业组织作用。网络社会组织要积极发挥桥梁纽带作用，大力倡导行业自律，积极开展公益活动，参与净化网络直播环境、维护良好网络生态。建立健全网络主播信用评价体系，为网络直播行业健康有序发展营造良好氛围。

13. 常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定

基本信息:

【发布机关】网信办秘书局 工业和信息化部办公厅 公安部办公厅 市场监管总局办公厅
 【时效性】现行有效
 【效力级别】部门规范性文件
 【实施日期】2021.05.01
 【发文字号】国信办秘字〔2021〕14号
 【发布日期】2021.03.12

常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定

第一条 为了规范移动互联网应用程序（App）收集个人信息行为，保障公民个人信息安全，根据《中华人民共和国网络安全法》，制定本规定。

第二条 移动智能终端上运行的 App 存在收集用户个人信息行为的，应当遵守本规定。法律、行政法规、部门规章和规范性文件另有规定的，依照其规定。

App 包括移动智能终端预置、下载安装的应用软件，基于应用软件开放平台接口开发的、用户无需安装即可使用的小程序。

第三条 本规定所称必要个人信息，是指保障 App 基本功能服务正常运行所必需的个人信息，缺少该信息 App 即无法实现基本功能服务。具体是指消费侧用户个人信息，不包括服务供给侧用户个人信息。

第四条 App 不得因为用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用其基本功能服务。

第五条 常见类型 App 的必要个人信息范围：

（一）地图导航类，基本功能服务为“定位和导航”，必要个人信息为：位置信息、出发地、到达地。

（二）网络约车类，基本功能服务为“网络预约出租汽车服务、巡游出租汽车电召服务”，必要个人信息包括：

- 1.注册用户移动电话号码；
- 2.乘车人出发地、到达地、位置信息、行踪轨迹；
- 3.支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息（网络预约出租汽车服务）。

（三）即时通信类，基本功能服务为“提供文字、图片、语音、视频等网络即时通信

服务”，必要个人信息包括：

- 1.注册用户移动电话号码；
- 2.账号信息：账号、即时通信联系人账号列表。

（四）网络社区类，基本功能服务为“博客、论坛、社区等话题讨论、信息分享和关注互动”，必要个人信息为：注册用户移动电话号码。

（五）网络支付类，基本功能服务为“网络支付、提现、转账等功能”，必要个人信息包括：

- 1.注册用户移动电话号码；
- 2.注册用户姓名、证件类型和号码、证件有效期限、银行卡号码。

（六）网上购物类，基本功能服务为“购买商品”，必要个人信息包括：

- 1.注册用户移动电话号码；
- 2.收货人姓名（名称）、地址、联系电话；
- 3.支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。

（七）餐饮外卖类，基本功能服务为“餐饮购买及外送”，必要个人信息包括：

- 1.注册用户移动电话号码；
- 2.收货人姓名（名称）、地址、联系电话；
- 3.支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。

（八）邮件快件寄递类，基本功能服务为“信件、包裹、印刷品等物品寄递服务”，必要个人信息包括：

- 1.寄件人姓名、证件类型和号码等身份信息；
- 2.寄件人地址、联系电话；
- 3.收件人姓名（名称）、地址、联系电话；
- 4.寄递物品的名称、性质、数量。

（九）交通票务类，基本功能服务为“交通相关的票务服务及行程管理（如票务购买、改签、退票、行程管理等）”，必要个人信息包括：

- 1.注册用户移动电话号码；
- 2.旅客姓名、证件类型和号码、旅客类型。旅客类型通常包括儿童、成人、学生等；
- 3.旅客出发地、目的地、出发时间、车次/船次/航班号、席别/舱位等级、座位号（如

有)、车牌号及车牌颜色(ETC服务);

4.支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。

(十)婚恋相亲类,基本功能服务为“婚恋相亲”,必要个人信息包括:

1.注册用户移动电话号码;

2.婚恋相亲人的性别、年龄、婚姻状况。

(十一)求职招聘类,基本功能服务为“求职招聘信息交换”,必要个人信息包括:

1.注册用户移动电话号码;

2.求职者提供的简历。

(十二)网络借贷类,基本功能服务为“通过互联网平台实现的用于消费、日常生产经营周转等的个人申贷服务”,必要个人信息包括:

1.注册用户移动电话号码;

2.借款人姓名、证件类型和号码、证件有效期限、银行卡号码。

(十三)房屋租售类,基本功能服务为“个人房源信息发布、房屋出租或买卖”,必要个人信息包括:

1.注册用户移动电话号码;

2.房源基本信息:房屋地址、面积/户型、期望售价或租金。

(十四)二手车交易类,基本功能服务为“二手车买卖信息交换”,必要个人信息包括:

1.注册用户移动电话号码;

2.购买方姓名、证件类型和号码;

3.出售方姓名、证件类型和号码、车辆行驶证号、车辆识别号码。

(十五)问诊挂号类,基本功能服务为“在线咨询问诊、预约挂号”,必要个人信息包括:

1.注册用户移动电话号码;

2.挂号时需提供患者姓名、证件类型和号码、预约挂号的医院和科室;

3.问诊时需提供病情描述。

(十六)旅游服务类,基本功能服务为“旅游服务产品信息的发布与订购”,必要个人信息包括:

1.注册用户移动电话号码;

2.出行人旅游目的地、旅游时间；

3.出行人姓名、证件类型和号码、联系方式。

(十七) 酒店服务类，基本功能服务为“酒店预订”，必要个人信息包括：

1.注册用户移动电话号码；

2.住宿人姓名和联系方式、入住和退房时间、入住酒店名称。

(十八) 网络游戏类，基本功能服务为“提供网络游戏产品和服务”，必要个人信息为：注册用户移动电话号码。

(十九) 学习教育类，基本功能服务为“在线辅导、网络课堂等”，必要个人信息为：注册用户移动电话号码。

(二十) 本地生活类，基本功能服务为“家政维修、家居装修、二手闲置物品交易等日常生活服务”，必要个人信息为：注册用户移动电话号码。

(二十一) 女性健康类，基本功能服务为“女性经期管理、备孕育儿、美容美体等健康管理服务”，无须个人信息，即可使用基本功能服务。

(二十二) 用车服务类，基本功能服务为“共享单车、共享汽车、租赁汽车等服务”，必要个人信息包括：

1.注册用户移动电话号码；

2.使用共享汽车、租赁汽车服务用户的证件类型和号码，驾驶证件信息；

3.支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息；

4.使用共享单车、分时租赁汽车服务用户的位置信息。

(二十三) 投资理财类，基本功能服务为“股票、期货、基金、债券等相关投资理财服务”，必要个人信息包括：

1.注册用户移动电话号码；

2.投资理财用户姓名、证件类型和号码、证件有效期限、证件影印件；

3.投资理财用户资金账户、银行卡号码或支付账号。

(二十四) 手机银行类，基本功能服务为“通过手机等移动智能终端设备进行银行账户管理、信息查询、转账汇款等服务”，必要个人信息包括：

1.注册用户移动电话号码；

2.用户姓名、证件类型和号码、证件有效期限、证件影印件、银行卡号码、银行预留移动电话号码；

3.转账时需提供收款人姓名、银行卡号码、开户银行信息。

(二十五) 邮箱云盘类, 基本功能服务为“邮箱、云盘等”, 必要个人信息为: 注册用户手机号码。

(二十六) 远程会议类, 基本功能服务为“通过网络提供音频或视频会议”, 必要个人信息为: 注册用户手机号码。

(二十七) 网络直播类, 基本功能服务为“向公众持续提供实时视频、音频、图文等形式信息浏览服务”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(二十八) 在线影音类, 基本功能服务为“影视、音乐搜索和播放”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(二十九) 短视频类, 基本功能服务为“不超过一定时长的视频搜索、播放”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十) 新闻资讯类, 基本功能服务为“新闻资讯的浏览、搜索”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十一) 运动健身类, 基本功能服务为“运动健身训练”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十二) 浏览器类, 基本功能服务为“浏览互联网信息资源”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十三) 输入法类, 基本功能服务为“文字、符号等输入”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十四) 安全管理类, 基本功能服务为“查杀病毒、清理恶意插件、修复漏洞等”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十五) 电子图书类, 基本功能服务为“电子图书搜索、阅读”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十六) 拍摄美化类, 基本功能服务为“拍摄、美颜、滤镜等”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十七) 应用商店类, 基本功能服务为“App 搜索、下载”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十八) 实用工具类, 基本功能服务为“日历、天气、词典翻译、计算器、遥控器、手电筒、指南针、时钟闹钟、文件传输、文件管理、壁纸铃声、截图录屏、录音、文档处理、智能家居助手、星座性格测试等”, 无须个人信息, 即可使用基本功能服务。

(三十九) 演出票务类, 基本功能服务为“演出购票”, 必要个人信息包括:

- 1.注册用户移动电话号码;
- 2.观演场次、座位号(如有);
- 3.支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。

第六条 任何组织和个人发现违反本规定行为的, 可以向相关部门举报。

相关部门收到举报后, 应当依法予以处理。

第七条 本规定自 2021 年 5 月 1 日起施行。

14. 关于进一步压实网站平台信息内容管理主体责任的意见

基本信息:

【发布机关】国家互联网信息办公室

【时效性】现行有效

【发文字号】

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2021.09.15

【实施日期】2021.09.15

关于进一步压实网站平台信息内容管理主体责任的意见

随着信息技术的迅猛发展, 互联网已经成为人们了解资讯、获取知识、娱乐交流的重要途径, 成为提供社会公共服务和方便群众生产生活的重要载体。网站平台日益成为信息内容生产传播的重要渠道, 兼具社会属性和公共属性, 在坚持正确价值取向、保障网络内容安全、维护网民合法权益等方面, 具有不可替代的地位和作用。促进网站平台健康有序运行, 日益重要而迫切。

近年来, 网信系统深入贯彻落实党中央决策部署, 在坚持依法管网、依法办网方面取得了长足进步, 特别是网站平台积极履行信息内容管理主体责任, 在保障信息安全、规范传播秩序、维护良好生态等方面, 发挥了主体作用。同时也要看到, 网站平台还存在认识不充分、角色定位不准确、履职尽责不到位、制度机制不完善、管理操作不规范等问题, 一定程度导致违法和不良信息禁而不绝, 网络生态问题时有发生。为进一步压实网站平台信息内容管理主体责任, 充分发挥网站平台信息内容管理第一责任人作用, 切实提升管网治网水平, 现提出如下意见:

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记关于网络强国的重要思想为指导, 全面贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中全会、五中全会精神, 立足新发展阶段, 贯彻新发展理念, 构建新发展格局, 坚持以人民为中心, 坚持维护国家利益, 统

筹规范与发展，以推动互联网行业健康发展为目标，以促进网站平台自我规范管理为着力点，围绕强化网站平台信息内容管理主体责任工作主线，引导推动网站平台准确把握责任，明确工作规范，健全管理制度，完善运行规则，切实防范化解各种风险隐患，积极营造清朗网络空间。

二、主要原则

坚持政治引领。坚持党管互联网，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，切实把政治标准和政治要求贯穿互联网管理全过程、各环节，确保网站平台始终坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向。

坚持问题导向。聚焦各类网络乱象，着力破解网站平台履行信息内容管理主体责任存在的认识偏差、管理失范、能力不足、效果不彰等突出问题，指导督促网站平台补短板、强弱项、提水平。

坚持分类指导。充分体现互联网不同领域的规律，准确把握不同产品功能特点，分领域确定重点职责，分平台抓好重点任务，分环节明确工作标准，促进网站平台规范管理、有效履责。

坚持强化监管。加强源头治理、规则治理，注重风险管理、行为管理，增强监管系统性针对性。把握重点，抓住关键，强化头部网站平台日常管理。以管理促规范，激发网站平台履职尽责的内生动能。

三、重点任务

（一）把握主体责任内涵。网站平台要以弘扬社会主义核心价值观为己任，培育积极健康、向上向善的网络文化，确保网上主旋律高昂、正能量充沛；对信息内容呈现结果负责，严防违法信息生产传播，自觉防范和抵制传播不良信息，确保信息内容安全。建设良好网络秩序，全链条覆盖、全口径管理，规范用户网上行为，遏制各类网络乱象，维护清朗网络空间。健全管理制度机制，准确界定行为边界，切实规范工作流程，强化内部管理约束，做到有规可依、有规必依，保障日常运营规范健康。加强未成年人网络保护，注重保障用户权益，切实维护社会公共利益。

