

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

第一章 总 则

第一条 目的和依据。为引导我省网络交易经营者加强反不正当竞争合规管理，防范不正当竞争法律风险，维护公平竞争市场秩序，保障经营者和消费者的合法权益，持续优化我省营商环境，促进数字经济高质量发展，依据《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）、《中华人民共和国电子商务法》（以下简称电子商务法）、《网络反不正当竞争暂行规定》（以下简称暂行规定）、《规范促销行为暂行规定》（以下简称促销规定）、《网络交易监督管理办法》（以下简称管理办法）等有关法律、法规、规章规定，结合本省实际和反不正当竞争执法实践，制定本指引。

第二条 适用范围和经营者概念。本指引适用于本省行政区域内从事经营活动的网络交易经营者，作为网络交易经营者开展反不正当竞争合规管理的指导建议。

网络交易经营者，是指组织、开展网络交易活动的自然人、法人和非法人组织，包括网络交易平台经营者、平台内经营者、自建网站经营者以及通过其他网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者。如无特别说明，本指引所称经营者均指网络交易经营者。

网络交易平台经营者（以下简称平台经营者），是指在网络交易活动中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或者非法人组织。

平台内经营者，是指通过网络交易平台开展网络交易活动的网络交易经营者。

网络社交、网络直播等网络服务提供者为消费者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的，应当依法履行网络交易平台经营者的义务。通过上述网络交易平台服务开展网络交易活动的经营者，应当依法履行平台内经营者的义务。

第三条 基本原则。鼓励和支持经营者依法开展经营活动，公平参与市场竞争。经营者通过网络从事生产经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，自觉遵守相关法律法规规定和商业道德，接受社会各界监督。

行业组织应当加强行业自律，引导、规范会员依法合规竞争，维护市场竞争秩序。

第二章 网络不正当竞争合规风险识别

第一节 混淆行为识别及行政法律风险

第四条 混淆行为。经营者不得利用网络实施下列混淆行为，引人误以为是他人商品（本指引所称商品包括服务）

或者与他人存在特定联系：

（一）擅自使用与他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等相同或者近似的标识；

（二）擅自将他人有一定影响的商品名称、企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）作为域名主体部分等网络经营活动标识；

（三）擅自使用与他人有一定影响的应用软件、网店、客户端、小程序、公众号、游戏界面等的页面设计、名称、图标、形状等相同或者近似的标识；

（四）擅自使用他人有一定影响的网络代称、网络符号、网络简称等标识；

（五）擅自将他人有一定影响的商业标识设置为搜索关键词，足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的；

（六）生产销售足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的商品；

（七）通过提供网络经营场所等便利条件，与其他经营者共同实施混淆行为；

（八）其他利用网络实施的足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

前款所称“有一定影响”，可以综合考虑被混淆标识的

市场知名度和特征显著性。是否具有市场知名度应当综合考虑中国境内相关公众所知悉程度，商品销售的时间、区域、数额和对象，宣传的持续时间、程度和地域范围，标识受保护的情况等因素。

前款所称“引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系”，包括误认为与他人具有商业联合、许可使用、商业冠名、广告代言等特定联系。

第五条实施混淆行为的行政法律风险。经营者实施混淆行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为，没收违法商品。违法经营额五万元以上的，可以并处违法经营额五倍以下的罚款；没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以并处二十五万元以下的罚款。情节严重的，吊销营业执照。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第二节 虚假宣传行为识别及行政法律风险

第六条 虚假宣传方式。经营者不得采取下列方式，对商品生产经营主体以及商品性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众。

（一）通过网站、客户端、小程序、公众号等进行展示、演示、说明、解释、推介或者文字标注；

（二）通过直播、平台推荐、网络文案等方式，实施商

业营销活动；

（三）通过热搜、热评、热转、榜单等方式，实施商业营销活动；

（四）其他虚假或者引人误解的商业宣传。

经营者不得帮助其他经营者实施前款虚假或者引人误解的商业宣传行为。

前款所称“引人误解的商业宣传”的认定，可以依据日常生活经验、相关公众一般注意力、发生误解的事实和被宣传对象的实际情况等因素综合判定。

第七条 虚假宣传行为。经营者不得实施下列行为，对商品生产经营主体以及商品销售状况、交易信息、经营数据、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众。

