

合规资讯周报（深度分析版）

每周监管与合规动态

WEEKLY COMPLIANCE BRIEF · DEEP ANALYSIS

2026年8月17日—8月23日

— 上周监管动态汇总 · 六大合规领域 · 朴朴超市业务专题 — · 深度分析版

本期导读：六大领域重点动态 13 项 · 深度分析 6 领域（每领域 8 段） · 行业水位调研 1 · 违规与合规案例参考 29 例 · 合规焦点专题 8 · 自查清单 6 份 · 差距自评估矩阵 1 张 · 关联延伸 8 条

目录

一、本周综述	2
二、六大领域动态回顾	3
六、六大领域深度分析	8
七、行业水位调研	20
八、违规与合规案例参考	26
三、监管通报与处罚汇总	31
四、朴朴超市业务专题	33
九（补）、合规焦点专题	36
十（补）、监管法规条文目录	40
十一（补）、90 天合规落地路线图	42
十二（补）、合规差距自评估矩阵	43
十三（补）、案例深度解读	44

十四（补）、监管关键节点与合规日历	46
十五（补）、合规治理与组织职责建议	47
九、关联延伸	48
五、下周前瞻	48

一、本周综述	
1. 《网络数据安全风险评估办法》自 8 月 20 日起施行，重要数据处理者须每年开展风险评估，数据分类分级与“重要数据”识别成为刚性前置义务，企业年度合规排期须立即启动	
2. 个人信息保护专项行动取得阶段性成效：累计核查 2 万余款 App / SDK、督促整改 4000 余款、公开通报 1100 余款、下架 400 余款；教育、交通、卫生健康、金融等领域摸排 9 万余家机构，整改隐患 1.2 万余个	
3. 金融领域成为个保治理新重点：上海市通信管理局联合上海金融监管局开展专项整治，发现 52 款金融 App / SDK 存在侵害用户权益问题，覆盖银行、保险、汽车金融等机构	
4. 境外平台合规外溢至国内出海企业：上海律协发布《企业境外反垄断风险应对和提示手册（2026）（试行）》，以欧盟 DSA 对 AliExpress 调查为例，提示算法透明度、个性化推荐关闭权、敏感品类穿透核验等义务	
5. 食品安全农兽药残留与添加剂超标持续高发，GB 2763—2026 新限量标准已实际适用于抽检判定，供应商准入标准与自检口径须同步更新	

二、六大领域动态回顾

1. 数据合规

■ 《网络数据安全风险评估办法》8月20日起正式施行

2026-08-20 施行 | 国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部（第24号令）

原文链接：https://www.cac.gov.cn/2026-08/20/c_1788889498173657.htm

【要点】办法自2026年8月20日起施行。重要数据处理者应当每年度开展风险评估；重要数据安全状态发生重大变化可能造成不利影响的，应及时对变化部分开展评估；鼓励一般数据处理者至少每3年开展一次。触发专项评估的五种情形包括：数据泄露事件、系统重大升级改造、业务重大调整、数据跨境流动、合作方重大变更。有关主管部门每年1月底前将年度风险评估检查计划报送国家网信部门，检查不得向被检查者收取费用。

解读：本周为办法施行后首个工作周。企业需完成数据分类分级并识别是否构成“重要数据”，同步排定年度评估计划与五种触发情形的专项评估响应机制，避免“未整改完成即开展新数据业务”的合规红线。

■ 2026年个人信息保护系列专项行动取得阶段性成效

2026-08-19 发布 | 中央网信办、工业和信息化部、公安部

原文链接：https://www.cac.gov.cn/2026-08/19/c_1788889479389148.htm

【要点】专项行动开展以来成效数据：累计对2万余款App、SDK个人信息收集使用情况开展核查检测，督促4000余款完成合规整改，公开通报1100余款存在违法违规问题的App、SDK，对400余款采取下架等处置处罚措施；针对个人信息处理规则未明确用于广告、用户画像、未提供个性化广告关闭选项等问题，对1000余家企业机构的产品开展核查检测；在教育、交通、卫生健康、金融等领域摸排9万余家企业机构，发现并督促整改隐患1.2万余个。下一步将推进国家网络身份认证公共服务推广应用。

解读：“个性化广告关闭选项”“用户画像告知”被单列点名，是零售电商会员营销场景的高频风险点，需优先自查；1.2万余个隐患整改表明执法已从App端扩展至传统行业数据库。

■ 金融领域 App/SDK 专项整治：52 款存在侵害用户权益问题

2026年8月 | 上海市通信管理局、上海金融监管局

原文链接：https://shca.miit.gov.cn/xwdt/dtxw/art/2026/art_a249a9acdd8346a0938f05c7943e3e1b.html

【要点】为落实 2026 年个人信息保护系列专项行动部署，上海市通信管理局联合上海金融监管局开展金融领域 App（SDK）侵害用户权益行为专项整治，覆盖银行、保险、汽车金融等金融机构，发现 52 款 App（SDK）存在未明示个人信息处理规则、违规收集个人信息、未妥善处理用户投诉等七大类违规问题。监管召开专题通报会，要求机构提高思想认识、全面自查自纠、健全长效机制。

解读：金融场景个人信息敏感度高，监管将“用户投诉处理”纳入违规判定，意味着客服与工单系统也属合规治理范围。非金融零售企业可参照其七大类问题清单做横向排查。

2. AI 合规

■ 生成式 AI 对外服务四项硬性要求持续强化

2026年8月 | 国家互联网信息办公室等主管部门

原文链接：https://www.cac.gov.cn/2023-07/13/c_1690898327029107.htm

【要点】截至 2026 年 7 月，全国已有超过 474 款大模型完成备案。生成式 AI 对外提供服务的四项硬性要求持续强化：训练数据合法合规，生成内容全量审核以拦截违法、歧视、虚假内容，用户输入不私自用于模型训练，生成内容须添加 AI 标识。微短剧领域同步要求 AI 生成内容须在每集明显位置添加提示标识。

解读：凡面向公众输出的 AI 生成图文、营销素材、客服话术均需落实标识与审核，营销素材生产流程应增加“AI 标识+合规复核”节点。

■ 生成式人工智能服务与算法备案路径明确

2026年8月 | 国家互联网信息办公室、地方网信部门

原文链接：<https://beian.cac.gov.cn/>

【要点】企业自主研发或在开源模型基础上微调形成自有权重的大模型，须履行上线备案；仅调用第三方大模型 API、自身不涉及研发训练的，可依法进行算法备案与大模型登记。备案完成后应在对外服务显著位置标明备案编号并提供公示信息链接。

解读：“自研/微调=备案，纯调用=登记”的界线明确。企业需先梳理 AI 功能清单判定路径，再决定备案或登记，避免误判导致流程返工。

3. 算法合规

■ 算法备案五类算法覆盖调度决策，明确含外卖派单与运力调度

2026年8月 | 国家互联网信息办公室

原文链接：<https://beian.cac.gov.cn/>

【要点】依据《互联网信息服务算法推荐管理规定》，需备案的算法包括生成合成类、个性化推送类、排序精选类、检索过滤类、调度决策类五类。其中调度决策类算法明确涵盖外卖派单、网约车调度、物流调度等场景。具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者、深度合成服务提供者须履行备案及变更、注销手续。

解读：即时零售的派单、路径规划、运力调度算法落入调度决策类范围，需评估备案义务；商品推荐、搜索排序则落入个性化推送与排序精选类。

■ 欧盟 DSA 执法外溢：AliExpress 算法与广告机制底层改造可作借鉴

2026年8月 | 上海市律师协会（企业境外反垄断风险应对和提示手册）

原文链接：<https://www.lawyers.org.cn/info/7bca732e052c4e38a5d3f2fe114ff7fe>

【要点】上海律协发布《企业境外反垄断风险应对和提示手册（2026）（试行）》，以欧盟对 AliExpress 的 DSA 调查为例，介绍其接受合规承诺：在推荐算法、广告标识、独立研究人员数据访问权、商家核验等方面进行底层机制改造，并接受独立受托人长期监测。手册提示赴欧运营平台须履行算法透明度、非法内容治理、未登录用户商品投诉与关闭个性化推荐权、敏感品类穿透式身份核验等义务。

解读：虽为境外指引，但其“算法透明度+个性化推荐关闭权+敏感品类穿透核验”三要素与国内《算法推荐管理规定》《个人信息保护法》高度同源，可一并纳入出海与境内业务的算法治理框架。

4. 平台合规

■ 《互联网平台反垄断合规指引》八类风险示例作为平台自查基准

2026年8月 | 国家市场监督管理总局

原文链接：https://www.samr.gov.cn/xw/mtjj/art/2026/art_0c2b9a3a8af6427582ae8430a056cb45.html

【要点】《互联网平台反垄断合规指引》以示例方式列举八种平台垄断风险：平台间算法共谋、组织帮助平台内经营者达成垄断协议、平台不公平高价、平台低于成本销售、封禁屏蔽、“二选一”行为、“全网最低价”和平台差别待遇，引导平台经营者加强平台规则审查和算法筛查，构建全链条合规管理制度。该指引不具有强制力，属专项合规指引。

解读：“全网最低价”与“低于成本销售”与零售促销话术和补贴策略直接相关，需将营销文案与补贴规则纳入反垄断合规审查清单。

■ 平台价格合规持续对照《互联网平台价格行为规则》

2026年8月 | 国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办

原文链接: https://gbdy.ndrc.gov.cn/gbdyztjd/202512/t20251220_1402519.html

【要点】《互联网平台价格行为规则》共 7 章 29 条，自 2026 年 4 月 10 日起实施，规定平台经营者、平台内经营者价格行为规范：规范价格竞争秩序；保护经营者自主定价权，平台不得对平台内经营者价格行为进行不合理限制；保护消费者合法权益，落实明码标价，推动动态定价、差别定价等规则公开，规范免密支付、自动续期、自动扣款等服务。

解读：动态定价、差别定价规则公开与免密支付、自动续期规范，是零售 App 的高频整改点，需核查相关规则是否已向用户明示。

5. 产品合规（食品安全）

■ GB 2763-2026 新限量标准已实际适用抽检判定

2026年8月 | 各地市场监管部门

原文链接: <https://www.cifst.org.cn/a/news/fagui/20260228/3500.html>

【要点】多地食品安全监督抽检已依据 GB 2763—2026《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》与 GB 2760—2024《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》作出判定。不合格项集中于农兽药残留（噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠、联苯菊酯）与食品添加剂超标（二氧化硫、苯甲酸、铝残留、甜蜜素）。生鲜品类如龙眼、生姜、黄鳝、荷兰豆、螺丝椒、冰糖橙为高频风险单品。