（二）完善平台社区规则。制定和完善适合网站平台特点的社区规则，充分体现法律法规要求，充分体现社会主义核心价值观要求，充分体现行业管理要求。明确网站平台在内容运营中的权利、责任和义务，细化处理违规行为的措施、权限、程序，明晰处置原则和操作标准，切实强化网站平台自身行为约束。完善用户行为准则，编制违法和不良信息清单目录，建立用户信用记录和评价制度，增强用户管理的针对性和有效性，建立并留存处置用户违规行为记录。严格执行社区规则，不得选择性操作，不得差别化对待，不得超

范围处置。

(三) 加强账号规范管理。制定账号规范管理实施细则, 加强账号运行监管, 有效规制账号行为。加强账号注册管理, 严格落实真实身份信息登记相关要求, 强化名称、头像等账号信息合规审核, 强化公众账号主体资质核验, 确保公众账号名称和运营主体业务相匹配。加强账号行为管理, 严格分类分级, 实现精准管理、重点管理、动态管理。加强对需要关注账号管理, 建立目录清单, 制定管理措施, 确保规范有序。加大违法违规账号处置力度, 建立黑名单账号数据库, 严防违法违规账号转世。全面清理“僵尸号”“空壳号”。

(四) 健全内容审核机制。严格落实总编辑负责制度, 明确总编辑信息内容审核权利责任, 建立总编辑全产品、全链条信息内容审核把关工作机制。完善人工审核制度, 进一步扩大人工审核范围, 细化审核标准, 完善审核流程, 确保审核质量。建立违法违规信息样本库动态更新机制, 分级分类设置, 定期丰富扩充, 提升技术审核效率和质量。健全重点信息多节点召回复核机制, 明确重点信息范围、标准、类别等, 对关系国家安全、国计民生和公共利益等重点领域信息, 增加审核频次, 加大审核力度, 科学把握内容, 确保信息安全。

(五) 提升信息内容质量。坚持主流价值导向, 唱响主旋律、传播正能量, 弘扬社会主义先进文化、展示奋发昂扬精神面貌。完善内容生产扶持政策, 采取资金、流量等多种支持方式, 鼓励引导用户生产高质量信息内容。结合网站平台实际, 增加主流媒体信息服务订购数量和比例, 优化信息内容生产供给。建立信息内容评价体系, 注重遴选优质“自媒体”账号、MCN 机构等, 丰富网站平台信息来源, 保障信息内容健康向上。

(六) 规范信息内容传播。强化新闻信息稿源管理, 严格落实互联网新闻信息服务相关法律法规, 禁止未经许可的主体提供相关服务, 转载新闻信息时, 不得歪曲、篡改标题原意和新闻信息内容, 保证新闻来源可追溯。优化信息推荐机制, 优先推送优质信息内容, 坚决防范和抵制不良信息, 严禁传播违法信息, 切实维护版面页面良好生态。规范话题设置, 严防蹭热点、伪原创、低俗媚俗、造谣传谣、负面信息集纳等恶意传播行为。健全舆情预警机制, 重点关注敏感热点舆情, 及时发现不良倾向, 进行科学有效引导, 防止误导社会公众。建立信息传播人工干预制度规范, 严格操作标准, 规范操作流程, 全过程留痕备查, 及时主动向监管部门报告重大事项。

(七) 加强重点功能管理。科学设计、有效管理应用领域广、使用频度高的功能。规范热点排行, 健全榜单规则, 合理确定构成要素和权重, 体现正确价值观导向。优化算法推荐, 明确推荐重点, 细化推荐标准, 评估推荐效果, 按要求开展算法备案。强化弹窗管理, 准确把握推送环节, 严格控制推送频次, 加强推送内容审核把关。规范搜索呈现, 完善搜索运行规则, 建立权威信息内容库, 重点领域优先展示权威来源信息, 确保搜索结果

客观准确。加强群组运行管理，明确群组负责人权利义务，设定群组人员数量标准，规范群组用户行为。鼓励社会公众参与违法和不良信息举报，畅通投诉举报渠道，健全完善受理处置反馈机制。

（八）坚持依法合规经营。从事互联网新闻信息服务等业务，应当依法依规履行许可手续，未经许可不得开展相关活动。上线运营具有媒体属性和舆论动员功能的新技术新应用，按规定进行安全评估，通过后方可正式运行。开展数据共享、流量合作等跨平台经营活动，应当符合国家相关政策，有助于正能量信息传播。坚持诚信运营，不得选择性自我优待，不得非正常屏蔽或推送利益相关方信息，不得利用任何形式诱导点击、诱导下载、诱导消费。

（九）严格未成年人网络保护。落实未成年人保护法律法规要求，结合业务类型和实际，制定未成年人网络保护具体方案，明确目标，细化措施，建立长效机制。加大投入，开发升级未成年人防沉迷、青少年模式等管理系统，不断提高系统辨识度，增强识别精准性，合理设置未成年人使用服务的时间、权限等，提供适合未成年人的优质内容，保障未成年人健康科学用网。面向未成年人提供产品和服务，清晰界定服务内容，高标准治理产品生态，严防不良信息影响未成年人身心健康。严禁借未成年人名义利用网络进行商业炒作牟利。

（十）加强人员队伍建设。配备与业务规模相适应的从业人员，加大信息内容审核人员数量和比例，不断优化结构，切实保障信息服务质量。严格从业人员行业进入、履职考核、离职登记等各环节管理，新闻信息服务从业人员依法持证上岗。针对性开展业务培训，制定培训计划，建立培训档案，持续提升从业人员能力素质。加强从业人员诚信体系建设，健全信用管理机制，加大违法违规处罚力度，严格落实从业人员黑名单管理制度。

四、组织保障

（十一）加强组织领导。各地网信部门要充分认识到压实网站平台信息内容管理主体责任的重要性和紧迫性，作为管网治网的重要内容，紧抓不放。要切实履行属地管理责任，明确责任分工，组织专门力量，精心谋划部署，精心组织实施。网站平台要提高思想认识，把履行主体责任作为 CEO 工程，列入企业重要议事日程，明确时间表、任务书、路线图，切实抓出成效。

（十二）强化日常监管。加强基础管理，准确掌握属地网站平台底数，建立网站平台履行主体责任台账。理清管理重点，及时掌握重点网站平台工作动态。主动发现问题、解决问题，充分发挥互联网行政执法作用，推动网站平台针对性补齐履行主体责任工作短板。建立定期例会制度，通报典型案例，传递管理要求，推广好的经验做法。

(十三) 注重督导检查。各地网信部门要加大督导检查力度, 跟踪评估属地网站平台履行主体责任工作效果, 督导检查网站平台各项制度机制的制订情况, 督导检查网站平台制度机制的落实情况, 对存在的各种问题及时纠正处置。网站平台要自查自纠制度机制执行情况, 对违规行为及时处罚, 每年主动向属地网信部门报告履行主体责任情况, 及时报告涉及履行主体责任的重大事项。

15. 关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见

基本信息:

【发布机关】国家互联网信息办公室、中央宣传部、教育部、科学技术部、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局

【发文字号】国信办发文〔2021〕7号

【发布日期】2021.09.17

【时效性】现行有效

【效力级别】部门规范性文件

【实施日期】2021.09.17

关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见

近年来, 互联网信息服务算法(以下简称“算法”)在加速互联网信息传播、繁荣数字经济、促进社会发展等方面发挥了重要作用。与此同时, 算法不合理应用也影响了正常的传播秩序、市场秩序和社会秩序, 给维护意识形态安全、社会公平公正和网民合法权益带来挑战。为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署, 管理好使用好发展好算法应用, 全面提升网络综合治理能力, 现就加强互联网信息服务算法安全治理提出如下意见。

一、总体要求

(一) 指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记关于网络强国的重要思想为指导, 深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神, 坚持正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事, 以算法安全可信、高质量、创新性发展为导向, 建立健全算法安全治理机制, 构建完善算法安全监管体系, 推进算法自主创新, 促进算法健康、有序、繁荣发展, 为建设网络强国提供有力支撑。

(二) 基本原则

坚持正确导向, 强化科技伦理意识、安全意识和底线思维, 充分发挥算法服务正能量传播作用, 营造风清气正的网络空间; 坚持依法治理, 加强法律法规建设, 创新技术监管模式, 打击违法违规行为, 建立健全多方参与的算法安全治理机制; 坚持风险防控, 推进

算法分级分类安全管理，有效识别高风险类算法，实施精准治理；坚持权益保障，引导算法应用公平公正、透明可释，充分保障网民合法权益；坚持技术创新，大力推进我国算法创新研究工作，保护算法知识产权，强化自研算法的部署和推广，提升我国算法的核心竞争力。

（三）主要目标

利用三年左右时间，逐步建立治理机制健全、监管体系完善、算法生态规范的算法安全综合治理格局。

——治理机制健全。制定完善互联网信息服务算法安全治理政策法规，算法安全治理的主体权责明确，治理结构高效运行，形成有法可依、多元协同、多方参与的治理机制。

——监管体系完善。创新性地构建形成算法安全风险监测、算法安全评估、科技伦理审查、算法备案管理和涉算法违法违规行为处置等多维一体的监管体系。

——算法生态规范。算法导向正确、正能量充沛，算法应用公平公正、公开透明，算法发展安全可控、自主创新，有效防范算法滥用带来的风险隐患。

二、健全算法安全治理机制

（一）加强算法治理规范。健全算法安全治理政策法规，加快制定算法管理规定，明确算法管理主体、管理范围、管理要求和法律责任等，完善算法安全治理措施，制定标准、指南等配套文件。

（二）优化算法治理结构。进一步明确政府、企业、行业组织和网民在算法安全治理中的权利、义务和责任，科学合理布局治理组织结构，规范运作、相互衔接，打造形成政府监管、企业履责、行业自律、社会监督的算法安全多元共治局面。

（三）强化统筹协同治理。网信部门会同宣传、教育、科技、工信、公安、文化和旅游、市场监管、广电等部门，建立部门协同联动长效机制，履行监管职责，共同开展算法安全治理工作。

（四）强化企业主体责任。企业应建立算法安全责任制度和科技伦理审查制度，健全算法安全管理组织机构，加强风险防控和隐患排查治理，提升应对算法安全突发事件的能力和水平。企业应强化责任意识，对算法应用产生的结果负主体责任。

（五）强化行业组织自律。互联网信息服务行业应当加强行业自律，积极开展算法科学技术普及工作，逐步组建算法安全治理力量，吸引专业队伍，汇聚多方资源投入，承担算法安全治理社会责任，为算法安全治理提供有力支撑。

（六）倡导网民监督参与。鼓励广大网民积极参与算法安全治理工作，切实加强政府、企业、行业组织和网民间的信息交流和有效沟通。政府积极受理网民举报投诉，企业

自觉接受社会监督并及时做好结果反馈。

三、构建算法安全监管体系

(七) 有效监测算法安全风险。对算法的数据使用、应用场景、影响效果等开展日常监测工作,感知算法应用带来的网络传播趋势、市场规则变化、网民行为等信息,预警算法应用可能产生的不规范、不公平、不公正等隐患,发现算法应用安全问题。

(八) 积极开展算法安全评估。组织建立专业技术评估队伍,深入分析算法机制机理,评估算法设计、部署和使用等应用环节的缺陷和漏洞,研判算法应用产生的意识形态、社会公平、道德伦理等安全风险,提出针对性应对措施。

(九) 有序推进算法备案工作。建立算法备案制度,梳理算法备案基本情况,健全算法分级分类体系,明确算法备案范围,有序开展备案工作。积极做好备案指导帮助,主动公布备案情况,接受社会监督。

(十) 持续推进监管模式创新。持续研判算法领域技术发展新形势,推进监管模式与算法技术协同发展,不断完善、升级、创新监管的方式方法和治理举措,防范监管模式落后导致的算法安全风险。

(十一) 严厉打击违法违规行为。着力解决网民反映强烈的算法安全问题,对算法监测、评估、备案等工作中发现的、以及网民举报并查实的涉算法违法违规行为,予以严厉打击,坚决维护互联网信息服务算法安全。

四、促进算法生态规范发展

(十二) 树立算法正确导向。弘扬社会主义核心价值观,在算法应用中坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向。提高正能量传播的精准性和有效性,规范信息分发行为和秩序,推动企业借助算法加强正能量传播,引导算法应用向上向善。