（一）虚假交易、虚假排名；

（二）虚构交易额、成交量、预约量等与经营有关的数据信息；

（三）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行营销；

（四）编造用户评价，或者采用误导性展示等方式隐匿差评、将好评前置、差评后置、不显著区分不同商品的评价等；

（五）以返现、红包、卡券等方式利诱用户作出指定好

评、点赞、定向投票等互动行为；

（六）虚构收藏量、点击量、关注量、点赞量、阅读量、订阅量、转发量等流量数据；

（七）虚构投票量、收听量、观看量、播放量、票房、收视率等互动数据；

（八）虚构升学率、考试通过率、就业率等教育培训效果；

（九）采用伪造口碑、炮制话题、制造虚假舆论热点、虚构网络就业者收入等方式进行营销；

（十）其他虚假或者引人误解的商业宣传行为。

经营者不得通过组织虚假交易、组织虚假排名等方式，帮助其他经营者实施前款虚假或者引人误解的商业宣传行为。

第八条 虚假宣传的行政法律风险。经营者实施虚假宣传行为或者帮助其他经营者实施虚假宣传行为的，由市场监督管理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。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第三节 商业贿赂行为识别及行政法律风险

第九条 商业贿赂行为。经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者在流

量、排名、跟帖服务等方面的竞争优势：

（一）平台工作人员；

（二）交易相对方的工作人员；

（三）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；

（四）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

前款所称财物，包括现金、物品、网络虚拟财产以及礼券、基金、股份、债务免除等其他财产权益。

经营者可以以明示方式向交易相对方支付折扣，或者向中间人支付佣金。经营者向交易相对方支付折扣、向中间人支付佣金的，应当如实入账。接受折扣、佣金的经营者也应当如实入账。

经营者的工作人员进行贿赂的，应当认定为经营者的行为；但是经营者有证据证明该工作人员的行为与为经营者谋取交易机会或者竞争优势无关的除外。

第十条 商业贿赂的行政法律风险。经营者实施商业贿赂行为的，由市场监督管理部门没收违法所得，处十万元以上三百万元以下的罚款。情节严重的，吊销营业执照。

第四节 侵犯商业秘密行为识别及行政法律风险

第十一条 侵犯商业秘密行为。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。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。

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、个人实施第一款所列行为，仍然获取、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。

前款所称商业价值，可以考虑研究开发成本、实施该项商业秘密的收益、可得利益、可保持竞争优势的时间等因素。

经营者应当加强对自身及合作的其他经营者的商业秘密的保密管理。经营者可以根据商业秘密及其载体的性质、商业秘密的商业价值、保密措施的可识别程度、保密措施与商业秘密的对应程度以及权利人的保密意愿等因素采取相应的保密措施。

第十二条 侵犯商业秘密行为的行政法律风险。经营者实施侵犯商业秘密行为的，由市场监督管理部门责令停止违

法行为，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上五百万元以下的罚款。

第五节 不正当有奖销售行为识别及行政法律风险

第十三条 不正当有奖销售行为。本指引所称有奖销售，是指经营者以销售商品或者获取竞争优势为目的，向消费者提供奖金、物品或者其他利益的行为，包括抽奖式和附赠式等有奖销售。经政府或者政府有关部门依法批准的有奖募捐及其他彩票发售活动除外。

抽奖式有奖销售是指经营者以抽签、摇号、游戏等带有偶然性或者不确定性的方法，决定消费者是否中奖的有奖销售行为。

附赠式有奖销售是指经营者向满足一定条件的消费者提供奖金、物品或者其他利益的有奖销售行为。

经营者为了推广移动客户端、招揽客户、提高知名度、获取流量、提高点击率等，附带性地提供物品、奖金或者其他利益的行为，属于本指引所称的有奖销售。

经营者不得实施下列不正当有奖销售行为：

（一）所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确或者未显著公示，变更、附加兑奖条件，影响兑奖。

