

(以下附錄節錄自中華人民共和國國家工商行政管理總局的網站，全文可參閱
http://gkml.saic.gov.cn/auto3743/auto3749/201605/t20160505_168353.htm)

附錄

工商总局关于印发 2016 网络市场监管专项行动方案的通知
工商办字【2016】87 号

各省、自治区、直辖市工商行政管理局、市场监督管理部门：

为贯彻落实好党中央、国务院领导同志一系列重要批示精神，不断依法依职责加强网络市场监管，集中整治市场乱象，切实维护网络市场秩序和消费者合法权益，促进网络市场健康有序发展，工商总局决定今年 5-11 月全系统深入开展 2016 网络市场监管专项行动。现将《2016 网络市场监管专项行动方案》印发给你们，请认真贯彻执行。

工商总局
2016 年 5 月 4 日

2016 网络市场监管专项行动方案

为坚决贯彻落实党中央、国务院领导同志一系列重要批示精神，不断依法依职责加强网络市场监管，切实维护网络市场秩序和消费者合法权益，促进网络市场健康有序发展，在巩固已有工作成果的基础上，今年 5-11 月，全国工商、市场监管部门深入开展 2016 网络市场监管专项行动，要始终坚持问题导向，保持高压态势，重拳整治市场乱象，着力营造公平竞争的网络市场环境和安全放心的网络消费环境。专项行动方案如下：

一、总体目标

坚持依法管网、以网管网、信用管网和协同管网，创新监管手段，提升执法能力，以网络交易平台和网络商标侵权、销售假冒伪劣商品、虚假宣传、刷单炒信等突出违法问题为整治重点，查办一批大案要案，公布一批典型案例，特别是对屡查屡犯的违法经营者，依法实施更严格的市场监管、更严厉的行政处罚、更有效的失信惩戒，震慑违法经营者，构建社会共治格局。经过大力整治，网络经营者违法失信成本增加，责任意识得到强化，网络市场秩序突出问题受到遏制，网络商品质量水平明显提升，网络交易信用环境显著改善，网络消费信心不断增强，网络创新创业热情进一步激发。

二、工作进度安排和具体任务措施

专项行动分为三个阶段组织实施：5 月上中旬为动员部署阶段，各地工商、市场监管部门

制定工作方案，部署整治工作任务，组织媒体加大宣传，营造良好舆论氛围；5月下旬-11月中旬为集中整治阶段，根据具体任务措施，针对重点问题进行专项治理；11月份为督查评估阶段，督查整治工作，巩固整治成果，总结经验做法，分析问题不足。具体任务措施为：

（一）针对重点商品领域，强化监测监管。在专项行动期间，各地工商、市场监管部门要结合对消费者、经营者和媒体反映问题集中商品的梳理，加强对儿童老年用品、电器电子产品、装饰装修材料、汽车配件、服装鞋帽、化肥，以及根据各地实际增加的其他类别商品实施重点监管。突出对节假日等网络集中促销节点、主要网络交易平台及平台上差评多的网店、农村电商、跨境电商、在线旅游市场、社会反映强烈的违法行为等的监督检查和定向监测，及时发现违法线索，强化后续落地查处，坚决打击网络市场中出现的各种违法侵权行为。（5-11月）

（二）落实网店实名制，规范网络经营主体。为有效识别网络市场主体真实身份，各地工商、市场监管部门要在鼓励支持网络经营者进行工商注册登记的同时，对严格落实“网站自行亮照”“平台为网店亮照”“平台为网店亮标（核发并加贴证明个人身份信息真实合法的标记）”要求情况进行一次专门检查。对违反相关规定的，坚决依法查处。区别伪造企业名称、冒用其他企业名称等不同情况，开展非法主体网站整治。工商总局将组织一次专项搜索，集中整治一批非法主体网站。（6-11月）

（三）加强网络交易商品质量监管。各地工商、市场监管部门要按照《关于认真做好2016年流通领域商品质量抽查检验工作的通知》的安排，组织开展网络交易商品质量抽检，严厉打击网络销售不合格商品违法行为。（5-11月）针对十大网络交易平台开展专项抽检，根据抽检发现的问题，有针对性地开展行政约谈，督促和指导其加强对网店的监管，健全完善商品质量管控制度和措施，落实商品质量管理责任，积极协助工商、市场监管部门监管执法。（5-7月）

