

基金行业网络侵权信息 维权工作资料汇编

中国证券投资基金业协会

前言

基金行业作为资本市场重要的机构投资者与专业投资者，肩负着维护资本市场稳定、服务实体经济、助力居民财富管理、保护投资者合法权益的重要使命。行业机构积极落实主体责任，为维护行业机构声誉开展积极有效工作。为认真落实舆论引导责任，构建行业良好形象，深刻认识利用“清朗”行动有效净化基金市场网络环境的重要意义，密切跟踪“清朗”行动工作安排，准确把握整治重点，积极用好“清朗”系列专项行动，集中清理基金行业网络空间各类乱象，维护基金行业良好形象，我们通过网络公开渠道，收集整理了有关资料，供行业机构参考、查阅。

中国证券投资基金业协会

2025 年 10 月

目录

一、 网络信息服务相关政策	1
（一） 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于加强网络文明建设的意见》	2
（二） 中国共产党党员网络行为规范（中共中央办公厅）	5
（三） 中华人民共和国民法典（节选）	8
（四） 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（2020 修正）	9
（五） 最高人民法院、最高人民检察院关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释	12
（六） 互联网信息服务管理办法（国务院）（2024 修订）	14
（七） 天津市网络虚假信息治理若干规定（天津市人大）	17
（八） 互联网新闻信息服务管理规定（国家网信办）	21
（九） 网络信息内容生态治理规定（国家网信办）	25
（十） 互联网信息服务算法推荐管理规定（国家网信办、工信部、公安部、市场监管总局）	30
（十一） 互联网用户账号信息管理规定（国家网信办）	35
（十二） 网信部门行政执法程序规定（国家网信办）	38
（十三） 生成式人工智能服务管理暂行办法（国家网信办、国家发改委、教育部、科技部、工信部、公安部、广电总局）	46
（十四） 网络暴力信息治理规定（国家网信办、公安部、文旅部、广电总局）	50
（十五） 即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定（国家网信办）	55
（十六） 互联网论坛社区服务管理规定（国家网信办）	57
（十七） 互联网群组信息服务管理规定（国家网信办）	59
（十八） 微博客信息服务管理规定（国家网信办）（2018 年 3 月 20 日起施行 国家互联网信息办公室）	61
（十九） 互联网用户公众账号信息服务管理规定（国家网信办）	63
（二十） 关于进一步压实网站平台信息内容管理主体责任的意见（国家网信办）	68
（二十一） 网络主播行为规范（广电总局、文旅部）	72
（二十二） 互联网跟帖评论服务管理规定（国家网信办）	76
（二十三） 关于加强“自媒体”管理的通知（中央网信办秘书局）	78
（二十四） 网站平台受理处置涉企网络侵权信息举报工作规范（中央网信办）	80
（二十五） 关于进一步加强网络侵权信息举报工作的指导意见（中央网信办）	84
（二十六） 网络信息内容多渠道分发服务机构相关业务活动管理规定（草案稿）（国家网信办）	89

（二十七） 涉企网络侵权信息举报指南（2025 年）（深圳市网信办）	92
二、 基金行业新闻舆论工作相关材料	95
（一） 中国证监会新闻工作办法（证监会）	96
（二） 关于印发《推动公募基金高质量发展行动方案》的通知（证监会）	99
（三） 基金管理公司声誉风险管理指引（试行）的通知（基金业协会）	104
三、“清朗”系列专项行动相关资料	110
（一） 中央网信办举报中心积极维护“拟上市企业”网络合法权益	111
（二） 中央网信办召开优化营商环境网络环境企业座谈会（2023）	112
（三） “清朗·优化营商环境网络环境 保护企业合法权益”专项行动查处一批典型案例	113
（四） 网信部门公开曝光一批破坏营商环境网络环境的典型案例	115
（五） 中央网信办部署开展 2024 年“清朗”系列专项行动	116
（六） 关于开展“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动的通知	118
（七） “清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动	120
（八） “清朗·整治违规开展互联网新闻信息服务”专项行动	121
（九） “清朗·规范网络语言文字使用”专项行动	122
（十） 关于开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动的通知（中央网信办、工信部、公安部、市场监管总局）	123
（十一） 中央网信办召开全国网络举报工作会议暨一体化机制建设推进会	128
（十二） 中央网信办召开涉企网络侵权举报工作座谈会（2024）	129
（十三） 国家网信办集中整治网上金融信息乱象	130
（十四） “清朗·优化营商环境网络环境—整治涉企侵权信息乱象”专项行动公开曝光一批典型案例	131
（十五） “清朗·优化营商环境网络环境—整治涉企侵权信息乱象”专项行动公开曝光第二批典型案例	132
（十六） 中央网信办发布 2025 年“清朗”系列专项行动整治重点	133
（十七） 网信部门严厉打击整治网络水军问题	134
（十八） 实施“持证亮牌”·整治违规行为——国家网信办加强互联网新闻信息服务许可管理	136
（十九） 关于开展“清朗·整治短视频领域恶意营销乱象”专项行动的通知	138
（二十） 中央网信办召开全国网络举报工作会议	140
（二十一） 部署开展“清朗·整治 AI 技术滥用”专项行动	141
（二十二） 关于开展“清朗·优化营商环境网络环境—整治涉企网络‘黑嘴’”专项行动的通知	143
（二十三） 国家网信办持续深入整治网上金融信息乱象	145
（二十四） 关于开展“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动的通知	146
（二十五） “清朗·优化营商环境网络环境—整治涉企网络‘黑嘴’”专项行动公开曝光一批典型	

案例	148
(二十六) 国家网信办持续深入整治违规开展互联网新闻信息服务乱象	149
(二十七) 最高检发布依法惩治新闻敲诈和假新闻犯罪典型案例	150
四、 举报、投诉渠道与规则	164
(一) 举报、投诉渠道	165
1.中央网信办违法和不良信息举报中心	165
举报指南	165
2.各地网信部门举报渠道	167
3.主要网站举报电话	169
4.腾讯投诉渠道	170
(1) 关于“清朗·2025 年整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动的公告	170
(2) 关于开展“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动的公告	171
(3) 腾讯音乐关于开展“清朗·整治 AI 技术滥用”专项行动的公告	172
5.新浪微博投诉渠道	174
(1) 宣布就“自媒体”发布不实信息乱象开展集中整治行动	174
(2) 权益投诉处理流程公示	175
6.小红书投诉渠道	177
(1) APP 端投诉	177
(2) 网页端投诉：适用于批量笔记举报	177
(3) 小红书：关于整治 AI 技术滥用的治理公告	178
7.抖音投诉渠道	179
(1) 抖音关于“AI 起号”专项治理行动的公告：	179
(2) 抖音社区热点信息和账号治理规则（试行）	180
(3) 抖音关于治理网络“黑话烂梗”的公告	185
(4) 治理“人肉”与“网暴”，抖音开打“网络黑嘴”！	187
8.百度投诉渠道	189
(1) 百家号投诉	189
(2) 百度用户服务中心投诉	190
(二) 投诉规则	191
1. 微信	191
(1) 公众号侵权投诉操作指引——清朗·优化营商环境网络环境整治涉企网络”黑嘴	191
(2) 微信公众平台侵权投诉内容指引	194
(3) 视频号侵权投诉指引	198
2. 微博	201
(1) 微博举报投诉操作细则	201
(2) 微博社区公约	213

3. 小红书	225
(1) 小红书侵权投诉指引	225
(2) 小红书涉企业维权举报指南	230
4. 抖音	233
抖音涉企业维权「举报指引」(受理范围、操作指引、材料提交)	233
5. 百度	238
(1) 百家号侵权投诉指引	238
(2) 百家号社区规范	240

一、网络信息服务相关政策

（一） 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于加强网络文明建设的意见》

（2021/09/15 来源：新华网）

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强网络文明建设的意见》（以下简称《意见》），并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

《意见》指出，加强网络文明建设，是推进社会主义精神文明建设、提高社会文明程度的必然要求，是适应社会主要矛盾变化、满足人民对美好生活向往的迫切需要，是加快建设网络强国、全面建设社会主义现代化国家的重要任务。《意见》包括总体要求、加强网络空间思想引领、加强网络空间文化培育、加强网络空间道德建设、加强网络空间行为规范、加强网络空间生态治理、加强网络空间文明创建、组织实施八个部分。

《意见》强调，加强网络文明建设要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实习近平总书记关于网络强国的重要思想和关于精神文明建设的重要论述，大力弘扬社会主义核心价值观，全面推进文明办网、文明用网、文明上网、文明兴网，推动形成适应新时代网络文明建设要求的思想观念、文化风尚、道德追求、行为规范、法治环境、创建机制，实现网上网下文明建设有机融合、互相促进，为全面建设社会主义现代化国家、实现第二个百年奋斗目标提供坚强思想保证、强大精神动力、有力舆论支持、良好文化条件。

《意见》明确，加强网络文明建设的工作目标是：理论武装占领新阵地，马克思主义在网络意识形态领域的指导地位进一步巩固，全党全国人民团结奋斗的共同思想基础进一步巩固；文化培育取得新成效，社会主义核心价值观深入人心，人民群众网上精神文化生活日益健康丰富；道德建设迈出新步伐，网民思想道德素质明显提高，向上向善、诚信互助的网络风尚更加浓厚；文明素养得到新提高，青少年网民网络素养不断提升，网络平台主体责任和行业自律有效落实；治理效能实现新提升，网络生态日益向好，网络空间法治化深入推进，网络违法犯罪打击防范治理能力持续提升；创建活动开创新局面，群众性精神文明创建活动向网上有效延伸，网络文明品牌活动巩固提升，网络空间更加清朗。

《意见》指出，要加强网络空间思想引领。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想统领互联网内容建设，推动党的创新理论走深走心走实。加强重点理论网站、公众账号、客户端建设，紧密结合中国特色社会主义伟大实践特别是新时代党和国家事业发展新变化新成就，有针对性地开展网上理论宣传活动。精心做好网上重大主题宣传，加强网络传播手段建设和创新，打造“现象级”传播产品。深入推进媒体融合发展，实施移动优先战略，加大中央和地方主要新闻单位、重点新闻网站等主流媒体移动端建设推广力度。

《意见》指出，要加强网络空间文化培育。以社会主义核心价值观引领网络文化建设，广泛凝聚新闻网站、商业平台等传播合力，把社会主义核心价值观传播到广大网民中、传导到社会各方面。深入开展网上党史学习教育，传播我们党在革命、建设、改革各个历史时期取得的伟大成就，弘扬党和人民在奋斗中形成的伟大精神，旗帜鲜明反对历史虚无主义。激发中华优秀传统文化活力，打造广大网民喜闻乐见的特色品牌活动和原创精品，推动中华优

优秀传统文化创造性转化、创新性发展。丰富优质网络文化产品供给,引导网站、公众账号、客户端等平台 and 广大网民创作生产积极健康、向上向善的网络文化产品,举办丰富多彩的网络文化活动。提升网络公共文化服务水平,推动国家重大文化设施和国有文化资源数字化网络化,提高网络公共文化服务供给的普惠性和便捷性。

《意见》指出,要加强网络空间道德建设。强化网上道德示范引领,广泛开展劳动模范、时代楷模、道德模范、最美人物、身边好人、优秀志愿者等典型案例和事迹网上宣传活动,推动形成崇德向善、见贤思齐的网络文明环境。深化网络诚信建设,举办形式多样的线上线下品牌活动,大力传播诚信文化,倡导诚实守信的价值理念,鼓励支持互联网企业和平台完善内部诚信规范与机制,营造依法办网、诚信用网的良好氛围。发展网络公益事业,深入实施网络公益工程,广泛开展形式多样的网络文明志愿服务和网络公益活动,打造网络公益品牌。

《意见》指出,要加强网络空间行为规范。培育符合社会主义核心价值观的网络伦理和行为规范,鼓励各地区各部门结合文明创建工作制定出台符合自身特点的网络文明准则,规范网上用语,把网络文明建设要求融入行业管理规范。着力提升青少年网络素养,进一步完善政府、学校、家庭、社会相结合的网络素养教育机制,提高青少年正确用网和安全防范意识能力,精心打造青少年愿听愿看的优秀网络文化产品。健全防范青少年沉迷网络工作机制,依法坚决打击和制止青少年网络欺凌,保护青少年在网络空间的合法权益。强化网络平台责任,加强网站平台社区规则、用户协议建设,引导网络平台增强国家安全意识。加强互联网行业自律,坚持经济效益和社会效益并重的价值导向,督促互联网企业积极履行社会责任。发挥行业组织引导督促作用,促进行业健康规范发展,鼓励支持各类网络社会组织参与网络文明建设。

《意见》指出,要加强网络空间生态治理。深入开展网络文明引导,大力强化网络文明意识,充分利用重要传统节日、重大节庆和纪念日组织开展网络文明主题实践活动,教育广大网民自觉抵制歪风邪气,弘扬文明风尚。进一步规范网上内容生产、信息发布和传播流程,深入推进公众账号分级分类管理,构建以中国互联网联合辟谣平台为依托的全国网络辟谣联动机制。深入推进“清朗”、“净网”系列专项行动,深化打击网络违法犯罪,深化公众账号、直播带货、知识问答等领域不文明问题治理,开展互联网领域虚假信息治理。健全网络不文明现象投诉举报机制,动员广大网民积极参与监督,推动网络空间共治共享。坚持依法治理网络空间,把弘扬社会主义核心价值观贯穿网络立法执法司法普法各环节,发挥法律法规对维护良好网络秩序、树立文明网络风尚的保障作用。加强个人信息保护法、数据安全法贯彻实施,加快制定修订并实施文化产业促进法、广播电视法、网络犯罪防治法、未成年人网络保护条例、互联网信息服务管理办法等法律法规。创新开展网络普法系列活动,增强公民法律意识和法治素养。

《意见》指出,要加强网络空间文明创建。推动群众性精神文明创建活动向网上延伸,充分发挥新时代文明实践中心和县级融媒体中心作用,加强网民网络文明素养实践教育基地建设,推动基层开展网络文明建设活动。开展军民共建网络文明活动,促进军政军民团结。积极打造中国网络文明理念宣介平台、经验交流平台、成果展示平台和国际网络文明互鉴平

台。深入实施争做中国好网民工程，引导广大网民尊德守法、文明互动、理性表达，引导全社会提升网络文明素养，净化网络环境。

《意见》要求，各地区各部门要充分认识加强网络文明建设的重要意义，建立党委统一领导、党政齐抓共管、有关部门各负其责、全社会积极参与的领导体制和工作机制。各级网信办、文明办要牵头抓总，加强对网络文明建设的组织指导和协调服务。注重发挥网民主体作用，广泛搭建平台，开展特色活动，吸引广大网民特别是青少年网民主动参与网络文明建设。加大政策、项目等扶持力度，鼓励社会力量对网络文明建设提供财力物力支持。加强对工作规律的认识把握，不断推动内容形式、方法手段、渠道载体等创新，增强网络文明建设的针对性有效性和吸引力感染力。

（二）中国共产党党员网络行为规定（中共中央办公厅）

（2024年1月14日起发布 中共中央办公厅）

《中国共产党党员网络行为规定》于2024年1月14日经党中央批准、办公厅发布后同日施行，它是第一部规范党员网络行为的党内法规，是全体党员使用网络的根本遵循，共计5章31条。

第一章 总则

第一条 为了规范党员网络行为，发挥党员在网络空间作用，根据《中国共产党党员教育管理工作条例》等有关党内法规，制定本规定。

第二条 本规定所称网络行为，是指通过互联网制作、复制、存储、发布、传播文字、图片、音频、视频等信息内容及其相关活动。

第三条 党员实施网络行为，应当深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，严守政治纪律和政治规矩，发挥先锋模范作用，走好网上群众路线，营造健康向上、风清气正的网络环境，推动形成良好网络生态，维护政治安全和意识形态安全，自觉在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持一致。

第四条 各级党组织承担党员网络行为管理工作主体责任，全面落实网络意识形态工作责任制和网络安全工作责任制。各级组织、宣传和网信等部门在各自职责范围内，负责党员网络行为管理工作。

第二章 网络正能量传播

第五条 党员应当积极通过网络，广泛宣传习近平新时代中国特色社会主义思想，宣传党的路线方针政策和党中央重大决策部署，宣传中国特色社会主义制度，宣传党带领人民团结奋斗的重大成就、历史经验和生动实践，宣传中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化，弘扬社会主义核心价值观和社会主义荣辱观，大力弘扬主旋律、传播正能量。

第六条 党员应当践行网上群众路线，密切联系群众，及时反映群众的意见和要求，回应社会关切，解疑释惑、析事明理，引导群众形成共识。

第七条 党员应当敢于斗争、善于斗争，对网上各类错误思潮和错误观点敢于亮剑发声，旗帜鲜明批驳谬误。

第八条 鼓励党员通过网络讲好中国特色社会主义的故事、中国共产党的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中华优秀传统文化的故事、中国和平发展的故事，向世界展现真实、立体、全面的中国。

第三章 网络行为管理

第九条 党员网络行为应当严格遵守党规党纪，模范遵守法律法规，自觉坚守原则和底线。

第十条 党员不得通过网络制作、复制、存储、发布、传播含有反对党的基本理论、基本路线、基本方略，违背四项基本原则，违背、歪曲党的改革开放决策，妄议党中央大政方针，破坏党的集中统一，丑化党和国家形象，诋毁、污蔑党和国家领导人、英雄模范，或者歪曲党的历史、中华人民共和国历史、人民军队历史等有严重政治问题的信息，不得组织、参加含有相关内容的网络论坛、群组、直播等活动。

第十一条 党员不得组织、参与和动员不法串联、联署、集会等网上非法组织、非法活动。

第十二条 党员不得通过网络制造、散布、传播政治谣言，不得匿名诬告、有意陷害或者制造其他谣言。

第十三条 党员不得参与网络宗教活动、迷信活动，不得参与或者纵容、支持利用网络宣扬恐怖主义、分裂主义、极端主义，邪教，或者煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结。

第十四条 党员不得擅自建立、使用非法定信道浏览、访问、使用境外的网站、应用程序等。

第十五条 党员应当严格遵守党的保密纪律，不得通过网络泄露、扩散党和国家秘密、工作秘密。

第十六条 党员不得通过发布、删除网络信息，以及其他干预信息呈现等手段谋取不正当利益。

第十七条 党员应当培育良好网络习惯，自觉抵制崇洋媚外、炫富斗阔、铺张浪费等不良网络文化，炒作绯闻丑闻、拉踩引战、刷量控评、直播打赏、沉迷网络游戏等不良网络现象。

第十八条 党员干部不得利用职务便利，索取或者非法收受他人有财产价值的网络账号、网络游戏装备、虚拟货币等网络虚拟财物。

第十九条 党员干部不得违反有关规定以职务身份开展网络借贷、直播带货等营利活动。

第二十条 党员干部注册、使用和管理网络公众账号，应当遵守有关规定，履行社会责任，不得损害国家安全、社会公共利益和他人合法权益。

第二十一条 党员发现网上违规违纪违法信息、活动的，应当及时向有关部门和网络平台举报，积极提供线索，协助有关方面处置。

第四章 保障与监督

第二十二条 各级党组织应当开展党员依规依法上网用网的常态化教育，提升党员网络素养与技能，鼓励和支持党员学网上网用网。

第二十三条 各级党组织应当激励党员在网上充分发挥先锋模范作用，对在网络正能量传播和舆论引导中作出突出贡献的党员，按照有关规定给予表彰奖励，作为评先评优、职务职级晋升、职称评聘等参考。

第二十四条 建立健全澄清正名和保护制度，关心爱护为党和人民利益敢于在网上亮剑发声的党员。对在网络正能量传播和舆论引导中敢于斗争、担当尽责而遭受诬告陷害、网络暴力、威胁恐吓的党员，各级党组织应当协调有关部门依法维护其合法权益，依法惩治有关违法犯罪行为。

第二十五条 各级党组织应当加强对党员网络行为的指导，区分党员不同主体，结合网络公众账号和网络行为类型，形成科学合理的制度规范，健全监督管理制度。

第二十六条 各级党组织应当把规范党员网络行为、发挥党员在网络空间作用作为党的建设的重要内容，纳入党建工作责任制，紧密结合中心工作推进落实。

第二十七条 各级党组织应当将党员网络行为纳入民主生活会、组织生活会对照检查和民主评议党员的重要内容，及时总结经验，通报表扬先进，检视差距和不足，引导和规范党员正确实施网络行为。

第二十八条 党员违反本规定的，根据行为性质和情节轻重，依规依纪追究责任；涉嫌违法犯罪的，按照有关法律规定处理。

第五章 附则

第二十九条 军队党员实施网络行为，按照军队有关规定执行。

第三十条 本规定由中共中央组织部、中共中央宣传部、中央网络安全和信息化委员会办公室负责解释。

第三十一条 本规定自发布之日起施行。

（三）中华人民共和国民法典（节选）

（2020年5月28日起施行 中华人民共和国主席令第45号）

《中华人民共和国民法典》已由中华人民共和国第十三届全国人民代表大会第三次会议于2020年5月28日通过，现予公布，自2021年1月1日起施行。

第一千一百九十四条 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。法律另有规定的，依照其规定。

第一千一百九十五条 网络用户利用网络服务实施侵权行为的，权利人有权通知网络服务提供者采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据及权利人的真实身份信息。

网络服务提供者接到通知后，应当及时将该通知转送相关网络用户，并根据构成侵权的初步证据和服务类型采取必要措施；未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与该网络用户承担连带责任。

权利人因错误通知造成网络用户或者网络服务提供者损害的，应当承担侵权责任。法律另有规定的，依照其规定。

第一千一百九十六条 网络用户接到转送的通知后，可以向网络服务提供者提交不存在侵权行为的声明。声明应当包括不存在侵权行为的初步证据及网络用户的真实身份信息。

网络服务提供者接到声明后，应当将该声明转送发出通知的权利人，并告知其可以向有关部门投诉或者向人民法院提起诉讼。网络服务提供者在转送声明到达权利人后的合理期限内，未收到权利人已经投诉或者提起诉讼通知的，应当及时终止所采取的措施。

第一千一百九十七条 网络服务提供者知道或者应当知道网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益，未采取必要措施的，与该网络用户承担连带责任。

（四）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（2020 修正）

（2021 年 1 月 1 日起施行 法释〔2020〕17 号）

（2014 年 6 月 23 日最高人民法院审判委员会第 1621 次会议通过，根据 2020 年 12 月 23 日最高人民法院审判委员会第 1823 次会议通过的《最高人民法院关于修改〈最高人民法院关于在民事审判工作中适用《中华人民共和国工会法》若干问题的解释〉等二十七件民事类司法解释的决定》修正）

为正确审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件，根据《中华人民共和国民法通则》《中华人民共和国侵权责任法》《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的決定》《中华人民共和国民事诉讼法》等法律的规定，结合审判实践，制定本规定。

第一条 本规定所称的利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件，是指利用信息网络侵害他人姓名权、名称权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权等人身权益引起的纠纷案件。

第二条 原告依据民法典第一千一百九十五条、第一千一百九十七条的规定起诉网络用户或者网络服务提供者的，人民法院应予受理。

原告仅起诉网络用户，网络用户请求追加涉嫌侵权的网络服务提供者作为共同被告或者第三人的，人民法院应予准许。

原告仅起诉网络服务提供者，网络服务提供者请求追加可以确定的网络用户为共同被告或者第三人的，人民法院应予准许。

第三条 原告起诉网络服务提供者，网络服务提供者以涉嫌侵权的信息系网络用户发布为由抗辩的，人民法院可以根据原告请求及案件的具体情况，责令网络服务提供者向人民法院提供能够确定涉嫌侵权的网络用户的姓名（名称）、联系方式、网络地址等信息。

网络服务提供者无正当理由拒不提供的，人民法院可以依据民事诉讼法第一百一十四条的规定对网络服务提供者采取处罚等措施。

原告根据网络服务提供者提供的信息请求追加网络用户为被告的，人民法院应予准许。

第四条 人民法院适用民法典第一千一百九十五条第二款的规定，认定网络服务提供者采取的删除、屏蔽、断开链接等必要措施是否及时，应当根据网络服务的类型和性质、有效通知的形式和准确程度、网络信息侵害权益的类型和程度等因素综合判断。

第五条 其发布的信息被采取删除、屏蔽、断开链接等措施的网络用户，主张网络服务提供者承担违约责任或者侵权责任，网络服务提供者以收到民法典第一千一百九十五条第一款规定的有效通知为由抗辩的，人民法院应予支持。

第六条 人民法院依据民法典第一千一百九十七条认定网络服务提供者是否“知道或者应当知道”，应当综合考虑下列因素：

（一）网络服务提供者是否以人工或者自动方式对侵权网络信息以推荐、排名、选择、编辑、整理、修改等方式作出处理；

(二)网络服务提供者应当具备的管理信息的能力,以及所提供服务的性质、方式及其引发侵权的可能性大小;

(三)该网络信息侵害人身权益的类型及明显程度;

(四)该网络信息的社会影响程度或者一定时间内的浏览量;

(五)网络服务提供者采取预防侵权措施的技术可能性及其是否采取了相应的合理措施;

(六)网络服务提供者是否针对同一网络用户的重复侵权行为或者同一侵权信息采取了相应的合理措施;

(七)与本案相关的其他因素。

第七条 人民法院认定网络用户或者网络服务提供者转载网络信息行为的过错及其程度,应当综合以下因素:

(一)转载主体所承担的与其性质、影响范围相适应的注意义务;

(二)所转载信息侵害他人人身权益的明显程度;

(三)对所转载信息是否作出实质性修改,是否添加或者修改文章标题,导致其与内容严重不符以及误导公众的可能性。

第八条 网络用户或者网络服务提供者采取诽谤、诋毁等手段,损害公众对经营主体的信赖,降低其产品或者服务的社会评价,经营主体请求网络用户或者网络服务提供者承担侵权责任的,人民法院应依法予以支持。

第九条 网络用户或者网络服务提供者,根据国家机关依职权制作的文书和公开实施的职权行为等信息来源所发布的信息,有下列情形之一的,侵害他人人身权益,被侵权人请求侵权人承担侵权责任的,人民法院应予支持:

(一)网络用户或者网络服务提供者发布的信息与前述信息来源内容不符;

(二)网络用户或者网络服务提供者以添加侮辱性内容、诽谤性信息、不当标题或者通过增删信息、调整结构、改变顺序等方式致人误解;

(三)前述信息来源已被公开更正,但网络用户拒绝更正或者网络服务提供者不予更正;

(四)前述信息来源已被公开更正,网络用户或者网络服务提供者仍然发布更正之前的信息。

第十条 被侵权人与构成侵权的网络用户或者网络服务提供者达成一方支付报酬,另一方提供删除、屏蔽、断开链接等服务的协议,人民法院应认定为无效。

擅自篡改、删除、屏蔽特定网络信息或者以断开链接的方式阻止他人获取网络信息,发布该信息的网络用户或者网络服务提供者请求侵权人承担侵权责任的,人民法院应予支持。接受他人委托实施该行为的,委托人与受托人承担连带责任。

第十一条 网络用户或者网络服务提供者侵害他人人身权益,造成财产损失或者严重精神损害,被侵权人依据民法典第一千一百八十二条和第一千一百八十三条的规定,请求其承担赔偿责任的,人民法院应予支持。

第十二条 被侵权人为制止侵权行为所支付的合理开支,可以认定为民法典第一千一百八十二条规定的财产损失。合理开支包括被侵权人或者委托代理人为侵权行为进行调查、取

证的合理费用。人民法院根据当事人的请求和具体案情,可以将符合国家有关部门规定的律师费用计算在赔偿范围内。

被侵权人因人身权益受侵害造成的财产损失以及侵权人因此获得的利益难以确定的,人民法院可以根据具体案情在 50 万元以下的范围内确定赔偿数额。

第十三条 本规定施行后人民法院正在审理的一审、二审案件适用本规定。

本规定施行前已经终审,本规定施行后当事人申请再审或者按照审判监督程序决定再审的案件,不适用本规定。

（五）最高人民法院、最高人民检察院关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释

（2013年9月10日起施行 法释〔2013〕21号）

最高人民法院、最高人民检察院公告

《最高人民法院、最高人民检察院关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》已于2013年9月5日由最高人民法院审判委员会第1589次会议、2013年9月2日由最高人民检察院第十二届检察委员会第9次会议通过，现予公布，自2013年9月10日起施行。

最高人民检察院

2013年9月6日

最高人民法院、最高人民检察院关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释

（法释〔2013〕21号 2013年9月5日最高人民法院审判委员会第1589次会议、2013年9月2日最高人民检察院第十二届检察委员会第9次会议通过）

为了保护公民、法人和其他组织的合法权益，维护社会秩序，根据《中华人民共和国刑法》《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》等规定，对办理利用信息网络实施诽谤、寻衅滋事、敲诈勒索、非法经营等刑事案件适用法律的若干问题解释如下：

第一条 具有下列情形之一的，应当认定为刑法第二百四十六条第一款规定的“捏造事实诽谤他人”：

（一）捏造损害他人名誉的事实，在信息网络上散布，或者组织、指使人员在信息网络上散布的；

（二）将信息网络上涉及他人的原始信息内容篡改为损害他人名誉的事实，在信息网络上散布，或者组织、指使人员在信息网络上散布的；

明知是捏造的损害他人名誉的事实，在信息网络上散布，情节恶劣的，以“捏造事实诽谤他人”论。

第二条 利用信息网络诽谤他人，具有下列情形之一的，应当认定为刑法第二百四十六条第一款规定的“情节严重”：

（一）同一诽谤信息实际被点击、浏览次数达到五千次以上，或者被转发次数达到五百次以上的；

（二）造成被害人或者其近亲属精神失常、自残、自杀等严重后果的；

（三）二年内曾因诽谤受过行政处罚，又诽谤他人的；

（四）其他情节严重的情形。

第三条 利用信息网络诽谤他人，具有下列情形之一的，应当认定为刑法第二百四十六条第二款规定的“严重危害社会秩序和国家利益”：

- （一）引发群体性事件的；
- （二）引发公共秩序混乱的；
- （三）引发民族、宗教冲突的；
- （四）诽谤多人，造成恶劣社会影响的；
- （五）损害国家形象，严重危害国家利益的；
- （六）造成恶劣国际影响的；
- （七）其他严重危害社会秩序和国家利益的情形。

第四条 一年内多次实施利用信息网络诽谤他人行为未经处理，诽谤信息实际被点击、浏览、转发次数累计计算构成犯罪的，应当依法定罪处罚。

第五条 利用信息网络辱骂、恐吓他人，情节恶劣，破坏社会秩序的，依照刑法第二百九十三条第一款第（二）项的规定，以寻衅滋事罪定罪处罚。

编造虚假信息，或者明知是编造的虚假信息，在信息网络上散布，或者组织、指使人员在信息网络上散布，起哄闹事，造成公共秩序严重混乱的，依照刑法第二百九十三条第一款第（四）项的规定，以寻衅滋事罪定罪处罚。

第六条 以在信息网络上发布、删除等方式处理网络信息为由，威胁、要挟他人，索取公私财物，数额较大，或者多次实施上述行为的，依照刑法第二百七十四条的规定，以敲诈勒索罪定罪处罚。

第七条 违反国家规定，以营利为目的，通过信息网络有偿提供删除信息服务，或者明知是虚假信息，通过信息网络有偿提供发布信息等服务，扰乱市场秩序，具有下列情形之一的，属于非法经营行为“情节严重”，依照刑法第二百二十五条第（四）项的规定，以非法经营罪定罪处罚：

- （一）个人非法经营数额在五万元以上，或者违法所得数额在二万元以上的；
- （二）单位非法经营数额在十五万元以上，或者违法所得数额在五万元以上的。

实施前款规定的行为，数额达到前款规定的数额五倍以上的，应当认定为刑法第二百二十五条规定的“情节特别严重”。

第八条 明知他人利用信息网络实施诽谤、寻衅滋事、敲诈勒索、非法经营等犯罪，为其提供资金、场所、技术支持等帮助的，以共同犯罪论处。

第九条 利用信息网络实施诽谤、寻衅滋事、敲诈勒索、非法经营犯罪，同时又构成刑法第二百二十一条规定的损害商业信誉、商品声誉罪，第二百七十八条规定的煽动暴力抗拒法律实施罪，第二百九十一条之一规定的编造、故意传播虚假恐怖信息罪等犯罪的，依照处罚较重的规定定罪处罚。

第十条 本解释所称信息网络，包括以计算机、电视机、固定电话机、移动电话机等电子设备为终端的计算机互联网、广播电视网、固定通信网、移动通信网等信息网络，以及向公众开放的局域网络。

（六）互联网信息服务管理办法（国务院）（2024 修订）

（2025 年 1 月 20 日起施行 中华人民共和国国务院令 第 797 号）

（2000 年 9 月 25 日中华人民共和国国务院令 第 292 号公布 根据 2011 年 1 月 8 日《国务院关于废止和修改部分行政法规的决定》第一次修订 根据 2024 年 12 月 6 日《国务院关于修改和废止部分行政法规的决定》第二次修订）

第一条 为了规范互联网信息服务活动，促进互联网信息服务健康有序发展，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内从事互联网信息服务活动，必须遵守本办法。

本办法所称互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户提供信息的服务活动。

第三条 互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。

经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动。

非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。

第四条 国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。

未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。

第五条 从事新闻、出版、教育等互联网信息服务，依照法律、行政法规以及国家有关规定须经有关主管部门审核同意的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意。

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、用户信息安全管理措施；

（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。

第七条 从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证（以下简称经营许可证）。

省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门应当自收到申请之日起 60 日内审查完毕，作出批准或者不予批准的决定。予以批准的，颁发经营许可证；不予批准的，应当书面通知申请人并说明理由。

申请人取得经营许可证后，应当持经营许可证向企业登记机关办理登记手续。

第八条 从事非经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者

国务院信息产业主管部门办理备案手续。办理备案时，应当提交下列材料：

- （一）主办单位和网站负责人的基本情况；
- （二）网站网址和服务项目；
- （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的同意文件。

省、自治区、直辖市电信管理机构对备案材料齐全的，应当予以备案并编号。

第九条 从事互联网信息服务，拟开办电子公告服务的，应当在申请经营性互联网信息服务许可或者办理非经营性互联网信息服务备案时，按照国家有关规定提出专项申请或者专项备案。

第十条 省、自治区、直辖市电信管理机构和国务院信息产业主管部门应当公布取得经营许可证或者已履行备案手续的互联网信息服务提供者名单。

第十一条 互联网信息服务提供者应当按照经许可或者备案的项目提供服务，不得超出经许可或者备案的项目提供服务。

非经营性互联网信息服务提供者不得从事有偿服务。

互联网信息服务提供者变更服务项目、网站网址等事项的，应当提前 30 日向原审核、发证或者备案机关办理变更手续。

第十二条 互联网信息服务提供者应当在其网站主页的显著位置标明其经营许可证编号或者备案编号。

第十三条 互联网信息服务提供者应当向上网用户提供良好的服务，并保证所提供的信息内容合法。

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：

- （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）煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；
- （五）破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；
- （六）散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- （七）散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；
- （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。

第十七条 经营性互联网信息服务提供者申请在境内境外上市或者同外商合资、合作，

应当事先经国务院信息产业主管部门审查同意；其中，外商投资的比例应当符合有关法律、行政法规的规定。

第十八条 国务院信息产业主管部门和省、自治区、直辖市电信管理机构，依法对互联网信息服务实施监督管理。

新闻、出版、教育、卫生、药品监督管理、工商行政管理和公安、国家安全等有关主管部门，在各自职责范围内依法对互联网信息内容实施监督管理。

第十九条 违反本办法的规定，未取得经营许可证，擅自从事经营性互联网信息服务，或者超出许可的项目提供服务的，由省、自治区、直辖市电信管理机构责令限期改正，有违法所得的，没收违法所得，处违法所得 3 倍以上 5 倍以下的罚款；没有违法所得或者违法所得不足 5 万元的，处 10 万元以上 100 万元以下的罚款；情节严重的，责令关闭网站。

违反本办法的规定，未履行备案手续，擅自从事非经营性互联网信息服务，或者超出备案的项目提供服务的，由省、自治区、直辖市电信管理机构责令限期改正；拒不改正的，责令关闭网站。

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。

第二十一条 未履行本办法第十四条规定的义务的，由省、自治区、直辖市电信管理机构责令改正；情节严重的，责令停业整顿或者暂时关闭网站。

第二十二条 违反本办法的规定，未在其网站主页上标明其经营许可证编号或者备案编号的，由省、自治区、直辖市电信管理机构责令改正，处 5000 元以上 5 万元以下的罚款。

第二十三条 违反本办法第十六条规定的义务的，由省、自治区、直辖市电信管理机构责令改正；情节严重的，对经营性互联网信息服务提供者，并由发证机关吊销经营许可证，对非经营性互联网信息服务提供者，并由备案机关责令关闭网站。

第二十四条 互联网信息服务提供者在其业务活动中，违反其他法律、法规的，由新闻、出版、教育、卫生、药品监督管理和工商行政管理等有关主管部门依照有关法律、法规的规定处罚。

第二十五条 电信管理机构和其他有关主管部门及其工作人员，玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊，疏于对互联网信息服务的监督管理，造成严重后果，构成犯罪的，依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予降级、撤职直至开除的行政处分。

第二十六条 在本办法公布前从事互联网信息服务的，应当自本办法公布之日起 60 日内依照本办法的有关规定补办有关手续。

第二十七条 本办法自公布之日起施行。

（七）天津市网络虚假信息治理若干规定（天津市人大）

（2020年12月1日起施行 天津市人民代表大会常务委员会公告第60号）

天津市人民代表大会常务委员会公告

（第六十号）

《天津市网络虚假信息治理若干规定》已由天津市第十七届人民代表大会常务委员会第二十四次会议于2020年12月1日通过，现予公布，自公布之日起施行。

天津市人民代表大会常务委员会

2020年12月1日

第一条 为了加强网络虚假信息治理，规范网络传播秩序，保护公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和社会公共利益，根据有关法律、行政法规，结合本市实际，制定本规定。

第二条 本市行政区域内网络虚假信息治理活动，适用本规定。

国家对网络虚假信息治理另有规定的，从其规定。

第三条 本市网络虚假信息治理工作遵循依法推进、标本兼治、规范有序、综合治理的原则，倡导诚实守信、健康文明、向上向善、理性表达的网络行为，推动传播社会主义核心价值观，营造清朗的网络空间。

第四条 本市建立健全网络虚假信息综合治理体系，构建网络信息工作格局，协调解决网络虚假信息治理有关重大事项，统筹推进网络虚假信息治理工作。

市和区人民政府应当加强对网络虚假信息治理工作的领导，组织、指导、监督各部门、各单位网络虚假信息治理工作。

市和区网信部门负责本行政区域内网络虚假信息治理的综合协调、监督管理等工作。

电信管理、公安等部门依据各自职责做好网络虚假信息治理相关工作。

第五条 各级人民政府及有关部门应当组织开展网络虚假信息治理宣传教育，指导、督促有关方面做好网络虚假信息治理宣传教育工作，推动形成全社会健康文明用网的良好氛围。大众传播媒介应当有针对性地面向社会进行网络虚假信息治理宣传教育。

第六条 鼓励个人和组织利用网络制作、复制、发布和传播含有解读中国特色社会主义道路、理论、制度、文化，弘扬社会主义核心价值观，宣传优秀传统文化和时代精神，以及其他讴歌真善美、促进团结稳定等信息。

第七条 任何个人和组织使用网络应当遵守宪法和法律，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、淫秽色情信息等活动。

个人和组织不得利用网络制作、复制、发布和传播含有捏造或者歪曲事实、散布谣言，扰乱社会秩序和经济秩序等内容的违法信息，以及含有侮辱或者诽谤他人，侵害他人名誉权、

隐私权、知识产权和其他合法权益等内容的违法信息。

第八条 个人和组织应当防范和抵制利用网络制作、复制、发布和传播含有使用夸张标题、内容与标题严重不符，或者可能引发未成年人模仿违反社会公德行为和不安全行为、诱导未成年人不良嗜好等内容的不良信息。

第九条 网络信息内容服务平台应当履行信息内容管理主体责任，制定网络信息内容生态治理细则，建立完善网络虚假信息治理机制，健全用户注册、账号管理、信息发布审核、跟帖评论审核、实时巡查和网络谣言处置等制度。

第十条 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，并依法依约履行相应管理职责。

网络信息内容服务平台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，不得为其提供相关服务。

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。

第十一条 网络信息内容服务平台应当按照规定建立健全网络信息内容发布审核制度，配备与业务范围和服务规模相适应的专业人员负责网络信息内容发布审核，防范和及时处置网络虚假信息。

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等推送信息，应当设置符合法律、法规和国家有关规定鼓励传播、禁止传播、防范和抵制传播等要求的推荐模型，建立健全人工干预和用户自主选择机制。

第十三条 网络信息内容服务平台应当建立网络虚假信息投诉举报制度，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。

第十四条 网络信息内容服务平台发现法律、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，依法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。

第十五条 网络信息内容服务使用者应当健康文明使用网络，按照法律、法规的要求和用户协议约定，切实履行相应义务，在以发帖、回复、留言、弹幕等形式参与网络活动时，文明互动，理性表达；积极参与网络信息内容生态治理，自觉防范和抵制网络虚假信息，有权通过投诉举报等方式对违法和不良的网络信息进行监督，共同维护良好网络生态。

第十六条 鼓励行业组织建立完善行业自律机制，制定网络虚假信息治理行业规范和自律公约，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。

鼓励行业组织开展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，增强参与网络虚假信息治理意识。

第十七条 各级人民政府及有关部门应当完善企业孵化、人才引进等政策措施，鼓励网络信息服务产业生态体系协同创新，促进互联网信息服务产业健康有序发展。

有关部门应当采取措施，指导网络信息内容服务平台建立完善网络虚假信息治理机制，开展网络虚假信息治理法律、法规和相关政策宣传培训，维护网络信息内容服务平台、用户

自身合法权益和网络传播秩序。

第十八条 各级人民政府及有关部门应当及时、准确地公开政府信息，对重大政策、突发事件等主动进行具有针对性、科学性、权威性的解读和宣传，发现影响或者可能影响社会稳定、扰乱社会管理秩序的虚假或者不完整信息的，应当在其职责范围内发布准确的政府信息予以澄清。

第十九条 市网信部门建立由机关、企业事业单位、社会组织、公众等共同参与的网络信息内容生态治理情况监督评价机制，定期对本市网络信息内容服务平台生态治理情况进行评估，推动网络虚假信息治理工作。

第二十条 网信、公安等部门应当建立健全网络虚假信息举报工作机制，向社会公布举报受理方式，接受社会各界对网络虚假信息的举报；接到举报的部门应当依法及时处理，并对举报人的相关信息予以保密。

第二十一条 网信部门应当会同有关主管部门建立健全信息共享、会商通报、联合执法、案件督办、谣言处置等工作机制，协同开展网络虚假信息治理工作。

第二十二条 网信部门和有关主管部门应当对网络信息内容服务平台履行信息内容管理主体责任、网络虚假信息治理情况依法开展监督检查，对存在问题的平台依法开展专项督查。

网信部门和有关主管部门发现法律、行政法规禁止发布或者传输的信息的，应当要求网络信息内容服务平台停止传输，依法采取消除等处置措施，保存有关记录。

网络信息内容服务平台对网信部门和有关主管部门依法实施的监督检查，应当予以配合。

第二十三条 网络信息内容服务平台违反本规定第九条、第十条第一款和第三款、第十一条、第十二条、第十三条规定的，由网信部门依据职责进行约谈，责令限期改正，给予警告；拒不改正或者情节严重的，责令暂停信息更新，按照有关法律、行政法规的规定予以处理。

第二十四条 网络信息内容服务平台违反本规定第十条第二款规定，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的用户提供相关服务的，由网信、电信管理、公安等有关主管部门按照职责分工责令改正；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，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、依法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。

第二十五条 网络信息内容服务平台违反本规定，对法律、行政法规禁止发布或者传输的信息未依法采取处置措施、保存有关记录的，由网信、电信管理、公安等有关主管部门按照职责分工责令改正，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、依法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。

第二十六条 网络信息内容服务平台违反本规定，未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，或者拒绝、阻碍有关部门依法实施的监督检查的，由网信、电信管理、公安等有关主管部门按照职责分工责令改正；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，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。

第二十七条 发布或者传输本规定第七条和法律、行政法规规定禁止发布或者传输的信息，构成犯罪的，依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，由网信、电信管理、公安等有关主管部门依照有关法律、行政法规的规定处罚。

第二十八条 网信、电信管理等部门按照有关规定，将违反本规定的违法行为信息纳入信用信息共享平台，依法实施信用惩戒。

第二十九条 网信部门和有关主管部门及其工作人员在网络虚假信息治理工作中，滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊或者有其他违法行为的，由有权机关责令改正，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第三十条 违反本规定的行为，法律或者行政法规已有处理规定的，从其规定；给他人造成损害的，依法承担民事责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第三十一条 本规定自公布之日起施行。

（八）互联网新闻信息服务管理规定（国家网信办）

（2017年6月1日起施行 中华人民共和国国家互联网信息办公室令第1号）

中华人民共和国国家互联网信息办公室令

（第1号）

《互联网新闻信息服务管理规定》已经国家互联网信息办公室室务会议审议通过，现予公布，自2017年6月1日起施行。

主任 徐麟

2017年5月2日

第一章 总则

第一条 为加强互联网信息内容管理，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》《互联网信息服务管理办法》《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理工作的通知》，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内提供互联网新闻信息服务，适用本规定。

本规定所称新闻信息，包括有关政治、经济、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论。

第三条 提供互联网新闻信息服务，应当遵守宪法、法律和行政法规，坚持为人民服务、为社会主义服务的方向，坚持正确舆论导向，发挥舆论监督作用，促进形成积极健康、向上向善的网络文化，维护国家利益和公共利益。

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的监督管理执法工作。地方互联网信息办公室依据职责负责本行政区域内互联网新闻信息服务的监督管理执法工作。

第二章 许可

第五条 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，应当取得互联网新闻信息服务许可，禁止未经许可或超越许可范围开展互联网新闻信息服务活动。

前款所称互联网新闻信息服务，包括互联网新闻信息采编发布服务、转载服务、传播平台服务。

第六条 申请互联网新闻信息服务许可，应当具备下列条件：

- （一）在中华人民共和国境内依法设立的法人；
- （二）主要负责人、总编辑是中国公民；
- （三）有与服务相适应的专职新闻编辑人员、内容审核人员和技术保障人员；
- （四）有健全的互联网新闻信息服务管理制度；
- （五）有健全的信息安全管理制度和安全可控的技术保障措施；
- （六）有与服务相适应的场所、设施和资金。

申请互联网新闻信息采编发布服务许可的，应当是新闻单位（含其控股的单位）或新闻

宣传部门主管的单位。

符合条件的互联网新闻信息服务提供者实行特殊管理股制度,具体实施办法由国家互联网信息办公室另行制定。

提供互联网新闻信息服务,还应当依法向电信主管部门办理互联网信息服务许可或备案手续。

第七条 任何组织不得设立中外合资经营、中外合作经营和外资经营的互联网新闻信息服务单位。

互联网新闻信息服务单位与境内外中外合资经营、中外合作经营和外资经营的企业进行涉及互联网新闻信息服务业务的合作,应当报经国家互联网信息办公室进行安全评估。

第八条 互联网新闻信息服务提供者的采编业务和经营业务应当分开,非公有资本不得介入互联网新闻信息采编业务。

第九条 申请互联网新闻信息服务许可,申请主体为中央新闻单位(含其控股的单位)或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受理和决定;申请主体为地方新闻单位(含其控股的单位)或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受理和决定;申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受理和初审后,由国家互联网信息办公室决定。

国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室决定批准的,核发《互联网新闻信息服务许可证》。《互联网新闻信息服务许可证》有效期为三年。有效期届满,需继续从事互联网新闻信息服务活动的,应当于有效期届满三十日前申请续办。

省、自治区、直辖市互联网信息办公室应当定期向国家互联网信息办公室报告许可受理和决定情况。

第十条 申请互联网新闻信息服务许可,应当提交下列材料:

- (一)主要负责人、总编辑为中国公民的证明;
- (二)专职新闻编辑人员、内容审核人员和技术保障人员的资质情况;
- (三)互联网新闻信息服务管理制度;
- (四)信息安全管理和技术保障措施;
- (五)互联网新闻信息服务安全评估报告;
- (六)法人资格、场所、资金和股权结构等证明;
- (七)法律法规规定的其他材料。

第三章 运行

第十一条 互联网新闻信息服务提供者应当设立总编辑,总编辑对互联网新闻信息内容负总责。总编辑人选应当具有相关从业经验,符合相关条件,并报国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室备案。

互联网新闻信息服务相关从业人员应当依法取得相应资质,接受专业培训、考核。互联网新闻信息服务相关从业人员从事新闻采编活动,应当具备新闻采编人员职业资格,持有国家新闻出版广电总局统一颁发的新闻记者证。

第十二条 互联网新闻信息服务提供者应当健全信息发布审核、公共信息巡查、应急处

置等信息安全管理制度，具有安全可控的技术保障措施。

第十三条 互联网新闻信息服务提供者为用户提供互联网新闻信息传播平台服务，应当按照《中华人民共和国网络安全法》的规定，要求用户提供真实身份信息。用户不提供真实身份信息的，互联网新闻信息服务提供者不得为其提供相关服务。

互联网新闻信息服务提供者对用户身份信息和日志信息负有保密的义务，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或非法向他人提供。

互联网新闻信息服务提供者及其从业人员不得通过采编、发布、转载、删除新闻信息，干预新闻信息呈现或搜索结果等手段谋取不正当利益。

第十四条 互联网新闻信息服务提供者提供互联网新闻信息传播平台服务，应当与在其平台上注册的用户签订协议，明确双方权利义务。

对用户开设公众账号的，互联网新闻信息服务提供者应当审核其账号信息、服务资质、服务范围等信息，并向所在地省、自治区、直辖市互联网信息办公室分类备案。

第十五条 互联网新闻信息服务提供者转载新闻信息，应当转载中央新闻单位或省、自治区、直辖市直属新闻单位等国家规定范围内的单位发布的新闻信息，注明新闻信息来源、原作者、原标题、编辑真实姓名等，不得歪曲、篡改标题原意和新闻信息内容，并保证新闻信息来源可追溯。

互联网新闻信息服务提供者转载新闻信息，应当遵守著作权相关法律法规的规定，保护著作权人的合法权益。

第十六条 互联网新闻信息服务提供者和用户不得制作、复制、发布、传播法律、行政法规禁止的信息内容。

互联网新闻信息服务提供者提供服务过程中发现含有违反本规定第三条或前款规定内容的，应当依法立即停止传输该信息、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。

第十七条 互联网新闻信息服务提供者变更主要负责人、总编辑、主管单位、股权结构等影响许可条件的重大事项，应当向原许可机关办理变更手续。

互联网新闻信息服务提供者应用新技术、调整增设具有新闻舆论属性或社会动员能力的应用功能，应当报国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室进行互联网新闻信息服务安全评估。

第十八条 互联网新闻信息服务提供者应当在明显位置明示互联网新闻信息服务许可证编号。

互联网新闻信息服务提供者应当自觉接受社会监督，建立社会投诉举报渠道，设置便捷的投诉举报入口，及时处理公众投诉举报。

第四章 监督检查

第十九条 国家和地方互联网信息办公室应当建立日常检查和定期检查相结合的监督管理制度，依法对互联网新闻信息服务活动实施监督检查，有关单位、个人应当予以配合。

国家和地方互联网信息办公室应当健全执法人员资格管理制度。执法人员开展执法活动，应当依法出示执法证件。

第二十条 任何组织和个人发现互联网新闻信息服务提供者有违反本规定行为的，可以向国家和地方互联网信息办公室举报。

国家和地方互联网信息办公室应当向社会公开举报受理方式，收到举报后，应当依法予以处置。互联网新闻信息服务提供者应当予以配合。

第二十一条 国家和地方互联网信息办公室应当建立互联网新闻信息服务网络信用档案，建立失信黑名单制度和约谈制度。

国家互联网信息办公室会同国务院电信、公安、新闻出版广电等部门建立信息共享机制，加强工作沟通和协作配合，依法开展联合执法等专项监督检查活动。

第五章 法律责任

第二十二条 违反本规定第五条规定，未经许可或超越许可范围开展互联网新闻信息服务活动的，由国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室依据职责责令停止相关服务活动，处一万元以上三万元以下罚款。

第二十三条 互联网新闻信息服务提供者运行过程中不再符合许可条件的，由原许可机关责令限期改正；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。

第二十四条 互联网新闻信息服务提供者违反本规定第七条第二款、第八条、第十一条、第十二条、第十三条第三款、第十四条、第十五条第一款、第十七条、第十八条规定的，由国家和地方互联网信息办公室依据职责给予警告，责令限期改正；情节严重或拒不改正的，暂停新闻信息更新，处五千元以上三万元以下罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十五条 互联网新闻信息服务提供者违反本规定第三条、第十六条第一款、第十九条第一款、第二十条第二款规定的，由国家和地方互联网信息办公室依据职责给予警告，责令限期改正；情节严重或拒不改正的，暂停新闻信息更新，处二万元以上三万元以下罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十六条 互联网新闻信息服务提供者违反本规定第十三条第一款、第十六条第二款规定的，由国家和地方互联网信息办公室根据《中华人民共和国网络安全法》的规定予以处理。

第六章 附则

第二十七条 本规定所称新闻单位，是指依法设立的报刊社、广播电台、电视台、通讯社和新闻电影制片厂。

第二十八条 违反本规定，同时违反互联网信息服务管理规定的，由国家和地方互联网信息办公室根据本规定处理后，转由电信主管部门依法处置。

国家对互联网视听节目服务、网络出版服务等另有规定的，应当同时符合其规定。

第二十九条 本规定自 2017 年 6 月 1 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。

（九）网络信息内容生态治理规定（国家网信办）

（2020年3月1日起施行 国家互联网信息办公室令第5号）

国家互联网信息办公室令

（第5号）

《网络信息内容生态治理规定》已经国家互联网信息办公室室务会议审议通过，现予公布，自2020年3月1日起施行。

主任 庄荣文

2019年12月15日

第一章 总则

第一条 为了营造良好网络生态，保障公民、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《中华人民共和国国家安全法》《中华人民共和国网络安全法》《互联网信息服务管理办法》等法律、行政法规，制定本规定。

第二条 中华人民共和国境内的网络信息内容生态治理活动，适用本规定。

本规定所称网络信息内容生态治理，是指政府、企业、社会、网民等主体，以培育和践行社会主义核心价值观为根本，以网络信息内容为主要治理对象，以建立健全网络综合治理体系、营造清朗的网络空间、建设良好的网络生态为目标，开展的弘扬正能量、处置违法和不良信息等相关活动。

第三条 国家网信部门负责统筹协调全国网络信息内容生态治理和相关监督管理工作，各有关主管部门依据各自职责做好网络信息内容生态治理工作。

地方网信部门负责统筹协调本行政区域内网络信息内容生态治理和相关监督管理工作，地方各有关主管部门依据各自职责做好本行政区域内网络信息内容生态治理工作。

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、促进团结稳定等的內容。

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，并依法依约履行相应管理职责。

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。

第四章 网络信息内容服务使用者

第十八条 网络信息内容服务使用者应当文明健康使用网络，按照法律法规的要求和用户协议约定，切实履行相应义务，在以发帖、回复、留言、弹幕等形式参与网络活动时，文明互动，理性表达，不得发布本规定第六条规定的信息，防范和抵制本规定第七条规定的信息。

第十九条 网络群组、论坛社区版块建立者和管理者应当履行群组、版块管理责任，依据法律法规、用户协议和平台公约等，规范群组、版块内信息发布等行为。

第二十条 鼓励网络信息内容服务使用者积极参与网络信息内容生态治理，通过投诉、举报等方式对网上违法和不良信息进行监督，共同维护良好网络生态。

第二十一条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得利用网络和相关信息技术实施侮辱、诽谤、威胁、散布谣言以及侵犯他人隐私等违法行为，损害他人合法权益。

第二十二条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得通过发布、删除信息以及其他干预信息呈现的手段侵害他人合法权益或者谋取非法利益。

第二十三条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得利用深度学习、虚拟现实等新技术新应用从事法律、行政法规禁止的活动。

第二十四条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得通过人工方式或者技术手段实施流量造假、流量劫持以及虚假注册账号、非法交易账号、操纵用户账号等行为，破坏网络生态秩序。

第二十五条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得利用党旗、党徽、国旗、国徽、国歌等代表党和国家形象的标识及内容，或者借国家重大活动、重大纪念日和国家机关及其工作人员名义等，违法违规开展网络商业营销活动。

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。

第六章 监督管理

第三十条 各级网信部门会同有关主管部门，建立健全信息共享、会商通报、联合执法、案件督办、信息公开等工作机制，协同开展网络信息内容生态治理工作。

第三十一条 各级网信部门对网络信息内容服务平台履行信息内容管理主体责任情况开展监督检查，对存在问题的平台开展专项督查。

网络信息内容服务平台对网信部门和有关主管部门依法实施的监督检查,应当予以配合。

第三十二条 各级网信部门建立网络信息内容服务平台违法违规行为台账管理制度,并依法依规进行相应处理。

第三十三条 各级网信部门建立政府、企业、社会、网民等主体共同参与的监督评价机制,定期对本行政区域内网络信息内容服务平台生态治理情况进行评估。

第七章 法律责任

第三十四条 网络信息内容生产者违反本规定第六条规定的,网络信息内容服务平台应当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,及时消除违法信息内容,保存记录并向有关主管部门报告。

第三十五条 网络信息内容服务平台违反本规定第十条、第三十一条第二款规定的,由网信等有关主管部门依据职责,按照《中华人民共和国网络安全法》《互联网信息服务管理办法》等法律、行政法规的规定予以处理。

第三十六条 网络信息内容服务平台违反本规定第十一条第二款规定的,由设区的市级以上网信部门依据职责进行约谈,给予警告,责令限期改正;拒不改正或者情节严重的,责令暂停信息更新,按照有关法律、行政法规的规定予以处理。

第三十七条 网络信息内容服务平台违反本规定第九条、第十二条、第十五条、第十六条、第十七条规定的,由设区的市级以上网信部门依据职责进行约谈,给予警告,责令限期改正;拒不改正或者情节严重的,责令暂停信息更新,按照有关法律、行政法规的规定予以处理。

第三十八条 违反本规定第十四条、第十八条、第十九条、第二十一条、第二十二条、第二十三条、第二十四条、第二十五条规定的,由网信等有关主管部门依据职责,按照有关法律、行政法规的规定予以处理。

第三十九条 网信部门根据法律、行政法规和国家有关规定,会同有关主管部门建立健全网络信息内容服务严重失信联合惩戒机制,对严重违反本规定的网络信息内容服务平台、网络信息内容生产者和网络信息内容使用者依法依规实施限制从事网络信息服务、网上行为限制、行业禁入等惩戒措施。

第四十条 违反本规定,给他人造成损害的,依法承担民事责任;构成犯罪的,依法追究刑事责任;尚不构成犯罪的,由有关主管部门依照有关法律、行政法规的规定予以处罚。

第八章 附则

第四十一条 本规定所称网络信息内容生产者,是指制作、复制、发布网络信息内容的组织或者个人。

本规定所称网络信息内容服务平台,是指提供网络信息内容传播服务的网络信息服务提供者。

本规定所称网络信息内容服务使用者,是指使用网络信息内容服务的组织或者个人。

第四十二条 本规定自 2020 年 3 月 1 日起施行。

（十）互联网信息服务算法推荐管理规定（国家网信办、 工信部、公安部、市场监管总局）

（2022 年 3 月 1 日起施行 国家互联网信息办公室、中华人民共和国工业和信息化部、
中华人民共和国公安部、国家市场监督管理总局令第 9 号）

国家互联网信息办公室、中华人民共和国工业和信息化部、中华人民共和国公安部、国
家市场监督管理总局令

（第 9 号）

《互联网信息服务算法推荐管理规定》已经 2021 年 11 月 16 日国家互联网信息办公
室 2021 年第 20 次室务会议审议通过，并经工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理
总局同意，现予公布，自 2022 年 3 月 1 日起施行。

网信办主任 庄荣文

工业和信息化部部长 肖亚庆

公安部部长 赵克志

市场监管总局局长 张 工

2021 年 12 月 31 日

第一章 总 则

第一条 为了规范互联网信息服务算法推荐活动，弘扬社会主义核心价值观，维护国家
安全和社会公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，促进互联网信息服务健康有
序发展，根据《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》、《互联网信息服务管理办法》等法律、行政法规，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内应用算法推荐技术提供互联网信息服务（以下简称算法
推荐服务），适用本规定。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

前款所称应用算法推荐技术，是指利用生成合成类、个性化推送类、排序精选类、检索
过滤类、调度决策类等算法技术向用户提供信息。

第三条 国家网信部门负责统筹协调全国算法推荐服务治理和相关监督管理工作。国务
院电信、公安、市场监管等有关部门依据各自职责负责算法推荐服务监督管理工作。

地方网信部门负责统筹协调本行政区域内的算法推荐服务治理和相关监督管理工作。地
方电信、公安、市场监管等有关部门依据各自职责负责本行政区域内的算法推荐服务监督管
理工作。

第四条 提供算法推荐服务，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，遵循公正公平、公开透明、科学合理和诚实信用的原则。

第五条 鼓励相关行业组织加强行业自律，建立健全行业标准、行业准则和自律管理制
度，督促指导算法推荐服务提供者制定完善服务规范、依法提供服务并接受社会监督。

第二章 信息服务规范

第六条 算法推荐服务提供者应当坚持主流价值导向，优化算法推荐服务机制，积极传播正能量，促进算法应用向上向善。

算法推荐服务提供者不得利用算法推荐服务从事危害国家和社会公共利益、扰乱经济秩序和社会秩序、侵犯他人合法权益等法律、行政法规禁止的活动，不得利用算法推荐服务传播法律、行政法规禁止的信息，应当采取措施防范和抵制传播不良信息。

第七条 算法推荐服务提供者应当落实算法安全主体责任，建立健全算法机制机理审核、科技伦理审查、用户注册、信息发布审核、数据安全和个人信息保护、反电信网络诈骗、安全评估监测、安全事件应急处置等管理制度和技术措施，制定并公开算法推荐服务相关规则，配备与算法推荐服务规模相适应的专业人员和技术支撑。

第八条 算法推荐服务提供者应当定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等，不得设置诱导用户沉迷、过度消费等违反法律法规或者违背伦理道德的算法模型。

第九条 算法推荐服务提供者应当加强信息安全管理，建立健全用于识别违法和不良信息的特征库，完善入库标准、规则和程序。发现未作显著标识的算法生成合成信息的，应当作出显著标识后，方可继续传输。

发现违法信息的，应当立即停止传输，采取消除等处置措施，防止信息扩散，保存有关记录，并向网信部门和有关部门报告。发现不良信息的，应当按照网络信息内容生态治理有关规定予以处置。

第十条 算法推荐服务提供者应当加强用户模型和用户标签管理，完善记入用户模型的兴趣点规则和用户标签管理规则，不得将违法和不良信息关键词记入用户兴趣点或者作为用户标签并据以推送信息。

第十一条 算法推荐服务提供者应当加强算法推荐服务版面页面生态管理，建立完善人工干预和用户自主选择机制，在首页首屏、热搜、精选、榜单类、弹窗等重点环节积极呈现符合主流价值导向的信息。

第十二条 鼓励算法推荐服务提供者综合运用内容去重、打散干预等策略，并优化检索、排序、选择、推送、展示等规则的透明度和可解释性，避免对用户产生不良影响，预防和减少争议纠纷。

第十三条 算法推荐服务提供者提供互联网新闻信息服务的，应当依法取得互联网新闻信息服务许可，规范开展互联网新闻信息采编发布服务、转载服务和传播平台服务，不得生成合成虚假新闻信息，不得传播非国家规定范围内的单位发布的新闻信息。