经营者在有奖销售前，应当明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价

格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，但有利于消费者的除外。

奖品为积分、礼券、兑换券、代金券等形式的，应当公布兑换规则、使用范围、有效期限以及其他限制性条件等详细内容；需要向其他经营者兑换的，应当公布其他经营者的名称、兑换地点或者兑换途径。

（二）采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售。

谎称有奖的方式包括虚构奖项、奖品、奖金金额等；仅在活动范围中的特定区域投放奖品；在活动期间将带有中奖标志的商品、奖券不投放、未全部投放市场；将带有不同奖金金额或者奖品标志的商品、奖券按不同时间投放市场；未按照向消费者明示的信息兑奖；其他谎称有奖的方式。

（三）抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。有下列情形之一的，认定为最高奖的金额超过五万元：1.最高奖设置多个中奖者的，其中任意一个中奖者的最高奖金额超过五万元；2.同一奖券或者购买一次商品具有两次或者两次以上获奖机会的，累计金额超过五万元；3.以物品使用权、服务等形式作为奖品的，该物品使用权、服务等的市场价格超过五万元；4.以游戏装备、账户等网络虚拟物品作为奖品

的，该物品市场价格超过五万元；5.以降价、优惠、打折等方式作为奖品的，降价、优惠、打折等利益折算价格超过五万元；6.以彩票、抽奖券等作为奖品的，该彩票、抽奖券可能的最高奖金额超过五万元；7.以提供就业机会、聘为顾问等名义，并以给付薪金等方式奖励，最高奖的金额超过五万元；8.以其他形式进行抽奖式有奖销售，最高奖金额超过五万元。

经营者以非现金形式的物品或者其他利益作为奖品的，按照同期市场同类商品的价格计算其金额。

第十四条 有奖销售的建档。经营者应当建立档案，如实、准确、完整地记录设奖规则、公示信息、兑奖结果、获奖人员等内容，妥善保存两年并依法接受监督检查。

第十五条 不正当有奖销售的行政法律风险。经营者实施不正当有奖销售行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为，处五万元以上五十万元以下的罚款。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第六节 商业诋毁行为识别及行政法律风险

第十六条 商业诋毁行为。经营者不得利用网络编造、传播虚假信息或者误导性信息，实施下列行为，损害或者可能损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。客户端、小程序、公众号运营者以及提供跟帖评论服务的组织或者个人，不得故意与经营者共同实施下列行为。

(一) 组织、指使他人对竞争对手的商品进行恶意评价；

(二) 利用或者组织、指使他人通过网络散布虚假或者误导性信息；

(三) 利用网络传播含有虚假或者误导性信息的风险提示、告客户书、警告函或者举报信等；

(四) 其他编造、传播虚假或者误导性信息，损害竞争对手商业信誉、商品声誉的行为。

前款所称商业信誉，是指经营者在商业活动中的信用和名誉，包括相关公众对该经营者的资信状况、商业道德、技术水平、经济实力等方面的评价。商品声誉，是指商品在质量、品牌等方面的美誉度和知名度。竞争对手，不限于经营同类或相关产品和服务的其他经营者。

第十七条 商业诋毁行为的行政法律风险。经营者实施商业诋毁行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为、消除影响，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。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第七节 利用技术手段实施不正当竞争行为识别及行政法律风险

第十八条 利用技术手段实施的不正当竞争行为。经营者不得利用互联网、大数据、算法等技术手段，通过影响用户选择或者其他方式实施下列行为，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。

（一）流量劫持。1.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，插入跳转链接、嵌入自己或者他人的产品或者服务；2.利用关键词联想、设置虚假操作选项等方式，设置指向自身产品或者服务的链接，欺骗或者误导用户点击；3.其他插入链接或者强制进行目标跳转的行为。

（二）干扰。1.误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的设备、功能或者其他程序等网络产品或者服务；2.违背用户意愿下载、安装、运行应用程序；3.无正当理由，对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施拦截、拖延审查、下架，或者搜索降权、限制服务内容、调整搜索结果的自然排序等行为以及其他干扰下载、安装、运行、更新、传播等行为；4.对相关设备运行非必需的应用程序不提供卸载功能或者对应用程序卸载设置不合理障碍；5.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。