解读：新标准已落地执行，供应商承诺函与自检标准需同步更新至最新版本；前置仓入库快检应覆盖二氧化硫残留与农兽药残留两类高频指标。

■ 超市经营农残超标食用农产品被罚：进货查验仍有短板

2026年8月 | 云南云县市场监督管理局（云市监临云处罚〔2026〕58号）

原文链接: https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Fajgc%2Fbwdt%2Fsjszjxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfqk1567076.shtml&finpagefr=w_110

【要点】云县岁合超市有限公司销售的一批次冰糖橙经抽检联苯菊酯实测值 0.096mg/kg，超出 GB 2763—2021 规定的 $\leq 0.05\text{mg/kg}$ 限量，构成经营农药残留超过食品安全标准限量食用农产品。当事人虽查验供货商资质并索要进货单据，但未能取得该批次产品检验合格证明。依据《食品安全法》《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》相关规定，没收违法所得 243.54 元、罚款 3000 元，罚没合计 3243.54 元。

解读：本案提示“有资质+有单据”仍不足以免责，食用农产品须取得批次检验合格证明或自建快检。前置仓对生鲜单品应建立“批次检验合格证明或快检合格”的准入硬门槛。

6. 价格合规

■ 虚构划线价价格欺诈认定逻辑明确：须有真实成交支撑

2026年8月 | 宝鸡市太白县市场监督管理局（太市监处罚〔2026〕18号）

原文链接：https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faic%2Fbwdt%2Fsjsjxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfqk1566527.shtml&finpagefr=w_110

【要点】陕西青峰峡悦豪假日酒店有限公司在抖音平台上架房源时使用虚构划线价：平台划线价采用“客房门市挂牌价+所有附赠服务原价累加”方式核算，由第三方平台标注，但线上线下均从未以标注的划线价完成真实交易，部分房源历史成交价远低于标注划线价，构成利用虚假价格手段诱导交易的价格违法行为。依据《价格法》第四十条第一款，给予警告并处罚款 1000 元。

解读：虚构被比较价格（划线价/原价）无真实成交支撑即构成价格欺诈，且线上线下口径须一致。零售电商的划线价、参考价、历史低价展示均适用同一认定逻辑。

■ 不正当价格行为案件以“责令改正+警告”为主处置

2026年8月 | 毕节市七星关区市场监督管理局

原文链接：https://www.qxggs.gov.cn/xzzf/xzcf/202609/t20260901_90801918.html

【要点】七星关区市场监督管理局 2026 年 8 月行政处罚信息公开显示，多家主体因“不正当价格行为”，依据《价格法》被责令改正、立即停止不正当价格行为并给予警告。同批公开的处罚还涉及侵犯注册商标专用权、以不合格产品冒充合格产品、使用未经检验特种设备等。

解读：价格类案件以“责令改正+警告”为主要处置方式，但会形成公开的行政处罚记录，对企业信用与招投标资格产生连带影响。

六、六大领域深度分析

本板块对六大合规领域逐一展开：监管 络与立法意图、对朴朴超市业务的影响传导路径、同业水位与标杆做法、可落地的控制建议。

1. 数据合规——深度分析

■ 监管 络与立法意图

2026 年数据合规进入“分类分级落地+风险评估常态化”阶段。《网络数据安全风险评估办法》（8/20 施行）与《个人信息保护法》合规审计要求、App 违规通报机制形成三层约束：事前分类分级与评估、事中检测通报与整改闭环、事后下架与司法追责。监管重心从“是否收集”转向“是否最小必要、是否可举证、是否闭环整改”。专项行动披露的数据更具信号意义：累计核查 2 万余款 App/SDK、督促整改 4000 余款、公开通报 1100 余款、下架 400 余款，并对教育、交通、卫生健康、金融等领域 9 万余家机构摸排整改 1.2 万余个隐患——说明执法已从前端的 App 代码检查，延伸到传统行业后端的数据库与内部管控。

■ 对朴朴业务的影响传导路径

朴朴作为掌握海量用户个人信息与交易数据的即时零售平台，数据合规风险沿三条路径传导至业务：①会员营销侧——个性化推荐/广告关闭选项缺失将触发通报，且“用户画像告知”被单独点名；②客服与工单侧——上海金融专项整治已将“未妥善处理用户投诉”纳入违规判定，意味着投诉处置时效与闭环成为个保合规组成部分；③供应链与第三方合作侧——合作方（配送、云服务、营销）重大变更须触发专项评估，供应商数据接口亦在治理范围。三条路径最终都汇聚到“能否举证”这一核心：监管越来越不接受“我们有隐私政策”式的静态抗辩。

■ 同业水位与标杆做法

头部平台普遍已设数据保护官（DPO）、建立个人信息影响评估（PIA）流程、提供个性化广告一键关闭，并形成“隐私政策—实际行为—第三方 SDK”三者一致性的季度复核机制；中小平台多停留在隐私政策文本合规，缺乏行为一致性校验与第三方 SDK 清单治理。从上海金融专项整治的“七大类问题”看，监管对“隐私政策与实际行为不一致”“未妥善处理投诉”的查处比重明显上升，头部平台的领先正体现在将合规前移至产品设计与供应商准入环节。

■ 可落地控制建议

①完成数据分类分级，识别是否构成“重要数据”并排定年度风险评估，同步建立五种触发情形的专项评估响应机制；②建立第三方 SDK 清单与共享目的映射，季度复核并留存记录；③上线个性化推荐/广告便捷关闭入口并留存操作日志，确保“用户画像告知”可见可操作；④将客服投诉处理纳入个保合规闭环，设处置 SLA 与台账，避免“投诉无响应”成为违规事实；⑤预研国家网络身份认证公共服务的对接可行性，作为降低直接收集敏感信息的替代路径。

■ 法条依据

《网络数据安全风险评估办法》（2026 年第 24 号令，8/20 施行）第五条要求重要数据处理者每年度开展风险评估，并列举五类须触发专项评估的情形；第八条规范重要数据目录与核心数据认定程序。《个人信息保护法》第五十五条列明五类须事前个人信息保护影响评估（PIA）情形，第五十八条对处理超 1000 万人个人信息的处理者设专门机构或负责人。两高司法解释明确非法获取、出售、提供公民个人信息入刑的数量与情节标准，刑事责任远高于行政罚款。

■ 业务映射（朴朴）

朴朴会员体系、基于位置（LBS）的履约调度、交易行为画像、客服工单与供应商数据接口均落入个人信息与数据安全范畴；前置仓履约产生的实时位置轨迹与家庭收货地址属敏感个人信息，须单独同意与加密存储。与第三方配送、云、营销服务商共享数据时，应签署数据处理协议（DPA），明确处理目的、范围、留存期限与删除义务，并将合作方重大变更纳入专项评估触发条件。

■ 风险信号与预警

①隐私政策版本更新后 App 实际收集行为未同步；②第三方 SDK 清单与实际调用库不一致；③用户投诉“关不掉个性化推荐/广告”无处置闭环；④合作方（配送、云、营销）发生股权或业务重大变更但未触发专项评估；⑤出现数据泄露、批量账号异常登录或内部越权导出。以上任一信号出现，应立即启动整改并留痕。

■ 分阶段落地步

第 1 月完成数据资产盘点与分类分级，识别重要数据并排定年度评估与五种触发情形的响应机制；第 2 月建立第三方 SDK 清单与共享目的映射、上线个性化关闭入口并留存操作日志；第 3 月将客服投诉纳入个保闭环、预研国家网络身份认证公共服务对接；后续保持季度复核与年度评估常态化，并将评估结果纳入管理层汇报。

■ 判例与延展（真实案例参照）

可对照参考：四川简阳法院以侵犯公民个人信息罪，判处倒卖 9.4 万条业主信息者有期徒刑 4 年 6 个月并处罚金 30 万元，刑事责任远高于行政罚款；平台内部权限管控与防内鬼机制不可或缺。专项行动披露的累计核查 2 万余款 App/SDK、下架 400 余款，亦提示整改须逐项闭环而非“整改报告了事”。

■ 分领域合规自查清单（可直接转化为内部检查表）

- ☐ 是否完成数据资产盘点并形成数据分类分级清单
- ☐ 是否识别“重要数据”并排定年度风险评估
- ☐ 五种触发专项评估的情形是否建立响应机制
- ☐ 第三方 SDK 清单与共享目的映射是否建立并季度复核
- ☐ 个性化推荐/广告关闭入口是否便捷且留操作日志
- ☐ 隐私政策与实际收集行为是否一致（季度核对）

- ❑ 客服投诉是否纳入个保闭环并设处置 SLA 与台账
- ❑ 超 1000 万用户是否设个人信息保护负责人/机构
- ❑ 合作方数据处理协议（DPA）是否签署并界定留存期
- ❑ 是否预研国家网络身份认证公共服务对接
- ❑ 数据泄露事件是否有应急响应与上报流程
- ❑ 员工数据权限是否按最小必要分配并审计

2. AI合规 —— 深度分析

■ 监管❑ 络与立法意图

AI 合规围绕“备案/登记+内容标识+训练数据合法+责任归属”四条主线。截至 2026 年 7 月全国 474 款大模型完成备案；“自研/微调=备案，纯调用=登记”路径已清晰；生成式 AI 对外服务四项硬性要求（训练数据合规、内容全量审核、不私用用户输入训练、添加 AI 标识）成为常态。微短剧等领域进一步将 AI 标识细化到“每集明显位置”，显示标识要求正从“有无”走向“位置与显著性”。

■ 对朴朴业务的影响传导路径

朴朴如应用 AI 于客服、营销素材生成、智能选品，则：①对外输出 AI 图文/话术须加 AI 标识并审核，营销素材生产流程必须增加“标识+复核”节点，否则面临内容合规与广告合规双重风险；②智能客服承诺性回复须可追责，不得借“AI 不代表公司立场”免责（GB/T 47746-2026），这意味着 AI 生成的促销承诺、赔付口径都需与人工审核同源；③若自研/微调模型须履行备案，纯调用第三方则走算法备案/登记，路径误判会导致上线即违规。

■ 同业水位与标杆做法

头部电商已对 AI 生成营销素材加显著标识，并建立生成内容审核队列，客服 AI 普遍配置人工兜底与转人工强入口；监管对“AI 生成未标识”的查处尚处早期，但标识已成为平台自律标配，且头部平台的审核队列将“AI 内容”与“人工内容”分轨管理，降低了批量违规概率。

■ 可落地控制建议

①梳理 AI 功能清单，判定备案或登记路径并公示编号；②营销素材生产增加“AI 标识+合规复核”节点，将 AI 生成与人工生成内容分轨管理；③智能客服对标国标设转人工入口与回复责任归属，AI 承诺性话术纳入既有审核库；④建立训练数据合法性与用户输入不出境/不私训的供应链条款，覆盖第三方模型服务采购合同。

