

西安市市场监督管理局
网络交易日常监管监测数据服务项目

甲方：西安市市场监督管理局

乙方：山东中联视听信息科技股份有限公司



甲乙双方依据《中华人民共和国民法典》及相关法律法规本着相互合作、互利共赢的原则，经充分协商，订立本合同，以兹共同遵照履行。

一、监测要求

监测工作按照日常监测、专项监测、临时监测等方式进行，要求完成主体建档并按需求完成监测任务。

（一）日常监测。每月发现主体资质、证照合规、虚假宣传、广告违法、禁售商品、价格违法、知识产权侵权、产品质量、不正当竞争、食品、药品、医疗器械、化妆品、餐饮等方面的违法违规。同时，对疑似违法违规线索进行存证固证，生成电子证据文书。每月提供线索和监测报告。

（二）专项监测。为春节、315、618、双十一等重大节日节点的监测，网剑行动以及市场监管领域突发性社会热点或舆论情形及事件、野生动植物保护（如野生鸟类在网交易等）。及时发现消费侵权、超范围经营、侵犯知识产权、注销企业仍在线经营、价格违法、不正当竞争、广告宣传、虚假宣传、违法促销、禁售商品等方面的违法违规。同时，对疑似违法违规线索进行存证固证，生成电子证据文书，并提供线索和监测报告。合同期内监测次数不少于6次。

（三）重点监测。每月监测辖区内重点部署的监测任务，重点监测的内容需建立监测机制，制定监测方案，并根据需求及时提交违法线索和监测报告。合同期内监测次数不少于4次。

（四）针对网络市场经营主体和监测情况进行定期数据分析，

提供监测报告（具体监测要求和报告交付形式参照文中第四项监测数据及成果交付要求）。

（五）临时紧急性监测。根据市局要求开展临时紧急性监测。监测次数按市要求落实。

二、主体建档

（一）完成电商平台内西安市网店信息监测。主要包含淘宝、天猫、京东及1688等平台西安市网店的监测，监测店铺名称、店铺链接、商品标题、商品链接、商品参数、企业名称、管辖单位、信用代码及注册地址等信息，并对经营的网店进行分类标签管理。

（二）完成餐饮外卖平台内西安市网店信息监测。主要包括美团、淘宝闪购、

京东等外卖平台西安市网店的监测,监测店铺名称、店铺链接、店铺地址等信息,并对经营的网店进行分类标签管理。

(三)完成微信公众号和微信小程序的经营信息监测。主要包含账号主体信息、主体名称、所属企业、发布的文章内容、企业经营地址及登记机关等。

(四)完成西安市企业本地自建网站的排查。排查西安市企业在网络市场中经营情况。具体监测信息为网站名、网站网址、网站备案号、企业名称、法定代表人、统一社会信用代码、所属地市、经营地址等信息等;

(五)排查是否有交易属性特征,排查出第三方交易平台属性的网站,并对排查出网站做区域分布。

三、主要监测内容

(一) 外卖餐饮监测

对第三方网络餐饮平台入驻的商铺进行监测,违规类型包含:

1. 网络餐饮外卖主体的亮证亮照情况:(1)在餐饮店铺未公示营业执照、食品经营许可证;(2)存在营业执照注销、食品经营许可证注销的情况;(3)存在营业执照超期、食品经营许可证超期的情况;

2. 入网餐饮服务提供者营业执照或食品经营许可证不一致:未按照食品经营许可证载明的主体业态从事经营活动、多店一证;

3. 入网餐饮服务提供者未按照食品经营许可证载明的经营项目从事经营活动,如:超范围经营等;

4. 其他违法违规行爲等。

(二) 食品监测

1. 非保健食品误导性宣传:对广告、宣传文案、社交媒体上的帖子等内容进行监测,特别关注使用“保健”“养生”“疗效”等关键词,且未明确标注为保健食品的产品。

2. 保健食品注册备案信息核实:通过比对保健食品的注册证书或备案凭证上的信息与市场上销售的产品信息,确保产品名称、生产商、生产日期、批准文号等关键信息一致。同时,关注是否存在伪造、篡改注册证书或备案凭证的违法行为。