(十三) 推动算法公开透明。规范企业算法应用行为,保护网民合理权益,秉持公平、公正原则,促进算法公开透明。督促企业及时、合理、有效地公开算法基本原理、优化目标、决策标准等信息,做好算法结果解释,畅通投诉通道,消除社会疑虑,推动算法健康发展。

(十四) 鼓励算法创新发展。提升算法创新能力,积极开展算法研发工作,支持算法与社会、经济各领域深度结合。提高算法自主可控能力,加强知识产权保护,提高自研算法产品的推广和使用,增强算法核心竞争力。

(十五) 防范算法滥用风险。维护网络空间传播秩序、市场秩序和社会秩序,防止利用算法干扰社会舆论、打压竞争对手、侵害网民权益等行为,防范算法滥用带来意识形态、经济发展和社会管理等方面的风险隐患。

16. 互联网广告管理办法（公开征求意见稿）

基本信息：

【发布机关】国家市场监督管理总局

【时效性】 -

【发文字号】 -

【效力级别】部门规范性文件

【发布日期】2021.11.26

【截止日期】2021.12.25

互联网广告管理办法

（公开征求意见稿）

第一条 为规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序，根据《中华人民共和国广告法》（以下简称广告法）《中华人民共和国电子商务法》（以下简称电子商务法）等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内，利用网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告活动，适用广告法和本办法的规定。

在商业性展示中，依照法律、行政法规、规章以及国家有关规定，应当向消费者提供的商品或服务的名称、规格、型号、等级、价格、使用方法、制作方法、注意事项等信息，依照其规定。

第三条 本办法所称广告主，是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布互联网广告的自然、法人或者其他组织。

本办法所称互联网广告经营者，是指接受委托提供互联网广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织。

本办法所称互联网广告发布者，是指利用互联网媒介为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织。

本办法所称互联网信息服务提供者，是指通过互联网提供信息服务，未参与互联网广告设计、制作、代理、发布等活动的自然、法人或者其他组织。

第四条 互联网广告应当真实、合法，坚持正确的导向，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。

互联网广告市场主体应当遵守法律、行政法规、规章和国家有关规定，诚实信用，公平竞争。

第五条 鼓励和支持广告行业组织依照法律、法规、规章和国家有关规定，制定行业规

范、自律公约和相关标准，加强行业自律，引导各类互联网广告市场主体主动践行社会主义核心价值观，依法从事互联网广告活动，推动广告业诚信和道德建设，促进互联网广告业健康发展。

第六条 法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得利用互联网设计、制作、代理、发布广告。

不得利用互联网发布处方药和烟草广告。

第七条 医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务的广告，未经审查，不得发布。

对须经审查的广告，应当严格按照审查通过的内容发布，不得剪辑、拼接、修改，不得增加链接、二维码等内容。

已经审查通过的广告内容需要改动的，应当重新申请广告审查。

第八条 互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。

通过互联网媒介，以竞价排名、新闻报道、经验分享、消费测评等形式，或者附加购物链接的其他形式推销商品、服务的，应当显著标明“广告”。

第九条 以启动播放、视频插播、弹出等形式发布的互联网广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，不得有下列情形：

- (一)没有关闭标志或者需要倒计时结束才能关闭；
- (二)关闭标志虚假、不可清晰辨识或定位；
- (三)实现单个广告的关闭，须经两次以上点击；
- (四)在浏览同一页面过程中，关闭后继续弹出广告；
- (五)其他影响一键关闭的行为。

不得以欺骗、误导方式诱使用户点击广告。

第十条 不得利用互联网发布面向中小学、幼儿园的校外培训广告。

不得利用针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介发布医疗、药品、保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

第十一条 广告主应当对互联网广告内容的真实性、合法性负责。

广告主发布互联网广告需具备的主体身份、行政许可、引证内容等证明文件，应当真

实、合法、有效。

广告主可以通过自设网站或者其他拥有合法使用权的互联网媒介自行发布广告，也可以委托互联网广告经营者、广告发布者发布广告。广告主自行发布互联网广告，应当确保发布渠道符合法律、行政法规的要求，履行广告发布者依法应当承担的档案管理等责任。

广告主委托发布互联网广告，修改广告内容时应当以书面形式或者其他可以被确认的方式通知为其提供服务的互联网广告经营者、广告发布者。

在境内无代表处或者分支机构的境外广告主，通过跨境电商平台发布或者委托发布跨境电商零售进口商品广告的，广告主应当书面委托一家为其向海关提供申报、支付、物流、仓储等信息的境内市场主体承担广告主责任。

第十二条 互联网广告经营者、发布者应当遵守下列规定：

(一)按照国家有关规定建立、健全互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度；

(二)审核查验并登记广告主的名称、地址和有效联系方式等信息，记录、保存广告活动的有关电子数据，建立登记档案并定期核实更新，相关档案保存时间自广告发布行为终止之日起不少于三年；

(三)查验有关广告证明文件，核对广告内容，对内容不符、应取得而未取得行政许可或者其他证明文件不全的广告，互联网广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，互联网广告发布者不得发布；

(四)配备熟悉广告法律法规的广告审核人员，有条件的还应当设立专门机构，负责互联网广告审核；

(五)依法参加广告业统计调查，真实、准确、完整、及时地提供统计资料。

第十三条 提供互联网信息服务的平台经营者应当采取措施防范、制止虚假违法广告，完善发现、处置为违法犯罪活动提供广告推广以及在广告服务中植入恶意代码或者插入违法信息的技术措施，并遵守下列规定：

(一)记录、保存广告主和互联网广告经营者、广告发布者的名称、地址、联系方式等信息，相关信息记录保存时间自信息服务提供行为终止之日起不少于三年；

(二)对利用其信息服务展示、发布的广告内容进行监测、巡查，明知或者应知发布违法广告的，应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开链接等措施予以制止，并保留相关记录，涉及违法犯罪的，及时向公安机关报告；

(三)建立有效的投诉、举报受理和处置机制，设置便捷的投诉举报入口或公布投诉举报方式，及时受理和处置公众投诉举报；

(四)配合市场监督管理部门依法开展广告监测;

(五)配合市场监督管理部门依法查处互联网广告违法行为,并根据市场监督管理部门的要求,及时采取技术手段保存涉嫌违法广告的证据材料,如实提供相关广告主和互联网广告经营者、广告发布者的名称、姓名、联系方式、广告修改的相关记录以及涉及的商品或者服务的交易数据等信息;

(六)依据服务协议和规则对利用其信息服务发布虚假违法广告的责任主体实施警示、暂停或者终止服务等措施,并向社会公示。

第十四条 利用算法推荐等方式发布互联网广告,其投放程序的后台数据属于互联网广告业务档案。

互联网广告业务档案及有关证明文件保存时间自广告发布行为终止之日起不少于三年;法律、行政法规另有规定的,依照其规定。

第十五条 利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络。

未经用户同意或者请求,不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接,不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告。

不得在用户搜索政务服务网站以及相关应用程序时插入广告。

第十六条 发布含有链接的互联网广告,广告主和互联网广告经营者、广告发布者应当核对下一级链接中的广告内容。

互联网广告经营者、广告发布者能够证明其已履行相关责任、采取措施防止链接的广告内容被篡改,并提供违法广告活动主体的真实名称、地址和联系方式的,可依法从轻、减轻或不予行政处罚。

第十七条 互联网直播内容构成商业广告的,相关直播间运营者、直播营销人员应当履行互联网广告经营者、广告发布者或者广告代言人的责任和义务。

不得利用互联网直播发布医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械或者保健食品广告。

第十八条 对互联网广告违法行为实施行政处罚,由广告发布者所在地市场监督管理部门管辖。广告发布者所在地市场监督管理部门管辖异地广告主、广告经营者、互联网信息服务提供者以及广告代言人困难的,可以将广告主、广告经营者、互联网信息服务提供者的违法情况移送广告主、广告经营者、互联网信息服务提供者所在地市场监督管理部门处理;涉及广告代言人的,可以将其违法情况移到广告代言人经纪公司注册地、广告代言人户籍地或者居住地市场监督管理部门处理。

广告主所在地、广告经营者所在地市场监督管理部门先行发现违法线索或者收到投诉、举报的，也可以进行管辖。

对广告主自行发布的违法互联网广告的行为实施行政处罚，由广告主所在地市场监督管理部门管辖。

第十九条 市场监督管理部门在查处违法互联网广告时，可以行使下列职权：

(一)对涉嫌从事违法广告活动的场所实施现场检查；

(二)询问涉嫌违法当事人或者其法定代表人、主要负责人和其他有关人员，对有关单位或者个人进行调查；

(三)要求涉嫌违法当事人限期提供有关证明文件；

(四)查阅、复制与涉嫌违法广告有关的合同、票据、账簿、广告作品和互联网广告后台数据，采用截屏、录屏、网页保存、拍照、录音、录像等方法确认互联网广告内容；

(五)查封、扣押与涉嫌违法广告直接相关的广告物品、经营工具、设备等财物；

(六)责令暂停发布可能造成严重后果的涉嫌违法广告；

(七)法律、行政法规规定的其他职权。

市场监督管理部门依法行使前款规定的职权时，当事人应当协助、配合，不得拒绝、阻挠或者隐瞒真实情况。

第二十条 市场监督管理部门对互联网广告的技术监测记录资料，可以作为对违法互联网广告实施行政处罚或者采取行政措施电子数据证据。

第二十一条 违反本办法第六条第一款规定，利用互联网广告推销禁止生产、销售的产品或者提供的服务，或者禁止发布广告的商品或者服务的，依照广告法第五十七条第五项的规定予以处罚。

违反本办法第六条第二款的规定，利用互联网发布处方药、烟草广告的，依照广告法第五十七条第二项、第四项的规定予以处罚。

第二十二条 违反本办法第七条规定，未经审查发布广告的或者未按广告审查批准文件发布互联网广告的，依照广告法第五十八条第一款第十四项的规定予以处罚。

第二十三条 违反本办法第八条规定，互联网广告不具有可识别性的，依照广告法第五十九条第三款的规定予以处罚。

第二十四条 违反本办法第九条第一款规定，利用互联网发布广告，未显著标明关闭标志，确保一键关闭的，依照广告法第六十二条第二款的规定予以处罚。

违反本办法第九条第二款规定，以欺骗、误导方式诱使用户点击广告的，由县级以上

市场监督管理部门责令改正，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者处以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元;没有违法所得的，处一万元以下罚款。

第二十五条 违反本办法第十条第一款规定，利用互联网发布校外培训广告的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元;没有违法所得的，处一万元以下罚款，法律、行政法规对执法机关和法律责任另有规定的，依照其规定。

违反本办法第十条第二款规定的，依据广告法第五十七条第六项的规定予以处罚。

第二十六条 违反本办法第十二条第一项、第二项、第三项以及第十四条规定，互联网广告经营者、广告发布者未按规定建立、健全广告业务管理制度的，或者未对广告内容进行核对的，依照广告法第六十条第一款的规定予以处罚。

违反本办法第十二条第五项规定，未按要求提供广告业统计调查资料的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处一万元以下罚款。

第二十七条 互联网平台经营者违反本办法第十三条第一项规定的，依据电子商务法等法律、行政法规的有关规定处罚。

违反本办法第十三条第二项规定，互联网平台经营者明知或者应知互联网广告活动违法不予制止的，依照广告法第六十三条的规定予以处罚。

互联网平台经营者违反本办法第十三条第三项、第四项、第五项、第六项规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对互联网信息服务提供者处以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元;没有违法所得的，处一万元以下罚款。

第二十八条 违反本办法第十五条第一款、第三款规定，影响用户正常使用网络的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元;没有违法所得的，处一万元以下罚款。

违反本办法第十五条第二款规定，未经同意发送广告的，对广告主依照广告法第六十二条第一款的规定予以处罚，对负有责任的广告经营者、广告发布者处以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元;没有违法所得的，处一万元以下罚款。

第二十九条 违反本办法规定，不配合市场监督管理部门监督检查或者不配合市场监督管理部门依法开展互联网广告监测的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对负有责任的广告主和互联网广告经营者、广告发布者处以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元;没有违法所得的，处一万元以下罚款。

第三十条 市场监督管理部门依照广告法和本办法规定所作出的行政处罚决定，应当依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示;符合条件的，按照《市场监督管理严重违法