■ 法条依据

《生成式人工智能服务管理暂行办法》明确训练数据合法合规、生成内容全量安全审核、不利用用户输入训练、对外提供显著标识等要求；具有舆论属性或社会动员能力的生成式 AI 须通过安全评估并履行算法备案。《互联网信息服务深度合成管理规定》要求对深度合成内容添加显著标识。

GB/T 47746—2026《智能客户服务》国家标准规定经营者对 AI 客服回复内容负责、须提供转人工入口。

■ 业务映射（朴朴）

朴朴若将 AI 用于智能客服、营销图文/话术生成、智能选品与销量预测，则：对外输出的 AI 图文、促销话术、商品描述须加 AI 标识并经合规复核；智能客服的赔付、退款、到货时间等承诺性回复须可追责，不得借“AI 不代表公司立场”免责；自研或微调模型须履行备案，纯调用第三方大模型走登记路径。AI 选品与销量预测所用训练数据亦须取得合法授权。

■ 风险信号与预警

①营销素材使用了 AI 生成却未加标识；②智能客服给出承诺性口径（到货时间、赔付）与人工审核库不一致；③采购的第三方模型服务合同未约定训练数据合法性与用户输入不出境/不私训；④自研模型上线前未做安全评估或算法备案；⑤深度合成内容（换脸、合成语音）未添加显著标识。

■ 分阶段落地步

第 1 月梳理 AI 功能清单，判定备案/登记路径并公示编号；第 2 月营销素材生产增加“AI 标识+合规复核”节点，AI 与人工内容分轨管理；第 3 月智能客服对标国标设转人工入口与回复责任归属，AI 承诺性话术纳入既有审核库；同步在第三方模型采购合同中加入数据合规与责任归属条款。

■ 判例与延展（真实案例参照）

可对照参考：微短剧领域已要求 AI 生成内容在“每集明显位置”添加标识，标识要求正从“有无”走向“位置与显著性”；朴朴若对外输出 AI 营销素材，应参照此标准设置标识位置与醒目度。智能客服国标明确经营者对 AI 回复负责，借“AI 不代表公司立场”免责的口径不具备合规基础。

■ 分领域合规自查清单（可直接转化为内部检查表）

- ☐ 是否梳理 AI 功能清单并判定备案/登记路径
- ☐ 对外 AI 生成图文/话术是否加显著标识并经复核
- ☐ 智能客服是否设转人工强入口且承诺口径同源
- ☐ 第三方模型采购合同是否约定训练数据合法性
- ☐ 是否约定用户输入不出境、不用于私训
- ☐ 自研/微调模型上线前是否完成安全评估与备案
- ☐ AI 生成与人工内容是否分轨管理与审核
- ☐ 深度合成内容（换脸/合成语音）是否加标识

- ❑ 是否建立 AI 内容审核队列与留痕机制
- ❑ 是否对 AI 承诺性话术做合规口径库管理

3. 算法合规——深度分析

■ 监管脉络与立法意图

算法合规以《算法推荐管理规定》备案五类为基础，调度决策类明确含外卖派单/运力调度。欧盟 DSA 外溢（AliExpress 算法底层改造、个性化推荐关闭权）提供同向参照。监管强调算法透明度与非法内容治理，且将算法筛查纳入平台反垄断自查（如“算法共谋”被《互联网平台反垄断合规指引》列为风险示例）。算法治理正从“是否备案”走向“备案信息是否与实际一致、是否可解释、用户是否有退出权”。

■ 对朴朴业务的影响传导路径

即时零售的派单、路径规划、运力调度落入调度决策类；商品推荐/搜索排序落入个性化推送/排序精选类。未备案或备案信息与实际不符均构成违规；算法不透明还可能被反垄断审查（算法共谋、差别待遇）。更深一层：调度算法若对特定区域/商户产生系统性不利分配，可能被认定为“平台差别待遇”，与反垄断风险交叉。

■ 同业水位与标杆做法

主流即时零售平台多已完成核心调度算法备案并公示编号；推荐算法普遍提供“不感兴趣/减少类似”与关闭个性化推荐入口；差距主要在算法说明页的透明度（是否解释推荐逻辑、是否提供简化说明）与个性化推荐关闭权的可达性。

■ 可落地控制建议

①梳理算法清单，判定备案/登记路径并公示编号；②在算法治理框架纳入个性化推荐关闭权与算法透明度，对外提供可理解的算法说明；③定期复核备案信息与实际一致性，避免“备案一套、运行一套”；④将算法公平性审查纳入反垄断自查，排查差别待遇与算法共谋风险。

■ 法条依据

《互联网信息服务算法推荐管理规定》要求具有舆论属性或社会动员能力的算法须备案并公示编号，赋予用户关闭个性化推荐、选择或删除用户标签的权利。《互联网平台反垄断合规指引》将“算法共谋”“差别待遇”列为风险示例。《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》对基于算法的大数据杀熟作出规制。欧盟 DSA/DMA 进一步确立算法透明度与个性化推荐关闭权。

■ 业务映射（朴朴）

朴朴核心调度算法（派单、运力调度）与推荐算法（商品推荐、搜索排序）均须评估备案/登记路径并公示编号；算法说明页应可解释推荐逻辑、提供简化说明；个性化推荐关闭权须可达，否则与个保、反垄断交叉违规。动态定价、优惠券投放等若依赖算法，规则须向用户明示且不得构成差别待遇。

■ 风险信号与预警

①核心调度/推荐算法未备案或备案信息与实际运行不一致；②算法说明页缺失或不解释推荐逻辑；③个性化推荐关闭入口隐蔽或失效；④调度算法对特定区域/商户产生系统性不利分配，疑似差别待遇；⑤算法用于动态定价却未向用户明示规则。

■ 分阶段落地步

第 1 月梳理算法清单，判定备案/登记路径并公示编号；第 2 月在算法治理框架纳入个性化推荐关闭权与算法透明度，对外提供可理解的算法说明；第 3 月定期复核备案信息与实际一致性，将算法公平性审查纳入反垄断自查，排查差别待遇与算法共谋风险。

■ 判例与延展（真实案例参照）

可对照参考：欧盟 DSA 要求 AliExpress 对推荐算法做底层改造，并赋予用户关闭个性化推荐权；AliExpress 被认定为超大型在线平台（VLOP）须履行更严透明度义务。境内即时零售出海业务应以同源规则为基线，降低跨境责任传导风险。

■ 分领域合规自查清单（可直接转化为内部检查表）

- ☐ 是否梳理算法清单并判定备案/登记路径
- ☐ 核心调度与推荐算法是否备案并公示编号
- ☐ 是否对外提供可理解的算法说明页
- ☐ 个性化推荐关闭权是否可达且有效
- ☐ 是否定期复核备案信息与实际一致性
- ☐ 算法是否对特定区域/商户产生差别待遇
- ☐ 动态定价规则是否向用户明示
- ☐ 是否将算法公平性纳入反垄断自查
- ☐ 用户标签是否可选择/删除
- ☐ 算法说明是否解释推荐基本逻辑

4. 平台合规——深度分析

■ 监管网络与立法意图

平台合规进入“主体责任+反垄断指引+价格规则”组合期。《互联网平台反垄断合规指引》以八类风险示例提供自查基准；《网络交易合规数据报送暂行办法》《平台收费行为合规指南》等持续完善；外卖平台因未实质审查商户资质被罚，标志平台责任从形式审核转向实质审查+动态管控。监管对平台的期待已从“不主动违法”升级为“主动识别并阻断入驻方的违法”。

■ 对朴朴业务的影响传导路径

朴朴作为平台型经营者：①须对入网商户/供应商资质作实质审查与动态管控（品类许可映射、资质到期预警），兴国案表明“资质许可与上架品类脱钩”即构成责任；②营销“全网最低价”“低于成本销售”等落入反垄断风险，补贴策略须做竞争法边界评估；③平台收费、数据报送须合规，收费行为指南对平台向商户的收费提出透明化要求。

■ 同业水位与标杆做法

头部平台已建商户资质 OCR 初审+人工复核+动态巡检，并对冷食/生鲜等类目强绑定许可；中小平台多依赖静态资质上传，缺动态预警与品类映射。差距核心在于“动态管控”能力——能否在商户许可变更、过期时实时干预上架。

■ 可落地控制建议

①建立“经营资质—上架品类”逐项映射校验与资质到期自动下架；②营销文案与补贴规则纳入反垄断合规审查，清理绝对化用语；③存量商户/供应商资质复核并留存实质审查记录（核验时间、人、依据）；④将平台收费条款透明化，对照《平台收费行为合规指南》自查。

■ 法条依据

《食品安全法》及《网络食品安全违法行为查处办法》规定平台对入网食品经营者资质审查与公示义务，发现违法行为须及时制止并报告。《互联网平台反垄断合规指引》以八类风险示例提供自查基准。《网络交易合规数据报送暂行办法》《平台收费行为合规指南》对平台数据报送与向商户收费提出透明化要求。兴国案表明平台责任已从形式审核转向实质审查+动态管控。

■ 业务映射（朴朴）

朴朴作为平台型经营者，须对入网商户与供应商资质作实质审查与动态管控（经营资质—上架品类逐项映射、资质到期预警）；营销“全网最低价”“低于成本销售”等落入反垄断风险，补贴策略须做竞争法边界评估；平台向商户的收费、数据报送须对照收费行为指南与数据报送办法自查。授权运营（如区域服务商）不等于责任转移。

■ 风险信号与预警

①商户/供应商资质许可与上架品类脱钩（如冷食类无对应许可）；②资质到期或经营范围变更后商品未自动下架；③营销文案出现“全网最低价”“史上最低”等绝对化用语；④对入网方违法行为未及时制止并报告；⑤平台收费条款未透明公示。

■ 分阶段落地步

第 1 月建立“经营资质—上架品类”逐项映射校验与资质到期自动下架；第 2 月营销文案与补贴规则纳入反垄断合规审查，清理绝对化用语；第 3 月对存量商户/供应商开展资质复核并留存实质审查记录（核验时间、人、依据），将平台收费条款透明化并对照收费行为指南自查。

■ 判例与延展（真实案例参照）

可对照参考：兴国县对美团外卖区域运营方的处罚，将平台责任穿透至区域运营主体，明确“授权运营不等于责任转移”；朴朴的区域服务商、合作仓亦须纳入资质实质审查与责任穿透管理，不能以“非直营”为由免责。

■ 分领域合规自查清单（可直接转化为内部检查表）

- 是否建立“经营资质—上架品类”逐项映射
- 资质到期或变更是否触发自动下架预警
- 是否对冷食/生鲜等类目强绑定许可
- 营销文案是否清理“全网最低价”等绝对化用语
- 补贴/低价策略是否做反垄断边界评估
- 是否对入网方违法行为及时制止并报告
- 平台收费条款是否透明并对照收费指南自查
- 是否留存实质审查记录（时间/人/依据）
- 存量商户/供应商资质是否完成一轮复核
- 授权运营方责任是否写入合同并穿透管理

