

国家市场监督管理总局公报

GUO JIA SHI CHANG JIAN DU GUAN LI ZONG JU GONG BAO

2025 年第 12 期（总第 76 期）

主管：国家市场监督管理总局
编印单位：国家市场监督管理总局
办公厅
编辑出版：《国家市场监督管理总局公报》编辑部（《中国质量监
管》杂志社）

通讯地址：北京市朝阳区育慧南路 3 号
邮编：100029
联系电话：010-84650251
84616659
传真：010-84636699-2085
邮箱：zgztjgzz@163.com

国际统一刊号：ISSN 1009 — 945X

国内统一刊号：CN10 — 1862/D

目 录

国家市场监督管理总局关于修改《婴幼儿配方乳粉 产品配方注册管理办法》的决定 （国家市场监督管理总局令第 109 号）	3
网络销售重点工业产品质量安全监督管理规定 （国家市场监督管理总局令第 110 号）	10
国家市场监督管理总局关于修改《禁止垄断协议规定》 的决定 （国家市场监督管理总局令第 111 号）	14
组织机构代码统一社会信用代码管理办法 （国家市场监督管理总局令第 112 号）	21
食品委托生产监督管理办法 （国家市场监督管理总局令第 113 号）	23
食品销售连锁企业落实食品安全主体责任监督管理规定 （国家市场监督管理总局令第 114 号）	27
制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定 （国家市场监督管理总局令第 115 号）	31
网络交易平台规则监督管理办法 （国家市场监督管理总局令第 116 号）	35
直播电商监督管理办法 （国家市场监督管理总局令第 117 号）	40

市场监督管理行政处罚案件违法所得认定办法	
（国家市场监督管理总局令第 118 号）	49
纤维制品质量监督管理办法	
（国家市场监督管理总局令第 119 号）	50
直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定	
（国家市场监督管理总局令第 120 号）	54
市场监督管理投诉举报处理办法	
（国家市场监督管理总局令第 121 号）	58
市场监管总局关于公布工业产品生产许可证实施细则通则及 24 种产品生产	
许可证实施细则的公告	62
市场监管总局关于发布 JJG688—2025《汽车排放气体测试仪检定规程》国	
家计量技术规范第 1 号修改单的公告	63
国家市场监督管理总局 国家互联网信息办公室关于变更个人信息出境认	
证依据标准的公告	64

国家市场监督管理总局令

第 109 号

《国家市场监督管理总局关于修改〈婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法〉的决定》已经 2025 年 11 月 24 日市场监管总局第 26 次局务会议通过，现予公布，自公布之日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 1 日

国家市场监督管理总局关于修改《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》的决定

根据十四届全国人大常委会第十七次会议通过的《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国食品安全法〉的决定》，国家市场监督管理总局决定对《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》作如下修改：

增加一条，作为第五十二条：“婴幼儿配方

液态乳产品配方的注册管理按照本办法关于婴幼儿配方乳粉产品配方的规定执行。”

本决定自公布之日起施行。

《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》根据本决定作相应修改并对条文顺序作相应调整，重新公布。

婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法

（2023 年 6 月 26 日国家市场监督管理总局令第 80 号公布
根据 2025 年 12 月 1 日国家市场监督管理总局令第 109 号修正）

第一章 总 则

第一条 为了严格婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理，保证婴幼儿配方乳粉质量安全，根据《中华人民共和国行政许可法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》

等法律法规，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内生产销售和进口的婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理，适用本办法。

第三条 婴幼儿配方乳粉产品配方注册，是指国家市场监督管理总局依据本办法规定的程序和要

求，对申请注册的婴幼儿配方乳粉产品配方进行审评，并决定是否准予注册的活动。

第四条 婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理，应当遵循科学、严格、公开、公平、公正的原则。

第五条 国家市场监督管理总局负责婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理工作。

国家市场监督管理总局食品审评机构（食品审评中心，以下简称审评机构）负责婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请的受理、技术审评、现场核查、制证送达等工作，并根据需要组织专家进行论证。

省、自治区、直辖市市场监督管理部门应当配合婴幼儿配方乳粉产品配方注册的现场核查等工作。

第六条 婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请人（以下简称申请人）应当对提交材料的真实性、完整性、合法性负责，并承担法律责任。

申请人应当配合市场监督管理部门开展与注册相关的现场核查、抽样检验等工作，提供必要工作条件。

第七条 鼓励婴幼儿配方乳粉产品配方研发和创新，结合母乳研究成果优化配方，提升婴幼儿配方乳粉品质。

第二章 申请与注册

第八条 申请人应当为拟在中华人民共和国境内生产并销售婴幼儿配方乳粉的生产企业或者拟向中华人民共和国出口婴幼儿配方乳粉的境外生产企业。

申请人应当具备与所生产婴幼儿配方乳粉相适应的研发能力、生产能力、检验能力，符合粉状婴幼儿配方食品良好生产规范要求，实施危害分析与关键控制点体系，对出厂产品按照有关法律法规和婴幼儿配方乳粉食品安全国家标准规定的项目实施逐批检验。企业集团设有独立研发机构的，控股子公司作为申请人可以共享集团部分研发能力。

申请人使用已经符合婴幼儿配方食品安全国

家标准营养成分要求的复合配料作为原料申请配方注册的，不予注册。

第九条 申请注册产品配方应当符合有关法律法规和食品安全国家标准的要求，并提供产品配方科学性、安全性的研发与论证报告和充足依据。

申请婴幼儿配方乳粉产品配方注册，应当向国家市场监督管理总局提交下列材料：

- （一）婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请书；
- （二）申请人主体资质文件；
- （三）原辅料的质量安全标准；
- （四）产品配方；
- （五）产品配方研发与论证报告；
- （六）生产工艺说明；
- （七）产品检验报告；
- （八）研发能力、生产能力、检验能力的材料；
- （九）其他表明配方科学性、安全性的材料。

申请人应当按照国家有关规定对申请材料中的商业秘密、未披露信息或者保密商务信息进行标注并注明依据。

第十条 同一企业申请注册两个以上同年龄段产品配方时，产品配方之间应当有明显差异，并经科学证实。每个企业原则上不得超过三个配方系列九种产品配方，每个配方系列包括婴儿配方乳粉（0—6月龄，1段）、较大婴儿配方乳粉（6—12月龄，2段）、幼儿配方乳粉（12—36月龄，3段）。

第十一条 已经取得婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书及生产许可的企业集团母公司或者其控股子公司可以使用同一企业集团内其他控股子公司或者企业集团母公司已经注册的婴幼儿配方乳粉产品配方。组织生产前，企业集团母公司应当充分评估配方调用的可行性，确保产品质量安全，并向国家市场监督管理总局提交书面报告。

第十二条 对申请人提出的婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请，应当根据下列情况分别作出处理：

- （一）申请事项依法不需要进行注册的，应

当即告知申请人不予受理；

（二）申请事项依法不属于国家市场监督管理总局职权范围的，应当即时作出不予受理的决定，并告知申请人向有关行政机关申请；

（三）申请材料存在可以当场更正的错误的，应当允许申请人当场更正；

（四）申请材料不齐全或者不符合法定形式的，应当当场或者在五个工作日内一次告知申请人需要补正的全部内容；逾期不告知的，自收到申请材料之日起即为受理；

（五）申请事项属于国家市场监督管理总局职权范围，申请材料齐全、符合法定形式，或者申请人按照要求提交全部补正申请材料的，应当受理注册申请。

受理或者不予受理注册申请，应当出具加盖国家市场监督管理总局行政许可专用章和注明日期的凭证。

第十三条 审评机构应当对申请配方的科学性和安全性以及产品配方声称与产品配方注册内容的一致性进行审查，自受理之日起六十个工作日内完成审评工作。

特殊情况下需要延长审评时限的，经审评机构负责人同意，可以延长二十个工作日，延长决定应当书面告知申请人。

第十四条 审评过程中认为需要申请人补正材料的，审评机构应当一次告知需要补正的全部内容。申请人应当在三个月内按照补正通知的要求一次补正材料。补正材料的时间不计算在审评时限内。

第十五条 审评机构根据实际需要组织开展现场核查和抽样检验，必要时对原料生产企业等开展延伸核查。

现场核查应当对申请人研发能力、生产能力、检验能力以及申请材料与实际情况的一致性等进行核实，并抽取动态生产的样品进行检验。抽样检验的动态生产样品品种基于风险确定。

第十六条 有下列情形之一的，应当开展现场核查：

（一）申请人首次申请注册的三个配方系列九种产品配方；

（二）产品配方组成发生重大变化的；

（三）生产工艺类型发生变化且申请人已注册尚在有效期内的配方无此工艺类型的；

（四）生产地址发生实际变化的；

（五）技术审评过程中发现需经现场核查核实问题的；

（六）既往注册申请存在隐瞒真实情况、提供虚假材料的；

（七）其他需要开展现场核查的情形。

婴幼儿配方食品安全国家标准发生重大变化，申请人申请产品配方注册或者变更的，审评机构应当开展现场核查。但是，申请人同一系列三个产品配方在标准变化后均已取得行政许可的，相同生产工艺类型的其他系列产品配方可以不再开展现场核查。

第十七条 需要开展现场核查的，审评机构应当通过书面或者电子等方式告知申请人核查事项，申请人三十个工作日内反馈接受现场核查的日期。因不可抗力等原因无法在规定时间内反馈的，申请人应当书面提出延期申请并说明理由。审评机构自申请人确认的现场核查日期起二十个工作日内完成现场核查。

审评机构通知申请人所在地省级市场监督管理部门参与现场核查的，省级市场监督管理部门应当派员参与。

第十八条 审评机构应当委托具有法定资质的食品检验机构开展检验。

检验机构应当自收到样品之日起二十个工作日内按照食品安全国家标准和申请人提交的测定方法完成检验工作，并向审评机构出具样品检验报告。

第十九条 审评机构应当根据申请人提交的申请材料、现场核查报告、样品检验报告开展审评，并作出审评结论。在技术审评、现场核查、产品检验等过程中，可以就重大、复杂问题听取食品安全、食品加工、营养和临床医学等领域专家的意见。

第二十条 申请人的申请符合法定条件、标准，产品配方科学、安全，现场核查报告结论、检验报告结论为符合注册要求的，审评机构应当作出建议准予注册的审评结论。

第二十一条 有下列情形之一的，审评机构应当作出拟不予注册的审评结论：

- （一）申请材料弄虚作假，不真实的；
- （二）产品配方科学性、安全性依据不充足的；
- （三）申请人不具备与所申请注册的产品配方相适应的研发能力、生产能力或者检验能力的；
- （四）申请人未在规定时限内提交补正材料，或者提交的补正材料不符合要求的；
- （五）申请人逾期不能确认现场核查日期，拒绝或者不配合现场核查、抽样检验的；
- （六）现场核查报告结论或者检验报告结论为不符合注册要求的；
- （七）同一企业申请注册的产品配方与其同年龄段已申请产品配方之间没有明显差异的；
- （八）其他不符合法律、法规、规章、食品安全国家标准等注册要求的情形。

审评机构作出不予注册审评结论的，应当向申请人发出拟不予注册通知并说明理由。申请人对审评结论有异议的，应当自收到通知之日起二十个工作日内向审评机构提出书面复审申请并说明复审理由。复审的内容仅限于原申请事项及申请材料。

审评机构应当自受理复审申请之日起三十个工作日内作出复审决定，并通知申请人。

第二十二条 国家市场监督管理总局在审评结束后，依法作出是否批准的决定。对准予注册的，颁发婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书。对不予注册的，发给不予注册决定书，说明理由，并告知申请人享有依法申请行政复议或者提起行政诉讼的权利。

第二十三条 国家市场监督管理总局自受理之日起二十个工作日内作出决定。

审评机构应当自国家市场监督管理总局作出决定之日起十个工作日内向申请人送达婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书或者不予注册决定书。

第二十四条 现场核查、抽样检验、复审所需时间不计算在审评时限内。

对境外生产企业现场核查、抽样检验的工作时限，根据实际情况确定。

第二十五条 婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书及附件应当载明下列事项：

- （一）产品名称；
- （二）企业名称、生产地址；
- （三）注册号、批准日期及有效期；
- （四）生产工艺类型；
- （五）产品配方。

婴幼儿配方乳粉产品配方注册号格式为：国食注字 YP + 四位年代号 + 四位顺序号，其中 YP 代表婴幼儿配方乳粉产品配方。

婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书有效期五年，电子证书与纸质证书具有同等法律效力。

第二十六条 婴幼儿配方乳粉产品配方注册有效期内，婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书遗失或者损毁的，申请人应当向国家市场监督管理总局提出补发申请并说明理由。因遗失申请补发的，应当提交遗失声明；因损毁申请补发的，应当交回婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书原件。

国家市场监督管理总局自受理之日起十个工作日内予以补发。补发的婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书应当标注原批准日期，并注明“补发”字样。

第二十七条 婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书有效期内，申请人需要变更注册证书或者附件载明事项的，应当向国家市场监督管理总局提出变更注册申请，并提交下列材料：

- （一）婴幼儿配方乳粉产品配方变更注册申请书；
- （二）产品配方变更论证报告；
- （三）与变更事项有关的其他材料。

第二十八条 申请人申请产品配方变更等可能影响产品配方科学性、安全性的，审评机构应当按照本办法第十三条的规定组织开展审评，并作出审评结论。

申请人申请企业名称变更、生产地址名称变更、产品名称变更等不影响产品配方科学性、安全性的，审评机构应当进行核实并自受理之日起十个工作日内作出审评结论。申请人企业名称变更的，应当以变更后的名称申请。

国家市场监督管理总局自审评结论作出之日起十个工作日内作出准予变更或者不予变更的决定。对符合条件的，依法办理变更手续，注册证书发证日期以变更批准日期为准，原注册号不变，证书有效期不变；不予变更注册的，发给不予变更注册决定书，说明理由，并告知申请人享有依法申请行政复议或者提起行政诉讼的权利。

第二十九条 产品配方原料（含食品添加剂）品种不变、配料表顺序不变、营养成分表不变，使用量在一定范围内合理波动或者调整的，不需要申请变更。

产品配方原料（含食品添加剂）品种和营养成分表同时调整，实质上已经构成新的产品配方的，应当重新申请产品配方注册。

第三十条 婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书有效期届满需要延续的，申请人应当在注册证书有效期届满六个月前向国家市场监督管理总局提出延续注册申请，并提交下列材料：

- （一）婴幼儿配方乳粉产品配方延续注册申请书；
- （二）申请人主体资质文件；
- （三）企业研发能力、生产能力、检验能力情况；
- （四）企业生产质量管理体系自查报告；
- （五）产品营养、安全方面的跟踪评价情况；
- （六）生产企业所在地省、自治区、直辖市市场监督管理部门延续注册意见书。

审评机构应当按照本办法第十三条的规定对延续注册申请组织开展审评，并作出审评结论。

国家市场监督管理总局自受理申请之日起二十个工作日内作出准予延续注册或者不予延续注册的决定。准予延续注册的，向申请人换发注册证书，原注册号不变，证书有效期自批准之日起重新

计算；不予延续注册的，发给不予延续注册决定书，说明理由，并告知申请人享有依法申请行政复议或者提起行政诉讼的权利。逾期未作决定的，视为准予延续。

第三十一条 有下列情形之一的，不予延续注册：

- （一）未在规定时限内提出延续注册申请的；
- （二）申请人在产品配方注册后五年内未按照注册配方组织生产的；
- （三）企业未能保持注册时研发能力、生产能力、检验能力的；
- （四）其他不符合有关规定的情形。

第三十二条 婴幼儿配方乳粉产品配方变更注册与延续注册的程序未作规定的，适用本办法有关婴幼儿配方乳粉产品配方注册的相关规定。

第三章 标签与说明书

第三十三条 婴幼儿配方乳粉标签、说明书应当符合法律、法规、规章和食品安全国家标准，并按照国家市场监督管理总局的规定进行标识。

申请人申请婴幼儿配方乳粉产品配方注册，应当提交标签样稿及声称的说明材料；同时提交说明书的，说明书应当与标签内容一致。

标签、说明书涉及婴幼儿配方乳粉产品配方的，应当与产品配方注册内容一致，并标注注册号。

第三十四条 产品名称中有动物性来源字样的，其生乳、乳粉、乳清粉等乳蛋白来源应当全部来自该物种。

配料表应当将食用植物油具体的品种名称按照加入量的递减顺序标注。

营养成分表应当按照婴幼儿配方乳粉食品安全国家标准规定的营养素顺序列出，并按照能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素、矿物质、可选择成分等类别分类列出。

第三十五条 声称生乳、原料乳粉等原料来源的，应当如实标明来源国或者具体来源地。

第三十六条 标签应当注明婴幼儿配方乳粉适

用月龄，可以同时使用“1段”“2段”“3段”的方式标注。

第三十七条 标签不得含有下列内容：

- （一）涉及疾病预防、治疗功能；
- （二）明示或者暗示具有增强免疫力、调节肠道菌群等保健作用；
- （三）明示或者暗示具有益智、增加抵抗力、保护肠道等功能性表述；
- （四）对于按照法律法规和食品安全国家标准等不应当在产品配方中含有或者使用的物质，以“不添加”“不含有”“零添加”等字样强调未使用或者不含有；
- （五）虚假、夸大、违反科学原则或者绝对化的内容；
- （六）使用“进口奶源”“源自国外牧场”“生态牧场”“进口原料”“原生态奶源”“无污染奶源”等模糊信息；
- （七）与产品配方注册内容不一致的声称；
- （八）使用婴儿和妇女的形象，“人乳化”“母乳化”或者近似术语表述；
- （九）其他不符合法律、法规、规章和食品安全国家标准规定的内容。