3. 婴幼儿配方乳粉功能宣传规范:重点关注婴幼儿配方乳粉的宣传文案,特

别是那些使用“益智”“增强抵抗力”“提高免疫力”等关键词的宣传。

4. 食品标签中药材使用合规性：在食品标签的配料表中，重点关注是否存在药食同源之外的中药材。特别是具有潜在健康风险的中药材，如某些含有毒素或副作用的草药。

5. 食品标签及说明书的真实性：监测食品标签和说明书上的信息是否真实、准确，特别是涉及产品功能、成分、生产日期、保质期等关键信息的内容以及是否存在夸大产品功能、隐瞒不良信息等违法行为。

6. 食品广告道德及公序良俗：监测食品广告的内容是否符合道德和公序良俗的要求，特别是涉及低俗、暴力、色情等元素的广告内容。

7. 食品包装与标签标识合规性：监测食品包装和标签上的标识是否符合相关法律法规的要求，特别是涉及生产日期、保质期、生产厂家、产品标准号等关键信息的标识。

8. 特殊医学用途配方食品标注规范：监测市场上是否存在普通食品标注为特殊医学用途配方食品的情况。特别是使用“医学”“治疗”“康复”等关键词的产品名称和宣传文案。

9. 食品名称道德伦理审核：监测食品名称不含有侮辱、歧视、恶意攻击等不当内容以及使用与产品实际功能不符或夸大其词的名称，如使用“超级”“无敌”等夸张词汇的产品名称。

10. 减肥类食品及宣传监测：监测减肥类食品的宣传文案，重点关注使用“快速减肥”“瘦身神器”等夸张词汇的宣传以及产品的实际效果和安全性，确保减肥类食品不会对消费者的健康造成损害。

11. 许可证和备案核查：定期核查食品经营者是否持有有效的食品生产经营许可证（食用农产品销售除外），并确认其许可范围。检查仅销售预包装食品的经营是否已在营业执照上显示办理备案，并验证备案信息的真实性。

12. 销售范围合规性监测：实时监测网络食品销售者是否超出其许可的类别范围进行销售，同时监测商品详情、描述、分类等是否与其许可证上的范围一致。

13. 广告宣传与宣传语监测：监测网络食品销售经营者的广告宣传是否真实、合法，是否涉及虚假宣传或误导性内容，重点加大对食品功效、治疗效果等夸大其词的宣传语监测。

14. 消费者评价：监测消费者对食品的评价，及时发现并处理潜在的质量问题和安全隐患。

（三）药品监测

针对网售药品开展网络销售药品合法性监测，重点监测以下几个方面的内容：

1. 药品经营主体及产品资质监测：包括营业执照、药品经营许可证等是否齐全、有效，并在显著位置进行展示检查企业是否按照批准的经营范围经营药品，是否存在超范围经营的情况。对药品产品资质进行严格监测，确保所售药品均具备合法的药品批准文号，且信息真实、准确。

2. 禁售药品：检查药品网络销售者是否销售国家明令禁止通过互联网销售的药品，如疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品等国家实行特殊管理的药品。

3. 召回药品：检查药品网络销售者是否及时召回或停止销售因存在安全隐患而被监管部门要求召回的药品。

4. 停售药品：关注药品网络销售者是否继续销售因各种原因被监管部门要求停售的药品。

5. 未注册药品：检查药品网络销售者是否销售未取得药品注册证书的药品，或者销售注册证书超出有效期的药品。

6. 跨境电商：对于跨境电商平台上的药品销售，应检查其是否符合跨境电商零售进口药品的相关规定，包括是否获得跨境电商零售进口药品试点资格，是否按照要求开展药品质量安全风险监测等。

7. 超低价销售高值药品：关注药品网络销售者是否存在以明显低于市场价的价格销售高值药品的行为。

8. 广告与宣传监测：监测企业发布的药品广告是否真实、合法，有无夸大疗效、误导消费者的情况。检查企业是否利用互联网发布违法违规药品广告，如含有虚假宣传、绝对化用语等。

（四）医疗器械监测

1. 医疗器械经营主体及产品资质监测：核查网络销售医疗器械经营主体的营业执照、第二类医疗器械经营备案凭证、医疗器械经营许可证等资质。对医疗器械产品资质进行监测，确保所售医疗器械均具备第一类医疗器械备案凭证、医疗