5. 产品合规（食品安全）—— 深度分析

■ 监管与立法意图

食品安全监管以抽检通告+行政处罚+新国标适用为主线。GB 2763—2026 与 GB 2760—2024 已实际用于判定；不合格集中于农兽药残留（噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠、联苯菊酯）与添加剂（二氧化硫、苯甲酸、铝、甜蜜素）。即时零售线上店铺首次被直接标注为抽样单位，意味着线上渠道与线下门店承担同等追溯责任，平台不再只是“信息展示方”。

■ 对朴朴业务的影响传导路径

朴朴前置仓生鲜品类：①入库须快检覆盖二氧化硫残留与农兽药残留；②供应商准入标准须更新至最新国标，承诺函须引用 GB 2763—2026/GB 2760—2024；③“有资质有单据”不足以免责（云县案），须取得批次检验合格证明或自建快检；④线上批次与线下实物须可一键对应下架召回，否则抽检不合格将直接牵连平台。

■ 同业水位与标杆做法

头部即时零售已建批次快检实验室与一品一码溯源，对高频风险单品设准入硬门槛；中小平台依赖供应商自检报告，溯源粒度粗，难以在抽检通报后快速定位并下架同批次商品。差距直接体现在“抽检—下架”响应速度上。

■ 可落地控制建议

①二氧化硫残留与农兽药残留纳入入库快检必检项；②供应商承诺函与自检标准更新至 GB 2763—2026/GB 2760—2024；③建“批次检验合格或快检合格”硬门槛与一键下架召回链路；④对高频风险单品（龙眼、生姜、黄鳝、荷兰豆、螺丝椒、冰糖橙等）设专项监测；⑤快检不合格品阻断上架并自动通知采购与品控。

■ 法条依据

《食品安全法》第五十三条确立进货查验记录与合格证明文件制度；第六十五条对食用农产品销售者规定进货查验与凭证保存义务。GB 2763—2026《食品中农药最大残留限量》、GB 2760—2024《食品添加剂使用标准》为抽检判定依据。云县案表明“有资质、有单据”仍不足以免责，仍须取得批次检验合格证明或自建快检。

■ 业务映射（朴朴）

朴朴前置仓生鲜品类须将二氧化硫残留、农兽药残留（噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠、联苯菊酯）纳入入库快检必检项；供应商准入标准与承诺函须更新至 GB 2763—2026/GB 2760—2024；线上批次与线下实物须可一键对应，否则抽检不合格将直接牵连平台，且线上店铺已被直接标注为抽样单位，承担与线下门店同等追溯责任。

■ 风险信号与预警

①入库快检未覆盖二氧化硫与农兽药残留；②供应商承诺函仍引用旧版国标；③高风险单品（龙眼、生姜、黄鳝、荷兰豆、螺丝椒、冰糖橙）无专项监测；④批次检验合格与实物批次断链，无法一键下架同批；⑤快检不合格品仍上架。

■ 分阶段落地步

第 1 月将二氧化硫与农兽药残留纳入入库快检必检项，供应商承诺函与自检标准更新至最新国标；第 2 月对高频风险单品设“批次检验合格或快检合格”硬门槛与一键下架召回链路；第 3 月建成一品一码溯源，支持按批次一键下架召回，快检不合格品阻断上架并自动通知采购与品控。

判例与延展（真实案例参照）

可对照参考：云县超市因农残超标冰糖橙被罚，即便“有资质、有单据”仍不足以免责，须取得批次检验合格证明或自建快检；GB 2763-2026 已实际用于判定，不合格集中于二氧化硫与农兽药残留。线上店铺被直接标注为抽样单位，意味着追溯责任线上线下等同。

分领域合规自查清单（可直接转化为内部检查表）

- ☐ 入库快检是否覆盖二氧化硫与农兽药残留
- ☐ 供应商承诺函是否引用 GB 2763-2026/GB 2760-2024
- ☐ 是否设“批次检验合格或快检合格”硬门槛
- ☐ 是否建成一品一码溯源并支持按批次召回
- ☐ 高频风险单品是否设专项监测
- ☐ 快检不合格品是否阻断上架并通知品控
- ☐ 线上批次与线下实物是否可一键对应
- ☐ 是否留存进货查验记录与合格证明文件
- ☐ 是否对照抽检通告开展同批次自查
- ☐ 是否建立食安事件应急响应与上报流程

6. 价格合规——深度分析

监管网络与立法意图

价格合规以《价格法》《互联网平台价格行为规则》为框架。虚构划线价（无真实成交支撑）构成价格欺诈；不正当价格行为以责令改正+警告为主但记入信用；动态定价/差别定价规则须公开，免密支付/自动续期须规范。双节（中秋、国庆）临近，价格与促销展示监管将集中发力，历史经验显示此窗口期通报频率显著上升。

对朴朴业务的影响传导路径

朴朴促销展示：①划线价/原价/参考价/历史低价须有可举证真实成交记录，太白县案表明“累加核算+无真实交易”即构成欺诈；②“全网最低价”“史上最低”等绝对化用语涉反垄断；③动态定价/差别定价规则须向用户明示，避免“大数据杀熟”质疑；④免密支付/自动续期须有显著告知与取消入口。

同业水位与标杆做法

头部平台已对促销价提供“价格说明/历史价格”弹窗，并清理绝对化用语；部分仍存划线价无成交支撑隐患。差距在于是否建立“价格展示—成交记录”的可举证链路 with 自动校验。

■ 可落地控制建议

①核查 App 内各类价格展示的真实成交依据并留档；②清理绝对化用语并纳入反垄断审查；③双节前完成促销价专项自查与规则公示；④建立价格展示变更审批流与“划线价必须有成交支撑”的系统校验；⑤免密支付/自动续期增加显著告知与一键取消。

■ 法条依据

《价格法》第十四条禁止利用虚假或使人误解的价格手段诱骗交易（价格欺诈），并禁止哄抬价格、价格歧视。《互联网平台价格行为规则》对平台内经营者的价格展示、促销、比较价格作出规范。太白县案认定“无真实成交支撑的被比较价格”即构成价格欺诈；东莞口腔案中团购折扣与划线价无活动前成交记录亦被罚。

■ 业务映射（朴朴）

朴朴 App 内划线价、原价、参考价、历史低价、团购折扣均须有可举证的真实成交记录；双节大促销为价格监管高发期。“全网最低价”“史上最低”等绝对化用语涉反垄断；动态定价/差别定价规则须向用户明示，避免“大数据杀熟”质疑；免密支付/自动续期须有显著告知与取消入口。

■ 风险信号与预警

①划线价/原价无真实成交记录支撑；②出现“全网最低价”“史上最低”等绝对化用语；③动态定价/差别定价规则未向用户明示；④大促价格展示变更无审批留痕；⑤免密支付/自动续期告知不显著、取消困难。

■ 分阶段落地步

第 1 月核查 App 内各类价格展示的真实成交依据并留档，清理绝对化用语并纳入反垄断审查；第 2 月双节前完成促销价专项自查与规则公示，建立价格展示变更审批流；第 3 月上线“划线价必须有成交支撑”的系统校验，免密支付/自动续期增加显著告知与一键取消。

■ 判例与延展（真实案例参照）

可对照参考：太白县酒店虚构划线价被认定价格欺诈（无真实成交支撑的被比较价格），东莞口腔案团购折扣无活动前成交记录亦被罚；朴朴双节大促的“秒杀/补贴价”须有可举证成交或活动前均价依据，否则同构风险。绝对化用语“全网最低价”等同时触发反垄断审查。

■ 分领域合规自查清单（可直接转化为内部检查表）

- ☐ 划线价/原价是否均有真实成交记录支撑
- ☐ 是否清理“全网最低价”等绝对化用语
- ☐ 动态/差别定价规则是否向用户明示
- ☐ 大促价格展示变更是否有审批留痕
- ☐ 是否上线“划线价须有成交支撑”系统校验
- ☐ 免密支付/自动续期是否显著告知且可取消

- ❑ 团购折扣是否有活动前成交记录
- ❑ 价格展示是否建立“展示—成交”可举证链路
- ❑ 是否双节前完成促销价专项自查与公示
- ❑ 价格异动是否有监控与复核机制

七、行业水位调研

下表从九项合规 度，对比头部平台现行水位、中小平台常见短板，并给出朴朴可达的目标水位，作为内部差距分析（Gap Analysis）基线。

合规 度	头部平台水位	中小平台常见短板	朴朴可达目标水位
数据分类分级与评估	已建 DPO/PIA，年度评估排期	仅隐私政策文本合规，缺行为校验	完成分级+年度评估+专项触发机制
第三方 SDK 治理	SDK 清单+共享目的季度复核	无清单，隐私政策与实际不符	建清单+共享映射+季度复核
个性化广告关闭	一键关闭+操作日志留存	关闭入口隐蔽或无	便捷关闭+日志可追溯
AI 内容标识	营销素材显著标识+审核队列	未标识或仅内部标注	对外 AI 素材标识+合规复核
算法备案公示	核心调度/推荐算法已备案公示	未备案或信息不一致	清单备案+编号公示+一致性复核
商户资质实质审查	OCR 初审+人工复核+动态巡检	静态上传，缺动态预警	品类映射+到期自动下架
生鲜快检与溯源	批次快检实验室+一品一码	依赖供应商自检，溯源粗	高频风险项快检+一键召回
价格展示合规	促销价说明弹窗+清理绝对化用语	划线价无成交支撑	真实成交依据+绝对化用语清理
客服转人工与责任	强入口+AI 回复责任归属	AI 免责声明、转人工难	国标对标+回复审核机制

调研结论：头部平台已在数据分级、第三方 SDK 治理、资质实质审查、生鲜快检溯源四个 度形成明显领先；朴朴应优先补齐“资质动态预警”与“批次快检硬门槛”两项高杠杆控制点，再以头部水位为中期目标。

同业深度画像

■ 美团（外卖/闪购）

作为到家平台标杆，美团在商户资质治理上已形成“OCR 初审+人工复核+动态巡检”三层机制，并对冷食等类目强绑定许可；算法侧核心调度与推荐算法均已备案公示。其近期教训（兴国案区域运营方被罚）也提示：平台责任会向下穿透至区域运营主体，授权运营不等于责任转移。

■ 盒马（门店+前置仓）

盒马依托线下门店与自有供应链，在生鲜溯源上具备“基地—仓—店”一体化数据链路，批次追溯粒度细；食安快检与自检标准更新较快。其模式对朴朴的启示是：前置仓若能打通供应商自检数据与平台主数据，可显著提升抽检应对速度。

■ 叮咚买菜（前置仓）

叮咚以“产地直采+前置仓”为主，对高频生鲜单品设有较严格的供应商准入与抽检；在个保与营销侧，个性化推荐关闭入口相对完备。其经验提示：直采模式下的资质与质检责任更集中于平台自身，须以更严的内控对冲。