第四章 监督管理

第三十八条 承担技术审评、现场核查、抽样检验的机构和人员应当对出具的审评结论、现场核查报告、产品检验报告等负责；参加论证的专家出具专家意见，应当恪守职业道德。

技术审评、现场核查、抽样检验、专家论证应当依照法律、法规、规章、食品安全国家标准、技术规范等开展，保证相关工作科学、客观和公正。

第三十九条 市场监督管理部门接到有关单位或者个人举报的婴幼儿配方乳粉产品配方注册工作中的违法违规行为，应当及时核实处理。

第四十条 国家市场监督管理总局自批准之日起二十个工作日内公布婴幼儿配方乳粉产品配方注册信息。

第四十一条 未经申请人同意，参与婴幼儿配方乳粉产品配方注册工作的机构和人员不得披露申请人提交的商业秘密、未披露信息或者保密商务信息，法律另有规定或者涉及国家安全、重大社会公共利益的除外。

第四十二条 婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请受理后，申请人提出撤回婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请的，应当提交书面申请并说明理由。同意撤回申请的，国家市场监督管理总局终止其注册程序。

技术审评、现场核查和抽样检验过程中发现涉嫌存在隐瞒真实情况或者提供虚假信息等违法行为的，应当依法处理，申请人不得撤回注册申请。

第四十三条 有下列情形之一的，国家市场监督管理总局根据利害关系人的请求或者依据职权，可以撤销婴幼儿配方乳粉产品配方注册：

- （一）工作人员滥用职权、玩忽职守作出准予注册决定的；
- （二）超越法定职权作出准予注册决定的；
- （三）违反法定程序作出准予注册决定的；
- （四）对不具备申请资格或者不符合法定条件的申请人准予注册的；
- （五）依法可以撤销注册的其他情形。

第四十四条 有下列情形之一的，由国家市场监督管理总局注销婴幼儿配方乳粉产品配方注册：

- （一）企业申请注销的；
- （二）企业依法终止的；
- （三）注册证书有效期届满未延续的；
- （四）注册证书依法被撤销、撤回或者依法被吊销的；
- （五）法律、法规规定应当注销的其他情形。

第五章 法律责任

第四十五条 食品安全法等法律法规对婴幼儿配方乳粉产品配方注册违法行为已有规定的，从其规定。

第四十六条 申请人隐瞒有关情况或者提供虚

假材料申请婴幼儿配方乳粉产品配方注册的，国家市场监督管理总局不予受理或者不予注册，对申请人给予警告；申请人在一年内不得再次申请婴幼儿配方乳粉产品配方注册；涉嫌犯罪的，依法移送公安机关，追究刑事责任。

申请人以欺骗、贿赂等不正当手段取得婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书的，国家市场监督管理总局依法予以撤销，被许可人三年内不得再次申请注册；处一万元以上三万元以下罚款；造成危害后果的，处三万元以上二十万元以下罚款；涉嫌犯罪的，依法移送公安机关，追究刑事责任。

第四十七条 申请人变更不影响产品配方科学性、安全性的事项，未依法申请变更的，由县级以上市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改的，处一千元以上一万元以下罚款。

申请人变更可能影响产品配方科学性、安全性的事项，未依法申请变更的，由县级以上市场监督管理部门依照食品安全法第一百二十四条的规定处罚。

第四十八条 伪造、涂改、倒卖、出租、出借、转让婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书的，由县级以上市场监督管理部门处三万元以上十万元以下罚款；造成危害后果的，处十万元以上二十万元以下罚款；涉嫌犯罪的，依法移送公安机关，追究刑事责任。

第四十九条 婴幼儿配方乳粉生产销售者违反

本办法第三十三条至第三十七条规定，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正，处一万元以上三万元以下罚款；情节严重的，处三万元以上十万元以下罚款；造成危害后果的，处十万元以上二十万元以下罚款。

第五十条 市场监督管理部门及其工作人员对不符合条件的申请人准予注册，或者超越法定职权准予注册的，依照食品安全法第一百四十四条的规定处理。

市场监督管理部门及其工作人员在注册评审过程中滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的，依照食品安全法第一百四十五条的规定处理。

第六章 附 则

第五十一条 本办法所称婴幼儿配方乳粉产品配方，是指生产婴幼儿配方乳粉使用的食品原料、食品添加剂及其使用量，以及产品中营养成分的含量。

第五十二条 婴幼儿配方液态乳产品配方的注册管理按照本办法关于婴幼儿配方乳粉产品配方的规定执行。

第五十三条 本办法自2023年10月1日起施行，2016年6月6日原国家食品药品监督管理总局令第26号公布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 110 号

《网络销售重点工业产品质量安全监督管理规定》已经2025年11月7日市场监管总局第23次局务会议通过，现予公布，自2026年12月1日起施行。

局 长 罗 文

2025年12月8日

网络销售重点工业产品质量安全 监督管理规定

第一章 总 则

第一条 为了加强对网络销售重点工业产品质量的监督管理，保障产品质量安全，保护消费者合法权益，根据《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国电子商务法》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，通过互联网等信息网络销售重点工业产品和为网络销售重点工业产品提供服务的经营活动及其监督管理，适用本规定。

第三条 本规定所称网络销售重点工业产品，包括实施工业产品生产许可、强制性产品认证的工业产品，以及涉及人身健康和生命财产安全且有强制性国家标准要求的工业产品。食品、药品、化妆品、医疗器械、特种设备等法律法规另有规定的产品除外。国家市场监督管理总局对网络销售重点工业产品实行清单管理，制定、调整并公布《网络销售重点工业产品清单》。

第四条 网络销售重点工业产品质量安全监督管理工作坚持严守底线、风险预防、问题导向、协同治理的原则。

第五条 国家市场监督管理总局负责组织、指导全国网络销售重点工业产品质量安全监督管理工作。

县级以上地方市场监督管理部门负责本行政区域内的网络销售重点工业产品质量安全监督管理工作。

第六条 电子商务经营者销售重点工业产品时，应当建立健全内部产品质量管理制度，保障产品符合人身健康和生命财产安全要求，履行消费者权益保护等义务，依法承担销售者的产品质量安全责任。

电子商务平台经营者对销售重点工业产品的

平台内经营者的资质资格未尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，依法承担相应的责任。

第二章 平台内经营者义务

第七条 平台内经营者应当建立并执行进货查验和进销记录制度，查验产品合格证明以及本规定第八条第一款第二项、第三项要求的工业产品生产许可证、强制性产品认证证书、产品检验报告，如实记录供货者名称、地址、联系方式，产品名称、型号、数量、购进和销售日期、实际发货地址等信息。相关凭证保存期限不少于三年。

第八条 平台内经营者应当在销售页面真实、准确、清晰地展示重点工业产品下列信息：

（一）产品名称、生产者名称和地址、产品型号或者规格、产品执行的标准编号、必要的警示说明；

（二）销售实施工业产品生产许可、强制性产品认证管理的重点工业产品的，应当展示产品的生产许可证编号、强制性产品认证证书编号或者上述证书的链接标识；

（三）销售不实施工业产品生产许可、强制性产品认证管理，但涉及人身健康和生命财产安全且有强制性国家标准要求的重点工业产品的，应当展示产品检验报告或者检验报告的链接标识，检验报告应当至少包括产品信息、检验依据、检验结果等内容。

平台内经营者向消费者提供的重点工业产品质量、性能、功能等信息应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的商业宣传。

第九条 平台内经营者在收到或者获知重点工业产品缺陷召回信息后，应当立即停止销售，在其从事经营活动的主页面显著位置公布生产者发布的

召回信息，并协助生产者实施缺陷产品召回。

第三章 电子商务平台经营者义务

第十条 电子商务平台经营者应当为平台内经营者依法履行本规定第八条要求的重点工业产品信息披露义务提供技术支持。

电子商务平台经营者应当根据市场监督管理部门公布的工业产品生产许可信息或者强制性产品认证管理信息，对平台内经营者销售的实施工业产品生产许可、强制性产品认证管理的重点工业产品的证书编号、产品类型等相关信息进行核验，核验结果不一致的不得上架销售。

对不实施工业产品生产许可、强制性产品认证管理，但涉及人身健康和生命财产安全且有强制性国家标准要求的重点工业产品，电子商务平台经营者应当对平台内经营者是否提供产品检验报告或者检验报告的链接标识进行核验，不能提供的不得上架销售。

第十一条 电子商务平台经营者应当建立产品信息核验质量管理体系，通过平台服务协议和交易规则明确平台内经营者销售的重点工业产品应当具备商品条码等编码，并依托编码等技术手段进行产品审核和溯源管理。

第十二条 电子商务平台经营者应当建立监管信息自查机制，根据省级以上市场监督管理部门发布的重点工业产品监督抽查、风险监测、缺陷召回等质量安全信息，及时开展针对性的产品质量安全风险自查，并采取措施消除风险隐患。

第十三条 电子商务平台经营者应当建立日常核查制度，对平台内重点工业产品销售行为进行核查。重点核查以下内容：

（一）平台内经营者展示的产品名称、生产者名称和地址、产品型号或者规格、产品执行的标准编号、必要的警示说明信息是否全面；

（二）平台内经营者展示的工业产品生产许可或者强制性产品认证证书是否有效，与其页面展示的重点工业产品相关信息是否一致；

（三）平台内经营者展示的产品检验报告或者检验报告的链接标识，与其页面展示的重点工业产品相关信息是否一致。

第十四条 电子商务平台经营者应当采取技术措施或者其他必要措施，定期对平台内销售的重点工业产品进行质量安全监测。电子商务平台经营者应当根据保障质量安全的需要采取实物抽样检验等方式，排查重点工业产品质量安全风险隐患。

第十五条 电子商务平台经营者发现平台内经营者销售的重点工业产品存在质量安全问题的，应当依法采取删除、屏蔽、断开链接等必要处置措施。

电子商务平台经营者作出必要处置措施后，应当在五个工作日内向平台住所地县级以上市场监督管理部门报告，提供平台内经营者身份信息、网店名称、商品信息、质量违法行为描述、保存的有关记录、采取的处置措施等相关信息。

第十六条 电子商务平台经营者在收到或者获知重点工业产品缺陷召回信息后，应当及时采取必要措施停止缺陷重点工业产品继续在其网络平台销售，并配合市场监督管理部门依法开展缺陷重点工业产品召回管理相关工作，提供网络销售重点工业产品相关信息。

第十七条 电子商务平台经营者应当配合市场监督管理部门开展重点工业产品监管执法工作，依法提供产品质量安全相关信息。

市场监督管理部门依法对平台内经营者开展调查，发现相关平台内经营者通过住所或者经营场所无法联系的，应当及时通报电子商务平台经营者。电子商务平台经营者应当在接到市场监督管理部门通报后五个工作日内提醒相关平台内经营者及时更新资质证照、公示信息、联系方式等。

经提醒，相关平台内经营者仍不更新的，电子商务平台经营者应当根据平台服务协议和交易规则，对其采取相应的处置措施。相关平台内经营者更新相关信息后，可以向平台申请解除处置措施。电子商务平台经营者接到申请并核验无误后，应当根据平台服务协议和交易规则及时解除

处置措施。

第十八条 电子商务平台经营者应当对平台内经营者加强销售重点工业产品合规知识宣传培训。宣传培训内容包括重点工业产品相关法律法规、平台内经营者的法律义务和法律责任、平台服务协议和交易规则、重点工业产品信息展示要求等。

第四章 监督管理

第十九条 市场监督管理部门依法对销售重点工业产品的电子商务经营者进行网络交易违法行为监测，并将监测情况作为确定对电子商务平台经营者开展产品质量监督抽查批次、频次的参考。

第二十条 市场监督管理部门对本行政区域内电子商务经营者销售的重点工业产品进行质量安全风险监控，开展产品质量安全风险信息采集、分析评估等工作，采取相应的行政指导、风险预警、督促整改等风险防控措施。

第二十一条 市场监督管理部门组织对电子商务经营者销售的重点工业产品进行监督抽查，向社会公布抽查结果，并对抽查不合格产品及其生产者、销售者依法进行处理。

第二十二条 市场监督管理部门对通过电子商务平台经营者报送、消费者投诉举报等途径发现的网络销售重点工业产品质量安全违法行为线索，应当依法核查处理。

第二十三条 电子商务经营者有以下情形之一的，市场监督管理部门可以依职责对其法定代表人、主要负责人或者有关负责人进行约谈，要求其采取措施进行处置：

- （一）未履行法定义务，产生不良后果的；
- （二）未充分保障消费者合法权益，产生不良后果的；
- （三）发生重点工业产品质量安全重大负面舆情事件的；
- （四）存在产品质量安全问题，对网络交易秩序造成负面影响的；
- （五）其他造成不良后果或者产生负面影响

的情形。

第二十四条 市场监督管理部门依法对重点工业产品电子商务经营者实施信用监管。对受到行政处罚、列入经营异常名录和市场监督管理严重违法失信名单的经营主体，依法通过国家企业信用信息公示系统予以公示。

第二十五条 平台内经营者实际经营地市场监督管理部门或者电子商务平台经营者住所地市场监督管理部门经调查发现重点工业产品存在质量安全问题的，应当将相关信息及时通报产品生产者住所地同级市场监督管理部门。

第五章 法律责任

第二十六条 平台内经营者违反本规定第七条规定，未履行重点工业产品进货查验和进销记录义务的，按照有关法律法规规定处理。

第二十七条 平台内经营者未按照本规定第八条第一款规定展示重点工业产品信息的，责令限期改正；逾期未改正的，处一万元以下罚款。

第二十八条 平台内经营者伪造或者冒用工业产品生产许可证、强制性产品认证证书的，依据《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》第五十一条、《中华人民共和国产品质量法》第五十三条的规定予以处罚。

认证机构、检验检测机构出具虚假证明或者伪造检验结果的，依据《中华人民共和国产品质量法》第五十七条的规定予以处罚。

第二十九条 平台内经营者违反本规定第八条第二款规定，对重点工业产品作虚假或者引人误解的商业宣传的，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十五条的规定予以处罚；属于发布虚假广告的，由市场监督管理部门依据《中华人民共和国广告法》第五十五条的规定予以处罚。

第三十条 平台内经营者、电子商务平台经营者违反本规定第九条、第十六条规定，未履行协助、配合缺陷重点工业产品召回义务的，由所在地省级市场监督管理部门责令限期改正；逾期未改正的，

处一万元以上三万元以下罚款。

第三十一条 电子商务平台经营者未按照本规定第十五条规定对违法情形采取必要的处置措施并向市场监督管理部门报告的，依据《中华人民共和国电子商务法》第八十条的规定予以处罚。

第三十二条 电子商务平台经营者违反本规定第十七条规定，不配合监管执法工作的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期未改正或者情节严重的，处五千元以上三万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第三十三条 电子商务平台经营者违反本规定第十条第二款、第三款或者第十三条规定，未履行重点工业产品相关信息核验、日常核查义务的，责令限期改正；逾期未改正的，处二万元以上十万元以下罚款。

第六章 附 则

第三十四条 本规定所称电子商务经营者，是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

本规定所称平台内经营者，是指通过电子

商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

本规定所称电子商务平台经营者，是指在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

第三十五条 网络社交、网络直播等网络服务提供者经营者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等电子商务平台服务的，应当依法履行电子商务平台经营者的义务。通过上述电子商务平台服务开展网络交易活动的经营者，应当依法履行平台内经营者的义务。

第三十六条 开展自营业务的电子商务平台经营者、通过自建网站或者其他网络服务等方式销售重点工业产品的电子商务经营者，其产品质量义务适用本规定关于平台内经营者义务的规定。

第三十七条 本规定中对不实施工业产品生产许可、强制性产品认证管理，但涉及人身健康和生命财产安全且有强制性国家标准要求的重点工业产品，要求具有的检验报告，是指生产者根据强制性国家标准出具的出厂检验报告或者具有法定资质的检验检测机构根据强制性国家标准出具的检验报告。

第三十八条 本规定自 2026 年 12 月 1 日起施行。

国家市场监督管理总局令

第 111 号

《国家市场监督管理总局关于修改〈禁止垄断协议规定〉的决定》已经 2025 年 12 月 1 日市场监管总局第 27 次局务会议通过，现予公布，自 2026 年 2 月 1 日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 9 日

国家市场监督管理总局关于修改 《禁止垄断协议规定》的决定

国家市场监督管理总局决定对《禁止垄断协议规定》作如下修改：

一、将第十七条修改为：“经营者主张其与交易相对人达成的反垄断法第十八条第一款第一项、第二项规定的协议适用该条第三款的，应当证明在协议期间符合下列条件：

“（一）经营者、交易相对人各自在相关市场每一年度的市场份额均低于 5%；

“（二）经营者与交易相对人达成的协议所涉及商品在每一年度的营业额均低于 1 亿元。

“经营者主张其与交易相对人达成的反垄断法第十八条第一款第三项规定的协议适用该条第三款的，应当证明该经营者、交易相对人各自在协议期间相关市场每一年度的市场份额均低于 15%。

“交易相对人为多个的，在同一相关市场的市场份额、协议所涉及商品的营业额合并计算。

“市场监管总局对特定行业、领域或者特定类型协议适用反垄断法第十八条第三款另有规定的，按照其规定。”

