|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **판촉행위 규범화에 관한 잠행규정**  (2020년 10월 29일 국가시장감독관리총국령 제32호 공포)   1. **총칙**   **제1조** 경영자의 판촉행위를 규범화하고 공정경쟁의 시장질서를 유지하며 소비자와 경영자의 합법적 권익을 보호하기 위하여, <중화인민공화국 부정경쟁방지법>(이하 ‘부정경쟁방지법’이라 약칭함), <중화인민공화국 가격법>(이하 ‘가격법’이라 약칭함), <중화인민공화국 소비자권익보호법>(이하 ‘소비자권익보호법’이라 약칭함) 등 법률과 행정법규에 근거하여 본 규정을 제정한다.  **제2조** 경영자가 중화인민공화국 경내에서 상품 판매, 서비스 제공(이하 ‘상품’이라 함은 서비스 제공을 포함함) 또는 경쟁우위의 획득을 목적으로 경품부 판매, 가격, 무료 테스트 등 방식을 통해 판촉을 전개하는 경우 본 규정을 준수하여야 한다.  **제3조** 현(縣)급 이상 시장감독관리부처는 법에 의거하여 경영자의 판촉행위에 대해 감독검사를 진행하고 본 규정을 위반한 행위에 대해서는 행정처벌을 실시한다.  **제4조** 판촉활동에서의 위법행위에 대해 일체의 조직과 개인이 사회적 감독을 진행하도록 장려, 지원 및 보호한다.   1. **판촉행위 일반규범**   **제5조** 경영자가 판촉활동을 전개할 경우 활동정보는 진실되고 정확하며 선명하고 눈에 잘 띄게 표기해 두어야 하며, 허위적인 비즈니스 정보, 거래 또는 평가 조작 등 방식을 이용하여 허위 또는 오해를 일으킬 수 있는 비즈니스 홍보, 소비자 기만 또는 관련 대중(이하 ‘소비자’로 약칭함)을 기만하거나 오해의 소지가 있으면 아니 된다.  **제6조** 경영자는 비즈니스 광고, 제품 설명, 판매 홍보, 실물 샘플 또는 통지문, 성명문, 매장내 포스팅 등 방식으로 혜택을 주기로 약속한 경우 이를 이행하여야 한다.  **제7조** 매장, 백화점, 마트, 전자 비즈니스플랫폼 경영자 등 거래장소 제공자(이하 ‘거래장소 제공자’라고 약칭함)가 장소 내(플랫폼 내) 경영자 판촉 전개를 통일적으로 구성한 경우, 상응하는 방안을 제정하고, 판촉규칙, 판촉기한 및 소비자에 대한 불리한 제한 조건을 공시하여, 장소 내(플랫폼 내) 경영자가 판촉행위 주의사항을 제시하여야 한다.  **제8조** 거래장소 제공자가 장소 내(플랫폼 내) 통일적으로 구성한 판촉활동에서 경영자의 위법행위를 발견한 경우, 법에 의거하여 필요한 처리 조치를 취하고 유관 정보 기록을 보관하며 법에 따라 상응한 의무와 책임을 부담하고 또한 시장감독관리부처의 위법행위 조사 및 처리에 협조하여야 한다.  **제9조** 경영자는 판촉 등 명의를 빌어 재물 또는 기타 수단을 통해 타인에게 뇌물을 제공하여 거래 기회나 경쟁 우위를 도모해서는 아니 된다.  **제10조** 경영자가 판촉활동에서 제공하는 경품 또는 증정품은 반드시 국가 유관 규정에 부합하여야 하며, 권리 침해 또는 불합격 제품 및 국가에서 명문화하여 공포한 법령에 의해 도태 및 판매 중지된 상품 등을 경품 또는 증정품으로 취급할 수 없다.  판촉활동 사용금지 상품에 대한 국가 규정이 존재할 경우, 해당 규정을 따른다.   1. **경품부 판매행위 규범**   **제11조** 본 규정에서 일컫는 경품부 판매라 함은 경영자가 상품판매 또는 경쟁우위 획득을 목적으로 소비자에게 장려금, 물품 또는 기타 이익을 제공하는 행위를 가리키며, 추첨식과 증정식 등 경품부 판매가 포함된다.  추첨식 경품부 판매라 함은 경영자가 추첨, 번호 뽑기, 게임 등 우연성 또는 불확실성을 지닌 방식으로 소비자의 당첨 여부를 결정하는 경품부 판매행위를 가리킨다.  