第十四条 算法推荐服务提供者不得利用算法虚假注册账号、非法交易账号、操纵用户账号或者虚假点赞、评论、转发，不得利用算法屏蔽信息、过度推荐、操纵榜单或者检索结果排序、控制热搜或者精选等干预信息呈现，实施影响网络舆论或者规避监督管理行为。

第十五条 算法推荐服务提供者不得利用算法对其他互联网信息服务提供者进行不合理限制，或者妨碍、破坏其合法提供的互联网信息服务正常运行，实施垄断和不正当竞争行为。

第三章 用户权益保护

第十六条 算法推荐服务提供者应当以显著方式告知用户其提供算法推荐服务的情况，并以适当方式公示算法推荐服务的基本原理、目的意图和主要运行机制等。

第十七条 算法推荐服务提供者应当向用户提供不针对其个人特征的选项，或者向用户提供便捷的关闭算法推荐服务的选项。用户选择关闭算法推荐服务的，算法推荐服务提供者应当立即停止提供相关服务。

算法推荐服务提供者应当向用户提供选择或者删除用于算法推荐服务的针对其个人特征的用户标签的功能。

算法推荐服务提供者应用算法对用户权益造成重大影响的，应当依法予以说明并承担相应责任。

第十八条 算法推荐服务提供者向未成年人提供服务的，应当依法履行未成年人网络保护义务，并通过开发适合未成年人使用的模式、提供适合未成年人特点的服务等方式，便利未成年人获取有益身心健康的信息。

算法推荐服务提供者不得向未成年人推送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可能影响未成年人身心健康的信息，不得利用算法推荐服务诱导未成年人沉迷网络。

第十九条 算法推荐服务提供者向老年人提供服务的，应当保障老年人依法享有的权益，充分考虑老年人出行、就医、消费、办事等需求，按照国家有关规定提供智能化适老服务，依法开展涉电信网络诈骗信息的监测、识别和处置，便利老年人安全使用算法推荐服务。

第二十条 算法推荐服务提供者向劳动者提供工作调度服务的，应当保护劳动者取得劳动报酬、休息休假等合法权益，建立完善平台订单分配、报酬构成及支付、工作时间、奖惩等相关算法。

第二十一条 算法推荐服务提供者向消费者销售商品或者提供服务的，应当保护消费者公平交易的权利，不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征，利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等违法行为。

第二十二条 算法推荐服务提供者应当设置便捷有效的用户申诉和公众投诉、举报入口，明确处理流程和反馈时限，及时受理、处理并反馈处理结果。

第四章 监督管理

第二十三条 网信部门会同电信、公安、市场监管等有关部门建立算法分级分类安全管理制度，根据算法推荐服务的舆论属性或者社会动员能力、内容类别、用户规模、算法推荐技术处理的数据重要程度、对用户行为的干预程度等对算法推荐服务提供者实施分级分类管理。

第二十四条 具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者应当在提供服务之日起十个工作日内通过互联网信息服务算法备案系统填报服务提供者的名称、服务形式、应用领域、算法类型、算法自评估报告、拟公示内容等信息，履行备案手续。

算法推荐服务提供者的备案信息发生变更的，应当在变更之日起十个工作日内办理变更手续。

算法推荐服务提供者终止服务的,应当在终止服务之日起二十个工作日内办理注销备案手续,并作出妥善安排。

第二十五条 国家和省、自治区、直辖市网信部门收到备案人提交的备案材料后,材料齐全的,应当在三十个工作日内予以备案,发放备案编号并进行公示;材料不齐全的,不予备案,并应当在三十个工作日内通知备案人并说明理由。

第二十六条 完成备案的算法推荐服务提供者应当在其对外提供服务的网站、应用程序等的显著位置标明其备案编号并提供公示信息链接。

第二十七条 具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者应当按照国家有关规定开展安全评估。

第二十八条 网信部门会同电信、公安、市场监管等有关部门对算法推荐服务依法开展安全评估和监督检查工作,对发现的问题及时提出整改意见并限期整改。

算法推荐服务提供者应当依法留存网络日志,配合网信部门和电信、公安、市场监管等有关部门开展安全评估和监督检查工作,并提供必要的技术、数据等支持和协助。

第二十九条 参与算法推荐服务安全评估和监督检查的相关机构和人员对在履行职责中知悉的个人隐私、个人信息和商业秘密应当依法予以保密,不得泄露或者非法向他人提供。

第三十条 任何组织和个人发现违反本规定行为的,可以向网信部门和有关部门投诉、举报。收到投诉、举报的部门应当及时依法处理。

第五章 法律责任

第三十一条 算法推荐服务提供者违反本规定第七条、第八条、第九条第一款、第十条、第十四条、第十六条、第十七条、第二十二條、第二十四条、第二十六条规定,法律、行政法规有规定的,依照其规定;法律、行政法规没有规定的,由网信部门和电信、公安、市场监管等有关部门依据职责给予警告、通报批评,责令限期改正;拒不改正或者情节严重的,责令暂停信息更新,并处一万元以上十万元以下罚款。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。

第三十二条 算法推荐服务提供者违反本规定第六条、第九条第二款、第十一条、第十三条、第十五条、第十八条、第十九条、第二十条、第二十一条、第二十七条、第二十八条第二款规定的,由网信部门和电信、公安、市场监管等有关部门依据职责,按照有关法律、行政法规和部门规章的规定予以处理。

第三十三条 具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者通过隐瞒有关情况、提供虚假材料等不正当手段取得备案的,由国家和省、自治区、直辖市网信部门予以撤销备案,给予警告、通报批评;情节严重的,责令暂停信息更新,并处一万元以上十万元以下罚款。

具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者终止服务未按照本规定第二十四条第三款要求办理注销备案手续,或者发生严重违法情形受到责令关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照等行政处罚的,由国家和省、自治区、直辖市网信部门予以注销备案。

第六章 附则

第三十四条 本规定由国家互联网信息办公室会同工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局负责解释。

第三十五条 本规定自 2022 年 3 月 1 日起施行。

（十一）互联网用户账号信息管理规定（国家网信办）

（2022年8月1日起施行 国家互联网信息办公室令第10号）

国家互联网信息办公室令

（第10号）

《互联网用户账号信息管理规定》已经2022年6月9日国家互联网信息办公室2022年第11次室务会议审议通过，现予公布，自2022年8月1日起施行。

主任 庄荣文

2022年6月27日

第一章 总则

第一条 为了加强对互联网用户账号信息的管理，弘扬社会主义核心价值观，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》、《中华人民共和国个人信息保护法》、《互联网信息服务管理办法》等法律、行政法规，制定本规定。

第二条 互联网用户在中华人民共和国境内的互联网信息服务提供者注册、使用互联网用户账号信息及其管理工作，适用本规定。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第三条 国家网信部门负责全国互联网用户账号信息的监督管理工作。

地方网信部门依据职责负责本行政区域内的互联网用户账号信息的监督管理工作。

第四条 互联网用户注册、使用和互联网信息服务提供者管理互联网用户账号信息，应当遵守法律法规，遵循公序良俗，诚实信用，不得损害国家安全、社会公共利益或者他人合法权益。

第五条 鼓励相关行业组织加强行业自律，建立健全行业标准、行业准则和自律管理制度，督促指导互联网信息服务提供者制定完善服务规范、加强互联网用户账号信息安全管理、依法提供服务并接受社会监督。

第二章 账号信息注册和使用

第六条 互联网信息服务提供者应当依照法律、行政法规和国家有关规定，制定和公开互联网用户账号管理规则、平台公约，与互联网用户签订服务协议，明确账号信息注册、使用和管理相关权利义务。

第七条 互联网个人用户注册、使用账号信息，含有职业信息的，应当与个人真实职业信息相一致。

互联网机构用户注册、使用账号信息，应当与机构名称、标识等相一致，与机构性质、经营范围和所属行业类型等相符合。

第八条 互联网用户注册、使用账号信息，不得有下列情形：

（一）违反《网络信息内容生态治理规定》第六条、第七条规定；

（二）假冒、仿冒、捏造政党、党政军机关、企事业单位、人民团体和社会组织的名称、标识等；

（三）假冒、仿冒、捏造国家（地区）、国际组织的名称、标识等；

（四）假冒、仿冒、捏造新闻网站、报刊社、广播电视机构、通讯社等新闻媒体的名称、标识等，或者擅自使用“新闻”、“报道”等具有新闻属性的名称、标识等；

（五）假冒、仿冒、恶意关联国家行政区域、机构所在地、标志性建筑物等重要空间的地理名称、标识等；

（六）以损害公共利益或者谋取不正当利益等为目的，故意夹带二维码、网址、邮箱、联系方式等，或者使用同音、谐音、相近的文字、数字、符号和字母等；

（七）含有名不副实、夸大其词等可能使公众受骗或者产生误解的内容；

（八）含有法律、行政法规和国家有关规定禁止的其他内容。

第九条 互联网信息服务提供者为用户提供信息发布、即时通讯等服务的，应当对申请注册相关账号信息的用户进行基于手机号码、身份证件号码或者统一社会信用代码等方式的真实身份信息认证。用户不提供真实身份信息，或者冒用组织机构、他人身份信息进行虚假注册的，不得为其提供相关服务。

第十条 互联网信息服务提供者应当对互联网用户在注册时提交的和使用中拟变更的账号信息进行核验，发现违反本规定第七条、第八条规定的，应当不予注册或者变更账号信息。

对账号信息中含有“中国”、“中华”、“中央”、“全国”、“国家”等内容，或者含有党旗、党徽、国旗、国歌、国徽等党和国家象征和标志的，应当依照法律、行政法规和国家有关规定从严核验。

互联网信息服务提供者应当采取必要措施，防止被依法依约关闭的账号重新注册；对注册与其关联度高的账号信息，应当对相关信息从严核验。

第十一条 对于互联网用户申请注册提供互联网新闻信息服务、网络出版服务等依法需要取得行政许可的互联网信息服务的账号，或者申请注册从事经济、教育、医疗卫生、司法等领域信息内容生产的账号，互联网信息服务提供者应当要求其提供服务资质、职业资格、专业背景等相关材料，予以核验并在账号信息中加注专门标识。

第十二条 互联网信息服务提供者应当在互联网用户账号信息页面展示合理范围内的互联网用户账号的互联网协议（IP）地址归属地信息，便于公众为公共利益实施监督。

第十三条 互联网信息服务提供者应当在互联网用户公众账号信息页面，展示公众账号的运营主体、注册运营地址、内容生产类别、统一社会信用代码、有效联系方式、互联网协议（IP）地址归属地等信息。

第三章 账号信息管理

第十四条 互联网信息服务提供者应当履行互联网用户账号信息管理主体责任，配备与服务规模相适应的专业人员和技术能力，建立健全并严格落实真实身份信息认证、账号信息核验、信息内容安全、生态治理、应急处置、个人信息保护等管理制度。

第十五条 互联网信息服务提供者应当建立账号信息动态核验制度，适时核验存量账号信息，发现不符合本规定要求的，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。

第十六条 互联网信息服务提供者应当依法保护和处理互联网用户账号信息中的个人信息，并采取措施防止未经授权的访问以及个人信息泄露、篡改、丢失。

第十七条 互联网信息服务提供者发现互联网用户注册、使用账号信息违反法律、行政法规和本规定的，应当依法依约采取警示提醒、限期改正、限制账号功能、暂停使用、关闭账号、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。

第十八条 互联网信息服务提供者应当建立健全互联网用户账号信用管理体系，将账号信息相关信用评价作为账号信用管理的重要参考指标，并据以提供相应服务。

第十九条 互联网信息服务提供者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，健全受理、甄别、处置、反馈等机制，明确处理流程和反馈时限，及时处理用户和公众投诉举报。

第四章 监督检查与法律责任

第二十条 网信部门会同有关主管部门，建立健全信息共享、会商通报、联合执法、案件督办等工作机制，协同开展互联网用户账号信息监督管理工作。

第二十一条 网信部门依法对互联网信息服务提供者管理互联网用户注册、使用账号信息情况实施监督检查。互联网信息服务提供者应当予以配合，并提供必要的技术、数据等支持和协助。

发现互联网信息服务提供者存在较大网络信息安全风险的，省级以上网信部门可以要求其采取暂停信息更新、用户账号注册或者其他相关服务等措施。互联网信息服务提供者应当按照要求采取措施，进行整改，消除隐患。

第二十二条 互联网信息服务提供者违反本规定的，依照有关法律、行政法规的规定处罚。法律、行政法规没有规定的，由省级以上网信部门依据职责给予警告、通报批评，责令限期改正，并可以处一万元以上十万元以下罚款。构成违反治安管理行为的，移交公安机关处理；构成犯罪的，移交司法机关处理。

第五章 附则

第二十三条 本规定下列用语的含义是：

（一）互联网用户账号信息，是指互联网用户在互联网信息服务中注册、使用的名称、头像、封面、简介、签名、认证信息等用于标识用户账号的信息。

（二）互联网信息服务提供者，是指向用户提供互联网信息发布和应用平台服务，包括但不限于互联网新闻信息服务、网络出版服务、搜索引擎、即时通讯、交互式信息服务、网络直播、应用软件下载等互联网服务的主体。

第二十四条 本规定自 2022 年 8 月 1 日施行。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。

（十二）网信部门行政执法程序规定（国家网信办）

（2023年6月1日起施行 国家互联网信息办公室令第14号）

国家互联网信息办公室令

（第14号）

《网信部门行政执法程序规定》已经2023年2月3日国家互联网信息办公室2023年第2次室务会议审议通过，现予公布，自2023年6月1日起施行。

主任 庄荣文

2023年3月18日

第一章 总则

第一条 为了规范和保障网信部门依法履行职责，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《中华人民共和国行政处罚法》、《中华人民共和国行政强制法》、《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》等法律、行政法规，制定本规定。

第二条 网信部门实施行政处罚等行政执法，适用本规定。

本规定所称网信部门，是指国家互联网信息办公室和地方互联网信息办公室。

第三条 网信部门实施行政执法，应当坚持处罚与教育相结合，做到事实清楚、证据确凿、依据准确、程序合法。

第四条 国家网信部门依法建立本系统的行政执法监督制度。

上级网信部门对下级网信部门实施的行政执法进行监督。

第五条 网信部门应当加强执法队伍和执法能力建设，建立健全执法人员培训、考试考核、资格管理和持证上岗制度。

第六条 网信部门及其执法人员对在执法过程中知悉的国家秘密、商业秘密或者个人隐私，应当依法予以保密。

第七条 执法人员与案件有直接利害关系或者有其他关系可能影响公正执法的，应当回避。

当事人认为执法人员与案件有直接利害关系或者有其他关系可能影响公正执法的，有权申请回避。

当事人提出回避申请的，网信部门应当依法审查，由网信部门负责人决定。决定作出之前，不停止调查。

第二章 管辖和适用

第八条 行政处罚由违法行为发生地的网信部门管辖。法律、行政法规、部门规章另有规定的，从其规定。

违法行为发生地包括违法行为人相关服务许可地或者备案地，主营业地、登记地，网站建立者、管理者、使用者所在地，网络接入地，服务器所在地，计算机等终端设备所在地等。

第九条 县级以上网信部门依职权管辖本行政区域内的行政处罚案件。法律、行政法规另有规定的，从其规定。

第十条 对当事人的同一个违法行为，两个以上网信部门都有管辖权的，由最先立案的网信部门管辖。

两个以上网信部门对管辖权有争议的，应当协商解决，协商不成的，报请共同的上一级网信部门指定管辖；也可以直接由共同的上一级网信部门指定管辖。

第十一条 上级网信部门认为必要的，可以直接办理下级网信部门管辖的案件，也可以将本部门管辖的案件交由下级网信部门办理。法律、行政法规、部门规章明确规定案件应当由上级网信部门管辖的，上级网信部门不得将案件交由下级网信部门管辖。

下级网信部门对其管辖的案件由于特殊原因不能行使管辖权的，可以报请上级网信部门管辖或者指定管辖。

设区的市级以下网信部门发现其所管辖的行政处罚案件涉及国家安全等情形的，应当及时报告上一级网信部门，必要时报请上一级网信部门管辖。

第十二条 网信部门发现受理的案件不属于其管辖的，应当及时移送有管辖权的网信部门。

受移送的网信部门应当将案件查处结果及时函告移送案件的网信部门；认为移送不当的，应当报请共同的上一级网信部门指定管辖，不得再次自行移送。

第十三条 上级网信部门接到管辖争议或者报请指定管辖的请示后，应当在十个工作日内作出指定管辖的决定，并书面通知下级网信部门。

第十四条 网信部门发现案件属于其他行政机关管辖的，应当依法移送有关行政机关。

网信部门发现违法行为涉嫌犯罪的，应当及时将案件移送司法机关。司法机关决定立案的，网信部门应当及时办结移交手续。

网信部门应当与司法机关加强协调配合，建立健全案件移送制度，加强证据材料移交、接收衔接，完善案件处理信息通报机制。

第十五条 网信部门对依法应当由原许可、批准的部门作出降低资质等级、吊销许可证件等行政处罚决定的，应当将取得的证据及相关材料送原许可、批准的部门，由其依法作出是否降低资质等级、吊销许可证件等决定。

第十六条 对当事人的同一个违法行为，不得给予两次以上罚款的行政处罚。同一个违法行为违反多个法律规范应当给予罚款处罚的，按照罚款数额高的规定处罚。

第三章 行政处罚程序

第一节 立案

第十七条 网信部门对下列事项应当及时调查处理，并填写案件来源登记表：

- （一）在监督检查中发现案件线索的；
- （二）自然人、法人或者其他组织投诉、申诉、举报的；
- （三）上级网信部门交办或者下级网信部门报请查处的；
- （四）有关机关移送的；
- （五）经由其他方式、途径发现的。

第十八条 行政处罚立案应当符合下列条件：

- （一）有涉嫌违反法律、行政法规和部门规章的行为，依法应当予以行政处罚；
- （二）属于本部门管辖；
- （三）在应当给予行政处罚的法定期限内。

符合立案条件的，应当填写立案审批表，连同相关材料，在七个工作日内报网信部门负责人批准立案，并指定两名以上执法人员为案件承办人。情况特殊的，可以延长至十五个工作日内立案。

对于不予立案的投诉、申诉、举报，应当将不予立案的相关情况作书面记录留存。

对于其他机关移送的案件，决定不予立案的，应当书面告知移送机关。

不予立案或者撤销立案的，承办人应当制作不予立案审批表或者撤销立案审批表，报网信部门负责人批准。

第二节 调查取证

第十九条 网信部门进行案件调查取证，应当由具有行政执法资格的执法人员实施。执法人员不得少于两人，并应当主动向当事人或者有关人员出示执法证件。必要时，可以聘请专业人员进行协助。

首次向案件当事人收集、调取证据的，应当告知其有申请执法人员回避的权利。

向有关单位、个人收集、调取证据时，应当告知其有如实提供证据的义务。被调查对象和有关人员应当如实回答询问，协助和配合调查，及时提供依法应予保存的网络运营者发布的信息、用户发布的信息、日志信息等相关材料，不得阻挠、干扰案件的调查。

第二十条 网信部门在执法过程中确需有关机关或者其他行政区域网信部门协助调查取证的，应当出具协助调查函，协助调查函应当载明需要协助的具体事项、期限等内容。

收到协助调查函的网信部门对属于本部门职权范围的协助事项应当予以协助，在接到协助调查函之日起十五个工作日内完成相关工作；需要延期完成或者无法协助的，应当及时函告提出协助请求的网信部门。

第二十一条 执法人员应当依法收集与案件有关的证据，包括书证、物证、视听资料、电子数据、证人证言、当事人的陈述、鉴定意见、勘验笔录、现场笔录等。

电子数据是指案件发生过程中形成的，存在于计算机设备、移动通信设备、互联网服务器、移动存储设备、云存储系统等电子设备或者存储介质中，以数字化形式存储、处理、传输的，能够证明案件事实的数据。视听资料包括录音资料和影像资料。存储在电子介质中的录音资料和影像资料，适用电子数据的规定。

证据应当经查证属实，方可作为认定案件事实的根据。

以非法手段取得的证据，不得作为认定案件事实的根据。

第二十二条 立案前调查和监督检查过程中依法取得的证据材料，可以作为案件的证据使用。

对于移送的案件，移送机关依职权调查收集的证据材料，可以作为案件的证据使用。

第二十三条 网信部门在立案前，可以采取询问、勘验、检查、检测、检验、鉴定、调取相关材料等措施，不得限制调查对象的人身、财产权利。

网信部门立案后，可以对涉案物品、设施、场所采取先行登记保存等措施。

第二十四条 网信部门在执法过程中询问当事人或者其他有关人员，应当制作询问笔录，载明时间、地点、事实、经过等内容。询问笔录应当交询问对象或者其他有关人员核对确认，并由执法人员和询问对象或者其他有关人员签名。询问对象和其他有关人员拒绝签名或者无法签名的，应当注明原因。

第二十五条 网信部门对于涉及违法行为的场所、物品、网络应当进行勘验、检查，及时收集、固定书证、物证、视听资料和电子数据。

第二十六条 网信部门可以委托司法鉴定机构就案件中的专门性问题出具鉴定意见；不属于司法鉴定范围的，可以委托有能力或者有条件的机构出具检测报告或者检验报告。

第二十七条 网信部门可以向有关单位、个人调取能够证明案件事实的证据材料，并可以根据需要拍照、录像、复印和复制。

调取的书证、物证应当是原件、原物。调取原件、原物确有困难的，可以由提交证据的有关单位、个人在复制品上签字或者盖章，注明“此件由×××提供，经核对与原件（物）无异”的字样或者文字说明，注明出证日期、证据出处，并签名或者盖章。

调取的视听资料、电子数据应当是原始载体或者备份介质。调取原始载体或者备份介质确有困难的，可以收集复制件，并注明制作方法、制作时间、制作人等情况。调取声音资料的，应当附有该声音内容的文字记录。

第二十八条 在证据可能灭失或者以后难以取得的情况下，经网信部门负责人批准，执法人员可以依法对涉案计算机、服务器、硬盘、移动存储设备、存储卡等涉嫌实施违法行为的物品先行登记保存，制作登记保存物品清单，向当事人出具登记保存物品通知书。先行登记保存期间，当事人和其他有关人员不得损毁、销毁或者转移证据。

网信部门实施先行登记保存的，应当通知当事人或者持有人到场，并在现场笔录中对采取的相关措施情况予以记载。

第二十九条 网信部门对先行登记保存的证据，应当在七个工作日内作出以下处理决定：

（一）需要采取证据保全措施的，采取记录、复制、拍照、录像等证据保全措施后予以返还；

（二）需要检验、检测、鉴定的，送交具有相应资质的机构检验、检测、鉴定；

（三）违法事实不成立，或者先行登记保存的证据与违法事实不具有关联性的，解除先行登记保存。

逾期未作出处理决定的，应当解除先行登记保存。

违法事实成立，依法应当予以没收的，依照法定程序实施行政处罚。

第三十条 网信部门收集、保全电子数据，可以采取现场取证、远程取证和责令有关单位、个人固定和提交等措施。

现场取证、远程取证结束后，应当制作电子取证工作记录。

第三十一条 执法人员在调查取证过程中，应当要求当事人在笔录和其他相关材料上签字、捺指印、盖章或者以其他方式确认。

当事人拒绝到场，拒绝签字、捺指印、盖章或者以其他方式确认，或者无法找到当事人的，应当由两名执法人员在笔录或者其他材料上注明原因，并邀请其他有关人员作为见证人签字或者盖章，也可以采取录音、录像等方式记录。

第三十二条 对有证据证明是用于违法个人信息处理活动的设备、物品，可以采取查封或者扣押措施。

采取或者解除查封、扣押措施，应当向网信部门主要负责人书面报告并经批准。情况紧急，需要当场采取查封、扣押措施的，执法人员应当在二十四小时内向网信部门主要负责人报告，并补办批准手续。网信部门主要负责人认为不应当采取查封、扣押措施的，应当立即解除。

第三十三条 案件调查终结后，承办人认为违法事实成立，应当予以行政处罚的，撰写案件处理意见报告，草拟行政处罚建议书。

有下列情形之一的，承办人撰写案件处理意见报告，说明拟作处理的理由，报网信部门负责人批准后根据不同情况分别处理：

- （一）认为违法事实不能成立，不予行政处罚的；
- （二）违法行为情节轻微并及时改正，没有造成危害后果，不予行政处罚的；
- （三）初次违法且危害后果轻微并及时改正，可以不予行政处罚的；
- （四）当事人有证据足以证明没有主观过错，不予行政处罚的，法律、行政法规另有规定的，从其规定；
- （五）案件不属于本部门管辖，应当移送其他行政机关管辖的；
- （六）涉嫌犯罪，应当移送司法机关的。

第三十四条 网信部门在进行监督检查或者案件调查时，对已有证据证明违法事实成立的，应当责令当事人立即改正或者限期改正违法行为。

第三十五条 对事实清楚、当事人自愿认错认罚且对违法事实和法律适用没有异议的行政处罚案件，网信部门应当快速办理案件。

第三节 听证

第三十六条 网信部门作出下列行政处罚决定前，应当告知当事人有要求举行听证的权利。当事人要求听证的，应当在被告知后五个工作日内提出，网信部门应当组织听证。当事人逾期未要求听证的，视为放弃听证的权利：

- （一）较大数额罚款；
- （二）没收较大数额违法所得、没收较大价值非法财物；
- （三）降低资质等级、吊销许可证件；
- （四）责令停产停业、责令关闭、限制从业；
- （五）其他较重的行政处罚；
- （六）法律、行政法规、部门规章规定的其他情形。

第三十七条 网信部门应当在听证的七个工作日前，将听证通知书送达当事人，告知当事人及有关人员举行听证的时间、地点。

听证应当制作听证笔录，交当事人或者其代理人核对无误后签字或者盖章。当事人或者其代理人拒绝签字或者盖章的，由听证主持人在笔录中注明。

除涉及国家秘密、商业秘密或者个人隐私依法予以保密外，听证公开举行。

听证结束后，网信部门应当根据听证笔录，依照本规定第四十二条的规定，作出决定。

第四节 行政处罚决定和送达

第三十八条 网信部门对当事人作出行政处罚决定前，可以根据有关规定对其实施约谈，谈话结束后制作执法约谈笔录。

第三十九条 网信部门作出行政处罚决定前，应当填写行政处罚意见告知书，告知当事人拟作出的行政处罚内容及事实、理由、依据，并告知当事人依法享有的陈述、申辩等权利。

第四十条 当事人有权进行陈述和申辩。网信部门应当充分听取当事人的意见，对当事人提出的事实、理由和证据，应当进行复核；当事人提出的事实、理由或者证据成立的，网信部门应当采纳。

网信部门不得因当事人陈述、申辩而给予更重的处罚。

网信部门及其执法人员在作出行政处罚决定前，未依照本规定向当事人告知拟作出的行政处罚内容及事实、理由、依据，或者拒绝听取当事人的陈述、申辩，不得作出行政处罚决定，但当事人明确放弃陈述或者申辩权利的除外。

第四十一条 有下列情形之一的，在网信部门负责人作出行政处罚的决定之前，应当由从事行政处罚决定法制审核的人员进行法制审核；未经法制审核或者审核未通过的，不得作出决定：

- （一）涉及重大公共利益的；
- （二）直接关系当事人或者第三人重大权益，经过听证程序的；
- （三）案件情况疑难复杂、涉及多个法律关系的；
- （四）法律、行政法规规定应当进行法制审核的其他情形。

法制审核由网信部门确定的负责法制审核的机构实施。网信部门中初次从事行政处罚决定法制审核的人员，应当通过国家统一法律职业资格考试取得法律职业资格。

第四十二条 拟作出的行政处罚决定应当报网信部门负责人审查。网信部门负责人根据不同情况，分别作出如下决定：

- （一）确有应受行政处罚的违法行为的，根据情节轻重及具体情况，作出行政处罚决定；
- （二）违法行为轻微，依法可以不予行政处罚的，不予行政处罚；
- （三）违法事实不能成立的，不予行政处罚；
- （四）违法行为涉嫌犯罪的，移送司法机关。

第四十三条 对情节复杂或者重大违法行为给予行政处罚，网信部门负责人应当集体讨论决定。集体讨论决定的过程应当书面记录。

第四十四条 网信部门作出行政处罚决定，应当制作统一编号的行政处罚决定书。

行政处罚决定书应当载明下列事项：

- （一）当事人的姓名或者名称、地址等基本情况；
- （二）违反法律、行政法规、部门规章的事实和证据；

- (三) 行政处罚的种类和依据;
- (四) 行政处罚的履行方式和期限;
- (五) 申请行政复议、提起行政诉讼的途径和期限;
- (六) 作出行政处罚决定的网信部门名称和作出决定的日期。

行政处罚决定中涉及没收有关物品的,还应当附没收物品凭证。

行政处罚决定书必须盖有作出行政处罚决定的网信部门的印章。

第四十五条 网信部门应当自行政处罚案件立案之日起九十日内作出行政处罚决定。

因案情复杂等原因不能在规定期限内作出处理决定的,经本部门负责人批准,可以延长六十日。案情特别复杂或者情况特殊,经延期仍不能作出处理决定的,由上一级网信部门负责人决定是否继续延期,决定继续延期的,应当同时确定延长的合理期限;国家网信部门办理的行政处罚案件需要延期的,由本部门主要负责人批准。

案件处理过程中,听证、检测、检验、鉴定、行政协助等时间不计入本条第一款、第二款规定的期限。

第四十六条 行政处罚决定书应当在宣告后当场交付当事人;当事人不在场的,应当在七个工作日内依照《中华人民共和国民事诉讼法》的有关规定,将行政处罚决定书送达当事人。

当事人同意并签订确认书的,网信部门可以采用传真、电子邮件等方式,将行政处罚决定书等送达当事人。

第四章 执行和结案

第四十七条 行政处罚决定书送达后,当事人应当在行政处罚决定书载明的期限内予以履行。

当事人确有经济困难,可以提出延期或者分期缴纳罚款的申请,并提交书面材料。经案件承办人审核,确定延期或者分期缴纳罚款的期限和金额,报网信部门负责人批准后,可以暂缓或者分期缴纳。

第四十八条 网络运营者违反相关法律、行政法规、部门规章规定,需由电信主管部门关闭网站、吊销相关增值电信业务经营许可证或者取消备案的,转电信主管部门处理。

第四十九条 当事人对行政处罚决定不服,可以依法申请行政复议或者提起行政诉讼。

当事人对行政处罚决定不服,申请行政复议或者提起行政诉讼的,行政处罚不停止执行,法律另有规定的除外。

当事人申请行政复议或者提起行政诉讼的,加处罚款的数额在行政复议或者行政诉讼期间不予计算。

第五十条 当事人逾期不履行行政处罚决定的,作出行政处罚决定的网信部门可以采取下列措施:

(一) 到期不缴纳罚款的,每日按罚款数额的百分之三加处罚款,加处罚款的数额不得超出罚款的数额;

(二) 依照《中华人民共和国行政强制法》的规定申请人民法院强制执行。

网信部门批准延期、分期缴纳罚款的，申请人民法院强制执行的期限，自暂缓或者分期缴纳罚款期限结束之日起计算。

第五十一条 网信部门申请人民法院强制执行的，申请前应当填写履行行政处罚决定催告书，书面催告当事人履行义务，并告知履行义务的期限和方式、依法享有的陈述和申辩权；涉及加处罚款的，应当有明确的金额和给付方式。

当事人进行陈述、申辩的，网信部门应当对当事人提出的事实、理由和证据进行记录、复核，并制作陈述申辩笔录、陈述申辩复核意见书。当事人提出的事实、理由或者证据成立的，网信部门应当采纳。

履行行政处罚决定催告书送达十个工作日后，当事人仍未履行处罚决定的，网信部门可以填写行政处罚强制执行申请书，向所在地有管辖权的人民法院申请强制执行。

第五十二条 行政处罚决定履行或者执行后，有下列情形之一的，执法人员应当填写行政处罚结案报告，将有关案件材料进行整理装订，归档保存：

- （一）行政处罚决定履行或者执行完毕的；
- （二）人民法院裁定终结执行的；
- （三）案件终止调查的；
- （四）作出本规定第四十二条第二项至第四项决定的；
- （五）其他应当予以结案的情形。

结案后，执法人员应当将案件材料按照档案管理的有关规定立卷归档。案卷归档应当一案一卷、材料齐全、规范有序。

第五十三条 网信部门应当依法以文字、音像等形式，对行政处罚的启动、调查取证、审核、决定、送达、执行等进行全过程记录，归档保存。

第五十四条 网信部门实施行政处罚应当接受社会监督。公民、法人或者其他组织对网信部门实施行政处罚的行为，有权申诉或者检举；网信部门应当认真审查，发现有错误的，应当主动改正。

第五章 附则

第五十五条 本规定中的期限以时、日计算，开始的时和日不计算在内。期限届满的最后一日是法定节假日的，以法定节假日后的第一日为届满的日期。但是，法律、行政法规另有规定的除外。

第五十六条 本规定中的“以上”、“以下”、“内”均包括本数、本级。

第五十七条 国家网信部门负责制定行政执法相关文书格式范本。各省、自治区、直辖市网信部门可以参照文书格式范本，制定本行政区域行政执法所适用的文书格式并自行印制。

第五十八条 本规定自 2023 年 6 月 1 日起施行。2017 年 5 月 2 日公布的《互联网信息内容管理行政执法程序规定》（国家互联网信息办公室令第 2 号）同时废止。

（十三）生成式人工智能服务管理暂行办法（国家网信办、国家发改委、教育部、科技部、工信部、公安部、广电总局）

（2023年8月15日起施行 国家互联网信息办公室、中华人民共和国国家发展和改革委员会、中华人民共和国教育部、中华人民共和国科学技术部、中华人民共和国工业和信息化部、中华人民共和国公安部、国家广播电视总局令第15号）

国家互联网信息办公室、中华人民共和国国家发展和改革委员会、中华人民共和国教育部、中华人民共和国科学技术部、中华人民共和国工业和信息化部、中华人民共和国公安部、国家广播电视总局令

（第15号）

《生成式人工智能服务管理暂行办法》已经2023年5月23日国家互联网信息办公室2023年第12次室务会会议审议通过，并经国家发展和改革委员会、教育部、科学技术部、工业和信息化部、公安部、国家广播电视总局同意，现予公布，自2023年8月15日起施行。

国家网信办主任 庄荣文

国家发展改革委主任 郑栅洁

教育部部长 怀进鹏

科技部部长 王志刚

工业和信息化部部长 金壮龙

公安部部长 王小洪

广电总局局长 曹淑敏

2023年7月10日

第一章 总则

第一条 为了促进生成式人工智能健康发展和规范应用，维护国家安全和社会公共利益，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》、《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》、《中华人民共和国科学技术进步法》等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 利用生成式人工智能技术向中华人民共和国境内公众提供生成文本、图片、音频、视频等服务（以下称生成式人工智能服务），适用本办法。国家对利用生成式人工智能服务从事新闻出版、影视制作、文艺创作等活动另有规定的，从其规定。行业组织、企业、教育和科研机构、公共文化机构、有关专业机构等研发、应用生成式人工智能技术，未向境内公众提供生成式人工智能服务的，不适用本办法的规定。

第三条 国家坚持发展和安全并重、促进创新和依法治理相结合的原则，采取有效措施鼓励生成式人工智能创新发展，对生成式人工智能服务实行包容审慎和分类分级监管。

第四条 提供和使用生成式人工智能服务，应当遵守法律、行政法规，尊重社会公德和伦理道德，遵守以下规定：（一）坚持社会主义核心价值观，不得生成煽动颠覆国家政权、推翻社会主义制度，危害国家安全和利益、损害国家形象，煽动分裂国家、破坏国家统一和社会稳定，宣扬恐怖主义、极端主义，宣扬民族仇恨、民族歧视，暴力、淫秽色情，以及虚假有害信息等法律、行政法规禁止的内容；（二）在算法设计、训练数据选择、模型生成和优化、提供服务等过程中，采取有效措施防止产生民族、信仰、国别、地域、性别、年龄、职业、健康等歧视；（三）尊重知识产权、商业道德，保守商业秘密，不得利用算法、数据、平台等优势，实施垄断和不正当竞争行为；（四）尊重他人合法权益，不得危害他人身心健康，不得侵害他人肖像权、名誉权、荣誉权、隐私权和个人信息权益；（五）基于服务类型特点，采取有效措施，提升生成式人工智能服务的透明度，提高生成内容的准确性和可靠性。

第二章 技术发展治理

第五条 鼓励生成式人工智能技术在各行业、各领域的创新应用，生成积极健康、向上向善的优质内容，探索优化应用场景，构建应用生态体系。支持行业组织、企业、教育和科研机构、公共文化机构、有关专业机构等在生成式人工智能技术创新、数据资源建设、转化应用、风险防范等方面开展协作。

第六条 鼓励生成式人工智能算法、框架、芯片及配套软件平台等基础技术的自主创新，平等互利开展国际交流与合作，参与生成式人工智能相关国际规则制定。推动生成式人工智能基础设施和公共训练数据资源平台建设。促进算力资源协同共享，提升算力资源利用效能。推动公共数据分类分级有序开放，扩展高质量的公共训练数据资源。鼓励采用安全可信的芯片、软件、工具、算力和数据资源。

第七条 生成式人工智能服务提供者（以下称提供者）应当依法开展预训练、优化训练等训练数据处理活动，遵守以下规定：（一）使用具有合法来源的数据和基础模型；（二）涉及知识产权的，不得侵害他人依法享有的知识产权；（三）涉及个人信息的，应当取得个人同意或者符合法律、行政法规规定的其他情形；（四）采取有效措施提高训练数据质量，增强训练数据的真实性、准确性、客观性、多样性；（五）《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》等法律、行政法规的其他有关规定和有关主管部门的相关监管要求。

第八条 在生成式人工智能技术研发过程中进行数据标注的，提供者应当制定符合本办法要求的清晰、具体、可操作的标注规则；开展数据标注质量评估，抽样核验标注内容的准确性；对标注人员进行必要培训，提升尊法守法意识，监督指导标注人员规范开展标注工作。

第三章 服务规范

第九条 提供者应当依法承担网络信息内容生产者责任，履行网络信息安全义务。涉及个人信息的，依法承担个人信息处理者责任，履行个人信息保护义务。提供者应当与注册其服务的生成式人工智能服务使用者（以下称使用者）签订服务协议，明确双方权利义务。

第十条 提供者应当明确并公开其服务的适用人群、场合、用途，指导使用者科学理性

认识和依法使用生成式人工智能技术,采取有效措施防范未成年人用户过度依赖或者沉迷生成式人工智能服务。

第十一条 提供者对使用者的输入信息和使用记录应当依法履行保护义务,不得收集非必要个人信息,不得非法留存能够识别使用者身份的输入信息和使用记录,不得非法向他人提供使用者的输入信息和使用记录。提供者应当依法及时受理和处理个人关于查阅、复制、更正、补充、删除其个人信息等的请求。

第十二条 提供者应当按照《互联网信息服务深度合成管理规定》对图片、视频等生成内容进行标识。

第十三条 提供者应当在其服务过程中,提供安全、稳定、持续的服务,保障用户正常使用。

第十四条 提供者发现违法内容的,应当及时采取停止生成、停止传输、消除等处置措施,采取模型优化训练等措施进行整改,并向有关主管部门报告。提供者发现使用者利用生成式人工智能服务从事违法活动的,应当依法依约采取警示、限制功能、暂停或者终止向其提供服务等处置措施,保存有关记录,并向有关主管部门报告。

第十五条 提供者应当建立健全投诉、举报机制,设置便捷的投诉、举报入口,公布处理流程和反馈时限,及时受理、处理公众投诉举报并反馈处理结果。

第四章 监督检查和法律责任

第十六条 网信、发展改革、教育、科技、工业和信息化、公安、广播电视、新闻出版等部门,依据各自职责依法加强对生成式人工智能服务的管理。国家有关主管部门针对生成式人工智能技术特点及其在有关行业和领域的服务应用,完善与创新发展的科学监管方式,制定相应的分类分级监管规则或者指引。

第十七条 提供具有舆论属性或者社会动员能力的生成式人工智能服务的,应当按照国家有关规定开展安全评估,并按照《互联网信息服务算法推荐管理规定》履行算法备案和变更、注销备案手续。

第十八条 使用者发现生成式人工智能服务不符合法律、行政法规和本办法规定的,有权向有关主管部门投诉、举报。

第十九条 有关主管部门依据职责对生成式人工智能服务开展监督检查,提供者应当依法予以配合,按要求对训练数据来源、规模、类型、标注规则、算法机制机理等予以说明,并提供必要的技术、数据等支持和协助。参与生成式人工智能服务安全评估和监督检查的相关机构和人员对在履行职责中知悉的国家秘密、商业秘密、个人隐私和个人信息应当依法予以保密,不得泄露或者非法向他人提供。

第二十条 对来源于中华人民共和国境外向境内提供生成式人工智能服务不符合法律、行政法规和本办法规定的,国家网信部门应当通知有关机构采取技术措施和其他必要措施予以处置。

第二十一条 提供者违反本办法规定的,由有关主管部门依照《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》、《中华人民共和国科学技术进步法》等法律、行政法规的规定予以处罚;法律、行政法规没有规定的,

由有关主管部门依据职责予以警告、通报批评，责令限期改正；拒不改正或者情节严重的，责令暂停提供相关服务。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。

第五章 附则

第二十二条 本办法下列用语的含义是：（一）生成式人工智能技术，是指具有文本、图片、音频、视频等内容生成能力的模型及相关技术。（二）生成式人工智能服务提供者，是指利用生成式人工智能技术提供生成式人工智能服务（包括通过提供可编程接口等方式提供生成式人工智能服务）的组织、个人。（三）生成式人工智能服务使用者，是指使用生成式人工智能服务生成内容的组织、个人。

第二十三条 法律、行政法规规定提供生成式人工智能服务应当取得相关行政许可的，提供者应当依法取得许可。外商投资生成式人工智能服务，应当符合外商投资相关法律、行政法规的规定。**第二十四条** 本办法自 2023 年 8 月 15 日起施行。

（十四）网络暴力信息治理规定（国家网信办、公安部、 文旅部、广电总局）

（2024年8月1日起施行 国家互联网信息办公室、中华人民共和国公安部、中华人民共和国文化和旅游部、国家广播电视总局令第17号）

国家互联网信息办公室、中华人民共和国公安部、中华人民共和国文化和旅游部、
国家广播电视总局令
（第17号）

《网络暴力信息治理规定》已经2023年12月25日国家互联网信息办公室2023年第28次室务会会议审议通过，并经公安部、文化和旅游部、国家广播电视总局同意，现予公布，自2024年8月1日起施行。

国家互联网信息办公室主任 庄荣文
公安部部长 王小洪
文化和旅游部部长 孙业礼
国家广播电视总局局长 曹淑敏
2024年6月12日

网络暴力信息治理规定

（2023年12月25日经国家网信办2023年第28次室务会会议审议通过并经公安部、文化和旅游部、广电总局同意 国家网信办、公安部、文化和旅游部、广电总局令第17号公布 自2024年8月1日起施行）

第一章 总 则

第一条 为了治理网络暴力信息，营造良好网络生态，保障公民合法权益，维护社会公共利益，根据《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》、《中华人民共和国治安管理处罚法》、《互联网信息服务管理办法》等法律、行政法规，制定本规定。

第二条 中华人民共和国境内的网络暴力信息治理活动，适用本规定。

第三条 网络暴力信息治理坚持源头防范、防控结合、标本兼治、协同共治的原则。

第四条 国家网信部门负责统筹协调全国网络暴力信息治理和相关监督管理工作。国务院公安、文化和旅游、广播电视等有关部门依据各自职责开展网络暴力信息的监督管理工作。

地方网信部门负责统筹协调本行政区域内网络暴力信息治理和相关监督管理工作。地方公安、文化和旅游、广播电视等有关部门依据各自职责开展本行政区域内网络暴力信息的监督管理工作。

第五条 鼓励网络相关行业组织加强行业自律,开展网络暴力信息治理普法宣传,督促指导网络信息服务提供者加强网络暴力信息治理并接受社会监督,为遭受网络暴力信息侵害的用户提供帮扶救助等支持。

第二章 一般规定

第六条 网络信息服务提供者和用户应当坚持社会主义核心价值观,遵守法律法规,尊重社会公德和伦理道德,促进形成积极健康、向上向善的网络文化,维护良好网络生态。

第七条 网络信息服务提供者应当履行网络信息内容管理主体责任,建立完善网络暴力信息治理机制,健全用户注册、账号管理、个人信息保护、信息发布审核、监测预警、识别处置等制度。

第八条 网络信息服务提供者为用户提供信息发布、即时通讯等服务的,应当依法对用户进行真实身份信息认证。用户不提供真实身份信息的,网络信息服务提供者不得为其提供相关服务。

网络信息服务提供者应当加强用户账号信息管理,为遭受网络暴力信息侵害的相关主体提供账号信息认证协助,防范和制止假冒、仿冒、恶意关联相关主体进行违规注册或者发布信息。

第九条 网络信息服务提供者应当制定和公开管理规则、平台公约,与用户签订服务协议,明确网络暴力信息治理相关权利义务,并依法依规履行治理责任。

第十条 任何组织和个人不得制作、复制、发布、传播涉网络暴力违法信息,应当防范和抵制制作、复制、发布、传播涉网络暴力不良信息。

任何组织和个人不得利用网络暴力事件实施蹭炒热度、推广引流等营销炒作行为,不得通过批量注册或者操纵用户账号等形式组织制作、复制、发布、传播网络暴力信息。

明知他人从事涉网络暴力信息违法犯罪活动的,任何组织和个人不得为其提供数据、技术、流量、资金等支持和协助。

第十一条 网络信息服务提供者应当定期发布网络暴力信息治理公告,并将相关工作情况列入网络信息内容生态治理工作年度报告。

第三章 预防预警

第十二条 网络信息服务提供者应当在国家网信部门和国务院有关部门指导下细化网络暴力信息分类标准规则,建立健全网络暴力信息特征库和典型案例样本库,采用人工智能、大数据等技术手段和人工审核相结合的方式加强对网络暴力信息的识别监测。

第十三条 网络信息服务提供者应当建立健全网络暴力信息预警模型,综合事件类别、针对主体、参与人数、信息内容、发布频次、环节场景、举报投诉等因素,及时发现预警网络暴力信息风险。

网络信息服务提供者发现存在网络暴力信息风险的,应当及时回应社会关切,引导用户文明互动、理性表达,并对异常账号及时采取真实身份信息动态核验、弹窗提示、违规警示、限制流量等措施;发现相关信息内容浏览、搜索、评论、举报量显著增长等情形的,还应当及时向有关部门报告。

第十四条 网络信息服务提供者应当建立健全用户账号信用管理体系，将涉网络暴力信息违法违规情形记入用户信用记录，依法依规降低账号信用等级或者列入黑名单，并据以限制账号功能或者停止提供相关服务。

第四章 信息和账号处置

第十五条 网络信息服务提供者发现涉网络暴力违法信息的，或者在其服务的醒目位置、易引起用户关注的重点环节发现涉网络暴力不良信息的，应当立即停止传输，采取删除、屏蔽、断开链接等处置措施，保存有关记录，向有关部门报告。发现涉嫌违法犯罪的，应当及时向公安机关报案，并提供相关线索，依法配合开展侦查、调查和处置等工作。

第十六条 互联网新闻信息服务提供者应当坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，加强网络暴力信息治理的公益宣传。

互联网新闻信息服务提供者不得通过夸大事实、过度渲染、片面报道等方式采编发布、转载涉网络暴力新闻信息。对互联网新闻信息提供跟帖评论服务的，应当实行先审后发。

互联网新闻信息服务提供者采编发布、转载涉网络暴力新闻信息不真实或者不公正的，应当立即公开更正，消除影响。

第十七条 网络信息服务提供者应当加强网络视听节目、网络表演等服务内容的管理，发现含有网络暴力信息的网络视听节目、网络表演等服务的，应当及时删除信息或者停止提供相关服务；应当加强对网络直播、短视频等服务的内容审核，及时阻断含有网络暴力信息的网络直播，处置含有网络暴力信息的短视频。

第十八条 网络信息服务提供者应当加强对跟帖评论信息内容的管理，对以评论、回复、留言、弹幕、点赞等方式制作、复制、发布、传播网络暴力信息的，应当及时采取删除、屏蔽、关闭评论、停止提供相关服务等处置措施。

第十九条 网络信息服务提供者应当加强对网络论坛社区和网络群组的管理，禁止用户在版块、词条、超话、群组等环节制作、复制、发布、传播网络暴力信息，禁止以匿名投稿、隔空喊话等方式创建含有网络暴力信息的论坛社区和群组账号。

网络论坛社区、网络群组的建立者和管理者应当履行管理责任，发现用户制作、复制、发布、传播网络暴力信息的，应当依法依规采取限制发言、移出群组等管理措施。

第二十条 公众账号生产运营者应当建立健全发布推广、互动评论等全过程信息内容安全审核机制，发现账号跟帖评论等环节存在网络暴力信息的，应当及时采取举报、处置等措施。

第二十一条 对违反本规定第十条的用户，网络信息服务提供者应当依法依规采取警示、删除信息、限制账号功能、关闭账号等处置措施，并保存相关记录；对组织、煽动、多次发布网络暴力信息的，网络信息服务提供者还应当依法依规采取列入黑名单、禁止重新注册等处置措施。

对借网络暴力事件实施营销炒作等行为的，除前款规定外，还应当依法依规采取清理订阅读关注账号、暂停营利权限等处置措施。

第二十二条 对组织、煽动制作、复制、发布、传播网络暴力信息的网络信息内容多渠道分发服务机构,网络信息服务提供者应当依法依规对该机构及其管理的账号采取警示、暂停营利权限、限制提供服务、入驻清退等处置措施。

第五章 保护机制

第二十三条 网络信息服务提供者应当建立健全网络暴力信息防护功能,提供便利用户设置屏蔽陌生用户或者特定用户、本人发布信息可见范围、禁止转载或者评论本人发布信息 etc 网络暴力信息防护选项。

网络信息服务提供者应当完善私信规则,提供便利用户设置仅接收好友私信或者拒绝接收所有私信等网络暴力信息防护选项,鼓励提供智能屏蔽私信或者自定义私信屏蔽词等功能。

第二十四条 网络信息服务提供者发现用户面临网络暴力信息风险的,应当及时通过显著方式提示用户,告知用户可以采取的防护措施。

网络信息服务提供者发现网络暴力信息风险涉及以下情形的,还应当为用户提供网络暴力信息防护指导和保护救助服务,协助启动防护措施,并向网信、公安等有关部门报告:

- (一) 网络暴力信息侵害未成年人、老年人、残疾人等用户合法权益的;
- (二) 网络暴力信息侵犯用户个人隐私的;
- (三) 若不及时采取措施,可能造成用户人身、财产损害等严重后果的其他情形。

第二十五条 网络信息服务提供者发现、处置网络暴力信息的,应当及时保存信息内容、浏览评论转发数量等数据。网络信息服务提供者应当向用户提供网络暴力信息快捷取证等功能,依法依规为用户维权提供便利。

公安、网信等有关部门依法调取证据的,网络信息服务提供者应当及时提供必要的技术支持和协助。

第二十六条 网络信息服务提供者应当自觉接受社会监督,优化投诉、举报程序,在服务显著位置设置专门的网络暴力信息快捷投诉、举报入口,公布处理流程,及时受理、处理公众投诉、举报并反馈处理结果。

网络信息服务提供者应当结合投诉、举报内容以及相关证明材料及时研判。对属于网络暴力信息的投诉、举报,应当依法处理并反馈结果;对因证明材料不充分难以准确判断的,应当及时告知用户补充证明材料;对不属于网络暴力信息的投诉、举报,应当按照其他类型投诉、举报的受理要求予以处理并反馈结果。

第二十七条 网络信息服务提供者应当优先处理涉未成年人网络暴力信息的投诉、举报。发现涉及侵害未成年人用户合法权益的网络暴力信息风险的,应当按照法律法规和本规定要求及时采取措施,提供相应保护救助服务,并向有关部门报告。

网络信息服务提供者应当设置便利未成年人及其监护人行使通知删除网络暴力信息权利的功能、渠道,接到相关通知后,应当及时采取删除、屏蔽、断开链接等必要的措施,防止信息扩散。

第六章 监督管理和法律责任

第二十八条 网信部门会同公安、文化和旅游、广播电视等有关部门依法对网络信息服务提供者的网络暴力信息治理情况进行监督检查。

网络信息服务提供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。

第二十九条 网信部门会同公安、文化和旅游、广播电视等有关部门建立健全信息共享、会商通报、取证调证、案件督办等工作机制，协同治理网络暴力信息。

公安机关对于网信、文化和旅游、广播电视等部门移送的涉网络暴力信息违法犯罪线索，应当及时审查，并对符合立案条件的及时立案侦查、调查。

第三十条 违反本规定的，依照《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》、《中华人民共和国治安管理处罚法》、《互联网信息服务管理办法》等法律、行政法规的规定予以处罚。

法律、行政法规没有规定的，由网信、公安、文化和旅游、广播电视等有关部门依据职责给予警告、通报批评，责令限期改正，可以并处一万元以上十万元以下罚款；涉及危害公民生命健康安全且有严重后果的，并处十万元以上二十万元以下罚款。

对组织、煽动制作、复制、发布、传播网络暴力信息或者利用网络暴力事件实施恶意营销炒作等行为的组织和个人，应当依法从重处罚。

第三十一条 违反本规定，给他人造成损害的，依法承担民事责任；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

第三十二条 本规定所称网络暴力信息，是指通过网络以文本、图像、音频、视频等形式对个人集中发布的，含有侮辱谩骂、造谣诽谤、煽动仇恨、威逼胁迫、侵犯隐私，以及影响身心健康的指责嘲讽、贬低歧视等内容的违法和不良信息。

第三十三条 依法通过网络检举、揭发他人违法犯罪，或者依法实施舆论监督的，不适用本规定。

第三十四条 本规定自 2024 年 8 月 1 日起施行。

（十五）即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定

（国家网信办）

（2014年8月7日起施行 国家互联网信息办公室）

第一条 为进一步推动即时通信工具公众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《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》、《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》、《最高人民法院、最高人民检察院关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网新闻信息服务管理规定》等法律法规，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内从事即时通信工具公众信息服务，适用本规定。

本规定所称即时通信工具，是指基于互联网面向终端使用者提供即时信息交流服务的应用。本规定所称公众信息服务，是指通过即时通信工具的公众账号及其他形式向公众发布信息的活动。

第三条 国家互联网信息办公室负责统筹协调指导即时通信工具公众信息服务发展管理工作，省级互联网信息内容主管部门负责本行政区域的相关工作。

互联网行业组织应当积极发挥作用，加强行业自律，推动行业信用评价体系建设，促进行业健康有序发展。

第四条 即时通信工具服务提供者应当取得法律法规规定的相关资质。即时通信工具服务提供者从事公众信息服务活动，应当取得互联网新闻信息服务资质。

第五条 即时通信工具服务提供者应当落实安全管理责任，建立健全各项制度，配备与服务规模相适应的专业人员，保护用户信息及公民个人隐私，自觉接受社会监督，及时处理公众举报的违法和不良信息。

第六条 即时通信工具服务提供者应当按照“后台实名、前台自愿”的原则，要求即时通信工具服务使用者通过真实身份信息认证后注册账号。

即时通信工具服务使用者注册账号时，应当与即时通信工具服务提供者签订协议，承诺遵守法律法规、社会主义制度、国家利益、公民合法权益、公共秩序、社会道德风尚和信息真实性等“七条底线”。

第七条 即时通信工具服务使用者为从事公众信息服务活动开设公众账号，应当经即时通信工具服务提供者审核，由即时通信工具服务提供者向互联网信息内容主管部门分类备案。

新闻单位、新闻网站开设的公众账号可以发布、转载时政类新闻，取得互联网新闻信息服务资质的非新闻单位开设的公众账号可以转载时政类新闻。其他公众账号未经批准不得发布、转载时政类新闻。

即时通信工具服务提供者应当对可以发布或转载时政类新闻的公众账号加注标识。

鼓励各级党政机关、企事业单位和各人民团体开设公众账号，服务经济社会发展，满足公众需求。

第八条 即时通信工具服务使用者从事公众信息服务活动，应当遵守相关法律法规。

对违反协议约定的即时通信工具服务使用者，即时通信工具服务提供者应当视情节采取警示、限制发布、暂停更新直至关闭账号等措施，并保存有关记录，履行向有关主管部门报告义务。

（十六）互联网论坛社区服务管理规定（国家网信办）

（2017年10月1日起施行 国家互联网信息办公室）

第一条 为规范互联网论坛社区服务，促进互联网论坛社区行业健康有序发展，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》《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理工作的通知》，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内从事互联网论坛社区服务，适用本规定。
本规定所称互联网论坛社区服务，是指在互联网上以论坛、贴吧、社区等形式，为用户提供交互式信息发布社区平台的服务。

第三条 国家互联网信息办公室负责全国互联网论坛社区服务的监督管理执法工作。地方互联网信息办公室依据职责负责本行政区域内互联网论坛社区服务的监督管理执法工作。

第四条 鼓励互联网论坛社区服务行业组织建立健全行业自律制度和行业准则，指导互联网论坛社区服务提供者建立健全服务规范，督促互联网论坛社区服务提供者依法提供服务、接受社会监督，提高互联网论坛社区服务从业人员的职业素养。

第五条 互联网论坛社区服务提供者应当落实主体责任，建立健全信息审核、公共信息实时巡查、应急处置及个人信息保护等信息安全管理制度，具有安全可控的防范措施，配备与服务规模相适应的专业人员，为有关部门依法履行职责提供必要的技术支持。

第六条 互联网论坛社区服务提供者不得利用互联网论坛社区服务发布、传播法律法规和国家有关规定禁止的信息。

互联网论坛社区服务提供者应当与用户签订协议，明确用户不得利用互联网论坛社区服务发布、传播法律法规和国家有关规定禁止的信息，情节严重的，服务提供者将封禁或者关闭有关账号、版块；明确论坛社区版块发起者、管理者应当履行与其权利相适应的义务，对违反法律规定和协议约定、履行责任义务不到位的，服务提供者应当依法依约限制或取消其管理权限，直至封禁或者关闭有关账号、版块。

第七条 互联网论坛社区服务提供者应当加强对其用户发布信息的管理，发现含有法律法规和国家有关规定禁止的信息的，应当立即停止传输该信息，采取删除等处置措施，保存有关记录，并及时向国家或者地方互联网信息办公室报告。

第八条 互联网论坛社区服务提供者应当按照“后台实名、前台自愿”的原则，要求用户通过真实身份信息认证后注册账号，并对版块发起者和管理者实施真实身份信息备案、定期核验等。用户不提供真实身份信息的，互联网论坛社区服务提供者不得为其提供信息发布服务。

互联网论坛社区服务提供者应当加强对注册用户虚拟身份信息、版块名称简介等的审核管理，不得出现法律法规和国家有关规定禁止的内容。

互联网论坛社区服务提供者应当保护用户身份信息，不得泄露、篡改、毁损，不得非法出售或者非法向他人提供。

第九条 互联网论坛社区服务提供者及其从业人员，不得通过发布、转载、删除信息或者干预呈现结果等手段，谋取不正当利益。

第十条 互联网论坛社区服务提供者开展经营和服务活动，必须遵守法律法规，尊重社会公德，遵守商业道德，诚实信用，承担社会责任。

第十一条 互联网论坛社区服务提供者应当建立健全公众投诉、举报制度，在显著位置公布投诉、举报方式，主动接受公众监督，及时处理公众投诉、举报。国家和地方互联网信息办公室依据职责，对举报受理落实情况进行监督检查。

第十二条 互联网论坛社区服务提供者违反本规定的，由有关部门依照相关法律法规处理。

第十三条 本规定自 2017 年 10 月 1 日起施行。

（十七）互联网群组信息服务管理规定（国家网信办）

（2017年10月8日起施行 国家互联网信息办公室）

第一条 为规范互联网群组信息服务，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》《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理工作的通知》，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内提供、使用互联网群组信息服务，应当遵守本规定。本规定所称互联网群组，是指互联网用户通过互联网站、移动互联网应用程序等建立的，用于群体在线交流信息的网络空间。本规定所称互联网群组信息服务提供者，是指提供互联网群组信息服务的平台。本规定所称互联网群组信息服务使用者，包括群组建立者、管理者和成员。

第三条 国家互联网信息办公室负责全国互联网群组信息服务的监督管理执法工作。地方互联网信息办公室依据职责负责本行政区域内的互联网群组信息服务的监督管理执法工作。

第四条 互联网群组信息服务提供者和使用者，应当坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，培育积极健康的网络文化，维护良好网络生态。

第五条 互联网群组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和技术能力，建立健全用户注册、信息审核、应急处置、安全防护等管理制度。

互联网群组信息服务提供者应当制定并公开管理规则和平台公约，与使用者签订服务协议，明确双方权利义务。

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。

第七条 互联网群组信息服务提供者应当根据互联网群组的性质类别、成员规模、活跃程度等实行分级分类管理，制定具体管理制度并向国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室备案，依法规范群组信息传播秩序。

互联网群组信息服务提供者应当建立互联网群组信息服务使用者信用等级管理体系，根据信用等级提供相应服务。

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。

第九条 互联网群组建立者、管理者应当履行群组管理责任，依据法律法规、用户协议和平台公约，规范群组网络行为和信息发布，构建文明有序的网络群体空间。

互联网群组成员在参与群组信息交流时，应当遵守法律法规，文明互动、理性表达。

互联网群组信息服务提供者应为群组建立者、管理者进行群组管理提供必要功能权限。

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。

第十二条 互联网群组信息服务提供者和使用者的应当接受社会公众和行业组织的监督，建立健全投诉举报渠道，设置便捷举报入口，及时处理投诉举报。国家和地方互联网信息办公室依据职责，对举报受理落实情况进行监督检查。

鼓励互联网行业组织指导推动互联网群组信息服务提供者制定行业公约，加强行业自律，履行社会责任。

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。

第十四条 互联网群组信息服务提供者和使用者的违反本规定的，由有关部门依照相关法律法规处理。

第十五条 本规定自 2017 年 10 月 8 日起施行。

（十八）微博客信息服务管理规定（国家网信办）

（2018年3月20日起施行 国家互联网信息办公室）

第一条 为促进微博客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》《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理工作的通知》，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内从事微博客信息服务，应当遵守本规定。

本规定所称微博客，是指基于使用者关注机制，主要以简短文字、图片、视频等形式实现信息传播、获取的社交网络服务。

微博客服务提供者是指提供微博客平台服务的主体。微博客服务使用者是指使用微博客平台从事信息发布、互动交流等的行为主体。

微博客信息服务是指提供微博客平台服务及使用微博客平台从事信息发布、传播等行为。

第三条 国家互联网信息办公室负责全国微博客信息服务的监督管理执法工作。地方互联网信息办公室依据职责负责本行政区域内的微博客信息服务的监督管理执法工作。

第四条 微博客服务提供者应当依法取得法律法规规定的相关资质。

向社会公众提供互联网新闻信息服务的，应当依法取得互联网新闻信息服务许可，并在许可范围内开展服务，禁止未经许可或超越许可范围开展互联网新闻信息服务活动。

第五条 微博客服务提供者应当发挥促进经济发展、服务社会大众的积极作用，弘扬社会主义核心价值观，传播先进文化，坚持正确舆论导向，倡导依法上网、文明上网、安全上网。

第六条 微博客服务提供者应当落实信息内容安全管理主体责任，建立健全用户注册、信息发布审核、跟帖评论管理、应急处置、从业人员教育培训等制度及总编辑制度，具有安全可控的技术保障和防范措施，配备与服务规模相适应的管理人员。

微博客服务提供者应当制定平台服务规则，与微博客服务使用者签订服务协议，明确双方权利、义务，要求微博客服务使用者遵守相关法律法规。

第七条 微博客服务提供者应当按照“后台实名、前台自愿”的原则，对微博客服务使用者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、定期核验。微博客服务使用者不提供真实身份信息的，微博客服务提供者不得为其提供信息发布服务。