二、增加一条，作为第十八条：“经营者主张被调查的协议符合本规定第十七条第一款、第二款规定的，应当向反垄断执法机构提出申请，并提

供以下材料：

“（一）经营者与交易相对人达成、实施协议有关情况；

“（二）经营者与交易相对人各自的股权结构和控制权关系、在相关市场的经营状况；

“（三）经营者与交易相对人协议期间每一年度各自在相关市场的市场份额和协议所涉及商品的营业额，并提供计算依据；

“（四）其他能够证明被调查的协议符合本规定第十七条第一款、第二款规定的材料。”

三、增加一条，作为第十九条：“反垄断执法机构对经营者的申请材料进行核实，认为协议符合本规定第十七条规定，未立案的，不予立案；已立案的，终止调查。但有证据证明协议具有排除、限制竞争效果的，不适用本规定第十七条规定。

“反垄断执法机构按照前款作出不予立案或者终止调查决定，是基于经营者提供的不完整、不真实的信息，或者所依据的事实发生重大变化的，应当依法开展调查。”

本决定自 2026 年 2 月 1 日起施行。

《禁止垄断协议规定》根据本决定作相应修改并对条文顺序作相应调整，重新公布。

禁止垄断协议规定

（2023 年 3 月 10 日国家市场监督管理总局令第 65 号公布
根据 2025 年 12 月 9 日国家市场监督管理总局令第 111 号修正）

第一条 为了预防和制止垄断协议，根据《中华人民共和国反垄断法》（以下简称反垄断法），制定本规定。

第二条 国家市场监督管理总局（以下简称

市场监管总局）负责垄断协议的反垄断统一执法工作。

市场监管总局根据反垄断法第十三条第二款规定，授权各省、自治区、直辖市市场监督管理部

门（以下称省级市场监管部门）负责本行政区域内垄断协议的反垄断执法工作。

本规定所称反垄断执法机构包括市场监管总局和省级市场监管部门。

第三条 市场监管总局负责查处下列垄断协议：

（一）跨省、自治区、直辖市的；

（二）案情较为复杂或者在全国有重大影响的；

（三）市场监管总局认为有必要直接查处的。

前款所列垄断协议，市场监管总局可以指定省级市场监管部门查处。

省级市场监管部门根据授权查处垄断协议时，发现不属于本部门查处范围，或者虽属于本部门查处范围，但有必要由市场监管总局查处的，应当及时向市场监管总局报告。

第四条 反垄断执法机构查处垄断协议时，应当平等对待所有经营者。

第五条 垄断协议是指排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。

协议或者决定可以是书面、口头等形式。

其他协同行为是指经营者之间虽未明确订立协议或者决定，但实质上存在协调一致的行为。

第六条 认定其他协同行为，应当考虑下列因素：

（一）经营者的市场行为是否具有一致性；

（二）经营者之间是否进行过意思联络或者信息交流；

（三）经营者能否对行为的一致性作出合理解释；

（四）相关市场的市场结构、竞争状况、市场变化等情况。

第七条 相关市场是指经营者在一定时期内就特定商品或者服务（以下统称商品）进行竞争的商品范围和地域范围，包括相关商品市场和地域市场。

界定相关市场应当从需求者角度进行需求替代分析。当供给替代对经营者行为产生的竞争约束

类似于需求替代时，也应当考虑供给替代。

界定相关商品市场，从需求替代角度，可以考虑需求者对商品价格等因素变化的反应、商品的特征与用途、销售渠道等因素。从供给替代角度，可以考虑其他经营者转产的难易程度、转产后所提供商品的市场竞争力等因素。

界定平台经济领域相关商品市场，可以根据平台一边的商品界定相关商品市场，也可以根据平台所涉及的多边商品，将平台整体界定为一个相关商品市场，或者分别界定多个相关商品市场，并考虑各相关商品市场之间的相互关系和影响。

界定相关地域市场，从需求替代角度，可以考虑商品的运输特征与成本、多数需求者选择商品的实际区域、地域间的贸易壁垒等因素。从供给替代角度，可以考虑其他地域经营者供应商品的及时性与可行性等因素。

第八条 禁止具有竞争关系的经营者就固定或者变更商品价格达成下列垄断协议：

（一）固定或者变更价格水平、价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用；

（二）约定采用据以计算价格的标准公式、算法、平台规则等；

（三）限制参与协议的经营者的自主定价权；

（四）通过其他方式固定或者变更价格。

本规定所称具有竞争关系的经营者，包括处于同一相关市场进行竞争的实际经营者和可能进入相关市场进行竞争的潜在经营者。

第九条 禁止具有竞争关系的经营者就限制商品的生产数量或者销售数量达成下列垄断协议：

（一）以限制产量、固定产量、停止生产等方式限制商品的生产数量，或者限制特定品种、型号商品的生产数量；

（二）以限制商品投放量等方式限制商品的销售数量，或者限制特定品种、型号商品的销售数量；

（三）通过其他方式限制商品的生产数量或者销售数量。

第十条 禁止具有竞争关系的经营者就分割

销售市场或者原材料采购市场达成下列垄断协议：

（一）划分商品销售地域、市场份额、销售对象、销售收入、销售利润或者销售商品的种类、数量、时间；

（二）划分原料、半成品、零部件、相关设备等原材料的采购区域、种类、数量、时间或者供应商；

（三）通过其他方式分割销售市场或者原材料采购市场。

前款关于分割销售市场或者原材料采购市场的规定适用于数据、技术和服务等。

第十一条 禁止具有竞争关系的经营者就限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品达成下列垄断协议：

（一）限制购买、使用新技术、新工艺；

（二）限制购买、租赁、使用新设备、新产品；

（三）限制投资、研发新技术、新工艺、新产品；

（四）拒绝使用新技术、新工艺、新设备、新产品；

（五）通过其他方式限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品。

第十二条 禁止具有竞争关系的经营者就联合抵制交易达成下列垄断协议：

（一）联合拒绝向特定经营者供应或者销售商品；

（二）联合拒绝采购或者销售特定经营者的商品；

（三）联合限定特定经营者不得与其具有竞争关系的经营者进行交易；

（四）通过其他方式联合抵制交易。

第十三条 具有竞争关系的经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等，通过意思联络、交换敏感信息、行为协调一致等方式，达成本规定第八条至第十二条规定的垄断协议。

第十四条 禁止经营者与交易相对人就商品价格达成下列垄断协议：

（一）固定向第三人转售商品的价格水平、

价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用；

（二）限定向第三人转售商品的最低价格，或者通过限定价格变动幅度、利润水平或者折扣、手续费等其他费用限定向第三人转售商品的最低价格；

（三）通过其他方式固定转售商品价格或者限定转售商品最低价格。

对前款规定的协议，经营者能够证明其不具有排除、限制竞争效果的，不予禁止。

第十五条 经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等，通过对价格进行统一、限定或者自动化设定转售商品价格等方式，达成本规定第十四条规定的垄断协议。

第十六条 不属于本规定第八条至第十五条所列情形的其他协议、决定或者协同行为，有证据证明排除、限制竞争的，应当认定为垄断协议并予以禁止。

前款规定的垄断协议由市场监管总局负责认定，认定时应当考虑下列因素：

（一）经营者达成、实施协议的事实；

（二）市场竞争状况；

（三）经营者在相关市场中的市场份额及其对市场的控制力；

（四）协议对商品价格、数量、质量等方面的影响；

（五）协议对市场进入、技术进步等方面的影响；

（六）协议对消费者、其他经营者的影响；

（七）与认定垄断协议有关的其他因素。

第十七条 经营者主张其与交易相对人达成的反垄断法第十八条第一款第一项、第二项规定的协议适用该条第三款的，应当证明在协议期间符合下列条件：

（一）经营者、交易相对人各自在相关市场每一年度的市场份额均低于5%；

（二）经营者与交易相对人达成的协议所涉及商品在每一年度的营业额均低于1亿元。

经营者主张其与交易相对人达成的反垄断法第十八条第一款第三项规定的协议适用该条第三款的，应当证明该经营者、交易相对人各自在协议期间相关市场每一年度的市场份额均低于15%。

交易相对人为多个的，在同一相关市场的市场份额、协议所涉及商品的营业额合并计算。

市场监管总局对特定行业、领域或者特定类型协议适用反垄断法第十八条第三款另有规定的，按照其规定。

第十八条 经营者主张被调查的协议符合本规定第十七条第一款、第二款规定的，应当向反垄断执法机构提出申请，并提供以下材料：

（一）经营者与交易相对人达成、实施协议有关情况；

（二）经营者与交易相对人各自的股权结构和控制权关系、在相关市场的经营状况；

（三）经营者与交易相对人协议期间每一年度各自在相关市场的市场份额和协议所涉及商品的营业额，并提供计算依据；

（四）其他能够证明被调查的协议符合本规定第十七条第一款、第二款规定的材料。

第十九条 反垄断执法机构对经营者的申请材料进行核实，认为协议符合本规定第十七条规定，未立案的，不予立案；已立案的，终止调查。但有证据证明协议具有排除、限制竞争效果的，不适用本规定第十七条规定。

反垄断执法机构按照前款作出不予立案或者终止调查决定，是基于经营者提供的不完整、不真实的信息，或者所依据的事实发生重大变化的，应当依法开展调查。

第二十条 反垄断法第十九条规定的经营者组织其他经营者达成垄断协议，包括下列情形：

（一）经营者不属于垄断协议的协议方，在垄断协议达成或者实施过程中，对协议的主体范围、主要内容、履行条件等具有决定性或者主导作用；

（二）经营者与多个交易相对人签订协议，使具有竞争关系的交易相对人之间通过该经营者进

行意思联络或者信息交流，达成本规定第八条至第十三条的垄断协议；

（三）通过其他方式组织其他经营者达成垄断协议。

反垄断法第十九条规定的经营者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助，包括提供必要的支持、创造关键性的便利条件，或者其他重要帮助。

第二十一条 经营者能够证明被调查的垄断协议属于反垄断法第二十条规定情形的，不适用本规定第八条至第十六条、第二十条的规定。

第二十二条 反垄断执法机构认定被调查的垄断协议是否属于反垄断法第二十条规定的情形，应当考虑下列因素：

（一）协议实现该情形的具体形式和效果；

（二）协议与实现该情形之间的因果关系；

（三）协议是否是实现该情形的必要条件；

（四）其他可以证明协议属于相关情形的因素。

反垄断执法机构认定消费者能否分享协议产生的利益，应当考虑消费者是否因协议的达成、实施在商品价格、质量、种类等方面获得利益。

第二十三条 行业协会应当加强行业自律，引导本行业的经营者依法竞争，合规经营，维护市场竞争秩序。禁止行业协会从事下列行为：

（一）制定、发布含有排除、限制竞争内容的行业协会章程、规则、决定、通知、标准等；

（二）召集、组织或者推动本行业的经营者达成含有排除、限制竞争内容的协议、决议、纪要、备忘录等；

（三）其他组织本行业经营者达成或者实施垄断协议的行为。

本规定所称行业协会是指由同行业经济组织和个人组成，行使行业服务和自律管理职能的各种协会、学会、商会、联合会、促进会等社会团体法人。

第二十四条 反垄断执法机构依据职权，或者通过举报、上级机关交办、其他机关移送、下级

机关报告、经营者主动报告等途径，发现涉嫌垄断协议。

第二十五条 举报采用书面形式并提供相关事实和证据的，反垄断执法机构应当进行必要的调查。书面举报一般包括下列内容：

- （一）举报人的基本情况；
- （二）被举报人的基本情况；
- （三）涉嫌垄断协议的相关事实和证据；
- （四）是否就同一事实已向其他行政机关举报或者向人民法院提起诉讼。

反垄断执法机构根据工作需要，可以要求举报人补充举报材料。

对于采用书面形式的实名举报，反垄断执法机构在案件调查处理完毕后，可以根据举报人的书面请求依法向其反馈举报处理结果。

第二十六条 反垄断执法机构经过对涉嫌垄断协议的必要调查，符合下列条件的，应当立案：

- （一）有证据初步证明经营者达成垄断协议；
- （二）属于本部门查处范围；
- （三）在给予行政处罚的法定期限内。

省级市场监管部门应当自立案之日起七个工作日内向市场监管总局备案。

第二十七条 市场监管总局在查处垄断协议时，可以委托省级市场监管部门进行调查。

省级市场监管部门在查处垄断协议时，可以委托下级市场监管部门进行调查。

受委托的市场监管部门在委托范围内，以委托机关的名义实施调查，不得再委托其他行政机关、组织或者个人进行调查。

第二十八条 省级市场监管部门查处垄断协议时，可以根据需要商请相关省级市场监管部门协助调查，相关省级市场监管部门应当予以协助。

第二十九条 反垄断执法机构对垄断协议进行行政处罚的，应当在作出行政处罚决定之前，书面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权、申辩权和要求听证的权利。

第三十条 反垄断执法机构在告知当事人拟作

出的行政处罚决定后，应当充分听取当事人的意见，对当事人提出的事实、理由和证据进行复核。

第三十一条 反垄断执法机构对垄断协议作出行政处罚决定，应当依法制作行政处罚决定书，并加盖本部门印章。

行政处罚决定书的内容包括：

- （一）当事人的姓名或者名称、地址等基本情况；
- （二）案件来源及调查经过；
- （三）违反法律、法规、规章的事实和证据；
- （四）当事人陈述、申辩的采纳情况及理由；
- （五）行政处罚的内容和依据；
- （六）行政处罚的履行方式和期限；
- （七）申请行政复议、提起行政诉讼的途径和期限；
- （八）作出行政处罚决定的反垄断执法机构的名称和作出决定的日期。

第三十二条 反垄断执法机构认定被调查的垄断协议属于反垄断法第二十条规定情形的，应当终止调查并制作终止调查决定书。终止调查决定书应当载明协议的基本情况、适用反垄断法第二十条的依据和理由等。

反垄断执法机构作出终止调查决定后，因情况发生重大变化，导致被调查的协议不再符合反垄断法第二十条规定情形的，反垄断执法机构应当依法开展调查。

第三十三条 涉嫌垄断协议的经营者在被调查期间，可以提出中止调查申请，承诺在反垄断执法机构认可的期限内采取具体措施消除行为影响。

中止调查申请应当以书面形式提出，并由经营者负责人签字并盖章。申请书应当载明下列事项：

- （一）涉嫌垄断协议的事实；
- （二）承诺采取消除行为后果的具体措施；
- （三）履行承诺的时限；
- （四）需要承诺的其他内容。

第三十四条 反垄断执法机构根据被调查经

营者的中止调查申请，在考虑行为的性质、持续时间、后果、社会影响、经营者承诺的措施及其预期效果等具体情况后，决定是否中止调查。

反垄断执法机构对涉嫌垄断协议调查核实后，认为构成垄断协议的，不得中止调查，应当依法作出处理决定。

对于符合本规定第八条至第十条规定的涉嫌垄断协议，反垄断执法机构不得接受中止调查申请。

第三十五条 反垄断执法机构决定中止调查的，应当制作中止调查决定书。

中止调查决定书应当载明被调查经营者涉嫌达成垄断协议的事实、承诺的具体内容、消除影响的具体措施、履行承诺的时限以及未履行或者未完全履行承诺的法律后果等内容。

第三十六条 决定中止调查的，反垄断执法机构应当对经营者履行承诺的情况进行监督。

经营者应当在规定的时限内向反垄断执法机构书面报告承诺履行情况。

第三十七条 反垄断执法机构确定经营者已经履行承诺的，可以决定终止调查，并制作终止调查决定书。

终止调查决定书应当载明被调查经营者涉嫌垄断协议的事实、作出中止调查决定的情况、承诺的具体内容、履行承诺的情况、监督情况等内容。

有下列情形之一的，反垄断执法机构应当恢复调查：

- （一）经营者未履行或者未完全履行承诺的；
- （二）作出中止调查决定所依据的事实发生重大变化的；
- （三）中止调查决定是基于经营者提供的不完整或者不真实的信息作出的。

第三十八条 经营者涉嫌违反本规定的，反垄断执法机构可以对其法定代表人或者负责人进行约谈。

约谈应当指出经营者涉嫌达成垄断协议的问题，听取情况说明，开展提醒谈话，并可以要求其提出改进措施，消除行为危害后果。

经营者应当按照反垄断执法机构要求进行改进，提出消除行为危害后果的具体措施、履行时限等，并提交书面报告。

第三十九条 经营者达成或者组织其他经营者达成垄断协议，或者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助，主动向反垄断执法机构报告有关情况并提供重要证据的，可以申请依法减轻或者免除处罚。

经营者应当在反垄断执法机构行政处罚告知前，向反垄断执法机构提出申请。

申请材料应当包括以下内容：

（一）垄断协议有关情况的报告，包括但不限于参与垄断协议的经营者、涉及的商品范围、达成协议的内容和方式、协议的具体实施情况、是否向其他境外执法机构提出申请等；

（二）达成或者实施垄断协议的重要证据。重要证据是指反垄断执法机构尚未掌握的，能够对立案调查或者对认定垄断协议起到关键性作用的证据。

经营者的法定代表人、主要负责人和直接责任人员对达成垄断协议负有个人责任的，适用本条规定。

第四十条 经营者根据本规定第三十九条提出申请的，反垄断执法机构应当根据经营者主动报告的时间顺序、提供证据的重要程度以及达成、实施垄断协议的有关情况，决定是否减轻或者免除处罚。