器械注册证等必要资质。

2. 产品信息公示：监督销售商在产品页面上是否准确、完整地展示了医疗器械的相关信息，如产品名称、型号、规格、生产日期、有效期、生产厂家等。

3. 销售行为监管：监测销售商是否存在虚假宣传、夸大产品功效等违规行为。监测销售未依法注册、无合格证明文件以及过期、失效、淘汰的医疗器械等违法行为。

（五）化妆品监测

1. 销售未经注册或者未备案的化妆品：

（1）未经注册的特殊化妆品；（2）未备案的普通化妆品；（3）冒用他人化妆品注册证的化妆品；（4）省级药品监督管理部门通知暂停或者停止经营的化妆品。

2. 销售违法宣称的化妆品及其发布违法广告违法行为：

（1）电子商务平台内化妆品经营者在其经营活动主页面展示的化妆品产品标签等信息是否全面、真实、准确，且与化妆品注册或者备案资料是否一致。（2）化妆品产品标签及展示页面存在虚假或者引人误解的内容，明示或者暗示具有医疗作用。（3）违法宣称药妆、干细胞、核酸、医学护肤品等的化妆品及广告。

3. 销售存在质量安全风险的化妆品：重点关注儿童化妆品、祛斑美白类化妆品等。

（1）非法添加可能危害人体健康物质的化妆品；（2）使用禁用原料生产的化妆品；（3）使用禁用原料生产的化妆品；（4）超范围者超限量使用限用组分生产的化妆品。

（六）野生动植物监测

1. 交易主体与平台监测

主体信息核电商平台（淘宝、拼多多等）、二手交易平台（闲鱼）、专业论坛、重点关注昵称、简介含“珍稀”“野生”“保护动物”、野生动物名录中的动物名称等敏感词的账号。

检查各平台对野生动植物交易的审核规则与执行情况，如是否存在关键词屏蔽不全、活体宠物分类监管缺失，或对图片、视频中隐含交易信息筛查不足的问题。

2. 交易对象监测

(1) 野生植物及制品

监测国家重点保护野生植物（如珙桐、银杏）、地方保护植物及其制品，包括但不限于树皮、木材（如沉香木）、种子、药材（如野生人参、石斛）；关注野生植物制成的工艺品、装饰品，如崖柏手串、野生兰花盆栽。

(2) 野生动物及制品

涵盖国家重点保护野生动物（如大熊猫、穿山甲）、三有保护动物、濒危物种（如犀牛角、象牙制品），以及未经许可的活体宠物（如猫头鹰、陆龟、野生鹦鹉）；监测含野生动物成分的食品（如穿山甲鳞片、熊胆）、皮具（如鳄鱼皮制品）、标本等。

3. 交易行为与方式监测

(1) 直接与隐蔽交易

筛查商品标题、详情页中明确的野生动植物售卖信息；识别使用暗语、谐音、代号（如“爬宠”代指蜥蜴、蛇类，“下山货”指代野生植物）或图片、视频暗示交易的行为。

(2) 诱导线下交易

关注“加微信私聊”“同城自提”“货到付款”等引导脱离线上监管的话术，防止通过线下渠道完成非法交易。

(3) 宣传与引流行为

监测直播、短视频、图文资讯中展示捕猎、采挖过程，或利用“养生功效”“稀缺收藏价值”虚假宣传野生动植物制品的内容。

(七) 知识产权监测

1. 专利行为主题监测

针对网络销售商品专利行为的监测，主要应包含以下几个方面：

(1) 专利真实性验证

核实商品所标注的专利号、专利名称、专利权人等信息是否真实存在。通过专利查询系统，如国家知识产权局的官方网站或其他可靠的专利数据库，检查专利信息的有效性。

(2) 专利有效性检查

检查专利是否已过期、被撤销或无效。

确认专利的保护范围是否包括该商品，即商品是否真正属于该专利的保护范围。

3) 专利使用许可核查

如果商品标注的专利是由第三方持有的，需要核实销售方是否获得了合法的专利使用许可。检查销售方是否提供了必要的许可证明文件或协议。

(4) 虚标专利的识别

监测是否存在未获得专利或专利已过期，但商品仍标注为“专利产品”的情况。识别并打击故意使用虚假专利信息误导消费者的行为。

(5) 专利侵权监测

检查销售的商品是否侵犯了他人的专利权。监测是否存在未经专利权人许可，擅自使用其专利技术的行为。

(6) 广告宣传合规性

核实商品在广告宣传中是否使用了符合专利法规的表述，如“专利保护”“专利技术”等。

禁止使用误导性或夸大其词的宣传语言。

2. 商标侵权监测

商标侵权监测主要围绕“冒用商标”和“傍名牌”两类典型侵权行为展开，旨在维护商标注册人的专用权及消费者的识别权，具体监测内容如下：

(1) 冒用商标监测

商标标识一致性核查：对比网络销售商品的商标图案、文字、字母、数字等标识，与注册商标的视觉外观、读音、含义是否完全一致或高度近似（如改变字体、颜色但核心识别元素不变）。