증정식 경품부 판매라 함은 경영자가 일정한 조건을 만족하는 소비자에게 장려금, 물품 또는 기타 이익 제공을 제공하는 경품부 판매행위 가리킨다.    정부 또는 정부 유관부처가 법에 의거하여 비준한 경품부 모금 및 기타 복권 판매 활동은 본 규정을 적용하지 않는다.  **제12조** 경영자가 모바일(APP) 홍보, 클라이언트 유치, 인지도 제고, 데이터 획득, 클릭률 증가를 위하여 부수적으로 물품, 장려금 또는 기타 이익을 제공하는 행위는 본 규정에서 일컫는 경품부 판매에 해당한다.  **제13조** 경영자는 경품부 판매 전 경품 종류, 참여조건, 참여방식, 당첨 발표시간, 당첨 발표방식, 장려금 금액 또는 경품가격, 경품 품명, 경품 종류, 경품 수량 또는 당첨 확률, 경품 교환시간, 경품 교환조건, 경품 교환방식, 경품 교부방식, 당첨 포기조건, 주최측 및 연락처 등 정보를 명확히 공포하여야 하며, 변경할 수 없고 조건을 추가할 수도 없으며, 경품 교환에 영향을 미쳐서는 아니 된다. 단, 소비자에게 유리한 경우는 제외한다.  현장에서 즉시 당첨 결과를 발표하는 경품부 판매 활동에서는 500만 위안을 초과하는 경품 교환 상황에 대해서는 수시로 공시하여야 한다.  **제14조** 경품이 적립, 선물권, 경품 교환권, 상품권 등일 경우, 경품 교환 규칙, 사용범위, 유효기간 및 기타 제한 조건 등 상세한 내용을 공포하여야 한다. 기타 경영자의 경품 교환이 필요한 경우, 기타 경영자의 명칭, 경품 교환 지점 또는 경품 교환 경로를 공포하여야 한다.  **제15조** 경영자가 경품부 판매를 진행할 경우, 다음과 같은 경품 사칭 방식을 채택하여서는 아니 된다.  15.1 경품 종류, 경품, 장려금 금액 등 조작(造作)  15.2 활동범위 내의 특정구역에서만 경품을 제공한 경우  15.3 활동기간에 당첨 표기를 진행한 상품, 상품권을 제공하지 않거나 시장에 일부만 제공한 경우  15.4 장려금 금액이나 경품이 다르게 표기된 상품 및 상품권을 시간대별로 시장에 제공한 경우  15.5 소비자에게 명시한 정보에 따라 경품 교환이 진행되지 않은 경우  15.6 기타 경품 사칭 방식  **제16조** 경영자가 경품부판매를 진행할 때 내부 직원, 지정 단위(업체) 또는 개인이 당첨되는 등 고의로 내정자를 당첨되게끔 하는 기만 방식을 채택해서는 아니 된다.  **제17조** 추첨식 경품부 판매 최고상 금액은 5만 위안을 초과할 수 없다. 다음 중 하나에 해당할 경우에는 최고상 금액인 5만 위안을 초과하여도 인정한다.  17.1 최고상에 여러 명의 당첨자를 두고, 그 중 임의 1명의 최고상 금액이 5만 위안을 초과할 경우  17.2 동일 상품권 또는 1회 상품 구매 시 2회 또는 2회 이상 당첨 기회가 있는 경우, 누적금액이 5만 위안을 초과할 경우  17.3 물품 사용권, 서비스 등 형식으로 경품으로 삼고, 해당 물품 사용권, 서비스 등의 시장가격이 5만 위안을 초과할 경우  17.4 게임아이템, 계정 등 네트워크 가상 아이템을 경품으로 정하고, 해당 물품의 시장 가격이 5만 위안을 초과할 경우  17.5 가격 인하, 혜택, 할인을 경품으로 정하고, 가격 인하, 혜택, 할인 등 이익의 가격 환산이 5만 위안을 초과할 경우  17.6 복권, 추첨권 등을 경품으로 정하고, 해당 복권, 추첨권의 가능한 최고상 금액이 5만 위안을 초과할 경우  17.7 취업기회 제공, 컨설턴트 초빙 등의 명목으로 급여 지급 등 방식으로 인센티브를 설정하고, 최고상 금액이 5만 위안을 초과할 경우  17.8 기타 형식으로 추첨식 경품부 판매이고 최고상 금액이 5만 위안을 초과할 경우  **제18조** 경영자가 현금이 아닌 형태의 물품이나 기타 이익을 상품으로 줄 경우 동기 시장 동일 상품의 가격에 따라 그 금액을 산정한다.  **제19조** 경영자는 파일을 만들어 사실대로 정확하고 완전하게 경품 설정 규칙, 공시정보, 경품 교환 결과, 수상자 등 내용을 기록하고, 2년간 적절히 보존하고 법에 따라 감독검사를 받아야 한다.  **제4장 가격판촉행위 규범**  **제20조** 경영자가 가격판촉활동을 벌이며 추가 조건을 덧붙일 경우 조건을 명확히 표기하여야 한다. 경영자가 한시적으로 가격 인하 및 할인 등 판촉활동을 벌일 경우에도 기한을 명확히 표기하여야 한다.  **제21조** 경영자가 가격을 인하하거나 할인할 경우 명확히 표기하거나 기타 소비자가 인지하기 쉬운 방식을 통해 가격 인하, 할인 기준을 제시하여야 한다.  표기나 기준이 명확하지 않은 경우, 그 가격 인하, 할인은 동일한 경영자가 같은 경영장소에서 본 판촉활동 7일 전 거래된 최저가격을 기준으로 한다. 만약 7일전 거래가 없었을 경우 가격 인하, 할인은 본 판촉활동 전 가장 마지막 거래된 가격을 기준으로 한다.  **제22조** 경영자가 적립, 상품권, 교환권, 쿠폰 등으로 가격 할인을 진행할 경우, 눈에 잘 띄는 방식으로 표기하거나 가게내 포스팅하는 등의 방식으로써 가격할인 산정의 구체적인 방법을 공개하여야 한다.  표기나 가격할인 산정의 구체적인 방법을 공개하지 않은 경우 경영자는 경품 교환을 접수할 때 표시된 가격을 산정기준으로 삼아야 한다.  **제5장 법적책임**  **제23조** 본 규정 제5조를 위반하여 허위 광고를 구성할 경우 시장감독관리부처는 부정경쟁방지법 제20조 규정에 의거하여 처벌을 내린다.  **제24조** 본 규정 제6조, 제8조, 제10조를 위반하고 이를 법률법규에서 규정하고 있을 경우, 동 규정을 따른다. 법률법규에 규정되지 않은 경우 현급 이상 시장감독관리부처에서 시정 명령을 내린다. 불법 소득의 3배 이하에 해당하는 벌금에 처할 수 있으나 최대 3만 위안을 초과할 수 없고, 불법 소득이 없는 경우에는 1만 위안 이하에 벌금에 처한다.  **제25조** 본 규정 제7조를 위반하고 판촉규칙, 판촉기한 및 소비자에 대한 불리한 제한 조건을 공시하지 않고 또한 이를 법률법규에서 규정하고 있을 경우, 동 규정을 따른다. 법률법규에 규정되지 않은 경우 현급 이상 시장감독관리부처에서 시정 명령을 내리고 1만 위안 이하의 벌금에 처할 수 있다.  **제26조** 본 규정 제9조를 위반하여 비즈니스 뇌물을 구성할 경우 시장감독관리부처는 부정경쟁방지법 제19조 규정에 의거하여 처벌을 내린다.  **제27조** 본 규정 제13조 제1관, 제14조, 제15조, 제16조, 제17조를 위반할 경우 시장감독관리부처는 부정경쟁방지법 제22조 규정에 의거하여 처벌을 내린다.  **제28조** 본 규정 제13조 제2관, 제19조를 위반할 경우 현급 이상 시장감독관리부처가 시정 명령을 내리고, 1만 위안 이하의 벌금에 처할 수 있다.  **제29조** 본 규정 제20조, 제21조, 제22조를 위반하여 가격위법행위를 구성할 경우 시장감독관리부처는 가격 관리감독 법률법규에 의거하여 처벌을 내린다.  **제30조** 시장감독관리부처는 행정처벌결정을 내린 후, 법에 의거 국가기업신용정보 공시시스템을 통해 사회에 공시하여야 한다.  **제6장 부칙**  **제31조** 본 규정은 2020년 12월 1일부터 시행한다. 1993년 12월 24일 원(原) 국가공상행정관리국령제19호 <경품부 판매활동 중 불공정 경쟁행위 금지에 관한 몇 가지 규정>은 동시에 폐지한다. |  | **规范促销行为暂行规定**  （2020年10月29日国家市场监督管理总局令第32号公布）  **第一章 总 则**  **第一条** 为了规范经营者的促销行为，维护公平竞争的市场秩序，保护消费者、经营者合法权益，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称反不正当竞争法）、《中华人民共和国价格法》（以下简称价格法）、《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称消费者权益保护法）等法律和行政法规，制定本规定。  **第二条** 经营者在中华人民共和国境内以销售商品、提供服务（以下所称商品包括提供服务）或者获取竞争优势为目的，通过有奖销售、价格、免费试用等方式开展促销，应当遵守本规定。  **第三条** 县级以上市场监督管理部门依法对经营者的促销行为进行监督检查，对违反本规定的行为实施行政处罚。  **第四条** 鼓励、支持和保护一切组织和个人对促销活动中的违法行为进行社会监督。  **第二章 促销行为一般规范**  **第五条** 经营者开展促销活动，应当真实准确，清晰醒目标示活动信息，不得利用虚假商业信息、虚构交易或者评价等方式作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众（以下简称消费者）。  **第六条** 经营者通过商业广告、产品说明、销售推介、实物样品或者通知、声明、店堂告示等方式作出优惠承诺的，应当履行承诺。  **第七条** 卖场、商场、市场、电子商务平台经营者等交易场所提供者（以下简称交易场所提供者）统一组织场所内（平台内）经营者开展促销的，应当制定相应方案，公示促销规则、促销期限以及对消费者不利的限制性条件，向场所内（平台内）经营者提示促销行为注意事项。  **第八条** 交易场所提供者发现场所内（平台内）经营者在统一组织的促销中出现违法行为的，应当依法采取必要处置措施，保存有关信息记录，依法承担相应义务和责任，并协助市场监督管理部门查处违法行为。  **第九条** 经营者不得假借促销等名义，通过财物或者其他手段贿赂他人，以谋取交易机会或者竞争优势。  **第十条** 经营者在促销活动中提供的奖品或者赠品必须符合国家有关规定，不得以侵权或者不合格产品、国家明令淘汰并停止销售的商品等作为奖品或者赠品。  国家对禁止用于促销活动的商品有规定的，依照其规定。  **第三章 有奖销售行为规范**  **第十一条** 本规定所称有奖销售，是指经营者以销售商品或者获取竞争优势为目的，向消费者提供奖金、物品或者其他利益的行为，包括抽奖式和附赠式等有奖销售。  抽奖式有奖销售是指经营者以抽签、摇号、游戏等带有偶然性或者不确定性的方法，决定消费者是否中奖的有奖销售行为。  附赠式有奖销售是指经营者向满足一定条件的消费者提供奖金、物品或者其他利益的有奖销售行为。  经政府或者政府有关部门依法批准的有奖募捐及其他彩票发售活动，不适用本规定。  **第十二条** 经营者为了推广移动客户端、招揽客户、提高知名度、获取流量、提高点击率等，附带性地提供物品、奖金或者其他利益的行为，属于本规定所称的有奖销售。  **第十三条** 经营者在有奖销售前，应当明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，但有利于消费者的除外。  在现场即时开奖的有奖销售活动中，对超过五百元奖项的兑奖情况，应当随时公示。  **第十四条** 奖品为积分、礼券、兑换券、代金券等形式的，应当公布兑换规则、使用范围、有效期限以及其他限制性条件等详细内容；需要向其他经营者兑换的，应当公布其他经营者的名称、兑换地点或者兑换途径。  **第十五条** 经营者进行有奖销售，不得采用以下谎称有奖的方式：  （一）虚构奖项、奖品、奖金金额等；  （二）仅在活动范围中的特定区域投放奖品；  （三）在活动期间将带有中奖标志的商品、奖券不投放、未全部投放市场；  （四）将带有不同奖金金额或者奖品标志的商品、奖券按不同时间投放市场；  （五）未按照向消费者明示的信息兑奖；  （六）其他谎称有奖的方式。  **第十六条** 经营者进行有奖销售，不得采用让内部员工、指定单位或者个人中奖等故意让内定人员中奖的欺骗方式。  **第十七条** 抽奖式有奖销售最高奖的金额不得超过五万元。有下列情形之一的，认定为最高奖的金额超过五万元：  （一）最高奖设置多个中奖者的，其中任意一个中奖者的最高奖金额超过五万元；  （二）同一奖券或者购买一次商品具有两次或者两次以上获奖机会的，累计金额超过五万元；  （三）以物品使用权、服务等形式作为奖品的，该物品使用权、服务等的市场价格超过五万元；  （四）以游戏装备、账户等网络虚拟物品作为奖品的，该物品市场价格超过五万元；  （五）以降价、优惠、打折等方式作为奖品的，降价、优惠、打折等利益折算价格超过五万元；  （六）以彩票、抽奖券等作为奖品的，该彩票、抽奖券可能的最高奖金额超过五万元；  （七）以提供就业机会、聘为顾问等名义，并以给付薪金等方式设置奖励，最高奖的金额超过五万元；  （八）以其他形式进行抽奖式有奖销售，最高奖金额超过五万元。  **第十八条** 经营者以非现金形式的物品或者其他利益作为奖品的，按照同期市场同类商品的价格计算其金额。  **第十九条** 经营者应当建立档案，如实、准确、完整地记录设奖规则、公示信息、兑奖结果、获奖人员等内容，妥善保存两年并依法接受监督检查。  **第四章 价格促销行为规范**  **第二十条** 经营者开展价格促销活动有附加条件的，应当显著标明条件。经营者开展限时减价、折价等价格促销活动的，应当显著标明期限。  **第二十一条** 经营者折价、减价，应当标明或者通过其他方便消费者认知的方式表明折价、减价的基准。  未标明或者表明基准的，其折价、减价应当以同一经营者在同一经营场所内，在本次促销活动前七日内最低成交价格为基准。如果前七日内没有交易的，折价、减价应当以本次促销活动前最后一次交易价格为基准。  **第二十二条** 经营者通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款的，应当以显著方式标明或者通过店堂告示等方式公开折价计算的具体办法。  未标明或者公开折价计算具体办法的，应当以经营者接受兑换时的标价作为折价计算基准。  **第五章 法律责任**  **第二十三条** 违反本规定第五条，构成虚假宣传的，由市场监督管理部门依据反不正当竞争法第二十条的规定进行处罚。  **第二十四条** 违反本规定第六条、第八条、第十条，法律法规有规定的，从其规定；法律法规没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正；可处违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，可处一万元以下罚款。  **第二十五条** 违反本规定第七条，未公示促销规则、促销期限以及对消费者不利的限制性条件，法律法规有规定的，从其规定；法律法规没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处一万元以下罚款。  **第二十六条** 违反本规定第九条，构成商业贿赂的，由市场监督管理部门依据反不正当竞争法第十九条的规定进行处罚。  **第二十七条** 违反本规定第十三条第一款、第十四条、第十五条、第十六条、第十七条，由市场监督管理部门依据反不正当竞争法第二十二条的规定进行处罚。  **第二十八条** 违反本规定第十三条第二款、第十九条，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处一万元以下罚款。  **第二十九条** 违反本规定第二十条、第二十一条、第二十二条，构成价格违法行为的，由市场监督管理部门依据价格监管法律法规进行处罚。  **第三十条** 市场监督管理部门作出行政处罚决定后，应当依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。  **第六章 附 则**  **第三十一条** 本规定自2020年12月1日起施行。1993年12月24日原国家工商行政管理局令第19号发布的《关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的若干规定》同时废止。 |