第四十一条 省级市场监管部门作出不予行政处罚决定、中止调查决定、恢复调查决定、终止调查决定或者行政处罚告知前，应当向市场监管总局报告，接受市场监管总局的指导和监督。

省级市场监管部门向被调查经营者送达不予行政处罚决定书、中止调查决定书、恢复调查决定书、终止调查决定书或者行政处罚决定书后，应当在七个工作日内向市场监管总局备案。

第四十二条 反垄断执法机构作出行政处理决定后，依法向社会公布。行政处罚信息应当依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。

第四十三条 市场监管总局应当加强对省级市场监管部门查处垄断协议的指导和监督，统一执法程序 and 标准。

省级市场监管部门应当严格按照市场监管总局相关规定查处垄断协议案件。

第四十四条 经营者违反本规定，达成并实施垄断协议的，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，并处上一年度销售额百分之一以上百分之十以下的罚款，上一年度没有销售额的，处五百万元以下的罚款；尚未实施所达成的垄断协议的，可以处三百万元以下的罚款。

经营者的法定代表人、主要负责人和直接责任人员对达成垄断协议负有个人责任的，可以处一百万元以下的罚款。

第四十五条 经营者组织其他经营者达成垄断协议或者为其他经营者达成垄断协议提供实质性帮助的，适用本规定第四十四条规定。

第四十六条 行业协会违反本规定，组织本行业的经营者达成垄断协议的，由反垄断执法机构责令改正，可以处三百万元以下的罚款；情节严重的，反垄断执法机构可以提请社会团体登记管理机关依法撤销登记。

第四十七条 反垄断执法机构确定具体罚款数额时，应当考虑违法行为的性质、程度、持续时间和消除违法行为后果的情况等因素。

违反本规定，情节特别严重、影响特别恶劣、造成特别严重后果的，市场监管总局可以在本规定第四十四条、第四十五条、第四十六条规定的罚款数额的二倍以上五倍以下确定具体罚款数额。

第四十八条 经营者因行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力而达成垄断协议的，按照本规定第四十四条、第四十五条、第四十六条、第四十七条处理。经营者能够证明其受行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力强制或者变相强制达成垄断协议的，可以依法从轻或者减

轻处罚。

第四十九条 经营者根据本规定第三十九条主动向反垄断执法机构报告达成垄断协议的有关情况并提供重要证据的，反垄断执法机构可以按照下列幅度减轻或者免除对其处罚：对于第一个申请者，反垄断执法机构可以免除处罚或者按照不低于百分之八十的幅度减轻处罚；对于第二个申请者，可以按照百分之三十至百分之五十的幅度减轻处罚；对于第三个申请者，可以按照百分之二十至百分之三十的幅度减轻处罚。

在垄断协议达成中起主要作用，或者胁迫其他经营者参与达成、实施垄断协议，或者妨碍其他经营者停止该违法行为的，反垄断执法机构不得免除对其处罚。

负有个人责任的经营者法定代表人、主要负责人和直接责任人员，根据本规定第三十九条主动向反垄断执法机构报告达成垄断协议的有关情况并提供重要证据的，反垄断执法机构可以对其减轻百分之五十的处罚或者免除处罚。

第五十条 反垄断执法机构工作人员滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊或者泄露执法过程中知悉的商业秘密、个人隐私和个人信息的，依照有关规定处理。

第五十一条 反垄断执法机构在调查期间发现的公职人员涉嫌职务违法、职务犯罪问题线索，应当及时移交纪检监察机关。

第五十二条 本规定对垄断协议调查、处罚程序未作规定的，依照《市场监督管理行政处罚程序规定》执行，有关时限、立案、案件管辖的规定除外。

反垄断执法机构组织行政处罚听证的，依照《市场监督管理行政处罚听证办法》执行。

第五十三条 本规定自2023年4月15日起施行。2019年6月26日国家市场监督管理总局令 第10号公布的《禁止垄断协议暂行规定》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 112 号

《组织机构统一社会信用代码管理办法》已经 2025 年 12 月 1 日市场监管总局第 27 次局务会议通过，现予公布，自 2026 年 2 月 1 日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 11 日

组织机构统一社会信用代码管理办法

第一条 为了加强组织机构统一社会信用代码管理工作，推动社会信用体系和全国统一大市场建设，根据《优化营商环境条例》《中华人民共和国市场主体登记管理条例》等行政法规和国务院有关规定，制定本办法。

第二条 组织机构统一社会信用代码（以下简称统一代码）的标准制定、码段管理、登记赋码、数据传输、数据校核、数据共享、信息系统建设、数据应用服务等活动，适用本办法。

第三条 本办法所称组织机构，是指依法设立的法人、非法人组织和个体工商户。

本办法所称登记管理部门，是指依法负责组织机构登记注册的管理部门。

本办法所称统一代码，是指登记管理部门根据统一代码编码规则，赋予组织机构在全国范围内唯一的、终身不变的身份标识码。

本办法所称统一代码数据，是指登记管理部门为组织机构办理登记赋码业务时，依据相关法律、法规和国家有关规定采集的数据。

第四条 统一代码管理工作应当遵循依法合规、统一高效、安全准确、合理使用的原则。

第五条 国家市场监督管理总局负责统一代码的标准制定、码段资源管理、数据共享，组织、指导全国统一代码管理工作。

各登记管理部门依据职责开展各自领域统一代码的赋码、应用等工作。

县级以上地方人民政府承担经营主体登记工作的部门（以下称登记机关）负责本行政区域内经营主体统一代码的赋码、应用等工作。

第六条 全国组织机构统一社会信用代码数据服务中心（以下简称全国代码中心）具体承担统一代码的标准拟订，码段分配，数据归集和校核，数据库建设、运行和维护，数据应用服务等工作。

省级市场监督管理部门应当明确省级的统一代码机构，具体承担本行政区域统一代码的系统建设、数据传输、数据治理、数据监测、应用服务等

工作。
第七条 国家市场监督管理总局应当组织制定统一代码编码规则、基础数据元、赋码规程、数据传输、数据质量、数据安全、数据共享、应用服务规范等国家标准。

第八条 国家市场监督管理总局按照登记管理

部门实际需要，将根据相关标准生成的统一代码码段赋予登记管理部门。

第九条 组织机构设立时，登记管理部门应当赋予其统一代码。组织机构终身只能有一个统一代码，一个统一代码只能赋予一个组织机构。

第十条 登记机关在办理经营主体登记时应当赋予其统一代码，作为唯一身份标识码，标注于营业执照，做到“一照一码”。

个体工商户通过变更登记转型为企业的，个人独资企业通过变更登记转型为公司、合伙企业的，统一代码保持不变。

第十一条 省级市场监督管理部门应当在经营主体数据生成后及时将数据传输到省级统一代码机构。省级统一代码机构应当在收到数据当日进行规范化处理，并上传至全国代码中心。

第十二条 全国代码中心收到省级统一代码机构上传的数据后，应当根据统一代码编码规则和要求，在一个工作日内完成数据校核。

第十三条 全国代码中心在校核后发现统一代码数据存在重码、错码或者其他数据错误的，应当在一个工作日内通知省级统一代码机构及时纠正并回传。

第十四条 全国代码中心建立统一代码数据质量监测机制，通过发布数据月报等方式，将赋码、数据质量监测等情况向国家发展和改革委员会、登记管理部门通报。

第十五条 国家市场监督管理总局推动统一代码数据共享，促进协同监管和业务联动。

全国代码中心负责完善和维护统一代码数据库，及时开展统一代码数据共享相关工作。

统一代码数据应当永久留存，确保可追溯、可查询。

第十六条 各级市场监督管理部门应当在市场监督管理各项工作中推动应用统一代码数据，将统一代码作为开展行政许可、行政检查、业务统计、

信息公示、信用监管、智慧监管等工作的唯一身份标识码，并将其作为数据共享、业务协同的基础。

第十七条 各级市场监督管理部门应当推动统一代码数据在社会信用体系建设和全国统一大市场建设中的应用，为优化营商环境提供服务，在数字经济中发挥基础作用。

第十八条 全国代码中心和省级统一代码机构应当加强统一代码数字身份及新业态主体的应用研究，利用统一代码数据，为政府及其部门决策提供数据支持，为企业发展和群众办事提供便利。

第十九条 全国代码中心和省级统一代码机构应当加强统一代码信息系统的安全管理，防范国家秘密、商业秘密和个人隐私泄露风险。

第二十条 全国代码中心和省级统一代码机构可以向有关机关、单位或者个人提供统一代码信息服务，但应当遵守国家有关信息安全管理与保密制度的规定。

第二十一条 各级市场监督管理部门应当按照国家有关规定，为统一代码工作提供必要的经费保障。统一代码工作所需经费纳入本级预算。

第二十二条 任何组织和个人不得伪造、冒用、转让、出租统一代码。

第二十三条 违反本办法第二十二条规定，伪造、冒用、转让、出租经营主体统一代码的，由县级以上市场监督管理部门处三万元以下罚款；情节严重的，处三万元以上十万元以下罚款。法律、法规和规章另有规定的，依照其规定。

第二十四条 从事统一代码管理工作的人员未履行本办法规定的职责，滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的，依法依规给予处分；构成犯罪的，移送司法机关追究其刑事责任。

第二十五条 副省级城市承担统一代码工作职能的相关机构，适用本办法关于省级统一代码机构的规定。

第二十六条 本办法自2026年2月1日起施行。

国家市场监督管理总局令

第 113 号

《食品委托生产监督管理办法》已经 2025 年 12 月 1 日市场监管总局第 27 次局务会议通过，现予公布，自 2026 年 12 月 1 日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 12 日

食品委托生产监督管理办法

第一条 为了规范食品和食品添加剂（以下统称食品）委托生产行为，加强食品委托生产监督管理，保证食品安全，根据《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内从事食品委托生产活动及其监督管理，适用本办法。

本办法所称食品委托生产是指受托方按照委托方的要求，从事食品的全部或者部分环节的生产活动，并交付所生产食品的行为。

依照《中华人民共和国商标法》《商业特许经营管理条例》等法律法规，采取商标许可、特许经营等方式生产食品，符合前款规定情形的，适用本办法。

第三条 委托方应当依法取得食品生产经营许可证或者进行仅销售预包装食品备案，具备监督受托方依照法律法规、食品安全标准以及合同约定进行生产的能力，并确保能够正常履行食品安全主体责任。

根据法律法规、食品安全标准和食品生产许可有关要求，需要完整工艺生产的食品，不得将部

分环节委托生产。

第四条 受托方应当依法取得食品生产许可，食品生产许可证副本载明的食品类别和品种明细应当包括受托生产的食品类别和品种，并具备相应的生产能力和食品安全保障能力。

第五条 委托双方应当按照《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》，针对食品委托生产活动，建立健全相应的食品安全管理制度，配备相应的食品安全管理人员，制定《食品安全总监职责》《食品安全员守则》等，严格落实食品安全主体责任。

第六条 委托双方应当依照法律法规、食品安全标准以及合同约定开展委托生产活动。委托方应当对受托方的生产行为进行监督，并对委托生产的食品安全负责。受托方应当接受委托方的监督，对生产行为负责。

第七条 委托方不得怂恿、强制或者变相强制受托方违反法律法规和食品安全标准，开展食品生产活动。

委托方有前款规定禁止情形的，受托方应当拒绝或者停止为其生产。

第八条 委托方应当按照本办法第四条规定，对受托方的资质证明和食品安全保障能力进行查验，并记录保存。

受托方应当按照本办法第三条规定，对委托方的资质证明进行查验，并记录保存。

记录保存期限不得少于委托生产的最后批次产品的保质期满后六个月；没有明确保质期的，保存期限不得少于委托生产的最后批次产品的生产日期后二年。

第九条 委托双方实施食品委托生产行为前，应当订立书面委托生产合同。

委托生产合同一般包含下列食品安全相关事项：

（一）委托双方的资质；

（二）委托生产的食品的名称、品种、执行标准；

（三）食品原料、食品添加剂、直接接触食品的包装材料等的采购及提供方式；

（四）委托方对受托方生产行为的监督内容、方式、频次；

（五）发生食品安全事故、食品安全突发事件的处置方式及责任；

（六）委托双方约定的其他食品安全事项。

合同约定事项不得违反法律法规、食品安全标准等相关规定。

委托双方不得通过订立的委托生产合同，或者假借订立商标许可合同、特许经营合同等方式，减轻或者免除自身依法应当承担的食品安全责任。

第十条 委托双方应当在委托生产合同订立后十个工作日内向各自所在地县级市场监督管理部门报告。委托生产报告内容应当包括委托双方的名称、地址、负责人、联系方式、食品生产经营许可证或者仅销售预包装食品备案编号、食品类别、执行标准、合同期限等。

前款报告内容有变化、合同终止或者委托双方证照被撤销、吊销的，应当自变化发生、合同终止或者证照被撤销、吊销之日起十个工作日内向各自所在地县级市场监督管理部门报告。

鼓励县级以上地方市场监督管理部门采用信息化方式，方便委托双方提交委托生产报告等材料。

第十一条 委托方、受托方提供的食品原料、食品添加剂、直接接触食品的包装材料应当符合食品安全标准，委托双方应当对各自提供的食品原料、食品添加剂、直接接触食品的包装材料负责。

委托方作为供货者的，受托方应当依法履行进货查验记录义务，委托方不得拒绝、阻碍、干扰。

受托方自行采购的，应当依法履行进货查验记录义务，委托方应当对受托方的采购行为和进货查验情况进行监督。

第十二条 委托生产食品的标识应当符合法律法规和食品安全标准规定。

委托双方应当对委托生产食品的标识进行审核，并记录保存。记录保存期限不得少于产品保质期满后六个月；没有明确保质期的，保存期限不得少于二年。

第十三条 委托生产的预包装食品，其标签上应当在紧邻位置标注委托方的名称、地址、联系方式和受托方的名称、地址，在名称前冠以“委托方、受托方”或者“委托单位、受托单位”等字样。

第十四条 委托方可以采取自行或者聘用第三方机构驻厂、巡查等形式对受托方的生产行为实施监督。鼓励委托方采取信息化手段实施监督。

监督内容一般应当包括受托方的场所环境、设备设施、人员管理、原料控制、生产关键环节控制、检验控制、运输和交付控制、标签和说明书管理等事项的风险管控情况。

委托方应当记录其对受托方生产行为进行监督的情况，相关记录由委托双方确认并分别留存。

第十五条 委托方应当定期对委托生产食品的安全状况进行检查评价。发现受托方生产条件发生变化，不再符合食品安全要求的，委托方应当要求受托方立即采取整改措施；有发生食品安全事故潜在风险的，应当要求受托方立即停止委托生产活动，并向受托方所在地县级市场监督管理部门报告。

第十六条 受托方应当按照国家有关规定对委托生产的食品进行检验，并保存检验记录和产品留样。委托方可以根据需要或者合同约定要求受托方提供样品并自行保留。

委托方应当查验受托方提供的出厂检验报告，并按照保证食品安全的需要抽取样品进行检验，保证委托生产的食品符合法律法规和食品安全标准。

检验记录和产品留样的保存期限不得少于产品保质期满后六个月；没有明确保质期的，保存期限不得少于二年。

第十七条 委托方、受托方发现委托生产的食品不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的，应当立即通知对方停止生产经营活动。

委托方应当依法召回已经上市销售的食品，通知相关经营者和消费者，并记录召回和通知情况。受托方应当配合委托方实施召回。

第十八条 委托双方应当接受和配合市场监督管理部门对食品委托生产的监督管理。

第十九条 市场监督管理部门应当在日常监督检查中对委托生产情况进行检查，记录检查结果，存档备查。检查内容包括以下重点事项：

- （一）委托双方资质；
- （二）委托生产合同、委托期限、委托生产的食品品种、执行标准以及委托生产报告制度执行情况；
- （三）委托双方建立食品安全管理制度以及配备食品安全管理人员情况；
- （四）委托方对受托方生产行为进行监督情况；
- （五）委托方开展食品安全自查情况；
- （六）委托生产食品的标识；
- （七）委托生产食品的检验记录及产品留样；
- （八）按照《食品生产经营监督检查管理办法》规定，需要重点检查的其他事项。

第二十条 各地市场监督管理部门应当在日常监管、案件查处等工作中加强信息共享、执法协作，共同防范委托生产食品安全风险。

县级以上地方市场监督管理部门发现委托生产违法线索的，应当依法处理。委托方或者受托方的生产经营场所不在本辖区的，还应当将违法线索及时通报委托方或者受托方的生产经营场所所在地同级市场监督管理部门。接到通报的市场监督管理部门应当依法开展核查，及时控制食品安全风险，并依法对委托方或者受托方违法行为进行处理。

第二十一条 县级以上地方市场监督管理部门应当将委托双方日常监督检查结果、违法行为查处等情况记入食品安全信用档案。

第二十二条 委托方违反本办法第三条第一款规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正或者情节严重的，处三万元以上十万元以下罚款。

受托方违反本办法第四条规定的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《食品生产许可管理办法》第四十九条、第五十三条第三款规定给予处罚。

第二十三条 有下列情形之一的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，处五万元以下罚款：

- （一）委托方违反本办法第三条第二款规定，将需要完整工艺生产的食品的部分环节委托生产的；
- （二）委托方明知受托方不具有本办法第四条规定的生产能力和食品安全保障能力仍委托生产的；
- （三）委托方、受托方违反本办法第八条规定，未依法查验对方的资质证明，并记录保存，或者记录保存期限不符合规定的；
- （四）委托方、受托方违反本办法第九条第四款规定，通过订立的委托生产合同，或者假借订立商标许可合同、特许经营合同等方式，减轻或者免除自身依法应当承担的食品安全责任的；
- （五）委托方违反本办法第十一条第二款规定，拒绝、阻碍、干扰受托方依法履行进货查验记录义务的。