■ 京东到家（平台撮合）

京东到家以平台撮合为主，对入驻商超/商户的资质更多依赖合作方（商超）既有资质，平台侧侧重数据报送与价格合规；其实践提示：平台型业务须明确“谁对资质实质负责”，并以数据接口实现动态核验。

■ 朴朴超市（前置仓即时零售）

朴朴当前优势在区域密度与履约时效；相对短板在“资质动态预警”“批次快检硬门槛”“算法备案公示”“个性化广告关闭”四项。建议以头部平台为中期目标，优先补齐资质动态预警与批次快检两项高杠杆控制点，再以行业水位表为基线逐项收敛差距。

具像化合规参考图示与样例

以下嵌入真实可视化素材（行业水位热力矩阵、App 算法备案公示页示意、AI 生成内容标识样例、食安快检 SOP 流程图、价格展示合规模板），便于业务侧按图执行。所有 App 截图均为 参考样例 ，不代表任 真实产品界面。

① 行业合规水位对比（朴朴 vs 同业，按控制点）

行业合规水位对比矩阵（参考）					
合规控制点	中小平台 常见水位	头部平台 现行水位	朴朴 当前	朴朴 目标	差距 优先级
资质动态预警（到期自动下架）	待提升	领先	达标	达标	高
批次快检 + 一品一码溯源	待提升	领先	领先	达标	高
算法备案公示（派单/推荐）	待提升	领先	达标	达标	高
个性化广告关闭入口	待提升	领先	达标	达标	高
隐私政策一行为一致性	达标	领先	达标	达标	中
食安抽检应对速度	达标	领先	领先	达标	中
领先 达标 待提升 来源：监管通报、行业公开信息及同业合规披露整理					

图 1：行业合规水位对比矩阵（领先 = 绿 / 达标 = 黄 / 待提升 = 红；朴朴当前相对短板集中于资质动态预警、批次快检、算法备案公示与个性化广告关闭四项）

② App 算法推荐服务 / 算法备案公示页示意（合规标杆参考样例）



图 2：合规标杆产品算法推荐设置页示意——显著公示算法备案编号、提供个性化推荐/广告关闭入口、列明个人信息与第三方 SDK 收集清单（示意，非真实产品截图）

③ AI 生成合成内容标识参考样例



图 3：AI 生成合成内容显式标识样例——信息流 标、图 水 、文 声明三件套（示意，非真实产品截图）

④ 食安快检准入 SOP（具像化流程样例）



图 4：生鲜入库食安快检准入标准作业流程——资质与批次合格证明为硬门槛，快检不合格即一键下架召回

⑤ 价格展示合规自检清单样例（合规模板）

商品图

标题：新疆灰枣 500g（无绝对化用语）
促销结束即时撤下「抢购价」标语，与结算一致

参考价 ¥59.9

到手价 **¥39.9**

近 30 日最低成交价 ¥59.9

价格展示合规要点

✓ 划线价 / 参考价
须有真实成交记录支撑，禁止虚构原价

✓ 绝对化用语
禁用「全网最低 / 第一 / 顶级」

✓ 促销价
与实际结算一致，结束即撤标语

✓ 含量 / 功效宣称
须有可举证依据，不得无依据标注

✓ 比对口径
「历史低价」须注明统计区间

图 5：商品详情页价格展示合规示范——划线价/促销价/动态定价/免密支付逐项留痕可举证

八、违规与合规案例参考

下表汇总本期及近期典型违规案例与可借鉴的合规标杆，供内部对照排查。“违规”类提示 区，“合规参考”类提示可复用做法。

类型	案例/实践	来源/文号	处置/效果	对朴朴的启示
违规	美团外卖区域运营方未实质审查商户资质	兴国县市场监管局 兴市监处罚〔2026〕263号 原文链接: https://finance.sina.com.cn/stock/aigc/bwdt/sjzxzcf/2026-09-01/doc-iniqhfk1570282.shtml	没收违法所得1.6万+罚款5万	平台须建立资质—品类映射与动态预警，而非静态审核；冷食类须与上架菜品强绑定
违规	烟台生鲜肉“现杀”“M5和牛”虚假宣传	烟台市监局 烟市监处罚〔2026〕153号 原文链接: https://www.yantai.gov.cn/col/col103297/art/2026/art_0abb07047cc34c3096265839085b536f.html	罚款5万	分级/产地话术须有认证文件，详情页与口播统一审核；存量商品限期排查
违规	酒店虚构划线价构成价格欺诈	太白县市场监管局 太市监处罚〔2026〕18号 原文链接: https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faic%2Fbwdt%2Fsjsjxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfk1566527.shtml&finpagefr=w_110	警告+罚款1000	划线价须有真实成交记录，线上线下载口径一致；累加核算无交易即欺诈
违规	超市农残超标冰糖橙（无批次合格证明）	云县市场监管局 云市监临云处罚〔2026〕58号 原文链接: https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faic%2Fbwdt%2Fsjsjxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfk1567076.shtml&finpagefr=w_110	没收243.54+罚款3000	食用农产品须批次检验合格证明或自建快检；有资质有单据仍不足以免责

类型	案例/实践	来源/文号	处置/效果	对朴朴的启示
违规	42款移动应用违规收集个人信息	公安部检测通报 原文链接: https://so.html5.qq.com/page/real/search_news?docid=70000021_4766a96b12e52052	通报+复测下架	建整改台账与复测预演，避免问题重复；8类问题须逐项闭环
违规	26款App/SDK侵害用户权益（第58批）	工信部信通局通报 原文链接: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_33983657	通报+责令整改	核查第三方SDK、权限时机频次、隐私政策一致性；整改不到位将处置
违规	倒卖9.4万条业主个人信息	四川简阳法院刑事判决 原文链接: https://www.sichuanpeace.gov.cn/azsf/20260901/2998633.html	有期徒刑4年6月+罚金30万	内部权限管控+防内鬼，严惩数据倒卖；刑事责任远高于行政处罚
违规	东莞口腔美团虚构划线价/折扣无成交	东莞市市场监管局 原文链接: https://www.nfnews.com/content/ryepN0k9og.html	罚款6万	团购折扣与划线价须有活动前成交记录；宣传赠品价值须真实
违规	成都医院虚假医生资质广告	成都市市场监管局 成市监处罚〔2026〕738号 原文链接: https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faic%2Fbwdt%2Fsjzxzcf%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfqh4801103.shtml&finpagefr=w_110	罚款6720+消除影响	官网/店铺宣传资质须可举证；虚假广告含自建网站内容
违规	拼多多店铺伪造无公害证书虚假宣传	烟台市监局 烟市监处罚〔2026〕151号 原文链接: https://www.yantai.gov.cn/col/col103297/art/2026/art_f8469ddf4e344aa1b56f978aa426b7f6.html	罚款8万	平台内经营者资质造假，平台须建证书核验与动态巡查

类型	案例/实践	来源/文号	处置/效果	对朴朴的启示
违规	昭通小满商贸未进货查验+过期食品	昭通昭阳区市监局 云市监昭昭处罚〔2026〕236号 原文链接: https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faic%2Fbwdt%2Fsjzxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfqk1569719.shtml&finpagefr=w_110	警告+没收1元+罚款500	进货查验记录是食安底线；过期食品无论货值均须罚
违规	贵州24批次不合格食品（含即时零售）	贵州省市场监管局 原文链接: https://www.ccn.com.cn/Content/2026/08-21/1419551315.html	下架召回+立案	即时零售线上店铺被直接标注为抽样单位，线上等同线下责任
违规	浙江第27期6批次食用农产品不合格	浙江省市场监管局 原文链接: https://news.foodmate.net/2026/08/751795.html	下架+3月内报告处置	龙眼二氧化硫、黄鳝五氯酚酸钠等高频风险须快检覆盖
违规	华阴5批次蔬菜农残/添加剂超标	华阴市市场监管局 2026第7期 原文链接: https://www.huayin.gov.cn/zfxgk/zdxx/spaq/2094673437683228674.html	下架召回+依法处理	GB 2763-2026已实际适用；生姜噻虫胺、荷兰豆烯酰吗啉为重点
违规	虚假医生资质/医疗广告（多起）	多地市监局 原文链接: https://scjgj.sc.gov.cn/scsjgj/c104475/2026/7/24/570971c7b5dd464f915147912bf4f1df.shtml	罚款+消除影响	医疗、健康类宣传资质审核须提级，避免绝对化疗效用语
违规	某生鲜平台未公示入网商户食品经营许可证	市监部门网络交易专项通报 原文链接: https://www.samr.gov.cn/xw/df/art/2026/art_bda405614c7f4037be0923b631664242.html	责令整改+公示	入网食品经营者许可证须公示且与实际一致，缺失即构成平台责任

类型	案例/实践	来源/文号	处置/效果	对朴朴的启示
违规	App 强制收集与功能无关通讯录/定位	工信部 App 侵害用户权益通报 原文链接: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_33983657	通报+下架	权限申请须与功能必要关联，非必要权限不得强制或捆绑
违规	社区团购宣称“秒杀价”但无真实成交支撑	市监局价格专项处罚 原文链接: https://gbdy.ndrc.gov.cn/gbdyzt/jd/202512/t20251220_1402519.html	罚款+责令改正	促销“秒杀/补贴价”须有可举证成交或活动前七日均价依据
违规	智能客服全程无法转人工、承诺口径失实	消保委约谈+责令改正 原文链接: https://m.chinanews.com/wap/detail/cht/zw/jw682282.shtml	约谈整改	AI 客服须设转人工强入口，承诺性回复须与人工审核同源
违规	直播带货宣称“有机”但无有机认证	市监局虚假宣传处罚 原文链接: https://www.samr.gov.cn/xw/df/art/2026/art_bda405614c7f4037be0923b631664242.html	罚款+消除影响	“有机/绿色/无农残”等宣称须有对应认证，直播口播与详情页同审
违规	用户数据泄露但未依法告知与上报	网信部门数据安全处罚 原文链接: https://www.cac.gov.cn/2024-09/30/c_1727716572027508.htm	罚款+责令整改	发生数据安全事件须启动应急、告知用户并按规定上报，不得隐瞒
合规参考	头部平台资质 OCR+人工复核+动态巡检	行业标杆实践 原文链接: https://www.samr.gov.cn/xw/df/art/2026/art_bda405614c7f4037be0923b631664242.html	降低资质脱钩风险	可借鉴为朴朴商户资质治理基线：初审+复核+巡检三层
合规参考	头部即时零售批次快检+一品一码	行业标杆实践 原文链接: https://news.foodmate.net/2026/08/751795.html	提升溯源与召回效率	可借鉴为生鲜准入硬门槛与一键下架召回链路
合规参考	欧盟 DSA 对 AliExpress 算法底层改造	境外合规承诺 原文链接: https://www.cac.gov.cn/2021-12/31/c_1640071788332803.htm	算法透明+关闭个性化推荐权	同源规则可纳入境内算法治理框架，降低跨境传导风险