微博客服务提供者应当保障微博客服务使用者的信息安全，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或者非法向他人提供。

第八条 微博客服务使用者申请前台实名认证账号的，应当提供与认证信息相符的有效证明材料。

境内具有组织机构特征的微博客服务使用者申请前台实名认证账号的，应当提供组织机构代码证、营业执照等有效证明材料。

境外组织和机构申请前台实名认证账号的，应当提供驻华机构出具的有效证明材料。

第九条 微博客服务提供者应当按照分级分类管理原则，根据微博客服务使用者主体类型、发布内容、关注者数量、信用等级等制定具体管理制度，提供相应服务，并向国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室备案。

第十条 微博客服务提供者应当对申请前台实名认证账号的微博客服务使用者进行认证信息审核，并按照注册地向国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室分类备案。微博客服务使用者提供的证明材料与认证信息不相符的，微博客服务提供者不得为其提供前台实名认证服务。

各级党政机关、企事业单位、人民团体和新闻媒体等组织机构对所开设的前台实名认证账号发布的信息内容及其跟帖评论负有管理责任。微博客服务提供者应当提供管理权限等必要支持。

第十一条 微博客服务提供者应当建立健全辟谣机制，发现微博客服务使用者发布、传播谣言或不实信息，应当主动采取辟谣措施。

第十二条 微博客服务提供者和微博客服务使用者不得利用微博客发布、传播法律法规禁止的信息内容。

微博客服务提供者发现微博客服务使用者发布、传播法律法规禁止的信息内容，应当依法立即停止传输该信息、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。

第十三条 微博客服务提供者应用新技术、调整增设具有新闻舆论属性或社会动员能力的应用功能，应当报国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室进行安全评估。

第十四条 微博客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，及时处理公众投诉举报。

第十五条 国家鼓励和指导互联网行业组织建立健全微博客行业自律制度和行业准则，推动微博客行业信用等级评价和信用体系建设，督促微博客服务提供者依法提供服务、接受社会监督。

第十六条 微博客服务提供者应当遵守国家相关法律法规规定，配合有关部门开展监督管理执法工作，并提供必要的技术支持和协助。

微博客服务提供者应当记录微博客服务使用者日志信息，保存时间不少于六个月。

第十七条 微博客服务提供者违反本规定的，由有关部门依照相关法律法规处理。

第十八条 本规定自 2018 年 3 月 20 日起施行。

（十九）互联网用户公众账号信息服务管理规定（国家网信办）

（2021年2月22日起施行 国家互联网信息办公室）

（2017年9月7日公布，自2017年10月8日起施行；2021年1月22日新修订，自2021年2月22日起施行 2021年2月22日起施行）

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定、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，依法依规采取警示提醒、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。

（二十）关于进一步压实网站平台信息内容管理主体责任的意见（国家网信办）

（2021年9月15日施行 国家互联网信息办公室）

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，网站平台还存在责任认识不充分、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，弘扬社会主义核心价值观先进文化、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工作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。

（二十一）网络主播行为规范（广电总局、文旅部）

（2022年6月8日起施行 广电发〔2022〕36号）

广电总局、文化和旅游部关于印发《网络主播行为规范》的通知

各省、自治区、直辖市文化和旅游厅（局）、广播电视局，新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局：

为进一步规范网络主播从业行为，加强职业道德建设，促进行业健康有序发展，国家广播电视总局、文化和旅游部共同制定了《网络主播行为规范》。现印发给你们，请结合实际认真贯彻执行。

广电总局

文化和旅游部

2022年6月8日

网络主播在传播科学文化知识、丰富精神文化生活、促进经济社会发展等方面，肩负重要职责、发挥重要作用。为进一步加强网络主播职业道德建设，规范从业行为，强化社会责任，树立良好形象，共同营造积极向上、健康有序、和谐清朗的网络空间，制定本行为规范。

第一条 通过互联网提供网络表演、视听节目服务的主播人员，包括在网络平台直播、与用户进行实时交流互动、以上传音视频节目形式发声出镜的人员，应当遵照本行为规范。利用人工智能技术合成的虚拟主播及内容，参照本行为规范。

第二条 网络主播应当自觉遵守中华人民共和国宪法和法律法规规范，维护国家利益、公共利益和他人合法权益，自觉履行社会责任，自觉接受行业主管部门监管和社会监督。

第三条 网络主播应当遵守网络实名制注册账号的有关规定，配合平台提供真实有效的身份信息进行实名注册并规范使用账号名称。

第四条 网络主播应当坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，树立正确的世界观、人生观、价值观，积极践行社会主义核心价值观，崇尚社会公德、恪守职业道德、修养个人品德。

第五条 网络主播应当坚持以人民为中心的创作导向，传播的网络表演、视听节目内容应当反映时代新气象、讴歌人民新创造，弘扬中华优秀传统文化，传播正能量，展现真善美，满足人民群众美好生活新需要。

第六条 网络主播应当坚持健康的格调品位，自觉摒弃低俗、庸俗、媚俗等低级趣味，自觉反对流量至上、畸形审美、“饭圈”乱象、拜金主义等不良现象，自觉抵制违反法律法规、有损网络文明、有悖网络道德、有害网络和谐的行为。

第七条 网络主播应当引导用户文明互动、理性表达、合理消费，共建文明健康的网络表演、网络视听生态环境。

第八条 网络主播应当保持良好声屏形象，表演、服饰、妆容、语言、行为、肢体动作

及画面展示等要文明得体，符合大众审美情趣和欣赏习惯。

第九条 网络主播应当尊重公民和法人的名誉权、荣誉权，尊重个人隐私权、肖像权，尊重和保护未成年人、老年人、残疾人的合法权益。

第十条 网络主播应当遵守知识产权相关法律法规，自觉尊重他人知识产权。

第十一条 网络主播应当如实申报收入，依法履行纳税义务。

第十二条 网络主播应当按照规范写法和标准含义使用国家通用语言文字，增强语言文化素养，自觉遏阻庸俗暴戾网络语言传播，共建健康文明的网络语言环境。

第十三条 网络主播应当自觉加强学习，掌握从事主播工作所必需的知识和技能。

对于需要较高专业水平（如医疗卫生、财经金融、法律、教育）的直播内容，主播应取得相应执业资质，并向直播平台进行执业资质报备，直播平台应对主播进行资质审核及备案。

第十四条 网络主播在提供网络表演及视听节目服务过程中不得出现下列行为：

1. 发布违反宪法所确定的基本原则及违反国家法律法规的内容；
2. 发布颠覆国家政权，危害国家统一、主权和领土完整，危害国家安全，泄露国家秘密，损害国家尊严、荣誉和利益的内容；
3. 发布削弱、歪曲、否定中国共产党的领导、社会主义制度和改革开放的内容；
4. 发布诋毁民族优秀传统文化，煽动民族仇恨、民族歧视，歪曲民族历史或者民族历史人物，伤害民族感情、破坏民族团结，或者侵害民族风俗、习惯的内容；
5. 违反国家宗教政策，在非宗教场所开展宗教活动，宣扬宗教极端主义、邪教等内容；
6. 恶搞、诋毁、歪曲或者以不当方式展现中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化；
7. 恶搞、歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士和模范人物的事迹和精神；
8. 使用换脸等深度伪造技术对党和国家领导人、英雄烈士、党史、历史等进行伪造、篡改；
9. 损害人民军队、警察、法官等特定职业、群体的公众形象；
10. 宣扬基于种族、国籍、地域、性别、职业、身心缺陷等理由的歧视；
11. 宣扬淫秽、赌博、吸毒，渲染暴力、血腥、恐怖、传销、诈骗，教唆犯罪或者传授犯罪方法，暴露侦查手段，展示枪支、管制刀具；
12. 编造、故意传播虚假恐怖信息、虚假险情、疫情、灾情、警情，扰乱社会治安和公共秩序，破坏社会稳定；
13. 展现过度的惊悚恐怖、生理痛苦、精神歇斯底里，造成强烈感官、精神刺激并可致人身心不适的画面、台词、音乐及音效等；
14. 侮辱、诽谤他人或者散布他人隐私，侵害他人合法权益；
15. 未经授权使用他人拥有著作权的作品；
16. 对社会热点和敏感问题进行炒作或者蓄意制造舆论“热点”；
17. 炒作绯闻、丑闻、劣迹，传播格调低下的内容，宣扬违背社会主义核心价值观、违反公序良俗的内容；
18. 服饰妆容、语言行为、直播间布景等展现带有性暗示、性挑逗的内容；

19. 介绍或者展示自杀、自残、暴力血腥、高危动作和其他易引发未成年人模仿的危险行为，表现吸烟、酗酒等诱导未成年人不良嗜好的内容；

20. 利用未成年人或未成年人角色进行非广告类的商业宣传、表演或作为噱头获取商业或不正当利益，指引错误价值观、人生观和道德观的内容；

21. 宣扬封建迷信文化习俗和思想、违反科学常识等内容；

22. 破坏生态环境，展示虐待动物，捕杀、食用国家保护类动物等内容；

23. 铺张浪费粮食，展示假吃、催吐、暴饮暴食等，或其他易造成不良饮食消费、食物浪费示范的内容；

24. 引导用户低俗互动，组织煽动粉丝互撕谩骂、拉踩引战、造谣攻击，实施网络暴力；

25. 营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品，虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假；

26. 夸张宣传误导消费者，通过虚假承诺诱骗消费者，使用绝对化用语，未经许可直播销售专营、专卖物品等违反广告相关法律法规的；

27. 通过“弹幕”、直播间名称、公告、语音等传播虚假、骚扰广告；

28. 通过有组织炒作、雇佣水军刷礼物、宣传“刷礼物抽奖”等手段，暗示、诱惑、鼓励用户大额“打赏”，引诱未成年用户“打赏”或以虚假身份信息“打赏”；

29. 在涉及国家安全、公共安全，影响社会正常生产、生活秩序，影响他人正常生活、侵犯他人隐私等场所和其他法律法规禁止的场所拍摄或播出；

30. 展示或炒作大量奢侈品、珠宝、纸币等资产，展示无节制奢靡生活，贬低低收入群体的炫富行为；

31. 法律法规禁止的以及其他对网络表演、网络视听生态造成不良影响的行为。

第十五条 各级文化和旅游行政部门、广播电视行政部门要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，加强对网络表演、网络视听平台和经纪机构以及网络主播的监督管理，切实压紧压实主管主办责任和主体责任。发现网络主播违规行为，及时责成相关网络表演、网络视听平台予以处理。网络表演、网络视听平台和经纪机构规范网络主播情况及网络主播规范从业情况，纳入文化和旅游行政部门、广播电视行政部门许可管理、日常管理、安全检查、节目上线管理考察范围。

第十六条 各级文化和旅游行政部门、广播电视行政部门、文化市场综合执法机构要进一步加强网络表演、网络视听平台和经纪机构的执法巡查，依法查处提供违法违规内容的网络表演和网络视听平台，并督促平台和经纪机构及时处置违法违规内容及相关网络主播。

第十七条 网络表演、网络视听平台和经纪机构要严格履行法定职责义务，落实主体责任。根据本行为规范，加强对网络主播的教育培训、日常管理和规范引导。建立健全网络主播入驻、培训、日常管理、业务评分档案和“红黄牌”管理等内部制度规范。对向上向善、模范遵守行为规范的网络主播进行正向激励；对出现违规行为的网络主播，要强化警示和约束；对问题性质严重、多次出现问题且屡教不改的网络主播，应当封禁账号，将相关网络主播纳入“黑名单”或“警示名单”，不允许以更换账号或更换平台等形式再度开播。对构成

犯罪的网络主播，依法追究刑事责任。对违法失德艺人不得提供公开进行文艺表演、发声出境机会，防止转移阵地复出。网络表演、网络视听经纪机构要加强对网络主播的管理和约束，依法合规提供经纪服务，维护网络主播合法权益。

第十八条 各有关行业协会要加强引导，根据本行为规范，建立健全网络主播信用评价体系，进一步完善行业规范和自律公约，探索建立平台与主播约束关系机制，积极开展道德评议，强化培训引导服务，维护良好网络生态，促进行业规范发展。对违法违规、失德失范、造成恶劣社会影响的网络主播要定期公布，引导各平台联合抵制、严肃惩戒。

（二十二）互联网跟帖评论服务管理规定（国家网信办）

（2022年12月15日起施行 国家互联网信息办公室）

第一条 为了规范互联网跟帖评论服务，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》《网络信息内容生态治理规定》《互联网用户账号信息管理规定》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、使用跟帖评论服务，应当遵守本规定。
本规定所称跟帖评论服务，是指互联网站、应用程序以及其他具有舆论属性或社会动员能力的网站平台，以评论、回复、留言、弹幕、点赞等方式，为用户提供发表文字、符号、表情、图片、音视频等信息的服务。

第三条 国家网信部门负责全国跟帖评论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跟帖评论服务的监督管理执法工作。

第四条 跟帖评论服务提供者应当严格落实跟帖评论服务管理主体责任，依法履行以下义务：

（一）按照“后台实名、前台自愿”原则，对注册用户进行基于移动电话号码、身份证件号码或者统一社会信用代码等方式的真实身份信息认证，不得向未认证真实身份信息或者冒用组织机构、他人身份信息的用户提供跟帖评论服务。

（二）建立健全用户个人信息保护制度，处理用户个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则，公开个人信息处理规则，告知个人信息的处理目的、处理方式、处理的个人信息种类、保存期限等事项，并依法取得个人的同意。法律、行政法规另有规定的除外。

（三）对新闻信息提供跟帖评论服务的，应当建立先审后发制度。

（四）提供弹幕方式跟帖评论服务的，应当在同一平台和页面同时提供与之对应的静态版信息内容。

（五）建立健全跟帖评论审核管理、实时巡查、应急处置、举报受理等信息安全管理制度，及时发现处置违法和不良信息，并向网信部门报告。

（六）创新跟帖评论管理方式，研发使用跟帖评论信息安全管理技术，提升违法和不良信息处置能力；及时发现跟帖评论服务存在的安全缺陷、漏洞等风险，采取补救措施，并向网信部门报告。

（七）配备与服务规模相适应的审核编辑队伍，加强跟帖评论审核培训，提高审核编辑人员专业素养。

（八）配合网信部门依法开展监督检查工作，提供必要的技术、数据支持和协助。

第五条 具有舆论属性或社会动员能力的跟帖评论服务提供者上线跟帖评论相关新产品、新应用、新功能的，应当按照国家有关规定开展安全评估。

第六条 跟帖评论服务提供者应当与注册用户签订服务协议，明确跟帖评论的服务与管理细则以及双方跟帖评论发布权限、管理责任等权利义务，履行互联网相关法律法规告知义

务，开展文明上网教育。对公众账号生产运营者，在服务协议中应当明确其跟帖评论管理权限及相应责任，督促其切实履行管理义务。

第七条 跟帖评论服务提供者应当按照用户服务协议对跟帖评论服务使用者和公众账号生产运营者进行规范管理。对发布违法和不良信息内容的跟帖评论服务使用者，应当依法依规采取警示提醒、拒绝发布、删除信息、限制账号功能、暂停账号更新、关闭账号、禁止重新注册等处置措施，并保存相关记录；对未尽到管理义务导致跟帖评论环节出现违法和不良信息内容的公众账号生产运营者，应当根据具体情形，依法依规采取警示提醒、删除信息、暂停跟帖评论区功能直至永久关闭跟帖评论区、限制账号功能、暂停账号更新、关闭账号、禁止重新注册等处置措施，保存相关记录，并及时向网信部门报告。

第八条 跟帖评论服务提供者应当建立用户分级管理制度，对用户的跟帖评论行为开展信用评估，根据信用等级确定服务范围及功能，对严重失信的用户应列入黑名单，停止对列入黑名单的用户提供服务，并禁止其通过重新注册账号等方式使用跟帖评论服务。

第九条 跟帖评论服务使用者应当遵守法律法规，遵循公序良俗，弘扬社会主义核心价值观，不得发布法律法规和国家有关规定禁止的信息内容。

第十条 公众账号生产运营者应当对账号跟帖评论信息内容加强审核管理，及时发现跟帖评论环节违法和不良信息内容，采取举报、处置等必要措施。

第十一条 公众账号生产运营者可按照用户服务协议向跟帖评论服务提供者申请举报、隐藏或者删除违法和不良评论信息、自主关闭账号跟帖评论区等管理权限。跟帖评论服务提供者应当对公众账号生产运营者的跟帖评论管理情况进行信用评估后，根据公众账号的主体性质、信用评估等级等，合理设置管理权限，提供相关技术支持。

第十二条 跟帖评论服务提供者、跟帖评论服务使用者和公众账号生产运营者不得通过发布、删除、推荐跟帖评论信息以及利用软件、雇佣商业机构及人员散布信息等其他干预跟帖评论信息呈现的手段，侵害他人合法权益或公共利益，谋取非法利益，恶意干扰跟帖评论秩序，误导公众舆论。

第十三条 跟帖评论服务提供者应当建立健全跟帖评论违法和不良信息公众投诉举报和跟帖评论服务使用者申诉制度，设置便捷投诉举报和申诉入口，及时受理和处置跟帖评论相关投诉举报和申诉。

跟帖评论服务使用者对被处置的跟帖评论信息存在异议的，有权向跟帖评论服务提供者提出申诉，跟帖评论服务提供者应当按照用户服务协议进行核查处理。

任何组织和个人发现违反本规定行为的，可以向网信部门投诉举报。网信部门收到投诉举报后，应当及时依法处理。

第十四条 各级网信部门应当建立健全日常检查和定期检查相结合的监督管理制度，依法对互联网跟帖评论服务实施监督检查。

第十五条 违反本规定的，由国家和地方网信部门依照相关法律法规处理。

第十六条 本规定自 2022 年 12 月 15 日起施行。2017 年 8 月 25 日公布的《互联网跟帖评论服务管理规定》同时废止。

（二十三）关于加强“自媒体”管理的通知（中央网信办秘书局）

（2023年7月5日起施行 中央网络安全和信息化委员会办公室）

中央网信办秘书局关于加强“自媒体”管理的通知

各省、自治区、直辖市党委网信办，新疆生产建设兵团党委网信办：

为加强“自媒体”管理，压实网站平台信息内容管理主体责任，健全常态化管理制度机制，推动形成良好网络舆论生态，现就有关工作要求通知如下：

1.严防假冒仿冒行为。网站平台应当强化注册、拟变更账号信息、动态核验环节账号信息审核，有效防止“自媒体”假冒仿冒行为。对账号信息中含有党政军机关、新闻媒体、行政区划名称或标识的，必须人工审核，发现假冒仿冒的，不得提供相关服务。

2.强化资质认证展示。对从事金融、教育、医疗卫生、司法等领域信息内容生产的“自媒体”，网站平台应当进行严格核验，并在账号主页展示其服务资质、职业资格、专业背景等认证材料名称，加注所属领域标签。对未认证资质或资质认证已过期的“自媒体”，网站平台应当暂停提供相应领域信息发布服务。

3.规范信息来源标注。“自媒体”在发布涉及国内外时事、公共政策、社会事件等相关信息时，网站平台应当要求其准确标注信息来源，发布时在显著位置展示。使用自行拍摄的图片、视频的，需逐一标注拍摄时间、地点等相关信息。使用技术生成的图片、视频的，需明确标注系技术生成。引用旧闻旧事的，必须明确说明当时事件发生的时间、地点。

4.加强信息真实性管理。网站平台应当要求“自媒体”对其发布转载的信息真实性负责。“自媒体”发布信息时，网站平台应当在信息发布页面展示“自媒体”账号名称，不得以匿名用户等代替。“自媒体”发布信息不得无中生有，不得断章取义、歪曲事实，不得以拼凑剪辑、合成伪造等方式，影响信息真实性。

5.加注虚构内容或争议信息标签。“自媒体”发布含有虚构情节、剧情演绎的内容，网站平台应当要求其以显著方式标记虚构或演绎标签。鼓励网站平台对存在争议的信息标记争议标签，并对相关信息限流。

6.完善谣言标签功能。涉公共政策、社会民生、重大突发事件等领域谣言，网站平台应当及时标记谣言标签，在特定谣言搜索呈现页面置顶辟谣信息，运用算法推荐方式提高辟谣信息触达率，提升辟谣效果。

7.规范账号运营行为。网站平台应当严格执行“一人一号、一企两号”账号注册数量规定，严禁个人或企业操纵“自媒体”账号矩阵发布传播违法和不良信息。应当要求“自媒体”依法依规开展账号运营活动，不得集纳负面信息、翻炒旧闻旧事、蹭炒社会热点事件、消费灾难事故，不得以防止失联、提前关注、故留悬念等方式，诱导用户关注其他账号，鼓励引导“自媒体”生产高质量信息内容。网站平台应当加强“自媒体”账号信息核验，防止被依法依约关闭的账号重新注册。

8.明确营利权限开通条件。“自媒体”申请开通营利权限的，需3个月内无违规记录。

账号主体变更的，自变更之日起3个月内，网站平台应当暂停或不得赋予其营利权限。营利方式包括但不限于广告分成、内容分成、电商带货、直播打赏、文章或短视频赞赏、知识付费、品牌合作等。

9.限制违规行为获利。网站平台对违规“自媒体”采取禁言措施的，应当同步暂停其营利权限，时长为禁言期限的2至3倍。对打造低俗人设、违背公序良俗网红形象，多账号联动蹭炒社会热点事件进行恶意营销等的“自媒体”，网站平台应当取消或不得赋予其营利权限。网站平台应当定期向网信部门报备限制违规“自媒体”营利权限的有关情况。

10.完善粉丝数量管理措施。“自媒体”因违规行为增加的粉丝数量，网站平台应当及时核实并予以清除。禁言期间“自媒体”不得新增粉丝，历史发文不得在网站平台推荐、榜单等重点环节呈现。对频繁蹭炒社会热点事件博取关注的“自媒体”，永久禁止新增粉丝，情节严重的，清空全量粉丝。网站平台不得提供粉丝数量转移服务。

11.加大对“自媒体”所属MCN机构管理力度。网站平台应当健全MCN机构管理制度，对MCN机构及其签约账号实行集中统一管理。在“自媒体”账号主页，以显著方式展示该账号所属MCN机构名称。对于利用签约账号联动炒作、多次出现违规行为的MCN机构，网站平台应当采取暂停营利权限、限制提供服务、入驻清退等处置措施。

12.严格违规行为处置。网站平台应当及时发现并严格处置“自媒体”违规行为。对制作发布谣言，蹭炒社会热点事件或矩阵式发布传播违法和不良信息造成恶劣影响的“自媒体”，一律予以关闭，纳入平台黑名单账号数据库并上报网信部门。对转发谣言的“自媒体”，应当采取取消互动功能、清理粉丝、取消营利权限、禁言、关闭等处置措施。对未通过资质认证从事金融、教育、医疗卫生、司法等领域信息发布的“自媒体”，应当采取取消互动功能、禁言、关闭等处置措施。

13.强化典型案例处置曝光。网站平台应当加强违规“自媒体”处置和曝光力度，开设警示教育专栏，定期发布违规“自媒体”典型案例，警示“自媒体”做好自我管理。

各地网信部门要切实履行属地管理责任，强化业务指导和日常监管，开展对资讯、社交、直播、短视频、知识问答、论坛社区等类型网站平台的督导检查，督促网站平台严格对照工作要求抓好贯彻落实，切实加强“自媒体”管理。

中央网信办秘书局

2023年7月5日

（二十四）网络平台受理处置涉企网络侵权信息举报工作规范（中央网信办）

（2023年8月起施行 中央网络安全和信息化委员会办公室）

为更好维护保障企业和企业家网络合法权益，建立“优化营商环境”长效工作机制，近日，中央网信办印发《网络平台受理处置涉企网络侵权信息举报工作规范》。

《工作规范》全文如下。

第一条 为规范境内网络平台受理处置涉企网络侵权信息举报工作，更好维护企业和企业家网络合法权益，根据《民法典》《网络安全法》《网络信息内容生态治理规定》《互联网用户账号信息管理规定》等法律法规和国家有关规定，结合举报工作实际，制定本规范。

第二条 境内网络平台受理处置涉企网络侵权信息举报，适用本规范。

第三条 网络平台应当按照依法依规、分级分类、限时办结的原则，快速准确受理处置涉企网络侵权信息举报。

第四条 网络平台应当重点受理处置以下涉企网络侵权信息举报：

- （一）混淆企业主体身份的仿冒性信息；
- （二）影响公众公正评判的误导性信息；
- （三）不符合企业客观实际的谣言性信息；
- （四）贬损丑化企业或企业家的侮辱性信息；
- （五）侵害企业家个人隐私的泄密性信息；
- （六）其他恶意干扰企业正常经营发展的信息。

第五条 涉企网络侵权信息举报满足以下条件的，网络平台应当予以受理：

- （一）提交能够充分陈述举报事项、阐明举报理由的文字举报；
- （二）提交企业营业执照、组织机构代码证或企业家身份证明等权利主体资格证明材料；如委托举报的，需提供举报代理人身份证明和授权委托书；
- （三）提交举报人姓名、联系方式；
- （四）提交请求采取必要措施的具体网络地址或者足以准确定位侵权内容的相关信息；
- （五）提交能够证明举报内容侵权的初步证据材料；
- （六）提交申明举报真实性、合法性的文字保证。

第六条 网络平台应当及时处理以下仿冒性信息：

- （一）在名称、头像、简介等网络账号名称信息中，违规使用与企业相同或相似的名称标识或企业家姓名肖像的；
- （二）假借企业或企业家名义发布信息的；
- （三）非法镜像企业官方网站、APP，或冒用盗用企业官方网站、APP 备案注册信息或其他显著要素特征的；
- （四）其他引发公众混淆企业主体身份的信息。

第七条 网络平台审核仿冒性信息举报，除企业或企业家和举报代理人身份证明外，原

则上不再要求其他证据材料。存在依据身份证明难以识别的特殊情形，应当允许企业提供的证据材料包括但不限于：

- （一）官方网站备案查询证明；
- （二）官方账号持有证明；
- （三）有关部门颁发的权属证书；
- （四）企业对外公告声明。

第八条 网站平台应当及时处理以下误导性信息：

- （一）通过增删信息、改变顺序、调整结构等方式，曲解新闻原意的；
- （二）有关部门、新闻媒体等纠正或撤销的过期信息；
- （三）删减旧闻旧事发生时间、地点和处理结果，重新发布的；
- （四）使用与内容严重不符的夸张标题的；
- （五）强调不利事实，回避有利事实，以偏概全的；
- （六）断章取义企业家或企业代表过往言论的；
- （七）片面解读企业各类对外公告的；
- （八）其他引发公众误解误读的信息。

第九条 网站平台审核误导性信息举报，应当允许企业提供的初步证据材料包括但不限于：

- （一）源发新闻稿件；
- （二）具有新闻采编资质的源发媒体的撤稿函；
- （三）有关部门依职权制作的文书或出具的证明；
- （四）有关部门公开实施的职权行为信息；
- （五）有关部门网上信息公示查询结果；
- （六）企业历史档案记录；
- （七）企业对外公告全文。

第十条 网站平台应当及时处理以下谣言类信息：

- （一）虚构企业家隐私生活的；
- （二）编造企业违法犯罪或违规生产经营的；
- （三）杜撰企业家或企业员工违法犯罪或道德失范的；
- （四）夸大企业或企业家生产经营困难的；
- （五）歪曲企业或企业家正常生产经营和投资活动的；
- （六）诋毁企业产品服务质量的；
- （七）抹黑企业科技创新能力的；
- （八）其他与企业客观实际情况不符的信息。

第十一条 网站平台审核谣言性信息举报，应当允许企业提供的初步证据材料包括但不限于：

- （一）权威辟谣信息；
- （二）有关部门依职权制作的文书或出具的证明；

- (三) 有关部门公开实施的职权行为信息；
- (四) 有关部门网上信息公示查询结果；
- (五) 有关部门颁发的专业资质证明；
- (六) 具有特定资质的第三方机构出具的证明；
- (七) 国家标准、行业标准、团体标准；
- (八) 当事双方订立的合同协议。

第十二条 网络平台应当及时处理以下侮辱性信息：

- (一) 攻击谩骂企业或企业家的；
- (二) 涂抹恶搞企业家肖像照片的；
- (三) 与色情低俗话题恶意关联的；
- (四) 其他违反公序良俗丑化企业或企业家的信息。

第十三条 网络平台审核侮辱性信息举报，除企业或企业家和举报代理人身份证明外，原则上不再要求其他证据材料。

第十四条 网络平台应当及时处理以下泄密性信息：

- (一) 违规披露企业家身份证、护照、社保卡、户籍档案等个人身份信息的；
- (二) 违规披露企业家家庭住址、电话号码、电子邮箱等个人联系信息的；
- (三) 其他法律法规禁止披露的隐私信息。

第十五条 网络平台审核泄密性信息举报，除企业或企业家和举报代理人身份证明外，原则上不要求其他证据材料。

第十六条 网络平台应当及时处理以下恶意干扰企业正常生产经营的信息，包括但不限于：

- (一) 以舆论监督名义进行敲诈勒索的；
- (二) 恶意集纳企业负面信息的；
- (三) 以谋取非法利益为目的，发布企业负面报道评论的；
- (四) 蹭炒涉企热点事件进行恶意营销的；
- (五) 操纵跨平台账号、关联账号或矩阵账号密集发帖恶意攻击企业或企业家的；
- (六) 利用自身信息发布便利，以及技术、流量、影响力优势，攻击抹黑竞争对手的；
- (七) 提供涉企业、企业家虚假信息推荐词的。

第十七条 网络平台审核恶意干扰企业正常生产经营信息举报，应当允许企业提供的初步证据材料包括但不限于：

- (一) 有关部门依职权制作的文书或出具的证明；
- (二) 有关部门公开实施的职权行为信息；
- (三) 企业自行收集的其他证明证据。

第十八条 伪造证明证据举报、灌水举报等恶意举报的，网络平台可以拒绝处理。

第十九条 网络平台应当综合考虑涉企网络侵权信息的严重程度、发布频次、舆论影响以及社会危害程度等因素，按照宽严相济、统一标准的原则，分级分类、规范准确处置涉企网络侵权信息举报。

第二十条 针对事实清楚、举证充分的涉企网络侵权信息举报，网站平台应当采取删除或同等效果的处置措施。

第二十一条 针对举报理由充分，但短时间内难以充分举证，且存在以下情形的涉企网络侵权信息举报，网站平台应当采取“限时加私”措施：

- （一）被举报信息刊发于企业生产经营发展关键节点的；
- （二）被举报信息涉及事项已被有关部门正式立案调查的；
- （三）其他不及时处置可能给企业造成较大负面影响的。

第二十二条 针对举报理由充分，但短时间内难以充分举证，且存在以下情形的涉企网络侵权信息举报，网站平台应当设置争议标记或提供澄清回应服务：

- （一）企业与被举报主体存在劳资、合同、股权、产权、债务、消费等纠纷的；
- （二）企业与被举报主体属于利益相关方或存在竞争关系的；
- （三）企业已就被举报信息涉及事项启动起诉、报案等司法行政程序的；
- （四）被举报信息涉及事项无法得到有关部门证实的；
- （五）其他不及时处置可能引发公众较大误解的。

第二十三条 针对事实清楚、举证充分，且存在以下情形的涉企网络侵权信息举报，网站平台应当依法依规对网络账号采取处置措施：

- （一）假冒仿冒的；
- （二）持续发布涉企侵权信息，屡罚屡犯的；
- （三）恶意首发首转、多发多转涉企侵权信息的；
- （四）恶意集纳企业负面信息或发布涉企负面信息，进行敲诈勒索的；
- （五）其他情节严重的。

第二十四条 被举报主体对处置措施提出异议的，网站平台应当要求被举报主体提供不侵权的相关证明，并依据双方举证综合判断、视情处置。

第二十五条 网站平台受理涉股东、高管、子公司、业务合作伙伴等企业利益相关方的网络侵权信息举报，研判认为有必要采取相应处置措施的，应当报请省级网信部门审核。对重大事项，报中央网信办相关司局审核。

第二十六条 网站平台及相关从业人员不得滥用举报处置权利，严禁实施有偿删帖、人情删帖等违法违规行为，严禁利用举报处置权利谋取不正当利益。

第二十七条 网站平台应当建立健全规章制度，严格工作流程，规范层级把关，强化内部监督，确保依法依规受理处置涉企网络侵权信息举报。

第二十八条 网站平台应当建立工作台账，如实记录涉企网络侵权信息举报受理处置全过程，留存全量数据不少于六个月，并在网信部门依法查询时，予以提供。相关账号处置情况，定期报送中央网信办相关司局。

第二十九条 各级网信举报部门应当建立健全日常检查和专项检查相结合的工作制度，依法依规对属地网站平台涉企网络侵权信息举报受理处置工作实施监督管理。

（二十五）关于进一步加强网络侵权信息举报工作的 指导意见（中央网信办）

（2023年8月31日起施行 中央网络安全和信息化委员会办公室）

各省、自治区、直辖市党委网信办，新疆生产建设兵团党委网信办：

网络侵权信息举报工作是网信部门践行网上群众路线的重要举措，是保护网民网络合法权益的重要手段，对促进形成积极健康、向上向善的网络文化具有重要意义。为加强网络侵权信息举报工作，推动建立良好网络生态，切实维护好广大网民网络合法权益，现提出如下意见。

一、总体要求

（一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大和二十届一中、二中全会精神，坚持以人民为中心的发展思想，坚持围绕中心、服务大局，以提升广大网民在网络空间的获得感、幸福感、安全感为目标，以维护好广大网民网络合法权益为出发点和落脚点，以压紧压实网站平台主体责任为着力点，夯实工作基础、创新完善举措、健全制度规范、完善体制机制，突出做好涉公民个人、企业法人网络侵权信息举报工作，持续营造清朗网络空间，助力经济社会健康有序发展。

（二）主要原则

坚持系统观念。加强整体设计、注重统筹协调，推动线上线下受理处置全覆盖，主体责任和监督责任同步落实，横向协同和纵向联动一体构建，全方位、全链条推进工作。

坚持问题导向。针对网民网络维权难点堵点问题，立足职能、靶向施策、精准发力，创新工作思路、改进方法手段，着力提升网民举报投诉的有效性和处置率。

坚持依法依规。科学设置受理处置标准，严格受理处置流程，加强内部管理，注重风险防范，确保举报受理处置法律适用准确、程序完备合规，不断提高工作制度化、规范化水平。

坚持注重实效。增强针对性、突出实效性，聚焦重点领域、紧盯关键环节，综合施策、标本兼治，做深做细各项工作，确保各项重点任务落地落实。

二、夯实工作基础

（三）优化举报服务。建立多元化举报平台，实现线上线下全覆盖，满足广大网民多层次多样化举报需求。强化举报平台服务功能，提供集“举报投诉”“举报指南”“典型案例”“法律法规”等多功能于一体的举报服务产品。加强举报渠道建设，依法依规制定举报指引，明确举报要件，方便网民有效准确举报。建立投诉维权矩阵，为网民引入法律咨询、司法救济、公益诉讼、网络调解等渠道，拓展社会力量积极参与网民权益维护保障工作。

（四）健全处置机制。建立全链条闭环举报处置机制，积极受理处理本部门职责范围内的举报，视情会商研判、移送转交职责范围外的举报；加强跟踪督办，确保“事事有着落、件件有回音”。丰富举报处置手段，建立分级分类处置措施。加大惩戒力度，严惩恶意侵权、

重复侵权、群体侵权。强化震慑遏制效果，严厉处置并及时公布群众反映强烈、社会舆论关注度高的典型案例。

（五）完善制度规范。健全受理处置规范，明确受理对象、受理范围、受理方式、处置举措。完善流程规范，细化集体研讨、层级把关、审处分离等工作程序。建立举报人信息保护制度，严禁泄露、篡改、毁损、出售或者非法向他人提供举报人个人信息及举报材料。完善信息登记、工作台账、档案管理等制度，改进工作作风，提升服务质量。

（六）统一研判标准。充分发挥标准化建设在网络侵权信息举报工作中的基础性和引领性作用，研究制定依法有据、科学适用的网络侵权信息举报受理审核、研判处置标准。鼓励行业组织、网站平台积极参与标准制定。推动标准化实施应用，突出网站平台主体应用地位，努力实现从“有好标准”到“用好标准”的实践转化，逐步实现同一举报事项、同一受理条件、同一举证要求、同一办理结果。

（七）强化技术支撑。加强技术系统建设，提升举报受理处置便捷化、智能化水平；拓展动态监测、统计分析、趋势研判、效果评估等功能，充分发挥数据基础资源作用，提高预测预防预警能力。加快推进网信部门网络举报技术管理系统有效衔接、互联互通，统筹推进技术融合、数据融合、业务融合，提升跨层级、跨地区网络侵权信息举报协同处置能力，为建立“一体受理、一体处置”的全国“一盘棋”工作格局提供支撑。

三、切实保护公民个人网络合法权益

（八）明确涉个人举报处置重点。重点受理处置未取得个人同意或违反国家有关规定，泄露公民家庭住址、身份证件、联系方式、医疗健康、行踪轨迹、金融账户等个人信息的举报线索。重点处置窃取、兜售个人信息的违法网站、账号。重点处置利用他人姓名、肖像、职务等显著标识特征，假冒仿冒他人发布信息、表达立场观点以及开展其他网络活动的违法账号。重点处置丑化污损他人肖像、错误关联或不当使用他人肖像，侮辱谩骂、诋毁诽谤、造谣抹黑侵犯他人名誉的违法和不良信息及相关账号。

（九）建立网络暴力信息举报快速处置通道。建立线上网络暴力信息举报专区，为网民提供便捷化举报渠道，快速受理处置针对个人集中发布的不友善、不文明言论，特别是“人肉搜索”、恶意攻击、造谣诽谤等网络暴力信息。从严处置首发、首转、多发、煽动传播网络暴力信息的账号。坚持线上处置和线下查处相结合，强化与执法司法部门的协同治理，提升网络暴力信息溯源能力，依法追究网络暴力实施者法律责任，提高网络暴力违法成本，从源头上遏制网络暴力乱象。

（十）加强特殊群体网络合法权益保护。优先保护未成年人网络合法权益，及时处置以文字、图片、音视频等形式，侮辱、诽谤、威胁未成年人或者恶意损害未成年人形象的违法和不良信息。及时处置泄露未成年人姓名、住所、照片以及其他可能识别出未成年人真实身份的违法和不良信息。依法严厉打击涉未成年人网络欺凌行为。依法保护妇女、残疾人、老年人等其他特殊群体网络合法权益，坚决处置性别歧视、年龄歧视、地域歧视等制造社会矛盾、煽动群体对立的违法和不良信息。

（十一）把握举报受理处置重点领域。重点处置“自媒体”制作、复制、发布的虚假不实信息，建立网络账号（账号主体）黑名单机制，从严处理举报集中的违法违规账号及其

主体。重点处置网络信息搜索服务提供者以链接、摘要、快照、联想词、相关搜索等形式推荐的侵权信息。重点处置网络话题、信息评论、网络直播、短视频、网络群组等栏目环节出现的互撕谩骂、拉踩引战等侵权信息。

四、切实维护企业网络合法权益

（十二）把握涉企举报处置重点。重点处置以吸睛引流、增粉养号、恶性竞争、不当盈利为目的，通过捏造事实、主观臆断、歪曲解读、恶意关联、蓄意炒作、翻炒旧闻等方式，侵害企业及企业家名誉、降低公众对企业产品或者服务社会评价，影响企业正常生产经营活动、干扰市场经济秩序的虚假不实信息。依法处置集纳企业负面信息进行敲诈勒索、假冒仿冒企业名称或显著标识开展网络活动的违法网站和账号。严厉打击操控舆论、恶意造谣诽谤企业名誉的网络水军。

（十三）明确重点保障企业类型。依法保护企业及企业家网络合法权益，优化企业网上营商环境，支持各类所有制企业优化改革、发展壮大。重点保护“拟上市”企业网络合法权益，为企业顺利上市融资保驾护航；重点保护上市企业网络合法权益，稳定企业市值，提振投资者信心；重点保护高新技术企业、“专精特新”企业网络合法权益，助力企业创新发展、做大做强。

（十四）开设线上涉企举报专区。建立“两微两端”线上涉企举报专区，明确受理范围、举报要件、举证要求，积极受理属地企业网络侵权信息举报。针对属地网络侵权信息，按照“专人负责、优先办理、全程跟踪、限时办结”的工作原则，简化工作流程、依法快速处置。针对非属地网络侵权信息，按照相关规定和相关程序及时报送中央网信办。

（十五）健全举报查证机制。拓宽工作思路，创新举证方法，丰富举证形式，降低企业举报难度，提升企业举报可行性。梳理总结侮辱谩骂污染网络生态、断章取义误导舆论、无备案仿冒假冒违法网站等显性网络侵权类别，明确无需司法、行政等国家机构举证的具体情形。探索第三方专业机构、行业标准、法律意见书、审计报告、公共服务平台查询结果、源发媒体信息等在网络侵权举证中的效用。建立与涉企职能管理部门的联动协同机制，对重要问题、重大线索进行分析研判、统筹调度，形成工作合力，为快速查证、及时处置创造有利条件。

（十六）强化举报政策指导。主动靠前服务，积极为企业想办法、解难题。加强调查研究，摸排属地企业遭遇网络侵权情况，做到情况明、底数清。宣讲举报政策，加强培训指导，做好“送政策到企业”工作。建立与属地重点企业的沟通对接渠道，定期了解企业维权诉求，对维权诉求合理的，进行“一对一”定向辅导，解析举报方法，搭建举报渠道，强化服务保障；对维权诉求不合理的，积极做好解释说明工作。

（十七）严格规范企业举报行为。切实提升审核研判能力，准确把握舆论监督内涵和网络侵权标准，正确看待网上舆论监督对提升企业治理能力、完善企业生产运营机制的重要作用。按照“依法依规、有效引导、规范渠道”的原则，依法妥善处理涉劳资、合同、股权、产权、债务、消费等权益纠纷举报。合理设置举报条件，规范企业举报行为，防范举报权利滥用、扰乱举报工作秩序。

五、压紧压实网站平台主体责任

（十八）严格督导检查。坚持全面检查和重点检查相结合，全面检查属地网站平台网络侵权信息举报工作情况，重点检查网站平台未按照有关法律法规及时处理反馈的显性网络侵权信息举报。建立问题台账，狠抓整改落实，对落实主体责任不力、网络侵权问题多发频发的网站平台，加强惩戒处罚。

（十九）设立投诉窗口。探索建立线上网民投诉受理窗口，及时办理网民关于属地网站平台处置网络侵权信息举报不及时、维护网民合法权益工作不到位的投诉。规范投诉处理程序，完善投诉处理措施，公布投诉处理办法。建立投诉办理情况查询系统，提高投诉处理质量和效率。健全网站平台网络侵权信息举报工作评价体系，引入群众评价参数指标，开展群众满意度测评。

（二十）推动信息公开。指导属地重点网站平台建立常态化网络侵权信息举报受理处置情况通报机制。运用全媒体方式，显著位置发布，深度解析受理流程、研判标准、办理时限等社区规则，引导网民精准有效举报。公布网络侵权信息举报处置数量、处置措施、典型案例，接受公众监督。公开热点侵权事件举报处置情况，回应网民关切。

（二十一）提升处置效果。指导网站平台完善分级分类网络侵权信息举报处置举措。建立快速通道机制，第一时间受理、第一时间处置显性网络侵权以及事实清楚、举证充分的举报。建立“限时加私”机制，对时效性强、举证时间久，可能给举报人造成较大负面影响的侵权信息，先行采取“加私”措施，及时阻断相关信息分享传播，为举报人完成举证提供时间窗口。建立“争议标签”机制，对涉及事项尚未得到充分证实的侵权信息，采取设置“内容存疑标签”或“链接当事人回应声明”等措施，引导网民客观评判，防止侵权信息误导舆论。

六、组织实施

（二十二）加强组织领导。提高政治站位，充分认识做好网络侵权信息举报工作的重要意义，将网络侵权信息举报工作作为管网治网重点任务，紧抓不放、常抓不懈。要精心谋划部署，制定工作方案，明确目标任务，细化工作举措。要认真组织实施，压紧压实各方责任，扎实有序推进，确保取得实效。

（二十三）注重示范引领。坚持全面部署和试点带动相结合，围绕重点任务、关键举措开展试点示范工作，鼓励思路创新、举措创新、机制创新，及时总结推广优秀做法、典型经验，积极培育形成一批符合时代特征、贴近群众需求的网络侵权信息举报工作品牌。

（二十四）强化队伍建设。配齐配强工作力量，加强思想淬炼，增强宗旨意识，涵养为民服务精神。加强实践锻炼和业务培训，提高法律素养和媒介素养，提升为民服务本领和能力，着力打造一支业务精、能力强、守纪律、明底线的高素质专业化工作队伍。

（二十五）加强宣传推广。加强线上宣传，持续开展主题宣传、成效宣传、典型宣传，通过音画图文等多种手段，立体呈现网络侵权信息举报工作。加强线下推广，组织网络侵权信息举报工作宣传进基层、进社区、进学校、进企业，不断扩大网络侵权信息举报工作的公众知晓度、社会参与度。

中央网络安全和信息化委员会办公室

2023 年 8 月 31 日

（二十六）网络信息内容多渠道分发服务机构相关业务活动管理规定（草案稿）（国家网信办）

（2025年1月10日发布 国家互联网信息办公室）

国家互联网信息办公室关于《网络信息内容多渠道分发服务机构相关业务活动管理规定（草案稿）》公开征求意见的通知

为规范MCN机构互联网信息内容相关业务活动，保障公民、法人和其他组织的合法权益，营造清朗网络空间，根据《中华人民共和国网络安全法》《未成年人网络保护条例》等法律法规，国家互联网信息办公室起草了《网络信息内容多渠道分发服务机构相关业务活动管理规定（草案稿）》，现向社会公开征求意见。

公众可将反馈意见通过电子邮件方式发送至：mcnjg@cac.gov.cn

意见反馈截止时间为2025年2月9日。

附件：网络信息内容多渠道分发服务机构相关业务活动管理规定（草案稿）

国家互联网信息办公室

2025年1月10日

第一条 为规范网络信息内容多渠道分发服务机构互联网信息内容相关业务活动，保障公民、法人和其他组织的合法权益，营造良好网络生态，根据《中华人民共和国网络安全法》《未成年人网络保护条例》等法律法规，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内运营的网络信息内容多渠道分发服务机构开展互联网信息内容相关业务活动，适用本规定。

本规定所称网络信息内容多渠道分发服务机构（MCN机构）是指在网络信息内容服务平台入驻，为网络信息内容生产者提供策划、制作、营销、经纪等相关服务的机构。

第三条 网络信息内容多渠道分发服务机构开展互联网信息内容相关业务活动，应当遵守法律法规规定，坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，弘扬社会主义核心价值观，遵循公序良俗，遵守商业道德，维护良好网络生态。

第四条 网络信息内容服务平台应当要求在本平台开展互联网信息内容相关业务活动的网络信息内容多渠道分发服务机构办理入驻手续，重点审核以下事项：

- （一）是否依法办理经营主体登记；
- （二）是否设立内容管理负责人，有与业务范围和服务规模相适应的内容审核人员；
- （三）是否有健全的内容安全、人员管理培训等制度。

第五条 网络信息内容服务平台应当在网络信息内容多渠道分发服务机构在本平台入驻之日起10个工作日内，向平台所在地省级网信部门办理备案登记手续。

备案登记信息发生变更的，网络信息内容服务平台应当自变更之日起10个工作日内，向平台所在地省级网信部门办理变更手续。

网络信息内容多渠道分发服务机构从事表演、节目等活动的，应当依法依规取得相关从业资格或服务资质。

第六条 网络信息内容服务平台应当加强本平台入驻网络信息内容多渠道分发服务机构的日常管理，定期组织机构学习法律法规和网络信息内容管理方面规章制度，及时通报有关部门工作要求。

网络信息内容服务平台应当制定并公开网络信息内容多渠道分发服务机构管理规则，以显著方式提醒告知机构需遵循的义务，同时网络信息内容生产者应当协助、配合机构履行本规定的相关义务。上述平台规则应当向网信部门报告。

第七条 网络信息内容服务平台应当根据网络信息内容多渠道分发服务机构合规情况、旗下账号数量及其粉丝总数量等指标维度，建立分级管理制度，并采取相应管理措施防范信息内容风险。

第八条 网络信息内容服务平台应当要求网络信息内容多渠道分发服务机构注册后台管理账号，并绑定旗下网络账号。在网络账号注册、拟变更账号信息等环节，要求网络信息内容生产者申报所属机构情况。

对于网络信息内容多渠道分发服务机构与网络账号之间的账号绑定、解绑等操作，网络信息内容服务平台应当强化审核、规范流程。

第九条 网络信息内容服务平台应当以显著方式，在网络账号信息页面展示该账号所属网络信息内容多渠道分发服务机构名称。

第十条 网络信息内容多渠道分发服务机构应在其签约的网络账号发布信息前，履行信息发布审核义务，进行合规审核，并留存审核记录备查。

网络信息内容生产者对其发布的信息内容负主体责任，对所属机构审核结果存在异议的，可以向网络信息内容服务平台提出申诉。

第十一条 网络信息内容多渠道分发服务机构不得违规操纵旗下网络账号，不得以任何形式允许第三方违规使用其后台管理账号或旗下网络账号。

第十二条 网络信息内容多渠道分发服务机构不得直接或组织、教唆、委托、协助签约的网络账号实施下列行为：

- （一）以议题设置、合成伪造、臆测编造、拼凑剪接等方式，制造发布网络谣言；
- （二）煽动网民情绪，故意引发群体对立，制造负面话题撕裂共识，扰乱网络秩序；
- （三）集纳负面信息，翻炒旧闻旧事，蹭炒社会热点事件，误导公众；
- （四）以附加标签、发布无关内容等方式，恶意蹭炒社会热点事件；
- （五）渲染炒作突发案事件，消费灾难事故，违规展示违法犯罪行为细节；
- （六）利用“网红儿童”牟利，包装、炒作未成年人，影响未成年人身心健康；
- （七）宣扬不良价值观，传播不良生活方式，鼓吹低级趣味；
- （八）编造虚假或引人误解的背景、情节、人设，进行恶意营销；
- （九）虚构关注度、浏览量、点击量、评价评分、投票量、消费金额等数据，通过人工方式或技术手段实施流量造假，批量发布同质化内容等网络水军行为；
- （十）组织对个人集中发布含有侮辱谩骂、造谣诽谤、煽动仇恨、威逼胁迫、侵犯隐私，

以及影响身心健康的指责嘲讽、贬低歧视等网络暴力信息；

（十一）违规开展互联网新闻信息服务；

（十二）其他违反法律法规规定的行为。

第十三条 网络信息内容服务平台应当建立专门针对网络信息内容多渠道分发服务机构的举报通道，及时处理公众投诉举报。

网络信息内容服务平台应当将核查属实的投诉举报情况与网络信息内容多渠道分发服务机构进行关联记录，作为评价机构合规情况的依据。

第十四条 网络信息内容服务平台对于违反法律法规规定、平台规则和入驻协议的网络信息内容多渠道分发服务机构，依法依规采取警示提醒、限期改正、暂停营利权限、限制提供服务、入驻清退、纳入本平台黑名单等措施，并向网信部门报告。

网络信息内容服务平台发现网络账号存在违法违规行为的，应当依法依规处置网络账号所属机构。

第十五条 网信部门根据需要对网络信息内容服务平台、网络信息内容多渠道分发服务机构执行本规定情况开展监督检查。

网络信息内容服务平台、网络信息内容多渠道分发服务机构对网信部门依法实施的监督检查应当予以配合，提供必要数据、技术支持。

第十六条 对严重违反法律法规及本规定的网络信息内容多渠道分发服务机构，由网信部门依法依规纳入互联网黑名单，实现联动处置，网络信息内容服务平台在一定期限内不再为其办理入驻手续。

不履行本规定义务或履责不力的网络信息内容服务平台，由网信部门依据职责予以警告、通报批评、责令限期改正，整改期间可视情暂停平台网络信息内容多渠道分发服务机构入驻。

第十七条 网络信息内容多渠道分发服务机构违反本规定，给他人造成损害的，依法承担民事责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，由网信等有关部门依据各自职责依照有关法律法规予以处理。

第十八条 本规定自 年 月 日起施行。

（二十七）涉企网络侵权信息举报指南（2025 年）（深圳市网信办）

（2025/06/09 来源：深圳市互联网违法和不良信息举报中心）

涉企侵权举报受理类型

- （一）混淆企业主体身份的仿冒性信息；
- （二）影响公众公正评判的误导性信息；
- （三）不符合企业客观实际的谣言性信息；
- （四）贬损丑化企业或企业家的侮辱性信息；
- （五）侵害企业家个人隐私的泄密性信息；
- （六）其他恶意干扰企业正常经营发展的信息。

涉企侵权举报要件

- （一）提交能够充分陈述举报事项、阐明举报理由的文字举报；
- （二）提交企业营业执照、组织机构代码证或企业家身份证明等权利主体资格证明材料：如委托举报的，需提供举报代理人身份证明和授权委托书；
- （三）提交举报人姓名、联系方式；
- （四）提交请求采取必要措施的具体网络地址或者足以准确定位侵权内容的相关信息；
- （五）提交能够证明举报内容侵权的初步证据材料；
- （六）提交申明举报真实性、合法性的文字保证。

各类涉企侵权举报详解

（一）仿冒性信息

- 1.在公众账号名称、头像和简介中，违规使用与企业相同或者相似的名称、标识，以及企业家姓名肖像的；
- 2.假借企业或企业家名义发布信息的；
- 3.非法镜像企业官方网站、APP、小程序，或冒用盗用企业官方网站、APP 备案注册信息或其他显著要素特征的；
- 4.其他引发公众混淆企业主体身份的信息。

仿冒性信息举报要件

除企业或企业家和举报代理人身份证明外，原则上不再要求其他证据材料。存在依据身份证明难以识别的特殊情形，可提供的证据材料包括但不限于：

- 1.官方网站备案查询证明；
- 2.官方账号持有证明；
- 3.有关部门颁发的权属证书；
- 4.企业对外公告声明。

（二）误导性信息

- 1.通过增删信息、改变顺序、调整结构等方式，曲解新闻原意的；

- 2.有关部门、新闻媒体等纠正或撤销的过期信息；
- 3.删减旧闻旧事发生时间、地点和处理结果，重新发布的；
- 4.使用与内容严重不符的夸张标题的；
- 5.强调不利事实，回避有利事实，以偏概全的；
- 6.断章取义企业家或企业代表过往言论的；
- 7.片面解读企业财务报表等涉企公开信息的；
- 8.其他引发公众误解误读、公正评判的信息。

误导性信息举报要件

可提供的初步证据材料包括但不限于：

- 1.源发新闻稿件；
- 2.具有新闻采编资质的源发媒体的撤稿函；
- 3.有关部门依职权制作的文书或出具的证明；
- 4.有关部门公开实施的职权行为信息；
- 5.有关部门网上信息公示查询结果；
- 6.企业历史档案记录；
- 7.企业对外公告全文。

（三）谣言性信息

- 1.虚构企业家隐私生活的；
- 2.编造企业违法犯罪或违规生产经营的；
- 3.杜撰企业家或企业员工违法犯罪或道德失范的；
- 4.夸大企业或企业家生产经营困难的；
- 5.歪曲企业或企业家正常生产经营和投资活动的；
- 6.诋毁企业产品服务质量的；
- 7.抹黑企业科技创新能力的；
- 8.其他与企业客观实际情况不符的信息。

谣言性信息举报要件

可提供的初步证据材料包括但不限于：

- 1.权威辟谣信息；
- 2.有关部门依职权制作的文书或出具的证明；
- 3.有关部门公开实施的职权行为信息；
- 4.有关部门网上信息公示查询结果；
- 5.有关部门颁发的专业资质证明；
- 6.具有特定资质的第三方机构出具的证明；
- 7.国家标准、行业标准、团体标准；
- 8.当事双方订立的合同协议。

（四）侮辱性信息

- 1.攻击谩骂企业或企业家的；

2. 涂抹恶搞企业标识或者企业家姓名肖像的；
3. 与色情低俗话题恶意关联的；
4. 散布地域歧视、人群歧视言论，借机对企业、企业家进行污名化或恶意贬损；
5. 其他违反公序良俗丑化企业或企业家的信息。

侮辱性信息举报要件

侮辱性信息举报，除企业或企业家和举报代理人身份证明外原则上不再要求其他证据材料。

（五）泄密性信息

1. 违规披露企业家身份证、护照、社保卡、户籍档案等个人身份信息的；
2. 违规披露企业家医疗健康、家庭住址、电话号码、电子邮箱等个人隐私信息的；
3. 其他法律法规禁止披露的隐私信息。

泄密性信息举报要件

泄密性信息举报，除企业或企业家和举报代理人身份证明外原则上不要求其他证据材料。

（六）恶意干扰企业正常生产经营的信息

1. 以舆论监督、删除负面信息等名义，要挟企业提供赞助投放广告、寻求商业合作等谋取非法利益的；
2. 恶意集纳企业负面信息的；
3. 以谋取非法利益为目的，发布企业负面报道评论的；
4. 蹭炒涉企热点事件进行恶意营销的；
5. 操纵跨平台账号、关联账号或矩阵账号密集发帖恶意攻击企业或企业家，唱衰企业发展前景的；
6. 利用自身信息发布便利，以及技术、流量、影响力优势攻击抹黑竞争对手的；
7. 提供涉企业、企业家虚假不实信息推荐词的。

恶意干扰企业正常生产经营的信息举报要件

提供的初步证据材料包括但不限于：

1. 有关部门依职权制作的文书或出具的证明；
2. 有关部门公开实施的职权行为信息；
3. 企业自行收集的其他证明证据。

二、基金行业新闻舆论工作相关材料

（一）中国证监会新闻工作办法（证监会）

（2025 年施行 中国证券监督管理委员会）

第一章 总则

第一条 为进一步提高证券期货监管工作透明度，强化政务信息公开，加强政策解读，及时回应社会关切，依法保障和促进舆论监督，切实维护社会公众的知情权、参与权和监督权，维护资本市场的公开、公平、公正，营造改革发展的良好舆论环境，制定本办法。

第二条 中国证监会新闻工作以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面准确落实党的新闻舆论工作方针，围绕资本市场改革发展和监管工作，维护市场公开、公平、公正，维护投资者特别是中小投资者合法权益，促进资本市场健康发展。

第三条 本办法所称新闻工作，是指证监会综合运用官方网站、官方新媒体、新闻发布会、政策吹风会、媒体沟通会，以及报刊、广播、电视、互联网等途径，发布政策措施、公开监管信息、表达立场观点、回应社会关切等。

第四条 证监会新闻工作坚持以下工作原则：

（一）坚持正确政治方向原则，坚定宣传党的理论和路线方针政策，坚定宣传中央重大工作部署，坚决同党中央保持高度一致；

（二）公开透明原则，主动、准确、及时发布政策措施、公开监管信息，向市场主体和社会公众公平传播信息；

（三）把握好时度效原则，深化新闻舆论规律认识，把握好新闻宣传时机和节奏、力度和分寸，及时主动回应社会关切；

（四）权责一致原则，坚持“谁监管，谁负责”，将业务工作与新闻工作同研究、同部署、同落实；

（五）形成合力原则，强化各方协作，有效形成工作合力。

第五条 建立健全符合资本市场实际、统筹联动、分层有序的新闻工作机制，证监会加强统筹，各派出机构、会管单位根据职责做好本领域本辖区新闻工作。

第六条 证监会、各派出机构、各会管单位的新闻工作适用本办法。

第二章 证券期货行政监管部门

第七条 证监会依法主动公开各类监管信息。有下列情形之一的，应当及时进行新闻发布：

（一）涉及资本市场规章、规范性文件以及重大改革事项，关系公众和市场切身利益，须向社会通报或公开征求意见的；

（二）社会舆论已经或可能广泛关注的热点事件，属于监管职责范围之内应予以公开说明的；

（三）对已发布或公开征求意见的规章、规范性文件和重大改革事项需进一步阐释说明的；

（四）对监管对象采取重大监管措施、重大案件立案调查以及决定终结调查、作出行政处罚决定的；

（五）组织重要工作会议和重要活动；

（六）资本市场整体运行情况和突发公共事件应对情况，需及时向社会公布的；

（七）其他需及时对外进行新闻发布的事项。

发布规章、规范性文件和重大改革事项，应对具体内容进行解释说明。

第八条 建立和完善重要监管信息以及热点问题发布机制，规范新闻发布制度。根据新闻发布层级、内容和要求，适用不同新闻发布形式。

第九条 建立和完善官方网站、官方微信微博等新闻发布平台，加强官方新媒体矩阵建设，做好运维管理。健全新闻发布会、政策吹风会、媒体通气会等工作机制。

第十条 加强证监会中、英文官方网站建设和管理，方便市场参与各方和社会各界阅读、查询监管政策信息。

第十一条 建设证监会官方微博、微信等新媒体平台，及时发布监管信息，回应社会关切，强化公众互动交流。

第十二条 新闻发布原则上应在非交易时间进行。如召开新闻发布会，原则上应在当周最后一个交易日下午闭市后召开。

第十三条 设证监会新闻发言人职位，新闻发言人的主要职责是：

（一）主持召开新闻发布会，发布有关新闻，回答记者提问；

（二）接受记者采访或参加新闻类访谈节目；

（三）代表中国证监会出席公开的新闻活动；

（四）根据授权，组织和审核新闻发布内容；

（五）其他授权开展的工作。

新闻发言人可列席主席办公会等工作会议，查阅重要文件，了解相关信息。

新闻发言人正式对外发布的新闻，应严格履行报批程序。

第十四条 证监会各派出机构结合辖区实际，完善新闻工作制度机制，主要包括：

（一）就资本市场改革发展和监管工作，主动与当地相关部门、媒体、专家等加强沟通；

（二）做好本辖区新闻发布、投资者教育等工作，根据情况主动开展资本市场重要政策、重大活动解读；

（三）引导本辖区上市公司、行业机构准确解读重要政策；

（四）其他需要开展的工作。

第三章 会管单位

第十五条 证监会各会管单位立足市场组织运营、监管运营、自律服务等职责，切实做好本单位新闻发布、政策解读、媒体专家沟通、投资者教育等工作。根据情况主动开展资本市场重要政策、重大活动解读。

第十六条 证监会各会管单位应建立完善新闻工作制度，设置新闻工作岗位，健全新闻发布、信息公开等机制。根据实际情况举办新闻发布会、政策吹风会、媒体沟通会等，建设官方网站、官方微博微信等信息发布平台，加强平台管理维护。

第十七条 证券期货交易所及登记结算机构应当切实履行与自身市场组织和监管职能相对应的新闻工作职责，真实、准确、及时对外发布新闻，回应社会关切。

第十八条 证券期货交易所及登记结算机构应及时主动发布业务规则、自律措施、业务运行情况等新闻信息。发生突发事件时，应当及时公开答复或澄清说明，并通报事件进展情况。

第十九条 证券期货交易所及登记结算机构收集分析市场运行动态、重大突发事件影响，及时回应社会关切，主动解决实际问题。

第二十条 证券期货交易所及登记结算机构加强与市场各方的沟通交流，做好对资本市场重要政策、重大活动等宣传解读。

第二十一条 各协会应当以促进证券期货行业和上市公司健康发展和维护公平市场原则为指导思想，主动做好新闻工作。

第二十二条 各协会应当根据自律管理工作需要，及时主动发布行业重大政策、自律管理规则及其他需要发布的重要信息。

第二十三条 各协会应当推动会员单位重视自身新闻工作，加强制度机制建设，主动接受新闻监督，及时澄清不实新闻，回应社会关切。

第四章 保障措施

第二十四条 建立健全与新闻发布有关的工作制度。

第二十五条 证监会、各派出机构、各会管单位健全业务工作与新闻工作协调机制，将业务工作与新闻工作同研究、同部署、同落实。

第二十六条 充分保障新闻发言人按照规定开展工作的必要条件、专项经费、合法权益，加强专业培训。

第二十七条 健全领导干部和新闻工作人员的新闻素养培训体系，建立新闻业务培训工作机制。加强证监会系统新闻工作队伍的力量储备。

第二十八条 通过共同举办培训研讨、开展专题调研等方式，加强与媒体沟通，畅通交流渠道。

第二十九条 未经批准或授权，证监会工作人员不得发表所在司局或单位的工作成果，不得擅自发布新闻、接受采访。

第三十条 对于证监会、各派出机构、各会管单位以及上市公司、行业机构在新闻工作中的有益经验、成熟做法，及时总结推广。

第三十一条 违反新闻工作纪律，造成严重后果、产生恶劣影响的，按规定对所在单位相关负责人和直接责任人员严肃处理。造成泄密的，按照有关保密规定处理。

第五章 附则

第三十二条 本办法自印发之日起施行，《中国证监会新闻工作办法》（证监发〔2014〕21号）同时废止。

（二）关于印发《推动公募基金高质量发展行动方案》的通知（证监会）

（2025年5月7日起施行 证监发〔2025〕21号）

中国证监会关于印发《推动公募基金高质量发展行动方案》的通知
中国证监会各派出机构，各交易所，各下属单位，各协会，会内各司局：
现将《推动公募基金高质量发展行动方案》印发给你们，请认真贯彻落实。