（三）恶意不兼容。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。

前款所称恶意，可以综合考虑下列因素：

1.是否知道或者应当知道不兼容行为会妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行；2.不兼容行为是否影响其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常

运行，是否影响网络生态开放共享；3.不兼容行为是否针对特定对象，是否违反公平、合理、无歧视原则；4.不兼容行为对消费者、使用该网络产品或者服务的第三方经营者合法权益以及社会公共利益的影响；5.不兼容行为是否符合行业惯例、从业规范、自律公约等；6.不兼容行为是否导致其他经营者合法提供的网络产品或者服务成本不合理增加；7.是否有正当理由。

（四）反向刷单（恶意购买）。直接、组织或者通过第三方实施下列行为，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：1.故意在短期内与其他经营者发生大规模、高频次交易，或者给予好评等，使其他经营者受到搜索降权、降低信用等级、商品下架、断开链接、停止服务等处置；2.恶意在短期内批量拍下商品不付款；3.恶意批量购买后退货或者拒绝收货等。

（五）不当拦截、屏蔽。针对特定经营者，拦截、屏蔽其合法提供的信息内容以及页面，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，但是拦截、屏蔽非法信息，频繁弹出干扰用户正常使用信息以及不提供关闭方式的漂浮视窗等除外。

（六）“二选一”。利用技术手段，通过影响用户选择、限流、屏蔽、搜索降权、商品下架等方式，干扰其他经营者之间的正常交易；或者通过限制交易对象、销售区域或者时

间、参与促销推广活动等，影响其他经营者的经营选择，妨碍、破坏交易相对方合法提供的网络产品或者服务的正常运行，扰乱市场公平交易秩序。

（七）不当数据获取使用。利用技术手段，非法获取、使用其他经营者合法持有的数据，妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务的正常运行，扰乱市场公平竞争秩序。

（八）歧视待遇（不公平交易）。利用技术手段，对条件相同的交易相对方不合理地提供不同的交易条件，侵害交易相对方的选择权、公平交易权的行为。但是根据交易相对人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；或者针对新用户在合理期限内开展的优惠活动；或者基于公平、合理、无歧视的规则实施的随机性交易的除外。

（九）利用竞争优势地位实施不正当竞争行为。具有竞争优势的平台经营者没有正当理由，利用技术手段，滥用后台交易数据、流量等信息优势以及管理规则，通过屏蔽第三方经营信息、不正当干扰商品展示顺序等方式，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，扰乱市场公平竞争秩序。

（十）判定构成利用技术手段实施妨碍、破坏的不正当竞争行为的考虑因素。对妨碍、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判定，可以综合考虑下列因

素：1.其他经营者合法提供的网络产品或者服务是否无法正常使用；2.其他经营者合法提供的网络产品或者服务是否无法正常下载、安装、更新或者卸载；3.其他经营者合法提供的网络产品或者服务成本是否不合理增加；4.其他经营者合法提供的网络产品或者服务的用户或者访问量是否不合理减少；5.用户合法利益是否遭受损失，或者用户体验和满意度是否下降；6.行为频次、持续时间；7.行为影响的地域范围、时间范围等；8.是否利用其他经营者的网络产品或者服务牟取不正当利益。

第十九条 利用技术手段实施的不正当竞争行为的行政法律风险。经营者利用技术手段实施上述不正当竞争行为的，由市场监督管理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。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第八节 平台经营者其他不正当竞争行为识别及法律风险

第二十条 不合理限制或附加不合理条件。平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段，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。主要包括以下情形：

(一) 强制平台内经营者签订排他性协议；

(二) 对商品的价格、销售对象、销售区域或者销售时间进行不合理的限制；

(三) 不合理设定扣取保证金，削减补贴、优惠和流量资源等限制；

(四) 利用服务协议、交易规则对平台内经营者的交易进行其他不合理限制或者附加不合理条件；

(五) 通过搜索降权、下架商品、限制经营、屏蔽店铺、提高服务收费等方式，禁止或者限制平台内经营者自主选择多个平台开展经营活动，或者利用不正当手段限制其仅在特定平台开展经营活动；