失信名单管理办法》的有关规定列入严重违法失信名单。

第三十一条 本办法自 X 年 X 月 X 日起施行。2016 年 7 月 4 日国家工商行政管理总局令第 87 号公布的《互联网广告管理暂行办法》同时废止。

(五) 地方政府规范性文件

1. 上海市工商行政管理局关于广告中“引证内容”的审查要求

基本信息:

【发布机关】上海市工商行政管理局

【时效性】现行有效

【发文字号】-

【效力级别】地方政府规范性文件

【发布日期】2017.03.22

【实施日期】2017.03.22

上海市工商行政管理局关于广告中“引证内容”的审查要求

为增强广告的证明力和说服力，广告中常使用各种数据、统计资料、调查结果、文摘和引用语等内容。《中华人民共和国广告法》第十一条第二款规定，“广告使用数据、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，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。”

广告中使用的数据、统计资料、调查结果等，是否一律认定为引证内容并要求表明出处？广告主企业自行或委托第三方取得的数据、统计资料等用于广告中是否要表明出处？广告审查中应当如何准确理解相关法律规定？对此，上海市工商局作出如下广告审查提示：

1. 广告中使用的数据、统计资料和调查结果等内容，不简单等同于《广告法》所称“引证内容”。

国家工商总局广告司编著的《中华人民共和国广告法释义》第 44 页载明：“广告中使用的数据、统计资料和调查结果，通常是由第三方提供的，当然也不排除广告主通过试验、市场调查等方式自行取得。如果广告中使用的数据……等引证内容是由第三方提供的，则应当标明出处，即引证内容的来源。”

2. 根据以上解释，如果广告中使用的数据、统计资料和调查结果是由广告主自行取得的(包括广告主委托第三方取得的)，不受“应当表明出处”的形式要件约束。对此，广告主应当具备自行或委托第三方开展试验、调查的相关证明材料。广告发布者和经营者应当依据证明材料核对广告内容的合法性，包括是否伪造、篡改数据构成虚假广告，是否存在片面使用数据、隐瞒与生活常态迥异的试验条件等构成误导广告等情形，对内容违法或证明文件不全的广告，不得提供设计、制作、代理和发布等广告服务。

3. “文摘”是指选取有关文章的部分片段；“引用语”是指转引他人的语言或文字材料。广告中使用“文摘”“引用语”等内容的，通常视作广告的引证内容，应当遵守《广告法》第十一条的规定。

4. 广告审查时，对广告中使用的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等内容，除按照上述标准审查是否为广告中的“引证内容”之外，还应当依据相关证明材料，全面审查广告内容的实质合法性，视情要求标明有关说明事项，不得使用不真实、不准确、断章取义的广告内容，欺骗或误导消费者。

2. 上海市网络交易平台网络营销活动算法应用指引(试行)

基本信息：

【发布机关】上海市市场监督管理局

【时效性】现行有效

【发文字号】沪市监网监〔2021〕576号

【效力级别】地方政府规范性文件

【发布日期】2021.11.12

【实施日期】2021.11.12

上海市网络交易平台网络营销活动算法应用指引（试行）

第一章 总 则

第一条 （目的与依据）

为规范网络交易平台网络营销活动算法应用行为，保障消费者合法权益，维护公平竞争的市场秩序，促进网络市场健康发展，根据《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电子商务法》）、《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称《个人信息保护法》）、《中华人民共和国反垄断法》（以下简称《反垄断法》）、《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称《反不正当竞争法》）、《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消费者权益保护法》）、《中华人民共和国价格法》（以下简称《价格法》）等法律法规，结合本市实际，制定本指引。

第二条 （基本概念）

本指引所称的网络营销活动算法应用是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务时，应用算法技术实施各类自动化决策，包括向消费者个人进行信息推送或商业营销、提供搜索结果、开展交易等。

第三条 （适用范围）

本指引适用于本市行政区域内的网络交易平台经营者，但利用信息网络提供金融类产品和服务、新闻信息、音视频节目、出版以及文化产品等商品和服务的网络交易平台经营者除外。网络社交、网络直播等网络服务提供者经营者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的，也适用本指引。

第四条 （倡导原则）

网络交易平台经营者开展网络营销活动算法应用时，应当遵守法律法规，遵循平等公平、公开透明、诚实信用、科学合理、安全可靠的原则，遵守商业道德和公序良俗，公平参与市场竞争，依法履行消费者权益保护、个人信息保护等方面的义务，不得危害国家安全、社会公共利益，不得侵害公民、法人和其他组织的合法权益。

第二章 合规风险提示

第五条 （数据处理）

网络交易平台经营者开展网络营销活动算法应用时，应当依法实施收集、使用、加工等数据处理活动，并采取适当措施保障数据主体的合法权益及数据安全。

网络交易平台经营者收集、使用、加工的数据涉及消费者个人信息的，应当符合《个人信息保护法》有关个人信息处理的规定，利用个人信息开展网络营销活动算法应用的，应当依法在事前进行个人信息保护影响评估，根据评估情况采取相应处理措施并进行记录。

第六条 （决策结果的公平公正）

网络交易平台经营者利用消费者个人信息开展网络营销活动算法应用，应当符合《个人信息保护法》的规定，保证算法应用结果的公平、公正。下列因素可能会对算法应用结果的公平、公正产生影响：

- （一）参数设置是否科学、合理；
- （二）消费者画像是否公正、客观、真实；
- （三）决策规则设计是否科学、合理。

第七条 （参数设置）

网络交易平台经营者应用算法时，应根据行业类型、业务场景等实际情况，科学、合理地设置相关参数条件和权重。

网络交易平台经营者不应将浏览次数、支付意愿、支付能力、依赖程度、交易频次、交易时使用的终端设备品牌等作为与消费者进行交易的条件参数。

第八条 （消费者画像）

网络交易平台经营者利用消费者个人信息进行用户画像时，应当符合《个人信息保护法》《消费者权益保护法》等法律法规的规定，确保消费者画像依据来源合法，尊重消费者人格尊严，避免使用有违社会公德、歧视性、偏见性用户标签，发现消费者画像存在错误的，有必要及时进行修改。

网络交易平台经营者使用含有下列内容的用户标签对消费者进行画像，可能会侵犯消费者的人格尊严，影响消费者画像的公正、客观性：

- (一) 使用含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；
- (二) 使用含有表达对民族、种族、宗教、残疾、疾病、性别歧视的内容；
- (三) 使用含有其他有违公序良俗的歧视性、侮辱性文字的内容。

第九条 （差别待遇）

网络交易平台经营者利用消费者个人信息开展网络营销活动算法应用时，应当按照《个人信息保护法》的规定，不得对消费者在交易价格、交易机会等交易条件上实行不合理的差别待遇，但网络交易平台经营者实施差别待遇可以有以下合理理由：

- (一) 基于消费者实际需求，且符合正当的交易习惯和行业惯例，实行不同交易条件；
- (二) 基于针对新用户在合理期限内开展的优惠活动；
- (三) 基于平台公平、合理、无歧视的规则实施的随机性交易；
- (四) 基于保障弱势群体利益和安全而做出的限制或差异性对待；
- (五) 其他能够证明行为具有正当性的理由。

第十条 （随机交易）

网络交易平台经营者利用消费者个人信息，应用算法实施随机交易时，可以从以下几个方面对随机交易的公平性、公正性进行考量：

- (一) 是否将基于实际或根据算法推测出的消费者个人身份、支付能力、消费习惯、消费偏好等因素作为不合理的限制消费者参与交易、参与何种交易、获得何种附加利益或优惠的考量因素；
- (二) 针对平台内所有消费者开展的随机交易，平台内每个消费者获得的交易机会是否均等；
- (三) 针对特定群体的消费者开展的随机交易，群体中每个消费者获得的交易机会是否均等。

第十一条 （交易价格）

网络交易平台经营者应用算法与消费者进行交易时应当严格落实《价格法》有关规定，不得实施虚构原价、虚假优惠折价等不正当价格行为，不得对消费者收取未予以标明的费用。网络交易平台经营者通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款方式开展优惠促销活动时，应当以显著方式标明折价计算的具体办法，并依法履行价格承诺。

第十二条 （信息推送或商业营销）

网络交易平台经营者利用消费者个人信息，应用算法向消费者个人进行信息推送、商业营销时，应依照《个人信息保护法》的规定，向消费者同时提供不针对其个人特征的选项，或者向消费者提供便捷的拒绝方式。网络交易平台经营者不应对消费者拒绝个性化信息推送或商业营销设置障碍、收取费用或设定有效期限。

第十三条 （商品或者服务的搜索结果）

网络交易平台经营者应用算法向消费者展示商品或者服务的搜索结果，应当依照《电子商务法》的规定，根据商品或者服务的价格、销量、信用等以多种方式向消费者显示搜索结果。网络交易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。搜索结果中涉及竞价排名的商品或者服务的，应当显著标明“广告”。

第十四条 （有奖销售）

网络交易平台经营者应用算法向消费者进行有奖销售，应当遵守《反不正当竞争法》《规范促销行为暂行规定》的规定，不得通过利用算法操纵中奖概率、中奖结果、中奖人员等欺骗方式进行有奖销售。

第十五条 （公平参与市场竞争）

网络交易平台经营者不得违反《电子商务法》的规定，利用算法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，或者向平台内经营者收取不合理费用。

网络交易平台经营者不得违反《反不正当竞争法》的规定，利用算法通过影响用户选择或者其他方式，实施限制流量、干扰访问、干预显示内容、恶意不兼容等行为，妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行。

根据《反垄断法》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》的规定，具有市场支配地位的网络平台经营者不得滥用市场支配地位，利用算法在无正当理由的情况下实施以下行为：拒绝与交易相对人进行交易，对交易相对人进行限定交易，实施搭售或者附加不合理交易条件，对交易条件相同的交易相对人实施差别待遇等，排除、限制市场竞争。

第十六条 （弱势群体保护）

鼓励网络交易平台经营者将保护残疾人、老人、未成年人等弱势群体的利益纳入算法应用的考量因素，并采取一定措施保障弱势群体的权益，及时对应用算法产生不合理的歧视性、侵害性结果进行纠偏。

第三章 合规管理建议

第十七条 （建立合规管理体系）

网络交易平台经营者可以根据自身业务类型、规模大小、技术水平、行业状况等，建立相适应的算法应用合规管理制度，设立算法安全管理机构或专职人员，加强对算法应用的风险防控和隐患排查治理，提升应对算法突发事件的能力和水平，确保算法应用符合相关法律法规的规定，避免算法应用引起社会公平、道德伦理、个人信息安全、网络安全等

方面的风险。

第十八条 （算法公开透明）

鼓励网络交易平台经营者通过公开算法原理、目的意图、决策规则、可能产生的影响等信息，提供算法应用结果解释等方式提升公众对算法应用的理解。

第十九条 （建立投诉处理机制）

网络交易平台经营者应当建立便捷、有效的投诉处理机制，公开投诉方式等信息，受理并处理有关算法应用的投诉，及时回应和消除消费者疑虑。

鼓励网络交易平台经营者与监管部门、消费者权益保护组织建立投诉举报处理协作机制，提高消费争议解决效率。

第二十条 （建立消费者赔偿机制）

鼓励网络交易平台经营者建立消费者赔偿制度，依法承担算法等相关法律责任，给消费者造成损害的，及时依法给予赔偿。

第四章 附 则

第二十一条 （指引的解释）

本指引由上海市市场监督管理局负责解释，自发布之日起实施。

二、标准

（一）国家标准

1. 互动广告 第 1 部分：术语概述 (GB/T 34090.1-2017)
2. 互动广告 第 2 部分：投放验证要求 (GB/T 34090.2-2017)
3. 互动广告 第 3 部分：效果测量要求 (GB/T 34090.3-2017)
4. 信息安全技术 移动智能终端个人信息保护技术要求 (GB/T 34978-2017)
5. 信息安全技术 公共及商用服务信息系统个人信息保护指南 (GB/Z 28828-2012)
6. 信息安全技术 个人信息去标识化指南 (GB/T 37964-2019)
7. 信息安全技术 个人信息安全影响评估指南 (GB/T 39335-2020)
8. 信息安全技术 个人信息安全规范 (GB/T 35273-2020)