中国证监会
2025年5月7日

推动公募基金高质量发展行动方案

近年来，我国公募基金行业在服务实体经济与国家战略、促进资本市场改革发展稳定、满足居民财富管理需求等方面发挥了积极作用，但也暴露出经营理念有偏差、功能发挥不充分、发展结构不均衡、投资者获得感不强等问题。为推动行业加快实现高质量发展，制定本方案。

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，深入贯彻落实党的二十届三中全会、中央经济工作会议、中央金融工作会议、2024年9月26日中央政治局会议以及新“国九条”关于“稳步推进公募基金改革、推动证券基金机构高质量发展、支持中长期资金入市”的决策部署，主要体现以下基本原则：坚持党对金融工作的全面领导，坚定不移走好中国特色金融发展之路，建设符合中国式现代化本质要求的公募基金行业；坚持以强监管、防风险、促进高质量发展为主线，校正行业发展定位，实现功能性和盈利性的有机统一；坚持问题导向、目标导向，切实回应市场关切，推出一系列投资者可感可及的政策举措，解决行业发展及监管制度机制方面存在的突出问题；坚持以投资者为本，督促行业机构牢固树立以投资者最佳利益为核心的经营理念，并贯穿于公司治理、产品发行、投资运作、考核机制等基金运营管理全链条、各环节，恪守“受人之托、忠人之事”的信义义务，实现从重规模向重投资者回报转型；坚持市场化、法治化方向，借鉴国际成熟经验，探索建立符合我国国情、市情的行业发展新模式，力争用三年左右时间，扎实推动各项政策举措落地见效，形成行业高质量发展的“拐点”。

二、优化基金运营模式，建立健全基金公司收入报酬与投资者回报绑定机制

1. **建立与基金业绩表现挂钩的浮动管理费收取机制。**对新设立的主动管理权益类基金大力推行基于业绩比较基准的浮动管理费收取模式，对符合一定持有期要求的投资者，根据其持有期间产品业绩表现确定具体适用管理费率水平。如持有期间产品实际业绩表现符合同期业绩比较基准的，适用基准档费率；明显低于同期业绩比较基准的，适用低档费率；显著超越同期业绩比较基准的，适用升档费率。在未来一年内，引导管理规模居前的行业头部机构

发行此类基金数量不低于其主动管理权益类基金发行数量的 60%；试行一年后，及时开展评估，并予以优化完善，逐步全面推开。

2.强化业绩比较基准的约束作用。制定公募基金业绩比较基准监管指引，明确基金产品业绩比较基准的设定、修改、披露、持续评估及纠偏机制，对基金公司选用业绩比较基准的行为实施严格监管，切实发挥其确定产品定位、明晰投资策略、表征投资风格、衡量产品业绩、约束投资行为的作用。

3.加强透明度建设。修订主动管理权益类基金信息披露模板，强化基金产品业绩表现及管理费分档收取的信息揭示，综合展示产品中长期业绩、业绩比较基准对比、投资者盈亏情况、换手率、产品综合费率水平、管理人实际收取管理费等信息，提升信息披露的可读性、简明度和针对性。

4.稳步降低基金投资者成本。出台《公募基金销售费用管理规定》，合理调降公募基金的认申购费和销售服务费。引导行业机构适时下调大规模指数基金、货币市场基金的管理费率与托管费率。推动降低基金登记结算、指数授权使用、信息披露、审计及法律服务等相关固定费用。

三、完善行业考核评价制度，全面强化长周期考核与激励约束机制

5.改革基金公司绩效考核机制。出台基金公司绩效考核管理规定，要求基金公司全面建立以基金投资收益为核心的考核体系，适当降低规模排名、收入利润等经营性指标的考核权重。基金投资收益指标应当涵盖基金产品业绩和投资者盈亏情况，前者包括基金净值增长率、业绩比较基准对比等指标，后者包括基金利润率、盈利投资者占比等指标。基金公司股东和董事会对公司高管的考核，基金投资收益指标权重不低于 50%；对基金经理的考核，基金产品业绩指标权重不低于 80%。对基金投资收益全面实施长周期考核机制，其中三年以上中长期收益考核权重不低于 80%。

6.强化监管分类评价的引导作用。将投资者盈亏及占比、业绩比较基准对比、权益类基金占比、投研能力评价情况等纳入基金公司评价指标体系。将三年以上中长期业绩、自购旗下权益类基金规模、投资行为稳定性、权益投资增长规模等指标的加分幅度在现有基础上提升 50%。前述指标占“服务投资者能力”的评分权重合计不低于 80%。

7.重塑行业评价评奖业态。修订《公募基金评价业务管理暂行办法》及相关自律规则，构建以五年以上长周期业绩为核心的评价评奖体系，优化基金评价评奖指标，提高投资者盈亏、业绩比较基准对比情况的指标权重，杜绝以短期业绩排名为导向的不合理评价评奖活动。强化监管执法力度，提高评价评奖的专业性与独立性，推动不适格评价评奖机构出清，打击非持牌机构违规开展评价评奖活动。

8.督促行业加大薪酬管理力度。完善证券基金经营机构薪酬管理制度，督促基金公司建立健全与基金投资收益相挂钩的薪酬管理机制。强化基金公司、高管与基金经理的强制跟投比例与锁定期要求。严格落实基金公司高管和关键岗位人员绩效薪酬延期支付制度，对于严重违法违规的责任人员薪酬依法予以追索扣回。对三年以上产品业绩低于业绩比较基准超过 10 个百分点的基金经理，要求其绩效薪酬应当明显下降；对三年以上产品业绩显著超过业绩比较基准的基金经理，可以合理适度提高其绩效薪酬。

四、大力提升公募基金权益投资规模与占比，促进行业功能发挥

9.加强监管引导与制度供给。在基金公司监管分类评价中，显著提升权益类基金相关指标权重，突出权益类基金发展导向，依法强化分类评价结果运用。制定公募基金参与金融衍生品投资指引，更好满足公募基金加强风险管理、稳定投资行为、丰富投资策略等需求。

10.推动权益类基金产品创新发展。积极支持主动管理权益类基金创新发展，研究推出更多与基金业绩挂钩、投资者回报绑定、鼓励长期持有的浮动费率基金产品。大力发展各类场内指数基金，持续丰富符合国家战略和发展导向的主题投资股票指数基金。研究创设专门参与互换便利操作的场外宽基指数基金试点产品。

11.优化权益类基金注册安排。实施股票交易型开放式指数基金（英文简称ETF）快速注册机制，原则上自受理之日起5个工作日内完成注册。对主动管理权益类基金和场外成熟宽基股票指数基金，原则上自受理之日起10个工作日内完成注册。对明确约定最低持股比例要求的混合型基金、债券型基金，原则上自受理之日起15个工作日内完成注册。

12.建立基金销售机构分类评价机制。将权益类基金保有规模及占比、首发产品保有规模及占比、投资者盈亏与持有期限、定投业务规模等纳入评价指标体系。对分类评价结果靠前的基金销售机构，在产品准入、牌照申请、创新业务等方面依法优先考虑。督促基金销售机构完善内部考核激励机制，加大对保有投资者盈亏情况的考核权重。

五、促进行业高质量发展，加快建设一流投资机构

13.完善基金公司治理。修订《证券投资基金管理公司治理准则》，充分发挥国有大股东在公司治理架构中的功能，推动董事会、管理层履职尽责。改革优化基金公司独立董事选聘机制，提升履职专业性与独立性，更好发挥监督作用。防范大股东不当干预与内部人控制。

14.强化核心投研能力建设。建立基金公司投研能力评价指标体系，引导基金公司持续强化人力、系统等资源投入，加快“平台式、一体化、多策略”投研体系建设，支持基金经理团队制管理模式，做大做强投研团队。鼓励基金公司加大对人工智能、大数据等新兴技术的研究应用，支持符合条件的基金公司设立科技及运营服务子公司。支持基金公司依法实施员工持股等长效激励措施，提升核心团队稳定性。

15.提升服务投资者水平。积极推动基金公司着力提高对各类中长期资金的服务能力，研究创设更加适配个人养老金投资的基金产品。启动行业机构投资者直销服务平台正式运行，为机构投资者投资公募基金提供集中式、标准化、自动化的“一站式”数据信息交互服务。出台《证券投资基金投资咨询业务管理办法》《公开募集证券投资基金投资顾问业务管理规定》，促进基金投顾业务规范发展。

16.支持各类基金产品协调发展。修订《公募基金运作管理办法》，完善优化公募基金成立标准、存续条件及退出机制，进一步细化产品分类标准，有序拓展公募基金投资范围和投资策略，提升公募基金运作灵活性。加大含权中低波动型产品、资产配置型产品创设力度，修订完善基金中基金（英文简称FOF）、养老目标基金等产品规则，适配不同风险偏好投资者需求，促进权益投资、固定收益投资协调发展。

17.优化行业发展格局。支持优质头部基金公司业务创新发展，促进资产管理和综合财富管理能力双提升。制定中小基金公司高质量发展示范方案，支持特色化经营、差异化发展。

出台《公募基金运营服务业务管理办法》，推动降低信息技术系统租赁与使用费，助力行业机构降本增效。支持基金公司市场化并购重组，推动严重违规机构依法出清。

18.夯实行业文化根基。建立健全行业文化建设工作评估评价体系，定期开展评估反馈，加大对正面典型的宣传推广。完善从业人员执业操守自律准则，更好发挥行业自律监督作用。定期开展廉洁从业现场检查，强化行业政商“旋转门”综合治理，大力弘扬和践行“五要五不”的中国特色金融文化。

六、守牢风险底线，提升行业发展内在稳定性

19.完善行业多层次流动性风险防控机制。出台公募基金参与互换便利业务操作指引，明确公募基金通过互换便利业务应对流动性风险的业务规范。修订《公募基金风险准备金监督管理办法》，优化行业风险准备金管理制度，根据基金公司分类评价结果与风险状况合理设定计提比例并动态调整，研究拓宽风险准备金投资范围和使用用途。

20.强化对基金长期投资行为的引导。建立常态化逆周期调节机制，根据市场情况动态调整产品注册节奏与进度。强化主题基金注册监管，出台主题基金投资风格监督自律规则，加强对基金投资交易的监测分析与跟踪检验。督导基金公司完善新股定价决策机制，促进合理审慎报价。合理约束单个基金经理管理产品数量和规模，加强对管理规模较大的基金经理持股集中度的监测力度与风险提示。出台公募基金参与上市公司治理规则，助力提升上市公司质量。

21.持续提升行业合规水平。修订《基金经理兼任私募资产管理计划投资经理工作指引》，提高公私募基金经理兼任及业务风险隔离要求。加强对基金公司对外提供投资顾问服务的监管。持续稳妥做好类通道业务清理。从严从重查处泄露分红信息、协助避税、销售环节输送不正当利益等违规行为。督促基金公司强化内部管理，加大追责问责力度。

22.提高行业声誉管理、预期引导能力。督促基金公司完善声誉风险管理机制，强化舆情监测应对，对不实信息、敏感舆情快速回应。坚决落实党中央决策部署，唱响经济光明论，做好宏观经济、社会民生及资本市场领域政策解读和舆论引导，充分发挥行业引导和塑造预期的积极作用。支持基金公司积极维权，用好法律、行政监管等手段，共同打击编造传播虚假信息、敲诈勒索等行为。

七、强化监管执法，将“长牙带刺”落到实处

23.进一步加大法制供给。推动《中华人民共和国证券投资基金法》修订，加强基金公司股东股权、公司治理、基金运作、人员管理、市场退出等重点领域制度供给，丰富监管执法手段，大幅提高违法违规成本。推动加强行政执法与刑事司法衔接，从严打击利用未公开信息交易、内幕交易、操纵市场等严重违法犯罪行为。

24.严格行业机构股权及高管准入要求。严把基金公司、基金销售机构准入关，加强股东资质审核，持续强化对入股主体股权结构、出资来源的穿透核查，严厉打击股权代持、私下转让股权、以非自有资金入股等违规行为。抓紧出台《证券投资基金托管业务管理办法》，提高托管机构准入门槛。完善基金公司高管任职管理制度，提高履职要求，将违法违规的高管依法纳入诚信档案，适用相关禁业要求。

25.强化法规制度执行。建立行业最佳实践分享机制，加大执法标准、典型案例公示力

度。加大跨辖区交叉检查力度，强化技术手段运用，提升问题发现能力。坚持打重打大，统筹采取行政处罚、行政监管措施和自律措施，做到严而有序、严而有效。稳步公开对基金公司及从业人员采取行政监管措施情况。建立严重违法违规行为通报警示教育机制。

（三）基金管理公司声誉风险管理指引（试行）的通知 （基金业协会）

（2022 年 6 月 17 日起施行 中基协字〔2022〕194 号）

各相关机构：

为完善基金管理公司风险管理制度体系，推动建立行业声誉约束机制，维护行业形象和市场稳定，协会根据相关法律法规及自律规则，借鉴境内外监管实践经验，并结合我国基金行业实际，制定了《基金管理公司声誉风险管理指引（试行）》（以下简称《指引（试行）》）。《指引（试行）》经协会第三届理事会审议通过，现予发布。

《指引（试行）》中涉及向协会报送的事项，请以电子邮件的形式发送至 mutualfund@amac.org.cn。

特此通知。

附件：

1. 基金管理公司声誉风险管理指引（试行）
2. 《基金管理公司声誉风险管理指引（试行）》起草说明

中国证券投资基金业协会

2022 年 6 月 17 日

附件 1:

基金管理公司声誉风险管理指引（试行）

第一章 总则

第一条 为引导基金管理公司加强声誉风险管理，完善风险管理体系，防范金融风险，维护市场稳定和行业形象，根据《中华人民共和国证券投资基金法》等法律法规、《证券期货经营机构及其工作人员廉洁从业规定》等中国证监会规定，以及《基金管理公司风险管理指引（试行）-2014.6.24》《公开募集证券投资基金管理人及从业人员职业操守和道德规范指南-2021.8.11》等自律规则，制定本指引。

第二条 本指引所称声誉风险是指因基金管理公司、工作人员行为或外部事件等，导致投资者及社会舆论对基金管理公司负面评价，从而损害其品牌价值，不利于其正常经营，甚至影响到市场稳定和社会稳定的风险。声誉事件是指引发基金管理公司声誉风险的相关行为或事件。重大声誉事件是指造成基金管理公司重大损失、基金行业声誉损害、市场大幅波动、引发系统性风险或影响社会经济秩序稳定的声誉事件。

第三条 基金管理公司应将声誉风险管理纳入全面风险管理体系，建立健全声誉风险管理制度和机制，有效防范和控制声誉风险，妥善处置声誉事件，减少对投资者造成的损失和对行业造成的负面影响。

第四条 基金管理公司应培育全体工作人员声誉风险意识，要求全体工作人员主动维护、巩固和提升公司声誉。

第五条 基金管理公司声誉风险管理应遵循以下基本原则：

（一）全面性原则。基金管理公司的声誉风险管理应覆盖各部门、分支机构及子公司和全体工作人员，贯穿决策、执行、监督、反馈等各个环节。

（二）审慎性原则。基金管理公司应审慎评估、判断、分析声誉风险，妥善处置声誉事件。

（三）及时有效原则。基金管理公司应主动识别、报告以及防范声誉风险，建立及时高效的声誉事件处置机制，及时修复公司受损声誉。

（四）匹配性原则。基金管理公司应进行多层次、差异化的声誉风险管理，与自身规模、经营状况、风险状况及系统重要性相匹配，并结合外部环境和内部管理变化适时调整。

（五）前瞻性原则。基金管理公司应坚持预防为主的声誉风险管理理念，定期对声誉风险管理情况及潜在风险进行排查、判断，提升声誉风险预见性。

第六条 中国证券投资基金业协会（以下简称协会）对基金行业声誉风险管理工作进行指导。基金管理公司应配合协会推进开展声誉风险管理的行业协作，建立行业整体联动机制，加强各方沟通，共同提升行业声誉风险管理水平。

第二章 声誉风险管理职责

第七条 基金管理公司应建立声誉风险管理组织架构，明确董事会、管理层、各部门、分支机构及子公司和相关工作人员在声誉风险管理工作中的职责分工。

第八条 基金管理公司董事会应承担声誉风险管理的最终责任，并履行以下职责：（一）

确定声誉风险管理的总体目标和原则，审议批准声誉风险管理制度；（二）当公司出现重大声誉风险事件时，对公司管理层应承担的责任进行评估，根据评估情况做出相应的问责处理；（三）公司章程规定的其他声誉风险管理职责。基金管理公司董事会可以授权专门委员会履行声誉风险管理和监督职责。

第九条 基金管理公司管理层应对声誉风险管理承担直接责任，并履行以下职责：（一）根据董事会的声誉风险管理战略，建立健全声誉风险管理机制，确保声誉风险管理制度全面、有效执行；（二）配备充足的与公司战略目标、业务特点、产品或投资组合规模相适应的声誉风险管理资源；（三）评估公司在重大经营管理决策或活动、重大外部事件中的声誉风险，并确定应对预案；（四）推进公司声誉风险管理文化建设；（五）声誉风险管理的其他职责。

第十条 基金管理公司应建立或指定专门部门或团队开展声誉风险管理工作，并指定一名高级管理人员牵头负责。该专门部门或团队应履行以下职责：（一）拟定公司声誉风险管理制度；（二）组织实施日常声誉风险舆情监测和评估，核查、研判声誉风险，提出舆情应对方案；（三）梳理、评估、报告、处置公司声誉事件；（四）监督、指导、协调其他部门、分支机构和子公司落实公司声誉风险管理制度和机制，并对薄弱环节提出相应解决方案；（五）负责对外发布与公司声誉风险相关的日常信息，维护和管理媒体关系；（六）统筹开展声誉风险相关培训工作；（七）管理层指定的其他声誉风险管理工作。基金管理公司应保障牵头负责声誉风险管理工作的高级管理人员有能够充分履职所必需的知情权及资源配置。

第十一条 基金管理公司各部门、分支机构及子公司在其运营过程中应强化自身行为的管控，建立声誉风险防控第一道防线，配合声誉风险管理部门开展声誉风险管理工作，并履行以下职责：（一）充分落实公司声誉风险管理制度，主动识别、防范公司经营过程中的声誉风险；（二）参与声誉风险排查和评估工作，向声誉风险管理部门或团队报告运营过程中发现的声誉风险情况，并对相关声誉事件提出处置方案建议，并积极配合、参与处置声誉事件；（三）相关负责人应推动其管理的工作人员提升声誉风险意识，督促、提醒工作人员认真履行声誉风险管理职责，发现问题及时要求相关人员进行整改；（四）基金管理公司境外控股子公司应结合所在地区法律法规、文化习俗等开展声誉风险管理，维护和提升公司国际形象；（五）其他声誉风险管理相关配合与执行等职责。

第十二条 基金管理公司应设置或指定新闻发言人。新闻发言人应具备较高政治素质、专业素质，善于沟通、熟悉公司业务和经营情况，拥有突发事件处置经验。新闻发言人根据公司需求应履行以下职责：（一）针对新闻媒体和公众关注的公司重大事项、重要活动及经营管理行为，阐述公司观点和立场；（二）澄清虚假、不实和不完整信息，为公司和行业发展营造客观、良好的舆论环境；（三）其他新闻发布职责。

第十三条 基金管理公司工作人员应在自身执业过程中勤勉尽责，严格遵守法律法规、中国证监会规定以及自律规则，恪守廉洁从业规定、职业道德规范以及公司制度，自觉维护投资者、公司的合法利益，不得有损害公司和行业声誉的行为和言论。

第三章 声誉风险管理制度和机制

第十四条 基金管理公司应制定并持续完善符合其战略目标、业务特点、产品或投资组合规模的声誉风险管理制度，明确目标和原则、组织架构和职责分工、管理流程、工作人员

行为规范及其他利于防范、管理声誉风险的要求。

第十五条 基金管理公司应建立健全对外发布与公司声誉风险相关的信息流程。基金管理公司应推进官方宣传平台建设，运用多种媒介形式推动公司正面、客观信息的主动传播。

第十六条 基金管理公司应确定声誉风险来源，收集和识别相关内外部信息，可以重点关注以下方面：（一）股权结构变动，战略规划、公司治理目标调整；（二）股东及其关联方声誉事件；（三）营销和媒体推广方案实施；（四）内部控制设计、执行及信息系统的重大缺陷；（五）第三方合作机构自身的违法违规行为或服务质量问题；（六）投资者投诉及其涉及公司的不当言论或行为；（七）高级管理人员及核心工作人员变动；（八）工作人员违反业务规范、廉洁从业规定、职业道德规范等的不当行为或言论；（九）司法性事件及监管调查、处罚等；（十）新闻媒体的报道或网络舆情；（十一）他人通过仿冒公司名称、商标、网址等行为从事非法活动；（十二）其他可能引发声誉风险的重要因素。

第十七条 基金管理公司应结合自身实际情况建立声誉风险舆情监测和分析评估机制，密切关注流动性风险、市场风险、信用风险、操作风险、法律风险和合规风险等其他风险与声誉风险的交互影响和转化，主动识别声誉风险事件。基金管理公司可通过情景分析或其他手段分析评估声誉事件发生的可能性及其对公司业务和声誉的影响程度。必要时，基金管理公司可聘请第三方机构进行舆情监测和风险评估。基金管理公司对于评估出可化解或在公司风险偏好容忍度内的声誉风险可以通过加强预警、定期检查等方式进行控制和缓释；对于评估出短期内难以完全消除影响的声誉风险，应制定分步化解风险的具体方案，视实际情况动态调整。

第十八条 基金管理公司应根据分级分类结果科学、灵活应对处置声誉风险，包括以下措施：（一）核实引发声誉事件的主客观原因，分析判断公司的责任、影响范围，实时关注分析舆情；（二）根据声誉事件具体情况，明确相应的职责、处置流程和报告路径；（三）检视其他业务、宣传策略等与声誉事件的关联性，防止声誉事件升级或出现次生风险；（四）采取适当的方式适时对投资者等利益相关方或社会公众披露相关信息，澄清事实情况，回应社会关切；（五）对违反职业道德、违法违规经营等引发声誉事件的，根据情节轻重进行追责，并视情况公开，展现真诚、有担当的社会形象；（六）及时开展声誉恢复工作，加大正面宣传，介绍针对声誉事件的改进措施，降低声誉事件的负面影响；（七）对恶意损害公司声誉的行为，依法采取措施维护自身合法权益；（八）其他必要的措施。

第十九条 基金管理公司应建立工作人员声誉管理机制，防范和管理工作人员引发的声誉风险，包括但不限于：（一）制定工作人员声誉管理制度规范，明确工作人员需要遵循业务规范、廉洁从业规定、职业道德规范、个人行为规范以及对外沟通原则；（二）加强工作人员使用社交平台、自媒体等网络媒介行为管理，要求工作人员不得泄露行业及公司工作秘密，不得制造和传播违反社会公序良俗或不实的信息，不得发布有损行业声誉和市场正常交易秩序的不当言论；（三）明确工作人员声誉管理的专门部门或团队，其他部门应根据工作人员声誉管理的职责分工，配合牵头部门进行声誉风险监测、识别、记录、处理和报告；（四）将工作人员声誉情况纳入人事管理体系，在进行人员招聘和后续工作人员管理、考核、晋升等情形时，应对工作人员的历史声誉情况予以考察评估，并作为重要判断依据。

第二十条 基金管理公司应建立健全声誉风险管理的工作考核及责任追究机制，对引发声誉风险、不当处置声誉事件的部门或工作人员进行问责，对相关问题的改进情况进行跟踪评价。将声誉风险的处置情况纳入高级管理人员、各部门和分支机构及其工作人员的绩效考核范围。

第二十一条 基金管理公司应保存声誉风险事件情况、对措施、处理结果等信息，相关信息保存期限应不少于五年。

第四章 自律管理

第二十二条 基金管理公司在重大声誉事件或可能引发重大声誉事件的行为发生后，应在十个工作日内，向协会报告事件主要情况、应对措施及处理结果。如因客观原因无法提交的，应在十个工作日内向协会报告其原因，并在处理结果形成后的三个工作日内另行向协会报告。由于新闻媒体的报道或网络言论而引发的声誉风险，基金管理公司或其工作人员认为不实的，可以向协会提交能够证明自身没有过错或责任的书面说明及相关证据材料。

第二十三条 协会可通过现场或非现场等方式对基金管理公司执行本指引的情况进行评估、检查。

第二十四条 基金管理公司或工作人员违反本指引的，或对声誉事件处置不力，影响行业整体声誉和形象的，协会可以视情节轻重，对其采取谈话提醒、书面警示、要求限期改正、行业内谴责、公开谴责、暂停受理或办理相关业务、要求参加合规教育、认定为不适合从事相关业务等自律管理措施或纪律处分。工作人员因个人原因违反本指引造成声誉风险的，有证据证明基金管理公司已切实履行本指引关于工作人员声誉风险管理机制的要求并妥善处理的，可免于对基金管理公司采取自律管理措施或纪律处分。工作人员积极配合调查，主动自查自纠或者主动采取措施消除、减轻声誉风险造成的不良影响的，可对其从轻或免于采取自律管理措施或纪律处分。

第五章 附则

第二十五条 工作人员是指以公司名义展业的人员，包括与公司建立劳动关系的正式员工、劳务派遣员工等。

第二十六条 其他公开募集证券投资基金管理人参照本指引执行。金融监管部门及其他行业自律组织已有规定的，从其规定。基金管理公司应根据需要参照本指引，对外包、借调等人员进行声誉风险管理。

第二十七条 本指引由中国证券投资基金业协会负责解释、修订。

第二十八条 本指引自发布之日起施行。

附件 2:

《基金管理公司声誉风险管理指引（试行）》起草说明

为完善基金管理公司风险管理制度体系，保护投资者合法权益，维护市场稳定和行业形象，中国证券投资基金业协会（以下简称协会）根据相关法律法规及自律规则，借鉴境内外监管实践经验，结合我国基金行业实际，起草了《基金管理公司声誉风险管理指引（试行）》（以下简称《指引（试行）》），现将起草情况说明如下：

一、起草原则

一是**借鉴其他金融业经验，充分考虑行业实践**。在比较分析银行、保险、证券等行业声誉风险相关监管规定及自律规则的基础上，结合基金行业发展实际情况，完善声誉风险管理制度、机制体系；二是**提高及时性、有效性，落实各级组织责任**。明确协会职责，强化基金管理公司各级组织及其工作人员的声誉风险管理职责和义务，督促其及时有效落实指引要求；三是**坚持问题导向，健全工作机制**。根据近年来基金管理公司在声誉风险管理方面的问题、困难以及行业自律经验，完善声誉风险监测、评估、应对处置等机制，明确行业协会及自律管理措施。

二、主要内容

《指引（试行）》共计 28 条，分为 5 个章节，具体内容如下：

第一章“总则”为第一条至第六条，明确声誉风险定义和管理目标。声誉风险是指因基金管理公司、工作人员行为、言论或外部事件等，导致投资者及社会舆论对基金管理公司负面评价，从而损害其品牌价值，不利于其正常经营，甚至影响到市场稳定和社会稳定的风险；声誉风险管理目标是落实各方职责义务、培育员工声誉风险意识，并将声誉风险管理纳入全面风险管理体系，主动防范和控制声誉风险，妥善处置声誉事件。

第二章“声誉风险管理职责”为第七条至第十三条，明确声誉风险管理整体框架以及各级组织责任。基金管理公司应当建立健全声誉风险管理组织架构，明确董事会、管理层、各部门及分支机构责任和义务；基金管理公司应当设立或指定专门部门、团队开展声誉风险管理工作，并由一名高级管理人员牵头负责。

第三章“声誉风险管理制度和机制”为第十四条至第二十一条，明确声誉风险管理制度和机制。要求基金管理公司建立声誉风险管理制度以及相关机制，并明确具体要求。基金管理公司应当建立健全声誉风险管理制度并指定新闻发言人，应当完善新闻工作、舆情监测和分析、评估、追责以及信息保存机制。

第四章“自律管理”为第二十二条至二十四条，明确自律管理事项。要求基金管理公司在重大声誉事件行为发生后，应履行报告义务；明确协会可通过现场或非现场等方式对基金管理公司执行本指引的情况进行评估、检查；规定基金管理公司或工作人员违反规定的，协会将视情况采取自律管理措施或纪律处分。

第五章“附则”为第二十五条至二十八条，明确工作人员定义，是指以公司名义展业的人员，包括与公司建立劳动关系的正式员工、劳务派遣员工等；明确其他公开募集证券投资基金管理人参照本指引执行，金融监管部门及其他行业自律组织已有规定的，从其规定；明确基金管理公司应根据需要参照本指引，对外包、借调等人员进行声誉风险管理。

三、“清朗”系列专项行动相关资料

（一）中央网信办举报中心积极维护“拟上市企业”网络合法权益

（2023/03/24 来源：中国网信网）

为优化企业营商环境，中央网信办举报中心以“拟上市企业”为试点，开展涉企网络侵权举报线下快速受理处置通道工作，依法依规协助处置了一批侵犯“拟上市企业”网络合法权益的虚假不实信息，为企业健康规范发展积极营造良好网上舆论环境。

针对一些企业因虚假不实信息影响上市融资的突出问题，举报中心深入摸排情况，明确受理重点，聚焦捏造事实、主观臆断、歪曲解读、恶意关联、蓄意炒作、翻炒旧闻等6大类虚假不实信息，积极受理企业举报。结合涉企举报政策性强、时效要求高的特点，着力创新工作思路，拓宽举报渠道，优化工作流程，靠前指导、主动服务，帮助企业了解政策，依法维权。同时，采取专人负责、优先办理、全程跟踪、限时办结等工作措施，切实提高受理处置时效，有力维护了“拟上市企业”网络合法权益。

举报中心相关负责人表示，当前，网上编造传播涉企虚假不实信息的情况时有发生，侵害企业家名誉，损害企业品牌形象，影响企业正常生产经营活动。2022年，举报中心累计受理涉企网络侵权举报约8.2万条，处置有效举报约2.3万条。下一步，举报中心将巩固试点工作经验做法，逐步扩大涉企举报快速通道覆盖范围，适时开通线上涉企网络举报工作专区，不断提升涉企举报工作质量和水平，切实维护保障各类企业网络合法权益。

（二）中央网信办召开优化营商环境网络环境企业座谈会 （2023）

（2023/06/01 来源：中国网信网）

5月31日，中央网信办召开专题座谈会，学习贯彻习近平总书记关于优化营商环境的重要指示批示精神，听取部分企业代表对优化营商环境网络环境的意见建议。中央网信办副主任、国家网信办副主任牛一兵出席会议并讲话。

会议指出，党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视优化营商环境，习近平总书记先后作出一系列重要论述，要求营造市场化、法治化、国际化一流营商环境。要深入学习贯彻习近平总书记重要指示批示精神，贯彻落实中央经济工作会议精神，优化营商环境网络环境，保护企业网络合法权益。

会议强调，优化营商环境是保障产业链供应链稳定，维护国家产业和经济安全，保持和提升国际核心竞争力，推动经济健康发展的迫切需要。要准确把握当前营商网络环境存在的主要问题，全面客观分析涉企虚假不实信息和侵犯企业家权益信息等问题成因，切实解决困扰企业和企业家的网上有害信息，着力优化营商环境网络环境。要正确对待新闻舆论监督和网民社会监督。

会议要求，要进一步加强网络侵权举报受理，拓宽举报受理方式，开设线上涉企举报专区，降低企业举报难度。要进一步提升举报处置效果，指导网站平台完善分级分类网络侵权举报处置举措，检查网站平台对转交转办网络侵权举报受理处置情况，推动网站平台向社会公示网络侵权举报受理处置结果。要进一步加强问题账号等的管理，从严处置恶意首发、胁迫企业开展商业合作的账号，严厉打击雇佣网络水军对企业进行诋毁、抹黑等行为。要进一步加大宣传、辟谣和曝光力度，加强正面宣传引导，强化辟谣信息发布，持续曝光情节严重、影响恶劣的典型案例。

座谈会上，中国电科、东方航空、迈瑞医疗、伊利集团等10家企业负责人围绕进一步优化营商环境网络环境发言，中央网信办相关局（中心）负责同志参加会议。

（三）“清朗·优化营商环境 保护企业合法权益”

专项行动查处一批典型案例

（2023/08/01 来源：中国网信网）

近期，国家网信办深入推进“清朗·优化营商环境 保护企业合法权益”专项行动，部署指导地方网信办积极受理处置涉企业、企业家的不法信息，督促微信、微博、抖音等网络平台快速核查处置涉企投诉举报。截至目前，重点网络平台清理涉企虚假不实等信息 8.6 万余条，依法依规处置账号 8425 个。

1.坚决查处恶意集纳炒作企业负面信息、谋求非法利益问题。部分账号恶意集纳企业过往负面信息，有的非法从事互联网新闻信息服务，以发新闻稿为由谋求商业合作，有的发布涉企负面信息后以删帖、消除影响为由索要财物。对此，网信部门高度重视，鼓励支持受害企业提供线索、反映情况，做到发现一起、查处一起。针对“全球电动车联盟”“电动车联盟网”“电动车 717”“铨枪”“铨枪财经”等账号持续发布并集纳电动车企业、金融机构等负面信息，要挟相关企业与其开展高额商业合作的问题，网信部门依法严肃查处，对涉及的账号均予以关闭，并将部分账号主体纳入平台黑名单。

2.严厉打击散布涉企虚假不实信息问题。部分账号持续捏造事实、传播不实报道、恶意将行业负面信息与业内某一企业进行关联炒作，或以“爱国”为幌子编造涉企谣言信息。对此，指导督促网络平台严格落实信息内容管理主体责任，健全信息内容审核机制，加强信息内容审核把关，严防账号蹭热点、造谣传谣等恶意传播行为。查处“拉上窗帘”“网易航空”“基建不倒翁”“谭祖亮科技”“彘蔚”等账号捏造、传播虚假不实信息，恶意抹黑攻击国产大飞机 C919 等违规行为，以及“新铁流”“铁君”“后视镜里 de 未来”“航空微读”等账号蹭炒涉企热点事件、传播涉企不实信息的问题。对涉及的账号，采取禁言、关闭等处置措施。

3.集中查处假冒仿冒他人企业名称等问题。部分账号在名称、头像、简介等信息中，违规使用与他人企业相同或相似的名称标识或知名企业家姓名肖像，极易误导公众，侵犯相关企业、企业家合法权益。对此，督促网络平台严格落实《互联网用户账号信息管理规定》，强化名称、头像等账号信息审核，加大排查和整治力度，集中处置假冒仿冒“国家电力投资集团”“中国烟草”“中国化工”“华润集团”“中国船舶”“国家电网”“交大家教”等账号 2800 余个，集中处置假冒仿冒企业内设部门“瑞幸咖啡加盟部”“小天鹅美的洗衣机直营部”“广交会预定部”等账号 750 个，以及盗用知名企业家肖像注册的账号 530 个。

4.全面整治虚构企业家私生活话题、炒作企业家个人隐私问题。部分账号为博眼球、赚粉丝、吸流量，热衷炒作所谓企业家的情感经历、婚姻故事、家庭成员和个人健康等话题，严重侵犯企业家个人隐私。对此，要求网络平台加强巡查力度，集中整治涉企业家个人隐私的话题，并清理相关信息。重点查处“嘉美化妆”“霍小兵”“土豆丝”等账号持续炒作企业家婚姻史、家庭成员信息等行为，以及虚构企业家私生活话题、炒作企业家个人隐私的“铸帝”“逛街小蘑菇”等账号。此外，对散布可开展负面舆情公关、有偿删帖等涉企网络黑公

关、黑灰产信息的“明明不明事理”“我爱吃玉竹”等一批账号予以关闭。

5.集中处置传播带有地域歧视、人群歧视等标签式、污名化信息的问题。部分账号蹭炒热点事件，关联炒作、泛化抹黑某一地区的企业，带有明显的地域歧视，给相关企业带来负面影响。对此，指导督促网站平台集中处置“随意文章”“创业邦”“健识局”等一批散布地域歧视的账号及其相关信息，并发布社区公告，明确要求不得发布传播带有“XX系”“XX人”等标签式、污名化信息，同时举一反三对存量信息进行自查自纠。

下一步，国家网信办将持续聚焦网上破坏网络营商环境的各类问题，进一步加强涉企信息举报受理，督促网站平台拓宽举报受理渠道，强化问题网站平台和账号管理，为企业聚精会神干事业、心无旁骛谋发展营造良好的网络营商环境。

（四）网信部门公开曝光一批破坏营商网络环境的典型案例

（2023/12/25 来源：中国网信网）

近期，国家网信办根据常态化开展优化营商环境工作安排，持续强化网上涉企信息内容管理，严肃查处一批侵犯企业、企业家合法权益的违法违规行为。现将部分典型案例通报如下。

1. **“消费金融频道”等账号打着“舆论监督”旗号，寻求与企业开展商业合作，谋取非法利益。**今日头条平台账号“消费金融频道”、搜狐平台账号“支付百科”，发布某信息科技企业负面信息，并借此要挟相关企业与其进行高额商业合作，开展所谓“新闻稿营销推广”活动。对涉及的账号，已依法关闭，并将账号主体纳入平台黑名单管理。

2. **“英伦投资客”等账号传播涉企负面不实信息，以删帖、消除影响为由索取公关费。**“英伦投资客”账号主体在微信、微博和知乎等多个平台建立矩阵账号，期间倒灌境外媒体有关某信息技术公司不实信息。在该公司与其沟通信息内容真实性问题时，借机索要数万元公关费。对涉及的账号及转世账号，已依法关闭，并将账号主体纳入平台黑名单管理。

3. **“蔡老板”等账号发布涉企虚假不实信息。**微博平台账号“一个菜两个菜”，抖音平台账号“蔡老板”，微信平台账号“美宴汽车”，发布传播不实信息，对某汽车企业的产品质量、名誉等进行恶意诋毁，并持续蓄意炒作。对涉及的账号，已依法关闭。

4. **“快递哥窦逗”账号故意传播某公司员工刊发的不实信息，恶意集纳企业负面信息。**抖音平台账号“快递哥窦逗”，将某公司员工发布的涉企不实信息制作短视频对外传播，并恶意集纳企业负面信息。当该公司员工删除不实信息后，企业与其交涉要求删除相关短视频时，“快递哥窦逗”账号借机索要删稿费用。对涉及的账号，已依法关闭。

5. **“车透社”等账号发布涉汽车企业负面信息，寻求商业合作。**“车透社”账号主体在今日头条、百度、微博等多个平台建立矩阵账号，通过发布某汽车企业负面信息并向该企业施压，寻求开展商业合作。在遭到拒绝后，持续发布该车企负面信息。对涉及的账号，已依法关闭，并将账号主体纳入平台黑名单管理。

国家网信办相关负责人表示，将保持高压态势，持续整治各类涉企违法违规信息和行为，曝光典型案例，为企业健康发展营造良好营商网络环境。

（五）中央网信办部署开展 2024 年“清朗”

系列专项行动

（2024/03/15 来源：中国网信网）

近年来，中央网信办坚持以清朗网络空间为目标，以人民根本利益为出发点和落脚点，持续开展“清朗”系列专项行动，集中整治网上突出问题乱象，推动网络生态持续向好。2024 年“清朗”系列专项行动将紧紧围绕人民群众的新期待新要求，全面覆盖网上重点领域环节，着力研究破解网络生态新问题新风险，重点开展 10 项整治任务。

1. **“清朗·2024 年春节网络环境整治”专项行动。**春节期间，集中整治 6 方面问题乱象：发布误导性旅游攻略、自导自演有违公序良俗的离奇剧情视频；借热点话题挑起互撕谩骂、煽动群体对立；利用年终盘点、返乡见闻等形式编造不实内容；发布涉色情、赌博、网络水军等违法引流信息；鼓吹炫富拜金、诱导粉丝无底线追星；危害未成年人身心健康等，为广大网民营造积极向上、文明健康的春节网上氛围。

2. **“清朗·优化营商环境—整治涉企侵权信息乱象”专项行动。**重点整治散布传播涉企虚假不实信息，蓄意造谣抹黑企业、企业家，以“舆论监督”名义对企业进行敲诈勒索等问题。督促网站平台加强涉企信息审核管理，及时提醒有关账号主体严格遵守落实法律法规、社区规则和专项行动要求。依法处置问题突出、情节严重的网站平台和账号。

3. **“清朗·打击违法信息外链”专项行动。**坚决打击利用各种“暗号”“套路”发布非法外链，严防通过将用户引流到隐蔽环节或境外网站等形式，发布传输色情、赌博、网络水军等违法信息。督促网站平台持续加大对图形化、符号化等各类引流变形体的识别打击力度，开展跨平台联动，排查处置引流信息指向的黑灰产群组、账号、APP，违法犯罪线索及时移交公安机关。

4. **“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动。**集中整治“自媒体”造热点蹭热点制造“信息陷阱”、无底线吸粉引流牟利等问题。督促网站平台做好涉国内外时事、公共政策、社会事件等领域信息来源标注，AI 生成信息标注以及虚构摆拍内容标注。严格营利权限开通条件，明确审核、认定及处置标准。优化流量分发机制，有效扩大优质信息内容触达范围。

5. **“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动。**重点整治 7 方面突出问题：通过摆拍场景等方式，制作“扮穷”“卖惨”内容博眼球；通过渲染商品“功效”等方式，在直播带货中进行虚假宣传；虚构直播“相亲”嘉宾身份，炒作婚恋话题；主播刻意展示发布“软色情”内容；通过深夜付费直播躲避监管，隐蔽传播低俗色情信息；直播低俗搭讪，实施恶俗 PK 行为，无底线挑战公众审美；在直播时传播虚假科普信息，混淆视听。

6. **“清朗·规范生成合成内容标识”专项行动。**落实《互联网信息服务深度合成管理规定》《生成式人工智能服务管理暂行办法》相关要求，督促生成合成服务提供者、网络信息内容服务平台落实主体责任，规范开展生成合成内容标识，清理未有效标识、易造成公众混淆误认的生成合成信息内容，处置利用生成合成技术制造谣言、营销炒作的违规账号。

7. “**清朗·2024 年暑期未成年人网络环境整治**”专项行动。贯彻落实《未成年人网络保护条例》相关要求，从群众反映强烈的突出问题入手，集中整治在首页首屏、弹窗、热搜等醒目位置呈现涉未成年人不良内容，以手办文具、动漫二创等方式变相发布低俗色情内容，利用密聊软件、加密照片等方式实施网络欺凌、隔空猥亵等突出问题，严管儿童智能设备信息内容安全，防范未成年人网络沉迷，对问题突出平台、机构和账号从严采取处置处罚措施。

8. “**清朗·规范网络语言文字使用**”专项行动。重点整治通过故意使用错字、滥用谐音指代词、编造黑话烂梗、恶意曲解文字含义等方式，传播低俗色情、攻击恶搞、煽动对立等违法不良信息问题。督促短视频、智能编辑工具等平台，优化错别字提示功能，协助用户规范使用语言文字。督促网站平台进一步畅通举报受理渠道，鼓励网民广泛参与，及时处置不规范使用语言文字的违法不良信息。

9. “**清朗·整治违规开展互联网新闻信息服务**”专项行动。集中整治未经批准或超范围提供互联网新闻信息服务，倒卖、出租、出借互联网新闻信息服务许可证，发布传播虚假不实新闻信息等问题。指导督促互联网新闻信息服务单位加强内部管理，提高服务质量，依法依规提供互联网新闻信息服务。压实重点网站平台和应用程序分发平台主体责任，加强对使用“新闻”“报道”等具有新闻属性表述的账号、应用程序的资质审核，从严处置违法违规主体。

10. “**清朗·同城版块信息内容问题整治**”专项行动。重点整治低俗不良营销、网络水军、网络谣言和虚假信息、网络戾气等同城版块多发易发问题。督促网站平台强化日常巡查管理，及时处置违规账号主体，优化信息内容推荐机制，严防根据用户地理位置和兴趣爱好扎堆推送违法不良信息，切实净化同城版块网络生态环境。

中央网信办相关负责人表示，将按照工作计划安排，有力有序推进 2024 年“清朗”系列专项行动，确保整治工作取得扎实成效，为广大网民营造文明健康的网络环境。

（六）关于开展“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动的通知

（2024年4月21日起施行 中央网络安全和信息化委员会办公室）

各省、自治区、直辖市党委网信办，新疆生产建设兵团党委网信办：

按照2024年“清朗”系列专项行动计划安排，中央网信办自即日起，在全国范围内开展为期两个月的“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动。

一、工作目标

贯彻落实习近平总书记关于网络强国的重要思想，深入落实党的二十大精神，通过开展专项行动，遏制“自媒体”摆拍造假风，压缩无底线博流量行为空间，提升“自媒体”发布信息可信度。压紧压实网站平台信息内容管理主体责任，切断“毒流量”吸粉变现利益链，扩大优质信息内容触达范围，营造风清气正网络空间。

二、整治重点

聚焦“自媒体”无底线造热点蹭热点，制造以假乱真、虚实混杂的“信息陷阱”等突出问题，从严整治漠视公共利益、违背公序良俗、扰乱公共秩序，为了流量不择手段、丧失底线的“自媒体”。整治的重点问题如下：

1. 自导自演式造假。摆拍发布涉及国内外时事、社会民生等领域虚假事件信息，弄虚作假欺骗公众，扰乱公共秩序。拼凑剪接网络视频图片，篡改事件发生的时间、地点、人物等要素，以假乱真欺骗公众，侵犯他人合法权益。引用旧闻旧事，未准确完整说明事件全貌，以旧为新欺骗公众，破坏网络生态。

2. 不择手段蹭炒社会热点。假冒热点事件当事人、亲属或者相关人员发布信息，博取网民关注。针对热点事件，以虚构、歪曲等方式炮制事件原因、细节、进展等，发布阴谋论等耸人听闻的信息。操纵矩阵账号散布违法和不良信息，制造虚假热点，浪费公共资源。

3. 以偏概全设置话题。片面选取争议或负面词汇，炮制标题党、震惊体式话题，诱骗公众点击浏览。将极端个例概述为群体现象，以夸张的负面叙事渲染消极情绪。在话题设置上预设狭隘立场，散布偏激言论，挑动群体对立，破坏社会共识。

4. 违背公序良俗制造人设。编造苦情故事制造卖惨人设，打着助农、慈善等旗号，利用公众同情心理骗取关注，牟取利益。迎合低俗需求制造炫富人设，刻意展示金钱堆砌的奢侈生活，借此吸粉引流。挑战公众认知底线制造审丑人设，以装疯卖傻、恶俗行为等进行自我丑化，博取关注。

5. 滥发“新黄色新闻”。运用煽情化表达手法，配以抓人眼球的标题和封面，制作发布要素不全、真假难辨、质量低下、公共价值缺失的信息内容。

三、主要任务

1. 加强重点平台和重点环节管理。短视频和直播平台着重加大对虚假摆拍信息的识别和清理力度，从严处置违背公序良俗制造人设的“自媒体”账号。提供热搜榜单信息服务的平台着重强化拟上榜信息审核，及时处置以偏概全话题。资讯类平台着重清理标题党、要素

欠缺、不具公共价值的“新黄色新闻”。搜索引擎平台不得在搜索结果页面、搜索联想词等，呈现“自媒体”无底线博流量信息。

2.加强“自媒体”账号全流程管理。平台对开通营利权限的账号，应当以身份证件号码等进行真实身份信息认证。加强账号名称等账号信息动态核验，从严审核热点事件发生后新注册及名称变更的账号，发现假冒的一律关闭。严格执行“一人一号、一企两号”账号注册数量规定，对明确告知系小号、实际出镜人为同一人等的，应及时予以处置。

3.加强信息来源标注展示。平台应要求“自媒体”发布涉国内外时事、公共政策、社会事件等相关信息时，必须准确标注信息来源。使用AI等技术生成信息的，必须明确标注技术生成。发布含有虚构、演绎等内容的，必须明确加注虚构标签。平台需在显著位置展示“自媒体”标注的信息来源或标签。

4.完善流量管理措施。健全流量管理规则，对“自媒体”应标未标来源的信息，不得在重点环节呈现。对恶意标注的信息，按虚假信息处置。对疑似无底线博流量的信息，应当预先采取流量限制措施，并视情暂停评论、点赞等互动数据增长。

四、工作要求

1.加强组织领导。各地网信部门要将整治“自媒体”无底线博流量作为一项长期的工作任务，结合本地区实际，指导平台加强对无底线博流量行为的预判、预警、预防，不断完善长效治理措施，加强对“自媒体”教育引导，强化约束和规范。

2.健全违规“自媒体”发现处置曝光机制。督促平台明确无底线博流量行为处置规则，完善流量、营利权限和粉丝数量一体化处罚机制，充分用好警示教育专栏，针对只要流量罔顾网络秩序的“自媒体”，第一时间发现，从严从重处置，及时公布处置结果。

3.健全流量分配机制。督促平台将账号评价情况作为流量分配的重要指标，创新工作举措，对导向正确、内容优质的“自媒体”，积极给予扶持。优化算法模型和推荐机制，有效扩大优质内容触达范围，提升高热信息审核标准，阻断无底线博流量信息传播。

中央网信办秘书局

2024年4月21日

（七）“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动

（2024/07/31 中国网信网）

为督促网络直播平台落实主体责任，强化网络主播行为管理，推动网络直播行业健康有序发展。近日，中央网信办专门印发通知，在全国范围内部署开展为期1个月的“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动。

本次专项行动围绕网络直播领域虚假和低俗乱象，重点整治五类突出问题。一是编造虚假场景人设，无底线带货营销。编造虚假“扶贫”“助农”“患病”等场景，通过“扮穷”“卖惨”诱导网民购买低质伪劣商品。利用未成年人、残障人士、孤寡老人等形象吸粉引流。摆拍编造虚假社会热点，浪费公共资源。二是“伪科普”“伪知识”混淆视听。冒充金融、教育、医疗卫生、司法等领域专业人员，借提供所谓“专业服务”带货卖课，开展不当营销。打着“情感咨询”“婚恋军师”等名义歪曲婚姻观念。三是传播“软色情”信息。直播过程中衣着暴露，刻意展示带有性暗示或性挑逗的动作，言语挑逗，发布“软色情”“擦边”“泛黄”内容，严重破坏直播生态。通过在直播中展示二维码、在评论区发布联系方式或网址链接等形式违规引流，传播违法和不良信息。四是扰乱社会秩序，侵犯他人权益。直播互动中污言秽语，拉踩引战、互相挑衅、攻击谩骂，刻意营造冲突对抗氛围，刺激打赏。追逐、拦截、骚扰他人直播搭讪，扰乱公共秩序。使用侮辱性、暴力性、低俗无底线的惩罚方式博眼球、赚流量，违背社会公序良俗，诱导高额打赏。五是欺骗消费者，销售假冒伪劣商品。炮制虚假粉丝量、浏览量、点赞量和交易量等数据，制造抢单爆款假象。过度渲染商品“功效”，夸大食品、保健用品功能，误导坑害消费者。打着“特供”等旗号销售仿冒假冒商品。

中央网信办有关负责同志强调，各地网信部门要充分认识专项行动重要意义，周密组织部署，全面排查整治，扎实推进落实。通过开展专项行动，督促指导属地网站平台，一是加强网络主播规范管理。强化专业资质认证管理，在金融、教育、医疗卫生、司法等需要较高专业水平的领域，要加强对主播资质核验，并在显著位置展示其服务资质、职业资格、专业背景等认证材料名称，加注所属领域标签，并对无认证资质、假冒专业人士身份开展直播的账号依法依规依约从严处置。二是强化用户行为规范。依法依规依约引导规范网络直播用户文明互动、理性表达。加强评论环节管理，从严处置直播互动环节污言秽语、攻击谩骂等不良行为。引导用户合理消费，避免非理性打赏。三是优化推荐机制。加强算法推荐和流量分配等环节管理，优化流量分配机制。加大优质主播、优质内容流量扶持力度，提升主流价值引领，坚决制止“流量向善”和“劣币驱逐良币”的问题，推动网络直播行业健康有序发展。

（八）“清朗·整治违规开展互联网新闻信息服务”专项行动

（2024/10/03 来源：中国网信网）

为进一步规范互联网新闻信息服务活动,提升主流新闻舆论影响力,营造清朗网络空间,近日,中央网信办印发通知,部署开展为期3个月的“清朗·整治违规开展互联网新闻信息服务”专项行动。

中央网信办有关负责人表示,本次专项行动针对违法违规开展互联网新闻信息服务行为,集中整治五类突出问题。一是编发虚假不实新闻信息,使用与新闻信息内容严重不符的夸张标题,或者恶意篡改、断章取义、拼凑剪辑、合成伪造新闻信息,误导社会公众。二是借舆论监督名义,通过采编、发布、转载、删除新闻信息,干预新闻信息呈现或搜索结果等手段,威胁、要挟他人提供财物、开展商业合作,谋取不正当利益。三是仿冒、假冒新闻网站、报刊社、广播电视机构、通讯社等新闻单位,或者擅自使用“新闻”“报道”等具有新闻属性的名称、标识开设网站平台、注册账号、发布信息。四是未经许可或超越许可范围开展互联网新闻信息采编发布服务、转载服务、传播平台服务。未取得互联网新闻信息采编发布服务资质,违规开展新闻采访、发布新闻信息。五是伪造、倒卖、出租、出借、转让互联网新闻信息服务许可资质。出售、出租或以其他方式委托第三方主体运营互联网新闻信息服务频道等。通过不正当手段、虚假材料等取得互联网新闻信息服务许可。

中央网信办有关负责人强调,各地网信部门要切实提高政治站位,加强对专项行动的组织领导,确保整治工作取得实效。要指导网站平台优化公众账号类别设置,专设“新闻类账号”,并将审核许可资质作为开设新闻类公众账号前置条件。要切实推动“持证亮牌”,通过网站平台、公众账号、应用程序、网络直播等各类形式向社会公众提供互联网新闻信息服务,均应在获批服务形式的显著位置明示主体名称、许可证编号。要督促网站平台优化算法模型和推荐机制,对新闻类账号发布的高质量新闻信息优先推送。要拓宽投诉举报渠道,积极受理、核查处置相关违法违规问题线索,对典型案例公开曝光。

（九）“清朗·规范网络语言文字使用”专项行动

（2024/10/11 来源：中国网信网）

按照 2024 年“清朗”系列专项行动计划安排，为整治网上国家通用语言文字不规范使用乱象，塑造有利于未成年人健康成长的网络环境和育人生态，近日，中央网信办、教育部印发通知，部署开展“清朗·规范网络语言文字使用”专项行动。

专项行动聚焦部分网站平台在热搜榜单、首页首屏、发现精选等重点环节呈现的语言文字不规范、不文明现象，重点整治歪曲音、形、义，编造网络黑话烂梗，滥用隐晦表达等突出问题。

专项行动要求，各地网信、教育部门要强化协同联动，形成依法管理和正面引导合力，坚持问题导向，聚焦群众反映集中的问题，聚焦未成年人等特殊群体权益保护，畅通举报渠道，集中清理不规范、不文明网络语言文字相关信息，严格落实整治任务。鼓励各地结合工作实际，加强语言文字相关法律法规科普宣传，倡导文明用语用字，营造全社会重视和参与的良好氛围。

（十）关于开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动的通知（中央网信办、工信部、公安部、市场监督管理总局）

（2024/11/12 起施行 中央网络安全和信息化委员会办公室 工业和信息化部 公安部
国家市场监督管理总局）

中央网络安全和信息化委员会办公室秘书局、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关于开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动的通知

各省、自治区、直辖市党委网信办、通信管理局、公安厅（局）、市场监管局（厅、委），新疆生产建设兵团党委网信办、公安局、市场监管局：

《关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见》（以下简称《指导意见》）《互联网信息服务算法推荐管理规定》等政策文件印发以来，各部门各地区加强组织推进，网站平台积极落实有关管理要求，算法应用生态日益规范，但仍存在一些需要持续加强治理的典型问题。为进一步深化互联网信息服务算法综合治理，现决定自即日起至 2025 年 2 月 14 日开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动。有关工作方案如下：

一、主要任务

聚焦网民关切，重点整治同质化推送营造“信息茧房”、违规操纵干预榜单炒作热点、盲目追求利益侵害新就业形态劳动者权益、利用算法实施大数据“杀熟”、算法向上向善服务缺失侵害用户合法权益等重点问题，督促企业深入对照自查整改，进一步提升算法安全能力。

1. 深入整治“信息茧房”、诱导沉迷问题。构建“信息茧房”防范机制，提升推送内容多样性丰富性。严禁推送高度同质化内容诱导用户沉迷。不得强制要求用户选择兴趣标签，不得将违法和不良信息记入用户标签并据以推送信息，不得超范围收集用户个人信息用于内容推送。规范设置“不感兴趣”等负反馈功能。

2. 提升榜单透明度打击操纵榜单行为。全面公示热搜榜单算法原理，提升榜单透明度和可解释性。完善榜单日志留存，提高榜单算法原理可验证性。健全水军刷榜、水军账号等违规行为、账号检测识别技术手段，严管不法分子恶意利用榜单排序规则操纵榜单、炒作热点行为。

3. 防范盲目追求利益侵害新就业形态劳动者权益。严防一味压缩配送时间导致配送超时率、交通违章率、事故发生率上升等问题。详细公示时间预估、费用计算、路线规划等算法规则。搭建畅通的申诉渠道，及时受理劳动者因交通管制、交通事故、恶劣天气等不可控因素导致的配送超时等申诉。

4. 严禁利用算法实施大数据“杀熟”。严禁利用用户年龄、职业、消费水平等特征，对相同商品实施差异化定价行为。提升优惠促销透明度，清晰说明优惠券的领取条件、发放

数量和使用规则等内容。客观如实说明优惠券领取失败原因，严禁以“来晚了”“擦肩而过”等提示词掩盖真实原因。

5.增强算法向上向善服务保护网民合法权益。持续优化完善面向未成年人、老年人的算法推荐服务，便利未成年人、老年人获取有益身心健康的信息。建立健全算法在赋能优质内容传播、违法行为识别发现等方面的社会治理应用。持续提升生成合成信息检测识别能力，及时发现处理违法违规生成合成信息。

6.落实算法安全主体责任。健全算法机制机理审核、数据安全的管理制度和技术措施。确保算法的训练数据具有合法来源，及时检测修复代码安全漏洞和算法逻辑缺陷，定期对算法模型的可用性、可控性、可解释性以及数据处理、模型训练、部署运行等环节开展安全评估。

二、工作目标

1.算法导向正确。健全完善正能量优质内容池，优化算法推荐服务机制，积极传播正能量，促进算法应用向上向善；建立健全用于识别违法和不良信息的特征库，积极探索应用于识别违法和不良信息的算法、技术，防范和抵制传播不良信息。不得设置诱导用户沉迷、过度消费等的算法模型。不得利用算法干预信息呈现，实施影响网络舆论或者规避监督管理行为。

2.算法公平公正。不得利用算法实施垄断和不正当竞争行为。保护劳动者合法权益，完善平台订单分配、报酬构成及支付、工作时间、奖惩等相关算法。保护消费者公平交易的权利，不得利用算法在交易价格等条件上实施不合理的差别待遇。

3.算法公开透明。优化检索、排序、推送等规则的透明度和可解释性，预防和减少争议纠纷。以适当方式公示算法推荐服务的基本原理、目的意图、主要运行机制等，确保简单、清晰、可理解。

4.算法自主可控。关闭算法推荐服务的选项操作便捷、功能有效。向用户提供选择或者删除用于算法推荐服务的针对其个人特征的用户标签的功能，便利用户自主选择兴趣领域。

5.算法责任落实。建立健全算法安全管理制度和技术措施。定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等，常态化开展算法安全自评估。算法“应备尽备”，备案信息发生变更的及时办理变更或者注销手续。

三、工作安排

专项行动自即日起至 2025 年 2 月 14 日，具体安排如下：

1.组织企业自查自纠（即日起至 2024 年 12 月 31 日）。通过下发通知、召开专题会议等形式，部署属地重点网站平台对照重点任务，举一反三排查安全风险问题，简单问题立即整改，复杂问题明确整改举措和期限。

2.核验企业自查情况（2025 年 1 月 1 日至 2025 年 1 月 31 日）。积极落实属地管理责任，对照《算法专项治理清单指引》（附件），对企业自查自纠情况进行深入评估。对自查不认真、整改不彻底的企业，及时组织技术力量进行核查并督促整改。

3.深入评估治理成效（2025 年 2 月 14 日前完成）。各地网信部门会同有关部门，总结专项行动实施成效，结合专项行动开展情况，全面评估《指导意见》印发以来的算法治

理举措及取得的积极成效，深入分析难点问题，制定今后一段时期的务实举措。

4.开设举报受理渠道（专项行动期间）。各地网信部门在专项行动期间要及时公开算法问题举报渠道。对网民举报线索进行监测核实，督促存在问题的网站平台及时整改，并向网民反馈整改结果。

四、工作要求

1.抓好组织落实。各地网信部门要发挥统筹协调作用，牵头开展专项行动。加强与属地电信、公安、市场监管等相关部门联动，细化工作分工，压实工作责任。运用好央地各方有效技术支撑力量，积极有效推动各项任务落实，确保取得工作成效。

2.依法依规处置。要依法依规对违反有关法律法规的网站平台进行处置处罚，精准区分违法违规情形、影响、性质，实现宽严相济、过罚相当、有力有效。

3.压实平台责任。要督促相关企业落实算法安全主体责任，认真梳理风险隐患，排查问题漏洞，客观真实反映存在的问题，及时深入开展整改。

4.推动长效治理。要常态化开展算法服务安全风险监测防范工作，及时发现网站平台违规问题线索，并综合运用督促整改、现场检查、处置处罚等措施，提升算法常态化治理水平。

附件：算法专项治理清单指引

中央网络安全和信息化委员会办公室秘书局

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

2024年11月12日

附件：

算法专项治理清单指引

序号	核验项目	核验要点	核验内容
1	信息茧房	用户兴趣选择	1.平台不得强制用户选择兴趣标签，允许用户跳过标签选择页面。
2		用户标签管理	2.平台应提供兴趣标签查看功能，向用户展示用于内容推送的个人兴趣标签。 3.平台应向用户提供用于个性化推荐服务的个人兴趣标签管理功能。 4.平台应向用户提供便捷的关闭算法推荐服务的选项。用户选择关闭后，平台应立即停止算法推荐服务且不影响用户正常使用，不得频繁通过弹窗等方式提醒用户开启。
3		“不感兴趣”功能设置	5.平台应向用户提供“不感兴趣”等功能选项，如“对话题不感兴趣”“对内容质量不满意”“此类内容过多”“重复推荐”等。用户操作后，平台应减少同类内容推送频率。
4		防沉迷举措成效	6.平台应构建用户沉迷防范机制，及时总结相关成效，配合有关部门的监督检查工作。 7.平台应具备针对“信息茧房”“同质化推荐”等网民重点关注问题的防范举措，通过内容去重、打散干预等策略提升推送内容多样性丰富性，及时总结相关成效，配合有关部门的监督检查工作。
5		个人信息权益保障	8.平台应向用户告知用于内容推送的收集处理的个人信息种类，并征得用户同意。
6	热搜榜单	算法规则公示	9.平台应公示榜单排序机制机理，如基本原理、排序依据、主要因素等详细信息，并通过事例予以说明。
7		日志留存核验	10.平台应留存榜单相关网络日志，日志内容包括时间、榜单排名、热度值计算相关数据等信息，配合有关部门的监督检查工作。
8		水军账号识别	11.平台应健全异常账号监测机制，防范违规操纵榜单、控制热搜等现象，总结相关成效，配合有关部门的监督检查工作。
9	新就业形态劳动者权益	算法优化效果	12.平台应统计算法升级后订单超时率、平均配送超时率、交通事故发生率等相关数据，留存相关数据及日志，配合有关部门的监督检查工作。
10		规则透明度	13.平台应公示配送时间预估、路线规划、配送费用计算明细等相关算法机制机理。
11		申诉渠道	14.平台应向用户提供申诉和公众投诉、举报入口，及时处