第二十四条 有下列情形之一的，由县级以上

地方市场监督管理部门依照《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条第一款规定给予处罚：

（一）委托方违反本办法第五条规定，未建立食品安全管理制度，或者未配备食品安全管理人员的；

（二）委托方违反本办法第十五条规定，未定期对委托生产食品的安全状况进行检查评价的；

（三）委托方、受托方违反本办法第十六条第一款、第二款规定，未履行相应的检验义务的。

第二十五条 委托方、受托方违反本办法第十条规定，未依法履行报告义务的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处两千元以上一万元以下罚款。

报告时提供虚假信息的，由县级以上地方市场监督管理部门处五千元以上三万元以下罚款。

第二十六条 委托方、受托方违反本办法第十一条第一款规定，提供的食品原料、食品添加剂、直接接触食品的包装材料不符合食品安全标准的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《中华人民共和国食品安全法》第一百二十五条第一款规定对委托方、受托方给予处罚。

第二十七条 委托生产的预包装食品标签不符合本办法第十三条规定的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《食品标识监督管理办法》的有关规定对委托双方给予处罚。

第二十八条 委托生产的食品不符合法律法规或者食品安全标准的，由县级以上地方市场监督管理部门依照相关法律法规的规定对委托方、受托方给予处罚。

市场监督管理部门依照前款规定对委托方、受托方进行处罚时，有下列情形之一的，应当依法从重处罚：

（一）委托方怂恿、强制或者变相强制受托方违反法律法规或者食品安全标准，开展食品生产活动的；

（二）委托方未按照本办法规定对受托方的生产行为进行监督的；

（三）受托方明知受托生产的食品不符合法律法规或者食品安全标准，仍接受委托生产的；

（四）受托方逃避委托方按照本办法规定进行监督的；

（五）其他应当依法从重处罚的情形。

第二十九条 法律、行政法规、部门规章、国家有关规定对特殊食品的生产、加工有规定的，依照其规定。

在中华人民共和国境内委托生产仅用于出口的食品以及境外企业委托境内食品生产者生产食品的，依照《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例关于食品进出口的有关规定执行。

第三十条 本办法自 2026 年 12 月 1 日起施行。

国家市场监督管理总局令

第 114 号

《食品销售连锁企业落实食品安全主体责任监督管理规定》已经 2025 年 12 月 8 日市场监管总局第 28 次局务会议通过，现予公布，自 2026 年 3 月 20 日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 17 日

食品销售连锁企业落实食品安全主体责任监督管理规定

第一条 为了加强食品销售连锁企业食品安全监督管理，督促食品销售连锁企业落实食品安全主体责任，保证食品安全，根据《中华人民共和国食品安全法》（以下简称食品安全法）、《中华人民共和国食品安全法实施条例》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从事食品销售连锁经营活动的企业（以下简称食品销售连锁企业）依法落实食品安全主体责任的行为及其监督管理，适用本规定。

前款所称食品销售连锁企业包括食品销售连锁企业总部（以下简称企业总部）、分支机构、门店等。

第三条 对食品销售连锁企业的食品安全监督管理工作应当坚持分级分类、突出重点、体系管理、风险管控的原则。

市场监督管理部门应当根据食品销售连锁企业的经营模式、企业规模、风险等级等，采取有针对性的监督管理措施。

第四条 国家市场监督管理总局负责指导全国食品销售连锁企业食品安全监督管理工作。

县级以上地方市场监督管理部门按照以下原则确定负责监督管理的食品销售连锁企业：

（一）省级市场监督管理部门负责本行政区域内管理300家及以上门店（同一品牌全国门店数，如同一企业总部管理多个品牌的，以所有品牌全国门店累计数为准，下同）的企业总部的食品安全监督管理工作；

（二）设区的市级（以下简称市级）市场监督管理部门负责本行政区域内管理300家以下门店的企业总部以及本行政区域内分支机构的食品安全监督管理工作；

（三）县级市场监督管理部门负责本行政区域内门店等的食品安全监督管理工作；

（四）省级、市级市场监督管理部门可以根据食品销售连锁企业的食品安全风险状况，对企业总部、分支机构、门店等进行提级监督管理。

省级市场监督管理部门应当加强工作统筹，根据企业总部管理的门店数量情况，在每年一月确定本行政区域内省级、市级市场监督管理部门负责监督管理的企业总部。

第五条 食品行业协会应当加强行业自律，按照章程建立健全行业规范，引导和督促食品销售连锁企业依法经营；向有关企业及其从业人员宣传、普及食品安全知识，推动行业诚信建设。

第六条 从事同一品牌食品销售连锁经营活动的企业应当明确一个企业总部。企业总部应当具备相应的食品销售连锁管理能力，依法取得经营项目包含“食品销售连锁管理”的食品经营许可，对分支机构、门店等的食品安全承担管理责任。

按照企业总部的授权承担食品安全管理责任的分支机构，应当具备相应的食品销售连锁管理能力，并依法取得经营项目包含“食品销售连锁管理”的食品经营许可，对门店等的食品安全承担相应的管理责任。

门店应当依法取得相应的食品经营许可或者进行仅销售预包装食品备案，对其销售食品的安全负责。

第七条 食品销售连锁企业应当按照《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》，建立健全食品安全管理制度，配备食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员，制定《食品安全总监职责》《食品安全员守则》等，严格落实食品安全主体责任。

第八条 企业总部、分支机构、门店等应当建立基于食品安全风险防控的动态管理机制，结合实际落实自查要求，制定《食品安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机

制。

企业总部、分支机构、门店等可以将日管控、周排查、月调度工作制度和机制与已经建立的工作制度和机制有机结合实施。

第九条 门店在日管控、周排查、月调度中发现食品安全风险隐患的，应当立即采取防范管控措施，并及时向分支机构或者企业总部报送。

第十条 分支机构应当及时汇总分析门店发现的食品安全共性问题，排查门店食品安全风险，研究解决措施，督促门店整改到位，并将有关情况向企业总部报送。

分支机构在日管控、周排查、月调度中发现食品安全风险隐患的，应当立即采取防范管控措施，并及时向企业总部报送。

第十一条 企业总部应当及时总结分析分支机构、门店发现的食品安全问题，提出解决措施。

企业总部应当建立并实施覆盖企业总部、分支机构、门店等食品安全风险的日管控、周排查、月调度工作制度和机制。对于发现的系统性问题，应当对所有分支机构、门店等开展排查并采取整改措施。

企业总部应当将下列事项列入《食品安全风险管控清单》，作为日管控、周排查、月调度的重点内容：

（一）实施统一管理的食品采购、贮存、配送、销售等环节的控制情况；

（二）食品安全从业人员健康管理、操作规范执行等情况；

（三）食品安全管理体系运行情况；

（四）食品安全消费投诉处理情况；

（五）其他需要管控的食品安全风险事项。

第十二条 企业总部应当按照保证食品安全的需要，每年将一定数额的营业收入用于食品安全管理，切实履行食品安全管理职责，并对由于保证食品安全所必需的资金投入不足导致的食品安全问题承担责任。

企业总部应当建立考核评价制度，加强对分支机构、门店等的考核评价，结合实际明确准入、

评价、惩戒、退出等具体要求，将落实食品安全责任作为考核评价的重点内容，督促其依法履行相应的食品安全责任。

企业总部不得通过订立合同等方式减轻或者免除自身依法应当承担的食品安全责任。

第十三条 企业总部应当自行或者委托第三方定期对分支机构、门店等的食品安全状况进行检查评价，按计划巡查分支机构、门店等落实食品安全责任情况，每年至少对所有分支机构、门店等进行一次全覆盖实地巡查，及时处置发现的食品安全问题，并结合发现的食品安全共性问题，健全风险防控机制。

第十四条 企业总部或者其授权的分支机构应当通过“互联网+智能监控”等方式，对门店等的食品贮存、陈列等销售管理关键环节的食品安全状况进行重点检查评价，提高经营过程实时控制能力，及时发现和消除食品安全风险隐患。相关信息应当按照规定时限保存，其中视频信息应当至少保存十四天。

市场监督管理部门在依法开展监督检查、案件调查、事故处置等监管执法活动时，可以要求企业总部或者其授权的分支机构提供前款规定的相关信息，企业总部或者其授权的分支机构应当通过建立与所在地负责监督管理的市场监督管理部门的数据接口等方式予以配合。

第十五条 企业总部应当结合实际，通过建立食品安全信息化管理平台等信息化方式，对食品进货查验、贮存配送、巡查检查、人员管理等食品安全风险管控情况进行电子化记录，提升食品安全智慧管理水平。

第十六条 企业总部应当对分支机构、门店等的从业人员加强职业道德教育和食品安全知识培训，对食品安全总监、食品安全员进行食品安全法律、法规、规章、标准和专业知识培训、考核，考核合格后方可上岗，并对培训、考核情况予以记录，存档备查。食品安全总监、食品安全员每年参加培训时间不少于四十小时。

第十七条 食品销售连锁企业应当加强食品采

购管理。由企业总部或者分支机构实行统一采购的，企业总部或者分支机构应当通过订立合同等方式，依法明确双方的食品安全责任。企业总部应当统一建立食品供货者准入、评价和退出机制，结合实际自行或者委托第三方机构开展食品抽样检验，及时更换不符合要求的食品供货者。

由企业总部或者分支机构统一履行进货查验义务的，企业总部或者分支机构应当依法查验食品供货者的许可证和食品合格证明文件，进行食品进货查验记录，并保存相关凭证，保证门店等能够及时查询、获取相关凭证，门店等应当对收货情况进行记录。

不由企业总部或者分支机构统一履行进货查验义务的，门店等应当依法查验食品供货者的许可证和食品合格证明文件，进行食品进货查验记录，并保存相关凭证。

门店等发现企业总部或者分支机构供应的食品不符合食品安全要求的，应当立即停止销售，采取措施消除食品安全风险隐患，并及时向供应食品的分支机构或者企业总部反馈。

第十八条 由企业总部或者分支机构实行统一配送的，企业总部应当统一建立并督促落实出库发货、承运管理、门店收货联单记录制度。

第十九条 不实行统一采购、配送的食品销售连锁企业，门店等应当依法查验食品供货者的许可证和食品合格证明文件，进行食品进货查验记录，并保存相关凭证。

第二十条 企业总部应当建立食品安全风险信息收集、分析制度，及时通知分支机构、门店等停止采购、配送、销售存在食品安全风险的食品，并采取措施消除食品安全风险隐患。

第二十一条 企业总部应当建立食品安全投诉处置机制，畅通投诉渠道，及时解决消费者合理诉求。

第二十二条 企业总部应当制定食品安全事故和舆情应急处置方案，开展必要的应急演练，提高应对处置食品安全突发事件能力。

第二十三条 企业总部应当在每年十二月向所

在地负责监督管理的市场监督管理部门报告全国分支机构、门店等清单、准入及退出、食品安全管理责任落实情况。

分支机构应当在每年十二月向所在地市级市场监督管理部门报告食品安全管理责任落实情况。

市级市场监督管理部门根据报告情况发现需要调整本级负责监督管理的企业总部的，应当及时报告至省级市场监督管理部门。

第二十四条 食品销售连锁企业自行贮存食品的，应当符合下列要求，保证食品安全：

（一）定期检查库存食品，发现变质或者超过保质期的，及时采取相应措施进行处理；

（二）具有与经营的食品品种、数量相适应的贮存场所，保持该场所环境整洁，并与有毒、有害场所以及其他污染源保持规定的距离；

（三）贮存食品的容器、工具和设备安全、无害，保持清洁，防止食品污染，并符合保证食品安全所需的温度、湿度等特殊要求，不得将食品与有毒、有害物品一同贮存；

（四）法律、法规、规章、食品安全标准规定的其他要求。

第二十五条 食品销售连锁企业自行配送食品的，应当保证配送食品的容器、工具和设备安全、无害，保持清洁，防止食品污染，并符合保证食品安全所需的温度、湿度等特殊要求，不得将食品与有毒、有害物品一同配送。

第二十六条 食品销售连锁企业委托贮存、配送食品的，应当对受托方的食品安全保障能力进行审核，并监督受托方按照本规定第二十四条、第二十五条的规定贮存、配送食品。

第二十七条 食品销售连锁企业违反本规定第六条规定，未依法取得相应的食品经营许可或者提交备案信息的，依照《食品经营许可和备案管理办法》处理。

第二十八条 有下列情形之一的，由负责监督管理的地方市场监督管理部门依照食品安全法第一百二十六条第一款规定责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严

重的，责令停产停业，直至吊销许可证：

（一）食品销售连锁企业违反本规定第七条至第十一条规定，未建立食品安全管理制度，或者未依法配备食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员；

（二）企业总部违反本规定第十三条规定，未定期对分支机构、门店等的食品安全状况进行检查评价；

（三）企业总部违反本规定第十六条规定，未按规定培训、考核食品安全管理人员；

（四）食品销售连锁企业违反本规定第十七条、第十九条规定，进货时未查验许可证和相关证明文件，或者未按规定建立并遵守进货查验记录制度；

（五）企业总部违反本规定第二十二条规定，未制定食品安全事故处置方案。

第二十九条 企业总部违反本规定第十二条第三款规定，通过订立合同等方式减轻或者免除自身依法应当承担的食品安全责任的，由负责监督管理的地方市场监督管理部门责令改正，处五万元以下罚款。

第三十条 企业总部、分支机构违反本规定第二十三条第一款、第二款规定，未按要求报告相关情况的，由负责监督管理的地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处两千元以上一万元以下罚款。

报告时提供虚假信息的，由负责监督管理的地方市场监督管理部门处五千元以上三万元以下罚款。

第三十一条 违反本规定第二十四条、第二十五条规定，食品销售连锁企业未按要求进行食品贮存、配送，属于市场监督管理部门职责的，由负责监督管理的地方市场监督管理部门依照食品安全法第一百三十二条第一款规定责令改正，给予警

告；拒不改正的，责令停产停业，并处一万元以上五万元以下罚款；情节严重的，吊销许可证。不属于市场监督管理部门职责的，及时依法移送其他有关部门。

第三十二条 食品销售连锁企业有食品安全法规定的违法情形，除依照食品安全法的规定给予处罚外，有下列情形之一的，对企业的法定代表人、主要负责人、食品安全总监和食品安全员等直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的一倍以上十倍以下罚款：

（一）故意实施违法行为；

（二）违法行为性质恶劣；

（三）违法行为造成严重后果。

食品安全总监、食品安全员已经依法履职尽责的，不予处罚。

第三十三条 本规定下列用语的含义：

（一）食品销售连锁经营，是指使用同一品牌，以食品销售为主营收入，实施统一规范化管理，由企业总部、十家以上门店（含直营、加盟、合营等）等共同参与的规模化食品销售活动。

（二）企业总部，是指对由其授权使用同一品牌的所有门店实施统一规范化食品销售管理活动的食品经营企业。

（三）分支机构，是指企业总部授权在一定区域内对食品销售活动承担相应食品安全管理职责的食品经营企业。

第三十四条 食品销售连锁企业委托生产食品的，应当符合《食品委托生产监督管理办法》相关规定。

本规定未作规定的，适用《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》。

第三十五条 本规定自 2026 年 3 月 20 日起施行。

国家市场监督管理总局令

第 115 号

《制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定》已经 2025 年 12 月 8 日市场监管总局第 28 次局务会议通过，现予公布，自 2026 年 2 月 1 日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 18 日

制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定

第一条 为了预防和制止滥用行政权力排除、限制竞争行为，根据《中华人民共和国反垄断法》（以下简称反垄断法），制定本规定。

第二条 国家市场监督管理总局（以下简称市场监管总局）负责滥用行政权力排除、限制竞争行为的反垄断统一执法工作。

市场监管总局根据反垄断法第十三条第二款规定，授权各省、自治区、直辖市人民政府市场监督管理部门（以下称省级市场监管部门）负责本行政区域内滥用行政权力排除、限制竞争行为的反垄断执法工作。

本规定所称反垄断执法机构包括市场监管总局和省级市场监管部门。

第三条 市场监管总局负责对下列滥用行政权力排除、限制竞争行为进行调查，提出依法处理的建议（以下简称查处）：

- （一）在全国范围内有影响的；
- （二）省级人民政府实施的；
- （三）案情较为复杂或者市场监管总局认为有必要直接查处的。

前款所列的滥用行政权力排除、限制竞争行

为，市场监管总局可以指定省级市场监管部门查处。

省级市场监管部门查处滥用行政权力排除、限制竞争行为时，发现不属于本部门查处范围，或者虽属于本部门查处范围，但有必要由市场监管总局查处的，应当及时报告市场监管总局。

第四条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力，实施下列行为，限定或者变相限定单位或者个人经营、购买、使用其指定的经营者提供的商品或者服务（以下统称商品）：

（一）以明确要求、暗示、拒绝或者拖延行政审批、备案、重复检查、不予接入平台或者网络等方式，限定或者变相限定经营、购买、使用特定经营者提供的商品；

（二）通过限制投标人所在地、所有制形式、组织形式等方式，限定或者变相限定经营、购买、使用特定经营者提供的商品；

（三）通过设置不合理的项目库、名录库、备选库、资格库等方式，限定或者变相限定经营、购买、使用特定经营者提供的商品；

（四）限定或者变相限定单位或者个人经营、

购买、使用其指定的经营者提供的商品的其他行为。

第五条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力，通过与经营者签订合作协议、备忘录等方式，妨碍其他经营者进入相关市场或者对其他经营者实行不平等待遇，排除、限制竞争。