(六) 禁止或者限制平台内经营者自主选择快递物流等交易辅助服务提供者；

(七) 其他干涉平台内经营者自主经营的行为。

第二十一条 收取不合理费用。平台经营者应当在服务协议、交易规则中公平合理确定收费标准，不得违背商业道德、行业惯例，向平台内经营者收取不合理的费用。

第二十二条 平台经营者实施上述行为的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上二百万元以下的罚款。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第二十三条 平台经营者的特殊责任。平台经营者应当

加强对平台内竞争行为的规范管理，发现平台内经营者采取不正当竞争方式，违法销售商品、提供服务，或者侵害消费者合法权益的行为，应当及时采取警示、暂停或者终止服务等必要的处置措施，保存有关记录，并按规定向平台经营者住所地县级以上市场监督管理部门报告。记录保存时间自作出处置措施之日起计算，不少于三年。

平台经营者未按规定保存信息的，由市场监督管理部门责令限期改正；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。

平台经营者对平台内经营者采取不正当竞争方式侵害消费者合法权益的行为未采取必要措施的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处五十万元以上二百万元以下的罚款。

第三章 反不正当竞争配合调查义务及其他法律责任

第二十四条 配合调查义务。经营者及其他有利害关系单位、个人应当配合执法机构依法对涉嫌不正当竞争行为进行调查。如实提供有关资料或者情况，不得伪造、销毁涉案数据以及相关资料，不得妨害市场监督管理部门依法履行职责，不得拒绝、阻碍调查。

经营者及其他有利害关系单位、个人对应当提供拒不提供，伪造、销毁涉案数据及资料的，妨害监督检查部门依照反不正当竞争法履行职责，拒绝、阻碍调查的，由监督检查部门责令改正，对个人可以处五千元以下的罚款，对单位可以处五万元以下的罚款，并可以由公安机关依法给予治安管理处罚。

第二十五条 信用记录。经营者实施不正当竞争行为受到行政处罚的，由监督检查部门记入信用记录，并依照有关法律、行政法规的规定予以公示；情节严重的，按照规定列入严重违法失信名单并实施信用管理措施。

第二十六条 民事责任。经营者实施法律、法规规定禁止的不正当竞争行为，给他人造成损害的，应当依法承担民事责任。

第二十七条 刑事责任。经营者实施相关不正当竞争行为构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第四章 反不正当竞争合规管理制度建设

第二十八条 反不正当竞争合规管理有关概念及总体安排。反不正当竞争合规风险是指经营者及其员工因实施不正当竞争行为违反反不正当竞争有关法律、法规、规章的规定，引发法律责任、造成经济或者声誉损失以及其他负面后果的可能性。

反不正当竞争合规管理，是指以预防和降低不正当竞争合规风险为目的，以经营者经营管理行为及其员工履职行为为对象，开展有组织、有计划、全流程的管理活动。

经营者可以结合自身行业特点、商业模式、交易规则等因素设定反不正当竞争合规管理机构，开展反不正当竞争合规审查、合规汇报、合规承诺、合规培训与考核等合规管理活动。

第二十九条 反不正当竞争合规管理部门。经营者可以设置专门的反不正当竞争合规管理部门，一般由反不正当竞争合规管理部门和反不正当竞争合规负责人（或首席竞争合规官）组成。尚不具备条件设立专门管理部门的中小型企业，可由法务、风险防控等部门履行反不正当竞争合规管理职责，配备专职的合规专员。