（二）行业标准

1. 中国互联网定向广告用户信息保护框架标准
2. 中国互联网定向广告用户信息保护框架标准释义和基本指引
3. 超文本传输协议状态 (Cookie) 管理机制技术规范 (YD/T 2918-2015)
4. 城市户外广告设施巡检监管信息系统 (CJ/T532-2018)
5. 移动互联网广告标识技术规范 (T/CAAAD 003—2020)
6. 互联网广告电子邮件格式要求 (YD/T 1310-2004)

三、行业案例

(一) 民事案例

1. 朱烨诉北京百度网讯科技公司隐私权纠纷案

一审法院：江苏省南京市鼓楼区人民法院

二审法院：江苏省南京市中级人民法院

一审案号：（2013）鼓民初字第 3031 号

二审案号：（2014）宁民终字第 5028 号

一审裁判日期：2014 年 10 月 13 日

二审裁判日期：2015 年 5 月 6 日

【基本事实】

原告（被上诉人）朱烨诉称：其在家中和单位上网浏览相关网站过程中发现，利用百度搜索引擎搜索“减肥”“丰胸”“人工流产”等关键词，并浏览相关内容后，在 www.4846.com、www.paolove.com、www.500kan.com 等一些网站上就会相应地出现“减肥”“丰胸”“人工流产”的广告。北京百度网讯科技公司（以下简称百度网讯公司）未经朱烨的知情和选择，利用网络技术记录和跟踪了朱烨所搜索的关键词，将朱烨的兴趣爱好、生活学习工作特点等显露在相关网站上，并利用记录的关键词，对朱烨浏览的网页进行广告投放，侵害了朱烨的隐私权，使朱烨感到恐惧，精神高度紧张，影响了正常的工作和生活。故诉至法院，请求判令百度网讯公司立即停止侵害，赔偿精神损害抚慰金 1 万元、公证费 1000 元。

被告（上诉人）百度网讯公司辩称：cookie 技术是一项合法的、基础的、中立的工具，在全球范围内被谷歌、雅虎、亚马逊等网络服务商普遍采用。百度网讯公司收集的 cookie 并不包含任何个人身份识别信息，无法识别特定网民在现实世界的个人信息，更无法与特定的人身相联系。百度网讯公司在合作网站上展示推广的内容仅是个性化展现在朱烨控制的电脑中，并未公开、宣扬朱烨隐私为公众所知悉，不涉及隐私侵权。百度网讯公司网站首页《使用百度前必读》中的“隐私权保护声明”中已经明确告知用户，使用 cookie 技术是为用户提供服务，保障了用户的知情权。而且网站也提供了选择退出机制，朱烨可以通过关闭设置，非常轻松且没有任何成本地阻止推广结果的展现。同时，朱烨也可以通过浏览器对 cookie 进行设置，包括禁用 cookie 或清除 cookie。综上，百度网讯公司并未侵犯朱烨的隐私权，请求驳回朱烨的诉讼请求。

法院经审理查明:

朱烨在家中和单位上网浏览相关网站过程中发现, 利用百度搜索引擎搜索相关关键词后, 会在百度网络联盟的特定的网站上出现与关键词相关的广告。例如, 朱烨在通过百度网站搜索“减肥”“人工流产”“隆胸”关键词后, 再进入“4816”网站、“500 看影视”“泡爱网”等网站时, 就会分别出现有关减肥、流产和隆胸的广告。2013 年 4 月 17 日, 朱烨通过南京市钟山公证处对上述过程进行了公证并支付了 1000 元公证费。

百度网讯公司个性化推荐服务的技术原理是:

当网络用户利用浏览器访问百度网站时, 百度网站服务器就会自动发送一个 cookie 信息存储于网络用户浏览器。通过建立 cookie 联系后, 百度网站服务器端对浏览器浏览的网页内容通过技术分析后, 推算出浏览器一方可能的个性需求, 再基于此种预测向浏览器的不特定使用人提供个性化推荐服务。cookie 技术主要是用于服务器与浏览器之间的信息交互, 使用 cookie 技术可以支持服务器端在浏览器端存储和检索信息。当浏览器访问服务器时, 服务器在向浏览器返回 HTTP 对象的同时发送一条状态信息保存到浏览器, 这个状态信息被称为 cookie 信息, 主要说明哪些范围的 URL (链接) 是有效的。此后, 浏览器再向服务器发送请求时, 都会将 cookie 信息一并发送给服务器。服务器据此可以识别独立的浏览器, 以维护服务器与浏览器之间处于会话中的状态, 如判定该浏览器是否已经登陆过网站, 是否在下一登录网站时保留用户信息简化登陆手续等。当网络用户电脑中有多个不同内核浏览器时, 就会被服务器识别为多个独立访客; 当多个网络用户在同一电脑上使用同一个浏览器时, 则会被识别为一个独立访客。

百度网讯公司在百度网站 (www.baidu.com) 首页设置了《使用百度前必读》的链接, 该链接位于页面的最下方, 并用下划线的方式进行了标注, 但字体较小且呈灰色, 夹在了“©2014Baidu”与“京 ICP 证 030173 号”中间。点击进入“使用百度前必读”, 页面的右侧放置了“隐私权保护声明”的链接, 点击进入, 该声明共六条, 第二条第三款告知用户百度网讯公司使用了 cookie 技术, cookie 主要的功能是“便于您使用网站产品和服务, 以及帮助网站统计独立访客数量等。运用 cookie 技术, 百度能够为您提供更加周到的个性化服务, 并允许您设定您特定的服务选项。当您使用服务时, 会向您的设备发送 cookie。当您与我们提供给合作伙伴的服务 (例如广告和/或推广服务, 以及可能显示在其他网站上的由百度提供的服务功能) 进行交互时, 我们允许位于百度域的 cookie 或者其他匿名标识符发送给百度的 web 服务器。您可以选择拒绝 cookie。您可以通过修改浏览器设置的方式拒绝 cookie。如果您选择拒绝 cookie, 则您可能无法登录或使用依赖于 cookie 的百度服务或功能。如果您不希望在您访问百度联盟网站时, 百度基于 cookie 向您推送个性化的信息, 可以通过个性化配置限制百度对 cookie 的使用”。同时, 百度网讯公司在上

述“个性化配置”字样下插入了超链接。点击此超链接进入“个性化配置工具设置”页面，页面内容是“为了在您访问百度联盟网站时，向您推送与您更相关或您更感兴趣的推广信息，百度联盟网站通过 cookie 记录您的偏好信息（不涉及任何指向您个人的信息）；如果您不希望百度联盟网站利用记录到的偏好信息向您推送推广信息，可以通过下方按钮选择停用，停用后百度的联盟网站将不会再根据您的偏好信息向您推广信息。网盟隐私保护设置只适用于您当前使用的计算机上的当前浏览器，当您删除当前浏览器的 cookie 后，系统会自动重置您浏览器的隐私保护设置”。在上述文字下方，百度网讯公司提供了“选择停用”按钮。

百度网讯公司与联盟合作网站签订的《百度联盟会员注册协议》载明，百度网讯公司系租用联盟合作网站的网页位置提供个性化推荐服务，并不向联盟合作网站出售 cookie 信息、检索关键词记录以及浏览网页记录等数据信息。百度网站只是向联盟合作网站提供一个特定的代码，联盟合作网站将这个代码投放到自己的网页中，通过代码引导的有效显示、点击以及由百度服务播放而产生的效果数据将被记录下来作为百度网讯公司与联盟合作网站结算的依据。

【判决结果】

一审：侵权。

江苏省南京市鼓楼区人民法院于 2014 年 10 月 13 日作出（2013）鼓民初字第 3031 号民事判决：

一、北京百度网讯科技有限公司于判决生效之日起 10 日内向朱烨赔礼道歉（如北京百度网讯科技有限公司未按判决进行赔礼道歉，法院将通过相关媒体公告判决书的内容，由此产生的费用由北京百度网讯科技有限公司承担）；

二、北京百度网讯科技有限公司于判决生效之日起 10 日内赔偿朱烨公证费损失 1000 元；

三、驳回朱烨的其他诉讼请求。

宣判后，百度网讯公司提出上诉

二审：不侵权。

江苏省南京市中级人民法院于 2015 年 5 月 6 日作出（2014）宁民终字第 5028 号民事判决：

一、撤销江苏省南京市鼓楼区人民法院（2013）鼓民初字第 3031 号民事判决；

二、驳回朱烨的全部诉讼请求。

【法院认为】

个人隐私属于受法律保护的民事权益,《侵权责任法》第三十六条第一款规定,网络用户、网络服务提供者利用网络侵害他人民事权益的,应当承担侵权责任。《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》(以下简称《规定》)第十二条第一款规定,网络用户或者网络服务提供者利用网络公开自然人基因信息、病历资料、健康检查资料、犯罪记录、家庭住址、私人活动等个人隐私和其他个人信息,造成他人损害,被侵权人请求其承担侵权责任的,人民法院应予支持。本案中,判断百度网讯公司是否侵犯隐私权,应严格遵循网络侵权责任的构成要件,正确把握互联网技术的特征,妥善处理好民事权益保护与信息自由利用之间的关系,既规范互联网秩序,又保障互联网发展。

首先,百度网讯公司在提供个性化推荐服务中运用网络技术收集、利用的是未能与网络用户个人身份对应识别的数据信息,该数据信息的匿名化特征不符合“个人信息”的可识别性要求。

根据工业和信息化部《电信和互联网用户个人信息保护规定》对个人信息的界定,个人信息是指电信业务经营者和互联网信息服务提供者在提供服务的过程中收集的用户姓名、出生日期、身份证件号码、住址、电话号码、账号和密码等能够单独或者与其他信息结合识别用户的信息以及网络用户使用服务的时间、地点等信息。网络用户通过使用搜索引擎形成的检索关键词记录,虽然反映了网络用户的网络活动轨迹及上网偏好,具有隐私属性,但这种网络活动轨迹及上网偏好一旦与网络用户身份相分离,便无法确定具体的信息归属主体,不再属于个人信息范畴。经查,百度网讯公司个性化推荐服务收集和推送信息的终端是浏览器,没有定向识别使用该浏览器的网络用户身份。虽然朱烨因长期固定使用同一浏览器,感觉自己的网络活动轨迹和上网偏好被百度网讯公司收集利用,但事实上,百度网讯公司在提供个性化推荐服务中没有且无必要将搜索关键词记录和朱烨的个人身份信息联系起来。因此,一审法院认定百度网讯公司收集和利用朱烨的个人隐私进行商业活动侵犯了朱烨隐私权,与事实不符。

其次,百度网讯公司利用网络技术向朱烨使用的浏览器提供个性化推荐服务不属于《规定》第十二条规定的侵权行为。

《规定》第十二条强调了“利用网络公开个人隐私和个人信息的行为”和“造成损害”是利用信息网络侵害个人隐私和个人信息的侵权构成要件。本案中,百度网讯公司利用网络技术通过百度联盟合作网站提供个性化推荐服务,其检索关键词海量数据库以及大数据算法均在计算机系统内部操作,并未直接将百度网讯公司因提供搜索引擎服务而产生的海量数据库和 cookie 信息向第三方或公众展示,没有任何的公开行为,不符合《规定》

第十二条规定的利用网络公开个人信息侵害个人隐私的行为特征。同时，朱烨也没有提供证据证明百度网讯公司的个性化推荐服务对其造成了事实上的实质性损害。朱烨虽然在诉讼中强调自己因百度网讯公司的个性化推荐服务感到恐惧、精神高度紧张，但这仅是朱烨个人的主观感受，法院不能也不应仅凭朱烨的主观感受就认定百度网讯公司的个性化推荐服务对朱烨造成事实上的实质性损害。个性化推荐服务客观上存在帮助网络用户过滤海量信息的便捷功能，网络用户在免费享受该服务便利性的同时，亦应对个性化推荐服务的不便性持有一定的宽容度。本案中，百度网讯公司的个性化推荐服务的展示位置在百度联盟合作网站的网页，只有网络用户控制的浏览器主动登录百度联盟合作网站时才会触发个性化推荐服务，并非由百度网讯公司或合作网站直接向网络用户的私有领域主动推送个性化推荐服务，即便没有开展个性化推荐，百度联盟合作网站也会在其网页上进行一般化推荐。百度网讯公司的个性化推荐利用大数据分析提高了推荐服务的精准性，只发生在服务器与特定浏览器之间，没有对外公开宣扬特定网络用户的网络活动轨迹及上网偏好，也没有强制网络用户必须接受个性化推荐服务，而是提供了相应的退出机制，没有对网络用户的生活安宁产生实质性损害。