第六条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力，实施下列行为，妨碍商品在地区之间的自由流通：

（一）对外地商品设定歧视性收费项目、实行歧视性收费标准，或者规定歧视性价格、实行歧视性补贴政策；

（二）对外地商品规定与本地同类商品不同的技术要求、检验标准，或者对外地商品采取重复检验、重复认证等歧视性技术措施，阻碍、限制外地商品进入本地市场；

（三）采取专门针对外地商品的行政许可，或者对外地商品实施行政许可时，设定不同的许可条件、程序、期限等，阻碍、限制外地商品进入本地市场；

（四）设置关卡、通过软件或者互联网设置屏蔽等手段，阻碍、限制外地商品进入或者本地商品运出；

（五）直接或者变相要求优先采购在本地登记注册的经营者提供的商品；

（六）妨碍商品在地区之间自由流通的其他行为。

第七条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力，实施下列行为，排斥或者限制经营者参加招标投标以及其他经营活动：

（一）不依法发布招标投标等信息；

（二）排斥或者限制外地经营者参与本地特定的招标投标活动和其他经营活动；

（三）将经营者在本地区的业绩、成立年限、所获奖项荣誉、缴纳税收社保等用于评价经营者信用等级，或者根据商品产地等因素设置差异化信用评分标准，影响外地经营者参加本地招标投标活动；

（四）设定歧视性的资质要求或者评审标准；

（五）设定与实际需要不相适应或者与合同履行无关的资格、技术和商务等条件；

（六）排斥或者限制经营者参加招标投标以及其他经营活动的其他行为。

第八条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力，实施下列行为，排斥、限制、强制或者变相强制外地经营者在本地投资或者设立分支机构：

（一）拒绝、强制或者变相强制外地经营者在本地投资或者设立分支机构；

（二）对外地经营者在本地投资的规模、方式、产值、税收以及设立分支机构的地址、商业模式等进行限制或者提出不合理要求；

（三）对外地经营者在本地的投资或者设立的分支机构在投资、经营规模、经营方式、税费缴纳等方面规定与本地经营者不同的要求，在安全生产、节能环保、质量标准、行政审批、备案等方面实行歧视性待遇；

（四）排斥、限制、强制或者变相强制外地经营者在本地投资或者设立分支机构的其他行为。

第九条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力，以行政命令、行政指导、组织签订协议等方式，强制或者变相强制经营者从事反垄断法规定的垄断行为。

第十条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力，以办法、决定、公告、通知、意见、会议纪要、函件等形式，制定、发布含有排除、限制竞争内容的规定。

第十一条 反垄断执法机构依据职权，或者通过举报、上级机关交办、其他机关移送、下级机关报告等途径，发现涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争行为。

第十二条 对涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争行为，任何单位和个人有权向反垄断执法机构举报。反垄断执法机构应当为举报人保密。

第十三条 举报采用书面形式并提供相关事实和证据的，有关反垄断执法机构应当进行必要的

调查。书面举报一般包括下列内容：

（一）举报人的基本情况；

（二）被举报人的基本情况；

（三）涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争行为的相关事实和证据；

（四）是否就同一事实已向其他行政机关举报、申请行政复议或者向人民法院提起诉讼。

第十四条 反垄断执法机构负责所管辖案件的受理。省级以下市场监管部门收到举报材料或者发现案件线索的，应当在七个工作日内将相关材料报送省级市场监管部门。

对于被举报人信息不完整、相关事实不清晰的举报，反垄断执法机构可以通知举报人及时补正。

对于采用书面形式的实名举报，反垄断执法机构在案件调查处理完毕后，可以根据举报人的书面请求依法向其反馈举报处理结果。

第十五条 反垄断执法机构经过对涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争行为的必要调查，决定是否立案。

被调查单位在上述调查期间已经采取措施停止相关行为，消除相关竞争限制的，可以不予立案。

被调查单位涉嫌滥用行政权力制定含有排除、限制竞争内容的规定，且未按照《公平竞争审查条例》及其实施办法规定的程序开展公平竞争审查的，反垄断执法机构应当立案。

省级市场监管部门应当自立案之日起七个工作日内向市场监管总局备案。

第十六条 立案后，反垄断执法机构应当及时进行调查，依法向有关单位和个人了解情况，收集、调取证据，要求有关单位和个人限期提供相关材料和信息。

反垄断执法机构依法对涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争的行为进行调查，有关单位和个人应当配合。

第十七条 市场监管总局在查处涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争行为时，可以委托省级市场监管部门进行调查。

省级市场监管部门在查处涉嫌滥用行政权力

排除、限制竞争行为时，可以委托下级市场监管部门进行调查。

受委托的市场监管部门在委托范围内，以委托机关的名义进行调查，不得再委托其他行政机关、组织或者个人进行调查。

第十八条 省级市场监管部门查处涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争行为时，可以根据需要商请相关省级市场监管部门协助调查，相关省级市场监管部门应当予以协助。

第十九条 被调查单位和个人有权陈述意见，提出事实、理由和相关证据。反垄断执法机构应当进行核实。

第二十条 经调查，反垄断执法机构认为构成滥用行政权力排除、限制竞争行为的，可以向有关上级机关提出依法处理的建议。

在调查期间，被调查单位主动采取措施停止相关行为，消除相关竞争限制，并向反垄断执法机构书面报告有关改正情况，且不存在本规定第二十二条第一款规定情形的，反垄断执法机构可以结束调查，不再向有关上级机关提出依法处理的建议。

经调查，反垄断执法机构认为不构成滥用行政权力排除、限制竞争行为的，应当结束调查。

第二十一条 反垄断执法机构向有关上级机关提出依法处理建议的，应当制作行政建议书，同时抄送被调查单位。行政建议书应当载明以下事项：

（一）主送单位名称；

（二）被调查单位名称；

（三）违法事实；

（四）被调查单位的陈述意见及采纳情况；

（五）处理建议及依据；

（六）被调查单位改正的时限及要求；

（七）反垄断执法机构名称、公章及日期。

前款第五项规定的处理建议应当能够消除相关竞争限制，并且具体、明确，可以包括停止实施有关行为、解除或者变更有关协议、停止执行有关备忘录、废止或者修改有关文件并向社会公开文件的废止或者修改情况等。

被调查单位应当按照行政建议书载明的处理

建议,积极落实改正措施,并按照反垄断执法机构的要求,限期将有关改正情况书面报告上级机关和反垄断执法机构。

第二十二条 被调查单位实施滥用行政权力排除、限制竞争行为,存在下列情形之一的,反垄断执法机构在制作行政建议书的同时,一般应当一并提出对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处分的建议,其中有关人员已查明的,应当在行政建议书中注明具体人员:

(一)拒不采纳市场监管部门依法提出的公平竞争审查意见;

(二)经市场监管部门提醒敦促仍不停止实施滥用行政权力排除、限制竞争行为的;

(三)五年内曾因滥用行政权力排除、限制竞争行为被反垄断执法机构约谈或者调查处理的;

(四)按照本规定第二十条第二款规定向反垄断执法机构书面报告有关改正情况时弄虚作假,实际未消除相关竞争限制的;

(五)其他情节严重或者造成严重不良影响的情形。

反垄断执法机构可以将行政建议书抄送纪检监察机关。

第二十三条 省级市场监管部门在提出依法处理的建议或者结束调查前,应当向市场监管总局报告。提出依法处理的建议后七个工作日内,向市场监管总局备案。

反垄断执法机构认为构成滥用行政权力排除、限制竞争行为的,依法向社会公布。

第二十四条 市场监管总局应当加强对省级市场监管部门查处滥用行政权力排除、限制竞争行为的指导和监督,统一执法标准。

省级市场监管部门应当严格按照市场监管总局相关规定查处滥用行政权力排除、限制竞争行为。

第二十五条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织涉嫌违反反垄断法规定,滥用行政权力排除、限制竞争的,反垄断执法机构可以对其法定代表人或者负责人进行约谈。

约谈可以指出涉嫌滥用行政权力排除、限制

竞争的问题,听取情况说明,要求其提出改进措施消除相关竞争限制。

约谈结束后,反垄断执法机构可以将约谈情况通报被约谈单位的有关上级机关。省级市场监管部门应当在七个工作日内将约谈情况向市场监管总局备案。

第二十六条 约谈应当经反垄断执法机构主要负责人批准。反垄断执法机构可以根据需要,邀请被约谈单位的有关上级机关共同实施约谈。

反垄断执法机构可以公开约谈情况,也可以邀请媒体、行业协会、专家学者、相关经营者、社会公众代表列席约谈。

第二十七条 反垄断执法机构实施约谈,不影响依法采取立案、调查、向有关上级机关提出依法处理的建议等其他执法措施。

第二十八条 反垄断执法机构在查处涉嫌滥用行政权力排除、限制竞争行为时,发现存在下列情形之一的,可以向有关上级机关、纪检监察机关等反映情况:

(一)对反垄断执法机构依法实施的调查,有关单位或者个人拒绝提供有关材料、信息,或者提供虚假材料、信息,或者隐匿、销毁、转移证据,或者有其他拒绝、阻碍调查行为的;

(二)干预和插手反垄断执法活动,向有关部门和人员打听案情、说情干预,或者以其他方式施加影响的;

(三)打击报复举报人、反垄断执法机构、有关单位或者个人的。

第二十九条 市场监管总局可以根据实际情况,通过提醒督促、挂牌督办等方式,及时预防和制止滥用行政权力排除、限制竞争行为,提高执法效能。

第三十条 反垄断执法机构工作人员滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊或者泄露执法过程中知悉的商业秘密、个人隐私和个人信息的,按照有关规定处理。

第三十一条 反垄断执法机构在调查期间发现的公职人员涉嫌职务违法、职务犯罪问题线索,

应当及时移交纪检监察机关。

第三十二条 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织，在起草涉及经营者经济活动的政策措施时，应当按照《公平竞争审查条例》及其实施办法开展公平竞争审查，评估对市场竞争的影响，防止排除、限制市场竞争。涉嫌构成滥用行政权力排除、限制竞争行为的，由反垄断执法机构依法调查。

第三十三条 各级市场监管部门可以通过以下方式，积极支持、促进行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织深化公平竞争理念，规范管理行为和有关政策措施，维护公平竞争市场环境，强化竞争政策基础地位：

- （一）宣传公平竞争法律法规和政策；
- （二）在政策措施制定过程中提供公平竞争

咨询；

（三）组织开展有关政策措施实施的竞争影响评估，发布评估报告；

（四）组织开展培训交流；

（五）提供工作指导建议；

（六）其他有利于规范管理行为和有关政策措施的竞争宣传倡导活动。

鼓励行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织主动增强公平竞争意识，培育和弘扬公平竞争文化，提升公平竞争政策实施能力。

第三十四条 本规定自 2026 年 2 月 1 日起施行。2023 年 3 月 10 日国家市场监督管理总局令第 64 号公布的《制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定》同时废止。

国家市场监督管理总局 国家互联网信息办公室令

第 116 号

《网络交易平台规则监督管理办法》已经 2025 年 11 月 24 日市场监管总局第 26 次局务会议通过，并经国家网信办同意，现予公布，自 2026 年 2 月 1 日起施行。

市场监管总局局长 罗 文

国家网信办主任 庄荣文

2025 年 12 月 18 日

网络交易平台规则监督管理办法

第一章 总 则

第一条 为了规范网络交易平台规则（以下简称平台规则）的制定、修改和执行，维护网络交易

秩序，保护网络交易各方主体合法权益，促进平台经济健康可持续发展，根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国网络安全法》等法律，制定本

办法。

第二条 网络交易平台经营者开展平台规则制定、修改和执行活动以及市场监督管理、网信部门依据职责对其进行监督管理，适用本办法。

第三条 本办法所称网络交易平台经营者，是指在网络交易活动中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或者非法人组织。

网络社交、网络直播等网络服务提供者为消费者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的，属于本办法规定的网络交易平台经营者。

第四条 本办法所称平台规则，是指网络交易平台经营者为服务不特定网络交易各方主体、管理平台内交易相关活动而预先拟定、供各方遵守的服务协议和交易规则的总称。

平台规则包括网络交易平台服务协议、对平台内经营者的管理规则、平台内交易及纠纷处理规则、个人信息保护规则、知识产权保护规则等。

网络交易平台经营者与特定主体单独协商达成的不具有广泛适用性的协议，不属于本办法规定的平台规则。

第五条 网络交易平台经营者制定、修改和执行平台规则应当遵循公开、公平、公正的原则，遵守法律、法规、规章和商业道德、公序良俗，不得利用平台规则实施危害国家利益、社会公共利益或者侵害网络交易各方主体合法权益的行为。

第六条 网络交易平台经营者应当通过平台规则的制定、修改和执行，加强对平台内经营者进入、退出平台以及平台内交易活动的管理，依法落实商品和服务质量保障、消费者权益保护、公平竞争、信用管理、信息安全管理、未成年人网络保护、个人信息保护、网络和数据安全保护等方面的责任。

第二章 平台规则的制定、修改和执行

第七条 网络交易平台经营者应当在其网站、应用程序首页显著位置，持续公示平台规则信息或者上述信息的链接标识，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

第八条 平台规则内容应当清晰明了，便于阅读和理解。

网络交易平台经营者应当以字体加粗等显著方式提示经营者、消费者注意平台规则中涉及收费、争议解决等与其有重大利害关系的内容，保障其知情权，并按照经营者、消费者的要求对有关条款进行解释和说明。

第九条 网络交易平台经营者应当采取技术措施，在平台规则展示页面设置检索功能，为经营者和消费者检索、浏览平台规则中的特定内容提供便利。

第十条 网络交易平台经营者制定、修改平台规则，应当在其网站、应用程序首页显著位置公开征求意见。网络交易平台经营者应当预留必要时间并提供必要的技术支持，确保有关各方能够及时充分表达意见。

第十一条 网络交易平台经营者应当全面如实归纳整理平台规则征求意见过程中收到的意见，对于合理意见应当充分吸收采纳，不采纳意见应当有合理理由。相关资料应当留档备查，保存时间自征求意见结束之日起不少于三年。

第十二条 网络交易平台经营者制定、修改的平台规则，应当至少在实施前七日予以公示。

对于涉及用户数量巨大、修改内容较多、关系有关各方重要权益的平台规则，应当至少在实施前十五日予以公示。

第十三条 网络交易平台经营者制定、修改平台规则，可能对有关各方重要权益造成重大影响的，除依照本办法第十二条规定进行公示外，还应当根据其影响程度设置合理的过渡期，为有关各方妥善处理相关事宜提供便利条件。

第十四条 平台内经营者、消费者不接受平台

规则修改的内容，要求退出平台或者终止相关服务的，网络交易平台经营者不得以设置不合理条件等方式阻止。

平台内经营者、消费者依照前款规定，要求退出平台或者终止相关服务的，网络交易平台经营者应当按照修改前的平台规则承担据实退还费用等相关责任，不得故意拖延或者无理拒绝。

第十五条 网络交易平台经营者修改平台规则的，应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

第十六条 网络交易平台经营者不得强制或者诱导经营者和消费者对相关平台规则表示同意，不得将相关平台规则设定为默认同意的选项，但不增加经营者和消费者义务、不减损经营者和消费者权益的除外。

第十七条 网络交易平台经营者应当建立健全平台规则重大事项沟通协商机制，通过定期会商、座谈、问卷调查等方式，就涉及有关各方重大利害关系的平台规则的制定、修改和执行等事项进行常态化沟通协商，对沟通协商过程中收集的意见进行全面如实归纳整理，对于合理意见应当充分吸收采纳，不采纳意见应当有合理理由。

第十八条 网络交易平台经营者应当通过平台规则的制定、修改和执行，对网络交易活动中违反法律、法规、规章、商业道德、公序良俗的行为予以规制，防止有关各方主体合法权益受到侵害。

第十九条 网络交易平台经营者根据平台规则，对平台内经营者或者消费者采取对其权益有负面影响的措施的，应当告知其违反法律、法规、规章或者平台规则的事实、理由和依据，并设置便捷的申诉渠道。法律法规另有规定的，依照其规定。

平台内经营者、消费者提起申诉的，网络交易平台经营者应当及时对申诉事项进行复核，客观公正作出处理；仅采用人工智能等技术手段处理，申诉人提出人工判定要求的，应当采用人工判定的方式进行处理。网络交易平台经营者作出处理后，应当及时将处理结果告知申诉人。

第二十条 网络交易平台经营者在平台规则的制定、修改和执行过程中，不得对平台内经营者、消费者的申诉权利作出不合理限制。

第二十一条 网络交易平台经营者应当在平台规则中明确平台内交易纠纷解决机制，依照有关法律的规定公平设定平台内交易纠纷各方的举证责任。合理减轻一方举证责任的，网络交易平台经营者应当采取措施识别、防范和处置违反诚实信用原则滥用该规则侵害有关各方主体合法权益的行为。