商品/服务类别关联性判断：确认侵权商品所属类别是否与注册商标核定使用的类别相同或类似（参考《类似商品和服务区分表》）。

销售主体资质验证：核查销售方是否提供商标注册证、许可使用协议等合法授权文件，重点监测无授权商家擅自使用他人商标的行为。

(2) 傍名牌监测

商标近似性分析：识别“山寨”商标的常见手段，如：字形近似：“康师傅”

与“康师傅”“廉师傅”；读音近似：“娃哈哈”与“娃娃哈”“洼哈哈”；含义关联：注册“乡村基”商标后，在餐饮服务中使用“乡村基快餐”，攀附“肯德基”商誉。

包装装潢模仿监测：对比商品的整体外观、色彩搭配、图案设计、字体风格等，是否与知名商品的特有包装装潢高度相似，足以引发消费者误认。

企业字号与商标的冲突排查：监测商家营业执照中的企业名称（字号）是否故意使用与他人注册商标相同或近似的文字，尤其是知名商标（如“小米”公司与“小禾”商标的混淆风险）。

3. 地理标志使用监测

（1）未经授权使用地理标志商标名称与图形

商标要素侵权识别：核查商品是否擅自使用地理标志的文字名称（如“五常大米”）或图形标识（如官方认证的地理标志图案），且未获得地理标志注册人或管理机构的许可。

产地真实性核验：通过商品详情页描述、生产地址、供应链信息等，确认商品实际来源是否与地理标志所标示的地区一致。

合规使用范围界定：地理标志通常仅限该产区内符合特定标准的生产主体使用，监测非产区企业或不符合质量要求的商家滥用地理标志的行为。

（2）冒用地理标志商标名称

虚假宣传与误导性表述：排查商品标题、描述中是否使用“XX 产地直供”“正宗 XX”等字样，但实际无产地关联或未通过地理标志认证。

搭便车行为打击：监测非地理标志商品使用与地理标志近似的名称或修饰词，攀附其声誉（如“云南小粒咖啡”作为通用名称时合法，但故意突出“小粒”误导消费者关联特定地理标志则可能侵权）。

组合商标的合规性审查：若商家将地理标志名称与其他元素组合为新商标（如“XX 牌五常大米”），需确认是否获得地理标志授权，且整体标识不致混淆消费者对产地的认知。

四、监测数据及成果交付要求

（一）交付内容：监测数据与成果交付，按周交付网络交易监测简报，按月交付月度运行分析报告，按季度交付季度市场态势综合分析报告，年末交付年度

全市网络交易市场发展白皮书。

(二) 交付形式：数据线索采用交付 Excel 表格，数据分析报告交付 Word 版本与 PDF 版本，

(三) 报告内容：所有报告需结合本地产业实际，明确标注监测内容、监测数据概况、典型案例、问题分析、分布区域分布、平台分布、建议对策等内容。

五、信息保密要求

(一) 需严格遵守国家数据安全相关法律法规，所有采集获取的本市网络交易数据仅可用于本项目服务用途，不得向任何第三方泄露、转售，项目服务周期结束后需按要求完成所有本地数据的脱敏留存或销毁。

(二) 本项目所有交付成果的知识产权全部归甲方所有，乙方不得擅自使用或对外发布相关内容。

六、服务要求

(一) 主体名录覆盖率：全市网络交易主体摸排覆盖率不低于 95%，数据信息准确率不低于 98%，每季度更新延迟不超过 7 个工作日。

(二) 线索有效率：交付的违法违规线索经甲方核验，有效率不低于 85%，线索需明确标注违规点位、违规内容、取证路径，具备可落地核查性。

(三) 报告交付时效：各类定期报告需在对应周期结束后 5 个工作日内完成交付，重大专项监测任务需按甲方指定的时限完成成果反馈。

七、服务周期

本项目服务周期 1 年。

八、合同金额

本合同金额为【¥】347600.00 元(大写：人民币叁拾肆万柒仟陆佰元整)，本合同价款包含所有乙方提供合同约定服务的报酬及乙方提供合同中服务所支出的必要费用，甲方在上述合同价款之外不再向乙方支付其他任何费用。