第三十条 反不正当竞争合规管理部门的职责。反不正当竞争合规管理部门可以履行以下职责：

（一）制定并完善企业的反不正当竞争内部管理制度，明确企业在市场竞争中的合规要求，并推动其贯彻实施；

（二）密切关注市场动态，分析行业竞争态势，及时预防和化解合规风险；

（三）审核评估企业日常经营管理活动的竞争合规性，向业务部门和员工提供反不正当竞争合规咨询；

（四）组织或协助业务部门、人事部门开展反不正当竞

争法规培训，提高员工对不正当竞争行为的识别和防范意识；

（五）建立反不正当竞争合规汇报和记录台账，组织对企业内部不正当竞争行为的排查与监测，及时预防和化解合规风险；

（六）制定违规问责相关制度，明确各有关部门和人员履行反不正当竞争合规管理的职责范围及承担的责任；

（七）推动将反不正当竞争合规责任纳入企业岗位职责和员工绩效考核评价体系；

（八）评估制度执行情况，持续完善企业的反不正当竞争合规管理制度。

第三十一条 反不正当竞争合规负责人的职责。反不正当竞争合规负责人是企业反不正当竞争合规管理工作具体实施的负责人和监督者，反不正当竞争合规负责人可以履行以下职责：

（一）贯彻执行企业决策层和高级管理层对反不正当竞争合规管理的各项要求，全面负责企业反不正当竞争合规管理工作；

（二）定期向公司高级管理层报告反不正当竞争合规管理工作的进展、存在问题及改进建议；

（三）及时向公司高级管理层通报重大合规风险和事件，并提出相应的应对措施；

（四）就重大合规决策事项，向公司高级管理层提供专业意见和建议，确保高层决策的合规性；

（五）加强反不正当竞争合规管理队伍建设，做好合规专员的选聘培养，监督反不正当竞争合规管理部门认真有效地开展工作。

第三十二条 反不正当竞争合规信息化建设。鼓励经营者加强合规管理信息化建设，运用网络监测、大数据分析等工具将合规要求和风险防控机制嵌入业务流程，加强对经营管理行为合规情况的过程管控和风险分析。

第三十三条 反不正当竞争合规文化建设。鼓励企业将反不正当竞争合规文化作为企业文化建设的重要内容，践行合规经营、公平竞争的价值观，加强自我约束，尊重其他经营者的合法经营权益，推动构建公平有序的网络交易市场竞争环境。

第五章 反不正当竞争合规管理制度运行

第三十四条 反不正当竞争合规风险审查。反不正当竞争合规管理机构负责对经营者交易规则、日常经营活动各环节事项是否符合反不正当竞争法律、法规、规章规定进行初步审查。

对网络不正当竞争行为合规风险识别和评估具有一定的专业性和复杂性。经营者需要强化对网络交易中重点领

域、重点环节和重点人员的研判，强化合规风险识别，及时根据行业情况和法律法规变化对风险识别和评估情况进行更新。对于新型、疑难的不正当竞争问题，反不正当竞争合规管理机构可以依据自身的业务规模、商业模式等，评估相关行为是否有促进创新、提高效率、保护消费者合法权益等正当理由。

对存在重大反不正当竞争合规风险的事项，经营者可以听取法律顾问、律师意见或者委托外部专业机构论证后提出审查意见。

第三十五条 反不正当竞争合规风险汇报。鼓励经营者建立反不正当竞争合规汇报机制，反不正当竞争合规管理负责人定期向企业决策层和高级管理层汇报合规管理情况，及时报告合规风险，提出风险评估意见和应对措施。

第三十六条 反不正当竞争合规培训。鼓励经营者将反不正当竞争合规培训纳入员工培训计划，对涉及核心业务、重要环节、关键岗位等合规风险高的员工开展有针对性的合规培训。

合规培训可以结合反不正当竞争法、电子商务法、暂行规定、促销规定、管理办法等相关法律、法规规定及时更新培训内容。

第三十七条 反不正当竞争合规承诺。鼓励全体员工应当遵守企业反不正当竞争合规管理制度，鼓励企业决策层和

高级管理层带头公开作出合规承诺，其他员工应作出并履行相应职责的竞争合规承诺。

第三十八条 反不正当竞争违规追责。鼓励经营者建立不正当竞争违规问责制度，对实施不正当竞争行为或违反合规管理制度的行为，依法追究相关责任人的责任。对违法违规行为进行公开通报，以示警戒，提高合规意识，确保合规经营。

第六章 附 则

第三十九条 特别提醒。本指引属于告知性指引，不具备法律约束力，不作为行政执法的依据。

第四十条 指引解释。本指引由广东省市场监督管理局负责解释，并将根据反不正当竞争相关法律、法规、规章、指南、指引等适时调整。