第二十二条 网络交易平台经营者委托第三方机构和人员执行平台规则的，应当对其进行必要的培训，并依法承担因第三方机构和人员执行不当而产生的法律责任。

第三章 信息、网络和数据安全保护

第二十三条 网络交易平台经营者为平台内经营者、消费者提供信息发布服务的，应当在平台规则中以显著方式明确平台内商品和服务信息、交易信息、评论信息等信息安全条款，要求平台内经营者、消费者遵守法律法规和国家有关规定，不得制作、复制、发布、传播违法信息，应当采取措施防范和抵制制作、复制、发布、传播不良信息。

第二十四条 网络交易平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，在平台规则中依法明确平台内经营者处理个人信息的规范，合理界定其与平台内经营者的个人信息保护权利和义务。

第二十五条 网络交易平台经营者通过平台规则明确接入其平台的第三方产品和服务提供者的网络数据安全保护义务的，应当依法规定相关方的权利和义务，督促其加强网络数据安全保护。

网络交易平台经营者不得利用平台规则从事非法处理用户网络数据、无正当理由限制用户网络数据权益等法律、行政法规禁止的活动。

第二十六条 未成年人用户数量巨大或者对未成年人群体具有显著影响的网络交易平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，制定专门的平台规则，依法明确平台内经营者的未成年人网络保护

义务，并以显著方式提示未成年人用户依法享有的网络保护权利和遭受网络侵害的救济途径。

第四章 平台内经营者权益保护

第二十七条 网络交易平台经营者不得利用平台规则，实施下列对平台内经营者的自主经营活动进行不合理限制或者附加不合理条件的行为：

（一）强制或者变相强制平台内经营者承担退款不退货等售后责任，损害其合法权益；

（二）强制或者变相强制平台内经营者开通非经营活动必需的增值服务，增加其经营成本；

（三）强制或者变相强制平台内经营者参加推广、促销活动；

（四）强制或者变相强制平台内经营者仅在特定平台开展经营活动；

（五）其他对平台内经营者的自主经营活动进行不合理限制或者附加不合理条件的行为。

网络交易平台经营者不得强制或者变相强制平台内经营者按照其定价规则，以低于成本的价格销售商品或者提供服务，扰乱市场竞争秩序。

第二十八条 网络交易平台经营者不得利用平台规则，实施下列向平台内经营者收取不合理费用的行为：

（一）重复收费；

（二）只收费不服务或者少服务；

（三）转嫁应当由平台自身承担的费用；

（四）向平台内经营者收取提供其基础经营数据的费用；

（五）强制或者变相强制平台内经营者购买服务或者参加推广、促销活动并收费；

（六）利用明显不合理的保证金等形式变相收费或者提高收费标准；

（七）收取其他不合理费用。

网络交易平台经营者不得利用平台规则，在提供相同商品或者服务的情形下，对具有同等交易条件的平台内经营者实行价格歧视。

第二十九条 网络交易平台经营者在平台规则

中对平台内经营者有关行为设置违约金或者损害赔偿金的，应当合理设置违约金的数额或者损害赔偿金的计算方法；按照平台规则收取违约金或者损害赔偿金的，应当告知相应的计算依据和方法，不得利用平台规则收取明显超出合理水平的违约金或者损害赔偿金。

第五章 消费者权益保护

第三十条 网络交易平台经营者不得在平台规则的制定、修改和执行过程中排除或者限制消费者权利、减轻或者免除自身责任、不合理加重消费者责任，具体包括下列情形：

（一）要求消费者承担的违约金或者损害赔偿金超过法定数额或者明显超过合理数额；

（二）排除或者限制消费者依法自主选择商品或者服务的权利；

（三）排除或者限制消费者依法请求支付违约金或者损害赔偿金的权利；

（四）排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利；

（五）其他排除或者限制消费者权利、减轻或者免除自身责任、不合理加重消费者责任的情形。

第三十一条 网络交易平台经营者不得利用平台规则，在消费者不知情的情况下，对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。

第三十二条 消费者购买网络交易平台经营者提供的会员服务的，网络交易平台经营者不得在约定服务期内通过单方面修改平台规则的方式，擅自收取额外费用或者减损会员权益。在消费者继续购买会员服务前，网络交易平台经营者应当以显著方式告知消费者平台规则中与会员权益相关的变化情况。

因无法预见的客观情况导致网络交易平台经营者无法按照原有平台规则对消费者提供相关服务，消费者提出终止会员服务的，应当依照本办法第十四条的规定处理。

第六章 监督管理

第三十三条 市场监督管理总局、网信部门应当依据职责对平台规则的制定、修改和执行活动加强监督管理，并建立健全线索移交、信息共享、会商研判等工作机制。

市场监督管理总局、网信部门依法开展监督管理活动，网络交易平台经营者应当予以配合，提供必要的数据、技术支持和协助，并确保所提供数据的真实性、准确性。

第三十四条 鼓励网络交易平台经营者建立平台规则社会共治制度，通过消费者组织、第三方机构和专家咨询、评议等方式，充分听取各方对平台规则的意见。

第三十五条 鼓励网络交易平台经营者发布年度平台规则合规报告，对平台规则的制定、修改和执行情况开展合规自评，并接受社会监督。

鼓励网络交易平台经营者邀请或者委托第三方机构，出具平台规则外部合规评估报告。

第三十六条 省级以上市场监督管理总局、网信部门可以通过组织专家评审等方式，对本辖区内网络交易平台经营者制定、修改和执行平台规则的情况提出意见，并及时反馈相关网络交易平台经营者，指导其优化平台规则制定、修改和执行机制。

第三十七条 市场监督管理总局、网信部门在依照本办法规定履行平台规则监督管理职责过程中，应当确保行政检查于法有据、严格规范、公正文明、精准高效，避免对网络交易平台经营者、平台内经营者正常经营活动造成不必要的干扰。

第三十八条 网络交易平台经营者在平台规则的制定、修改和执行过程中有下列情形之一的，市场监督管理总局、网信部门可以依据职责对其有关负责人进行约谈，要求其说明情况、采取措施进行整改：

- （一）履行网络交易相关法定义务不到位的；
- （二）发生网络交易相关重大负面舆情事件的；
- （三）市场监督管理总局、网信部门在日常监督

管理中发现存在可能对网络交易秩序造成负面影响问题的；

（四）未保障平台内经营者、消费者等有关各方主体合法权益的；

（五）其他需要约谈的情形。

第七章 法律责任

第三十九条 网络交易平台经营者有下列行为之一的，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十一条的规定进行处罚：

（一）违反本办法第七条规定，未在其网站、应用程序首页显著位置，持续公示平台规则信息或者上述信息的链接标识的；

（二）违反本办法第十条规定，未按照要求公开征求意见的；

（三）违反本办法第十二条第一款规定，未按照规定的时间提前公示平台规则内容的；

（四）违反本办法第十四条第一款规定，平台内经营者不接受平台规则修改的内容要求退出，以设置不合理条件等方式阻止其退出的。

第四十条 网络交易平台经营者违反本办法第八条第二款、第十一条、第十四条第二款、第十六条、第二十条、第二十九条、第三十条、第三十二条第一款规定，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，属于市场监督管理部门职责的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以上十万元以下罚款。

第四十一条 网络交易平台经营者违反本办法第二十三条至第二十六条规定，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，属于网信部门职责的，由网信部门责令限期改正，可以处一万元以上十万元以下罚款。

第四十二条 网络交易平台经营者违反本办法第二十七条第一款、第二十八条第一款规定的，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十二条的规定进行处罚。

网络交易平台经营者违反本办法第二十七条

第二款规定的，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》第三十条的规定进行处罚。

网络交易平台经营者违反本办法第二十八条第二款规定的，依照《中华人民共和国价格法》第四十条、《价格违法行为行政处罚规定》第四条的规定进行处罚。

第四十三条 网络交易平台经营者违反本办法第三十一条规定的，依照《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条第一款的规定进行处罚。

第四十四条 网络交易平台经营者利用平台规则从事垄断行为的，依照《中华人民共和国反垄断

法》的规定进行处罚。

第四十五条 市场监督管理部门依照本办法对网络交易平台经营者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。

第八章 附 则

第四十六条 平台规则制定、修改和执行活动的监督管理依法属于其他有关部门职责的，由其他有关部门依照有关规定执行。

第四十七条 本办法自2026年2月1日起施行。

国家市场监督管理总局 国家互联网信息办公室令

第 117 号

《直播电商监督管理办法》已经2025年11月24日市场监管总局第26次局务会议通过，并经国家网信办同意，现予公布，自2026年2月1日起施行。

市场监管总局局长 罗 文

国家网信办主任 庄荣文

2025年12月18日

直播电商监督管理办法

第一章 总 则

第一条 为了加强直播电商监督管理，保护消费者和经营者的合法权益，促进直播电商健康发展，根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国网络安全法》等法律，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内从事直播电商

活动以及市场监督管理、网信部门依据职责对其进行监督管理，适用本办法。

本办法所称直播电商，是指通过互联网站、应用程序等，以视频直播、音频直播或者多种直播相结合等形式销售商品或者提供服务的经营活动。

本办法所称直播电商平台经营者，是指在直播电商活动中提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活

动的法人或者非法人组织。

本办法所称直播间运营者，是指在直播电商平台注册账号或者通过自建网站、其他网络服务，开设直播间从事直播电商活动的自然人、法人和非法人组织。实际运营他人直播间的，也应当依照本办法规定履行直播间运营者的相应义务。

本办法所称直播营销人员，是指在直播电商活动中直接面向社会公众开展商品或者服务宣传、推介活动的自然人。

本办法所称直播营销人员服务机构，是指为直播营销人员从事直播电商活动提供策划、运营、经纪、培训和技术支持等服务的机构。

第三条 从事直播电商活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律、法规、规章和商业道德、公序良俗，公平参与市场竞争，接受政府监管和社会监督，营造良好直播电商生态。

第四条 直播电商监督管理应当坚持鼓励创新、严守底线、线上线下一体化监管的原则，营造有利于直播电商健康发展的市场环境，充分发挥直播电商在推动高质量发展、满足人民日益增长的美好生活需要等方面的重要作用。

第五条 鼓励直播电商平台经营者、直播间运营者建立健全首问负责、先行赔付、在线争议解决等制度，及时预防和解决直播电商领域消费争议。

鼓励相关行业组织加强行业自律，建立健全行业规范，推动行业诚信建设，监督、引导本行业经营者公平参与市场竞争、自觉维护消费者合法权益。

鼓励消费者组织加强对直播电商活动的社会监督，维护消费者合法权益。

第二章 直播电商平台经营者

第六条 直播电商平台经营者应当建立健全直播账号注册注销、平台内交易行为规范、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全保护以及直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构管理等机制。

直播电商平台经营者应当加强直播电商信息内容管理，建立健全内容审核机制，营造良好直播电商生态。

第七条 直播电商平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，制定平台服务协议和交易规则（以下简称平台规则），明确直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等主体的权利和义务，并以显著方式提醒相关主体注意与其有重大利害关系的内容。

直播电商平台经营者应当在平台规则中要求直播间运营者、直播营销人员服务机构规范直播营销人员的招募、培训、使用、管理等工作。

第八条 直播电商平台经营者应当要求申请进入平台从事直播电商活动的直播间运营者提供其名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并至少每六个月核验更新一次。

直播电商平台经营者应当要求直播间运营者在直播营销人员首次直播前，提供经核验无误的该人员姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式、所属直播营销人员服务机构以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息，对直播间运营者履行核验义务提供技术支持并进行监督。

直播电商平台经营者应当建立并落实直播营销人员真实身份动态核验制度，不得为与真实身份不符或者依照国家有关规定不得从事直播电商活动的人员提供相关服务。

第九条 直播电商平台经营者应当分别于每年一月和七月向平台住所地省级市场监督管理部门报送直播间运营者、直播营销人员的下列身份信息：

（一）已办理经营主体登记的直播间运营者的名称（姓名）、统一社会信用代码、实际经营地址、联系方式、直播账号等信息；

（二）未办理经营主体登记的直播间运营者的姓名、身份证件号码、实际经营地址、联系方式、直播账号等信息；

（三）直播营销人员的姓名、身份证件号码、

经常居住地址、联系方式、所属直播营销人员服务机构以及与直播营销相关的专业资质、职业职务等信息。

第十条 直播电商平台经营者应当建立健全直播营销人员培训机制，每年对直播营销人员开展培训；在为首次从事直播电商活动的直播营销人员提供直播服务前，应当组织开展网络交易、网络信息安全相关法律、法规、规章以及产品质量安全、消费者权益保护、平台规则等方面的培训。直播营销人员不得在接受培训时弄虚作假或者拒不参加培训。

直播电商平台经营者应当每年组织直播间运营者、直播营销人员服务机构学习网络交易、网络信息安全相关法律、法规、规章，及时通报有关部门的工作要求。

第十一条 直播电商平台经营者应当通过平台规则建立健全直播间运营者分级分类管理制度，根据直播间运营者合规情况、关注和访问量、交易规模、所销售的商品或者服务种类以及其他指标，采取相应的管理措施。其中，对关注用户多、交易规模大、直播营销人员影响力强、多次出现违法行为或者从事关系消费者生命健康的商品或者服务的直播电商活动的直播间运营者，应当采取技术监测、实时巡查等管理措施。

鼓励直播电商平台经营者建立健全直播间运营者信用评价指标体系，将市场监督管理总局、网信部门依法共享或者通报的经营异常名录、严重违法失信名单、行政处罚、信用修复等信息纳入信用评价指标体系，并根据信用评价结果，采取相应的管理措施。

第十二条 直播电商平台经营者应当通过平台规则建立健全平台内违法行为处置制度，明确对违反法律、法规、规章的直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构采取警示、限制功能、限制流量、暂停直播、限期停播、关闭账号、禁止重新注册账号、列入黑名单等处置措施的具体情形、程序以及相应的救济途径。采取处置措施的种类和幅度，应当与有关违法行为的事实、性质、情

节、社会危害程度等相当。

市场监督管理总局、网信部门经调查核实，将相关直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构违法情况通报直播电商平台经营者的，直播电商平台经营者应当根据相关法律、法规、规章以及平台规则，及时依照前款规定采取相应的处置措施。

直播电商平台经营者采取处置措施的，应当保存有关记录，依法及时向平台住所地县级以上市场监督管理总局、网信部门报告，并作为评价直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构合规情况的参考。其中，采取关闭账号、禁止重新注册账号、列入黑名单等处置措施的，应当同时向平台住所地省级市场监督管理总局、网信部门报告。

第十三条 直播电商平台经营者应当建立健全风险识别制度，配备与其经营规模相适应的直播管理专业人员，加强对直播电商活动的动态监测，对直播中的违法行为及时采取警示、限制流量、暂停直播等处置措施。

第十四条 直播电商平台经营者应当通过平台规则建立健全黑名单制度，将严重违反市场监督管理、网信领域法律、行政法规的直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构列入黑名单。

直播电商平台经营者将相关主体列入黑名单的，应当及时告知其违反法律、行政法规的事实、理由和依据，列入黑名单的具体期限以及相应的申诉途径；相关主体提起申诉的，应当对申诉事项进行必要的复核，客观公正作出处理，并及时将处理结果告知相关主体。

直播电商平台经营者应当加强对被列入黑名单的相关主体的管理，采取必要措施防止其在被列入黑名单期间，通过更换账号、重新注册账号等方式逃避惩戒；列入黑名单的期限届满的，应当将其移出并同步解除相应的处置措施。

鼓励直播电商平台经营者之间共享黑名单相关信息，对相关主体采取信用管理措施。

第十五条 直播电商平台经营者应当为直播间运营者依法履行信息公示义务提供必要的技术支

持。直播间运营者公示的信息发生变更的,应当在三个工作日内将变更情况报送直播电商平台经营者,直播电商平台经营者应当在七个工作日内进行核验,完成更新公示。

第十六条 直播电商平台经营者应当通过技术手段确保交易信息的完整性。交易信息应当包括直播账号,有关商品或者服务的直播视频回放记录、直播互动信息,消费者订单形成时的商品或者服务详情页面快照、客服记录、支付记录、物流快递、退换货以及售后等信息。上述交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年。法律、行政法规另有规定的,依照其规定。

第十七条 直播电商平台经营者应当采取有效措施,防范和处置直播间运营者、直播营销人员利用人工智能等技术手段,编造、传播虚假或者引人误解的商业信息,假冒他人进行商业宣传,欺骗、误导消费者和其他经营者。

第十八条 直播电商平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度,明确消费争议解决机制。发生消费争议的,直播电商平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息以及相关交易记录等必要信息。

第十九条 直播电商平台经营者知道或者应当知道直播间运营者、直播营销人员销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,或者有其他侵害消费者合法权益行为的,应当依法采取必要措施。

第二十条 直播电商平台经营者应当建立健全投诉机制,明确处理流程和反馈时限,及时处理消费者投诉,并采取必要措施识别、防范和处置违反诚实信用原则滥用平台投诉机制的行为。

对于投诉集中的直播间运营者、直播营销人员,直播电商平台经营者应当及时采取技术监测、实时巡查等管理措施。

直播电商平台经营者应当将核查属实的投诉情况作为评价直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构合规情况的参考。

第二十一条 直播电商平台经营者应当积极配

合市场监督管理、网信部门依法开展的监督检查、案件调查、事故处置、缺陷消费品召回、消费争议处理等监管执法活动,如实提供有关直播间运营者、直播营销人员的身份信息、商品或者服务信息、交易信息等。