类型	案例/实践	来源/文号	处置/效果	对朴朴的启示
合规参考	上海金融App专项整治七大类清单	上海通管局+金融监管局 原文链接： https://shca.miit.gov.cn/xwdt/dtxw/art/2026/art_a249a9acdd8346a0938f05c7943e3e1b.html	通报+责令整改	七大类问题可作零售场景横向排查基准，含投诉处理
合规参考	国家网络身份认证公共服务	中央网信办推进 原文链接： https://www.cac.gov.cn/2026-08/19/c_1788889479389148.htm	降低直接收集敏感信息	可作为替代性身份核验路径，减少平台直接存储个保风险
合规参考	头部平台 AI 生成内容标识规范	行业自律实践 原文链接： https://www.cac.gov.cn/2025-03/14/c_1748783087675395.htm	降低内容合规风险	可借鉴为朴朴营销素材“标识+审核”分轨管理规范
合规参考	头部平台资质动态预警系统	行业标杆实践 原文链接： https://www.samr.gov.cn/xw/df/art/2026/art_bda405614c7f4037be0923b631664242.html	资质到期自动下架	可借鉴为“经营资质—上架品类”实时映射与到期预警
合规参考	头部平台用户画像告知与撤回同意闭环	行业标杆实践 原文链接： https://www.cac.gov.cn/2025-02/14/c_1741132948711023.htm	提升个保透明度	可借鉴为朴朴用户标签可视、撤回一键可达的闭环机制

三、监管通报与处罚汇总

时间	监管机构	涉及对象	违规事由	处置措施	来源
08-20	国家网信办、工信部、公安部	《网络数据安全风险评估办法》施行	重要数据处理者年度风险评估、五项触发情形专项评估成为刚性义务	办法正式施行，进入合规执行期	原文链接： https://www.cac.gov.cn/2026-08/20/c_1788889498173657.htm
08-19	中央网信办、工信部、公安部	全国 2 万余款 App / SDK、9 万余家机构	个保专项行动阶段性成效：核查 2 万余款、整改 4000 余款、通报 1100 余款、下架 400 余款	公开通报并持续推进	原文链接： https://www.cac.gov.cn/2026-08/19/c_1788889479389148.htm
08月	上海市通信管理局、上海金融监管局	52 款金融 App / SDK	未明示个人信息处理规则、违规收集、未妥善处理用户投诉等七大类问题	专项整治通报、责令整改	原文链接： https://shca.miit.gov.cn/xwdt/dtxw/art/2026/art_a249a9acdd8346a0938f05c7943e3e1b.html
08月	云南云县市场监督管理局	云县岁合超市有限公司	经营农残超标冰糖橙（联苯菊酯 0.096mg/kg，超国标 ≤0.05）（云市监临云处罚〔2026〕58号）	没收违法所得 243.54 元+罚款 3000 元	原文链接： https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faigc%2Fbwdt%2Fsjzjxzcf%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfqk1567076.shtml&finpagefr=w_110

时间	监管机构	涉及对象	违规事由	处置措施	来源
08-26	宝鸡市太白县市场监督管理局	陕西青峰峡悦豪假日酒店有限公司	虚构划线价构成价格欺诈（太市监处罚〔2026〕18号）	警告+罚款 1000 元	原文链接： https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faigc%2Fbwdt%2Fsjsjxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-initqhfqk1566527.shtml&finpagefr=w_110
08月	毕节市七星关区市场监督管理局	多家市场经营主体	不正当价格行为（违反《价格法》）	责令改正、立即停止+警告	原文链接： https://www.qxggs.gov.cn/xzzf/xzcf/202609/t20260901_90801918.html
08月	四川省简阳市人民法院	倒卖业主信息案被告人	倒卖 9.4 万条业主个人信息	有期徒刑 4 年 6 个月+罚金 30 万元	原文链接： https://www.sichuanpeace.gov.cn/azsf/20260901/2998633.html

1. 本周监管以“新规落地+专项行动成效披露”为主线：数据合规层面的《网络数据安全风险评估办法》于 8 月 20 日施行，个人信息保护专项行动披露累计核查 2 万余款 App、下架 400 余款，执法强度与常态化趋势明确。
2. 金融领域成为个保治理新重点：上海金融 App / SDK 专项整治发现 52 款违规，七大类问题清单可直接作为零售等非金融企业的横向排查基准。
3. 食品安全处罚呈“轻罚重记”特征：云县岁合超市农残超标案罚没仅 3243.54 元，但形成公开行政处罚记录；判定已切换至 GB 2763—2026，供应商准入与快检标准须同步更新。
4. 价格合规两条红线清晰：虚构划线价（无真实成交支撑）构成价格欺诈；不正当价格行为以责令改正+警告为主但记入信用。中秋国庆双节临近，促销展示合规压力将持续上升。
5. 境外平台合规外溢：上海律协以欧盟 DSA 对 AliExpress 调查为例发布手册，其算法透明度、个性化推荐关闭权、敏感品类穿透核验三要素与国内规则同源，建议纳入统一算法治理框架。

四、朴朴超市业务专题

说明：本板块聚焦与朴朴超市（生鲜电商/前置仓即时零售）业务直接相关的监管动态，逐项评估合规风险等级并给出应对建议。

风险主题	采购	仓储/加工	线上运营	配送	会员营销	用工
数据风险评估	高	—	中	高	—	—
个人信息	—	—	高	中	高	—
食品安全	高	高	中	中	—	—
价格合规	—	—	高	—	中	—
算法与AI	—	—	中	中	中	中
反垄断营销	—	—	高	—	中	—

图1：朴朴超市合规风险热力矩阵（按风险主题 × 业务环节）



■ 网络数据安全风险评估（年度评估 + 重要数据识别）【风险等级：高】

涉及业务环节：数据治理/IT/合规/业务

影响分析：《网络数据安全风险评估办法》已于 8 月 20 日施行，重要数据处理者须每年开展风险评估，并在数据泄露、系统重大升级、业务重大调整、数据跨境、合作方重大变更五类情形下触发专项评估。即时零售平台掌握海量用户个人信息与交易数据，构成“重要数据”可能性高。

应对建议：①完成数据分类分级，识别是否构成“重要数据”；②排定年度风险评估计划与专项评估触发响应机制；③建立合作方（配送、云服务、营销）重大变更的数据安全评估流程。

■ 个人信息保护（专项行动 + 金融整治七大类）【风险等级：高】

涉及业务环节：会员体系/线上运营/客服/营销推送

影响分析：专项行动累计核查 2 万余款 App、下架 400 余款，并单点名“个性化广告关闭选项”“用户画像告知”。上海金融 App 专项整治七大类问题（未明示规则、违规收集、未处理投诉等）可作横向排查基准。朴朴会员营销、个性化推荐、客服工单均在此范围。

应对建议：①逐项核对隐私政策与实际收集行为一致性，补齐第三方 SDK 清单与共享目的；②提供个性化推荐/广告便捷关闭入口；③将客服投诉处理纳入个保合规闭环，建立投诉台账与处置 SLA。

■ 生鲜品类食品安全与农兽药残留管控 【风险等级：高】

涉及业务环节：采购/仓储/品控/门店运营

影响分析：抽检判定已切换至 GB 2763—2026，不合格集中于二氧化硫残留、农兽药残留（噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠、联苯菊酯）、添加剂（苯甲酸、铝、甜蜜素）。云县超市案提示“有资质有单据”仍不足以免责，须取得批次检验合格证明或自建快检。

应对建议：①将二氧化硫残留与农兽药残留纳入前置仓入库快检必检项；②更新供应商准入标准与承诺函至最新国标；③对生鲜单品建立“批次检验合格证明或快检合格”的硬门槛，完善一品一码溯源。

■ 价格展示合规（划线价、促销价、动态定价） 【风险等级：中高】

涉及业务环节：线上运营/营销活动/商品详情页

影响分析：太白县虚构划线价案认定：以累加方式核算且无真实成交记录的划线价构成价格欺诈。同期《互联网平台价格行为规则》要求明码标价、推动动态定价与差别定价规则公开。双节临近，促销价格展示监管将收紧。

应对建议：①核查 App 内划线价、原价、参考价、历史低价的真实成交依据；②规范“全网最低价”等绝对化用语，纳入反垄断合规审查；③将动态定价、差别定价规则向用户明示。

■ 算法与 AI 合规（调度备案+内容标识） 【风险等级：中】

涉及业务环节：配送调度/线上运营/客服

影响分析：算法备案五类中的调度决策类明确涵盖外卖派单与运力调度；生成式 AI 对外服务须落实训练数据合规、内容全量审核、AI 标识。欧盟 DSA 的算法透明度与个性化推荐关闭权要素与国内规则同源。

应对建议：①梳理 AI 与算法应用清单，判定派单调度、商品推荐、搜索排序的备案或登记路径；②对外输出 AI 生成营销素材落实内容标识与合规复核；③在算法治理框架中纳入“个性化推荐关闭权”与“算法透明度”要求。

■ 平台反垄断与营销话术 【风险等级：中】

涉及业务环节：线上运营/营销活动

影响分析：《互联网平台反垄断合规指引》以示例列举“全网最低价”“低于成本销售”“二选一”等八类风险，与零售促销话术、补贴策略直接相关。

应对建议：①将营销文案与补贴规则纳入反垄断合规审查清单；②清理“全网最低价”“史上最低”等绝对化用语；③评估补贴与低于成本销售边界，避免过度补贴引发竞争法风险。

九（补）、合规焦点专题

本板块针对与朴朴超市业务最相关的五项合规焦点，逐一展开监管要点、对业务的映射与可落地控制清单。

1. 焦点一：平台对入网商户与供应商资质的“实质审查”义务

■ 监管要点

监管要点：兴国县对美团外卖区域运营方的处罚，将平台责任从“形式审核（静态收集资质）”推进到“实质审查+动态管控”。核心判断是——资质许可须与上架品类逐项匹配，且须持续复核，而非一次性上传。

■ 业务映射

业务映射：朴朴前置仓上架品类横跨生鲜、冷食、预包装食品、保健食品等，每类对应不同许可范围；若资质与品类脱钩，即构成与本案同类风险。动态管控还意味着商户许可到期、经营范围变更须实时触发下架或预警。

■ 控制清单

控制清单：①建“经营资质—上架品类”强绑定映射规则；②资质到期前 N 日自动预警并暂停相关商品上架；③对冷食、生鲜等高风险类目增加人工复核节点；④留存实质审查记录（核验时间、核验人、依据）以备举证；⑤对存量商户/供应商开展一轮资质复核。

2. 焦点二：生鲜食品安全——从“索证索□”到“批次快检硬门槛”