			理用户反馈。 15.平台应说明申诉处理流程、反馈时间等信息，公开近期申诉成功案例，留存处理日志，配合有关部门的监督检查工作。
12	大数据“杀熟”	差异化定价	16.平台不得存在相同商品不同用户原始定价不一致情况。
13		优惠规则公示	17.平台应说明优惠促销规则，如适用范围、参与条件、特定限制等。 18.对于使用优惠券的场景，平台应说明优惠券发放范围、用户身份限制、发放数量、使用条件等信息。 19.在订单结算页面，平台应展示优惠券、满减规则等优惠明细。
14		优惠券领取失败原因	20.平台应向用户说明优惠券领取失败的真实原因，如领取截止时间、领取要求等。
15	算法向上向善	未成年人保护	21.平台应及时总结防范未成年人网络沉迷、过度消费所采取的优化算法推荐服务措施及成效，配合有关部门的监督检查工作。
16		老年人保护	22.平台应持续优化完善面向老年人的算法推荐服务，便利老年人获取有益身心健康的信息。
17		优化内容生态	23.鼓励平台坚持主流价值导向，利用算法提升优质内容推送、识别违法网络谣言等信息。
18		生成合成信息标识	24.平台应对由自身提供算法的生成合成信息作出显著标识，及时总结检测识别生成合成信息、发现处理违法违规生成合成信息的措施及成效，配合有关部门的监督检查工作。
19	落实算法安全主体责任	算法机制机理审核	25.平台应及时总结建立算法机制机理审核的管理制度和技术的机制及成效，配合有关部门的监督检查工作。
20		算法模型安全评估	26.平台应定期对算法模型开展安全评估，及时总结评估成效，配合有关部门的监督检查工作。
21		数据安全	27.平台应及时总结建立数据安全管理制度和技术措施的机制及成效，配合有关部门的监督检查工作。

（十一）中央网信办召开全国网络举报工作会议暨一体化机制建设推进会

（2024/04/25 来源：中国网信网）

4月25日，中央网信办在重庆召开全国网络举报工作会议暨一体化机制建设推进会。会议总结2023年网络举报经验成效，研究部署2024年重点任务。中央网信办副主任、国家网信办副主任牛一兵出席会议并讲话。

会议指出，加强网络举报工作，是维护网上政治安全、意识形态安全和社会大局稳定的迫切需要，是践行以人民为中心发展理念的必然要求，是营造良好营商网络环境的有效路径，是健全网络综合治理体系的重要内容。过去一年，各级网信举报部门守正创新、开拓进取，持续强化顶层设计、净化网络生态、维护网民权益、深入推动网络举报一体化机制建设，各项工作取得新进展、迈上新台阶。

会议要求，全国网信举报系统要深入学习贯彻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，认真贯彻落实2024年网信工作部署要求，坚持依靠网民与服务网民并重，坚持顶层设计与重点突破并重，坚持举报受理与有效处置并重，强化制度规范、标准程序和检查督办，着力构建统得起来、落得下去的“大举报”工作格局。要突出政治引领抓涉政举报，提升有害信息发现力、研判力和处置力；要突出精准发力抓侵权举报，重点做好涉企侵权举报和涉未成年人、老年人等重点人群侵权举报工作；要突出综合施策抓网络辟谣，充分发挥全国网络辟谣联动机制作用，增强防谣止谣效果；要突出问题导向抓生态举报，督促网站平台规范开展举报工作；要突出靠前服务抓举报宣传，策划开展首届网络举报宣传周活动。

会议强调，全国网信举报系统要强化政治责任，坚决把党中央决策部署落实到网络举报工作的各方面、各环节、全过程；要强化宗旨意识，将网络举报作为践行网上群众路线的有效途径；要强化责任落实，进一步压紧压实属地管理责任和网站平台主体责任；要强化创新突破，以重要领域、关键环节的突破带动整体工作推进提升。

中央网信办相关局（中心），各省（区、市）、新疆生产建设兵团网信办有关负责同志，部分中央重点新闻网站、主要商业网站平台有关负责人参加会议。

（十二）中央网信办召开涉企网络侵权举报工作座谈会（2024）

（2024/04/28 来源：中国网信网）

4月25日，中央网信办召开专题座谈会，贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神和全国两会、中央经济工作会议精神，听取部分企业、网站平台代表和地方网信部门对做好涉企网络侵权举报工作的意见建议。中央网信办副主任、国家网信办副主任牛一兵出席会议并讲话。

会议指出，党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视企业和企业家合法权益保护工作。习近平总书记作出一系列重要论述，要求依法保护企业和企业家合法权益，营造市场化、法治化、国际化一流营商环境。过去一年，中央网信办深入贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神，深入开展“清朗·优化营商环境”系列专项行动，狠抓涉企网络侵权举报工作顶层设计、制度建设、规范制定、渠道畅通等重点任务，取得了积极进展。

会议强调，做好涉企网络侵权举报工作是贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神的重要举措，是新形势下优化营商环境、提振企业和企业家发展信心的迫切需要。要持续加强对涉企网络侵权信息的跟踪研究，深入分析特点成因，着力解决难点问题，不断提高涉企网络侵权举报工作能力水平。

会议要求，要进一步加大涉企网络侵权举报工作力度，要用好涉企侵权举报专区，明确专区标识，完善举报指引，加强案例指导，规范举证要求，帮助企业有效举报。要严格涉企举报监督检查，建立工作台账，压实网站平台举报受理处置主体责任。要完善涉企举报政策措施，深化落实《关于进一步加强网络侵权信息举报工作的指导意见》《网站平台受理处置涉企网络侵权信息举报工作规范》，完善配套政策，出台实施细则。要加大侵权举报宣传力度，曝光典型案例，加强涉企网络侵权举报主题宣传、成效宣传。同时，各网站平台要切实履行主体责任，加强力量配备和资源投入、畅通举报渠道、提高处置效率，要健全制度规范、统一标准尺度、丰富处置措施，要完善社区规则，加大侵权账号惩处力度，加强典型案例、账号公示通报。

座谈会上，中国电科、科大讯飞、比亚迪、商汤科技、小米等企业负责人，腾讯负责人，北京、江苏网信部门负责人作交流发言。中央网信办相关局（中心）负责同志，部分大型商业网站平台负责人参加会议。

（十三）国家网信办集中整治网上金融信息乱象

（2024/12/11 来源：中国网信网）

今年以来，国家网信办深入贯彻落实党中央国务院工作部署，对网上金融信息乱象保持高压严打态势，会同相关部门处置一批在抖音、快手、微博、微信等平台上从事非法荐股、非法金融中介等活动的账号，清理金融领域引流类及诱导性违规信息，加大对无资质从事金融相关业务的网站及账号的处置处罚力度。对从事助贷业务的网站平台，要求其规范营销信息展示和营销功能设置，加强信息风险披露。下一步，国家网信部门将继续加强对网上金融信息乱象的打击整治力度，规范网上金融信息传播秩序，着力维护人民群众财产安全。

网信部门提示，当前非法金融活动呈现形式多样、隐蔽性强的特点，有的打着“拼单团购”“社交电商”“消费返利”“网络兼职”“虚拟养殖”“电子币交易”等旗号开展网络传销活动，有的以“债务重组”“债务优化”为名收取“砍头息”加重债务人负担，有的以“零门槛”“零利息”“到账快”等话术诱导盲目借贷。特别是随着近期资本市场交易活跃度提升，一些账号以“分享炒股技巧”“大佬看盘”“高手指导”为噱头，通过直播、短视频、图文等形式从事非法荐股活动并骗取高额费用，对投资者特别是中小投资者造成财产损失。对此，提醒广大网民树立正确投资理念，增强风险意识，切勿轻信“赚快钱”“一夜暴富”“动动手指就赚钱”“锁定牛股”等渲染高收益、高回报的相关信息，注意辨别验证相关网站平台及账号资质，不参与非法金融活动，谨防个人财产损失。

（十四）“清朗·优化营商环境一整治涉企侵权信息乱象”专项行动公开曝光一批典型案例

（2024/06/08 来源：中国网信网）

近期，国家网信办深入组织开展“清朗·优化营商环境一整治涉企侵权信息乱象”专项行动，指导网站平台加强网上涉企信息内容管理，依法依规处置一批侵犯企业、企业家网络合法权益的违法违规行为。现将部分典型案例通报如下：

1. “墨子商业论”等账号散布谣言信息，恶意诋毁企业形象。微信视频号“墨子商业论”“兆基弟弟”、今日头条账号“老百姓那点事儿”、百家号“一条鱼影评”、微博账号“奶茶甜度超标kk”等，恶意解读某饮用水企业股权结构、产品包装图案，散布虚假信息和极端言论，抹黑诋毁企业形象。涉及的账号已被依法依规关闭。

2. “奇偶派”等账号歪曲解读涉企公开信息，谋取非法利益。某文化传播有限公司在抖音、网易、知乎等多个网站平台上注册“奇偶派”账号，蓄意发布对某信息科技公司年度财务报表进行负面解读的信息，并在该信息科技公司与其沟通信息内容真实性问题时，借机胁迫要求签订商业合作协议。涉及的账号及其“转世”账号已被依法依规关闭，账号主体被纳入平台黑名单管理。

3. “小牛说车”等账号故意夸大歪曲事实，抹黑诋毁企业及其创始人。抖音账号“小牛说车”、懂车帝账号“小牛说车 new”、今日头条账号“黄小牛 new”，为博眼球、吸流量，多次发布短视频，歪曲捏造事实、恶意诋毁某品牌汽车质量和该汽车企业、创始人形象声誉。涉及的账号已被依法依规关闭。

4. “刘步尘”等账号发布虚假不实信息，恶意诋毁企业、企业家形象。微博账号“刘步尘”、抖音账号“我是东爷”、百家号“步尘观察”，发布涉某企业及其高管人员虚假不实信息，并与低俗话题关联。微信视频号“星宇卡车帝”，散布某品牌汽车因发动机存在环保超标问题被强制召回的不实信息。涉及的账号已被依法依规禁言。

5. “橡果商业评论”等账号蹭炒涉企热点，抹黑攻击企业。腾讯新闻账号“橡果商业评论”、网易号“橡果商业”，蹭炒涉企热点，以“独家对话”形式，发布涉企虚假不实信息。微博账号“数码帅姐”“就喜欢跑跑跑”“熊哥爱车”，存在刷帖控评等网络水军行为，恶意抹黑攻击某企业产品。涉及的账号已被依法依规关闭。

（十五）“清朗·优化营商环境一整治涉企侵权信息乱象”专项行动公开曝光第二批典型案例

（2024/07/02 来源：中国网信网）

近期，国家网信办聚焦破坏营商环境突出问题，持续深入开展“清朗·优化营商环境一整治涉企侵权信息乱象”专项行动，依法依规查处一批散布虚假不实信息、谋取非法利益等涉企违法违规账号。现将第二批典型案例通报如下：

1. “王悟空说车”等账号发布虚假不实信息，诋毁企业形象声誉。抖音账号“王悟空说车”、西瓜视频号“王悟空”、小红书账号“是我，王悟空”，为博取眼球、吸引流量，多次歪曲事实诋毁新能源汽车性能，煽动群体对立，并恶意抹黑某汽车企业的产品质量、形象声誉。涉及的账号已被依法依规关闭。

2. “丽尔摩斯”等账号以发布负面信息为名，要挟企业开展商业合作。网易号“丽尔摩斯”、抖音账号“丽尔摩斯·商业探案”等账号运营主体，向某企业发送涉及该企业重大负面信息的“调研函”，在企业与其沟通时，借机胁迫签订商业合作协议。微信公众号“电动车热点”，恶意拼凑内容，发布涉企负面信息，借机要挟企业与其开展商业合作。涉及的账号及其关联账号已被依法依规关闭，账号主体被纳入平台黑名单管理。

3. “晋商俱乐部”等账号发布“标题党”文章，恶意抹黑企业。微信公众号“晋商俱乐部”、微信视频号“晋商纵横”，故意夸大歪曲事实，持续发布涉企负面“标题党”文章和短视频，并恶意解读企业经营策略，抹黑诋毁企业品牌形象。涉及的账号已被依法依规关闭，账号主体被纳入平台黑名单管理。

4. “国际能源网”等账号发布不实信息，干扰企业正常经营。某信息技术公司在抖音、快手、知乎、小红书等9家网站上注册“国际能源网”账号，采用断章取义、片面解读、虚构数据等手法，批量发布涉企不实信息。涉及的账号已被依法依规禁言和暂停营利权限。对涉嫌敲诈勒索的违法犯罪行为，移送公安机关处理。

5. “润谈润语”等账号发布谣言信息，抹黑诋毁企业、企业家形象。小红书账号“润谈润语”，多次发布某公司大幅裁员等谣言信息，恶意抹黑企业经营状况。微博账号“沈颐芯”、东方财富网账号“CelineFeng 冯优偌”，捏造事实，虚构与某企业家的关系，并进行恶意关联炒作，抹黑企业家形象和声誉。上述涉及的账号已被依法依规关闭。

（十六）中央网信办发布 2025 年“清朗”系列专项行动整治重点

（2025/02/21 来源：中国网信网）

近年来，中央网信办持续部署开展“清朗”系列专项行动，集中时间、集中力量打击网上各类乱象问题，从严处置违规平台和账号，取得积极成效，形成有力震慑。2025 年，“清朗”系列专项行动将进一步巩固提升治理成效，聚焦群众反映强烈的突出问题，在破解难点瓶颈方面下功夫，强化源头管理和基础管理；在治理创新方面下功夫，针对性细化每个专项打法举措；在维护网民权益方面下功夫，严厉打击各类侵权违法行为，营造更加清朗有序的网络环境。

重点整治任务主要包括：一是整治春节网络环境，集中打击挑起极端对立、炮制不实信息、宣扬低俗恶俗、鼓吹不良文化、违法活动引流等问题。二是整治“自媒体”发布不实信息，包括发布干扰舆论、误导公众内容，不做信息标注、内容以假乱真问题，缺失资质、提供伪专业信息等问题，规范重点领域信息内容传播。三是整治短视频领域恶意营销，打击虚假摆拍、虚假人设、虚假营销、炒作争议性话题等问题，强化信息来源标注、虚构和演绎标签标注。四是整治 AI 技术滥用乱象，突出 AI 技术管理和信息内容管理，强化生成合成内容标识，打击借 AI 技术生成发布虚假信息、实施网络水军行为等问题，规范 AI 类应用网络生态。五是整治涉企网络“黑嘴”，处置集纳负面信息，造谣抹黑企业和企业家，从事虚假不实测评，诋毁产品质量等问题，进一步优化营商网络环境。六是整治暑期未成年人网络环境，强化涉未成年人不良内容治理，净化儿童智能设备、未成年人模式、未成年人专区等重点环节信息内容，防范线上线下交织风险。七是整治网络直播打赏乱象，打击利用高额返现吸引打赏、情感伪装诱导打赏、低俗内容刺激打赏、未成年人打赏等突出问题，加强直播打赏功能管理。八是整治恶意挑动负面情绪，包括借热点事件等挑起群体极端对立情绪，通过夸大炒作不实信息和负面话题，宣扬恐慌焦虑情绪，借血腥暴力画面挑起网络戾气等问题，严肃查处违规营销号、网络水军和 MCN 机构。

中央网信办相关负责人表示，将有序推进“清朗”系列专项行动各项任务，同时，也会根据实际情况需要增加重点整治内容。将进一步压实各方主体责任，持续净化信息内容、规范功能服务，确保整治工作取得实效，推动网络生态持续向好。

（十七）网信部门严厉打击整治网络水军问题

（2025/01/03 来源：中国网信网）

一段时间以来，网络水军有组织地刷分控评、刷量增粉、刷榜拉票、刷单炒信，严重危害网络生态，有的在社会事件中蹭炒热点、吸引流量，有的利用榜单规则组织冲榜刷评，有的为公众账号、直播间制造虚假人气，有的为商家店铺营造不实口碑，有的通过“养号”为影视作品和娱乐明星刷分控评、制造虚假流量。2024年以来，网信部门持续加大对网络水军打击力度，严肃查处网络水军组织招募、推广引流、刷量控评等问题，协调关闭、下架网站平台400余家，督促重点平台清理违法违规信息482万条，处置账号和商家店铺239万个、群组5.2万个，整治工作取得明显成效。现将部分典型案例通报如下：

1. 下架关闭网络水军网站平台。一些不法分子自行搭建自助下单平台，提供短视频、直播、社交等平台刷评刷赞刷人气服务，并通过网址层层跳转、套用空壳网站等方式试图规避打击。其中，有的诱导用户下单付款后未提供相应服务，存在诈骗问题，有的企图伪装成正常程序在应用商店审核上架，实则提供流量造假服务。目前，网信部门已协调关闭爱**网、买**心等网络水军专门平台，指导应用商店对微**理、星*通等应用程序采取拦截或者下架等处置措施，累计协调关闭、下架相关违法违规网站平台400余家。

2. 整治同质化文案引流炒作问题。近期，有网站平台同质化文案问题频发，多个账号批量发布高度相似帖文、短视频等内容，恶意蹭热引流、挑动对立情绪，有的MCN机构还组织账号批量炒作牟利，严重破坏网络生态。网信部门对问题突出、整改不力的网站平台依法采取行政处罚措施，要求认真排查问题漏洞，从严处置违法违规账号和MCN机构，全面深入开展整改。目前，相关网站平台已按要求完善同质化文案风险模型，提升识别发现能力，对乐**媒、趣**化等1300余家批量操控账号的MCN机构进行清退并禁止重新入驻，取消提现功能权益211家，关闭MCN机构旗下账号9600个。

3. 打击组织招募网络水军人员行为。巡查发现，在社交群组环节，不法分子利用变体形式发布招募信息，组建所谓“赚点零花钱”“助力群”“砍价拉新群”等专门群组，吸引用户进群从事网络水军违法活动。在同城服务版块，部分用户打着招聘“下单员”“客服”“广告投放员”“编辑”等名义招募人员，实则雇佣人手参与刷单控评。在评分评价类平台，有用户发布“影视剧好评”“招种草素人”等内容，招揽影视作品、商品等刷分刷评人员。其中，一些不法分子以“躺赚”“日结”等为噱头添加好友后，要求相关人员缴纳会员费，借机实施诈骗。在网信部门指导下，网站平台主动开展排查清理，依法依规关闭、解散违规账号和群组，并移交违法犯罪线索。

4. 严管刷评刷单涨粉等推广服务。随着打击力度加大，网络水军违法服务推广行为更加隐蔽，有的通过短视频发布二维码引流，声称可以提供涨粉服务，有的在社交平台发帖推销刷单、补量等服务，进而诱导用户私聊联系，有的在电商平台开设店铺，利用“黑话”隐晦推广刷量控评等服务，甚至通过聊天、问答等渠道向用户兜售网络水军违法业务。网信部门已督促网站平台依法依规关闭违规商家店铺和账号，同时指导重点平台加强跨平台线索共

享，联动打击网络水军问题。

5.查处利用新技术新应用实施流量造假。一些网络水军频繁操控机器人账号在话题评论区批量发布信息，借机冲榜刷评，制造热点话题。一些软件工具开发 AI 写作、群控账号、批量存稿等功能一键代发帖文，为网络水军操纵账号、炮制话题提供便利。对此，网信部门已督促网站平台依法依约处置相关违规账号，配合有关部门查处 AI 工具水军团伙，并指导平台提升技术手段，及时拦截处置群控软件和机器人账号，有效防控问题风险。

目前，网信部门已联合多部门建立网络水军长效治理机制，强化行政处罚与刑事打击衔接配合，形成各部门齐抓共管的工作格局。网信部门将会同有关部门持续高压严惩网络水军行为，坚决防范问题反弹反复。同时，欢迎广大网民积极参与监督举报，及时提供问题线索，营造全社会共同抵制网络水军的良好氛围，也提醒网民注意甄别网上兼职招聘信息，避免被欺骗利用充当网络水军，导致人身财产受损。

（十八）实施“持证亮牌”·整治违规行为——国家网信办加强互联网新闻信息服务许可管理

（2025/01/25 来源：中国网信网）

近期，国家网信办深入开展“清朗·整治违规开展互联网新闻信息服务”专项行动，积极推动互联网新闻信息服务单位“持证亮牌”，清理处置一批新闻信息服务领域的违法违规信息和网站、公众账号，着力规范网上新闻信息传播秩序。

国家网信办相关负责人表示，为进一步规范网络传播秩序，提升互联网新闻信息服务辨识度，目前正在推进实施“持证亮牌”工程，对获得许可提供互联网新闻信息服务的公众账号统一增加红“V”标识，并明示服务主体名称、许可证编号和服务类别（见图示）。同时，指导督促互联网新闻信息服务主体在获得许可的网站、应用程序等服务形式上明示许可信息。

专项行动期间，国家网信办依法查处一批违法违规开展互联网新闻信息服务的行为。一是仿冒假冒新闻单位。“中国国际新闻网”“黑龙江在线网”等网站，以及网易号“华夏早报”、西瓜视频号“信息新报”等，仿冒假冒新闻机构，编发虚假不实信息，误导社会公众。二是违规开展“采访”“报道”。某文化传媒有限公司未取得互联网新闻信息服务许可，违规开设“中视生态环保网”，非法招募“记者”，打着新闻单位名义进行所谓“采访”，违规发布新闻信息。三是借舆论监督名义，谋取不正当利益。百家号“房财经”、微博账号“潇湘经略”、微信公众账号“乳韵之家”等，违规开展互联网新闻信息服务，发布涉企负面信息，并借机寻求商业合作或对企业进行敲诈勒索。

国家网信办相关负责人表示，将持续开展互联网新闻信息服务违法违规行为整治，大力营造清朗网络空间。



人民日报

人民日报社

北京

参与、沟通、记录时代。 >

198篇原创内容

视频号：人民日报

361个朋友关注

已关注公众号

发消息

消息

视频号

基础信息

微信号

rmbwx

认证主体

人民日报社 >

认证类型

媒体

媒体类型

互联网新闻信息服务单位

服务单位

人民日报社

持证类型

互联网新闻信息服务许可证
10120180018

服务类别

互联网新闻信息采编发布服务、
传播平台服务

IP属地 ①

北京



新华社

1.12亿 粉丝 3157 关注 4.86亿 转评赞

昨日发博40, 阅读数100万+, 互动数59万

视频累计播放量106.22亿

新华社法人微博

新华社官方微博, 重大新闻权威首发平台。

天蝎座

他有 2320 个好友, 你已经关注他201天了

我关注的@人民日报 等2人也关注了他

更多资料 >



昵称 新华社

备注 设置备注 >

微博认证 新华社法人微博 >

简介 新华社官方微博, 重大新闻权威首发平台。

服务单位 新华通讯社

许可证编号 互联网新闻服务许可证 10120190001

服务类别 采编发布服务



央视新闻

中央广播电视总台央视新闻官方抖音号

95.8亿 获赞 49 关注 1.6亿 粉丝

我用心, 你放心

商品橱窗 3件好物

直播动态 查看历史记录

已关注 私信

作品 1.1万



央视新闻的认证说明

认证详情

服务单位 中央广播电视总台

持证类型 互联网新闻信息服务许可证

证照编号 10120240003

主体类型 机构-新闻媒体

服务类别 采编发布服务、传播平台服务

认证信息 中央广播电视总台央视新闻官方抖音号

137

（十九）关于开展“清朗·整治短视频领域恶意营销乱象”专项行动的通知

（2025 年 4 月 8 日起施行 国家互联网信息办公室）

中央网信办秘书局关于开展“清朗·整治短视频领域恶意营销乱象”专项行动的通知
各省、自治区、直辖市党委网信办，新疆生产建设兵团党委网信办：

为进一步深化短视频恶意营销问题治理，营造清朗网络空间，中央网信办自 4 月 15 日起，开展为期 3 个月的“清朗·整治短视频领域恶意营销乱象”专项行动。

一、工作目标

通过开展专项行动，集中整治短视频领域恶意营销突出问题，从严打击恶意虚假摆拍、散布虚假信息、违背公序良俗、违规引流营销等恶意营销乱象，切实维护网民合法权益，推动短视频行业健康有序发展。

二、整治重点

针对提供短视频服务的网站平台，从深从细全面整治，依法依规处置处罚，持续净化内容生态。重点聚焦以下 4 类问题：

1. 恶意虚假摆拍问题。打造悲惨人设，假冒新就业群体身份，虚构“苦情”戏，利用公众善意卖惨营销。通过自我包装、作秀等手段，编造“社会名流”“成功人士”等虚假人设和情节，虚夸“爽剧”经历，收割流量牟取利益。打着“助农”“扶贫”名义，编造悲情剧本引流敛财。打造低俗恶俗人设，摆拍编造打架斗殴、谩骂吐脏、无底线骚扰等低俗恶俗内容。

2. 散布虚假信息问题。以“剪切拼凑”“断章取义”“故意模糊时间地点”“冒用身份”等方式恶意制造不实信息。编造、夸大渲染家庭矛盾、职场冲突、暴力案事件，制造社会焦虑、网络戾气，挑动群体对立。利用“换脸”“换声”“P 图”等手段编造不实内容。假借“科普”“解读”名义，或假冒、“碰瓷”权威机构、专家学者，恶意编造、散布涉经济、法律、历史、医学等专业领域虚假信息。

3. 违背公序良俗问题。以“户外搭讪”“街头采访”等方式尾随陌生路人进行语言、肢体骚扰，或在互动交流中以“撩妹”“相亲”“求吻”等话题为噱头，诱导受访者口述隐晦色情内容。在短视频标题、配文中故意关联低俗、“软色情”字眼或话题，在短视频内容中突出呈现低俗声音、暴露着装、诱惑动作等，刻意制造性暗示、性挑逗氛围诱导用户低俗互动。

4. 违规引流营销问题。利用“情感交流”“国学文化”“中医养生”“快速致富”等噱头，诱骗老年人等特定群体非理性消费。使用“揭露行业秘密”“曝光行业内幕”“举报行业骗局”“我被行业封杀”等夸张、煽情的“标题党”文案博眼球吸粉引流。打着“网络打假”“维权斗士”等旗号发布虚假“打假”“测评”“探店”内容，误导用户对相关品牌形象、商品质量、服务水平认知。

三、工作要求

1.明确工作重点。要坚持问题导向，聚焦重点整治问题，聚焦网民权益保护，及时发现处置各类反弹反复、隐形变异问题。对重点难点问题要持续督导、一抓到底，确保整治工作取得扎实成效。

2.压实平台责任。督促属地短视频服务平台对照专项行动整治重点，明确审核和处置标准，强化重点环节内容管理，完善标签标注功能，健全算法推荐和流量分配规则，优化营利权限管理，畅通举报渠道，确保专项行动取得实效长效。

3.从严处置处罚。重拳打击短视频恶意营销行为，对存在突出问题的网站平台及账号依法依规从严采取处置措施。及时公开曝光一批典型处置案例，形成有力震慑。

（二十）中央网信办召开全国网络举报工作会议

（2025/04/15 来源：中国网信网）

4月15日，中央网信办在河南郑州召开全国网络举报工作会议。会议回顾总结2024年网络举报工作经验成效，研究部署2025年重点任务。中央网信办副主任、国家网信办副主任杨建文出席会议并讲话，河南省委常委、宣传部部长王崧出席会议并致辞。

会议指出，做好网络举报工作，是贯彻落实习近平总书记重要指示精神、打赢网上意识形态斗争的必然要求，是深入贯彻党的二十届三中全会精神、推进网信领域全面深化改革的重点任务，是坚持以人民为中心的发展思想、保障人民群众合法权益的重要举措，是应对新技术新应用带来的机遇挑战、提高管网治网能力水平的迫切需要。过去一年，各级网信举报部门立足党和国家工作大局，坚持守正创新、狠抓落实，推动网络举报工作取得明显成效。

会议要求，全国网信举报系统要认真落实2025年网信工作基本要求，坚决捍卫网络意识形态安全，切实维护人民群众网络空间合法权益，全面提升各项工作的实效性和影响力，持续推动网络举报工作高质量发展。要突出政治引领，旗帜鲜明，敢于亮剑，时刻保持高度政治敏锐性，增强风险预判预警能力，坚决守牢网络意识形态阵地；要凝聚网络生态举报处置合力，提升涉企网络侵权举报实效，加大涉“开盒”挂人、非法买卖个人信息等违法违规行为举报受理处置力度，积极营造清朗网络生态；要强化综合施策，坚持辟谣与治谣紧密结合，聚焦关键领域加大辟谣力度，擦亮辟谣品牌，强化警示震慑，着力提升网络辟谣工作质效；要坚持因势利导，创新网络举报宣传载体形式，创作推出一批网民喜闻乐见的宣传产品，积极回应网民诉求，全面提升网络举报社会影响。

会议强调，全国网信举报系统要强化举报数据分析运用，感知社会态势，预警潜在风险，为管网治网提供有力工作支撑；要完善举报受理处置工作机制，加强内外资源整合，促进工作协同开展；要构建网络举报工作全流程闭环，解决难点堵点问题，加强日常督导检查，压紧压实工作责任。

会议通报了2024年全国网络举报工作开展情况。中央网信办相关局（中心），各省（区、市）、新疆生产建设兵团网信办有关负责同志，部分中央重点新闻网站、主要商业网站平台有关负责人参加会议。

（二十一）部署开展“清朗·整治 AI 技术滥用”专项行动

（2025/04/30 来源：中国网信网）

为规范 AI 服务和应用，促进行业健康有序发展，保障公民合法权益，近日，中央网信办印发通知，在全国范围内部署开展为期 3 个月的“清朗·整治 AI 技术滥用”专项行动。

中央网信办有关负责人表示，本次专项行动分两个阶段开展。第一阶段强化 AI 技术源头治理，清理整治违规 AI 应用程序，加强 AI 生成合成技术和内容标识管理，推动网站平台提升检测鉴伪能力。第二阶段聚焦利用 AI 技术制作发布谣言、不实信息、色情低俗内容，假冒他人、从事网络水军活动等突出问题，集中清理相关违法不良信息，处置处罚违规账号、MCN 机构和网站平台。

第一阶段重点整治 6 类突出问题：一是**违规 AI 产品**。利用生成式人工智能技术向公众提供内容服务，但未履行大模型备案或登记程序。提供“一键脱衣”等违背法律、伦理的功能。在未经授权同意情况下，克隆、编辑他人声音、人脸等生物特征信息，侵犯他人隐私。二是**传授、售卖违规 AI 产品教程和商品**。传授利用违规 AI 产品伪造换脸视频、换声音频等教程信息。售卖违规“语音合成器”“换脸工具”等商品信息。营销、炒作、推广违规 AI 产品信息。三是**训练语料管理不严**。使用侵犯他人知识产权、隐私权等权益的信息。使用网上爬取的虚假、无效、不实内容。使用非法来源数据。未建立训练语料管理机制，未定期排查清理违规语料。四是**安全管理措施薄弱**。未建立与业务规模相适应的内容审核、意图识别等安全措施。未建立有效的违规账号管理机制。未定期开展安全自评估。社交平台对通过 API 接口接入的 AI 自动回复等服务底数不清、把关不严。五是**未落实内容标识要求**。服务提供者未对深度合成内容添加隐式、显式内容标识，未向使用者提供或提示显式内容标识功能。内容传播平台未开展生成合成内容监测甄别，导致虚假信息误导公众。六是**重点领域安全风险**。已备案 AI 产品提供医疗、金融、未成年人等重点领域问答服务的，未针对性设置行业领域安全审核和控制措施，出现“AI 开处方”“诱导投资”“AI 幻觉”等问题，误导学生、患者，扰乱金融市场秩序。

第二阶段重点整治 7 类突出问题：一是**利用 AI 制作发布谣言**。无中生有、凭空捏造涉时事政治、公共政策、社会民生、国际关系、突发事件等各类谣言信息，或擅自妄测、恶意解读重大方针政策。借突发案事件、灾难事故等，编造、捏造原因、进展、细节等。冒充官方新闻发布会或新闻报道，发布谣言信息。利用 AI 认知偏差生成的内容进行恶意引导。二是**利用 AI 制作发布不实信息**。将无关图文、视频拼凑剪辑，生成虚实混杂、半真半假的信息。模糊修改事件发生的时间、地点、人物等要素，翻炒旧闻。制作发布涉财经、教育、司法、医疗卫生等专业领域的夸大、伪科学等不实内容。借助 AI 算命、AI 占卜等误导欺骗网民，传播迷信思想。三是**利用 AI 制作发布色情低俗内容**。利用 AI 脱衣、AI 绘图等功能生成合成色情内容或他人不雅图片、视频，衣着暴露、搔首弄姿等软色情、二次元擦边形象，或扮丑风等导向不良内容。制作发布血腥暴力场景，人体扭曲变形、超现实怪物等恐怖诡谲

画面。生成合成“小黄文”“荤段子”等性暗示意味明显的小说、帖文、笔记。**四是利用 AI 假冒他人实施侵权违法行为。**通过 AI 换脸、声音克隆等深度伪造技术，假冒专家、企业家、明星等公众人物，欺骗网民，甚至营销牟利。借 AI 对公众人物或历史人物进行恶搞、抹黑、歪曲、异化。利用 AI 冒充亲友，从事网络诈骗等违法活动。不当使用 AI “复活逝者”，滥用逝者信息。**五是利用 AI 从事网络水军活动。**利用 AI 技术“养号”，模拟真人批量注册、运营社交账号。利用 AI 内容农场或 AI 洗稿，批量生成发布低质同质化文案，博取流量。使用 AI 群控软件、社交机器人批量点赞跟帖评论，刷量控评，制造热点话题上榜。**六是 AI 产品服务和应用程序违规。**制作和传播仿冒、套壳 AI 网站和应用程序。AI 应用程序提供违规功能服务，例如创作类工具提供“热搜热榜热点扩写成文”等功能，AI 社交、陪聊软件等提供低俗软色情对话服务等。提供违规 AI 应用程序、生成合成服务或课程的售卖、推广引流等。**七是侵害未成年人权益。**AI 应用程序诱导未成年人沉迷、在未成年人模式下存在影响未成年人身心健康的内容等。

中央网信办有关负责人强调，各地网信部门要充分认识专项行动对于防范 AI 技术滥用风险，维护网民合法权益的重要意义。切实履行属地管理责任，督导网站平台对照专项行动有关要求，健全 AI 生成合成内容审核机制，提升技术检测能力，做好整改落实。加强人工智能相关政策的宣传推广和人工智能素养的科普教育，引导各方正确认识和应用人工智能技术，不断凝聚治理共识。

（二十二）关于开展“清朗·优化营商环境—整治

涉企网络‘黑嘴’”专项行动的通知

（2025年5月21日起施行 中央网络安全和信息化委员会办公室）

各省、自治区、直辖市党委网信办，新疆生产建设兵团党委网信办：

按照2025年“清朗”系列专项行动总体安排，中央网信办决定即日起，在全国范围内启动为期2个月的“清朗·优化营商环境—整治涉企网络‘黑嘴’”专项行动。

一、工作目标

贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平文化思想、习近平总书记关于网络强国的重要思想，落实中央经济工作会议精神、《民营经济促进法》有关要求，通过开展专项行动，集中整治网络“黑嘴”伤企乱象，督促网站平台健全涉企信息内容管理机制，提升涉企网络侵权举报工作质效，着力维护企业和企业家网络合法权益，护航经济高质量发展。

二、工作任务

专项行动聚焦网络“黑嘴”伤企乱象，重点整治四类突出问题。

（一）恶意抹黑诋毁攻击企业问题

1. 诋毁攻击企业产品质量、经营状况，捏造虚假信息抹黑企业声誉，对企业进行恶意投诉。
2. 组织、操纵“网络水军”“黑公关”，联动发布涉企负面信息，恶意攻击企业或企业家。
3. 开展以商养测、以测养商、商测结合的虚假不实测评。涂抹恶搞企业标识，侮辱贬损企业形象。

（二）对企业进行敲诈勒索问题

1. 发布涉企负面信息后，以“删帖”“撤稿”等名义，向企业索取“删稿费”“公关费”。
2. 利用自身话语权和影响力，以“舆论监督”“新闻监督”等名义，要挟企业提供“保护费”。
3. 在企业新品发布、上市、融资等重要时间节点，发布涉企虚假不实信息或负面信息，胁迫企业开展商务合作。

（三）恶意营销炒作问题

1. 恶意集纳企业负面信息，唱衰企业或行业发展前景。
2. 歪曲解读企业股权结构、财务报表、产品包装等涉企公开信息或新闻报道。
3. 翻炒企业旧闻旧事，蹭炒涉企热点事件进行恶意营销。

（四）泄密侵权类问题

1. 在公众账号名称、头像和简介中假冒仿冒企业家姓名肖像，假借企业家名义发布信息，断章取义企业家过往言论。
2. 散布地域歧视、人群歧视言论，对企业家进行污名化或恶意贬损。

3.炒作、泄露企业家个人隐私。以“打假”“维权”等名义，到企业经营场所开展直播、短视频拍摄等活动，干扰企业正常生产经营。

三、工作要求

（一）加强组织领导。提高政治站位，切实增强责任感紧迫感使命感，把专项行动作为一项重要任务来抓。要主动作为、靠前服务，聚焦企业反映强烈、社会关注度高的涉企网络侵权信息问题，加大投诉举报处理处置力度，切实提升企业、企业家获得感和满意度。

（二）压实平台责任。指导督促属地网站平台对照专项行动整治重点，完善涉企信息审核、处置标准，强化热搜热榜等重点环节内容管理，加强财经类公众账号和MCN机构日常管理，健全平台涉企侵权信息投诉举报专区功能设置，细化举报指引，优化工作流程，提升工作质效。

（三）加强宣传引导。加大宣传力度，引导鼓励企业和企业家依法依规维护自身合法权益。做好专项行动新闻宣传，及时通报工作进展和取得成效，回应社会关切。加大惩戒曝光力度，对专项行动期间落实不力、情节恶劣的网站平台和账号，依法从重处罚，并向社会曝光，强化警示震慑。

（四）完善工作机制。要按照《受理处置涉企网络侵权信息工作规范》明确的基本原则、处置内容、证据材料、处置处罚措施、工作流程做好涉企网络侵权信息的受理处置工作。要总结固化优化营商环境网络环境工作成效和工作经验，健全长效工作机制。

●《受理处置涉企网络侵权信息工作规范》全称为《网站平台受理处置涉企网络侵权信息举报工作规范》

（二十三）国家网信办持续深入整治网上

金融信息乱象

（2025/05/24 来源：中国网信网）

近期，国家网信办会同金融管理部门依法处置一批散布资本市场不实信息、开展非法荐股、炒作虚拟货币交易等的账号、网站。现将部分典型案例通报如下：

1. **“爱股票 APP”等账号发布资本市场不实信息。**微博账号“爱股票 APP”、抖音账号“价值发现者”发布转融通、融资融券有关制度安排等不实信息。微信公众号“杰克船长宏观策略”散布有关量化基金监管政策谣言。百度百家号“北熊喵”发布资本市场交易时间调整等虚假信息。涉及的账号已被依法依规关闭。

2. **“侃哥说财经”等账号开展非法荐股。**抖音账号“侃哥说财经”“落叶巅峰”、微信公众号“小海豚大梦想”“风清扬大侠”、微博账号“浪沙淘金侠”“牛遍天下-”、快手账号“财经老韭菜”“金叶子财经”等，通过煽动性或暗示性话语，引导投资者付费加群跟投买入个股、暗示预测个股走势、宣扬买某些股票稳赚不赔，进行非法荐股。涉及的账号已被依法依规关闭。

3. **“火哥聊加密”等账号、网站宣传炒作虚拟货币交易。**微博账号“火哥聊加密”“财经-徐彦文”“阿恩-论币”、知乎账号“00后富二代”等，通过晒群聊信息、收益截图等形式，诱导网民参与虚拟货币交易。pkex、weex、htx 等境内网站平台为境外虚拟货币交易平台提供应用程序下载服务或间接交易服务。涉及的账号、网站已被依法关闭。

4. **“小北呦”等账号散布金融领域黑灰产信息。**小红书账号“小北呦”“三先生”、百度百家号“全国助你贷”“十全九美”等，散布“债务优化”“协商还款”“专业反催收”“全额退保”等话术，虚构成功案例，诱导、教唆金融消费者采用涉嫌违法违规的手段维权，扰乱金融市场正常秩序，侵害金融机构合法权益。涉及的账号已被依法依规关闭。

网信部门在此提醒广大网民树立正确投资理念，增强风险防范意识，加强金融信息辨别，不造谣、不传谣、不信谣，远离非法金融活动，谨防个人财产损失或信息泄露。同时，网信部门将持续保持高压严打态势，也呼吁广大网民积极举报问题线索。

（二十四）关于开展“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动的通知

（2025年7月24日起施行 中央网络安全和信息化委员会办公室）

中央网信办秘书局关于开展“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动的通知

各省、自治区、直辖市党委网信办，新疆生产建设兵团党委网信办：

为持续深入整治“自媒体”发布不实信息乱象，进一步规范“自媒体”信息发布行为，按照2025年“清朗”系列专项行动总体安排，中央网信办决定自7月24日起，在全国范围内启动为期2个月的“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动。

一、工作目标

贯彻落实习近平总书记关于网络强国的重要思想，深入落实党的二十大和二十届三中全会精神，通过开展专项行动，集中整治“自媒体”发布不实信息乱象，从严打击恶意蹭炒误导公众、多种手段歪曲事实、不做标注以假乱真、专业领域信息不实等突出问题，督导网站平台建立健全技术识别发现、信息来源标注和专业资质认证等功能机制，进一步规范“自媒体”运营行为，持续营造清朗网络空间。

二、整治重点

专项行动重点整治四类突出问题：

1. 恶意蹭炒误导公众问题。涉热点舆情或公众人物时，假冒当事人、近亲属等，通过账号名称、简介等方式编造身份，蹭炒热点，混淆视听。涉重大舆情、突发事件时，假冒知情人士，编造起因进展、伤亡人数等，无中生有，干扰舆论。发布财经、军事、外交等重要领域信息时，虚构所谓“权威报道”“一手数据”“深度揭秘”等信息，胡编乱造，误导认知。

2. 多种手段歪曲事实问题。利用人工智能生成合成技术，仿冒他人，或编造社会民生等领域虚假信息，欺骗公众。通过剧情摆拍、拼凑剪辑等方式，编造事件、虚构或夸大情节，引起关注。歪曲解读关乎公共利益的政策方针、法规文件，宣扬“即将取消”“重大变动”等不实信息，制造噱头。对往年社会新闻、政策发布等旧闻旧事摘头去尾，掩盖时间、地点、结果等关键要素，恶意炒作。借助网络黑灰产等渠道，以刷榜打榜买榜方式，通过热搜榜单呈现不实信息，操纵榜单。

3. 不做标注以假乱真问题。对涉及国内外时事、公共政策、社会事件等相关信息，未标注或未准确标注信息来源。以“网传”“网友表示”“来源于互联网”等方式发布信息，模糊标注信息来源，发布无实际依据内容。标注错误信息来源，或矩阵账号互相引用标注，导致公众无法追溯真实来源。以过小字号、隐蔽位置、进度条遮挡等方式标注，刻意弱化标注标识。

4. 专业领域信息不实问题。不进行专业资质认证，或以虚假认证、过期认证方式，冒用财经专家、医生、律师等身份。歪曲解读专业内容，如杜撰或篡改真实案例细节，发布未

经科学验证或明显违背科学常识的信息，将不同的历史人物与事件张冠李戴、篡改史实。借专业知识分享名义，编造同质化文案或虚假故事，借机引流带货。发布教程，教授通过虚假摆拍、蹭热引流等方式打造“网红专家”人设，扰乱传播秩序。

三、工作要求

1.加强组织引导。各地网信部门要提高政治站位，坚持问题导向，督导网站平台聚焦“自媒体”发布不实信息典型问题及各类隐形变异问题，对照专项行动工作要求，举一反三，健全内容审核及账号管理机制，加强“自媒体”教育引导，持续做好违规内容发现处置。

2.健全标注机制。切实优化信息来源标注、人工智能生成合成内容标识等功能设置，在信息发布流程的显著位置提供标注选项，为用户开展相应标注标识提供便利。应标未标的信息，不得进入算法推荐内容池。

3.完善资质认证。按照工作要求，细化优化专业资质认证流程，引导“自媒体”按要求开展专业资质认证，并在保护个人信息的前提下，将资质认证领域、身份等信息向公众展示。健全动态核验机制，确保“自媒体”账号名称信息、主体资质与展示信息、实际运营业务相匹配。

4.强化违规处置。从严规范“自媒体”信息发布流程，畅通用户投诉举报渠道。对首次未按要求认证资质或标注信息来源的账号，及时提示引导。对不经核实，转载发布不实信息的账号，采取站内信警示、短期禁言等处置。对仿冒热点事件当事人，恶意编造财经、医疗等重点领域不实信息等违规情形严重的账号，从严采取长期禁言、关闭账号等处置。

各地网信部门要压实网站平台主体责任，督导其强化制度建设，通过完善负面信息清单、营利权限管理、设置辟谣标签等方式防范不实信息扩散传播。对存在突出问题的网站平台，各地网信部门要依法依规采取处置处罚措施，督促平台做好落查整改。

中央网信办秘书局
2025年7月24日

（二十五）“清朗·优化营商环境—整治涉企网络‘黑嘴’”专项行动公开曝光一批典型案例

（2025/07/02 来源：中国网信网）

近期，国家网信办扎实开展“清朗·优化营商环境—整治涉企网络‘黑嘴’”专项行动，部署地方网信办积极受理处置涉企网络侵权不法行为，督促重点网站平台强化涉企信息内容管理，从严从快处置一批涉企违法违规账号。现将部分典型案例通报如下。

1. “柴怼怼”等账号编造涉企虚假不实信息，恶意诋毁攻击企业。抖音账号“柴怼怼”“怼怼柴”，小红书账号“柴怼怼”等，无事实依据蓄意抹黑某企业的产品质量，恶意诋毁某企业和企业家形象声誉，并借机吸粉引流带货。涉及的账号已被依法依规关闭。

2. “孟栖笔谈”等账号发布涉企负面信息，谋取非法利益。微信公众账号“孟栖笔谈”“辉常观察”，微博账号“-孟永辉-”，百家号“孟永辉”等，长期集纳发布涉企负面不实信息。在企业与其沟通删除不实信息时，要挟开展商务合作。涉及的账号已被依法依规关闭，账号主体被纳入平台黑名单管理。

3. “车说道”等账号蹭炒涉企热点，发布虚假不实信息。懂车帝账号“CHE 车说道”、易车账号“CHE 车说道”、搜狐账号“车说道”等，为博眼球、吸流量，恶意蹭炒智能驾驶、辅助驾驶等汽车行业热点话题，发布某品牌汽车不实信息，捏造人员伤亡事故，虚构法院判决，恶意诋毁企业产品质量。涉及的账号已被依法依规关闭。

4. “物联网咨询室”等账号散布企业商业秘密，传播虚假不实信息。微信公众账号“物联网咨询室”“物联网咨询室号外”为博取流量，长期发布某高科技企业的商业秘密，并恶意传播虚假信息，干扰企业正常生产经营和发展。涉及的账号已被依法依规关闭。

5. “兴德旺业”等账号冒用企业、企业家身份，开展市场营销。微信公众账号“兴德旺业”“杭州娃小哈”，微信视频号“兴德旺业书院”，抖音账号“王少甫-瀚慈”等，在账号名称、简介中假冒仿冒企业名称或假借企业家名义发布信息，开展商业活动。涉及的账号已被依法依规处置，侵权信息已被清理。

（二十六）国家网信办持续深入整治违规开展互联网 新闻信息服务乱象

（2025/09/10 来源：中国网信网）

近期，国家网信办持续加强互联网新闻信息服务管理，规范网上新闻传播秩序，督促网站平台强化新闻信息内容管理，处置一批违法违规账号。现将部分典型案例通报如下：

1.假冒仿冒新闻单位。新浪微博账号“黑龙江新闻观察网”“互联网新闻网”、微信视频号“直播忻州”、百度百家号“上游皖观察”、今日头条号“时代之声”等 1200 余个账号，在名称、头像、简介等账号信息中使用与新闻单位相同或相似内容，违规发布新闻信息。相关账号已被依法依约关闭或禁言。

2.违规开展新闻采编。某文化传媒有限公司未取得互联网新闻信息服务许可，在微信、微博等平台注册“瞭新社”矩阵账号，以“通讯员”“记者”名义进行新闻采访报道，违规开展互联网新闻信息采编发布服务。相关账号已被依法依约关闭。

3.冒用新闻栏目照片。微信公众号“天津百晓圈子”“天津老刘”等 20 余个账号长期发布有关社会突发事件的“标题党”文章，在文中冒用央视“新闻联播”“新闻直播间”等栏目主持人照片，混淆公众视听，扰乱网上传播秩序。相关账号已被依法依约关闭。

4.发布虚假不实信息。“金融界”“中访网”“全球财说”等 46 个公众账号，使用“标题党”、夸张词汇发布涉企虚假不实新闻，集纳企业负面信息，恶意诋毁抹黑企业，干扰企业正常生产经营。相关账号已被依法依约禁言。

网信部门将持续加大违规开展互联网新闻信息服务乱象整治力度，依法从严处置问题突出的平台和账号，大力营造清朗网络空间。

（二十七）最高检发布依法惩治新闻敲诈和假新闻犯罪典型案例

（2024/12/25 来源：中华人民共和国最高人民检察院官网）

最高检发布依法惩治新闻敲诈和假新闻犯罪典型案例 检察机关前三季度办理涉新闻敲诈和假新闻犯罪案件 159 件 423 人

12 月 25 日，最高人民检察院发布 5 起检察机关依法惩治新闻敲诈和假新闻犯罪典型案例，为检察机关依法办理编造虚假新闻实施敲诈勒索、冒充记者实施的新闻敲诈等犯罪案件提供办案参考。

近年来，不法分子通过造谣或收集发布负面信息，以利用网络传播等炒作为要挟，向相关企业索要钱财案件高发频发。今年以来，检察机关深入开展“打假治敲”专项行动、“检察护企”专项行动，重点惩治针对企业实施的敲诈勒索等犯罪，以及为网络敲诈等行为推波助澜的“网络水军”、行业“内鬼”所涉犯罪。2024 年 1 至 9 月，检察机关共办理涉新闻敲诈和假新闻案件 159 件 423 人。

本批典型案例分别为聚焦从严惩治编造虚假新闻实施敲诈勒索的郑某某、依法追诉漏犯等人敲诈勒索案；聚焦依法惩治网络大 V“有偿删帖”型新闻敲诈犯罪的宋某敲诈勒索案；聚焦实质审查“舆情服务协议”性质，依法惩治以“舆情服务协议”为名对企业实施敲诈勒索的朱某某等人敲诈勒索案；聚焦依法惩治新闻记者以舆论监督为名实施敲诈勒索的罗某甲等人敲诈勒索案；聚焦依法惩治冒充记者实施敲诈勒索的刘某甲等人敲诈勒索案。

该批典型案例充分展现了当前涉“新闻敲诈和假新闻”类案件的新特点、新趋势及办理难点。如郑某某等人敲诈勒索案中，拟敲诈企业系知名连锁品牌，案发时正值企业申请上市的关键时期，体现了犯罪对象目标性、时机性较为明确的特点。本次发布的宋某敲诈勒索案、罗某甲等人敲诈勒索案对删帖型敲诈勒索案件办理中如何把握正常新闻舆论监督与假借负面新闻报道实施敲诈勒索等违法犯罪行为的界限作出指引。

最高检普通犯罪检察厅负责人表示，自 2021 年以来，中宣部联合中央网信办、最高法、最高检等 12 个部门，在全国范围内持续深入开展打击新闻敲诈和假新闻专项行动，检察机关持续贯彻落实“打假治敲”方案要求，聚焦重点领域、突出问题惩治统一部署，依法从严打击新闻敲诈和假新闻犯罪，进一步强化协作配合，深挖相关犯罪背后产业链、利益链，并督促主管部门健全机制、完善制度、管住源头，共同推进一体化治理，积极推动构建良好文化传播秩序和法治化营商环境。

关于印发《检察机关依法惩治新闻敲诈和假新闻犯罪典型案例》的通知

各省、自治区、直辖市人民检察院，解放军军事检察院，新疆生产建设兵团人民检察院：

自 2021 年中央宣传部联合中央网信办、最高人民法院、最高人民检察院等 12 个部门组织开展“打击新闻敲诈和假新闻专项行动”以来，全国检察机关积极履行法律监督职能，依法惩治涉新闻敲诈和假新闻等违法犯罪活动，优化新闻传播秩序、净化新闻舆论环境，维护人民群众切身利益。今年以来，全国检察机关将“打假治敲”与“检察护企”相结合，质效办好每一个涉企案件，通过依法惩治涉企敲诈勒索违法犯罪，依法平等保护企业合法权益，推动构建良好文化传播秩序和法治化营商环境。近期，最高人民检察院选编了“郑某某等人敲诈勒索案”等 5 件典型案例。现印发你们，供办案时参考借鉴。

最高人民检察院

2024 年 12 月 6 日

案例一：郑某某等人敲诈勒索案 ——依法追诉漏犯，从严惩治编造虚假新闻实施敲诈勒索

【基本案情】

被告人郑某某，男，无业。

被告人姚某某，女，无业。

被告人胡某某，男，无业。

其他三名被告人基本情况略。

2022 年 10 月下旬，被告人郑某某纠集被告人姚某某、胡某某等五人预谋通过制作负面视频方式敲诈某上市连锁冰激凌与茶饮企业 A 公司。2022 年 11 月初，郑某某指使姚某某应聘到 A 公司江苏省徐州市门店工作。同年 11 月 14 日晚，胡某某假冒姚某某的男朋友，到姚某某工作的门店内假装和其发生争吵并在店内配料盒内小便，随后姚某某故意使用该配料盒为顾客制作饮料，郑某某同时指使王某拍摄视频，薛某在店外望风。拍摄制作负面视频后，郑某某、姚某某利用 QQ 软件聊天，制造该负面视频系郑某某从网络购买的假象。后郑某某与汪某某通过电话、微信与 A 公司的工作人员联系，以在互联网曝光负面视频相要挟，逼迫 A 公司支付人民币 600 万元购买该视频。因 A 公司报案而未得逞。

2023 年 3 月 6 日，河南省郑州市金水区人民检察院以敲诈勒索罪对郑某某、姚某某、胡某某、王某、薛某、汪某某六人提起公诉。2023 年 6 月 6 日，金水区人民法院以敲诈勒索罪分别判处郑某某、姚某某、胡某某、王某、薛某、汪某某有期徒刑六年到三年不等，并处罚金人民币六万到三万元不等。郑某某、姚某某、王某、薛某不服提出上诉，2023 年

8月9日，郑州市中级人民法院裁定驳回上诉，维持原判。

【检察履职情况】

（一）积极引导侦查，夯实证据基础。检察机关应公安机关邀请，提前介入侦查并就收集证据提出意见，引导公安机关依法及时全面固定微信聊天记录、监控视频等证据。因A公司案发时正值申请上市的关键时期，为避免对企业造成负面影响，检察机关提示A公司注意防止类似事件在其他门店再次发生。

（二）全面细致审查，依法追诉漏犯。审查起诉阶段，检察机关经详细讯问在案犯罪嫌疑人，询问被害人，调取犯罪嫌疑人的微信、QQ聊天记录等电子数据，发现汪某某负责保存视频，并与郑某某共同出谋划策实施敲诈勒索，涉嫌共同犯罪，案件遗漏重要犯罪嫌疑人。检察机关依法向公安机关提出追加汪某某为本案犯罪嫌疑人的意见，后汪某某被抓获到案，检察机关依法对其提起公诉。

（三）充分举证示证，增强指控效果。庭审中，针对郑某某辩解其系主动中止犯罪行为，检察机关通过出示郑某某等人与被害单位的通话记录、被害单位报警记录、被告人供述，证明郑某某等人编造虚假视频，并向被害单位索要巨额财物，系因被害单位报警而未实际获得财物，而非郑某某主动中止犯罪行为。为增强庭审指控效果，证明各被告人在共同犯罪中所起的作用大小，检察机关综合运用被告人供述、聊天记录和视频，将证据按照事前预谋、制作视频、实施敲诈的顺序进行排列组合向法庭出示，让案件脉络清晰呈现于法庭。法庭采纳检察机关指控意见作出判决。

（四）参与综合治理，延伸办案效果。为护航企业发展，检察机关主动联合区工商联为企业提供有针对性的法律服务；以座谈会、调研走访等形式出门“问诊”，上门听需，畅通企业涉法涉诉绿色通道，办理3起侵害企业利益犯罪立案监督案件，为企业经营发展保驾护航。同时，结合企业需求，将侵犯公民个人信息、敲诈勒索、知识产权、涉税等常见涉企犯罪和经营风险纳入普法宣传，从源头上减少企业各类诉讼隐患，降低企业被侵害的风险。

【典型意义】

依法严惩利用网络造谣抹黑、捏造虚假信息敲诈勒索的犯罪行为。网络信息时代，恶意制造并传播涉企虚假信息、蓄意抹黑企业，借机敲诈勒索，不仅严重侵害企业合法权益，更危害网络公共秩序，应当依法从严惩治。检察机关办理涉案人员多、分工复杂的团伙敲诈案件，应当全面审查在案证据，紧盯犯罪关键环节，查明整个犯罪流程及作用大小，发现漏犯的，依法监督公安机关及时追踪查证，实现对团伙犯罪全链条打击。对于敲诈勒索财物数额特别巨大，因意志以外的原因未得逞，造成恶劣社会影响的，应当依法追究刑事责任。对未遂犯，可以依法从轻或者减轻处罚。

案例二：宋某敲诈勒索案 ——依法惩治网络大V“有偿删帖”型新闻敲诈犯罪

【基本案情】

被告人宋某，男，微信公众号“某某学术车”创始人、管理员。

“某某学术车”系医药行业圈内知名公号，主要发表药企爆料文章。2021年1月至10月，被告人宋某为牟取不法利益，在其运营的微信公众号“某某学术车”上发布江苏、河北等五家医药企业的不实或负面信息，在主动联系被害单位称可以删帖或者被害单位主动联系要求删帖时，要求企业签订“公关服务协议”并支付服务费用，否则拒不删帖，迫使被害企业以“公关费用”等名义支付钱款，并承诺删除负面信息、在合作期限内不再发布负面信息等从而降低对企业的负面影响。宋某以上述方式向被害企业索取共计人民币153万元。其中，被害企业A、B、C均系江苏大型药业股份有限公司、上市公司；被害企业D、E分别系河北、山东大型制药支柱型企业集团、上市公司。

2022年6月24日，江苏省连云港市海州区人民检察院以宋某涉嫌敲诈勒索罪向海州区人民法院提起公诉。2023年12月28日，海州区法院以敲诈勒索罪，判处被告人宋某有期徒刑十一年，并处罚金人民币二十万元，并责令退还被害企业损失共计人民币一百五十万余元。被告人宋某不服判决提出上诉。2024年4月16日，连云港市中级人民法院裁定驳回上诉，维持原判。

【检察履职情况】

（一）加强引导侦查，全面查清案件事实。该案系网络“大V”以舆论监督之名，胁迫国内知名上市公司、民营药企，实施新闻敲诈行为，地域波及面广，行业影响恶劣。2021年11月18日，连云港市公安局海州分局以宋某涉嫌敲诈勒索罪立案侦查。经公安机关商请，海州区检察院派员提前介入侦查，重点从两个方面引导取证：一是从合同签署的提议方、删除相关负面文章的时间节点、沟通的具体内容等方面还原双方协商的真实过程，查实宋某实施了胁迫行为；二是核实被害企业是否有网络宣传的业务需求、宋某是否实际提供宣传服务等以确定“公关服务协议”的实质属性。2022年1月14日，海州区检察院依法对宋某以涉嫌敲诈勒索罪批准逮捕。

（二）全面审查在案证据，依法准确认定行为性质。审查起诉阶段，围绕宋某的行为是市场交易还是涉嫌犯罪、是敲诈勒索还是强迫交易的争议焦点，检察机关重点开展了以下工作：一是对比审查认定宋某实施了胁迫行为。通过对比发布虚假、负面信息的节点与索要财物的节点，协商前后发布信息的频率与数量，证实宋某某通过自媒体平台发布“药企黑幕”等不实、负面信息，以“爆料”为由扩大影响力，通过明示、暗示等各种方法对企业进行威胁，并持续发帖，迫使企业支付“公关费用”才予以删帖。二是查明宋某未提供实质对价服务。通过补充调取被害企业往期签订的公关服务协议、宣传合同，查明企业正常经营中需要的合同价款、服务事项、提供服务主体，确认该案中删帖合作行为并非药企所需的正常交易

行为。三是查明宋某明知发布信息的虚假性。通过调查宋某的从业时间和工作经历，发现其曾长期从事医药行业，具备核实信息真实性的能力，却未核实从网络获取的企业负面信息的真假。通过调取聊天记录，发现其明知平台发布的“药企黑幕”信息的虚假性，却主动发布不实、虚假信息迫使企业支付财物以实现非法牟利。

（三）强化庭审指控，有效证明犯罪。庭审中，被告人及其辩护人提出，宋某向五家药企索取钱款是一种商业行为，涉案企业联系宋某并没有对所谓胁迫产生任何恐惧心理，也并非基于恐惧心理才交付钱款，宋某没有非法占有钱款的目的，不构成敲诈勒索罪的辩护意见，检察机关有针对性地依法举证质证、准确指控犯罪：一是商业行为的本质是交易，交易的前提是自由、平等、互惠，被迫签订的无实质服务的“公关服务协议”，并未提供实质性服务，合作协议只是掩饰犯罪行为的“幌子”，本案不属于正常的商业交易行为。二是宋某发布的信息对被害企业生产经营产生负面影响，宋某明知企业的压力并借机提出签订所谓的“公关服务协议”，后既未提供实质服务，且所谓的协议服务也并非企业所需，企业支付财物系基于胁迫。法院经审理，依法采纳检察机关指控意见和量刑建议作出判决。

（四）加强沟通联动，形成网络治理合力。针对办案中发现的“有偿删帖”“爆料要挟”等抹黑、侵害企业问题，检察机关会同网信部门、公安机关等单位，对自媒体运营情况联合开展风险排查、专项打击违法犯罪活动，跨区域推动平台落实法律法规中的“信息来源标注”“争议信息标签”等监管功能，净化网络空间。落实推进“检察护企”专项行动，建设“护企实体警示教育基地”，与涉案企业建立常态化联络机制，发放检察长联络卡，向企业制发法律风险提示函，帮助企业提高风险防范意识。