（四）打击网络商标侵权等违法行为。各地工商、市场监管部门要加大对网络上销售仿冒高知名度商标、涉外商标商品的查处力度，维护权利人和消费者的合法权益。依法查处网络上滥用、冒用、伪造涉农产品地理标志证明商标的行为。对将“驰名商标”字样用于网络销售商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传的，要依法责令改正并处以罚款。对大规模、跨区域、商标权利人和消费者投诉集中的涉网商标侵权假冒典型案件，要强化生产、销售、注册商标标识制造等工作环节的全链条打击。（5-11月）

（五）治理互联网虚假违法广告。各地工商、市场监管部门要严格执行新《广告法》的规定，认真加强对监管执法热点难点问题的研究，对互联网广告市场持续严管严控。进一步加强监测监管，严厉查处虚假违法互联网广告。充分发挥整治虚假违法广告部际联席会议作用，加强部门间的协调沟通、信息共享和执法协作，开展互联网金融广告专项整治。（5-11月）

（六）强化竞争执法，维护公平竞争秩序。各地工商、市场监管部门要依法打击网上虚假宣传、销售仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的商品、不正当有奖销售等违法行为。加强互联网领域反垄断执法，重点查处达成垄断协议和滥用市场支配地位违法行为，整治滥用知识产权排除、限制竞争行为。严厉查处利用互联网从事传销活动、利用互联网散布传销信息、为传销提供互联网信息服务案件。完善网络案件指定管辖、大要案件挂牌督办等制度机制，优化跨地域监管执法指挥协调和执法联动机制，切实做好电子证据留存及相关技术保障工作。（5-11月）

（七）集中整治网络交易平台问题。各地工商、市场监管部门要督促平台经营者就履行以

下法定义务和责任进行自查自纠：一是对平台内经营者的经营资格审查、登记、公示；二是与平台内经营者订立协议，明确在平台进入和退出、商品和服务质量安全保障、消费者权益保护等方面的权利、义务和责任；三是制定实施管理制度及平台运行维护；四是检查监控平台内经营者和交易信息；五是依法承担首问责任，保护消费者权益，进行调解或协助维权；六是区分标注自营业务和平台业务；七是协助查处违法经营行为，提供有关信息数据资料；八是平台已建立赔偿先付制度的，要进行公示并严格执行；九是平台不得利用格式条款侵害消费者合法权益，对平台成交量、成交额进行虚假宣传，协助平台内经营者虚构交易、成交量或者虚假用户评价，以及限制、排斥平台内经营者参加其他平台组织的促销活动等。平台所在地工商、市场监管部门发现平台不履行管理责任、继续从事违法行为的，一律依法严惩。（6-11月）各地工商、市场监管部门要以当地主要网络交易平台（含全国性主要网络交易平台在当地的分支机构）落实平台管理责任为重点，集中开展一次专项检查评估和问题整改约谈，并形成对平台的专项检查评估及问题整改情况报告。（7-11月）

（八）畅通网络维权渠道，打击侵犯消费者权益行为。各地工商、市场监管部门要完善网上交易在线投诉和售后维权机制，进一步畅通消费者诉求渠道。积极推动网络交易平台经营者设立“消费维权服务站”，督促其履行消费维权的主体责任，及时受理和处理消费者投诉。梳理消费投诉举报，打通条线、地区间“诉转案”通道，扩大网络案件的案源。加大对侵犯网购消费者七日无理由退货权利，故意拖延或者无理拒绝行为的打击力度。严厉查处泄露消费者个人信息等侵权行为。积极发挥消协组织的作用，就损害网络消费者合法权益的典型案例，支持受损害的消费者提起诉讼，并采取约谈经营者、发布消费预警等措施，推动网络消费维权关口前移。由中消协组织收集、研究网络交易平台的交易规则等协议，点评不公平格式条款，就平台通过不公平格式条款侵害众多消费者合法权益问题，督促企业整改，必要时提起公益诉讼。（5-11月）