九、验收时间、验收标准及验收方法

1. 验收时间：合同到期后 15 个工作日内。

2. 验收标准

2.1 全年提供不少于 6 次专项监测，包括线索固证文书和监测报告；不少于 4 次重点监测，包括线索固证文书和监测报告；根据甲方下达的临时工作安排，

开展临时机动监测任务；满足本合同第六条有关服务要求的约定。

3. 验收方法

合同期内提供的线索明细和监测报告，乙方验收时以文件夹压缩包的形式统一汇总交付给甲方并出具验收报告。

十、合同款支付

1. 付款方式：本合同项目费用总额为：¥347600.00 元(大写：人民币叁拾肆万柒仟陆佰元整)，由甲方支付乙方。具体支付方式和时间如下：

签订合同后 10 个工作日内甲方向乙方支付合同总金额的 60%，即：¥208560.00 元(大写：人民币贰拾万捌仟伍佰陆拾元整)；服务期满验收合格且绩效自评后 10 个工作日内，支付合同总金额的 40%，即¥139040.00 元(大写：人民币壹拾叁万玖仟零肆拾元整)。每次支付前乙方向甲方提供相应金额的增值税普通发票。

2. 乙方账户如下：

公司名称：山东中联视听信息科技股份有限公司

开户行：中国建设银行股份有限公司济南自贸试验区分行

账 号：37050161880109336699

乙方变更账号需提前 3 个工作日告知甲方，否则乙方承担因此产生的一切责任。

十一、违约责任

1. 甲方违反本合同约定，乙方有权要求甲方按照合同履行。若因甲方违约而给乙方造成经济损失的，甲方应给予赔偿。

2. 乙方未按合同约定时间提交报告的，每逾期一日，按合同总价款的 2‰(万分之二) 计算向甲方支付违约金，逾期超 60 日不能提交的，甲方有权单方面解除合同，乙方需向甲方支付合同总额 5 %的违约金。

3. 乙方违反本合同约定的保密义务的，甲方有权解除合同，乙方应向甲方支付合同总额 5%的违约金。

4. 乙方违反本合同约定，甲方有权要求乙方查找原因并于甲方通知期限内整改，逾期未整改的或整改后仍不能符合要求的，甲方有权单方面解除合同。给甲方造成损失的，乙方应承担赔偿及相关法律责任。

5. 对于乙方指派的服务人员，因达不到服务要求给甲方造成损失等情形的，甲方有权要求更换服务人员。

6. 乙方未按本合同约定及甲方要求提供相关服务的,或经验收不合格的,甲方有权停止支付相关费用,并有权单方解除合同,对于因此造成甲方的损失,乙方应当予以赔偿。

十二、不可抗力事件处理

1. 在合同有效期内,任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同,则合同履行期延长,其延长期与不可抗力影响期相同。不可抗力事件发生后,应立即通知对方。

2. 不可抗力事件延续 120 天以上,双方应通过友好协商,确定是否继续履行合同。

十三、争议解决

双方在执行合同中所发生的一切争议,应通过协商解决,如协商不成,向合同签订地法院起诉,合同签订地在此约定为西安市未央区。

十四、合同生效及其它

1. 合同经双方法定代表人或委托代理人签字并加盖单位公章后生效。本合同未尽事宜,遵照《民法典》有关条文执行。

2. 本合同一式四份,具有同等法律效力,甲乙双方各执两份。

以下无正文。

甲方:

西安市市场监督管理局

✓ 法定代表人或委托代理人(签字或盖章):

小王

地址:西安市凤城八路 109 号

电话:

签订日期:2026 年 10 月 13 日

乙方:

山东中联视听信息科技股份有限公司

法定代表人或委托代理人(签字或盖章):

李强

地址:山东省济南市高新区天辰路创博通讯产业科研楼 22 层

电话:0531-88823562

签订日期:2026 年 10 月 13 日