【典型意义】

一是准确把握以发布负面信息相要挟的有偿删帖行为性质，依法认定犯罪。发布负面信息以舆论监督之名，迫使被害方支付钱款“有偿删帖”的行为是否构成敲诈勒索，要从有无实施胁迫行为、交易的异常性、非法占有目的等多方面予以审查认定。对于行为人通过自媒体发布负面信息，利用自媒体受众群体、粉丝量、舆论发酵等“行业影响力”，导致被害企业难以通过公开真相、追究对方失实责任等救济手段恢复正常经营，迫使被害企业签订无实质服务内容的“公关协议”，支付“公关费用”“合作费用”以“删帖”的，应当认定为新闻敲诈行为，构成犯罪的应当依法惩治。

二是多部门、跨区域协作助推平台落实自媒体监管，营造清朗网络空间。网络自媒体新闻敲诈行为多发，侵蚀新闻媒体权威性、公信力，误导公众认知，扰乱正常市场秩序。检察机关应当履行法律监督职能，会同公安机关、行业主管部门、网信部门等，协同整治自媒体利用舆论监督、虚假新闻信息进行敲诈勒索等突出问题，压实网站平台信息内容管理主体责任，落实平台对自媒体的信息发布、账号运营的监管义务，助推自媒体规范化、专业化运行，维护新闻传播秩序，推动形成良好网络舆论生态。

案例三：朱某某等人敲诈勒索案

——实质审查“舆情服务协议”性质，依法惩治以“舆情服务协议”为名对企业实施敲诈勒索

【基本案情】

被告人朱某某，男，务工人员。

被告人孙某某，男，务工人员。

其他三名被告人基本情况略。

2017年12月份以来，被告人朱某某、孙某某、周某某、陈某某、曾某某等人以“反传销”“防骗”为名，结伙利用网络实施敲诈勒索。该团伙利用企业存在的经营漏洞和问题，专门编写、发布标题为“某公司涉嫌以消费为名进行传销”“某公司涉嫌股权非法集资”等负面舆情文章，通过短信直接发送至被害企业负责人及员工，或发布至自建的“某某观察”“某某财讯”“某某财经”等网站，供他人转载，形成对企业的负面舆情。被害企业提出删帖要求后，朱某某等人拒不删帖或者故意拖延放任舆情扩大，并明示或者暗示可以签订“合作协议”快速删帖。为消除对企业生产经营的不良影响，被害企业被迫与朱某某等人签订“合作协议”并支付删帖费用，朱某某等人得手后即将负面舆情文章删除。2017年至2023年，该团伙采用上述手段先后对注册地位于湖南、四川、北京等地17家科技发展有限公司、网络信息公司进行敲诈，犯罪金额达人民币66万余元。

2023年12月20日，湖南省长沙市雨花区人民检察院以朱某某、孙某某等五人涉嫌敲诈勒索罪提起公诉。2024年3月26日，湖南省长沙市雨花区人民法院作出一审判决，依法认定朱某某等五人犯敲诈勒索罪，分别判处有期徒刑十年二个月至四年三个月，并处罚金人民币八万元至一万元。被告人朱某某、周某某、陈某某、曾某某等四人不服提出上诉，2024年6月17日，长沙市中级人民法院裁定驳回上诉，维持原判。

【检察履职情况】

（一）积极引导侦查取证，构建完整证据锁链。该案涉及企业多、时间跨度长，犯罪手段复杂且隐蔽，涉案证据大部分属于电子数据，极易灭失和篡改，证据收集、调取难度大。检察机关应邀提前介入侦查，围绕侦查思路与证据标准提出意见：一是紧扣犯罪特征、作案模式、资金流向，提出从收款账户反查被害企业的侦查思路；二是重点收集负面舆情文章、沟通协商记录、资金转账流向等关键证据，通过书证、电子数据、鉴定意见等客观证据印证、补强，构建完整证据链，全面查清案件事实。

（二）全面查明犯罪手段，依法适用逮捕强制措施。审查逮捕阶段，朱某某等人以舆情服务协议是市场经营、舆论监督行为提出辩解。对此，检察机关着重审查朱某某等人前后行为关系、发布文章的真实性、涉案资金流向以及后续协议履行情况等客观证据，全面查明该团伙几种犯罪手段：一是“短信直接敲诈”，即直接将“负面文章+链接”的短信发送至被害企业负责人及员工手机，诱导、暗示企业支付“费用”进行删帖；二是“舆情造势敲诈”，

即通过注册、使用微信公众号、知乎等自媒体账号，搭建小型网站，大量发布并相互转载企业负面舆情文章，形成企业负面舆情压力，在被害企业提出删帖要求后置之不理，迫使企业付费快速删帖；三是“冒名上门敲诈”，即冒用媒体记者身份上门与企业“洽谈合作”，迫使被害企业与自设公司签订舆情服务协议，收取企业费用。在查明朱某某等人犯罪手段、行为性质的基础上，检察机关依法对朱某某等四人批准逮捕。

（三）依法追诉漏犯，有力指控犯罪。公安机关以朱某某等人涉嫌敲诈勒索罪移送审查起诉，其中一名犯罪嫌疑人陈某某在逃。检察机关经查询、调取陈某某户籍信息及前科情况，发现陈某某因另案已被判处有期徒刑尚在服刑，要求公安机关将陈某某从服刑地押解归案，一并审查并依法提起公诉。庭审中，针对被告人提出部分被害单位已经向法院提起民事诉讼要求删帖，且民事案件庭审中已经达成和解协议，被告人承诺删帖并赔礼道歉、赔偿损失，二者系经济纠纷，不构成敲诈勒索罪的辩护意见，检察机关通过出示被告人发布负面信息造成的传播量、实施胁迫行为的短信、微信聊天记录等电子数据，被告人索取财物的有罪供述等证据，指明所谓的“舆情服务协议”相关行为并非合同纠纷，而是以合同为名实施的敲诈行为，部分被害单位提起民事诉讼的维权行为，不影响被告人的行为性质认定。经审理，法院采纳检察机关指控意见并作出判决。

（四）加强行刑衔接，形成惩治合力。办案中，检察机关通过走访调查，发现此类以“舆情服务协议”为名进行敲诈在初始阶段，被害方有投诉，但因行为违法程度较轻尚未达到刑事立案追诉条件，而未被刑事处理，相关行政主管部门也不掌握情况而未能及时给予行政处罚，具有一定的普遍性和典型性。为加大类似犯罪问题的预防和查处，检察机关向公安机关、网信部门发出社会治理检察建议，协同推动整治网络违法乱象。

【典型意义】

一是准确适用法律，依法惩治以“舆情服务协议”为名实施敲诈勒索犯罪。检察机关办理此类案件，应当区分并实质判断行为人的行为模式，着重从行为人有无实施威胁行为，服务协议是否实质履行、服务事项是否有客观需求和等价性等方面对“舆情服务协议”性质进行实质审查，全面认定事实、准确适用法律。

二是发挥检察职能作用，助推社会综合治理。办理涉网络敲诈勒索案件，检察机关要注重加强与公安机关以及网信部门的信息共享，完善行刑衔接双向机制，对于未达到刑事立案条件，但符合行政处罚条件的，及时移交线索，协同形成打击合力，全面整治网络违法犯罪乱象，有效净化网络空间，有力遏制网络犯罪蔓延。

案例四：罗某甲等人敲诈勒索案 ——依法惩治新闻记者以舆论监督为名实施敲诈勒索

【基本案情】

被告人罗某甲，男，系某传媒公司管理人员。

被告人罗某乙，男，个体经营户。

被告人杨某，男，系某新闻媒体记者。

其他三名被告人基本情况略。

2022年2月，被告人罗某甲与罗某乙（罗某甲胞弟）、徐某、罗某丙、杨某、聂某某等人共谋成立网络自媒体用于编造发布互联网公司的负面消息，进而以“商务合作”之名逼迫互联网公司支付费用，实施敲诈勒索。随后，罗某乙注册“某某经”微信号及微信公众号，并在腾讯、搜狐、网易、微博、知乎等网络平台注册“某某经”“某某财经”等账号，由罗某甲负责自媒体的管理和与互联网公司联系，罗某甲还伙同杨某负责撰写有关互联网品牌的负面信息稿件，徐某负责审核，聂某某负责校对和在微信公众号发布稿件及删帖，罗某乙和罗某丙负责其他自媒体账号的发布及删帖，罗某乙还负责确认索要钱财到账。

2022年3月至2023年4月，罗某甲等人利用担任传媒公司管理人员、熟悉新闻传播活动、擅长编撰稿件的条件和优势，在网上收集素材后，片面选取争议话题有针对性进行负面叙事，通过“某某经”微信公众号及相关网络平台账号以“震惊体”式标题先后发布130余家互联网知名公司品牌的负面信息，诱骗公众点击浏览，通过恶意炒作网络热点、放大网民投诉影响等方式产生流量，迫使上述品牌运营公司主动联系罗某甲等人。被害单位提出删帖要求后，罗某甲等人提出需要支付合作费用，并在双方谈判过程中加大负面网络帖文发布力度持续施压，逼迫上述公司以“商务合作”的名义先后向该团伙支付删帖费用人民币29.6万元。

2023年11月8日，重庆市南岸区人民检察院以罗某甲等六人犯敲诈勒索罪向重庆市南岸区人民法院提起公诉。2024年3月22日，南岸区法院以敲诈勒索罪分别判处被告人罗某甲有期徒刑三年十个月，被告人罗某乙、徐某、罗某丙、聂某某、杨某有期徒刑二年至三年并适用缓刑，并处罚金人民币一万五千元至五万元不等。判决后六名被告人均未上诉。

【检察履职情况】

（一）依托侦监协作配合机制，积极引导侦查取证。2023年4月28日，南岸区检察院通过侦查监督与协作配合会商机制了解到该案系新闻媒体从业人员利用职业便利实施敲诈勒索犯罪，严重破坏营商舆论环境，遂应邀指派检察官介入侦查，提出具体明确侦查取证意见：一是查明涉案人员主体身份、工作职责；二是提取团伙成员商议、策划、实施犯罪活动的微信聊天记录，收集网络账号注册信息、发布路径等关键电子证据，全面固定涉案负面网帖的撰稿、审核、发布等流转程序；三是统计点击量、阅读量、转发量等网络传播数据，夯实证据基础。2023年6月1日，南岸区检察院依法对罗某甲批准逮捕。

（二）全面查明案件事实，依法准确认定犯罪。本案涉及 130 余家互联网企业，部分系知名企业，涉案人员较多且作案手段隐蔽。审查起诉阶段，检察机关重点开展了以下工作：一是针对罗某丙、杨某辩称不知道罗某甲逼迫互联网公司出钱删帖的辩解，检察机关全面梳理聊天记录等电子数据，结合该团伙在特定营销节点密集发帖的作案时间，以及持续发布相关负面信息施加舆论压力，迫使多家企业与其合作并获得数额巨大非法利益的行为，查明行为人的敲诈勒索主观故意和名为“合作”实为逼迫的行为方式。二是通过退回补充侦查，全面查清公安机关前期未移送的部分未遂事实，统计该团伙发布所有负面信息的发帖量、点击量，准确认定犯罪行为对互联网秩序的隐性危害，全面查清犯罪事实。三是依法开展认罪教育工作，有效惩治犯罪。通过追查赃款去向，促使全案被告人自愿认罪认罚，并退出全部违法所得共计人民币 29.6 万元。对负责整体管理及逼迫互联网公司出钱删帖的罗某甲依法认定为主犯，对参与犯罪的其余五名被告人均认定为从犯，依法提出从轻处罚的量刑建议。

（三）加强出庭指控，强化法治教育效果。为以案说法，开展法治宣传，检察机关邀请相关单位从业人员观摩本案庭审，现场释法说理。庭审中，运用多媒体示证方式播放了各被告人微信聊天记录、网络引流链接等电子证据，当庭全面展示了各被告人共谋以舆论监督为名实施敲诈勒索、索取非法利益的犯罪过程，揭露其所谓的为了公共利益实施监督的幌子，相关证据被当庭采信。检察机关指控事实、情节及量刑建议均被法院判决采纳。

【典型意义】

一是依法准确认定新闻记者以舆论监督为幌子实施的敲诈勒索犯罪。以监督为幌子的敲诈勒索与舆论监督表面上不易区分，检察机关要严格把握二者的界限，对新闻记者通过搜集、传播负面信息相胁迫，敲诈勒索企业并谋取非法利益的行为，要从有无非法占有目的、明示或者暗示胁迫、交易的异常性、被害方给付费用的被迫性等方面，准确区分舆论监督与借舆论监督之名实施的敲诈勒索，依法准确认定敲诈勒索罪。

二是以案促治，高质效办案护航新媒体业态良性发展。在自媒体飞速发展的时代，部分“自媒体”无底线蹭热点造流量，违反法律通过制造以假乱真、虚实混杂的“信息陷阱”实施敲诈勒索，该类行为不仅损坏企业的商业信誉、侵犯企业的合法财产权益，更是对新闻舆论监督秩序和环境的破坏。检察机关办理此类案件，应当注重开展法治宣传教育工作，促使被告人真诚认罪悔罪、退赃退赔并有效减轻、消除不良影响，及时为被害单位挽回经济损失，提振企业经营信心。同时，落实普法责任制要求，通过组织相关媒体从业人员观摩庭审，开展“沉浸式”的现场法治宣传教育，推动营造良好法治环境。

案例五：刘某甲等人敲诈勒索案

——依法惩治冒充记者实施敲诈勒索

【基本案情】

被告人刘某甲，男，无业。

被告人曾某甲，男，无业。

其他七名被告人基本情况略。

被告人刘某甲、曾某甲在网络平台认识后，刘某甲向曾某甲提出以冒充记者、曝光环保问题的方式要挟索要钱财。曾某甲表示同意并拉拢曾某乙、刘某乙、刘某丙、黄某甲、黄某乙、尹某某、陈某等7人参与。2020年9月28日至2021年6月10日期间，上述9名被告人交叉纠集，有分有合，使用无人机等设备在河北省石家庄、邯郸、邢台、衡水、沧州、保定、张家口等地对多家砂石料厂、搅拌站等企业单位进行拍摄，然后分别冒充河北A报、河北B报等新闻单位工作人员给工商业经营者打电话，以媒体曝光或向有关部门举报污染问题相要挟，共敲诈勒索74人94次，涉案金额共计人民币12.61万元。

2022年3月21日，河北省河间市人民检察院以刘某甲等九人犯敲诈勒索罪向河北省河间市人民法院提起公诉。2022年6月10日，河间市法院作出一审判决，以被告人刘某甲等九人犯敲诈勒索罪，判处有期徒刑四年十个月至一年，并处罚金。九名被告人均未提出上诉。

【检察履职情况】

（一）应邀提前介入，引导侦查取证。本案涉案人员多、案件事实较为复杂，河间市检察院应邀提前介入侦查，并提出侦查取证建议：一是做好扣押手机的电子数据恢复、信息梳理工作，全面筛查与案件有关联的证据；二是扩大案件侦查范围，全面收集刘某甲等人在河北省内跨地域实施犯罪的证据材料。2021年7月19日河间市检察院以敲诈勒索罪对刘某甲等九人批准逮捕。

（二）积极开展自行侦查，依法准确认定犯罪。本案系以冒充记者的方式反复多次跨地域实施敲诈勒索，案件移送审查起诉后，河间市检察院依法全面审查在案证据，及时开展自行侦查，查明遗漏犯罪事实，确保准确认定犯罪。一是针对审查中发现下游被告人转移赃款的数额远高于现有犯罪事实涉案金额的情况，检察机关及时开展自行侦查，通过调取、核对交易流水和交易日期，发现该团伙除公安机关移送的46起审查起诉事实外仍有部分事实未查清，遂引导公安机关从下游犯罪入手补充侦查，最终犯罪事实增加至94起。二是针对被告人尹某某、黄某乙辩解自己未实施相关犯罪行为，没有犯罪故意的辩解，检察机关从行为人的日常交往、身份关系、活动轨迹等细节入手，通过讯问其他被告人，补充完善了尹某某、黄某乙主观故意方面的证据，促使二人在确实充分的证据面前如实供述自己系明知曾某甲等人犯罪的情况下实施了帮助行为。

（三）依法保障当事人合法权益，适用认罪认罚从宽制度。在案有6名被告人没有委

托辩护人，检察机关依法通知法律援助机构指派律师为其提供法律帮助。围绕量刑建议多次听取了 9 名被告人及其辩护人（值班律师）的意见，刘某甲等 9 人均表示接受量刑建议，并在律师在场下自愿签署《认罪认罚具结书》。庭审中，9 名被告人均认罪认罚并真诚悔罪，辩护人未提出不同意见。检察机关建议法院依法没收犯罪活动使用的无人机、手机等作案工具。一审法院对检察机关认定事实、罪名及量刑建议均予采纳，9 名被告人均未提出上诉。

（四）制发检察建议，促进社会治理。该案暴露出职能部门在环保问题上履职存在短板，监管存在漏洞。为堵塞监管漏洞，防范环境污染风险，检察机关通过实地调研、与相关人员座谈，向环保职能部门、乡镇政府制发检察建议，促使加强对污染企业的审核把关，并对涉案的 74 家企业进行拉网式排查。为督促检察建议有效落实，检察机关积极开展“回头看”，不定期实地走访，与环保职能部门建立起联席会议制度，加强沟通协作，助推环保部门提升监管质效。

【典型意义】

一是依法从严惩治冒充记者实施的新闻敲诈类犯罪。冒充记者反复多次实施敲诈勒索不仅严重侵犯公民的财产权利，而且严重损害新闻记者形象、扰乱新闻媒体的管理秩序，应当依法从严惩治。办理此类案件，检察机关应当注重将提前介入引导侦查与自行补充侦查相结合，强化证据审查，深挖犯罪事实，确保全面依法准确惩处。对于被害人主动联系的，检察机关要重点审查行为人是否以举报或者发布负面信息相威胁，结合其身份真实性、行为模式连续性、事前的犯罪预谋等综合认定敲诈勒索的犯罪构成，确保准确性。

二是充分发挥检察建议促进社会治理作用。公民对污染环境行为有监督举报的权利，但以举报为名谋取非法利益，既是对公民监督权的滥用，更实质上损害了公共利益。案件办理中发现政府职能部门履职存在漏洞的，检察机关应当依法制发检察建议，推动行政部门依法履职，督促相关部门堵塞监管漏洞，促进社会综合治理，实现司法办案“三个效果”的有机统一。

检察机关依法惩治新闻敲诈和假新闻犯罪典型案例答记者问

自2021年4月中央宣传部联合中央网信办、最高人民法院、最高人民检察院等12个部门组织开展“打击新闻敲诈和假新闻专项行动”以来，全国检察机关积极履行法律监督职能，依法惩治涉新闻敲诈和假新闻等违法犯罪活动，优化新闻传播秩序、净化新闻舆论环境，维护人民群众切身利益。今年以来，全国检察机关将“打假治敲”与“检察护企”专项行动相结合，聚焦高质效办好每一个涉企案件，通过依法惩治涉企敲诈勒索违法犯罪，依法平等保护企业合法权益，推动构建良好文化传播秩序和法治化营商环境。近日，最高人民检察院普通犯罪检察厅负责人就发布的5起检察机关依法惩治新闻敲诈和假新闻犯罪典型案例回答了记者提问。

问1：请介绍一下今年以来检察机关依法惩治“新闻敲诈和假新闻”专项行动的总体情况及主要做法？

答：2024年1至9月，全国检察机关认真落实党中央决策部署，积极发挥法律监督职能，依法推进打击新闻敲诈和假新闻专项行动，共办理涉新闻敲诈和假新闻案件159件423人。一是加强组织领导，落实落细方案要求。各地检察机关依法贯彻落实“打假治敲”方案要求，通过制定专项行动细则、印发专门通知等，对重点领域、突出问题惩治统一部署。二是聚焦重点领域，依法从严打击涉新闻敲诈等违法犯罪活动。各地检察机关充分履行检察机关审查逮捕、审查起诉等职能，严厉打击涉财经、环保、民生、汽车等重点领域的利用新闻信息敲诈勒索、强迫交易、非法经营等违法犯罪活动。三是强化协作配合，做实立案监督、引导取证等工作。完善与行政执法、公安等机关的信息共享、案情通报、案件移送机制，强化行政处罚与刑事司法衔接，对发现的“打假治敲”相关案件线索及时开展立案监督、侦查活动监督。依托侦查监督与协作配合办公室，协同做好线索摸排工作，从法律适用、证据收集、案件定性等方面给予建议，引导公安机关全面、及时、规范取证，确保证据形成完整的证据链条，为案件的顺利起诉和审判打下坚实基础。四是坚持惩防并举，推进综合治理。充分运用检察建议手段，促进源头治理。针对办案中发现的问题，制发检察建议，加强法治宣传，线上线下多渠道普法，开展法治进校园、进社区活动，专题解读“打假治敲”有关案例，强化警示教育，引导依法维权。

问2：检察机关如何将“打假治敲”与“检察护企”相结合，依法维护企业的合法权益？

答：近年来，不法分子通过造谣或收集发布负面信息，以利用网络传播等炒作为要挟，向相关企业索要钱财案件高发频发，检察机关认真落实党中央决策部署，积极回应人民群众关切，依法严惩造谣抹黑敲诈敛财相关犯罪，依法平等保护企业合法权益。

一是依法从严惩治。协同推进打击新闻敲诈和假新闻专项行动，重点打击个别新闻单位、网络平台及公众账号借新闻报道、舆论监督、信息服务等敲诈勒索企业的违法犯罪活动，持续整治编造虚假信息或者明知是编造的虚假信息在网络上散布等扰乱网络秩序的行为，净化

网络空间，为企业发展创造良好的网络环境。

二是加强督办指导。全国各级检察机关充分发挥“捕诉一体”优势，依法履行检察机关指控犯罪职能，对涉及企业经营的重点案件进行督办、指导，抓好重点案件办理。确保定性准确，依法处理，切实维护企业合法权益。

三是凝聚工作合力。加强线索监督移送工作，对发现“打假治敲”相关案件线索及时开展立案监督、侦查活动监督。增强与网信、宣传、市场监管等部门的协作配合，强化沟通协调，实现信息共享，形成打击合力。

四是促进综合治理。深挖背后产业链、利益链，通过制发检察建议等方式，与有关部门加强协作，督促主管部门健全机制、完善制度、管住源头，共同推进一体化治理。针对案件反映出的涉案企业内部管理问题，推动企业加强整改，促进企业健康成长。

问 3：在人人都有“麦克风”的年代，涉“新闻敲诈和假新闻”类案件办理出现了哪些新特点新趋势？

答：随着互联网与自媒体迅速发展，一些不法分子打着“舆论监督”旗号利用网站、自媒体等平台，恶意搜集、编发负面信息，通过有偿新闻、有偿删帖、以曝光负面信息相威胁索要财物等方式实施敲诈勒索、强迫交易等违法犯罪行为日渐高发多发，严重侵害被害单位的财产权、名誉权等合法权益，扰乱正常的新闻传播秩序。实践中，此类犯罪主要呈现以下特点：

一是犯罪手段具有隐蔽性、非接触性。不法分子假借“舆论监督”之名，表面上是为社会正义而发声，但实际是通过恶意炒作或制造舆情威胁敛财。即通过网络广泛搜集并发布相关企业的负面信息，以舆论裹挟被发布对象，通过“花钱删帖”等方式牟取非法利益。有的主动联系被害方投放负面信息，迫使被害单位缴费删帖，有的以扩大负面影响实施胁迫，打着“商业合作”的旗号，以签订合作协议形式收费规避风险，掩饰犯罪，企图为敲诈敛财披上“合法”外衣。二是犯罪对象体现较明确的目标性、时机性。主要针对财经、环保、食药、民生等社会关注度高、舆情影响大的重点领域企事业单位，尤其是处于上市、融资等关键节点的大型企业易受威胁。如案例一郑某某等人敲诈勒索案中，拟敲诈对象 A 企业系某知名连锁品牌，案发时正值申请上市的关键时期，市场关注度高、社会影响力大，负面信息极易影响其品牌形象、长远发展。三是犯罪方式呈现专业性、组织性。既有个别新媒体从业人员滥用舆论监督权以媒谋私，如案例四罗某甲等人系新闻媒体从业人员利用职业便利实施敲诈勒索犯罪；更多的是不法分子通过成立专门公司，经营管理、媒体运营、暗访撰稿、信息发布、对接删帖“一条龙”作业，借助短视频平台、微信、微博等平台注册账号，形成网络媒体矩阵，有专人负责负面信息收集发布，专人负责联络洽谈“合作费用”，专人负责签订所谓合同及风险防控。

为充分揭露此类涉新闻敲诈案件的特点和危害，依法保护相关企业的合法权益和企业家人身权、财产权，今年以来，最高检重点惩治假借新闻监督之名，针对企业实施的敲诈勒索等犯罪，以及为网络敲诈等行为推波助澜的“网络水军”、行业“内鬼”所涉犯罪，并将此

类案件办理作为今年“新闻敲诈和假新闻”打击惩治的重点领域和“检察护企”专项行动的重要方面，大力整治涉企侵权信息乱象，让企业家安心经营，营造健康有序的营商环境，为民营企业健康发展扫除障碍。

问 4：删帖型敲诈勒索案件办理实践中有哪些法律适用难点，这批案例对此类问题是如何指引适用的？

答：办理删帖型新闻敲诈案件的难点在于，如何把握正常新闻舆论监督与假借负面新闻报道实施敲诈勒索等违法犯罪行为的界限。利用网络、自媒体实施的敲诈勒索犯罪行为较传统敲诈勒索犯罪具有更强隐蔽性和伪装性，犯罪分子往往打着“舆论监督”的幌子，通过发布负面信息对企业形成舆情压力，迫使其以“商务合作”的名义出钱删帖。对于此类行为，检察机关应准确把握实质法律关系，从有无实施胁迫行为、交易的异常性、非法占有目的等方面，准确区分舆论监督与借舆论监督为名实施的犯罪行为。此次发布的案例二、案例四均对这一法律适用难点认定具有指引意义。以案例二宋某敲诈勒索案为例，宋某通过自媒体平台炒作企业的不实、负面信息，通过明示、暗示等各种方法对企业进行威胁，并持续发帖，迫使企业支付“公关费用”才予以删帖，该行为具有胁迫性；该删帖合作协议并未提供实质性服务，并非企业所需的正常交易行为；宋某作为医药行业从业人员，其明知平台发布的“药企黑幕”信息的虚假性，却主动发布不实、虚假信息迫使企业支付财物，具有非法牟利目的。检察机关精准履行刑事指控职能，最终，宋某以舆论监督为名实施的敲诈勒索犯罪被依法严惩。

四、举报、投诉渠道与规则

（一）举报、投诉渠道

1.中央网信办违法和不良信息举报中心

举报指南

一、举报主体

举报中心欢迎公民、法人或其他组织参与互联网违法和不良信息举报监督。

二、互联网违法和不良信息举报主要包括

1. 危害国家安全、荣誉和利益的；
2. 煽动颠覆国家政权、推翻社会主义制度的；
3. 煽动分裂国家、破坏国家统一的；
4. 宣扬恐怖主义、极端主义的；
5. 宣扬民族仇恨、民族歧视的；
6. 传播暴力、淫秽色情信息的；
7. 编造、传播虚假信息扰乱经济秩序和社会秩序的；
8. 侵害他人名誉、隐私等合法权益的；
9. 互联网相关法律法规禁止的其他内容。

三、举报方式

- 1.登录举报中心官网 <https://www.12377.cn> 举报；
- 2.下载安装“网络举报”客户端举报；
- 3.关注举报中心官方微博“国家网信办举报中心”，点击“私信举报”；
- 4.关注举报中心官方微信公众帐号“国家网信办举报中心”，点击“一键举报”；
- 5.拨打 12377 举报热线举报；
- 6.发送邮件至邮箱 jubao@12377.cn 举报。

四、举报材料及要件

举报互联网违法和不良信息举报时,举报主体应提供与网络举报事项相应的信息网址或者足以准确定位举报信息的相关说明、样本截图等举报基本材料,以及相关证明证据材料等举报要件。

五、举报协助处置

举报主体在网上成功提交举报信息后,将收到一个查询码,通过查询码,可以确认举报的信息已收到。举报中心受理的举报,将依据相关规定转交各地网信部门、相关网站或相关部门依法依规研处。

六、注意事项

1.举报主体应根据举报信息所属类别,选择相应类别的举报入口提交举报。若选择类别错误,所提交的举报可能无效。

2.举报主体无需重复提交举报内容。为保障举报主体的合法权益,限制恶意重复举报,提高网上举报的运行效益,每位举报主体 24 小时内原则上最多举报 30 次,超过 30 次将

无法举报成功。

3.网络侵权信息举报请通过“侵权类”举报入口提交，举报人须实名举报。

4.有待查证辟谣的网络谣言线索，请提交至“中国互联网联合辟谣平台”。

5.举报主体应对举报事项的客观性、真实性负责。对于借举报故意捏造事实、诬告陷害，伪造举报证据的，或以举报为名制造事端，干扰国家机关正常工作的，将依法承担相应的法律责任。

2.各地网信部门举报渠道

省（自治区、直辖市） 和新疆生产建设兵团	举报网站（可点击进入相关网站）	举报电话
北京	北京市网信办违法和不良信息举报中心	010-55520050
天津	天津市网信办违法和不良信息举报中心	022-88355238
河北	河北省网信办违法和不良信息举报中心	0311-87802897
山西	山西省网信办违法和不良信息举报中心	0351-3902004
内蒙古	/	0471-4861340
辽宁	辽宁省网信办违法和不良信息举报中心	024-81680063
吉林	吉林省网信办违法和不良信息举报中心	0431-88904691
黑龙江	黑龙江省网信办违法和不良信息举报中心	0451-87212377
上海	上海市网信办违法和不良信息举报中心	021-55056666
江苏	江苏省网信办违法和不良信息举报中心	025-84412377
浙江	浙江省网信办违法和不良信息举报中心	0571-86038502
安徽	安徽省网信办违法和不良信息举报中心	0551-62998900
福建	福建省网信办违法和不良信息举报中心	0591-96123
江西	江西省网信办违法和不良信息举报中心	0791-88911504
山东	山东省网信办违法和不良信息举报中心	0531-59622077
河南	河南省网信办违法和不良信息举报中心	0371-65905405
湖北	湖北省网信办违法和不良信息举报中心	027-87880809

湖南	湖南省网信办违法和不良信息举报中心	0731-81128060
广东	广东省网信办违法和不良信息举报中心	020-87100100
广西	广西壮族自治区网信办违法和不良信息举报中心	0771-5502041
海南	海南省网信办违法和不良信息举报中心	0898-66810002
重庆	重庆市网信办违法和不良信息举报中心	023-96377
四川	四川省网信办违法和不良信息举报中心	028-962377
贵州	贵州省网信办违法和不良信息举报中心	0851-96599
云南	云南省网信办违法和不良信息举报中心	0871-63902377
西藏	西藏自治区网信办违法和不良信息举报中心	0891-6315315
陕西	陕西省网信办违法和不良信息举报中心	029-63907152
甘肃	甘肃省网信办违法和不良信息举报中心	0931-8712377
青海	青海省网信办违法和不良信息举报中心	0971-8483520
宁夏	/	0951-6669852 0951-6668826
新疆	新疆维吾尔自治区网信办违法和不良信息举报中心	0991-2384777
新疆生产建设兵团	新疆生产建设兵团网信办违法和不良信息举报中心	0991-2896444

3.主要网站举报电话



主要网站举报电话

4.腾讯投诉渠道

(1) 关于“清朗·2025 年整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动的公告

为贯彻落实中央网信办关于整治“自媒体”发布不实信息专项行动的工作要求，压实平台信息内容管理主体责任，聚焦“自媒体”重点领域环节，腾讯公司自即日起开展“清朗 整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动。

专项行动期间，平台将重点整治“自媒体”四类突出问题，包括“恶意蹭炒误导公众问题”“多种手段歪曲事实问题”“不做标注以假乱真问题”“专业领域信息不实问题”。平台将根据专项要求，一是健全审核管理机制，做好违规内容举一反三的发现与处置工作；二是健全标注机制，切实优化标注功能设置，为用户提供使用便利；三是完善资质认证，进一步细化专业资质认证管理；四是强化违规处置，从严规范“自媒体”分级分类的处置管理，对于问题严重、影响恶劣的违法不良信息及账号，将依据相关法律法规，结合专项与平台要求规则从严处置，并阶段性公示整治行动处置结果。

腾讯始终致力于打造健康有序、规则井然的互联网环境，为大家提供风清气正的网络平台。希望广大“自媒体”在合理合规的范围内，积极健康地运营账号。同时，平台欢迎广大网友监督举报，积极提供违法违规线索，携手营造风清气正网络空间。

[举报邮箱（omjubao@tencent.com）](mailto:omjubao@tencent.com)

深圳市腾讯计算机系统有限公司

2025 年 8 月 1 日

（2）关于开展“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动的公告

为持续深入整治“自媒体”发布不实信息乱象，进一步规范“自媒体”信息发布行为，腾讯音乐贯彻落实中央网信办统一部署，7月24日起开展为期2个月的“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动。

专项行动重点整治四类突出问题：

1.恶意蹭炒误导公众问题。涉热点舆情或公众人物时，假冒当事人、近亲属等，通过账号名称、简介等方式编造身份，蹭炒热点，混淆视听。涉重大舆情、突发事件时，假冒知情人士，编造起因进展、伤亡人数等，无中生有，干扰舆论。发布财经、军事、外交等重要领域信息时，虚构所谓“权威报道”“一手数据”“深度揭秘”等信息，胡编乱造，误导认知。

2.多种手段歪曲事实问题。利用人工智能生成合成技术，仿冒他人，或编造社会民生等领域虚假信息，欺骗公众。通过剧情摆拍、拼凑剪辑等方式，编造事件、虚构或夸大情节，引起关注。歪曲解读关乎公共利益的政策方针、法规文件，宣扬“即将取消”“重大变动”等不实信息，制造噱头。对往年社会新闻、政策发布等旧闻旧事摘头去尾，掩盖时间、地点、结果等关键要素，恶意炒作。借助网络黑灰产等渠道，以刷榜打榜买榜方式，通过热搜榜单呈现不实信息，操纵榜单。

3.不做标注以假乱真问题。对涉及国内外时事、公共政策、社会事件等相关信息，未标注或未准确标注信息来源。以“网传”“网友表示”“来源于互联网”等方式发布信息，模糊标注信息来源，发布无实际依据内容。标注错误信息来源，或矩阵账号互相引用标注，导致公众无法追溯真实来源。以过小字号、隐蔽位置、进度条遮挡等方式标注，刻意弱化标注标识。

4.专业领域信息不实问题。不进行专业资质认证，或以虚假认证、过期认证方式，冒用财经专家、医生、律师等身份。歪曲解读专业内容，如杜撰或篡改真实案例细节，发布未经科学验证或明显违背科学常识的信息，将不同的历史人物与事件张冠李戴、篡改史实。借专业知识分享名义，编造同质化文案或虚假故事，借机引流带货。发布教程，教授通过虚假摆拍、蹭热引流等方式打造“网红专家”人设，扰乱传播秩序。

腾讯音乐坚决落实行动要求，完善优化专业资质认证流程，从严规范“自媒体”信息发布流程。针对专项行动聚焦问题，对问题严重、影响恶劣的违法不良信息及账号，将依据相关法律法规从严从重处置。同时欢迎广大网友监督举报，共同打造健康的平台内容环境。

举报邮箱：

tme_musicjubao@tencentmusic.com

腾讯音乐安全团队
2025年7月31日

（3）腾讯音乐关于开展“清朗·整治 AI 技术滥用”专项行动的公告

（2025/05/07 来源：TME 安全中心公众号）

近日，中央网信办部署开展“清朗·整治 AI 技术滥用”专项行动，行动为期三个月，聚焦规范 AI 服务和应用，促进行业健康有序发展，保障公民合法权益。

专项行动将分为两个阶段，重点如下：

第一阶段强化 AI 技术源头治理，清理整治违规 AI 应用程序，加强 AI 生成合成技术和内容标识管理，推动网站平台提升检测鉴伪能力。

1.违规 AI 产品。利用生成式人工智能技术向公众提供内容服务，但未履行大模型备案或登记程序。提供“一键脱衣”等违背法律、伦理的功能。在未经授权同意情况下，克隆、编辑他人声音、人脸等生物特征信息，侵犯他人隐私。

2.传授、售卖违规 AI 产品教程和商品。传授利用违规 AI 产品伪造换脸视频、换声音频等教程信息。售卖违规“语音合成器”“换脸工具”等商品信息。营销、炒作、推广违规 AI 产品信息。

3.训练语料管理不严。使用侵犯他人知识产权、隐私权等权益的信息。使用网上爬取的虚假、无效、不实内容。使用非法来源数据。未建立训练语料管理机制，未定期排查清理违规语料。

4.安全管理措施薄弱。未建立与业务规模相适应的内容审核、意图识别等安全措施。未建立有效的违规账号管理机制。未定期开展安全自评估。社交平台对通过 API 接口接入的 AI 自动回复等服务底数不清、把关不严。

5.未落实内容标识要求。服务提供者未对深度合成内容添加隐式、显式内容标识，未向使用者提供或提示显式内容标识功能。内容传播平台未开展生成合成内容监测甄别，导致虚假信息误导公众。

6.重点领域安全风险。已备案 AI 产品提供医疗、金融、未成年人等重点领域问答服务的，未针对性设置行业领域安全审核和控制措施，出现“AI 开处方”“诱导投资”“AI 幻觉”等问题，误导学生、患者，扰乱金融市场秩序。

第二阶段聚焦利用 AI 技术制作发布谣言、不实信息、色情低俗内容，假冒他人、从事网络水军活动等突出问题，集中清理相关违法不良信息，处置处罚违规账号、MCN 机构和网站平台。

1.制作发布谣言。利用 AI 无中生有、凭空捏造涉时事政治、公共政策、社会民生、国际关系、突发事件等各类谣言信息，或擅自妄测、恶意解读重大方针政策。借突发案事件、灾难事故等，编造、捏造原因、进展、细节等。冒充官方新闻发布会或新闻报道，发布谣言信息。利用 AI 认知偏差生成的内容进行恶意引导。

2.制作发布不实信息。利用 AI 将无关图文、视频拼凑剪辑，生成虚实混杂、半真半假的信息。模糊修改事件发生的时间、地点、人物等要素，翻炒旧闻。制作发布涉财经、教育、

司法、医疗卫生等专业领域的夸大、伪科学等不实内容。借助 AI 算命、AI 占卜等误导欺骗网民，传播迷信思想。

3.制作发布色情低俗内容。利用 AI 脱衣、AI 绘图等功能生成合成色情内容或他人不雅图片、视频，衣着暴露、搔首弄姿等软色情、二次元擦边形象，或扮丑风等导向不良内容。制作发布血腥暴力场景，人体扭曲变形、超现实怪物等恐怖诡谲画面。生成合成“小黄文”“荤段子”等性暗示意味明显的小说、帖文、笔记。

4.假冒他人实施侵权违法行为。通过 AI 换脸、声音克隆等深度伪造技术，假冒专家、企业家、明星等公众人物，欺骗网民，甚至营销牟利。借 AI 对公众人物或历史人物进行恶搞、抹黑、歪曲、异化。利用 AI 冒充亲友，从事网络诈骗等违法活动。不当使用 AI “复活逝者”，滥用逝者信息。

5.从事网络水军活动。利用 AI 技术“养号”，模拟真人批量注册、运营社交账号。利用 AI 内容农场或 AI 洗稿，批量生成发布低质同质化文案，博取流量。使用 AI 群控软件、社交机器人批量点赞跟帖评论，刷量控评，制造热点话题上榜。

6.AI 产品服务和应用程序违规。制作和传播仿冒、套壳 AI 网站和应用程序。AI 应用程序提供违规功能服务，例如创作类工具提供“热搜热榜热点扩写成文”等功能，AI 社交、陪聊软件等提供低俗软色情对话服务等。提供违规 AI 应用程序、生成合成服务或课程的售卖、推广引流等。

7.侵害未成年人权益。AI 应用程序诱导未成年人沉迷、在未成年人模式下存在影响未成年人身心健康的内容等。

腾讯音乐坚决落实行动要求，针对专项行动聚焦问题，加强 AI 源头治理和帐号、信息管理，为大家提供风清气正的网络平台。同时，平台欢迎广大网友监督举报，共同打造健康的平台内容环境。

举报邮箱

tme_musicjubao@tencentmusic.com

5.新浪微博投诉渠道

（1）宣布就“自媒体”发布不实信息乱象开展集中整治行动

（2025/08/01 微博管理员 来源：头条号-环球网）

为营造安全、文明、和谐的社区生态环境，维护良好的网络生态秩序，微博积极响应中央网信办“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动要求，针对“自媒体”恶意蹭炒误导公众、多种手段歪曲事实、不做标注以假乱真、专业领域信息不实等“自媒体”发布不实信息乱象，即日起开展为期两个月的集中整治行动，主要治理内容如下：

1.恶意蹭炒误导公众问题

涉热点舆情或公众人物时，假冒当事人、近亲属等，通过账号名称、简介等方式编造身份，蹭炒热点，混淆视听。涉重大舆情、突发事件时，假冒知情人士，编造起因进展、伤亡人数等，无中生有，干扰舆论。发布财经、军事、外交等重要领域信息时，虚构所谓“权威报道”“一手数据”“深度揭秘”等信息，胡编乱造，误导认知。

2.多种手段歪曲事实问题

利用人工智能生成合成技术，仿冒他人，或编造社会民生等领域虚假信息，欺骗公众。通过剧情摆拍、拼凑剪辑等方式，编造事件、虚构或夸大情节，引起关注。歪曲解读关乎公众利益的政策方针、法规文件，宣扬“即将取消”“重大变动”等不实信息，制造噱头。对往年社会新闻、政策发布等旧闻旧事摘头去尾，掩盖时间、地点、结果等关键要素，恶意炒作。借助网络黑灰产等渠道，以刷榜打榜买榜方式，通过热搜榜单呈现不实信息，操纵榜单。

3.不做标注以假乱真问题

对涉及国内外时事、公共政策、社会事件等相关信息，未标注或未准确标注信息来源。以“网传”“网友表示”“来源于互联网”等方式发布信息，模糊标注信息来源，发布无实际依据内容。标注错误信息来源，或矩阵账号互相引用标注，导致公众无法追溯真实来源。以过小字号、隐蔽位置、进度条遮挡等方式标注，刻意弱化标注标识。

4.专业领域信息不实问题

不进行专业资质认证，或以虚假认证、过期认证方式，冒用财经专家、医生、律师等身份。歪曲解读专业内容，如杜撰或篡改真实案例细节，发布未经科学验证或明显违背科学常识的信息，将不同的历史人物与事件张冠李戴、篡改史实。借专业知识分享名义，编造同质化文案或虚假故事，借机引流带货。发布教程，教授通过虚假摆拍、蹭热引流等方式打造“网红专家”人设，扰乱传播秩序。

后续，站方将积极履行平台主体责任，严格落实专项行动的具体要求，对重点环节、重点账号加强全流程管理，不断健全流量管理规则并强化信息来源标注展示，切实将专项治理工作落到实处。微博愿与各界力量携手，共同营造风清气正的网络环境。如发现相关违规线索，用户可通过前台举报投诉入口和@微博管理员 方式进行举报，我们将及时予以处置。

（2）权益投诉处理流程公示

为贯彻执行《中华人民共和国民法典》、《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》、《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国商标法》《信息网络传播权保护条例》等，更好的保障用户的权益不受侵害，用户可通过本公示流程的规定提交资料给站方，由站方按照本公示流程核实处理。

一、权益投诉受理那些内容？

权益投诉主要受理四类内容：人身权益、涉企侵权、知识产权、抄袭。

人身权益：投诉内容存在涉及名誉权、姓名/名称权、肖像权、隐私权/个人信息、未成年人权益或其他损害人身权益的情况。

涉企侵权：投诉内容存在假冒企业身份、商业诋毁等损害企业或组织权益的情况。

知识产权：投诉内容存在损害本人或企业组织著作权、商标权、专利权的情况。

抄袭：投诉内容存在将他人作品或者作品的片段窃为己有的行为。

二、权益投诉的处理流程

1.进入权益投诉入口（<https://service.account.weibo.com/rights/person>），提供您的身份证或者单位机构的主体资格证明资料的扫描件，按要求填写相关信息进行投诉。

个人用户账号需根据流程进行身份信息认证，蓝v（包括但不限于政府v、媒体v、企业v等）已认证账号无需再次进行身份认证。

2.站方工作人员将在收到您的函件后尽快处理有关投诉。

三、提交微博投诉通知函件后，投诉人需要做什么？

站方工作人员收到您的投诉材料，并核实投诉人身份与投诉内容的真实与合法性后，会根据《微博投诉操作细则》由站方直接处理，您要做的就是耐心地等待处理结果了。

注：

1.为了保证您的问题能够及时有效的处理，请您在第一次提交材料的时候，务必提交真实有效、完整清晰的材料，以免造成您的问题处理不成功或无法受理。

2.后续如被投诉人提交不侵权声明等材料，您可向有关部门投诉或向法院提起诉讼。

四、如何获知投诉结果？

在收到您的有效投诉通知后，我们会尽快核实处理。具体的处理结果，我们会通过微博站内私信方式进行告知。

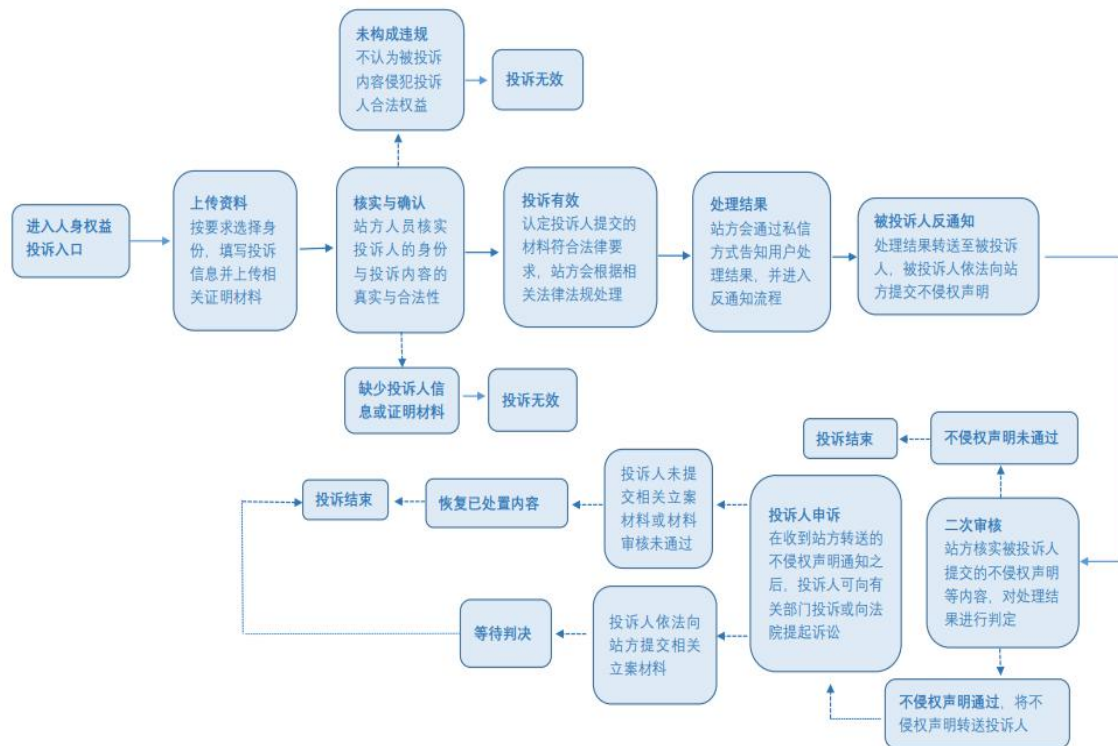
五、为什么被投诉微博没有删除？

出现这种情况，一般有以下几个原因：

1.页面缓存造成，请您先清理自己电脑的缓存后，再重新刷新页面查看。（清除缓存步骤：IE 工具-Internet 选项-常规-删除 cookies 和历史浏览记录-确定。）

2.您提交的材料可能存在不完整、不具体，会有相关私信通知，请您重新提交投诉。

六、投诉流程示意图



七、本公示流程无法处理的权益投诉的其他救济途径

因网络内容的复杂性以及站方处理方式的有限性，本公示流程并非您解决人身权益纠纷的唯一救济途径，您还可以通过寻求国家司法机关的帮助来维护自身合法权益。

6.小红书投诉渠道

(1) APP 端投诉

单篇笔记举报：

打开目标笔记，点击右上角【分享】—【举报】—【侵犯我/我的组织的权益】，进入分类页面，根据实际情况选择侵权类型，提交补充证据（截图、原作品链接等），点击“提交”完成操作。

评论区举报：

长按违规评论，选择“举报”，选择具体原因后提交。

用户主页举报：

进入疑似违规账号主页，点击右上角“…”，选择“举报”，勾选“虚假、不实内容”等选项。平台会优先核查此类账号的历史作品。

(2) 网页端投诉：适用于批量笔记举报

登录小红书官方权利保护中心（<https://ipp.xiaohongshu.com/login>）投诉，使用小红书 app 扫码登陆，也可使用手机号验证码登陆。

操作流程：

①【我的资料】页面填写身份信息并上传对应材料，身份材料通过认证后，即可发起投诉

②点击【投诉管理】页面，点击【+新增投诉】，投诉内容项选择【笔记】/【账号】，填写对应信息，点击【提交】即可；

③所有的投诉订单均可在【投诉管理】页面查看详情与结果；

④处置结果将会通过短信&邮件形式返回给投诉人。

（3）小红书：关于整治 AI 技术滥用的治理公告

（2025/05/12 来源：薯管家官方账号）

为维护清朗网络空间，营造积极健康、文明和谐的社区环境，小红书积极响应中央网信办、上海市委网信办关于“清朗·整治 AI 技术滥用”专项行动的要求，重点聚焦利用 AI 批量生产虚假内容涨粉、利用 AI 起号引流带货、售卖 AI 起号课程、售卖 AI 账号等违规行为开展专项整治工作，切实履行平台责任，深入清理违规问题。本阶段具体治理情况如下：

针对“利用 AI 生成低俗猎奇视频”、“AI 生成虚拟外国幼儿教育专家教授育儿内容”、“AI 视频账号售卖教程”、“AI 账号秘籍传授”、“引导规避平台 AI 标注”“转让、销售 AI 虚拟账号”等各类违规内容加强排查清理力度，共清理违规内容 265 条，对@IU 干跨境等 13 个违规用户予以禁言处置。同时严厉打击转让、售卖、出租网络账号行为，加强 AI 生成内容监测甄别。

后续，小红书将持续加大对各类涉 AI 生成相关违规行为的打击力度，不断升级完善平台内 AI 领域相关的内容治理能力，包括 AI 识别能力建设。欢迎小红薯们积极参与平台共治，在合理合法使用 AI 创作的同时积极对 AI 生成内容进行标注声明（在“自主声明”勾选“笔记含 AI 合成内容”），让我们共同打造清朗、有序、健康的网络生态环境。

7.抖音投诉渠道

(1) 抖音关于“AI 起号”专项治理行动的公告：

(2025/05/19 来源：抖音黑板报)

人工智能技术的迅猛发展极大地丰富了互联网内容生态，但部分人员将 AI 用于造假、利用 AI 起号，贩卖 AI 账号，严重破坏平台生态。2023 年与 2024 年，抖音相继发布了《关于人工智能生成内容的平台规范暨行业倡议》以及《关于不当利用 AI 生成虚拟人物的治理公告》。平台在公告中明确表示，不鼓励利用 AI 生成虚拟人物开展低质创作活动。同时，对于违规使用 AI 生成虚拟人物发布违背科学常识、弄虚作假、造谣传谣内容的行为，将予以严格处罚。

近期，抖音开展专项行动治理“AI 起号”现象，重点整治利用 AI 生成低俗猎奇视频、AI 生成虚拟外国幼儿教育专家教授育儿内容、AI 视频账号售卖教程、AI 账号秘籍传授、引导规避平台 AI 标注、转让销售 AI 虚拟账号等行为。

在平台站内，累计清理 311 条违规内容，针对心 x 甜、向 xAi 同城流量、瑞 xxAI 智习室等 15 个严重违规账号进行了封禁。

抖音提醒广大用户：以任何形式赠与、借用、出租、转让、售卖账号均属违规行为。也欢迎各位创作者在合理合法使用 AI 创作的同时积极对生成内容进行标注声明。

抖音将持续加大对各类涉 AI 生成相关违规行为的打击力度，不断完善平台内相关内容治理能力。平台号召广大用户共同监督，如发现不当使用人工智能生成内容的情况，可以在站内举报或发送详情至举报邮箱：**feedback@douyin.com**，平台将在第一时间核实处理。

（2）抖音社区热点信息和账号治理规则（试行）

（2025/05/27 来源：抖音黑板报）

前言

随着视频的普及，许多优秀的创作者和内容，通过抖音被广大网友所熟识。抖音也成为了许多网友关注、参与热点信息讨论的重要平台和窗口。抖音承载着数亿用户的多元表达需求，同时也肩负着维护网络空间秩序、促进社会理性对话的重要责任。

但近些年，随着越来越多的热点信息在抖音上讨论和传播，很多事件初期真假难辨、事实含混不清，加上快速传播，导致真相披露滞后于舆论发酵，“反转”“翻车”的事件时有发生，甚至滋生谣言。

事件中的当事人和相关方也被公众广泛关注和讨论，一些当事人面对过高关注承受巨大压力，甚至面临二次伤害。部分创作者和用户在事实不全或者被片面信息误导的情况下仓促发表的言论和观点，也会引发一些掌握不同信息、持有不同观点的用户的反驳甚至攻击。

为更好服务广大用户及创作者，为每一位抖音用户和创作者提供平等友善的交流和互动空间，抖音依据《中华人民共和国网络安全法》《网络信息内容生态治理规定》《关于加强“自媒体”管理的通知》等法律法规和政策要求，以及《抖音用户服务协议》《抖音社区自律公约》等相关平台规则，制定本规则。

第一章 总则

第一节 目的

通过实行本规则，实现抖音社区热点信息规范传播与账号有序运营，与抖音用户共同建设平等友善、丰富多元、真实美好、积极健康、尊重知识、鼓励表达的社区环境。抖音将严格依据法律法规和政策要求管理“自媒体”账号，从严打击散布虚假信息、恶意炒作不当获利、仿冒或网暴热点当事人等不当行为。

第二节 适用范围

本规则适用于抖音社区内所有参与各类热点信息传播、讨论的相关账号。

第三节 基本原则

抖音针对社区热点信息和账号的治理规则将遵循以下原则：

依法依规运营，落实主体责任：严格遵守国家法律法规，有序治理，依规运营，落实责任；

尊重事实真相，维护传播秩序：分级分类治理，建立核实机制，治理违法违规内容，规范传播秩序；

治理蹭热营销，限制流言炒作：打击利用社会热点仿冒、蹭热博流量、趁机变现等不当获利行为；

鼓励理性沟通，反对极端对立：反对极端、煽动、攻击、引战内容，倡导理性讨论，加强互信理解；

保护用户权益，落实责任担当：保护热点发酵中当事人（方）的隐私、名誉、人身安全

等权益。对于违法违规账号和经营主体，落实治理要求。

第二章 社区热点信息研判机制

第一节 社区热点专项研判

抖音将对社区内热点相关信息建立识别、研判、分类，以及标记和追踪机制；并对争议热点信息做专项内容治理，针对“流量先行、真相滞后”等现象，降低用户因事实披露不完整、或被片面信息误导带来的风险。

第一条 专项研判，持续追踪：平台将对社区热点相关信息建立分级分类追踪和研判机制，将新闻要素不齐全、信息来源标注不完善、无权威信源报道等热点内容纳入“存疑”热点持续追踪，将存在传播偏激对立情绪、侵犯当事人权利、可能诱发“网暴”“开盒”等事件信息纳入“争议”热点研判处置。

第二条 争议事件，显著标记：对社区内存在事实不清和广泛争议的热点事件信息，平台会在运营中对内容增加提醒标签，告知用户可能存在事实存疑、证据模糊、观点争议等问题，提醒理性谨慎判断。

第三条 事实不清，重点研判：平台将针对在事实尚未完整披露的情况下过度发酵、未经充分核实但引起广泛传播和争议讨论的事件信息，依据法律法规及政策要求，重点规范传播秩序，治理虚假不实信息和网络暴力等违法违规内容，并为热点的核实和真相的揭示争取时间，避免争议甚至不实信息传播误导公众、损害用户合法权益。

第二节 推动真实信息传播

在社区热点事件中，平台将通过与主流媒体、权威机构建立协同机制，促进真实信息有序传播。

第四条 真实信息，有序传播：平台将对社区内有公信力的媒体、政务机构等权威信源突出展示标识，通过新闻机构号“红V”、政务机构号“蓝V”等认证展现权威信源，并通过热榜、弹窗推送等方式，推动重要热点核心事实、重要节点等信息实现及时有序传播。

第五条 机构合作，事实核查：平台和媒体与权威机构保持合作，加大对社区内各类热点信息的事实核查，建立“热点事实核实机制”，保障热点信息的客观、权威。

第三节 热点辟谣机制

热点事件、尤其是存在事实不清和广泛争议的热点，在传播中容易滋生谣言。谣言一方面影响各方对事实的客观判断，产生社会危害，同时对当事人也将产生长久持续的伤害。抖音交叉应用人工智能大模型和人工“验真”等多种手段，对热点事件信息中的谣言点展开识别、打击，联动中国互联网联合辟谣平台等各方进行辟谣，并通过产品机制放大辟谣传播效果。

第六条 识别谣言，交叉验真：对达到传播阈值的社区热点信息及相关内容，抖音会通过联网人工智能大模型、人工审核交叉验证的方式验真，并联系权威机构确认事实、去伪存真；对事实不足，未经核实的内容要求注明来源、规范传播秩序。

第七条 AI 搜证，整合脉络：当热点事件发生时，平台结合联网人工智能大模型与人工事实核查，整合站内和全网相关图文、视频、新闻报道（包括政府通报、媒体报道、当事人声明等）等内容，给用户呈现可信度高的信息和事件脉络。

第八条 社会共建，联动辟谣：确认为谣言的内容，平台将其提炼为谣言点加入抖音“谣言库”，并在全站开展拦截、回查；平台还会联动媒体机构，成立并长期运营“抖音媒体辟谣团”，展开辟谣传播，上榜“辟谣热点”，共建清朗互联网环境。

第九条 完善机制，便捷查证：平台通过产品机制如热榜、搜索等，在显著位置展现“辟谣卡”，并呈现事实跟进、事件脉络模块；未来还将为用户提供便捷查证“关键争议点”等功能，用户点击即可跳转至权威媒体报道或政府机构官网查看原文。

第三章 相关账号和内容治理机制

第一节 热点当事人保护与行为约束

热点事件中，当事人（方）往往是关注的焦点。在热点信息传播时，当事人既可能因舆论过度关注，不堪重负，权益受损；但也存在部分当事人恶意炒作、蹭炒热点吸粉引流、造热点博流量、违规营利。为保护和规范热点当事人、维护社区良好生态，平台将对热点当事人采取权益保护与行为约束措施。

第十条 身份真实，显著标识：以热点事件当事人或当事人亲朋好友身份发布内容的账号，平台会要求其提供证明材料；逾期不能提供证明材料或未进行身份确认的，平台将进行包含账号禁言在内的梯度处置，直至收到可信证明。身份明确的当事人，将在显著位置给予标识或认证。

第十一条 保护权益，专项审核：当事人身份被核实后，可通过正式声明、书面材料或公开澄清等方式，阐明事实、维护权益。平台将专项审核当事人账号的内容，重点排查虚假陈述、煽动性言论。

第十二条 完善工具，反对网暴：完善各类防网暴工具，提供“一键防网暴”功能，严厉处置针对当事人的“人肉”“网暴”，保护当事人权益。

第十三条 冷静关注，限制变现：为避免因争议行为获取流量后与商业利益捆绑，引发更大争议讨论或违规营利，在流量激增期对存在不当行为或争议的事件当事人启动适度降热和“冷静”管理，包括但不限于暂停关注、限制流量或限制投稿/直播等。同时，针对争议热点当事人“趁热”变现采取治理措施，在事件周期内暂停商业变现功能，包括但不限于直播打赏、电商带货、星图商单、广告合作等功能。

第二节 违规账号治理

针对热点事件中出现的违规账号和责任主体，平台将结合违法违规事实，并根据法律法规及政策要求，采取长效约束治理。

第十四条 违规账号，长效治理：对热点事件中相关的违法违规和侵害用户权益的账号和责任主体，平台将及时履行法律法规及政策要求，根据官方部门的调查和权威媒体的报道，对相关账号进行限制，包括但不限于清理违规内容、清理争议期间涨粉、暂停关注、限制流量或限制投稿/直播、粉丝外显管控等。同时关闭其商业变现渠道，包括但不限于直播打赏、电商带货、星图商单、广告合作等。

第十五条 消除影响，适当放开：对情节较轻、已消除或改善不良影响的账号，平台将依据法律法规及政策要求，综合考量其整改措施、用户权益损失弥补、负面影响消除情况等多个维度，并在获得有关部门的同意和相关账号主体就后续合规运营的确认后，适当放开冻

结限制措施，将账号纳入恢复观察阶段，并对投稿内容、直播间限制流量，同时对其商业变现能力与渠道进行一定程度的限制。

第十六条观察阶段，严格管控：平台将对相关历史违规账号进行重点审核，并要求账号运营方定期充分了解平台规则，确保创作者通过实际行动重新赢得用户的信任。若账号运营方未能有效改善，甚至出现新的违规或争议升级，平台将依据法律法规及政策要求，延长或采取更严格的限制措施，并主动上报相关部门。

第三节 违规内容治理

在社区热点事件发酵和讨论期间，平台将重点治理为博取流量而假冒仿冒、蹭炒热度、刻意制造冲突、煽动引战等内容，严厉打击发布煽动蹭热内容的“恶意营销号”和通过 AI 技术批量发布低质虚假内容的账号，力促用户在热点讨论中获取多元观点，营造多元讨论空间。

第十七条 打击仿冒，拒绝蹭热：账号发布社会热点相关内容，需注明来源以及时间、地点等相关信息。针对事件中假冒仿冒热点当事人、造谣传谣误导公众、拉踩引战煽动对立、组织水军操纵舆论的账号和责任主体，平台将履行法律法规及政策要求对不良行为账号进行严厉打击，阻止违规、侵权内容扩散。针对持续违规蹭热、恶意煽动公众情绪的“恶意营销号”，平台还将根据违规情节采取相应处罚措施。针对滥用 AI 技术批量发布低质劣质甚至不实内容、违规蹭热不当获利的账号，平台亦将依法依规严格处置。

第十八条 线上线下，同步疏导：针对部分热度过高导致的线下蹭热、密集打卡等，和权威机构合作采取线下疏导、线上规范传播秩序。

第四章 鼓励和倡议

第一节 鼓励优质内容和理性讨论

热点事件的讨论是社会思考、共识的窗口，其中交织的争议观点也是多元观点碰撞的产物。为了让更多观点被听见、让每份善意被传递，抖音尊重每位用户的表达权利，接纳用户情绪的“软着陆”，希望与每一位用户携手，共同营造一个健康、有序、和谐、多元的讨论空间。平台将通过支持优质内容创作、优化推荐分发等手段，推动社区热点事件相关的内容生态积极健康发展。

第十九条 尊重复杂，理性讨论：倡导“我看到…”等温和表达，减少绝对化、两极化表达，尊重事实的复杂性，理性看待热点事件；鼓励多视角理解热点，避免片面解读，以善意态度对待不同意见，为多元讨论留空间。

第二十条 加大投入，鼓励优质：加大对社区优质媒体栏目内容的投入和扶持，鼓励扶持热点事件中权威媒体的优质、深度、完整报道；积极促进各类多元声音和优质深度内容的分发。

第二十一条 多元呈现，增进理解：热点事件发生后，鼓励媒体、专家和作者围绕热点事件创作优质深度报道和内容，澄清事实与观点，增进理解，丰富用户对事件和人物的多侧面、全方位了解。