（九）强化信用监管，实施网络违法失信惩戒。各地工商、市场监管部门要将网络经营者的行政处罚信息记入信用档案，通过企业信用信息公示系统等及时向社会公布，并纳入当地信用信息共享平台，与全国信用信息共享平台对接。重点加强对网络经营者通过年度报告公示其开设网站以及从事网络经营的网店名称、网址等信息的督促检查，对隐瞒真实情况、弄虚作假的，列入异常名录或标记为经营异常状态。对依据《企业信息公示暂行条例》《严重违法失信企业名单管理暂行办法》应列入严重违法失信企业名单管理的网络经营企业，一律列入“黑名单”实施约束管理。（5-11月）

三、 相关工作要求

（一）精心组织安排，强化工作保障。各地工商、市场监管部门要从讲政治、讲大局、践行五个发展理念的高度，深刻认识开展专项行动的重要意义。要根据当地实际，研究制定针对性、操作性强的工作方案，突出地方重点特点，细化任务要求，确保工作落实，特别是要加大监管、执法、检测、监测等工作经费投入，加强监管执法力量，建立健全网监机构。

（二）完善内部工作机制，强化责任落实。网络市场监管是全口径的市场监管，各业务条线都要守土负责，主动作为，部署工作要同时涵盖网上和网下。工商总局已经建立网络市场监管工作领导小组，推动各业务条线的线上线下一体化监管。各地工商、市场监管部门要参照建

立健全相应的统筹协调机制，提升系统内网络市场线上线下一体化监管效能。

（三）加强外部协调配合，形成监管合力。按照国务院办公厅、中央网信办的要求，工商总局正在积极推动建立网络市场监管部际联席会议制度。各地工商、市场监管部门要推动建立各级政府层面的网络市场监管工作协调机制，完善部门间执法联动和失信行为联合惩戒机制，推进案件线索和信息互通共享，强化违法问题网上发现、源头追溯、依法查处，线上线下治理相结合，切实落实上下游相关企业责任。

各地工商、市场监管部门要畅通与公安等部门的刑事司法衔接，加大刑事打击力度；健全与通信主管部门的网络交易监管协作机制，按相关规定提请其依法关闭违法违规网站；及时向质检部门通报网络交易商品质量抽检、定向监测信息，支持其净化生产源头；支持配合食品药品监管部门做好互联网食品、药品、医疗器械、保健食品广告等监管；支持配合网信部门做好网络安全管理相关统筹协调工作；将专项行动中发现的涉嫌价格违法行为线索及时通报价格管理部门，并支持其做好互联网领域反价格垄断执法工作；依法履行工商、市场监管部门打击侵权假冒工作职责，支持商务部门做好网络市场经营者集中反垄断审查工作；支持配合海关、质检和邮政管理等部门，做好跨境电子商务相关监管工作，保护消费者合法权益和知识产权，打击违法侵权行为。

（四）改进宣传方式，注重教育引导。各地工商、市场监管部门要采用新闻报道或专题栏目合作等方式，主动向各类媒体推荐重点宣传题材，反映政策措施、整治成效。做好舆情监测分析，关注网络市场突发热点问题，及时依法处置，回应社会关切。发布典型案例，注重以案说法，引导理性消费，警示违法经营。

（五）加强督查督办，强化工作指导。各地工商、市场监管部门要根据整治任务、整治措施和整治要求，采取全面检查、重点抽查、随机专项督查等方式，逐级开展督导检查，既保证工作力度，又严格执法规范。对专项行动卓有成效的地方，要表扬鼓励；对工作开展不力的地方，要通报批评，督促整改。有条件的地方可试行第三方评价的方式，考察评价地方的专项行动工作成效。8-9月，工商总局网监领导小组各成员单位将组成专项行动督查组，赴地方开展中期督查。

（六）加强信息报送，不断总结提高。各地工商、市场监管部门要建立健全信息报送制度，逐级及时报告专项行动进展情况、存在的问题及整治成果，做好信息汇总和统计分析。请各地工商、市场监管部门于6月底前报送专项行动阶段性进展情况，于12月12日前将专项行动总结报告、对平台的专项检查评估及问题整改情况报告、《2016网络市场监管专项行动统计表》《关闭网站和停止平台服务网店名单》、5-15件违法典型案例（附处罚决定书）、网监执法检查相关现场图片及视频资料（含说明），通过工商总局网监平台或邮箱一同报送网络商品交易监管司。如遇重大情况，请及时报告当地党委政府和工商总局。