最后，百度网讯公司利用网络技术对朱烨提供个性化推荐服务并未侵犯网络用户的选择权和知情权。

百度网讯公司在《使用百度前必读》中已经明确告知网络用户可以使用包括禁用 cookie、清除 cookie 或者提供禁用按钮等方式阻止个性化推荐内容的展现，尊重了网络用户的选择权。

至于一审法院认为百度网讯公司没有尽到显著提醒说明义务的问题，二审法院认为，cookie 技术是当前互联网领域普遍采用的一种信息技术，基于此而产生的个性化推荐服务仅涉及匿名信息的收集、利用，且使用方式仅为将该匿名信息作为触发相关个性化推荐信息的算法之一，网络服务提供者对个性化推荐服务依法明示告知即可，网络用户亦应当努力掌握所需网络服务的知识和使用技能，提高自我适应能力。

经查，百度网讯公司将《使用百度前必读》的链接设置于首页下方与互联网行业通行的设计位置相符，链接字体虽小于处于首页中心位置的搜索栏字体，但该首页的整体设计风格为简约型，并无过多图片和文字，网络用户施以普通注意义务足以发现该链接。在《使用百度前必读》中，百度网讯公司已经明确说明 cookie 技术、使用 cookie 技术的可能性后果以及通过提供禁用按钮向用户提供选择退出机制。朱烨在百度网讯公司已经明确告知上述事项后，仍然使用百度搜索引擎服务，应视为对百度网讯公司采用默认“选择同意”方式的认可。

《信息安全技术公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》（GB/Z28828-2012）

5.2.3 条规定：“处理个人信息前要征得个人信息主体的同意，包括默许同意或明示同意。收集个人一般信息时，可认为个人信息主体默许同意，如果个人信息主体明确反对，要停止收集或删除个人信息；收集个人敏感信息时，要得到个人信息主体的明示同意。”参考该国家标准化指导性技术文件精神，将个人信息区分为个人敏感信息和非个人敏感信息的一般个人信息而允许采用不同的知情同意模式，旨在保护个人人格尊严与促进技术创新之间寻求最大公约数。举重以明轻，百度网讯公司在对匿名信息进行收集、利用时采取明示告知和默示同意相结合的方式亦不违反国家对信息行业个人信息保护的公共政策导向，未侵犯网络用户的选择权和知情权。

综上，百度网讯公司的个性化推荐行为不构成侵犯朱烨的隐私权。一审判决认定事实基本清楚，但判定百度网讯公司承担侵犯朱烨隐私权的法律责任不当，依法应予改判。

2. 范外楼与小米科技有限责任公司产品责任纠纷案

审理法院：北京互联网人民法院

案号：(2019)京 0491 民初 11970 号

裁判日期：2021.05.06

【基本案情】

范外楼于 2017 年 6 月 18 日在“小米官方旗舰店”购买了 1 台“Xiaomi/小米小米手机 6 全网通四曲面机身变焦双摄拍照智能手机”（以下简称涉案手机），支付了 2499 元。

范外楼认为小米科技公司是 MIUI 系统、小米手机涉案浏览器 APP 与涉案应用商店 APP 的运营主体，范外楼主张涉案手机的涉案应用商店 APP 向“通知栏”推送广告信息，侵害了其安宁权。

为此提供涉案手机操作录屏，显示：在手机主页面下拉查看“通知栏”，有一条通知显示为“恭喜您！获得 5 元话费！”。点击该通知后，跳转进入涉案应用商店 APP 的“福利专区”页面。“福利专区”中展示了多款 APP，其中有“虾米音乐 APP”显示“EXO 送福利给你 comeon 数量有限”及“安装领取”；“亲宝儿歌 APP”显示“一个月会员”及“安装领取”；“瓜子二手车 APP”显示“瓜分 1 亿红包最底 6666 元”及“安装领取”等。

对此，小米科技公司认为范外楼可以通过“设置”和涉案应用商店 APP 的“通知设置”自行关闭通知栏信息推送功能，并可以根据自己的实际需要选择是否下载应用程序；另外，在涉案应用商店 APP 中设置福利专区系行业惯例，并无不当。提供华为、OPPO、VIVO 品牌手机的涉案应用商店 APP 截图，显示华为、OPPO 手机涉案应用商店 APP 均有“活动”栏目，为用户提供下载 APP 的相关奖励；VIVO 手机涉案应用商店 APP 有“福利中心”栏目，为用户提供下载 APP 的相关奖励。

对此，范外楼认为关闭通知设置就拒绝了该 APP 包括广告在内所有信息的接收，且不可小视小米科技公司所称上述商业惯例，并认为即便是商业惯例也不得侵犯消费者的合法权益。

【法院认为】

一、是否侵害原告私人生活安宁

对于原告主张涉案手机应用商店 APP 向其推送“通知栏”广告信息，侵害其安宁权的意见。

目前对于安宁权的保护，我国司法实践是将之纳入隐私权保护制度中。通常认为隐私，包含两个方面的内容：一方面是自然人的私人生活安宁；另一方面是自然人不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息。这点在立法上得到了已实施的《中华人民共和国民法典》的肯定。就私人生活安宁来说，在判断是否构成侵权时，应考量其个人生活状态是否有因被诉行为介入而产生变化，以及该变化是否对个人生活安宁造成一定程度的侵扰。并且判断时并非仅依据权利人个人的主观心理感受，而需以社会习俗、一般理性人的感受等客观因素为标准。

本案中，涉案应用商店 APP 是为涉案手机提供软件、游戏应用下载服务的电子平台。该 APP 通过涉案手机“通知栏”向用户推送内容为“恭喜您！获得 5 元话费！”的信息，点击该信息会进入该 APP 的“福利专区”，浏览到多款 APP 下载服务和福利活动。可见该信息系涉案手机涉案应用商店 APP 推销其下载服务的广告信息的通知，而推送广告是互联网服务“广告+免费”基本商业模式的体现，《小米隐私政策》亦对用户会收到相关的推广信息，予以了明确约定。原告对此应有一定了解，如若其个人不愿意被该类通知信息打扰，仍可以通过变更该 APP 或涉案手机的通知设置，避免涉案手机“通知栏”再出现此类信息。至于原告称关闭通知设置，将妨碍其无法接受其他消息的意见，本院认为涉案手机应用商店 APP 并非社交或通讯软件，关闭该 APP 的通知设置，既不影响该 APP 的使用功能也不影响接收涉案手机其他 APP 的“通知栏”信息，能够满足用户的个性化需求，可以在兼顾不同用户的使用体验同时，避免该情形下广告类信息对用户可能的侵扰。

基于上述情况，就原告主张的涉案手机应用商店 APP 向其推送“通知栏”信息行为，被告不违反法律规定，未对原告私人生活安宁造成侵害。

二、是否侵害原告知情权

对于原告主张涉案手机浏览器 APP 中有大量广告链接（难以分辨是信息浏览还是应用下载）的推送，误触后会直接进行其他 APP 的下载，无法暂停或取消，而关闭这类广告推送的设置并不清晰，侵害其知情权的意见。该处涉及两个行为：一是涉案浏览器 APP 向用

户推送广告链接；二是涉案浏览器 APP 在上述广告链接中提供点击即下载应用的服务。

关于知情权，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。第九条规定，消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。根据《互联网广告管理暂行办法》第七条规定，互联网广告应当具有可识别性，显著标明“广告”，使消费者能够辨明其为广告。第八条规定，利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。

对于第一个行为，如前所述，推送广告是互联网服务“广告+免费”基本商业模式的体现，《小米隐私政策》亦明确约定了用户会收到相关的推广信息，因此涉案浏览器 APP 推送广告链接是否影响原告的知情权，关键在于该广告是否具有可识别性，是否显著标明“广告”。根据在案证据显示，涉案浏览器 APP“推荐”栏目的信息链接列表中推送的 APP 下载广告链接，在链接框的左上角标注了相关 APP 的 logo，左下角有方形边框黑底白字的“广告”标识，同时有该 APP 的名称和使用人数介绍，以及右侧标有关闭“×”和下载的“立即下载”标识，这些标识均使用了边框和不同的颜色或字体；基于此，此类广告推送链接，可以认定具有可识别性，被告没有向原告隐瞒该类链接的真实情况，对此没有侵犯原告的知情权。此外，原告可以通过关闭涉案手机“设置”中“内容推荐”和“资源推荐”，避免网页浏览时受到此类下载广告信息的干扰，对于原告主张的“内容推荐”和“资源推荐”设置的名称不清晰问题，本院认为不存在理解上的困难。

对于第二个行为，涉案浏览器 APP 在上述广告链接中提供点击即下载应用的服务。本院认为，应用下载发生前应当征得用户的同意。根据在案证据显示，原告在涉案手机浏览器 APP 的“推荐”列表中点击这类广告链接，立即会发生有关 APP 的下载，从过程来看该下载行为发生前并未征得用户的同意。对此，被告辩称该类链接右下角标示的“立即下载”已明确告知了用户点击即会立即下载 APP 的情况，以及涉案手机存在下载流量保护的提醒弹窗设置，也足以保障用户相关权益。本院认为，涉案浏览器 APP 是为用户提供在涉案手机上进行互联网内容浏览的软件，其最主要的应用为网页浏览。而被诉链接，从外观来看，与其它网页浏览类的链接十分相似，从位置来看，与其它网页浏览类的链接随机穿插地出现在“推荐”列表中，客观上存在被用户“混淆”或“误触”的可能性，仅以右下角“立即下载”的标识不能视为下载前征得了用户的同意。而涉案手机的流量保护提醒弹窗设置，由于该设置本身是为了移动流量的保护而设计，并非是为了下载许可而设计，因此不同用户的设置不同，提醒弹窗出现的情况也会不同，若用户取消或未及时恢复流量限制设置，或者在 WIFI 网络环境下，弹窗并不会出现，那么就会出现如本案未获许可即下载 APP 的情

形。由此可见，流量保护弹窗提醒设置不能完全代替下载许可，下载服务提供方有义务在应用下载前获得用户的许可，除非有明确表示，用户取消或未及时恢复流量限制设置，不能直接视为下载服务提供方免责的理由。

即便如被告所称手机浏览器广告的应用下载会通过弹出流量保护提醒弹窗来询问用户是否下载，属于安卓系统手机的业内惯用技术和正常商业模式，这与应用下载前须获用户同意的原则并不矛盾，不能证明被告在被告广告链接中提供点击即下载应用行为的正当性。据了解即便被告的产品，在本案判决之前，有关模式也已改进，点击广告链接后，不再立即发生下载，须确认下载后才会进行应用下载。

综上，被告在涉案浏览器 APP 的广告链接中提供点击即下载应用的服务，未事先取得原告应用下载的许可，侵害了原告的知情权。

三、被告应如何承担侵权责任

根据侵权责任法第十五条第（一）、（六）项的规定，承担侵权责任的方式有停止侵害、赔偿损失。关于原告要求被告停止通过手机内置的涉案浏览器 APP、涉案应用商店 APP 向原告推送广告的请求，如上述分析，被告通过涉案手机的两个 APP 推送广告、通知行为本身，并未侵害原告的有关权利，且原告可以自己变更涉案手机的有关设置，减少或避免广告、通知的干扰，故原告的该诉请缺乏依据，本院不予支持。关于原告要求被告赔偿因触碰广告自动下载应用而损失的数据流量费用 1 元的诉讼请求，被告在被告广告链接中提供点击即下载应用的服务，未事先取得原告的下载许可，构成侵权，原告有权要求被告承担赔偿责任。因原告取证时使用了移动数据流量，涉案侵权行为会造成数据流量的损失，基于此，虽然对于具体的损失费用，原告未提供证据直接证明，但根据本案的侵权情节，本院认为原告主张的损失 1 元，应属合理，故对原告的该诉请予以支持。