第二节 公开和沟通

抖音将秉持公开透明、协同多方长效共建的原则，公示对社区热点事件和相关账号的治

理态度和动作，坚持主流价值导向，客观呈现热点事件全貌，通过座谈会、学术合作、专项报告的形式，定期和媒体、学术专家等展开沟通，接受社会监督，持续完善治理措施。

第二十二条 治理透明，机制公开：除本规则外，抖音还将定期对外发布关于社区热点信息、谣言处置、热点当事人、违规账号的治理公告，公开对热点信息的治理态度、动作。

第二十三条 坚持导向，客观呈现：平台将坚持主流价值导向，通过学术合作、专项报告、数据分析、热点脉络、事件百科等形式，客观呈现社区热点事件的爆发、传播、处置等全流程信息回溯，为用户提供更丰富完整的视角，凝聚共识。

第二十四条 社会共建，接受监督：平台将协同多方，定期面向媒体、学术专家、创作者等举办沟通会，通报平台治理思路、措施与典型案例，接受社会监督、听取意见，持续完善治理规则和思路。

总结

本规则自发布之日起试行生效，并在抖音安全与信任中心网站 95152.douyin.com 公示，平台将根据实际运行情况持续优化治理措施。**欢迎社会各界和广大抖音用户、创作者对本规则 and 平台在后续治理动作中的各项措施和问题提出宝贵批评。抖音将接受各方监督，如有意见请反馈至 feedback@douyin.com。**

抖音始终秉持“记录真实美好生活”的初心，鼓励创作者在遵守法律法规和公序良俗的前提下，表达个人观点和创作内容。在热点事件中，我们将和广大创作者一道，共同为事实澄清和传播争取时间；阻止恶意炒作、情绪绑架和攻击对立的行为；疏导情绪，引导争议回归事实和理性讨论。

我们希望通过规则的透明化与治理的动态优化，践行平台主体责任，与每一位用户共同营造一个温暖、理性、包容的社区生态。引导向上向善，守护表达边界，搭建理性空间，凝聚社会共识。我们期待与您携手，共建一个健康、有序、和谐的网络空间。

（3）抖音关于治理网络“黑话烂梗”的公告

（2025/06/12 来源：抖音黑板报）

抖音一直倡导记录真实而美好的生活，包括倡导大家一起用“真实而美好的文字”记录生活。《抖音社区自律公约》明确表示，平台“建议重视文字的正确使用，避免出现错别字，减少用拼音首字母缩写表达，自觉遵守语言文字规范”。另外，为了进一步规范平台用语，抖音还更新了关于规范表达的内容创作规则，对违规视频和账号，平台将持续加强提示甚至警示，如反复出现，则将其进行处罚。

近期，平台发现，有少数账号仍然试图通过“谐音梗”“缩写字”“拆解词”“图文结合等形式，发布“黑话烂梗”，造成公众对信息的理解障碍。上述信息和行为，很多并非语言文字正常、合理的发展与更新，而是故意利用“黑话烂梗”等不规范表达言行，传播色情低俗、不良文化、脏话污语，或者煽动对立矛盾等违法违规不良信息。具体包括：

1.传播低俗色情

以隐喻、谐音、符号化等非直接表达形式传播性暗示、性挑逗等内容。

2.宣扬不良文化

以娱乐化、符号化形式包装语言或行为符号，恶意制造并传播带有扮丑风、油腻风等庸俗风气和审丑文化的内容，违背公序良俗、消解主流价值观和社会伦理底线。例如：高嫁秘籍（宣扬不正当婚恋关系）、钓系穿搭（以吸引异性为目的擦边穿搭话术）。

3.固化不良圈层

通过圈层群体自发创造、传播并固化的语言符号或行为符号，制造不良圈层认同，很多用语带有不良文化内容，煽动特定群体不良行为。

4.制造脏话污语

使用特定词汇或利用谐音、缩写、指代、暗喻等形式制造污言秽语、粗口脏话，挑起对立互撕，或对他实施恶搞诋毁、攻击贬损、谩骂诅咒等。

5.煽动对立矛盾

通过简化、标签化、极端化的表达方式，将某一特定群体的特征（如性别、职业、地域、年龄层等）或行为与负面刻板印象强行绑定，煽动情绪、激化矛盾，一是对特定对象进行谩骂攻击。二是关联特定社会事件、突发事件，发布恶意调侃、诅咒言论。

6.实施违法引流类

为规避审核治理，利用特殊符号、暗语黑话等隐晦表达形式，为色情、赌博、诈骗等违法行为进行引流。

7.其他可能引发误解或误读的不规范使用

如试图通过文字误用、汉字拆解、成语改编等形式，制造不规范使用语言。

对于上述内容，平台将持续予以处置，并呼吁广大创作者和用户规范表达，共同营造风清气正的平台氛围。近年来，抖音先后出台了多项措施，治理平台上存在的不规范用语现象。

1.发文助手

平台上线发文助手等功能，一方面用户可以在发布作品前，检测发布内容是否存在不规范表达，并且依照提示进行修改；另一方面，当平台发现已发布作品存在不规范表达时，会下发站内信详细告知用户。

2.发布《规范表达沟通手册》

平台发布了 100 个高频出现的不规范表达用词，并且强调，正常的词语使用不会被审核、处罚，平台仅在其被用作传播色情低俗、违规引流交易、虚假宣传等违法违规行为时加以管理。

同时，平台还制作了《规范表达沟通手册》和《“不规范用语”违规细则》，通过发送用户站内信及在个人页发布提示条等形式，加强与用户沟通，降低不规范表达用户再犯率。另外，平台推出了《抖音电商创作者规范用语词库 1.0》等供创作者参考使用。

3.为未成年人打造健康规范的网络环境

平台持续关注未成年人模式下相关内容的规范表达，呼吁广大创作者一起为未成年人打造健康规范的网络环境。

4.优秀创作者带头示范

平台鼓励优质创作者通过自身创作力和影响力，发布规范作品，带动更多用户遵守规范表达。

5.修改不规范广告

对在平台投放广告的客户，提前预警其投放内容可能存在不规范用语现象，提醒其予以修改。

6.增加反馈入口

平台设立“不规范表达”反馈入口，用户可以针对抖音上存在的不规范用语现象进行反馈。我们将继续推进平台规则的透明化。同时，平台愿与广大用户共同努力，推动语言文字的规范使用，如有建议，欢迎发送邮件至 feedback@douyin.com。

（4）治理“人肉”与“网暴”，抖音开打“网络黑嘴”！

（2025/07/06 来源：财联社 AI daily 公众号）

本周，国家网信办通报了“清朗·优化营商环境——整治涉企网络‘黑嘴’”专项行动最新进展，公开曝光了一批恶意诋毁企业、扰乱网络舆论秩序的典型案例。

涉企网络“黑嘴”问题引发舆论关注，各互联网平台也都在不断推进机制化治理。

《科创板日报》记者从抖音方面了解到，抖音已在近日启动了涉企网络“黑嘴”专项行动。

典型手法曝光 “黑嘴”不是差评

在接受《科创板日报》记者采访时，抖音治理团队相关负责人表示，“网络黑嘴”不是简单的负面评论或主观差评，而是以谋取流量或经济利益为目的、捏造或歪曲信息、对企业或企业家进行蓄意攻击的行为。

近期典型案例是柴怼怼与胖东来事件。抖音博主柴怼怼质疑胖东来玉石销售暴利，引发双方纠纷，这一事件最后被证明是柴怼怼无事实依据蓄意抹黑胖东来借机吸粉引流带货。

抖音治理团队相关负责人介绍，“网络黑嘴”典型形式包括主观臆断商业数据，如某视频创作者将某车企门店扩张行为解读为“疯狂烧钱、公司濒临倒闭”，但并未提供可靠财报或第三方佐证。

再比如恶意炒作，集纳负面信息唱衰企业或行业，歪曲解读涉企公开信息，翻炒旧闻、蹭热点恶意营销。

此外，还有虚假不实评测恶意营销，通过编造、歪曲信息或采用不正当手段进行产品评测，拉踩其他品牌并借此开展营销活动，以达到误导消费者、获取不当利益等目的。

“最恶劣的是针对企业家本人进行P图辱骂、人身攻击等，如将民族企业家P成外国人、黑白照、恶搞跳舞视频等。还有组织网络水军、黑公关发布负面信息攻击企业或企业家。”上述负责人表示，“这些内容往往真假难辨，传播方式隐蔽，一旦形成热度，极易影响消费者认知和品牌声誉。”

支持举证 维权证据链留存

不久前，抖音集团副总裁李亮在社交媒体平台公开了一家黑公关公司的造谣行为，李亮发帖详细阐述了这类组织的造谣细节，揭开了涉企“网络黑嘴”隐蔽链条上的一角。

前述负责人告诉《科创板日报》记者，从平台监测角度来看，判定“黑嘴水军”主要有两个维度：一是账号维度，若某个账号持续发布同质化、带有贬损性且缺乏依据的内容，则可能属于“黑嘴”账号；二是视频维度，若短期内某一事件出现投稿量激增，且内容高度一致，则可能存在“水军”行为，平台会综合账号特征和投稿行为模式进行判综合研判。

但需要注意的是，在保护企业和个人权益的同时，平台也需要平衡户自由表达的正当性边界。

抖音治理团队相关负责人认为，网络“黑嘴”与正常批评监督的核心区别在于：动机是否牟利、内容是否造假、言论是否恶意。

“举例来说，一位用户说‘这家奶茶不好喝’，我们一般不会受理。但如果出现恶意虚构信息、炒旧闻蹭热点，甚至发布批量水军内容，那就属于平台要干预的范畴。”该负责人说，对于确实存在争议、双方各执一词的事件，平台也会通过“双方举证”的方式，综合企业和创作者双方的视角，给出综合判定结果；同时也建议双方可以通过“线下诉讼”、“保存证据链”等方式将判定交给权威鉴定机构或者公检法等司法机构。

目前，针对涉企“黑嘴”行为，抖音也已出台了相应的维权举报指引，涵盖损害企业商誉（恶意诋毁、敲诈勒索、恶意炒作）、曝光肖像（丑化污损、营销侵权）、冒充身份、假冒商标等。

面对维权难、重复侵权多发等痛点，抖音近期对平台的侵权举报服务也进行了升级，在肖像权、隐私权侵权情形下，支持用户授权开通“阻止相同侵权内容传播”功能，以降低用户重复发起侵权举报的成本。

不过，因技术的限制以及可能存在的各种恶意手段，抖音治理团队相关负责人透露，当前该功能仍在探索阶段，优先覆盖肖像权、隐私权相关的治理场景，近期还将不断扩大覆盖个人名誉权、企业商誉保护等更多场景。

设“冷静期”、限流控热

不过，目前对于涉企“网络黑嘴”处置，平台最大的问题还在于，一些争议性较强的事件，因双方举证维权需要时间，时长被拉长，会出现争议期间内容还在传播的情况，导致损害仍在持续甚至加重。

对此，前述抖音治理团队相关负责人告诉《科创板日报》记者，针对争议热点事件信息传播、热点当事人账号及热点事件中出现的违规账号和内容，抖音也已作出部分重点措施。

针对社区热点信息建立识别、研判、分类，以及标记和追踪机制，抖音将事件新闻要素不齐全、信息来源标注不完善、无权威信源报道等热点内容纳入“存疑”热点持续追踪，将存在传播偏激对立情绪、侵犯当事人权利、可能诱发“网暴”“开盒”等事件信息纳入“争议”热点研判处置。

针对事实尚未完整披露却过度发酵、引起广泛传播和争议的事件信息，抖音会依据法律法规及政策要求予以重点处置。

对热点当事人账号的权益保护和行为约束。为打击仿冒热点当事人行为、保护当事人权益，以热点事件当事人或其亲友身份发布内容的账号，需在一定时间内提供证明材料。身份明确者，账号将在显著位置予以标识。抖音提供“一键防网暴”功能，还将持续完善防网暴工具，严厉处置针对当事人的“人肉”“网暴”。

为避免因争议行为获取流量后与商业利益捆绑，引发更大争议讨论或违规营利，在流量激增期对存在不当行为或争议的事件当事人启动适度降热和“冷静”机制，抖音将采取包括但不限于暂停关注、限制流量或限制投稿/直播等。

8. 百度投诉渠道

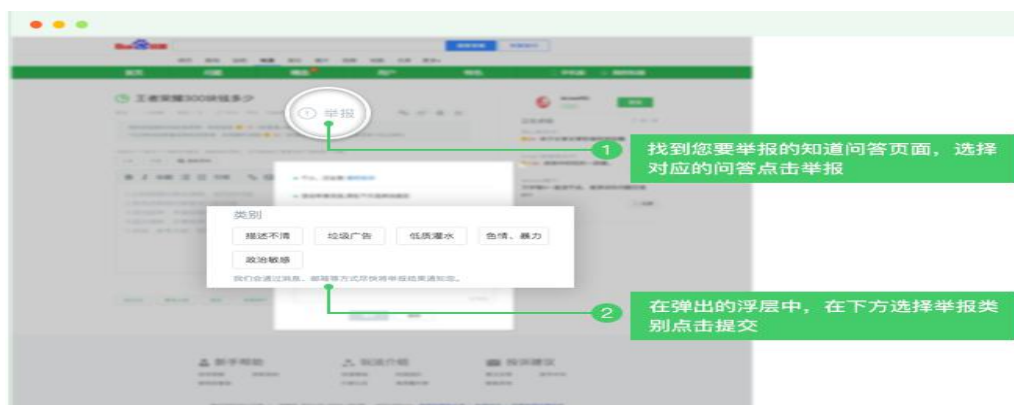
（1）百家号投诉

登录百家号官方网站 <https://baijiahao.baidu.com/builder/rc/home>，首页右下方寻找到“侵权反馈”——进入问题反馈页面“我要反馈”——投诉提交后，可在“反馈历史”中查看进程



(2) 百度用户服务中心投诉

PC 端:



移动端——手机百度:



移动端:



（二）投诉规则

1.微信

（1）公众号侵权投诉操作指引——清朗·优化营商环境整治涉企网络”黑嘴

（2025/06/20 来源：“微信珊瑚安全”微信公众号【腾讯官方内容安全沟通站点】）

为保护用户权利，平台依据法律法规构建了完整的侵权投诉举报链路，用户可对平台内的侵权内容进行投诉。

依据法律法规和“清朗·优化营商环境-整治涉企网络‘黑嘴’”专项行动的要求，平台构建了完整的企业侵权投诉举报通路，对包括公众号、视频号等多个场景建立严格审核规则，保障用户和企业的合法权益。

如果您或您所在的企业受到下述侵权影响欢迎通过各场景通路投诉反馈。

- 恶意抹黑诋毁攻击企业或企业家个人
- 发布涉企虚假不实信息
- 歪曲解读编造涉企负面信息
- 假冒仿冒、污名化等泄密侵权行为

手机端

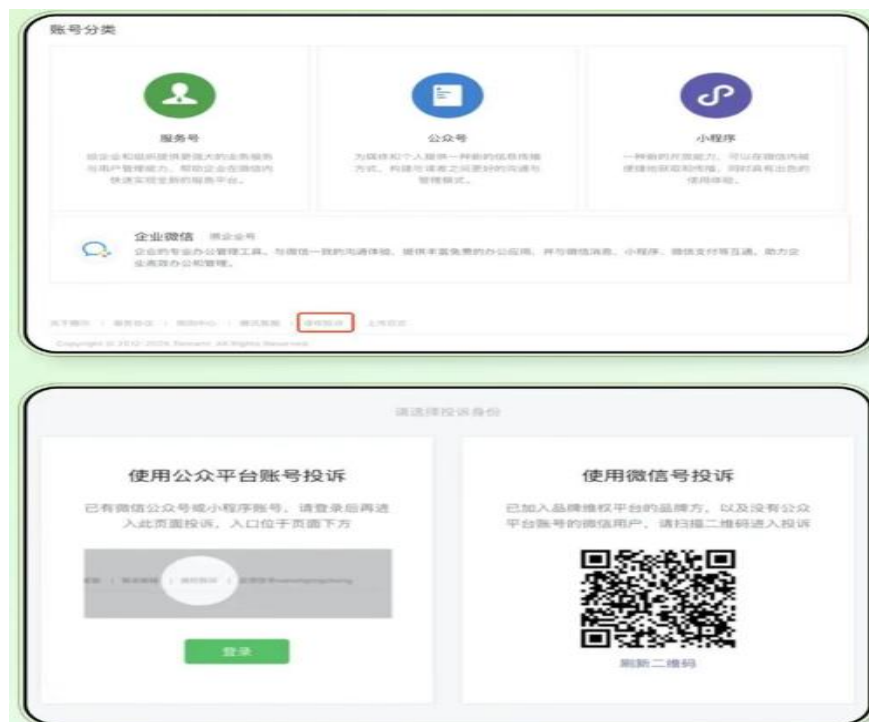
在对应文章页面的右上角点击【...】——弹出选单后点击【投诉】——选择对应投诉种类——选择投诉为个人类型或企业类型——选择企业侵权投诉类型，提交投诉材料以及填写具体投诉内容。





PC 端

可通过访问“微信公众平台”，点击下方“侵权投诉”进入侵权投诉身份选择页面。通过不同身份登陆后台后，填写具体投诉内容，提交成功后将收到对应的投诉通知。



你收到侵权投诉，但你不认为自己侵权。可以怎么做？

侵权投诉的必要限制要求与准则

申请侵权投诉

被侵权主体

权利人类型

组织

个人

名称

请填写组织机构名称

是否为企业或个体工商户

是

否

若填写主体属于公司或合伙企业、个人独资企业、个体工商户等类型（可在国家企业信用信息公示系统查询）请选择“是”。否则请选择“否”。

营业执照或组织机构代码证

请填写有效营业执照或组织机构代码证

法定代表人

请填写法定代表人姓名

证件扫描件

请上传营业执照或组织机构代码证清晰彩色原件扫描件或数码照
支持 .jpg .jpeg .bmp .gif 格式图片，大小不超过5M。

上传文件

微信致力于构建绿色、安全的平台环境，依据中央网信办“清朗·优化营商环境--整治涉企网络‘黑嘴’”专项行动相关要求，平台将持续治理恶意抹黑诋毁攻击企业、对企业进行敲诈勒索、恶意营销炒作、泄密侵权等问题，携手各方共建良好营商环境。

（2）微信公众平台侵权投诉内容指引

（2025/06/20 来源：“微信珊瑚安全”微信公众号【腾讯官方内容安全沟通站点】）

保护你的合法权益是我们的目标

作为中立的平台服务提供方，微信公众平台一直致力于建立一个公平、公开、公正的平台，我们志与诚信守约、进取担当的第三方合作伙伴携手并进，建立和维护良性互动、健康有序的平台秩序。微信侵权投诉平台（以下简称“本平台”）是由深圳市腾讯计算机系统有限公司研发和运营的线上侵权投诉平台。注册地为深圳市南山区粤海街道麻岭社区科技中一路腾讯大厦 35 层。

我们建议咨询或委托法律专业人士投诉

在本平台发起侵权投诉，是一项正式的、严肃的、具有法律意义的行为，涉及大量中国大陆法律专业知识。若侵权投诉不符合法定条件，平台将无法处理。所以，我们相信，就侵权投诉事宜向法律专业人士进行咨询，或交由法律专业人士处理，会有利于侵权投诉事宜更顺畅地进行。

本流程依据的法律规定

本流程严格依据中国法律制定，你可以查阅相关中国法律的相关规定：

【《中华人民共和国民法典》第一千一百九十四条至第一千一百九十七条】

【《信息网络传播权保护条例》第二条、第十四条、第十五条】

【《最高人民法院关于审理侵害信息网络传播权民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第五条、第十二条】

你的何种权益受到侵犯时，可以使用本流程？

如微信公众账号或小程序中的内容侵犯你的人身权或知识产权等合法权益，你可通过本流程进行投诉。

如果你需投诉的情况不属于微信公众平台侵权投诉适用的情形，应该怎么办？

本流程以外的情形，请选择合适的途径投诉：

1. 针对微信个人账号进行侵权投诉，请点击【如何进行微信个人账号侵权投诉】；
2. 针对微信个人账号销售假冒伪劣产品的行为进行投诉，请点击【微信品牌维权指引】；
3. 针对微信公众账号或小程序欺诈、色情、诱导行为、不实信息、违法犯罪、骚扰、内容未经授权/滥用原创等行为，请在手机端微信软件的对应页面点击“投诉”。

你被侵权了，应该如何进行侵权投诉？

如果你发现微信公众账号或小程序存在侵犯你合法权益的内容，你可以通过【本系统】向我们递交你的侵权通知，发起侵权投诉。

请注意，为更好地维护你的合法权益，并保证你及时收到通知和了解进度，我们原则上只接受本系统进行投诉。

提交侵权投诉之前应做什么准备？

侵权投诉是一项极其严肃的、具有法律意义的行为，提交前，你必须确保不得作出虚假

声明、提交伪造虚假材料发起侵权投诉，侵害他人权益。任何虚假、恶意的投诉，可能导致我们对你做出处理或要求你承担法律责任。你保证提供的信息和材料是真实、有效和合法的，并保证承担和赔偿腾讯因根据你的通知对相关账号的处理而给腾讯公司造成的任何损失。

请注意，只有权益受侵害方及其授权代表才能够提交侵权投诉。非权益受侵害方或其授权代表提交的投诉，平台无法进行处理。

侵权投诉需要提供哪些信息？

权利人、投诉人的真实身份信息、联系方式；

如是授权代表投诉，需要提供授权委托书；

投诉对象、投诉内容、准确有效定位信息和投诉理由；

权利人对相关内容的权属证明材料，或权益受侵害的证明材料；

如已对被投诉方侵权提起诉讼的，请将相关受理证明一同提交给平台，便于投诉的处理。基于核验真实身份、投诉审核等目的，平台会收集、使用并在法律、行政法规所规定的保存期限内保存你的个人信息，主要包括姓名、身份证及联系方式等。同时，为保护各方合法权益，根据法律法规要求，平台可能会向被投诉方转送你提交的通知信息材料。你的上述信息的收集、使用、存储是履行《中华人民共和国民法典》及相关法律法规关于处理网络侵权行为的法定义务所必需的。

如果你是中国大陆以外的主体，应该如何提交侵权投诉？

本系统支持权利方为大陆以外主体的侵权投诉，只是为确保涉外主体和材料的真实性，你应当以授权委托方式，委托中国大陆主体代为投诉。

港澳台主体

①你委托中国大陆主体代为投诉的委托授权书；

②中国大陆境内执业律师对前述授权委托过程进行律师见证的材料，或者当地法律认可的公证机关或公证人出具的公证材料；

香港特别行政区：

证明前述授权委托合法性、真实性的，经中国法律服务（香港）有限公司加章转递的中国委托公证人出具的委托公证材料；

澳门特别行政区：

证明前述授权委托合法性、真实性的，经澳门政府公证部门或中国司法部委托的公证人公证，并经中国法律服务（澳门）公司加盖核验章的委托公证材料；

台湾地区：

证明上述授权委托合法性、真实性的，经海峡交流基金会复查确认的台湾公证机关出具的公证材料；

③任何涉外的材料，均需提交中文翻译文本以及与原件确认无误的声明。

其他主体：

①你委托中国大陆主体代为投诉的委托授权书；

②中国大陆境内执业律师对前述授权委托过程进行律师见证的材料，或者权利人所在国公证机关证明前述授权委托合法性、真实性的公证材料；

③该公证材料经中华人民共和国驻该国使领馆认证的材料；如为《取消外国公文书认证要求的公约》的缔约国且属于公约文书范围，按该公约要求和规定办理并提供材料。

④任何涉外的材料，均需提交中文翻译文本以及与原件确认无误的声明。

提交侵权投诉后，你还能做什么？

提交侵权投诉后，平台会在 7 个工作日内处理完毕。你可以在侵权投诉“提交记录”中查看投诉状态，同时可以留意通知中心的通知。

如何撤销已经提交的侵权投诉？

在投诉提交之后，平台审核之前，你可以通过如下途径撤销投诉：登录微信公众账号平台后点击“侵权投诉”，选择“提交记录”栏目，找到对应投诉记录点击“详情”，在详情页点击“撤销投诉”，进行撤销投诉。

提交侵权投诉后，平台可能会作出什么处理？

通知被投诉方，被投诉方有机会承认侵权，自行删除内容或由系统清除侵权内容；

经平台核实存在侵权的，清除侵权内容；

经平台核实存在严重侵权的，可能会封禁账号相关功能、或注销账号处罚。

你投诉后，平台清除了侵权内容，后续又恢复了，是什么原因？

若被投诉方不认可你的投诉和平台的处理结果，其有权提交申诉。平台根据申诉通知和材料，核实判断是否恢复内容。

请注意，通过“通知-删除-申诉-恢复”流程，平台已履行完毕相关义务。如你对内容恢复有异议，建议你另行通过和对方协商、行政投诉、诉讼等方式解决问题。

你收到侵权投诉，但你不认为自己侵权，可以怎么做？

在你收到侵权投诉并被平台判定侵权后，你如不认可处理结果，可以通过如下途径进行申诉：通过平台下发通知站内信中的“通知中心”发起申诉，或者登录微信公众平台后点击“侵权投诉”，选择“我要申诉”栏目，发起申诉。平台会在 7 个工作日内返回申诉处理结果，请留意站内信通知。

侵权投诉的必要限制要求与准则

1. 权利人及其代理人知悉并了解侵权投诉是一项严肃的法律行为，平台将根据法律法规、投诉内容和证据等进行评估审核，尽力保障每一位权利人的合法权益。但侵权投诉的评估审核结果与投诉次数无关联，多次或多人重复或批量投诉并不能改变或提升侵权投诉通过率。

2. 为了更好地维护权利人的合法权益及正常侵权投诉，保障系统安全及正常运作，权利人及其代理人不得采取可能会严重影响其他用户合法权益、阻碍平台系统的安全正常运作的方式进行投诉，包括但不限于使用外挂、插件、第三方软件、系统、自动化程序等进行投诉等。一经发现，上述投诉将被平台视为无效投诉。同时不排除会采取包括但不限于限制频次等、记入非正常投诉名单、调整投诉处理顺序、直至直接拒绝、处罚投诉账号等特殊处理机制或限制、处理措施。

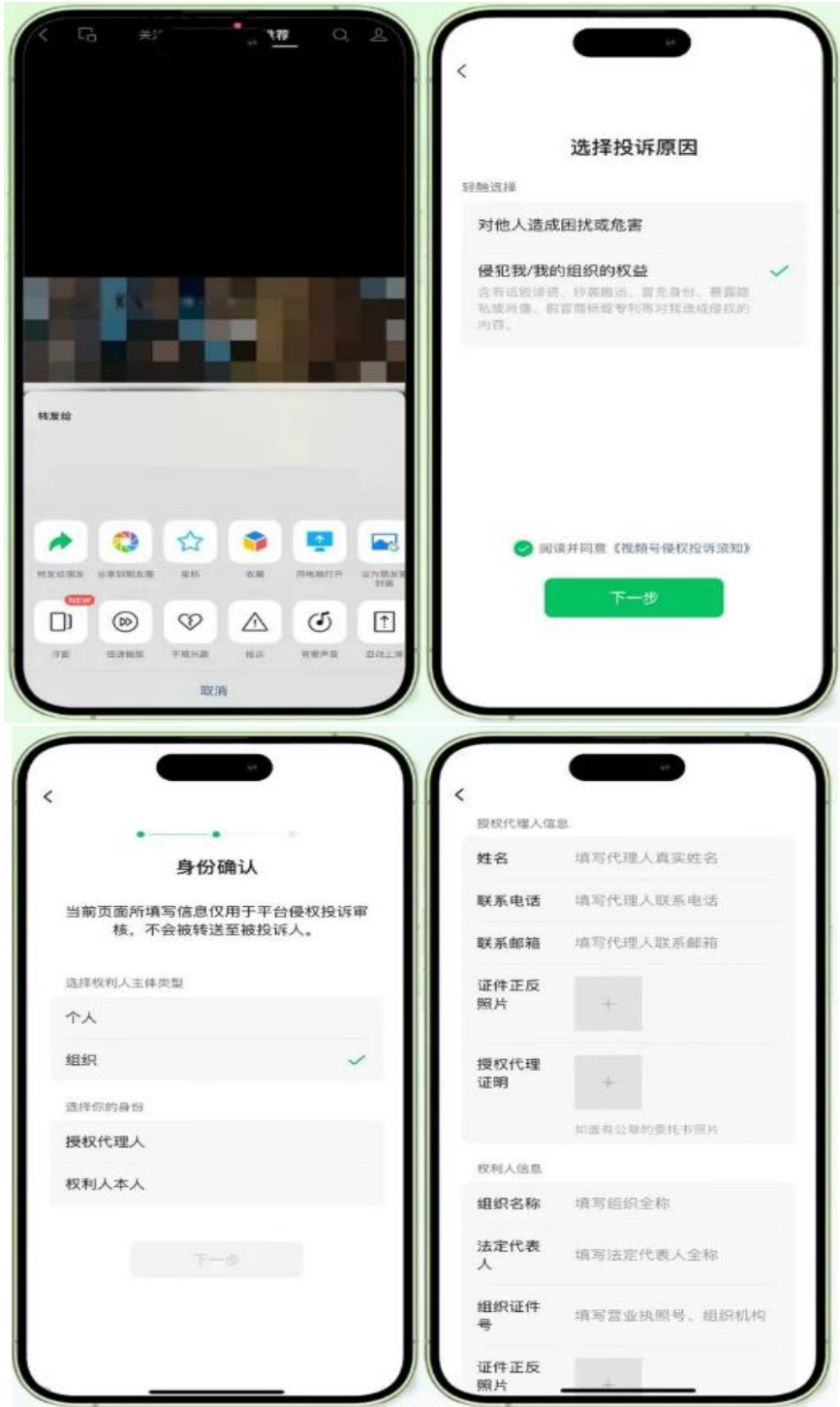
3. 为各权利人的合法权益得以保障，相关投诉能有效提交，如平台有合理理由相信投诉存在以下情形，将有权根据实际情况调整处理方式。包括但不限于：

（1）明知、应知不构成侵权或明显缺乏权利基础和事实依据而进行投诉；

- (2) 平台已告知欠缺处理依据仍不断重复投诉且无实质补充等情形;
 - (3) 多次或大量提交侵权投诉, 但整体通过率低或涉嫌滥用投诉;
 - (4) 非合理且正当理由, 对平台正常处理其他权利人侵权投诉造成不利影响的情形;
 - (5) 其他平台有理由认为存在不合理、滥用投诉的情形。一经发现, 将不排除采取特殊的处理机制或限制措施, 包括但不限于限制频次、记入非正常投诉名单、调整侵权投诉单处理顺序等, 由此将可能导致侵权投诉不可高频提交、无法通过或审核评估时效延长等效果。
4. 如由于特殊原因造成平台处理能力过载, 包括但不限于网络因素、设备原因、投诉量短期激增等, 平台的处理与反馈也可能会有时效调整或迟延。

（3）视频号侵权投诉指引

在视频动态页面点击【转发按钮】--弹出选单后点击【投诉】--选择对应投诉种类--选择投诉为个人主体或机构主体;在投诉材料中提交投诉人身份证明，组织机构证明以及有效力的名称证明材料（如商标证明，组织公函等等），填写具体投诉内容，提交成功后将收到对应的投诉通知。



视频号侵权投诉指引

侵权投诉范围

本流程是权利人向对象明确的微信视频号用户发起的侵权投诉流程，包含的范围为：姓名权侵权，商号权/企业名称权侵权，名誉权/荣誉权/商誉权侵权肖像权侵权，隐私权侵权，版权/著作权侵权、商标权侵权及专利权侵权等知识产权类侵权。受理的场景包括微信视频号的头像、名字、简介、封面，以及用户通过微信视频号发布的内容等。

保证声明

权利人及其代理人应保证在本投诉中的陈述和提供的相关材料皆真实、有效且合法，并承担因本投诉带来的一切法律后果，包括但不限于承担腾讯因根据权利人或其代理人的投诉对相关账号的处理而给腾讯造成的任何损失。

权利人及其代理人保证不滥用投诉，包括但不限于针对同一侵权事实故意反复恶意投诉、批量操作增加系统负荷、明知不构成侵权或明显缺乏基本事实依据而恶意投诉、提交虚假陈述及材料等情形。

处理与反馈

权利人及其代理人的侵权投诉通知送达微信团队并经核实后：

1. 对被投诉的内容，将会依据《腾讯微信软件许可及服务协议》《微信视频号运营规范》和相关法律法规进行相应处理。

2. 对处理结果，将通过“微信团队”公众号对投诉人进行反馈，同时也会通过微信客户端的系统提示告知被投诉人。

侵权投诉的必要限制要求与准则

1. 权利人及其代理人知悉并了解侵权投诉是一项严肃的法律行为，平台将根据法律法规、投诉内容和证据等进行评估审核，尽力保障每一位权利人的合法权益。但侵权投诉的评估审核结果与投诉次数无关联，多次或多人重复或批量投诉并不能改变或提升侵权投诉通过率。

2. 为了更好地维护权利人的合法权益及正常侵权投诉，保障系统安全及正常运作，权利人及其代理人不得采取可能会严重影响其他用户合法权益、阻碍平台系统的安全正常运作的方式进行投诉，包括但不限于使用外挂、插件、第三方软件、系统、自动化程序等进行投诉等。

一经发现，上述投诉将被平台视为无效投诉。同时不排除会采取包括但不限于限制频次等、记入非正常投诉名单、调整投诉处理顺序、直至直接拒绝、处罚投诉账号等特殊处理机制或限制、处理措施。

为各权利人的合法权益得以保障，相关投诉能有效提交，如平台有合理理由相信投诉存在以下情形，将有权根据实际情况调整处理方式。包括但不限于：

- (1) 明知、应知不构成侵权或明显缺乏权利基础和事实依据而进行投诉；
- (2) 平台已告知欠缺处理依据仍不断重复投诉且无实质补充等情形；
- (3) 多次或大量提交侵权投诉，但整体通过率低或涉嫌滥用投诉；
- (4) 非合理且正当理由，对平台正常处理其他权利人侵权投诉造成不利影响的情形；
- (5) 其他平台有理由认为存在不合理、滥用投诉的情形。

一经发现，将不排除采取特殊的处理机制或限制措施，包括但不限于限制频次、记入非正常投诉名单、调整侵权投诉单处理顺序等，由此将可能导致侵权投诉不可高频提交、无法通过或审核评估时效延长等效果。

2.微博

（1）微博举报投诉操作细则

第一章总则

第一条 为构建和谐、法治、健康的网络环境，维护微博社区秩序，保障微博用户合法权益，微博（以下可称为“站方”）依据并贯彻《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国未成年人保护法 8》、《中华人民共和国预防未成年人犯罪法》、《网络信息内容生态治理规定》等相关法律法规、部门规范性文件以及微博社区公约》（以下简称“公约”），制定本微博投诉操作细则（以下简称“本细则”）。

第二条 微博是由北京微梦创科网络技术有限公司运营的社交媒体网络平台（以下可简称为“微博平台”、“平台”、“本平台”）。微博用户是指于微博平台完成注册的网络用户（以下可简称为“用户”）。微博用户应严格遵守公约的规定。对于尚未注册成为微博用户的访客，站方亦有权参照公约规定对其在微博平台的有关活动进行管理。

第三条 用户在本平台的活动不得违反现行法律法规、部门规范性文件及公约。

用户的相关活动若违反现行法律法规、部门规范性文件及公约，本平台将按照公约及《微博服务使用协议》进行处理。用户对本细则的文义或具体执行有任何疑惑或争议的，可提请站方予以解释或处理。

第四条 站方依据相关法律法规、部门规范性文件以及公约，对违规类型进行分类并命名，同时设立微博页面上的投诉功能，以便于用户使用此功能对涉嫌违规的内容进行投诉，站方将根据本规定核实处理。本细则适用于微博内容的所有呈现方式，包括但不限于：微博、评论、账号信息、图片、问答、音频、视频、直播等。用户享有投诉的权利，但部分投诉分类需要后台验证身份信息或提供支持性材料后，方可完成投诉。

第五条 站方将视情况对违规内容或账号采取以下处置：

- （一）限制、更改、屏蔽、删除相关内容的展示。
- （二）撤销、删除、禁止修改账号认证、个人信息。
- （三）禁言、禁点赞、禁被关注、禁发送及接收私信等禁止违规账号部分或全部功能。
- （四）扣除信用积分、中止或扣除广告共享收益等。暂停、限制、或终止用户使用微博服务的权利、限制用户访问账号、注销用户账号等。
- （五）向有关监管部门或国家机关报告。
- （六）其他微博运营方认为合理的措施。

第二章时政有害信息

第六条 时政有害信息的界定

（一）时政有害信息包括根据现行法律法规，危害国家及社会安全的信息，主要表现为：

- 1.反对宪法确定的基本原则。

- 2.危害国家统一、主权和领土完整。
- 3.泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益。
- 4.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。
- 5.煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结，或者侵害民族风俗、习惯。
- 6.破坏国家宗教政策，宣扬邪教、迷信。
- 7.散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定。
- 8.通过否定、篡改、抹黑历史文化，伤害中华民族的历史情感，虚无民族文化价值和文化精神。
- 9.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。
- 10.宣扬赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪。
- 11.煽动非法集会、结社、游行、示威、聚众扰乱社会秩序。
- 12.含有法律、行政法规和国家规定禁止的其他内容。

（二）时政有害信息的呈现方式包括但不限于：微博、评论、账号信息、图片、音频、视频、直播等。

第七条 时政有害信息处置原则

时政有害信息有传播即处理，既包括时政有害信息本身，也包括转发时政有害信息作为讨论对象的其他内容。

第八条 时政有害信息处置结果

- （一）发布时政有害信息的用户，警告并删除相关内容。
- （二）转发时政有害信息作为讨论对象造成传播的用户，限制展示或屏蔽有关内容。
- （三）累计发布 5 条及以上时政有害信息的用户，禁言 48 小时，并删除相关内容。
- （四）恶意发布时政有害信息的用户，应禁言 48 小时或以上，直至限制访问。

第三章 违法信息

第九条 违法信息的界定

违法信息包括四个类别：

（一）含有扰乱公共秩序，妨害公共安全、侵犯人身权利、财产权利、妨害社会管理内容的信息。

（二）色情低俗，主要表现为：

1.淫秽：具体描绘性行为或露骨宣扬色情的诲淫性信息。

2.色情：

（1）以现行法律法规为依据，有关规定中明确禁止的露点图片、视频，以及直接表现性行为的文字、音频内容。

（2）发布非色情类内容，但是通过暴露身体等引诱性的图片、音视频，将用户引导至其他第三方平台，进行线上线下的色情服务交易。

（3）通过“发福利”、“套图”等特定引申义的文字描述，将用户引导至其他第三方平台，进行线上线下的色情服务交易。

（三）兜售、贩卖各类法律法规所规定的禁止流通物和限制流通物的信息：禁止流通物和限制流通物既包括危险物品，也包括根据法律法规规定属于专卖专营的商品或本身并非商品，其流通交易行为属于违法违规行为，包括但不限于兜售个人信息、兜售考试答案等。

（四）“开盒信息”是指未经他人授权，通过非法或不当手段收集、公开他人真实身份信息（包括但不限于真实姓名、身份证号、住址、联系方式、工作单位等），或恶意曝光他人隐私，导致他人合法权益受到侵害的行为。主要表现为：

1.开盒人肉行为

组织或引导他人通过非法手段挖掘并传播他人隐私信息。

2.隐私信息泄露

通过文字、图片、视频等形式公开他人真实身份信息或敏感隐私内容。

3.煽动攻击

以曝光隐私为目的，煽动其他用户对被曝光者实施侮辱、攻击或骚扰。

4.其他情形

包括但不限于寻求开盒方式、传播“开盒教程”、售卖隐私数据包等参与开盒行为的情形。

第十条 违法信息的处置原则

（一）违法信息有传播即处理，既包括违法信息本身，也包括转发违法信息作为讨论对象且具有危害性的其他内容。

（二）对涉及真实身份信息泄露、人肉搜索、煽动网络暴力的投诉，经站方核实后优先处理。

（三）发布违法信息的账号将视程度予以禁言处置，对情节严重（如组织人肉搜索、提供开盒方式等）予以永久关闭账号处置。

（四）站方会将违法信息的有关记录报送公安机关，作为破案线索。

第四章 诈骗信息

第十一条 诈骗信息的界定

诈骗信息是指以非法占有为目的，利用互联网采用虚构事实或者隐瞒真相的方法，骗取公私财物、侵犯合法权益的行为。主要表现为：

（一）仿冒诈骗

通过仿冒真实用户的昵称、头像、简介等信息，冒充熟人、官方人员等身份，通过私信以代付机票款或托运费等理由实施的诈骗。

（二）兼职诈骗

以兼职的名义发布刷单、刷信誉等虚假网络兼职信息实施的诈骗。

（三）票务诈骗

通过昵称或头像等信息冒充票务公司或官方，以售卖演唱会、赛事门票等信息实施的诈骗。

（四）虚假投资诈骗

通过引流站外网站或平台，以赚钱为理由引导投资实施的诈骗。

（五）其他诈骗

- 1.私信红包诈骗：给未关注人私信红包样式的木马病毒；
- 2.虚假导流链接诈骗：蹭热点事件附带支付宝链接误导用户点击；
- 3.投注返钱诈骗：发布大额投注返钱活动；
- 4.除上述情形之外的其他诈骗情形。

第十二条 诈骗信息处置原则

（一）发现方式：

- 1.站方通过主动巡查和接收用户投诉，对相关诈骗信息进行处理；
- 2.完成真实身份验证的用户可通过用户主页、未关注人私信页的投诉入口对涉嫌诈骗的信息进行投诉。

（二）受理条件：

- 1.说明投诉理由，提供相关证明材料，即受理；
- 2.恶意投诉不受理；
- 3.投诉类别有误的暂不受理。

（三）受理方式：

仿冒他人诈骗、网络兼职诈骗、票务诈骗、私信红包诈骗、虚假导流链接诈骗、投注返钱诈骗等类别的投诉，属于明显违规行为的，由站方根据本规定进行相应处理。

第十三条 诈骗信息处置结果

- 1.发布诈骗信息的账号将视程度予以禁言 7 天直至关闭账号处置。
- 2.若情节恶劣或造成严重后果的，站方会将相关诈骗信息报送公安机关。

第五章 不良信息

第十四条 不良信息的界定

不良信息是指违背社会伦理道德，对网络生态造成不良影响的负面信息。主要表现为：

（一）饭圈违规

- 1.饭圈谩骂：挑动、教唆用户对其他明星、个人、组织或团体采取谩骂行为及用户间的谩骂行为。
- 2.刷量控评：号召用户、雇用网络水军、“养号”形式刷量控评等行为。
- 3.应援集资：诱导、强迫用户以购物、充值、集资等物质化消费；以外链、加群、二维码等形式诱导用户去第三方平台进行集资等行为。
- 4.侵犯隐私：恶意泄露用户隐私信息、贩卖明星个人隐私等行为。
- 5.造谣爆料：通过爆料等形式造谣其他明星、个人、组织或团体。
- 6.恶意评价：发布对明星、个人、组织或团体的贬低、故意中伤、不实信息等损害他人形象的言论。
- 7.饭圈不友善：在明星粉丝群体讨论中发布不尊重、不友好、不礼貌、带有偏见的不当言论，破坏良好的粉丝文化氛围。

8.拉踩引战：发布恶意差评或攻击性言论挑拨粉丝群体间的矛盾对立,放大争端。

9.恶意 P 图：恶意编辑或合成他人照片，传播令人反感或贬低性质的图片,损害他人形象或声誉。

（二）网络暴力

1.侮辱谩骂：通过使用攻击、诅咒类言论，贬损站内其他用户。

2.侵犯隐私：曝光他人隐私，如姓名、住址、联系方式，照片等信息，公开号召、引导其他用户进行非理性人肉搜索。

3.造谣诽谤：对未经证实的网络事件发布主观揣度的负面信息,故意捏造虚假事实，侵犯站内其他用户名誉。

4.贬低羞辱：通过恶意截图、节选文字进行报复泄愤、混淆视听，或对站内其他用户进行标签化定义。

5.道德绑架：将个人意志强加给他人，戴“有色眼镜”对站内其他用户进行不客观、不理性的评价。

6.冒犯骚扰：在特殊场景下，虽未使用侮辱攻击性词汇，但发布恶意调侃等内容，对站内其他用户造成冒犯与骚扰。

（三）其他不良信息

1.不当评述自然灾害、重大事故灾难等。

2.带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想。

3.展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适。

4.宣扬低俗、庸俗、媚俗内容。

5.其他对网络生态造成不良影响的内容。

第六章人身攻击

第十五条 人身攻击界定

（一）侮辱谩骂：指事实简单清楚的侮辱、谩骂情形，主要表现为以侮辱性言论伤害他人，肆意辱骂、诅咒，用语言贬损或攻击他人。

（二）不友善言论：指在网络社交互动中，发布不尊重、不友好、不礼貌的内容，从而造成当事人的不适与反感，破坏友好交流的社区氛围，对和谐的社区关系产生负面影响。主要表现为恶意挂人、炒作过时言论、恶意贴标签、故意挑衅、放大偏见以及用词不雅等。

（三）宣扬仇恨与歧视：指用特定的生理、心理、文化等属性区分出特定的人群加以标签化对立，恶意号召举报；恶意排挤、贬低、歧视、攻击及伤害群体及个人。

（四）其他攻击行为：指通过头像、昵称、域名、等信息载体发布其他不文明或挑衅、暴力内容。

第十六条

线上投诉都是微博为网友提供的便捷服务。由于线上服务本身的局限性，只能处理部分事实简单清楚的投诉，人身攻击处置追溯期为自违规发生的 3 个月内。未在追溯期的内容可以通过人身权益投诉入口，按要求提交身份及其他证明材料进行投诉。

第七章 侵权权益

第十七条 侵权权益界定

（一）人身权益：投诉内容存在涉及名誉权、姓名/名称权、肖像权、隐私权/个人信息、未成年人权益或其他损害人身权益的情况。

（二）涉企侵权：投诉内容存在假冒企业身份、商业诋毁等损害企业或组织权益的情况。

（三）知识产权：投诉内容存在损害本人或企业组织著作权、商标权、专利权的情况。

（四）内容抄袭：投诉内容存在将他人作品或者作品的片段窃为己有的行为。

第十八条 侵权权益处置原则

（一）受理条件：遵循当事人意愿原则，当事人投诉才受理。

但以下情况下非当事人投诉也会受理：当事人委托他人代为投诉。

（二）内容抄袭处置原则：为微博网友提供优质内容的博主和账号，长微博内容、多媒体微博内容逐渐成为原创内容的重点保护对象，投诉人和被投诉内容为以上两种的，将采取线上投诉的方式进行处理。对于非首发于微博的内容和站外原创内容，因无法判断内容来源及创作完成时间等因素，故不能采取线上投诉的途径进行保护。

（三）线上投诉都是微博为网友提供的便捷服务。由于线上服务本身的局限性，只能处理部分事实简单清楚的投诉，内容抄袭处置追溯期为自违规发生的3个月内。未在追溯期的内容可以通过人身权益投诉入口，按要求提交身份证明及其他证明材料进行投诉。

（四）虚假认证处置原则：

1.因个人身份证信息被占用而投诉，需要上传本人近期手持身份证照片作为投诉凭证。

2.因职位变动等原因导致身份变更的，由站方协助更新认证信息。

第十九条 侵权权益处置结果

（一）处置侵权权益的微博、评论或账号信息，扣除相应信用积分，对情节恶劣、后果严重或以侵犯权益为目的存在的账号予以禁言、中止广告共享收益直至限制访问。此外，虚假认证处置结果如下：

1.撤销认证，并90天内不得再次申请认证。

2.认证账号发布的微博内容含有营销信息等违规内容的，撤销认证，并90天内不得再次申请认证。

3.使用他人身份证信息认证的，按照以下规则处置：身份认证用户或兴趣认证用户，撤销认证，并90天内不得再次申请身份认证和兴趣认证；vlog认证用户，撤销认证，并90天内不得再次申请vlog认证；自媒体认证用户，撤销认证，并30天内不得再次申请自媒体认证。

4.买卖认证：认证账号存在违规购买认证的行为或违规向他人提供认证服务的行为，或发布的微博内容含有买卖认证内容的，撤销认证，并永久取消认证资格。

5.若情节恶劣或后果严重的，永久限制访问。

第二十条 人身权益投诉

（一）人身权益投诉的界定

根据《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》及有关法律法规，人身权益投诉是指涉及姓名权、名称权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权等人身权益的纠纷投诉。

（二）权益投诉的处置原则

1.受理条件：

- （1）未能通过线上投诉流程进行处理的。
- （2）对线上投诉流程处理结果不满意的。
- （3）未进行线上投诉，而直接通过权益投诉流程进行投诉的。

2.受理方式：

通过人身权益投诉入口，按要求填写相关信息进行投诉。

（三）权益投诉的处置程序

1.站方收到投诉人的投诉材料，并核实投诉人身份与投诉内容的真实与合法性后，会根据本规定由站方直接处理侵权内容，之后会通过微博站内私信方式告知投诉人具体处理结果。

2.站方明确承诺，权益纠纷的投诉，在无特殊情况下，如果资料齐全，将在接收到投诉人的有效投诉后尽快予以处理。如纠纷本身复杂疑难，且须经司法机关作出认定方可处理的，不在此列。

具体投诉流程请参考《微博人身权益投诉处理流程》
(<https://service.account.weibo.com/roles/complaint>)

（四）权益投诉的处置结果

- 1.处置、屏蔽涉嫌侵权的微博、评论或账号信息。
- 2.若情节恶劣或造成严重后果的，除处置、屏蔽涉嫌侵权的微博、评论或账号信息外，将对该用户采取禁言，直至限制访问的处置。

（五）被处理用户认为处理有误的解决方式

人身权益纠纷投诉流程中，微博会以私信方式告知被投诉用户处理情况，被处理的用户认为处置有误要求恢复内容或账号的，可提交不侵权声明材料至微博重新审核，微博也会视情况再次将不侵权情况反馈至投诉人，并告知投诉人可向有关主管部门重新投诉或者向人民法院起诉，站方在收到生效判决后将配合予以执行，但受技术条件限制无法恢复的除外。

第八章不良价值导向

第二十一条 不良价值导向界定

（一）挑动性别对立：通过编造虚假矛盾、设置争议话题、煽动对立情绪、恶意贴标签或片面解读等方式，刻意制造或激化男女群体间矛盾冲突的内容。

（二）拜金炫富：宣扬拜金主义，打造浮夸、虚假的精英人设进行营销、诈骗，编

造、虚构超过普通人群消费能力的内容。

（三）唱衰国内、崇洋媚外：刻意无视国情差异，宣扬国外的优越之处，贬低国内。

（四）卖惨引流：编造悲惨经历、渲染悲观情绪，以“卖惨”博取用户眼球、博取用户同情，诱导用户捐款、购买商品等。

（五）哗众取宠、恶意博眼球：利用故作丑态表演等行为来博取用户眼球；用浮夸、低俗的言词或做作、夸张的行动去迎合群众，以博取好感和支持；以猎奇伦理剧情信息、猎奇恶搞内容骗取流量。

（六）贩卖焦虑、丧文化：利用公众对社会热点的关注和比较心理，将少数个例夸大为整个社会的普遍现象，博取眼球，传递负面情绪，达到贩卖产品、收割流量的目的。

（七）浪费、好逸恶劳：浪费食物，吃/做大量食物。浪费食材，重复制作。展示极端吃播喝播，刻意展示的暴饮暴食；不尊重劳动和普通劳动者、崇尚不劳而获、坐享其成、不思进取等观念的内容。

（八）其他不良价值导向信息：其他违背社会公序良俗、宣扬不良价值导向的内容。

第二十二条

对发布挑动性别对立内容的账号予以扣除信用积分处置，并视情节严重程度对账号予以禁言、直至限制访问的处罚。

第九章 不实信息

第二十三条 不实信息的界定

不实信息是指造成一定社会影响和关注的虚假信息。站方通过不实信息投诉产品、媒体政务辟谣共治平台及#微博辟谣#平台三种手段对不实信息进行治理。不实信息主要表现为：

（一）造谣传谣：捏造、夸大、扭曲、隐藏细节或整体事实；搭配错误图文、过期信息、断章取义误导他人。

（二）冒充新闻当事方：冒充新闻事件中的当事方，发布虚假信息。

（三）其他不实信息：包括通过换脸、变声等技术手段伪造的视频、音频、图片，冒用他人名义等传播虚假消息等。

第二十四条 不实信息处置程序

（一）追溯期：自违规发生的3个月内。

（二）投诉时同步发布#微博辟谣#话题词微博的，优先受理。

第二十五条 不实信息受理方式：

受理之后，若涉及信息明显不实，由站方根据本规定直接处理，并建立卷宗公示结果。如有必要，将在直接处理前通知双方进行24小时的陈述，陈述信息将作为辅助判定的重要依据。若涉及信息已有判例，循例处理，并建立卷宗公示结果。不实信息涉及的当事方通过微博辟谣投稿机制发布声明的，按照投稿机制处理。

微博辟谣投稿机制与不实信息投诉：

1. 不实信息当事方可通过#微博辟谣#平台投稿机制发布澄清信息或声明。
2. @微博辟谣会根据投稿内容的重要程度和真实性进行转发或置顶。

- 3.构成不实信息且有当事方发布#微博辟谣#公开声明的,将予以标注。
- 4.投稿账号需对添加话题词的投稿内容的真实性负责。
- 5.欢迎政务微博、媒体账号、新闻当事人、科普人士进行投稿。
- 6.用户认为媒体账号发布假消息假新闻的,可向新闻主管部门和网信部门进行投诉。

第二十六条 不实信息处置方式:

- (一)站方通过网友投诉和主动发现,完成对不实信息投诉的处理。
- (二)被判定为不实信息的微博内容,可对相关信息予以标注、限制展示、禁止转发、禁止评论、禁止自行删除处理,发布不实信息的账号将受到扣除信用历史分、禁言、禁被关注直至限制访问等处罚。
- (三)对参与转发不实信息的用户进行必要告知。
- (四)在进行上述处置的同时:
 - 1.对参与转发不实信息的用户进行必要告知。
 - 2.站方可对相关信息予以禁止转发、禁止评论、禁止自行删除处理。
 - 3.站方通过投稿和对不实信息投诉等渠道,发现、筛选、传播重大辟谣信息。

第十章 AI 生成未标识

第二十七条 AI 生成未标识的界定

AI 生成未标识是指使用人工智能自主生成或进行辅助创作的内容在发布时未主动添加 AI 创作声明。主要表现为:

- (一)使用 AI 创作发布内容时,未添加“AI 生成”标识,帮助其他用户区分。
- (二)使用 AI 生成虚拟或虚构人物身份,模仿真实用户账号发布虚假内容,未明确标注“AI 生成”标识。
- (三)使用 AI 工具自行制作传播实事内容等相关社会议题,未主动添加“AI 生成”标识与事件出处,对公众产生误导。
- (四)其他未进行标识可能对用户产生潜在风险或误导的 AI 生成式内容。

第二十八条 AI 生成未标识的处置结果

- (一)发布单条 AI 创作内容未添加标识,对相关内容予以标注。
- (二)累计发布 5 条及以上 AI 创作内容未添加标识,对相关内容予以标注,并限制该账号的内容曝光。
- (三)累计发布 5 条及以上 AI 创作内容未添加标识或未添加标识造成恶劣影响的,对相关内容予以标注,并视情节严重程度对账号予以扣除信用积分、禁言、直至限制访问的处罚。
- (四)AI 创作内容含有违法、有害、不良、侵权、或其他违反法律法规与站内规定的内容,用户可投诉至相应分类并按照对应分类的相关投诉规则予以处置。

第十一章 违规营销

第二十九条 违规营销的界定

- (一)标题党、带节奏:

- 1.使用夸张标题，关联无关热点事件，内容与标题严重不符。
- 2.利用争议性话题煽动舆论贩卖焦虑、散播恐慌、制造激愤等。

(二) 其他营销信息

- 1.传播三俗信息；传播庸俗、低俗、媚俗信息，炒作绯闻、丑闻、劣迹等。
- 2.引战：制造事端或曲解原发内容本意，激化矛盾，引起不同群体相互攻击。
- 3.歪曲解读政策：无依据抨击国家政策，刻意放大矛盾、引导网友刷量控评。
- 4.其他为获取流量和利益，侵害个人或单位合法权益的行为。

第十二章 涉未成年人

第三十条 涉未成年人违规信息的界定

微博禁止用户发布、转发以下影响、危害、诱导未成年人身心健康的涉未成年人违规信息：

- (一) 带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想的信息内容。
 - (二) 侮辱、威胁或者恶意损害未成年人形象、侵害未成年人名誉权等相关内容。
 - (三) 展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适的信息内容。
 - (四) 宣扬低俗、庸俗、媚俗内容的信息内容。
 - (五) 涉未成年人隐私的相关内容；
 - (六) 可能引发未成年人模仿不安全行为（如无视人流穿行、危险炫技骑行、违反交规骑行等）和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等的信息内容；
 - (七) 其他影响、危害、诱导未成年人安全和身心健康的内容。
- 站方将视情况对涉未成年人违规信息报送网信、公安等部门。

第十三章 垃圾行为或内容

第三十一条 垃圾行为或内容的界定

- (一) 骚扰信息
 - 1.频繁发送重复、无关或带有强迫性质的私信、评论、@提醒等，干扰用户正常使用。
 - 2.包含攻击、恐吓、威胁等恶意内容。
 - 3.通过持续关注/取关等方式骚扰他人。
 - 4.未经许可发布他人隐私信息（如电话、地址等）或进行其他形式的滋扰行为。
- (二) 虚假互动
 - 1.通过机器或人工手段伪造虚假数据，如买粉、买赞、买浏览量等。
 - 2.利用非正常手段（如脚本、外挂）批量生成转发、评论或点赞，扰乱平台秩序。
 - 3.虚假互动内容无实质意义或与原文无关。
- (三) 无意义评论

评论内容与原文无关（如纯符号、乱码、无关广告）、模板化或毫无逻辑。
- (四) 违规导流
 - 1.通过文字、图片、评论等方式诱导用户跳转至非微博合规平台。
 - 2.以“福利”“免费资源”为名，引导用户添加外部社交账号。

3.发布二维码、链接等内容且未通过平台审核，存在风险隐患。

（五）违规招募

1.发布未经验证的兼职、刷单、网贷推广等高风险招募信息。

2.诱导用户参与违法活动（如传销、代考）。

3.以“高薪”“轻松赚钱”为噱头，实际要求用户缴纳费用或提供隐私信息。

（六）其他垃圾信息

1.涉及流量造假等方面的买卖交易内容，如买卖粉丝、买卖认证、买卖账号、买卖数据等。

2.在超话、热搜、同城等场景中，发布与该场景无关的买卖商品或服务、宣传营销等广告内容。

第十四章 实名对等投诉规则

第三十二条 实名对等规则适用范围

当被投诉人为前台实名用户，且投诉人已阅读并确认《微博投诉操作细则》，认定被投诉内容违规，并同意遵循实名对等原则处理的，适用本规则。

第三十三条 实名对等投诉规定

1.投诉人投诉前台实名用户时，需在提交页面勾选声明，同意实名对等投诉要求并进行实名授权。

2.若前台实名用户的微博内容被投诉且站方判定为无效投诉时，将在其个人主页设立“投诉公示区”，被投诉用户可查询当日投诉的受理情况与投诉人的脱敏后昵称。

3.请依法依规使用查询信息，对于利用查询信息实施人身攻击、隐私泄露、人肉开盒的账号，站方将采取禁言、关闭账号等处置措施，并同步上报网信、公安部门处理。

第三十四条 实名对等投诉的处置结果

1.对正当行使投诉权利且投诉有效的用户，站方将优先受理其投诉。

2.对多次实施恶意投诉的用户，站方将予以限制投诉的处置。

3.前台实名用户发布的内容被认定违规的，除依据《微博投诉操作细则》规定进行处置外，站方还将视具体情形给予减少收益、曝光警示等处罚。

第十五章 恶意投诉处罚规定

第三十五条 恶意投诉界定

恶意投诉包括：

1.违规在先，以明示或暗示方式放弃自身权利后又进行投诉的。

2.以悬赏等方式号召他人进行投诉的。

3.投诉理由带有攻击词汇的。

4.投诉过程中存在违规行为，干扰投诉正常处理的。

第三十六条 恶意投诉处置结果

站方对于在规定的期间内多次恶意投诉的用户按以下规定进行加重处罚：

1.用户在 30 天内提交恶意投诉超过 10 次的，限制投诉 7 天。提交恶意投诉超过 20 次的，则再次累加限制投诉 7 天，共 14 天，以此类推。

2.恶意投诉造成严重后果的账号，同时采取限制投诉、禁言直至限制访问的措施。

第十六章 加重处罚规定

第三十七条 加重处罚的条件和结果

站方对于在规定的期间内多次因违规被处罚的用户按以下规定进行加重处罚：

用户在 30 天内因发布违规内容被处罚 5 次及以上的，视情节严重程度予以警告、禁言、直至限制访问的处罚。

本条中所称违规是指因发布人身攻击信息、侵犯个人权益信息、不实信息被判违规。

第十七章 申诉规定

第三十八条 申诉的条件和结果

用户对站方判定存在质疑时，可以向站方提出申诉。申诉有效期为收到被举报处理的私信起 24 小时内，且每条被举报内容只能申诉一次。申诉结果认为举报无效，将恢复用户被举报的内容对全站可见。申诉结果认为举报有效，将加重处罚。

本条中所称站方判定是指因用户纠纷被判违规或不违规。

多次申诉无效，站方将对此账号的申诉功能予以限制。

第十八章 附则

第三十九条 人身攻击、侵犯个人权益在内的线上投诉都是微博为网友提供的便捷服务。由于线上服务本身的局限性，无法核实身份信息，只能处理部分事实简单清楚的投诉，微博提供的此类线上投诉并非法律意义上的有效通知。

涉及姓名权、名称权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权等人身权益的纠纷投诉，请通过人身权益投诉入口，按要求提交身份及其他证明材料进行投诉。

第四十条 站方可依照互联网发展的不同阶段，随着社区管理经验的不断丰富，出于维护微博社区秩序的目的，不断完善本细则。

第四十一条 本规定自 2022 年 6 月 7 日起施行。

（2）微博社区公约

为构建和谐、法治、健康的网络环境，维护微博社区秩序，保障微博用户合法权益，微博（以下可称为“站方”）依据并贯彻《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国未成年人保护法》、《中华人民共和国预防未成年人犯罪法》、《网络信息内容生态治理规定》等相关法律法规及主管部门的管理政策，与用户共同制定本公约（以下简称“本公约”）。

第一章 总则

第一条

微博是由北京微梦创科网络技术有限公司创建、运营的社交媒体网络平台（以下可简称为“微博平台”、“平台”、“本平台”）。

第二条

微博用户是指于微博平台完成注册的网络用户（以下可简称为“用户”）。微博用户应严格遵守本公约的规定。对于尚未注册成为微博用户的访客，站方亦有权参照本公约规定对其在微博平台的有关活动进行管理。

第三条

本公约内容如与微博平台公示的其他同类规则相冲突的，以本公约内容为准。

第四条

站方需为不同账号主体、不同事项制定与之相适应的社区规则。法律法规中规定了明确管理权限的事项和主体，站方需制定对应的社区规则予以贯彻落实。

第二章 用户权责

第五条

用户享有微博账号及昵称的使用权。该使用权不得以任何方式私自出借或转让。用户需妥善保管账号信息，通过账号发布的行为将被视为该用户的行为，用户需承担由此导致的损失及后果。