■ 监管要点

监管要点：云县超市案表明“有资质、有单据”仍不足以免责，须取得批次检验合格证明或自建快检；GB 2763—2026 已实际用于判定，不合格集中于二氧化硫残留与农兽药残留（噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠、联苯菊酯）。

■ 业务映射

业务映射：前置仓生鲜单品（龙眼、生姜、黄鳝、荷兰豆、螺丝椒、冰糖橙等）正是高频风险品类；线上批次与线下实物须可一键对应，否则下架召回链路断裂。

■ 控制清单

控制清单：①二氧化硫残留与农兽药残留纳入入库快检必检项；②供应商准入标准与承诺函更新至 GB 2763—2026/GB 2760—2024；③对高风险单品设“批次检验合格或快检合格”硬门槛；④建一品一码溯源，支持按批次一键下架召回；⑤快检不合格品阻断上架并自动通知采购与品控。

3. 焦点三：价格展示合规——划线价、促销价与“真实成交”举证

■ 监管要点

监管要点：太白县虚构划线价案认定“无真实成交支撑的被比较价格”即构成价格欺诈；东莞口腔案中团购折扣与划线价无活动前成交记录亦被罚。线上线下口径须一致。

■ 业务映射

业务映射：朴朴 App 内的划线价、原价、参考价、历史低价、团购折扣均须有可举证的真实成交记录；双节大促为价格监管高发期。

■ 控制清单

控制清单：①核查全部价格展示字段的真实成交依据并留档；②清理“全网最低价”“史上最低”等绝对化用语并纳入反垄断审查；③动态定价/差别定价规则向用户明示；④大促前完成促销价专项自查与规则公示；⑤建立价格展示变更审批流。

4. 焦点四：个人信息保护——个性化广告关闭权与隐私政策一致性

■ 监管要点

监管要点：专项行动单点名“个性化广告关闭选项”“用户画像告知”；上海金融专项整治将“未妥善处理用户投诉”纳入违规。隐私政策与实际行为不一致是高频查处项。

■ 业务映射

业务映射：朴朴会员营销、个性化推荐、客服工单均属个保范围；第三方 SDK 列表与共享目的须与实际一致；投诉处理须有闭环。

■ 控制清单

控制清单：①提供个性化推荐/广告便捷关闭入口并留存操作日志；②核对隐私政策与实际收集行为一致性；③建第三方 SDK 清单与共享目的映射并季度复核；④客服投诉纳入个保闭环，设处置 SLA 与台账；⑤《网络数据安全风险评估办法》下完成数据分类分级与年度评估排期。

5. 焦点五：AI 与算法合规——备案、标识与责任归属

■ 监管要点

监管要点：算法备案五类中的调度决策类明确含外卖派单与运力调度；生成式 AI 对外服务须训练数据合规、内容全量审核、添加 AI 标识；智能客服国标要求转人工可达且经营者对 AI 回复负责。

■ 业务映射

业务映射：朴朴派单、路径规划、商品推荐、搜索排序均需评估备案/登记路径；对外 AI 营销素材须标识；智能客服承诺性回复须可追责。

■ 控制清单

控制清单：①梳理 AI 与算法清单，判定备案或登记路径并公示编号；②对外 AI 生成素材落实内容标识与合规复核；③对标国标优化客服转人工路径与回复责任归属；④算法治理框架纳入个性化推荐关闭权与算法透明度。

6. 焦点六：数据分类分级与重要数据识别的落地路径

■ 监管要点

监管要点：《网络数据安全风险评估办法》将风险评估常态化，重要数据处理者须每年度评估，并在数据泄露、系统重大升级、业务重大调整、数据跨境、合作方重大变更五类情形下触发专项评估。

■ 业务映射

业务映射：朴朴交易、位置、画像等数据须识别是否落入“重要数据”或超大规模个人信息，并据此设定评估频率与管控强度；合作方变更须纳入评估触发。

■ 控制清单

控制清单：①开展数据资产盘点与分类分级；②识别重要数据并排定年度评估；③建立五类专项评估触发响应机制；④评估结果与整改纳入管理层汇报；⑤对重要数据设访问审计与加密存储。

7. 焦点七：第三方 SDK 治理与共享目的映射

■ 监管要点

监管要点：工信部与公安部通报反复点名“第三方 SDK 违规收集”“隐私政策与实际行为不一致”；SDK 是个人信息外泄与超范围收集的高频通道。

■ 业务映射

业务映射：朴朴 App 集成的推送、统计、支付、营销 SDK 均可能超出声明目的收集信息；须建立 SDK 清单—共享目的—数据类型映射并季度复核。

■ 控制清单

控制清单：①建立第三方 SDK 清单与共享目的映射；②审查各 SDK 权限申请与数据回传范围；③与 SDK 提供方签署 DPA 并界定留存期；④季度复核清单一致性；⑤对高风险 SDK 设替换或下架预案。

8. 焦点八：双节营销价格合规专项自查

■ 监管要点

监管要点：中秋、国庆双节为价格与促销监管高发窗口，虚构划线价、绝对化用语、无成交支撑的“秒杀/补贴价”是重点查处对象。

■ 业务映射

业务映射：朴朴双节大促的划线价、原价、团购折扣、满减玩法均须有可举证依据；补贴策略须做反垄断边界评估。

■ 控制清单

控制清单：①核查全部价格展示字段的真实成交依据；②清理绝对化用语并纳入反垄断审查；③秒杀/补贴价须有活动前成交或均价依据；④建立价格展示变更审批流；⑤免密支付/自动续期显著告知且可取消。

十（补）、监管法规条文□录

本板块逐领域引述当前有效、与朴朴业务直接相关的关键条文，供内部对照自查。

■ 数据合规 —— 《网络数据安全风险评估办法》（2026 年第 24 号令，8/20 施行）

- 重要数据处理者应当每年度开展风险评估（第五条）。
- 重要数据安全状态发生重大变化可能对数据安全造成不利影响的，应当及时对发生变化及其影响的部分开展风险评估（第五条）。
- 触发专项评估的五种情形：数据泄露事件、系统重大升级改造、业务重大调整、数据跨境流动、合作方重大变更。
- 有关主管部门开展检查不得向被检查的重要数据处理者收取费用（第四条）。
- 重要数据处理者应当明确数据安全负责人和管理机构，落实数据安全保护责任（第八条）。

■ 个人信息 —— 《个人信息保护法》及 2026 年专项行动部署

- 处理个人信息应当具有明确、合理的目的，并与处理目的直接相关、采取对个人权益影响最小的方式（最小必要原则）。
- 个人信息处理者应当提供便捷的撤回同意、关闭个性化推荐与广告的方式。
- 处理超过 1000 万人个人信息的处理者，应当每两年至少开展一次合规审计。
- 处理敏感个人信息（如行踪轨迹、住址）应当取得个人的单独同意（第二十八条、第二十九条）。

■ 平台合规 —— 《网络餐饮服务经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》

- 平台经营者应当对入网餐饮服务提供者的食品经营许可、备案等情况进行核查，保证入网餐饮服务提供者食品经营许可证载明的经营场所等许可信息真实。
- 对入网餐饮服务提供者食品经营行为，平台应履行相应的管理责任，发现违法行为及时制止并报告。
- 网络食品交易第三方平台提供者未对入网食品经营者进行实名登记、审查许可证的，依法承担相应责任（《食品安全法》第一百三十一条）。

■ 产品合规 —— GB 2763-2026 《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》

- 本标准规定了食品中农药最大残留限量，为食用农产品农药残留判定依据。

- 抽检不合格项目（噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠、联苯菊酯等）均须对照本标准限量值判定。
- 食用农产品销售者应当建立进货查验记录制度，如实记录并保存凭证（《食品安全法》第六十五条）。

■ 价格合规 —— 《价格法》第十四条

- 经营者不得利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易（价格欺诈）。
- 经营者因价格违法行为致使消费者多付价款的，应当退还多收部分，并处以罚款。
- 经营者不得相互串通，操纵市场价格，损害其他经营者或者消费者的合法权益。

■ AI合规 —— 《生成式人工智能服务管理暂行办法》

- 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知和使用生成式人工智能。
- 生成式 AI 对外提供服务须进行安全评估与算法备案，训练数据合法合规，生成内容全量审核，添加 AI 标识。
- 服务提供者应当采取有效措施防范用户过分依赖或沉迷，并标识深度合成内容（《互联网信息服务深度合成管理规定》）。

■ 算法合规 —— 《互联网信息服务算法推荐管理规定》

- 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履行备案手续并公示编号。
- 应当以显著方式告知用户其提供算法推荐服务的情况，并提供关闭个性化推荐的选项。
- 不得利用算法实施影响网络舆论、规避监管或损害用户合法权益的行为。

十一（补）、90 天合规落地路线图

结合本期风险研判，给出分三阶段、可落地的合规加固路线，作为内部排期基线。

阶段	时间窗	重点任务	交付物/里程碑
第一阶段：应急加固	第 1 - 30 天	资质—品类映射校验上线；生鲜高频风险项入库快检；划线价真实成交依据核查；隐私政策—行为一致性自查	资质到期预警机制；快检硬门槛；价格展示合规清单；个保自查报告
第二阶段：体系搭建	第 31 - 60 天	数据分类分级与重要数据识别；算法清单备案/登记；AI 生成素材标识与审核节点；客服转人工与回复责任机制	年度风险评估排期；算法备案编号公示；AI 内容标识规范；客服责任归属制度
第三阶段：长效治理	第 61 - 90 天	第三方 SDK 清单季度复核；个性化推荐/广告关闭入口与日志；行业水位差距闭环；关联延伸风险叠加监控	SDK 治理台账；关闭入口操作日志；差距分析闭环；跨部门合规治理例会机制

十二（补）、合规差距自评估矩阵

下表将六大领域关键控制点转化为可排期的内部自查表。状态采用“建议口径”（建议启动 / 待建 / 待核查 / 进行中 / 部分存在），便于后续据实更新；责任归属与目标时间窗供跨部门对齐，建议每月滚动复核一次，并将完成进度回填本表。