综上，对于原告的侵权主张，本院不予支持，故对原告的诉讼请求，判决予以全部驳回。

【法院判决】

一、被告小米科技有限责任公司于本判决生效后十日内赔偿原告范外楼 1 元。

二、驳回原告范外楼的其他诉讼请求。

小米科技有限责任公司如果未按本判决指定的期间履行给付金钱义务，应当依照《中华人民共和国民事诉讼法》第二百五十三条规定，加倍支付迟延履行期间的债务利息。

案件受理费 300 元，由范外楼负担 100 元，由小米科技有限责任公司负担 200 元（于本判决生效之日起七日内交纳）。

(二) 刑事案件

1. 李巧刚侵犯公民个人信息罪

审理法院：北京市昌平区人民法院

案号：(2018)京0114刑初316号

裁判日期：2018.06.26

【基本事实】

2016年4月份，被告人李巧刚以获利为目的在北京市昌平区回龙观镇某大厦3号楼2单元1013号，通过互联网向他人购买公民个人信息，将购买的公民个人信息用于电话推销建筑类资质证书挂靠。经鉴定，被告人李巧刚购买的公民个人信息共计500618条。2017年8月15日，被告人李巧刚被公安机关抓获

【法院认为】

被告人李巧刚以购买方法非法获取公民个人信息，情节特别严重，其行为已经构成侵犯公民个人信息罪，依法应予惩处。北京市昌平区人民检察院指控被告人李巧刚犯侵犯公民个人信息罪的事实清楚，证据确实充分，罪名成立。在案的证人董某、王某2、王某1、郭某的证言、鉴定意见中提取的数据等证据材料相互印证足以认定被告人李巧刚将非法购买的公民个人信息用于电话推销建筑类资质证书挂靠的非法经营活动，故被告人李巧刚及其辩护人关于此点的辩护意见，本院均不予采纳。被告人李巧刚到案后如实供述部分犯罪事实，酌情予以从轻处罚。辩护人关于被告人李巧刚认罪、悔罪，没有犯罪前科，系初犯，建议法庭对其从轻处罚的意见，本院予以采纳。被告人李巧刚获取的其他公民的姓名、通讯联络方式、工作单位等信息属于公民个人信息，其将获取的个人信息用于非法经营活动，侵犯了公民个人的信息安全和自由以及社会秩序，辩护人关于其行为不具有危害性等意见，依据不足，本院均不予采纳。

【判决结果】

一、被告人李巧刚犯侵犯公民个人信息罪，判处有期徒刑三年，罚金人民币十二万元。

二、在案扣押作案工具笔记本电脑一台，电脑主机五台，依法予以没收；在案扣押作案工具小米手机一部，依法予以没收；华为手机一部，变价后折抵罚金。

2. 深圳市冠领资产管理有限公司、张元阁侵犯公民个人信息罪

审理法院：深圳市罗湖区人民法院

案号：（2018）粤 0303 刑初 1828 号

裁判日期：2019.01.28

【基本事实】

深圳市罗湖区人民检察院指控，被告人张某某于 2016 年 3 月在本市龙岗区注册成立了被告单位深圳市冠领资产管理有限公司，该公司主要从事金融中介服务，通过电话营销的方式联系客户、介绍客户从金融机构进行贷款，从中赚取中介费用。为拓展客户、增加金融中介服务数量，张某某从他人处非法获得了大量的深圳市常住或暂住人口的身份、住址、电话等个人信息用于公司员工进行电话营销。

2018 年 4 月，被告人张某某将深圳市冠领资产管理有限公司搬迁至本市罗湖区宝安南路振业大厦 A 座 23A 后重新招聘员工进行运营，张某某 1（另案处理）、周某（另案处理）均在此期间到深圳市冠领资产管理有限公司任职，二人负责将被告人张某某非法获取的公民个人信息使用软件进行提取、编辑，并按一定数量分配给公司员工每天拨打电话用以电话营销，并按照员工拨打他人电话的数量作为员工绩效考核的标准。

【法院认为】

被告单位深圳市冠领资产管理有限公司无视国家法律，非法获取公民个人信息，情节特别严重；被告人张元阁决策、实施了非法获取公民个人信息的行为，系该公司直接负责的主管人员。被告单位深圳市冠领资产管理有限公司、被告人张元阁的行为已构成侵犯公民个人信息罪。公诉机关对被告单位深圳市冠领资产管理有限公司、被告人张元阁犯侵犯公民个人信息罪的指控，事实清楚，证据确实、充分，应予以支持。被告人张元阁在归案后如实供述自己的罪行，是坦白，可以从轻处罚。被告人张元阁在审查起诉阶段已签署《认罪认罚具结书》，自愿认罪认罚，可以从轻处罚。

【判决结果】

一、被告单位深圳市冠领资产管理有限公司犯侵犯公民个人信息罪，判处罚金人民币 10 万元（罚金自本判决生效之日起一个月内缴纳）。

二、被告人张元阁犯侵犯公民个人信息罪，判处有期徒刑四年，并处罚金人民币 10000 元，上缴国库。

三、缴获的作案工具联想 ST500LT012 笔记本电脑一台，予以没收，上缴国库。

3. 黄伟斌、李建金侵犯公民个人信息罪

审理法院：福建省安溪县人民法院

案号：（2019）闽 0524 刑初 281 号

裁判日期：2019.04.16

【基本事实】

2016 年至 2017 年间，被告人李建金通过 QQ 非法获取被告人黄伟斌等人提供的安溪茶博汇、金沙水岸等多处住宅小区业主信息共计 3,093 条用于广告经营等。其中 1,134 条信息系被告人黄伟斌在新奥燃天然气公司务工期间非法收集提供的。二被告人归案后均如实供述自己的罪行。

另查明，2018 年 3 月 18 日，被告人李建金被抓获并被扣押作案工具电脑主机一台、手机一部。2018 年 3 月 26 日，被告人黄伟斌被抓获。审理中，被告人李建金、黄伟斌分别向本院预缴罚金人民币 3,000 元、1,000 元。安溪县司法局出具调查评估意见书，认为二被告人均具备社区矫正条件。

【法院认为】

被告人李建金以其他方法非法获取公民个人信息，情节严重；被告人黄伟斌将履责服务过程中获得的公民个人信息提供给他人，情节严重，二被告人的行为均已构成侵犯公民个人信息罪。公诉机关指控被告人李建金、黄伟斌犯侵犯公民个人信息罪的罪名成立。被告人李建金、黄伟斌归案后如实供述自己的罪行，均予以从轻处罚；二被告人均已预缴罚金，酌情予以从轻处罚。

【判决结果】

一、被告人李建金犯侵犯公民个人信息罪，判处有期徒刑一年二个月，缓刑一年六个月，并处罚金人民币三千元(已缴纳)。

二、被告人黄伟斌犯侵犯公民个人信息罪，判处有期徒刑六个月，缓刑一年，并处罚金人民币一千元(已缴纳)。

三、被告人李建金被扣押的作案工具予以没收。

4. 玲玲侵犯公民个人信息罪

审理法院：重庆市第五中级人民法院

案号：（2019）渝 05 刑终 128 号

裁判日期：2019.05.21

【基本事实】

重庆市渝中区人民法院判决认定，地京国际金融控股集团（中国）有限公司（以下简称地京公司）办公地址位于重庆市渝中区大坪康德国际写字楼 39 楼，该公司主要通过业

业务员打电话向客户推销贷款业务、提供贷款咨询等，从中收取中介费、手续费等费用。2016年5月，被告人冷玲进入地京公司担任市场二部业务员，负责以打电话的方式向客户推销公司的贷款业务。2016年5月24日至2017年2月28日在该公司工作期间，被告人冷玲通过QQ先后与6名网友多次交换包含有姓名、手机号码等内容的公民个人信息。经审计，冷玲共向6名网友提供33705条一般公民个人信息、1647条交易信息，收受上述网友22161条一般公民个人信息、4401条交易信息。

原审法院审理认为，被告人冷玲违反国家有关规定，为合法经营活动，非法提供公民个人信息35352条，其中交易信息1647条，非法收受交易信息4401条，情节特别严重，其行为已构成侵犯公民个人信息罪，依法应予惩处。鉴于被告人冷玲到案后如实供述自己的罪行，依法可以从轻处罚。综合考虑被告人冷玲犯罪的事实、性质、情节以及对于社会的危害程度，依照《中华人民共和国刑法》第二百五十三条之一第一款和第三款、第六十七条第三款、第四十七条、第五十二条、第五十三条、第六十四条以及《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》第五条、第六条之规定，判决：一、被告人冷玲犯侵犯公民个人信息罪，判处有期徒刑三年，并处罚金一万元。二、对被告人冷玲的违法所得依法予以追缴。

上诉人冷玲及其辩护人提出一审认定冷玲非法获取、提供公民交易信息数量有误，根据鉴定机构的补充说明，冷玲非法获取、提供公民交易信息数量仅为2720条，其侵犯公民个人一般信息和交易信息数量均未达到司法解释规定的“情节特别严重”的标准，即交易信息5000条、一般信息50000条。且根据《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》第五条第一款第六项的规定，适用该项的前提是数量均未达到前述第三项至五项即未达到入罪的数量标准，而本案公民个人信息的数量均已达到入罪标准，故本案不应适用解释的第五条第一款第六项及第二款第三项。冷玲无犯罪前科，系初犯、偶犯，到案后如实供述自己的罪行，认罪悔罪，具备适用缓刑的条件，请求二审法院依法改判，并对冷玲适用缓刑的上诉及辩护意见。

经二审审理查明冷玲入职地京国际金融控股集团（中国）有限公司后通过QQ先后与他人多次非法交换公民个人信息，以及被抓获的事实与一审法院认定的一致。根据鉴定机构重庆通冠会计师事务所的审计认定及二审期间对本案部分信息数量调整的补充说明，冷玲共向除同事以外的网友非法提供公民一般个人信息33705条、交易信息1647条，还非法获取交易信息1073条。

【法院认为】

上诉人冷玲非法提供公民个人信息33705条，非法提供及获取交易信息2720条，其行为构成侵犯公民个人信息罪，且属情节特别严重，依法应当在三年以上七年以下有期徒刑

刑的量刑幅度内判处刑罚。冷玲到案后如实供述其罪行，认罪悔罪，依法从轻处罚。

关于冷玲及其辩护人提出冷玲侵犯的公民个人一般信息和交易信息条数均未达到司法解释规定的“情节特别严重”的标准，仅属情节严重的上诉及辩护意见，法院审理认为，《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》第五条第二款第三项规定的“情节特别严重”的认定标准均适用该条第一款第三项至第八项的情形，而根据第一款第六项并结合第二款第三项的规定，本案涉及的一般公民个人信息和交易信息虽均未达到情节特别严重的数量标准，但按相应信息类型的比例合计已达到情节特别严重的数量标准，故本案属侵犯公民个人信息情节特别严重，冷玲及辩护人的该意见不能成立，不予采纳。关于辩护人提出冷玲到案后如实供述自己的罪行，认罪悔罪的意见与审理查明的事实相符。鉴于二审期间，原鉴定机构对冷玲所侵犯公民交易信息的核定条数作出变更，二审对该交易信息的认定数量予以调整。此外，冷玲主动缴纳罚金，综合全案情节可对冷玲适用缓刑。

【判决结果】

一、维持重庆市渝中区人民法院（2018）渝 0103 刑初 523 号刑事判决第一项中对被告人冷玲犯侵犯公民个人信息罪的定罪部分，和第二项即对被告人冷玲的违法所得依法予以追缴。

二、撤销重庆市渝中区人民法院（2018）渝 0103 刑初 523 号刑事判决第一项中对被告人冷玲的量刑部分，即以冷玲犯侵犯公民个人信息罪判处有期徒刑三年，并处罚金一万元的量刑部分。

三、上诉人冷玲犯侵犯公民个人信息罪，判处有期徒刑三年，缓刑四年，并处罚金一万元。

（三）行政案例

1.42 款教育类 App 遭工信部通报

2021 年 6 月 8 日，工信部发布关于侵害用户权益行为的 App 的通报。被列入通报名单的共有 291 款 App，教育类共 42 款，占比约 14.4%。截至 6 月 8 日，尚有 83 款未完成整改，其中教育类 App 有 7 款。

通报名单显示，包括小盒课堂、格燃教育、作业精灵、百词斩、轻轻 1 对 1 等在内的教育 App 所涉问题包括超范围收集个人信息、违规收集个人信息、强制用户使用定向推送功能。工信部在通报中表示，上述 App 应在 6 月 16 日前完成整改落实工作。逾期不整改的，将依法依规组织开展相关处置工作。

工业和信息化部通报存在问题的应用软件名单

序号	应用名称	应用开发者	应用来源	应用版本	所涉问题
(一) APP、SDK 违规处理用户个人信息					
21	作业精灵	武汉青夏网络科技有限公司	OPPO 软件商店	3.7.14	强制用户使用定向推送功能