第六条

微博按照“后台实名、前台自愿”的原则，要求用户进行基于手机号码等方式的实名认证。同时微博鼓励用户进行前台实名认证。

第七条

用户在微博平台的行为不得侵害他人合法权益，不得与现行法律法规和本公约相冲突。

第八条

用户在微博平台的正当权益受到侵害时，可通过微博平台提供的投诉渠道或司法途径寻求救济。

第九条

微博积极维护网络数据和用户个人信息安全,严格按照法律及相关法规采取技术保护措施并进行安全评估。建立健全用户个人信息保护制度,涉及用户个人信息的,遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用用户个人信息的目的、方式和范围并经用户的授权或同意。

第三章 社区管理方式

第十条

微博倡导社会主义核心价值观,宣扬正确的价值导向、道德观念和积极向上的时代精神。传播正能量和家国情怀,反对消极、低俗内容。提倡广大用户遵守公序良俗、弘扬传统美德,共同维护健康和谐的社区网络环境。

第十一条

站方根据是否具有对应法律法规和主管部门的标准,对有关管理事项分别规定管理方式。

第十二条

微博根据已有的相关法律法规和主管部门的管理规则,积极落实平台主体责任,主要包括:

(一)在由网信部门根据相应法律法规和政策管辖的部分,站方制定了时政信息服务管理规则并具体落实。

(二)在由公安部门根据相应法律法规和政策管辖的部分,站方制定了违法信息管理规则并具体落实。

(三)在由市场监管行政管理部门根据相应法律法规和政策管辖的部分,站方制定了相应的广告信息管理规则并具体落实。

(四)微博平台中因侵犯他人姓名权、名称权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权等人身权益引起的纠纷,站方将按照《中华人民共和国民法典》、《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》及相关法律和司法解释进行处置。

(五)微博平台中因侵犯他人知识产权引起的纠纷,将按照《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国专利法》及相关法律和司法解释进行处置。

第十三条

站方将根据法律法规的不断完善,跟随制定对应的社区规则予以落实贯彻。

第十四条

基于微博平台的运营需要,站方还制定了以下事项规则,用户须统一遵守:

- (一)不实信息和微博辟谣
- (二)人身权益投诉规则
- (三)内容安全和秩序
- (四)商业行为规则

第十五条

站方通过主动发现及接受用户投诉等途径发现违规行为,完成真实身份验证的用户可使用微博的线上投诉功能。

违规处理包括：内容处理和账号处理。

内容处理包括但不限于：删除、屏蔽、禁止被转发、禁止被评论、限制展示、标注等。账号处理包括但不限于：禁止发布微博和评论、禁止被关注、禁止修改账号信息，限制访问直至关闭、注销账号等。

第四章 未成年人保护

第十六条

为保护未成年人，站方根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国未成年人保护法》、《中华人民共和国预防未成年人犯罪法》、《网络信息内容生态治理规定》及其他相关法律法规，制定未成年人保护规则。

第十七条

微博账号注册最低年龄限制为 14 周岁，并设置微博青少年模式，旨在切实提高未成年人用户个人信息保护力度，优化未成年人用户体验。法律法规有另行规定的，微博将依照相关法律法规的规定实行。

第十八条

微博禁止用户发布、转发以下影响、危害、诱导未成年人身心健康的内容：

- （一）带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想的信息内容；
- （二）诱骗未成年人进行性剥削、性勒索的信息内容；
- （三）展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适的信息内容；
- （四）宣扬低俗、庸俗、媚俗内容的信息内容；
- （五）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信息内容；
- （六）其他影响、危害、诱导未成年人安全和身心健康的内容。

第十九条

微博禁止用户发布、转发涉未成年人隐私的相关内容，不论当事人、父母或其他监护人是否同意，一经发现站方将立即删除相关信息。

第二十条

微博禁止用户发布、转发含有胁迫、引诱、教唆未成年人参加黑社会性质组织或从事违法犯罪活动的内容，以及其他一切利用微博平台对未成年人实施违法犯罪行为的内容。

第二十一条

微博将积极响应未成年人本人、父母及其他监护人的要求，对不利于未成年人身心健康的内容进行删除。

第二十二条

微博禁止用户发布、转发危害未成年人健康的广告，以及利用校服、教材等素材，发布或者变相发布的商业广告。

第二十三条

任何人均可以对涉未成年人的违规内容进行投诉，站方将优先处理。

第五章 时政及社会信息服务管理规则

第二十四条

为了促进微博平台中时政类及社会类信息有序发布讨论,确保社区秩序稳定,保护公民、法人和其他组织的合法权益,站方根据《中华人民共和国网络安全法》、《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的決定》、《互联网信息服务管理办法》和《互联网新闻信息服务管理规定》及其他相关法律法规,制定时政及社会信息服务管理规则。

第二十五条

时政类信息是指包括有关政治、经济、军事、外交等社会公共事务的报道、评论,以及有关社会突发事件的报道、评论。

社会类信息是指在时政类信息以外,主要包括对日常生活社会事件、社会问题、社会风貌的报道、评论,尤以社会道德伦理为基础反映社会风尚的内容为主。

第二十六条

微博在国家互联网信息办公室和北京市互联网信息办公室的管理下,根据相关法律法规对时政类信息进行管理。

针对时政信息的日常管理,微博将根据主管部门的要求对包含时政有害信息的内容和账号进行依法处置并公示。

第二十七条

用户不得发布时政有害信息。

时政有害信息包括根据现行法律法规危害国家及社会安全的信息,主要表现为:

- (一) 反对宪法确定的基本原则。
- (二) 危害国家统一、主权和领土完整。
- (三) 泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益。
- (四) 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。
- (五) 煽动民族仇恨、民族歧视,破坏民族团结,或者侵害民族风俗、习惯。
- (六) 破坏国家宗教政策,宣扬邪教、迷信。
- (七) 散布谣言,扰乱社会秩序,破坏社会稳定。
- (八) 通过否定、篡改、抹黑历史文化,伤害中华民族的历史情感,虚无民族文化价值和文化精神。
- (九) 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。
- (十) 宣扬赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪。
- (十一) 煽动非法集会、结社、游行、示威、聚众扰乱社会秩序。
- (十二) 含有法律、行政法规和国家规定禁止的其他内容。

时政有害信息的界定呈现、处置原则、处置方式、处置结果规定于《微博投诉操作细则》。

第二十八条

媒体账号是指具有法定新闻资质的新闻单位在微博平台上开设的机构认证账号。媒体账号接受新闻主管部门和网信部门的统一管理。

第二十九条

政务账号是指各级党政机关、民主党派、人民团体开设的机构认证账号。政务账号在发布和讨论时政信息时应统一归属网信部门管理。并根据自身的职责、章程和上级单位的管理要求进行管理。

第三十条

微博作为有较强舆论影响力的社交媒体平台之一，致力于在时政社会热点事件中快速、全面、真实、准确地为全体用户投递信息，同时也将微博平台作为传播正能量的重要渠道。媒体账号、政务账号在这一过程中，起到了不可替代的重要作用，是参与时政信息和社会信息发布讨论的重要主体：

（一）媒体账号应确保新闻内容的真实性，利用社交媒体的优势和特点加强对新闻内容真实性的审核。

（二）时政类信息话题的主持人主要为媒体账号或其他符合条件的账号。主持人应对微博中的社交资产承担管理义务，主要包括对话题页中内容的审查清理和对媒体账号微博评论的审查清理。

（三）社会类信息话题的主持人既可以是政务账号和媒体账号，也可以是其他符合条件的账号。主持人应对微博中的社交资产承担管理义务，主要包括对话题页中内容的审查清理和对微博评论的审查清理。

（四）发布新闻内容直播的发布者，应当是具有互联网新闻信息服务资质的媒体账号。

第六章违法信息管理规则

第三十一条

为了维护社会治安和社区秩序，保障公共安全，保护公民、法人和其他组织的合法权益，根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国治安管理处罚法》、《中华人民共和国网络安全法》、《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的決定》、《互联网信息服务管理办法》和《互联网新闻信息服务管理规定》及其他相关法律法规，制定违法信息管理规则。

第三十二条

微博在属地公安机关的管理下并根据相关法律法规实施对违法信息的管理。针对违法信息的日常管理，微博将根据主管部门的要求对包含违法信息的内容和账号进行依法处置并公示。

第三十三条

用户不得发布违法信息。

违法信息包括但不限于：

（一）含有扰乱公共秩序，妨害公共安全，侵犯人身权利、财产权利，妨害社会管理内容的信息。

（二）涉黄信息。

（三）兜售、贩卖各类法律法规所规定的禁止流通物和限制流通物的信息。

违法信息的界定呈现、处置原则、处置方式、处置结果规定于《微博投诉操作细则》。

第七章不良信息管理规则

第三十四条

为了维护社区秩序，营造清朗、健康的网络空间，建设良好的网络生态环境，根据《网络信息内容生态治理规定》、《互联网新闻信息服务管理规定》和《互联网信息服务管理办法》及其他相关法律法规，制定不良信息管理规则。

第三十五条

微博在国家互联网信息办公室和北京市互联网信息办公室的管理下并根据相关法律法规实施对不良信息的管理。

针对不良信息的日常管理,微博将根据主管部门的要求对包含不良信息的内容和账号进行依法处置并公示。

第三十六条

用户不得发布不良信息。

不良信息包括但不限于：

（一）恶意营销

1. 标题党：使用夸张标题，内容与标题严重不符。
2. 炒作负面话题：炒作绯闻、丑闻、劣迹等。
3. 引战：制造事端或曲解原发内容本意，激化矛盾，引起不同群体相互攻击。
4. 其他为获取流量和利益，侵害个人或单位合法权益的行为。

（二）宣扬仇恨

宣扬仇恨是指用特定的生理、心理、地域、文化等属性区分出特定的人群加以标签化对立，并对此进行扩散传播，试图将对这一群体的排挤、贬低、歧视、攻击及伤害正当化、常规化的行为：

1. 组织、煽动、引导不特定多数用户对具有以下类别的个体或群体的歧视、诽谤、侮辱、仇恨：

民族、种族、宗教信仰。

性别、年龄。

地域、民俗文化。

严重疾病、残疾。

其他生理、心理等特征。

2. 组织、煽动、引导不特定多数用户在微博平台或在微博平台之外以某种方式干扰公共秩序，包括：

政府机关正常办公秩序。

企业正常经营。

文学影视作品、节目正常出版、表演、播出。

电子游戏、设备、周边产品、展会正常出版、表演、播出。

体育赛事、电子竞技赛事正常举行、播出。

正规媒体正常报道。

其他形式的干扰公共秩序。

3. 组织、煽动、引导不特定多数用户在微博平台或在微博平台之外以某种方式进行恶意投诉举报。

4. 粗俗冒犯：使用不雅词句，发布诅咒他人、攻击逝者等言论。

5. 引导人肉：曝光他人个人信息，号召他人进行非理性人肉搜索。

6. 恶意挂人：通过节选他人截图或文字，故意激化矛盾，挑唆网络暴力。

（三）饭圈违规

1. 饭圈谩骂：挑动、教唆用户对其他明星、个人、组织或团体采取谩骂行为及用户间的谩骂行为。

2. 刷量控评：号召用户、雇用网络水军、“养号”形式刷量控评等行为。

3. 应援集资：诱导、强迫用户以购物、充值、集资等物质化消费；以外链、加群、二维码等形式诱导用户去第三方平台进行集资等行为。

4. 侵犯隐私：恶意泄露用户隐私信息、贩卖明星个人隐私等行为。

5. 造谣爆料：通过爆料等形式造谣其他明星、个人、组织或团体。

6. 恶意评价：发布对明星、个人、组织或团体的贬低、故意中伤、不实信息等损害他人形象的言论。

7. 饭圈不友善：在明星粉丝群体讨论中发布不尊重、不友好、不礼貌、带有偏见的不良言论，破坏良好的粉丝文化氛围。

8. 拉踩引战：发布恶意差评或攻击性言论挑拨粉丝群体间的矛盾对立,放大争端

9. 恶意P图：恶意编辑或合成他人照片，传播令人反感或贬低性质的图片，损害他人形象或声誉。

（四）其他不良信息

1. 不当评述自然灾害、重大事故等灾难。

2. 带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想。

3. 展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适。

4. 宣扬低俗、庸俗、媚俗内容。

5. 其他对网络生态造成不良影响的内容。

不良信息的界定呈现、处置原则、处置方式、处置结果规定于《微博投诉操作细则》。

第八章商业行为规则

第三十七条

为了规范微博平台中的广告活动，保护微博用户的合法权益和用户体验，维护微博平台商业生态良性发展，站方根据《中华人民共和国广告法》和《互联网广告管理暂行办法》制定与商业运营有关的部分条款。

第三十八条

微博作为广告发布者，为广告主或广告经营者提供互联网广告发布服务。微博对自身所承接的广告负有法律法规所规定的审查、建档等义务。

第三十九条

广告主、广告经营者在微博发布广告时，可根据自身需求选择不同的商业产品用于投放广告。并按照有关法律法规的规定，与微博订立书面合同并承担相应的法律义务。

第四十条

未通过微博提供的商业产品渠道，也未能按照要求进行营销信息发布登记备案，单方面发布具有广告性质的营销信息且不具有互联网广告所必须具备的可识别性的，站方将根据用户投诉或其他手段对此类信息采取屏蔽、限制展示等措施。

第四十一条

未通过微博提供的商业产品渠道，也未能按照要求进行营销信息发布登记备案，单方面发布具有广告性质的营销信息，虽然在语义中表明了广告性质，但出现在各类榜单、搜索区域、话题页、热门评论区、热门转发区、用户信息流中影响微博用户体验的，站方也将根据用户投诉或其他手段对此类信息采取屏蔽、限制展示等措施。

第四十二条

通过微博商业产品投放的广告，均设置负反馈功能，用户可以通过该功能屏蔽具体的广告内容，同时微博也可以通过该功能收集用户对具体广告和广告机制的意见和建议。

第四十三条

粉丝是社交媒体账号的核心资产，是衡量微博账号价值的重要依据。微博鼓励用户输出优质内容、保持良性互动的粉丝运营手段，对通过违法违规手段干扰粉丝关系的，站方有权采取移除异常数据、处置有关账号的措施予以处理。

第四十四条

在微博中以开展有奖活动形式进行推广营销的，应按照站方的有关要求进行备案登记，恪守抽奖条件，保护用户隐私。

第九章 维权投诉渠道

第四十五条

微博为用户提供多种维权投诉渠道，主要包括：线上人身权益投诉、线上投诉（其他类别）。

第四十六条

线上人身权益投诉是针对《中华人民共和国民法典》、《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》等相关法律法规所保护的用户姓名权、名称权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权等人身权益遭受损害时的专属投诉渠道。

第四十七条

线上人身权益投诉和线上投诉（其他类别）的界定、表现形式、投诉方式、处置流程、处置结果均规定于《微博投诉操作细则》及《人身权益投诉处理流程公示》中。

第四十八条

为了有效维护社区秩序，站方将通过各种技术手段阻断一些明显的含有侮辱诽谤内容的传播和展示。

第十章 不实信息和微博辟谣平台

第四十九条

站方通过不实信息投诉产品、媒体政务辟谣共治平台及#微博辟谣#平台三种手段对不实信息进行治理。

第五十条

不实信息是指造成一定社会影响和关注的虚假信息。

对于包括明星在内的知名人物提出异议和批评是用户言论自由的范畴，但是任何没有基本事实根据的捕风捉影、莫须有的构陷，以及完全以哗众取宠博取曝光为目的所发布的言论，都会被认定为不实信息和网络谣言。

用户不得发布不实信息。

第五十一条

微博辟谣平台工作机制是指以话题产品为依托的#微博辟谣#平台，站方通过辟谣内容投稿和不实信息投诉等渠道，发现、筛选、传播重大辟谣信息，以达到传播、聚合辟谣信息的目的。

#微博辟谣#平台会根据投稿内容的重要程度和真实性进行扩大传播。投稿账号需对投稿内容的真实性负责。

第五十二条

媒体政务辟谣共治平台是站方向媒体、政务账号提供的直接参与辟谣的平台。开通功能的媒体、政务账号可通过微博投诉窗中的辟谣专用入口，进入媒体辟谣平台，对任意一条谣言微博进行标记。

第五十三条

用户认为媒体账号发布假消息假新闻的，可向新闻主管部门和网信部门进行投诉。

第十一章 作弊行为和垃圾信息

第五十四条

作弊行为，是指未经微博运营方同意或恶意利用平台机制，用户自行或授权、协助第三方采用自动化手段或明显异于常人的、远高于正常用户频率地发布微博、评论、私信、头条文章或作出关注、点赞、抓取数据等的行为。

垃圾信息，是指未经微博运营方同意，擅自使用微博账号（包括通过作弊手段批量注册的微博账号、普通微博账号等）在微博、评论、私信、账号信息、头条文章、群聊内容中发布的低质信息、虚假信息、无意义信息、兼职营销信息等。

第五十五条

用户不得从事作弊行为和发布垃圾信息。作弊行为和垃圾信息包括但不限于：

（一）低质互动

用户通过任何手段，未经官方同意，批量或非法的产生高频骚扰或刷量行为，包括但不限于刷转评赞、购买粉丝、刷虚假阅读数等。

1.高频骚扰：通过自动化或脚本，使用了非常规手段，未经站方允许，产生批量或高频行为，通过评论、私信、@他人等方式，频繁地骚扰其他用户。

2.恶意刷量：未经站方允许，通过群控设备、或缺少必须字段等非法手段，对微博或账号进行刷量行为，包括 购买微博下转评赞数量、购买粉丝，达到站内互动数、粉丝数等数量的增加的效果。

（二）低质阅读

包括但不限于：

1.虚假阅读：通过群控行为、自动化脚本等作弊手段，造成博文阅读量在一个时间点出现骤增或持续激增，或在一段时间内每秒增长量相近的阅读行为。

（三）利用机制获利

用户在平台内，恶意利用微博产品机制获利（包括但不限于 热度、曝光、流量资源），对站内传播秩序公平性造成影响。

1.蹭热度：在热搜场景或其他公域流下，发布与该条微博无关的评论或转发内容，增加无关内容的热度，达到增加曝光度的目的。

2.恶意获取流量资源：用户通过刷量或互相刷量的行为，提高用户或内容的热度，从而进入热搜榜单或提升用户等级，获取公司倾斜流量资源。

3.恶意获利：以获取分成或报酬为目的，通过博文刷量的方式，提高博文互动数据，从而参加广告投放分成等鼓励计划，恶意获得相应报酬。

（四）垃圾内容

禁止用户在平台内蓄意发布垃圾内容，包括但不限于相似/无意义内容，导流内容，仿冒品牌鞋/包/表或低质营销广告等。

1.相似内容：用户发布大量相似或重复的微博或评论。

2.无意义内容：用户短时间内发布大量无意义内容，包括转发相同内容、或发布无意义微博等。

3.导流：用户发布的微博、评论等内容中包含站外链接，通过发布该内容进行导流。

4.招募水军：发布组织、雇佣或诱导他人进行有偿评论、虚假互动或操纵舆论的信息。

5.流量造假：发布“专业粉丝服务”“数据维护”等违规信息，吸引平台用户进行伪造数据流量活动，牟取不法利益。

第五十六条

通过作弊行为或发布垃圾信息，影响微博运营、经营，破坏用户体验的，站方将通过技术手段识别进行身份甄别或直接进行必要处置。

作弊行为和垃圾信息的界定及表现形式、投诉方式、处置流程、处置结果规定于《微博投诉操作细则》。

第五十七条

用户不得带热搜词发布与热点完全不相关的内容信息,恶意利用热搜产品机制获得曝光。站方将视账号违规情节严重程度,采取搜索不收录、禁言直至关闭账号等处罚措施。

第十二章知识产权和诈骗信息

第五十八条

用户应尊重他人的知识产权。

为了更好地保护用户的知识产权,站方向符合条件的微博用户提供部分站内原创内容的电子类数字版权保护功能,为用户的合法权益免受侵害提供保障和维权依据。

第五十九条

权利人认为微博中存在侵犯其知识产权的内容,可以向微博发出正式的通知函件进行投诉,微博将在接到通知函件后给予相应处理。通知函件应符合有关法律法规关于有效通知的要求。

第六十条

任何人不得利用平台发布诈骗信息。为预防和清除诈骗信息,站方为用户提供线上投诉途径,用户可以通过个人主页、未关注人私信提示等入口选择相应类别进行投诉。根据诈骗信息的常见表现形式,站方设置了相应的投诉类别,包括仿冒他人诈骗、网络兼职诈骗、票务诈骗、私信红包诈骗、虚假导流链接诈骗、投注返钱诈骗及其他。用户投诉后应及时向有管辖权的公安机关报案。

站方会通过公告等方式提示用户警惕诈骗行为,同时加强用户教育,防范诈骗类违法行为的发生。

诈骗信息的界定和表现形式、投诉方式、处置流程、处置结果以及人身权益纠纷投诉流程均规定于《微博投诉操作细则》。

第十三章附 则

第六十一条

本公约中时政信息、违法信息、不良信息、作弊行为和垃圾信息、不实信息、人身权益纠纷和用户纠纷、知识产权纠纷和商业行为规则有关的具体、详细投诉处理事项,请参见《微博投诉操作细则》。

第六十二条

本公约及附属《微博投诉操作细则》、《微博商业行为规范办法》、《人身权益投诉处理流程公示》均属于《微博服务使用协议》的一部分,与《微博服务使用协议》具有同等法律效力。

第六十三条

北京微梦创科网络技术有限公司是微博平台的合法运营主体。如用户认为微博运营方在运营微博平台过程中存在违法或舞弊行为,可通过微博平台设置的渠道进行舞弊投诉,也可

以直接向有关监管机关及监管部门有管辖权的国家机关投诉、申诉和控告。

对于在微博平台中以造谣、诽谤等手段诋毁微博的声誉及信誉，侵犯履行职责的微博运营人员合法权益的用户、行为及内容，微博有权不经通知依据《微博服务使用协议》立即采取删除信息，停止、终止有关账号的使用等处理措施。

第六十四条

微博可依照互联网发展的不同阶段，随着法制建设和社区管理经验的丰富，出于维护微博发展、保护用户合法权益的目的，不断完善本规定。

第六十五条

本规定自 2021 年 05 月 27 日起施行，原有的《微博社区公约》同步废止。

3.小红书

(1) 小红书侵权投诉指引

小红书作为中立的网络服务提供者, 仅为用户提供信息存储空间。小红书用户自行在小红书注册, 并发布内容、提供商品或服务, 小红书无法对用户的侵权情况事前审核, 不对用户在平台上发布的内容提供任何形式的保证。

小红书为帮助您维护自身合法权益, 制定并向您提供本指引, 请您详细阅读。您如果认为小红书中的用户、笔记、商品、直播等存在侵犯您合法权益的内容, 请按照本指引向小红书提交您的投诉。

请您务必知悉, 侵权投诉是一项严肃的法律行为, 小红书严格按照《民法典》、《电子商务法》、《信息网络传播权保护条例》等相关法律法规有关规定审核、处理您的侵权投诉, 如果您未能按照本指引中所示要求行使您的权利, 您的侵权投诉将无法被受理。

一、侵权投诉的必要材料

如果您需要向小红书发送侵权投诉, 请您在侵权投诉前准备好以下必要材料:

1. 真实身份证明文件

注意: 真实身份证明文件应当既包括您的身份信息, 也足以核实身份信息的真实性。

真实身份证明文件包括:

权利人是**中国国籍自然人**: 权利人有效期内的身份证正反面或居民户口簿的原件照片、原件扫描件或复印件。

权利人是**非中国国籍自然人**: 权利人的护照、外国人居留证的原件照片、原件扫描件或复印件。

权利人是**中国境内法人或非法人组织**: 权利人有效期内的营业执照、事业单位法人证书、社会团体法人登记证书等证件的原件照片、原件扫描件或复印件并加盖公章。

权利人是**中国境外法人或非法人组织**: 经当地使、领馆认证的组织机构登记、续存证明, 并提供对应的中文译本。

如果权利人委托第三方向小红书发送侵权投诉, 还应当提供委托证明文件, 包括: 经权利人签名或盖章的授权委托书和受托人的真实身份证明文件。

境外权利人委托境内代理人的, 授权委托书应经使馆认证并提供中文译本。

2. 证明侵权的初步证据

注意: 用户、笔记、商品、直播等网络行为的截图、视频并不足以证明侵权, 您需要向小红书提供必要的初步证据。为帮助您有效证明您的主张, 小红书为您提供如下典型侵权行为示例, 供您参照提供:

肖像权侵权: 权利人手持身份证照片及其他清晰可辨的个人照片, 照片应当足以验证权利人即肖像对应的本人; 权利人书面陈述被投诉用户未经授权使用肖像的事实并签字确认; 其他必要相关佐证。

姓名权或名称权侵权: 权利人或权利人的法定代表人手持身份证照片及特殊身份的

相关证明；权利人书面陈述被投诉用户冒用姓名或名称的事实并签字确认；自身损害结果的证据材料；其他必要相关佐证。

名誉权侵权及诋毁商誉：证明相反事实的证据材料；侮辱内容的截图及书面说明；内容存在恶意的证据材料；损害结果的证据材料；其他必要相关佐证。

隐私权侵权：权利人书面陈述被泄露的信息，说明该信息属于个人隐私的理由并签字确认；其他必要相关佐证。

知识产权侵权：著作权登记证书、商标注册证、专利证书（专利的权利要求与说明书）等权属证明材料；作品创作手稿、作品初次发表时间等能够证明权属的证明材料；著作权授权合同、商标许可使用合同等权利授权证明材料；权利人书面陈述被投诉内容未经授权侵权使用的事实并签字确认，其中应当包括必要的比对说明；其他必要相关佐证。**针对定向搬运内容的侵权账号或假冒账号，除需要提供被搬运内容的版权证明，权利人还应当提供证据证明：权利人掌握着被搬运内容官方发布渠道的事实，如官方账号的后台管理界面截图；权利人在其他平台更早发布被搬运内容的事实证明等。**

3.侵权投诉通知书

如果您需要投诉多项内容侵权，或投诉单项内容侵权但不便通过 APP 端发送侵权投诉时，请您下载[《侵权投诉通知书》](#)格式文档，并按文档中要求填写完整、准确、有效的信息。

二、侵权投诉的发送

在准备好上述必要材料后，请您通过以下方式向小红书发送您的侵权投诉：

1.特殊侵权的投诉方式

注意：因在小红书中销售商品和进行直播两种网络服务产品的特殊性，针对商品侵权和直播侵权，小红书为您提供特别的侵权投诉发送方式。

（1）商品侵权投诉：

如果您需要投诉商品侵权，请您将准备好的侵权投诉的必要材料和投诉商品链接通过邮件发送至 mri-qinquan@xiaohongshu.com 邮箱，并以“权利人真实姓名或名称+被侵害权利类型（例如名誉权、隐私权、著作权、商标权等）”为邮件名。

（2）直播内容侵权投诉：

如果您需要投诉直播内容侵权，请您将准备好的侵权投诉的必要材料和直播间链接、直播侵权时间点、侵权部分截图或录屏内容通过邮件发送至 live-qinquan@xiaohongshu.com 邮箱，并以“权利人真实姓名或名称+被侵害权利类型（例如名誉权、隐私权、著作权、商标权等）”为邮件名。

注意：以上邮箱地址仅能受理上述两种特殊侵权投诉，无法受理其他侵权投诉，其他侵权投诉请您务必按以下方式向小红书发送。

2.一般侵权的投诉方式

如果您需要投诉单篇笔记侵权，您可以通过“APP 端—>点击单项笔记页面右上角图标—>举报—>侵犯我/我的组织的权益”按要求提交侵权投诉的必要材料，发送侵权投诉。

如果您需要投诉用户或多篇笔记侵权，或投诉单篇笔记侵权但不便通过 APP 端发送侵权投诉时，请您进入小红书官方权利保护中心，按页面所示步骤登录并提交侵权投诉的必要材料，发送侵权投诉。

注意：一般侵权投诉不能经电子邮件发送，本指引中提及的邮箱地址或任何您自行获取的邮箱地址均无法受理侵权投诉。

三、侵权投诉可能遇到的一些问题

1. 如何获取侵权内容的链接？

商品链接获取方式：点击商品页面右上“…”，弹出的“分享至”窗口最下方一行滑动至最右边，点击复制链接，粘贴后可得商品的 ID 链接；

直播链接获取方式：点击直播页面的右下角“…”弹出的“直播分享”，发送到对应软件后在浏览器打开，点击复制浏览器最上端的链接，粘贴后可得直播间的链接；

笔记链接获取方式：点击笔记页面的右上角图标弹出的“分享至-复制链接”，粘贴后可得笔记链接。

2. 侵权投诉发送多久处理完毕？

通常小红书会在 7 日内处理您的侵权投诉，但如果您发送的侵权投诉缺失必要材料、投诉的链接不准确、投诉发送的渠道不正确等会导致侵权通知无效，小红书将无法处理您的侵权投诉。

3. 侵权投诉使用什么语言？

小红书仅接受中文语言投诉。外文投诉文件请附上中文翻译，小红书将以其中文翻译内容为准。

We do not accept any complaint in languages other than Chinese. Please attach a Chinese translation to the complaint document in foreign language, and the Chinese translation will prevail.

4. 侵权投诉中提交的个人信息是否会泄露？

小红书严格恪守个人信息保护制度，侵权投诉中身份证明及所含身份信息除转送通知等必要法律程序所需，不会向其他任何第三方透露。

如果权利人拒绝提供真实身份证明将造成侵权通知无效，小红书无法处理相应侵权投诉。

注意：当小红书应权利人侵权投诉采取必要措施后，依法将向采取必要措施的用户转送权利人的侵权投诉，转送内容包括权利人的真实身份信息和证明侵权的初步证据。

5. 提供了所有侵权投诉的必要材料，侵权投诉是否一定会被处理？

小红书有权利和义务在法律法规规定及审核人员的认知水平、能力范围内，对侵权投诉针对的用户或内容做出判断、处理。小红书不对投诉人的投诉是否得到某种结果做出任何形式的承诺或保证。无法认定为侵权的用户或内容小红书不能采取删除、屏蔽、断开链接等措施。

四、用户的申诉

因侵权投诉被采取措施的用户，如果认为侵权不成立，可以在接到通知后向小红书发起申诉。

1. 申诉材料

（1）真实身份证明文件

与权利人发送侵权投诉需要提供的要求一致。

（2）认为不构成侵权的初步证据

包括但不限于享有知识产权或使用权、信息网络传播权等权属证明、创作手稿、经权威机构签发的作品创作时间戳、作品备案证书、授权书等能证明被投诉方拥有相关权利的有效权属证明；内容未构成侵权的理由陈述（针对投诉理由的直接驳斥，包括对事实的否认、相关法律法规的说明等）；内容未构成侵权的证明材料（包括但不限于被投诉方提供的笔记、商品、服务或直播等未侵犯权利人的人身权、著作权、商标权或专利权等权利的有效证明材料）；被投诉方的保证（被投诉方应对《未侵权声明》中的陈述和所提供材料的真实性、有效性和合法性负责，保证承担因被投诉方的答辩而恢复被投诉笔记、商品、服务或直播等内容给小红书造成的全部损失及由此产生的全部法律责任）。

（3）《未侵权声明》

下载《未侵权声明》格式文档，按文档中要求填写完整、准确、有效的信息并签名或加盖公章，彩色清晰扫描。

（4）制作 **word** 或 **excel** 文档文件，其中列明要求恢复的被冻结、屏蔽的侵权链接的准确名称、网页截图及在小红书的链接地址。

2. 申诉方式

将准备好的申诉材料通过邮件发送至申诉受理邮箱，并以“申诉人真实姓名或名称+侵害权利类型（例如名誉权、隐私权、著作权、商标权等）”为邮件名。

商品侵权申诉受理邮箱地址为：mri-qinquan@xiaohongshu.com

直播侵权申诉受理邮箱地址为：live-qinquan@xiaohongshu.com

笔记侵权申诉受理邮箱地址为：Def-qinquan@xiaohongshu.com

注意：申诉如果存在必要材料缺失、填写信息不准确、发送的渠道不正确等会导致申诉无效的情形，小红书将不予受理。

小红书接到用户申诉后会及时进行审核，同时向权利人转送申诉（包括申诉用户真实身份信息和不侵权的初步证据）。

如果申诉用户申诉理由充分、证据材料充足，小红书将视情况决定是否解除、取消已经采取的措施，权利人如果对解除、取消措施不认可，可以向有关主管部门投诉或者向人民法院起诉。

在向权利人转送申诉之日起 15 日内，小红书未收到权利人已经起诉或者起诉通知的，将解除、取消已经采取的措施。

小红书不对权利人的投诉或用户的申诉得到何种结果作出任何形式的承诺或保证。

《侵权投诉指引》自公布起生效，在法律规定的范围内，小红书有权修改本指引。

（2）小红书涉企业维权举报指南

（2025/06/27 来源：小红书客户端-薯管家）

小红书致力于营造健康的网络营商环境，为保障企业与企业家的合法权益，平台持续优化侵权投诉流程。小红薯们是否遇到过以下问题：

什么情况下可以进行侵权举报？

如何进行举报？

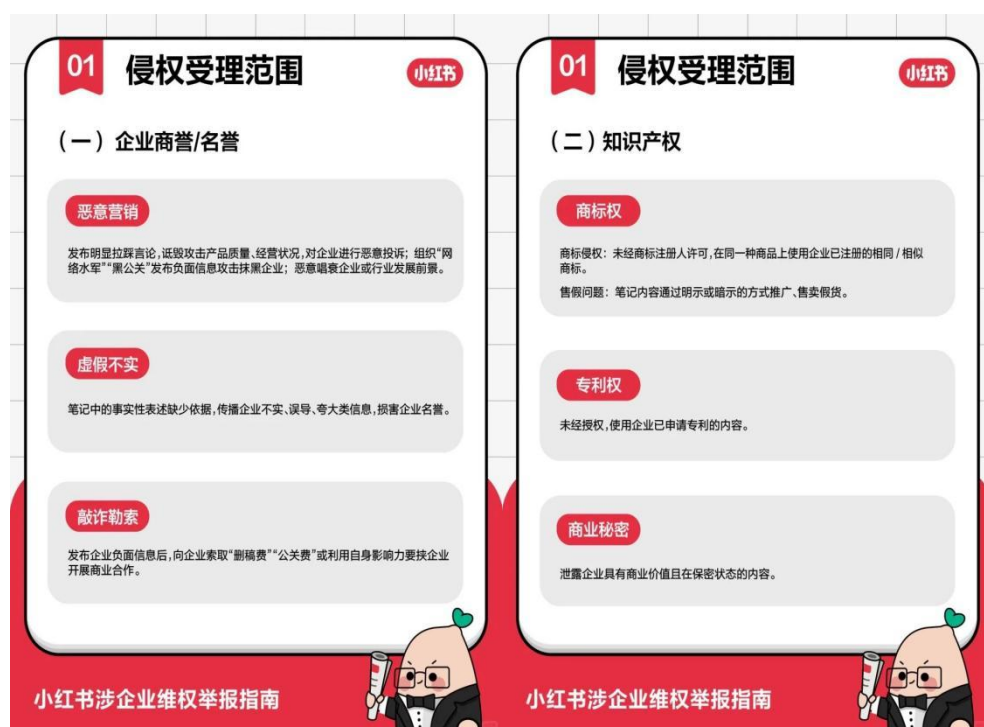
举报需要准备哪些材料？

什么情况下可以进行侵权举报？

以上问题的答案都放在图片里啦！

一文速览涉企侵权的投诉举报流程，希望能对小红薯们有所帮助。

每一次权益的捍卫，都是对公平市场的坚定守护，每一次问题的解决，都是营商环境的持续优化。我们呼吁每一位用户及企业，拿起法律的武器，坚定维护自身合法权益，让我们共同携手维护营商网络环境。



01 侵权受理范围 小红书

(三) 人身权益

肖像权

未经授权使用了企业家的肖像,如商家宣传商品时使用了企业家的肖像、博主在分享内容时使用了企业家的肖像等。

隐私权

笔记中泄露了个人隐私,包括但不限于po出个人电话号码、家庭住址等。

名誉权

笔记内容存在明显辱骂言论。
笔记中的事实性表述缺少依据,传播个人的不实、误导、夸大类信息,损害个人名誉。

冒充个人

在账号名称、头像和简介中假冒仿冒企业家姓名肖像,假借企业名义发布信息,断章取义企业家过往言论。

02 侵权举报入口 小红书

(一) 单个笔记举报

进入笔记页面,点击右上角【分享】-【举报】-【侵犯我/我的组织的权益】




小红书涉企业维权举报指南



小红书涉企业维权举报指南



02 侵权举报入口 小红书

(二) 单个账号举报

进入账号页面,点击右上角【...】-【举报】-【冒充他人】




02 侵权举报入口 小红书

(三) 批量笔记/账号举报

登录小红书官方权利保护中心 (<https://ipp.xiaohongshu.com/login>) 投诉,使用小红书app扫码登陆,也可使用手机号验证码登陆。

操作流程

- 【我的资料】页面填写身份信息并上传对应材料,身份材料通过认证后,即可发起投诉
- 点击【投诉管理】页面,点击【+新增投诉】,投诉内容选择【笔记】/【账号】,填写对应信息,点击【提交】即可;
- 所有的投诉订单均可在【投诉管理】页面查看详情与结果;
- 处置结果将会通过短信&邮件形式返回给投诉人。

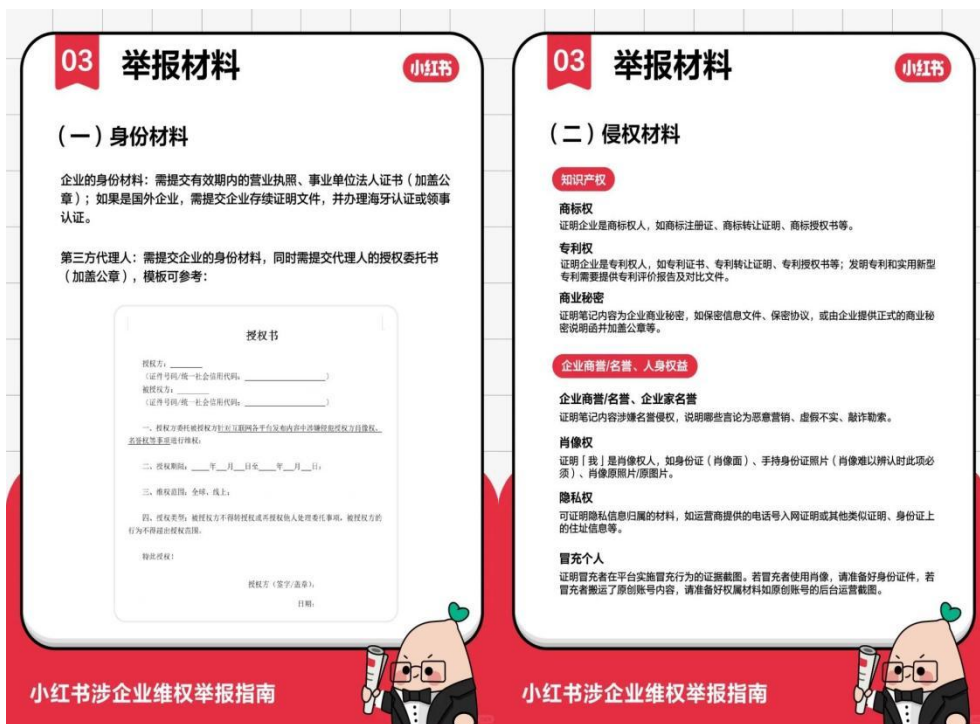


小红书涉企业维权举报指南



小红书涉企业维权举报指南





若不认可侵权处罚，可及时进行申诉，侵权投诉指引页面：

<https://agree.xiaohongshu.com/h5/terms/ZXXY20230215001/-1>

如果收到“侵权投诉通知-及时修正”通知，可在小红书官方权利保护中心（<https://ipp.xiaohongshu.com/login>）登录后进入申诉管理页面，在被告列表中想要申诉的订单进行申诉。

如果收到“侵权投诉通知-下架处理”通知，可参考侵权投诉指引，准备相应申诉材料（身份证明材料+未侵权证明材料），发送至邮箱 qinquan@xiaohongshu.com。

4.抖音

抖音涉企业维权「举报指引」(受理范围、操作指引、材料提交)

(2025/06/19 来源: 抖音集团官方公众号)

受理范围:

抖音深知企业发展不易,通过严格的平台规则与先进技术,全方位守护企业合法权益。

【损害企业商誉】

恶意诋毁:

诋毁产品质量、经营状况,捏造虚假信息抹黑声誉;组织“网络水军”“黑公关”发布负面信息攻击企业或企业家。

敲诈勒索:

发布负面信息后,以“删帖”“撤稿”为由索取费用。

恶意炒作:

集纳负面信息唱衰企业或行业;歪曲解读涉企公开信息;翻炒旧闻、蹭热点恶意营销。

【冒充身份】

冒充经营:

冒用企业全称或字号进行宣传、招商加盟、招聘等经营活动。

假冒行为:

冒充企业、企业家或企业员工发布信息,引发公众混淆误解。

伪造公章:

私制相似印章用于合同签订、文件出具等。

【假冒商标】

误导消费:

销售商品时故意用相同或相似商标,使消费者误认,如卖相似名称运动鞋。

擅自使用:

未经授权在账号名或简介用企业注册商标销售商品,如使用名称中含有企业商标的账号卖货。

虚假宣传:

未经授权在宣传中使用知名商标,引导消费者误认双方存在合作关系。

【假冒专利】

推广或销售侵犯企业专利权的产品:

通过视频推广或销售侵犯企业专利权的商品。比如在视频中推销一款仿照企业专利设计的智能家居设备。

【泄露隐私】

炒作、泄露企业家个人隐私,如:家庭住址、电话号码、身份证号码等敏感信息或企业家未曾公开的恋爱经历或婚姻状况。

【曝光肖像】

营销侵权：

未经授权用企业家肖像营利,如商家用于产品广告。

丑化污损：

通过特效、剪辑等丑化企业家肖像,或制成负面表情包。

AI 滥用：

未经授权通过 AI 工具将企业家肖像用于生成合成虚假新闻等不良内容。

恶搞使用：

未经允许在恶搞视频中用企业家肖像制造搞笑效果。

发现以上问题如何做

01 收集证据

对侵权内容进行截图、录屏,保存相关页面和链接。
记录内容的发布时间、播放量、点赞数等数据。

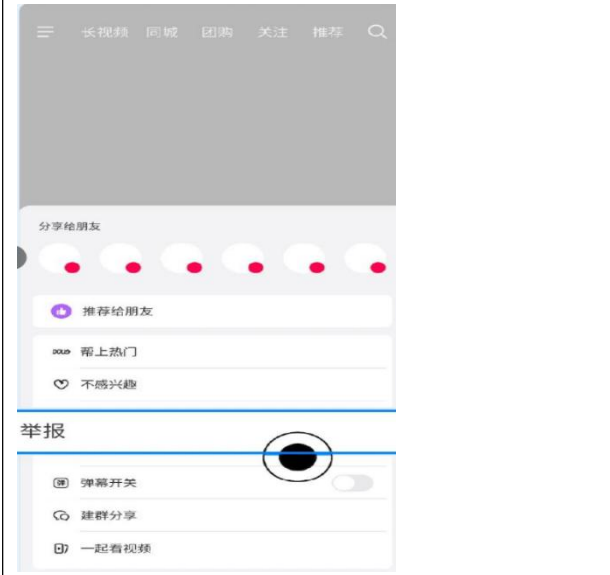
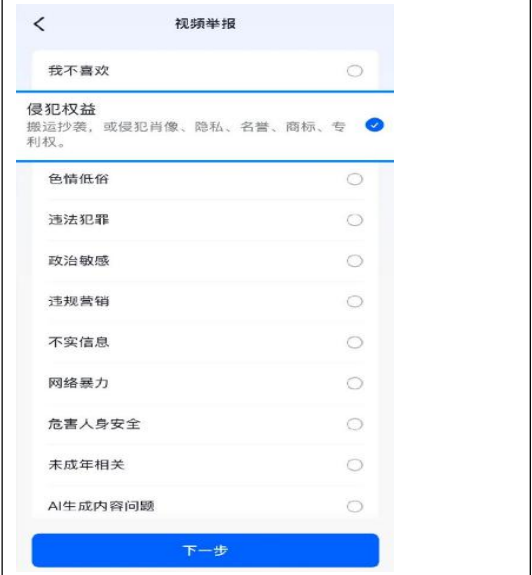
02 联系侵权人:

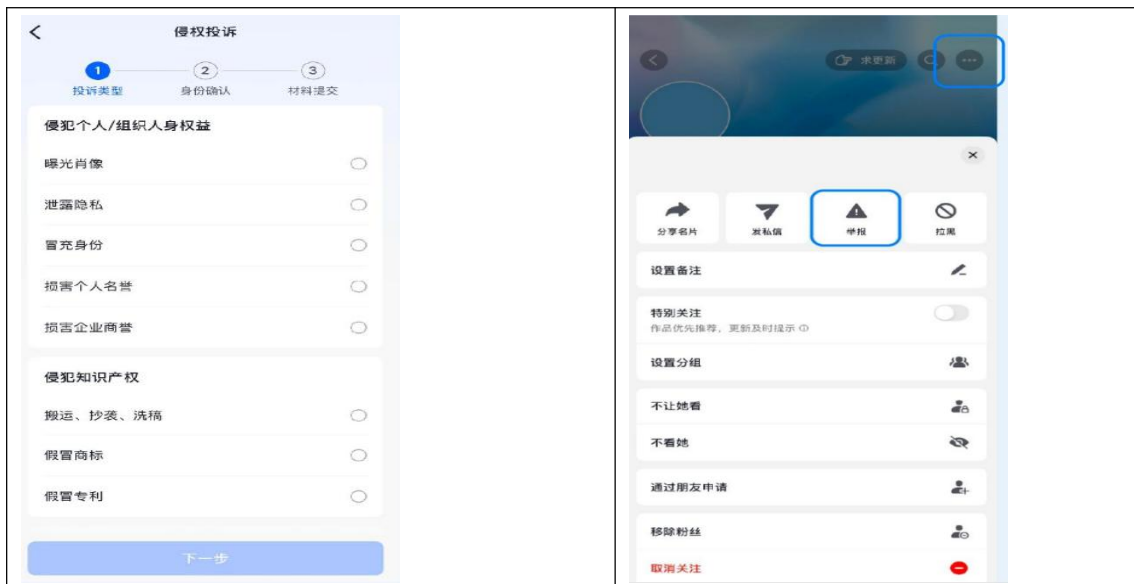
通过平台提供的私信等功能,与侵权人沟通,要求其立即删除侵权内容,并说明侵权行为
的法律后果。

03 向平台举报:

按照平台的举报流程,提交相关证据和侵权说明,要求平台对侵权内容进行处理。

方式一: App 内举报

①在举报视频/图集页面, 点击右下角图标-举报 	②选择侵犯权益 
③根据需要举报的内容侵权类型, 选择合适的举报理由, 如:【假冒商标】【假冒专利】【损害企业商誉】【冒充身份】等;	④如果存在一个用户的多个视频侵权或用户资料侵权, 可通过“被举报账号个人主页”右上“...” — “举报” — “侵犯权益” 举报;



⑤企业发起侵权投诉时，请务必选择【当事人/授权代理人】并根据平台要求提交相应材料。



方式二：邮件举报

可以发送邮件至 qinquan@bytedance.com 进行举报。

说明：

平台对被举报内容会提供申诉机会，若被举报方及时提交了不侵权证明,平台将转通知给相关权利人，并建议双方进行诉讼维权。

举报需要准备哪些材料

企业需提交加盖公章的营业执照作为真实身份证明材料,并根据不同投诉类型提交能够充分陈述举报事项、阐明举报理由的文字举报或构成侵权的初步证据(详见下文)。

01 发起「损害企业商誉」类投诉时需提供:

- 能够充分陈述举报事项、阐明举报理由的文字举报;
- 请求采取必要措施的具体网络地址或者足以准确定位侵权内容的相关信息;
- 如涉及争议情形,提供以下材料有助于平台高效受理:

源发新闻稿件;

具有新闻采编资质的原发媒体的撤稿函;

有关部门依职权制作的文书或出具的证明;

权威辟谣信息;

权威机构的检测证明等。

02 发起「冒充身份」类投诉时需提供:

- 能够充分陈述举报事项、阐明举报理由的文字举报;
- 请求采取必要措施的具体网络地址或者足以准确定位侵权内容的相关信息;
- 如涉及争议情形,提供以下材料有助于平台高效受理:

官方网站备案查询证明;

官方账号持有证明;

有关部门颁发的权属证书;

企业对外公告声明。

03 发起「假冒专利」「假冒商标」类投诉时需提供:

- 能够充分陈述举报事项、阐明举报理由的文字举报;
- 有效的专利/商标权属证明材料,包括但不限于专利证书、商标注册证、已获得专利/

商标权人合法授权的材料等;

- 提交请求采取必要措施的具体网络地址或者足以准确定位侵权内容的相关信息。

04 发起「曝光肖像」「泄露隐私」类投诉时需提供:

- 能够充分陈述举报事项、阐明举报理由的文字举报;
- 提交请求采取必要措施的具体网络地址或者足以准确定位侵权内容的相关信息。

5.百度

（1）百家号侵权投诉指引

百家号作为中立的平台服务提供方，高度重视用户权益保护问题，并一直致力于建立和维护良性互动的平台秩序。鉴于平台中的第三方提供的服务数量庞大，百家号以有效保护权利人为目的，对于其中可能涉嫌侵犯权利人合法权益的信息，根据相关法律法规特制定本指引。如果您作为权利人认为百家号平台内的信息侵犯了您的合法权益，您可依据本指引通知我们，我们将按照相关法律规定进行处理。

一、投诉流程

1.1 通知途径

（1）您有以下通知百家号的途径：

i.可点击文章举报/反馈选择侵犯我的著作权、名誉权等填写投诉内容并上传相关证明材料；

ii.著作权批量提交可通过百度版权投诉平台进行投诉。

iii.通过邮寄的方式将书面通知书及相关证明材料纸质版本邮寄至百度制定的以下地点：

地址：北京市海淀区上地十街百度大厦

联系人：北京百度网讯科技有限公司 法务部

联系电话：010-59928888

1.2 投诉通知

若您认为第三方在百家号发布的内容侵犯您的合法权益，请按以下要求填写投诉内容并提交相关材料进行投诉，通知百家号。您需提供包括但不限于以下内容：

（1）权利人主体信息

i.个人投诉：需提供权利人姓名、证件号码、联系人电话、联系人邮箱，身份证正反面（中国公民）或护照（外国公民）的照片或扫描件及撤稿函（手写签名）

ii.企业投诉：需提供权利人名称、证件号码、联系人、联系人电话、联系人邮箱并上传营业执照或组织机构代码证（加盖公章）照片或扫描件及撤稿函（加盖公章）

iii.代他人投诉：除上述除上述 1、2 中要求的权利人主体信息资料外，还需提供权利人向被委托人出具的签名或盖章的委托书及代理人的真实身份材料。

（2）投诉要求 选择被投诉内容涉嫌侵犯的权利类型； 提供被投诉内容的准确完整标题/名称和网络地址。

（3）构成侵权的初步证明材料

i.版权投诉应提供的证明材料包括但不限于作品登记证书、创作手稿、作品首次公开发表或发行日期证明材料、经权威机构签发的作品创作时间戳、公映许可证、授权合同或授权书、载有出版或版权标识的图书等能够有效证明权利人拥有相关权利的权属证明。若作品是通过网络平台进行首次发布，请提供网络平台首发链接、账号登录界面及后台注册信息截图。

ii.其他民事权利（名誉权、肖像权、商标及隐私权等）的投诉，应指明被投诉信息中具体哪些内容涉嫌侵犯权利人权益，应提供被投诉方所提供的服务构成侵权的理由及有效证明

材料。

(4) 保证材料 投诉人应在上传权属证明材料时一并提交投诉保证函,明确保证本次投诉内容和提供的证明材料皆是真实、有效和合法的,并保证承担和赔偿百度因根据投诉人的通知书对相关内容的处理而给百度造成的任何损失,包括但不限于百度因向被投诉方或用户赔偿而产生的损失及百度名誉、商誉损害等。如果权利人不确定被投诉内容是否侵犯了其合法权益,百家号建议您首先咨询专业人士。

1.3 平台反馈

(1) 百家号收到您符合本指引要求的投诉通知后,会尽快依法对被投诉内容做相应处理并在符合法律规定的情形时,将投诉信息转发给被投诉方。若投诉通知中包含个人信息或敏感信息,将视为投诉人许可百家号对该信息进行转送。

百家号根据前述通知移除相关内容的,若被投诉方不认可您的投诉,被投诉方可以依法向百家号发出关于被移除内容不侵犯合法权益的反通知,百家号会依法处理反通知并在符合法律规定的情形下将被投诉方提供的相关材料转发给您。若您对反通知内容持有异议,您可以依据法律规定通过行政或司法程序处理相关争议。

(2) 对不符合本指引要求的投诉通知,百家号有权在您补全投诉必需的材料前暂缓处理。

二、注意事项

2.1 为了保证您提供证明相关材料的真实性和有效性,请您提供的证明材料的原件。若不能提供原件的,您应提供由权利人签字或盖章的扫描件或复印件。若该投诉材料属于中国大陆以外(包括港澳台地区)形成的,您应按照当地的法律规定进行公证转递并提交转递材料。

2.2 若您已经对被投诉人已经提起行政、司法争议解决程序的,请您将受理证明等证据提交给百家号,这将有利于百家号对本投诉的处理。

三、投诉结果通知

您的投诉提交成功后,如需查看后续进度,可以在【问题反馈】-【反馈历史】页面查看投诉处理状态及结果。

（2）百家号社区规范

一、规范概述

1、为了维护平台的运营秩序，给创作者提供绿色、安全的创作环境，为用户提供良好的阅读体验，共建健康有序的内容生态，根据国家法律法规、规范规章、监管政策及百度平台用户协议和管理规则，特制定本规范。

2、本规范适用于使用百家号平台从事创作运营的注册用户。平台有特殊规定的，优先适用特殊规定。

3、关于本规范条款的更新，本平台将通过百家号平台网页直接公布更新后的规范内容，该公布行为视作百家号已通知用户修改内容，修改后的规范自公布之时起生效。您可随时查询最新内容。

二、创作者不得有下列违法违规行为

1、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账号名称、头像、简介等；

2、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；

3、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；

4、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；

5、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；

6、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；

7、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；

8、违规批量注册、囤积或者非法交易买卖公众账号；

9、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

10、法律、行政法规或平台禁止的其他行为。

三、内容创作规范

1、禁止国家法律法规和相关政策明令禁止的行为或内容

（1）反对宪法所确定的基本原则的；

（2）危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一、主权和领土完整的；

（3）损害国家荣誉和利益的；

（4）煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；

（5）破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；

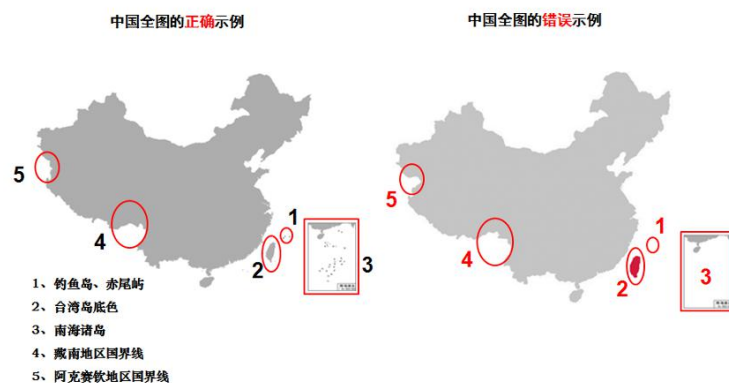
- (6) 散布谣言，危害社会公德，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- (7) 散布淫秽、色情、赌博、吸毒、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；
- (8) 侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；
- (9) 宣扬恐怖主义、极端主义的；
- (10) 侵害未成年人合法权益或者损害未成年人身心健康的；
- (11) 含有法律、行政法规、规章、条例或其他具有法律效力规范禁止的其他内容的。

2、禁止损害党和国家、领导人、英雄烈士的内容

- (1) 使用国家机关的名称、标志或国家领导人形象作为个人资料、头像、昵称、标题等；
- (2) 玷污、毁损、使用不正确的国旗、国徽、党旗、党徽、地图等的；
- (3) 谈论影响社会和谐时政敏感话题的，如时事政治、境外内容、政府部门、军事警备、重大事故；
- (4) 歪曲诋毁或歧视宗教观念、宗教信仰的；
- (5) 歪唱国歌的；
- (6) 非官方以官方政府、解放军、武警部队等名义作宣传；
- (7) 诋毁、诽谤、侮辱、损害英雄烈士的。

附：地图不规范示例

五步快速识别“问题地图”



(图源：自然资源部地图技术审查中心)

3、禁止涉及危害人身、财产、公共安全内容

- (1) 散布暴力、恐怖、血腥、危害人身安全或者教唆犯罪的；
- (2) 展示或传播枪支(含仿真枪)、管制刀具的；
- (3) 传播、引诱、教唆他人吸食毒品，讲解毒品制作过程等一切与毒品相关的；
- (4) 直播或间接传播淫秽有害信息的；
- (5) 组织、宣传、哄骗用户加入传销机构的；
- (6) 教授赌博技巧、参与赌博活动、宣传赌博行为
- (7) 利用游戏、红包、道具等变相进行赌博的；
- (8) 展示和捕杀动物的，包括但不限于捕猎珍稀动植物、捕鱼电鱼炸鱼、破坏海洋资

源和生态环境等。

4、禁止淫秽色情、低俗内容

- (1) 低俗图片和信息（涉黄、涉性、露点图片）、色情动漫内容；
- (2) 着装、动作、声音、文字、道具、拍摄场所等表现或者隐晦表现性行为、令人产生性联想、具有挑逗性或者侮辱性的内容；
- (3) 包含对性行为、性过程、性方式的描述或者带有性暗示、性挑逗的内容；
- (4) 包含对性部位描述、暴露、马赛克，或者只用很小的遮盖物进行掩饰的内容；
- (5) 穿着情趣制服、情趣内衣、透视装、肉色紧身衣、真空凸点等衣着不整的；
- (6) 包含全身或者隐私部位未着衣物，仅用肢体遮盖隐私部位的内容；
- (7) 含勾引、约炮等隐晦性的低俗内容，诱惑性及暧昧引人遐想的词汇；
- (8) 带有明显性暗示的抚摸、舔咬、拉扯动作、性挑逗性质的表演；
- (9) 着装、言语等低俗暴露，带有性暗示、性挑逗或其他低级趣味的行为；
- (10) 其他涉及传播淫秽低俗信息的情形。

5、不得无资质发布专业内容

- (1) 未取得互联网新闻信息服务许可，不得发布新闻信息。新闻信息指：时政类新闻信息，包括有关政治、经济、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论；
- (2) 未申请取得健康类专业资质认证的个人和机构，不得发布疾病治疗、用药指导等健康领域专业性强的内容；
- (3) 未申请取得财经类专业资质认证的个人和机构，不得发布股票买卖指导、投资指南等财经领域专业性强的内容；
- (4) 我国法律法规要求必须取得特定资质方可从事特定行为的其他情形，依该等法律法规要求处理。

6、禁止违规推广宣传

- (1) 借领导人/重大会议营销，借国家重大会议或领导人形象、名号等为企业或产品宣传推广；
- (2) 宣传传销组织、违规网贷、网赚刷单等，或不合规的汽车、烟草、彩票等相关推广行为；
- (3) 荐股荐彩，推荐购买指定的股票、博彩（包含彩票、六合彩、赌球、跑马）等高风险投资产品，吸引他人跟进购买；
- (4) 诱导投资，诱导他人参与投资的各类推广话术，包括但不限于 P2P、区块链、各种网赚等；
- (5) 未经平台允许，展示、口播联系方式、二维码、QQ 群号、网址、论坛地址等；
- (6) 未经平台允许，发布外部商品信息或引导、暗示观众选购外部网站商品、私下/线下交易的；
- (7) 未经平台允许，有明显商业化宣传、商业化标识或 logo 露出、导流、营销行为的；

(8) 发布广告信息、含广告销售意图的信息，如“找我购买”“私信我购买”“可代购”等；

(9) 内容拼凑或重复，前后内容没有衔接，无关内容占比较大；

(10) 发布恶意营销、重复相似内容、低质量内容、影响用户体验的内容。

7、禁止侵犯他人合法权益

(1) 损害他人名誉、荣誉、肖像、姓名、隐私、个人信息等合法权益；

(2) 内容侵犯他人著作权、商标权、专利权、商业秘密等知识产权的情形；

(3) 推广假冒注册商标商品、盗版商品，或者存在为出售假冒注册商标、盗版商品提供帮助、便利条件等内容的信息；

(4) 未经许可使用百度品牌及百度产品、冒充百度代理商、工作人员等；

(5) 公开披露、泄露他人商业秘密；

(6) 对商家、用户等进行不正当竞争、扰乱竞争秩序的；

(7) 转发不实报道、未经证实的内容给他人造成损害的；

(8) 其他侵犯他人合法权益的情形。

8、禁止以虚假或引人误解的内容欺骗、误导用户

(1) 冒用他人身份，通过头像、昵称、简介等内容暗示自己与他人或机构存在关系；

(2) 散布谣言、虚假内容、无事实依据的、与事实相悖或违背科学常理，凭空杜撰、拼凑、编造或曲解事实，制造耸人听闻的内容；

(3) 分享虚假夸大、假冒伪劣、以次充好的产品或服务；

(4) 夸张宣传、虚假承诺、误导诱骗消费；

(5) 无可信来源，断章取义或以讹传讹，存在诋毁、人身攻击等负面影响的；

(6) 发布内容与事实不一致、关键信息不准确，或歪曲事实等行为；

(7) 其他有虚假夸大、失实或引人误解的内容。

9、禁止违背社会公序良俗、有不良影响的内容

(1) 内容中出现血腥、暴力、恶心、猎奇、密集恐惧、令人产生恐惧或引人不适反感的，包括但不限于尸体、肢体、内脏器官、排泄物、体验恶心食物、虐待动物等；

(2) 虚假、过度夸张、博眼球的；

(3) 自行或煽动用户对他人进行暴力恐吓、威胁、侮辱谩骂、嘲讽、地域/人身/攻击、歧视的；

(4) 恶意引战、煽动用户情绪、发布仇恨言论、不友善行为、其他有组织行为的；

(5) 涉及不雅词汇、迷信、谣言、恶心、恐怖、暴力以及违背社会主流价值观的内容；

(6) 其他有害平台健康运营的内容。

10、禁止各种作弊行为

禁止滥用产品功能进行流量作弊，批量发布重复、无意义的低质内容，恶意刷粉刷赞，影响用户体验、破坏平台规则且损害他人权益的行为。包含但不限于以下场景：

(1) 违规批量发文：

(2) 批量发布重复内容：一段时间内，用非正常手段连续发布大量重复内容，或高度

相似内容；

（3）批量发无意义/低质内容：连续或大量发布无意义元素，包括但不限于无意义图片、符号、表情、乱码、无序文字等；

（4）违规刷量：通过非正常手段进行作弊，获取虚假粉丝、虚假点赞数据的行为。

11、禁止历史虚无主义有害内容

呼吁各位创作者加强自我约束，警惕历史虚无主义的不良影响，正确认识“四史”，要坚持历史唯物主义的立场、观点、方法，要尊重历史事实、尊重历史规律，反对历史虚无主义。

12、“自媒体”在发布涉及国内外时事、公共政策、社会事件等相关信息时，必须准确标注信息来源，发布时在显著位置展示，否则将不予发布。

13、

四、违规情况处理措施

如用户在使用百家号平台服务过程中存在违反规范的行为，一经发现，平台有权采取包括但不限于相应措施：

（1）限制帐号功能，如限制或禁止发布私信等；

（2）收回或者释出账号的等级、权益、收益等；

（3）帐号禁言；

（4）帐号封禁；

（5）依法追究法律责任。

要诚实守信，不逾越底线

要以义取利，不唯利是图

要稳健审慎，不急功近利

要守正创新，不脱实向虚

要依法合规，不胡作非为