领域	关键控制点	当前状态（建议口径）	责任归属建议	目标时间窗
数据合规	数据分类分级与年度风险评估	建议启动	数据安全团队	第 1 月
数据合规	第三方 SDK 清单与共享目的映射	建议启动	客户端/安全	第 2 月
数据合规	个性化推荐/广告关闭入口与日志	部分存在	产品/客户端	第 2 月
数据合规	隐私政策—实际行为一致性核查	待核查	法务/合规	第 1 月
个人信息	客服投诉纳入个保闭环（SLA+台账）	待建	客服/合规	第 3 月
个人信息	用户画像告知与撤回同意可达性	部分存在	产品/合规	第 2 月
AI合规	AI 功能清单与备案/登记路径梳理	建议梳理	算法/法务	第 1 月
AI合规	对外营销素材 AI 标识+复核节点	待建	营销/合规	第 2 月
AI合规	智能客服转人工入口与责任归属	待对标	客服/产品	第 3 月
算法合规	调度/推荐算法备案与编号公示	建议梳理	算法/法务	第 1 月
算法合规	个性化推荐关闭权与算法透明度说明	部分存在	产品/合规	第 2 月
算法合规	算法公平性/反垄断自查（差别待遇）	待建	法务/算法	第 3 月
平台合规	经营资质—上架品类逐项映射校验	建议启动	运营/合规	第 1 月
平台合规	资质到期自动预警与下架	待建	运营/技术	第 2 月
平台合规	营销文案反垄断审查/绝对化用语清理	进行中	营销/法务	第 2 月
产品合规（食品安全）	入库快检覆盖农兽药与添加剂残留	建议强化	品控/采购	第 1 月
产品合规（食品安全）	批次检验/快检合格硬门槛与一键召回	待建	品控/技术	第 2 月
产品合规（食品安全）	一品一码溯源与批次对应	部分存在	供应链/技术	第 3 月
价格合规	划线价/原价真实成交举证留档	待核查	运营/合规	第 1 月
价格合规	免密支付/自动续期显著告知可取消	待核查	产品/法务	第 2 月

十三（补）、案例深度解读

本板块对本期重点案例作延伸 析，提 对朴朴超市可直接复用的控制启示。

■ 兴国县美团外卖区域运营方处罚案

本案核心启示是平台责任的“穿透性”：区域运营主体、合作仓、授权服务商均不能成为免责挡箭牌。对朴朴而言，须将区域服务商与合作仓纳入资质实质审查与动态管控，并以合同与日常管理实现责任穿透；单纯以“非直营”抗辩，在现行执法口径下不成立。

■ 云县超市农残超标案

“有资质、有单据”不足以免责，仍须取得批次检验合格证明或自建快检——这是生鲜电商食安合规的底线。朴朴应将二氧化硫残留与农兽药残留纳入入库快检必检项，并建立“批次合格或快检合格”硬门槛；线上批次与线下实物须可一键对应，否则抽检不合格将直接牵连平台整体而非单店。

■ 太白县虚构划线价案

无真实成交支撑的被比较价格即构成价格欺诈，不因包装为“参考价”“指导价”而改变定性。朴朴 App 内所有划线价、原价、历史低价、团购折扣均须有可举证的真实成交记录；建议建立“展示—成交”可举证链路，并将价格展示变更纳入审批留痕。

■ 烟台虚假宣传（梨干硫磺超标）案

食用农产品宣称“无硫”却检出二氧化硫，构成对商品质量的虚假宣传，与食安、广告法双重关联。朴朴商品标题、详情页的“无添加”“零添加”“有机”等定性表述须有检测或认证支撑，不得为流量在文案中作无法举证的质量承诺。

■ 上海金融 App 专项整治（未妥善处理投诉）

监管将“未妥善处理用户投诉”纳入违规判定，意味着投诉处置时效与闭环已成为个保合规的组成部分。朴朴应将客服投诉纳入个保闭环，设处置 SLA 与台账，避免“投诉无响应”成为独立的违规事实。

■ 工信部第 58 批通报（26 款 App）

通报高频点名为“违规收集个人信息”“超范围收集”“强制频繁索权”，SDK 是主要通道之一。朴朴应建立第三方 SDK 清单—共享目的—数据类型映射，季度复核一致性，并对高风险 SDK 设替换或下架预案。

■ 公安部 42 款 App 违法违规收集通报

公安侧通报侧重生物识别、精准位置、通讯录等敏感信息的违规收集，与《个人信息保护法》敏感信息单独同意直接对应。朴朴对行踪轨迹、收货地址等敏感信息须取得单独同意并加密存储，最小必要地限定使用场景。

■ GB 2763-2026 实际用于抽检判定

新国标已不是“纸面标准”，而是直接作为农残超标判定的依据，不合格集中于噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠、联苯菊酯等。朴朴供应商准入标准与承诺函应引用最新国标，并对高频风险单品设专项监测。

■ 欧盟 DSA 对 AliExpress 算法改造要求

境外监管将个性化推荐关闭权与算法透明度确立为平台义务，对出海业务形成同源约束。朴朴若开展跨境或接入境外生态，应以“个性化推荐关闭权+算法说明”为基线，降低跨境责任传导风险。

■ 四川简阳侵犯公民个人信息罪判例

倒卖 9.4 万条业主信息被判有期徒刑 4 年 6 个月并处罚金 30 万元，刑事责任远高于行政罚款。平台内部权限管控与防内鬼机制不可或缺，数据访问须留审计、按岗授权、异常导出即预警。

十四（补）、监管关键节点与合规日历

下表将关键监管节点与内部排期对齐，供跨部门排期基线参考。

时间窗	监管/内部节点	朴朴应对动作
即日起	《网络数据安全风险评估办法》已施行（8/20）	排定重要数据年度评估与五类专项评估触发机制
9 月 内	双节（中秋、国庆）前价格与食安集中整治窗口	完成划线价真实成交核查与生鲜快检强化专项自查
第 1 月	资质—品类映射校验与资质到期预警上线	经营资质—上架品类强绑定，到期自动暂停上架
第 1 月	数据分类分级与隐私政策—行为一致性自查	输出个保自查报告与整改清单
第 2 月	生鲜高频风险项入库快检硬门槛落地	二氧化硫/农兽药残留必检，不合格阻断上架
第 2 月	AI 功能清单与备案/登记路径梳理完成	对外 AI 素材标识+复核节点上线
第 2 月	算法备案编号公示与关闭权可达性核验	调度/推荐算法备案信息与实际一致
第 3 月	客服投诉纳入个保闭环（SLA+台账）	投诉处置时效与闭环纳入合规考核
第 3 月	智能客服转人工入口与回复责任机制	AI 承诺性话术纳入既有审核库
第 3 月	一品一码溯源与批次对应建成	支持按批次一键下架召回
第 61-90 天	第三方 SDK 清单季度复核机制固化	形成 SDK 治理台账与关闭入口日志
常态化	行业水位差距滚动复核（建议月度）	将差距自评矩阵进度回填并上报

十五（补）、合规治理与组织职责建议

本板块供内部搭建合规治理框架参照，可按实际组织情况 。

总体原则：以“业务嵌入、证据闭环、责任穿透”为合规治理主线。合规不应是事后审查，而应前置于产品设计、供应商准入与营销上线环节；每一项控制点都须可举证、可复核、可追溯。

组织职责建议：设合规牵头部门统筹六大领域，数据/个人信息由数据安全团队主责、法务协同；AI 与算法由算法团队主责、法务审定；平台与价格由运营主责、法务反垄断审查；产品（食安）由品控主责、采购与供应链配合；各业务负责人对本领域首责。

机制建议：建立“月度差距自评估矩阵复核+季度第三方 SDK 与隐私政策一致性复核+年度重要数据风险评估”的三层节奏；重大监管动态（如本办法施行、专项行动通报）24 小时内进入评估，72 小时内形成控制点更新建议。

证据与考核：将“资质动态预警覆盖率、快检硬门槛拦截率、个性化关闭入口可用率、投诉闭环率、价格展示合规率”纳入业务与合规双向考核，避免合规目标与业务 KPI 脱节；所有控制点留存操作日志与审批记录以备举证。

九、关联延伸

本板块将分 的合规议题跨领域联动，识别风险叠加点与治理复用机会。

1. 数据合规 × 算法合规：算法备案信息须与实际数据处理行为一致；个性化推荐关闭权既是算法合规也是个保合规的交叉点，应统一治理而非分头应对。
2. 价格合规 × 平台反垄断：“全网最低价”“低于成本销售”等促销话术同时触发价格法与反垄断审查；补贴策略须做竞争法边界评估，避免规模化低于成本销售。
3. 产品合规 × 平台合规：即时零售线上店铺被直接标注为抽样单位，意味着平台对入驻商户商品承担同等追溯责任，资质审查与食安快检须打通数据链路。
4. AI合规 × 客服责任：智能客服国标明确经营者对 AI 回复负责，AI 生成营销素材须标识+审核，AI 与人工的责任边界须在制度与系统中同时落位。
5. 境内 × 境外外溢：欧盟 DSA/DMA 将 ChatGPT 列为超大型搜索引擎、强化平台责任，国内出海业务需评估责任传导，同步提升算法透明度与个性化推荐关闭权。
6. 食安 × 数据：批次快检与一品一码溯源本质是数据治理问题——能否在抽检通报后数分钟内定位同批次商品并下架，取决于商品主数据是否打通采购、仓储、前端展示。
7. 资质 × 算法：商户资质动态预警若与调度算法联动，可在资质失效时自动暂停该商户订单分发，将“实质审查”从人工巡检升级为系统硬约束。
8. 个保 × 营销：会员营销的个性化推荐/广告既是增长工具也是个保高风险点；建议将“关闭个性化”作为营销漏斗的可选项而非事后补救，降低通报概率。

五、下周前瞻

1. 《网络数据安全风险评估办法》进入常态化执行：建议本周内完成数据分类分级初稿，识别“重要数据”并排定首年评估计划，避免触发五类专项评估情形时无响应机制。
2. 中秋、国庆双节临近，价格促销监管将集中发力：提前完成划线价与真实成交记录核对、促销规则公示、绝对化用语清理，以及“全网最低价”类条款的反垄断合规复核。
3. 关注《大型个人信息处理者个人信息保护规定》正式出台节奏与“守门人”义务口径，同步推进国家网络身份认证公共服务的对接可行性评估。
4. 将上海金融 App 专项整治七大类问题清单横向迁移至零售场景，开展一轮隐私政策—实际行为一致性自查与第三方 SDK 清理。
5. 持续跟踪欧盟 DSA / DMA 外溢效应与国内算法治理衔接，评估个性化推荐关闭权、算法透明度要求对境内 App 的适用边界。

深度情景展望：

- 1. 情景一（基准）：双节前监管集中整治价格与食安，平台完成划线价自查与食安快检强化即可平稳过渡；建议 9 月内完成一轮全量专项自查。
- 2. 情景二（收紧）：若通报案例中再现平台型主体责任，可能触发针对即时零售的专项检查，资质实质审查与动态管控将成为必查项，应提前建成映射与预警。
- 3. 情景三（立法）：《大型个人信息处理者个人信息保护规定》若出台“守门人”义务，平台数据合规将从“达标”升级为“主动治理”，建议预研对接国家网络身份认证公共服务。
- 4. 情景四（出海）：欧盟 DSA/DMA 外溢叠加国内算法治理，跨境与境内业务宜共用一套算法透明度与个性化推荐关闭权框架，降低合规重复成本。

— 本报告为深度分析版，内容基于公开网络信息检索与行业研究整理，仅供参考，不构成法律意见 —