2. 工信部通报全民 K 歌极速版、亚朵、有趣生活、周末酒店强制用户使用定向推送功能

2021 年 11 月 3 日，工业和信息化部发布对 APP 侵害用户权益“回头看”通报。针对用户反映强烈的 APP 超范围、高频次索取权限，非服务场景所必需收集用户个人信息，欺骗误导用户下载等违规行为进行了检查，共发现 38 款 APP 存在问题。其中，全民 K 歌极速版、亚朵、有趣生活、周末酒店因“强制用户使用定向推送功能”上榜。

工业和信息化部通报存在问题的应用软件名单

序号	应用名称	应用开发者	应用来源	应用版本	所涉问题
2	全民 K 歌极速版	腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司	应用宝	7.7.28.278	强制用户使用定向推送功能
					欺骗误导强迫用户
9	亚朵	上海亚朵商业管理（集团）股份有限公司	360 手机助手	3.13.0	违规收集个人信息
					超范围收集个人信息
					违规使用个人信息
					强制用户使用定向推送功能
34	趣淘生活	成都优狸多多科技有限公司	华为应用市场	1.5.7	欺骗误导强迫用户
					超范围收集个人信息
					强制用户使用定向推送功能

					APP 强制、频繁、过度索取权限
					应用分发平台上的 APP 信息明示不到位
35	有趣生活	杭州砍一砍网络科技有限公司	华为应用市场	1.3.3	违规收集个人信息
					超范围收集个人信息
					违规使用个人信息
					强制用户使用定向推送功能
36	周末酒店	上海尚旅网络科技有限公司	OPPO 软件商店	7.3.10	违规收集个人信息
					违规使用个人信息
					强制用户使用定向推送功能
					APP 强制、频繁、过度索取权限

(四) 热点事件

1. 分众无线公司被曝日发数亿条短信广告，严重威胁个人信息安全

2008 年央视“3·15”晚会上，国内短信群发业务公司老大——分众无线公司被曝掌握全国 2 亿多手机用户的个人信息，日发数亿条短信广告，他们掌握的资料精确到手机用户的职业、住址、收入甚至消费取向，该公司的短信广告“想给谁看，就给谁看”，对公众的个人信息安全构成严重威胁。事件发生后，分众传媒董事局主席江南春承认“下属公司揽接了垃圾短信发送业务”，并“代表分众传媒集团对于未能尽到监管职责向消费者表示十分歉意，并责成分众无线相关直属部门和下属公司立即停止短信广告业务”。在这个被媒体称为“短信门”的事件中，分众公司虽然一再表示“用户数据库绝大部分来源是对用户在 WAP 网站浏览行为的分析和一些日常服务中积累所得，是合法的，也不涉及个人隐私。分众无线也从未出售过这些手机号码和相关信息”，也表示“将在未来一周深查分众无线各下属公司及其员工是否拥有其他非正常途径取得的用户信息”。

2. 上外女生起诉百度侵犯隐私：手机关闭定位，广告依然精准推送

上海外国语大学大三学生陈婷在使用百度贴吧 APP 时，发现其个性化推送广告、滥用地理位置信息已构成侵犯其隐私，故决定起诉百度贴吧 APP 的母公司北京百度网讯科技有限公司。

2019 年 10 月，记者从当事人处获悉，经过 4 个多月管辖权争议，经湖北省黄冈市中级人民法院裁定，该案由湖北省蕲春县人民法院管辖，并且将于近日一审开庭审理。

2019 年 11 月，上海外国语大学法学院学生陈婷在使用百度贴吧时发现，百度贴吧首页会通过电子信息的方式向用户推送商业广告，且这些商业广告可以准确定位到用户所在地区。用户在浏览百度贴吧首页时无法拒绝接收这些频繁出现的商业广告。

百度贴吧 APP《隐私政策》中的“位置信息”部分表明：用户可以随时在系统中取消定位授权。然而陈婷在使用过程中发现，即使定位取消，推送广告依然可以定位到用户所在地区。原告陈婷认为，该行为违反了《消费者权益保护法》第二十九条的规定：经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息。

陈婷认为，《网络安全法》确立了收集、使用个人信息合法、正当、必要的三原则。而百度贴吧 APP 普通版《隐私政策》并未对个人信息等条款加粗标红，也未履行提示说明义务，HD 版中更是隐藏了具体服务条款。

因此，陈婷于 2020 年 5 月 15 日向湖北省蕲春县人民法院提起诉讼，请求法院：1.判令被告停止侵害行为，并在其贴吧首页上置顶发表澄清事实及向原告致歉的消息持续 10 日，具体内容应事先经原告同意确认后发布；2.判令被告暂停营业，进行行业自检；3.判令案件受理费等诉讼费用由各被告承担。同日，法院予以立案。

6 月 29 日，被告提出管辖异议。7 月 10 日，湖北蕲春县法院裁定支持被告的管辖异议申请。7 月 20 日，陈婷向法院提交了管辖异议上诉状。9 月 30 日，湖北黄冈中院裁定支持上诉。

3. 央视 3.15 曝光搜索网站再现虚假医药保健产品

据 2021 年央视 3.15 报道，在多个浏览器进行搜索一些疾病，不乏有网友分享治好疾病的经历，而在最下方被标注着广告字样，点开一篇标题为“9 年的高血糖恢复正常”的广告。

网友在广告中不断推荐一位老师，记者按照文章中的微信号添加了这位老师，该老师简单询问病情后，就向记者推荐了白背三七诺丽果份，称连续服用 4 个月左右就可以停针停药，稳定血糖。而据记者发现，这只是一款普通食品。

在 UC 浏览器、360 搜索中都有不少类似广告，不过在 360 上海广告总代理经格网络

科技有限公司，销售经理称：“在网站里面不能有任何品牌。把微信推给人去聊聊，聊完之后卖产品。”

只提供一个微信号和产品类型，交了钱，代理公司就能够制造出一篇内容为减肥的自述广告，专家答疑、网友评论也是事先写好。

更加可怕的是这些虚假产品还利用了信息流推广，根本不需要用户主动搜索，只要根据用户的历史数据，投放对应的广告。根据《食品安全法》，食品广告的内容应当真实合法，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。

针对央视 315 晚会曝光的“UC 浏览器搜索存在医药广告造假”一事，UC 浏览器一名客服人员 3 月 15 日晚回应称，有相关人员关注此事并进行优化。

近年来，315 晚会针对互联网中的虚假广告问题进行过多次报道，2020 年 3 月，国家市场监督管理总局等十一部门联合印发通知，强调严厉打击保健食品、医疗、药品等，事关人民群众健康和财产安全的虚假违法广告。

4. 豆瓣 APP 涉嫌侵犯隐私被告上法院

龚某是“豆瓣”APP 用户，在使用该软件过程中发现豆瓣 APP 可以根据其所处的地理位置向其推送所处区域的广告信息，但龚某并未授权该 APP 收集其个人位置信息，为此龚某怀疑“豆瓣”在未经其同意的情况下获取了其地理位置信息，故龚某诉至北京互联网法院。

龚某诉称，其为“豆瓣”APP 用户，在使用“豆瓣”过程中发现，尽管从未授权该软件获取其地理位置信息，但“豆瓣”总能根据其所处位置，向其定向推送广告。如，其从湖北武汉来到陕西神木后，“豆瓣”向其推送陕西榆林和神木的广告；其从神木返回武汉后，“豆瓣”又向其推送武汉地区的广告。龚某认为，地理位置信息属于个人敏感信息，具有隐私属性，“豆瓣”APP 未经许可获取前述信息，并依据获取的信息定向推送广告，侵犯其隐私权和个人信息。因此，龚某于 2021 年 4 月诉至法院，请求判令“豆瓣”APP 停止侵害、赔礼道歉、提供退出定向推送选项，并赔偿损失 1 元。

目前该案正在进一步审理中。

5. 个性化广告默认开启、设有效期涉侵犯个人信息，微信微博被诉

2021 年 10 月，张巍、王丽在使用微信和微博时，发现两款 App 默认开启个性化广告权限，而该功能的开启没有征得其同意，且未提供同意的选项。如果要关闭个性化广告权限，在微信（版本 8.0.15）中，用户需依次点击“我-设置-关于微信-《隐私保护指引》-4. 我们如何使用信息-个性化广告”，才能找到关闭按钮，步骤较为繁琐和隐蔽。而用户点击

拒绝个性化广告的按钮后，微博会在个性化广告管理界面告知关闭有效期为三个月，到期后需再次关闭。微信则会在该界面注明，拒绝个性化广告将在点击关闭当日的六个月后失效。他们认为，《个人信息保护法》第 44 条赋予了个人拒绝他人处理自己个人信息的权利，且该权利没有期限限制。这两款 App 在投放个性化广告时，存在侵犯个人信息的行为，故两人先后将腾讯和新浪微博诉至法院。请求判令被告停止、纠正上述侵犯个人信息权益的行为。

目前，该案仍在等待法院受理的过程中。不过，在微信与微博的最新版本中，均取消了关闭个性化广告有效期的限制，在 APP 的设置-隐私界面就可以设置。

6. 怪兽充电弹窗推送虚假红包、虚假抽奖广告套取用户隐私信息

怪兽充电因租借过程中频频弹窗虚假红包、虚假抽奖广告等，遭到大量消费者投诉。记者经多次实测发现，怪兽充电租借完成后，小程序均会推送诸如“砸出大红包、领取赠险”等广告，这些广告页面通过“赠送特权福利”、“开奖”等方式，诱导用户或网购虚拟会员资格，或提交个人隐私信息，而这些虚拟会员资格实际根本无法使用，提交了个人隐私信息的用户，此后还会频繁收到产品推销、保险代理等电话短信的骚扰。

记者在一次扫码租借怪兽充电宝后，小程序立刻弹出“恭喜发财 大吉大利”的红包；记者点击“开”后，页面跳转至“砸出大红包”界面，根据提示，该页面共有 8 次免费抽奖机会，奖品包含特等奖 iPhone11 pro 两份、爆款 10 份、以及送礼佳品免费领保险 30 份。随意点击其中一个金蛋，再次弹出“某某保 百万保障免费送 抽 iPhone12 pro 手机”抽奖界面，第二次抽取红包后，则再次弹出提示为“领取赠险 赢新款手机”的红包界面，第三次“开”启红包后才进入“免费领取赠险”界面。而该页面要求用户填写姓名、手机等个人信息，并勾选“本人同意领取赠险，已阅读活动规则和用户协议并申请赠险”方可继续，记者按要求提交相关信息后，被告知“48 小时内，如您符合申请赠险条件，保险公司会通过您预留的手机号与您联系”。

据业内人士透露，iPhone12 pro 手机这一奖品实际“根本不存在、不可能抽到的”，这就是一则套取用户隐私信息、卖给保险中介机构的广告，广告主会按 UV(打开页面的人数)或者销售线索(填写了隐私信息的人数)，跟怪兽充电结算广告费用。

除了以“抽奖 iPhone12 pro 手机”为饵，帮助保险中介套取用户隐私信息外，怪兽充电还为“全球购骑士特权”(也称骑士省钱特权、全球购骑士卡)等差评累累的商家导流。

在一次借取怪兽充电宝中，记者在点击“申请免押金使用”后竟直接跳转至“骑士省钱特权”页面。据页面信息介绍，“骑士省钱特权”有实体卡片，现在办理还可额外赠送一张电子卡片，点击“立即办理”后，同时需要填写姓名、手机号码、收件地址等个人隐私信息。值

得注意的是，宣称免费领用、“总金额 0 元”的“骑士省钱特权”实体卡，真正领用还需要缴纳 15 元的快递费；而据快递行业人士表示，对于这类大批量、体积规整的企业小件派送，快递费实际仅需 5 元以下。

“此类广告涉嫌非法收集、使用消费者个人信息，违反了《民法典》《网络安全法》等相关法律规定。同时，根据《互联网广告管理暂行办法》的规定，互联网广告应当内容真实、具有可识别性，显著标明‘广告’，使消费者能够辨明其为广告；不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。共享充电宝小程序以赠送礼包、抽奖等方式诱骗消费者点击虚假广告的行为违反了上述《办法》。”

本选编仅属于内部研究交流资料，不应对外销售或公开传播