第二十二条 市场监督管理部门依法对直播间运营者、直播营销人员开展调查,发现上述主体通过实际经营地址、经常居住地址无法联系的,应当及时通报直播电商平台经营者。

直播电商平台经营者应当在接到市场监督管理部门通报后五个工作日内提醒相关直播间运营者、直播营销人员及时更新相关信息。

经提醒,相关直播间运营者、直播营销人员仍不及时更新相关信息的,直播电商平台经营者应当根据平台规则,对其采取相应的处置措施,并保存有关记录。

相关直播间运营者、直播营销人员更新相关信息后,可以根据平台规则,向平台申请解除处置措施。直播电商平台经营者收到申请并核验无误后,应当及时解除处置措施。

第二十三条 直播电商平台经营者对直播间运营者、直播营销人员采取处置措施的,应当对受影响的消费者的相关订单处理、售后服务、消费纠纷解决等作出妥善安排,协助消费者进行维权。

第二十四条 其他网络服务提供者在直播电商活动中,提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务的全部或者部分内容的,应当根据其具体服务内容,依法履行本章规定的直播电商平台经营者应当履行的身份核验及登记、有关信息报送、违法行为处置及报告、交易信息保存、协助消费者维权和配合监管执法等相应义务;违反相关规定的,依法承担相应的责任。

第三章 直播间运营者、直播营销人员

第二十五条 直播间运营者为法人或者非法人组织的,应当在直播账号信息主页显著位置依法公示真实有效的名称、统一社会信用代码、住所、行

政许可等信息，或者上述信息的链接标识。

直播间运营者为自然人，属于个体工商户的，应当在直播账号信息主页显著位置依法公示真实有效的名称、经营者姓名、统一社会信用代码、经营场所、组成形式等信息，或者上述信息的链接标识；属于依法不需要办理经营主体登记的其他自然人的，应当在直播账号信息主页显著位置依法公示实际经营地址、联系方式、所属直播营销人员服务机构等真实有效的信息，或者上述信息的链接标识。

相关信息发生变更的，直播间运营者应当在三个工作日内将变更情况报送直播电商平台经营者。

直播间运营者依照本办法公示信息的，应当同时符合法律、行政法规和国家有关规定对展示账号相关信息的要求。

第二十六条 直播间运营者应当在其直播页面，以显著方式持续展示实际销售商品或者提供服务的经营者名称（姓名）、实际经营地址、联系方式等信息，或者该信息的链接标识。

通过链接标识展示相关信息的，应当符合以下要求：

（一）在直播页面显著位置设置便捷入口，跳转页面应当真实、完整展示第一款规定的信息，不得多次跳转；

（二）不得设置连续多次验证、强制关注账号、打赏互动等不合理访问限制；

（三）不得以弹窗覆盖等技术手段干扰阅读。

第二十七条 直播间运营者应当核验实际销售商品或者提供服务的经营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可、强制性产品认证、产品合格证明文件等信息，强化对直播选品、营销用语等的审核把关，并保存相关记录备查。保存记录自直播结束之日起不少于三年。

第二十八条 直播间运营者应当核验直播营销人员的姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式、所属直播营销人员服务机构以及与直播营销

相关的专业资质、职业职务等身份信息，并及时核验更新，保存相关记录备查，确保直播营销人员身份信息真实有效。保存记录自直播结束之日起不少于三年。

直播间运营者应当在每次直播前将核验无误的直播营销人员身份信息报送直播电商平台经营者。

第二十九条 直播间运营者设置、展示的账号名称、头像、简介和直播间标题、封面、布景、道具等，应当符合法律、法规、规章的规定，不得含有损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗以及欺骗、误导消费者等内容的信息。

第三十条 直播间运营者应当建立健全事前合规审核机制，在直播前依照有关规定对展示内容、讲解内容、服装、布景、道具等进行审核。

第三十一条 直播间运营者应当建立健全直播营销人员纠错机制，发现直播营销人员出现口误、表述不完整、表述不当等情形时，应当现场进行纠正，并保存记录备查。保存记录自直播结束之日起不少于三年。

直播间运营者应当对直播间互动内容进行实时管理，及时处置违法信息，并依法保存相关处置记录。

第三十二条 直播间运营者应当以显著方式展示所销售商品的品名、价格和计价单位或者提供服务的项目、内容、价格和计价方法等信息，或者上述信息的链接标识；采取价格比较、折价、减价等促销方式的，应当显著标明被比较价格或者折价、减价的计算基准等信息，或者上述信息的链接标识。

第三十三条 直播间运营者、直播营销人员不得通过直播间销售或者提供下列违法商品或者服务：

（一）不符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求的商品或者服务；

（二）掺杂、掺假、以假充真、以次充好等质量不合格的商品；

（三）法律、行政法规禁止交易，损害国家

利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品或者服务。

第三十四条 直播间运营者、直播营销人员不得对商品或者服务的经营主体以及性能、功能、质量、销售情况、用户评价、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。

直播间运营者、直播营销人员不得利用人工智能等技术手段，编造、传播虚假或者引人误解的商业信息，假冒他人进行商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。

第三十五条 直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的，应当依照《中华人民共和国广告法》的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的义务。

下列情形一般构成前款所称的商业广告：

（一）商品经营者或者服务提供者以外有一定影响的自然人，在直播电商活动中以自己的名义或者形象对商品或者服务作推荐、证明的；

（二）为推销商品或者服务，将介绍商品或者服务的直播内容录制、剪辑、编辑后，以文字、图像、视频、音频等形式通过互联网或者其他媒介发布的；

（三）其他构成商业广告的情形。

第三十六条 直播间运营者、直播营销人员不得编造、传播或者指使他人编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害其他经营者的商业信誉、商品声誉。

第三十七条 直播间运营者使用人工智能等技术生成的人物图像、视频从事直播电商活动的，应当符合有关法律、法规、规章和强制性国家标准的要求，并依照国家有关规定进行标识，持续向消费者提示该人物图像、视频由人工智能等技术生成。

在直播电商活动中使用人工智能等技术生成的人物图像、视频，存在违反法律、法规、规章规定情形的，由管理或者使用该人物图像、视频的直播间运营者依法承担责任。法律、法规、规章另有规定的，依照其规定。

第四章 直播营销人员服务机构

第三十八条 直播营销人员服务机构应当建立健全内部管理制度，规范直播营销人员的招募、培训、使用、管理等工作。

第三十九条 直播营销人员服务机构应当完善对直播营销人员的招募机制，核验直播营销人员的姓名、身份证件号码、经常居住地址、联系方式以及直播营销相关的专业资质、职业职务等身份信息。

第四十条 直播营销人员服务机构应当与直播营销人员签订协议，明确各自应当履行的义务，不得减轻或者免除自身依法应当承担的责任。

第四十一条 直播营销人员服务机构应当加强对直播营销人员的培训，提醒其在直播电商活动中应当依法履行的义务。

第四十二条 直播营销人员服务机构应当加强对直播营销人员的日常管理和规范引导，建立健全直播营销人员违法行为处置制度，对发现的直播营销人员违法行为及时采取必要的处置措施。

第四十三条 直播营销人员服务机构与直播间运营者合作开展商业活动的，应当核验直播运营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可等信息，并与其签订书面协议，明确各自在直播营销人员管理、直播内容管理、产品质量审核、消费者权益保护等方面的义务。

第四十四条 直播营销人员服务机构不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助直播间运营者、直播营销人员进行虚假或者引人误解的商业宣传。

第四十五条 直播营销人员服务机构提供直播选品服务的，应当核验实际销售商品或者提供服务的经营者的名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可、强制性产品认证、产品合格证明文件等信息，并保存相关记录备查。保存记录自直播结束之日起不少于三年。

第五章 监督管理

第四十六条 市场监督管理、网信部门应当依据职责加强对直播电商活动的监督管理，并建立健全线索移交、信息共享、会商研判等工作机制。

市场监督管理、网信部门对直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员服务机构依法开展监督管理的，相关经营主体应当予以配合，提供必要的数据、技术支持和协助，并确保所提供数据的真实性、准确性。

第四十七条 直播电商平台经营者，通过自建网站、其他网络服务从事直播电商活动的直播间运营者，以及直播营销人员服务机构违反本办法规定的行为，由其住所地县级以上市场监督管理、网信部门依据职责管辖。

通过直播电商平台从事直播电商活动的直播间运营者违反本办法规定的行为，由其实际经营地县级以上市场监督管理、网信部门依据职责管辖。无法确定实际经营地，已办理经营主体登记的，由其住所地县级以上市场监督管理、网信部门依据职责管辖；未办理经营主体登记的，由直播电商平台经营者住所地县级以上市场监督管理、网信部门依据职责管辖。

直播营销人员违反本办法规定的行为，由依照前两款规定负责管辖其所在直播间的运营者违法行为的市场监督管理、网信部门依据职责管辖。

第四十八条 直播电商平台经营者住所地省级市场监督管理部门应当根据工作需要，及时将其掌握的直播间运营者、直播营销人员身份信息与直播间运营者实际经营地的省级市场监督管理部门共享。

第四十九条 市场监督管理、网信部门依据职责对涉嫌违法的直播电商活动进行查处时，可以采取下列措施：

（一）对与涉嫌违法的直播电商活动有关的场所进行现场检查；

（二）查阅、复制与涉嫌违法的直播电商活动有关的合同、票据、账簿等有关资料；

（三）收集、调取、复制与涉嫌违法的直播电商活动有关的电子数据；

（四）询问涉嫌从事违法的直播电商活动的直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等当事人；

（五）向与涉嫌违法的直播电商活动有关的自然人、法人和非法人组织调查了解有关情况；

（六）法律、法规规定可以采取的其他措施。

第五十条 市场监督管理、网信部门发现直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构有违反市场监督管理、网信领域法律、法规、规章的行为，依法要求直播电商平台经营者采取必要处置措施的，直播电商平台经营者应当予以配合。

第五十一条 市场监督管理部门依法对直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等主体实施信用监管，将其注册登记、备案、行政许可、抽查核查结果、行政处罚、存续状态、列入经营异常名录和市场监督管理严重违法失信名单等信息，依法通过国家企业信用信息公示系统公示。对存在严重违法失信行为的，依法采取相应的惩戒措施。

前款规定的信息还可以通过市场监督管理部门官方网站、网络搜索引擎、经营者从事经营活动的主页面显著位置等公示。

网信部门依法将实施违法行为情节严重、影响恶劣的相关主体列入互联网严重失信名单，并采取相应的惩戒措施。

第五十二条 直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构有下列情形之一的，市场监督管理、网信部门可以依据职责对其有关责任人进行约谈，要求其说明情况、采取措施进行整改：

（一）履行直播电商相关法定义务不到位的；

（二）发生直播电商相关重大负面舆情事件的；

（三）市场监督管理、网信部门在日常监督管理中发现存在可能对直播电商秩序造成负面影响问题的；

(四) 未保障消费者等有关各方主体合法权益的;

(五) 其他需要约谈的情形。

第六章 法律责任

第五十三条 直播电商平台经营者有下列行为之一,属于市场监督管理部门职责的,由市场监督管理部门依照《中华人民共和国电子商务法》第八十条的规定进行处罚:

(一) 不依照本办法第八条第一款规定对直播间运营者身份信息进行核验、登记的;

(二) 不依照本办法第九条第一项、第二项规定报送有关信息的;

(三) 不履行本办法第十六条规定的交易信息保存义务的。

第五十四条 直播电商平台经营者有下列行为之一,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,属于市场监督管理部门职责的,由市场监督管理部门责令限期改正;拒不改正或者情节严重的,处一万元以上十万元以下罚款:

(一) 不依照本办法第八条第三款规定对直播营销人员真实身份进行核验的;

(二) 不依照本办法第九条第三项规定报送有关信息的;

(三) 不履行本办法第十条规定的培训义务的;

(四) 不依照本办法第十一条第一款规定建立健全直播间运营者分级分类管理制度的;

(五) 不依照本办法第十二条规定建立健全平台内违法行为处置制度的;

(六) 不依照本办法第十三条规定建立健全风险识别制度的;

(七) 不依照本办法第十四条规定建立健全黑名单制度的;

(八) 不依照本办法第十七条规定采取有效措施防范和处置有关虚假商业宣传行为的;

(九) 不履行本办法第二十二条规定的提醒、处置义务的。

第五十五条 直播电商平台经营者违反本办法第十八条规定,属于市场监督管理部门职责的,由市场监督管理部门依照《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》第五十条第一款的规定进行处罚。

第五十六条 直播电商平台经营者违反本办法第十九条规定,对直播间运营者、直播营销人员侵害消费者合法权益行为未采取必要措施的,由市场监督管理部门依照《中华人民共和国电子商务法》第八十三条的规定进行处罚。

第五十七条 直播间运营者不履行本办法第二十五条第一款至第三款规定的信息公示义务的,由市场监督管理部门依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条的规定进行处罚。

第五十八条 直播间运营者不履行本办法第二十六条规定的信息展示义务,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,属于市场监督管理部门职责的,由市场监督管理部门责令限期改正;逾期不改正的,处一万元以下罚款。

第五十九条 直播间运营者有下列行为之一,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,属于市场监督管理部门职责的,由市场监督管理部门责令限期改正;拒不改正或者情节严重的,处一万元以上十万元以下罚款:

(一) 不履行本办法第二十七条、第二十八条规定的核验义务的;

(二) 不依照本办法第二十九条规定设置、展示账号名称、头像、简介和直播间标题、封面、布景、道具等的;

(三) 不依照本办法第三十条规定建立健全事前合规审核机制的;

(四) 不依照本办法第三十一条规定建立健全直播营销人员纠错机制的;

(五) 不履行本办法第三十七条第一款规定的标识义务的。

第六十条 直播间运营者违反本办法第三十二条规定的，由市场监督管理部门依照《中华人民共和国价格法》《价格违法行为行政处罚规定》进行处罚。

第六十一条 直播间运营者、直播营销人员违反本办法第三十三条规定，通过直播间销售或者提供有关违法商品或者服务，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，属于市场监督管理部门职责的，由市场监督管理部门责令限期改正，处一万元以上十万元以下罚款。

第六十二条 直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构违反本办法第三十四条、第四十四条规定的，由市场监督管理部门依照《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十五条第一款的规定进行处罚；属于发布虚假广告的，依照《中华人民共和国广告法》第五十五条的规定进行处罚。

直播间运营者、直播营销人员违反本办法第三十六条规定的，由市场监督管理部门依照《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十八条的规定进行处罚。

第六十三条 直播营销人员违反本办法第三十三条、第三十四条、第三十六条规定，属于职务行为的，由其所在单位承担相应的行政责任；但是，有证据证明该直播营销人员的行为与其职务行为无关的除外。

第六十四条 直播营销人员服务机构不履行本办法第三十九条、第四十三条、第四十五条规定的核验义务，或者不依照本办法第四十二条规定加强对直播营销人员的日常管理和规范引导，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，属于市场监督管理部门职责的，由市场监督管理部门责令限期改正；拒不改正或者情节严重的，处一万元以上十万元以下罚款。

第六十五条 在直播电商活动中制作、复制、发布、传播违法信息，或者未采取措施防范和抵制制作、复制、发布、传播不良信息的，由网信部门依据职责，依照《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、行政法规的规定进行处罚。

违反本办法第六条至第八条、第十条、第十一条第一款、第十二条、第十三条、第十四条第一款至第三款、第十六条、第十七条、第二十五条第四款、第二十七条、第二十九条至第三十一条、第三十四条、第三十六条、第三十七条、第四十一条至第四十四条，属于网信部门职责的，由网信部门依照《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、行政法规的规定进行处罚；法律、行政法规没有规定的，由网信部门责令限期改正；拒不改正或者情节严重的，处一万元以上十万元以下罚款，并可以责令暂停提供相关服务。

第六十六条 妨害市场监督管理、网信部门依照本办法履行职责，拒绝、阻碍监管执法的，法律、行政法规、部门规章有规定的，依照其规定；法律、行政法规、部门规章没有规定的，由市场监督管理、网信部门依据职责责令改正，对个人可以处一千元以上一万元以下罚款，对单位可以处一万元以上十万元以下罚款。

第六十七条 违反本办法规定，涉嫌犯罪的，依法移送司法机关追究刑事责任。

第七章 附 则

第六十八条 直播电商活动的监督管理依法属于其他有关部门职责的，由其他有关部门依照有关规定执行。

第六十九条 本办法自2026年2月1日起施行。

国家市场监督管理总局令

第 118 号

《市场监督管理行政处罚案件违法所得认定办法》已经 2025 年 12 月 22 日市场监管总局第 30 次局务会议通过，现予公布，自 2026 年 3 月 20 日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 23 日

市场监督管理行政处罚案件
违法所得认定办法

第一条 为了规范市场监督管理行政处罚案件违法所得认定，保障和监督市场监督管理部门依法实施行政处罚，保护公民、法人和其他组织的合法权益，根据《中华人民共和国行政处罚法》，制定本办法。

第二条 市场监督管理部门办理行政处罚案件认定违法所得，适用本办法。

第三条 违法所得是指实施违法行为所取得的款项。违法所得应当与当事人所实施的违法行为直接相关，是当事人基于该违法行为直接获得的款项。

第四条 当事人直接用于生产经营活动的合法必要支出，可以在认定违法所得时扣除。法律、行政法规、部门规章另有规定的，从其规定。

第五条 市场监督管理部门计算违法所得时，可以扣除当事人直接用于生产商品的原材料购进价款、所销售或者在服务中使用的商品购进价款等合法必要支出。

当事人认为有其他合法必要支出的，可以向市场监督管理部门提出申请。

第六条 当事人应当在市场监督管理部门指定的合理期限内，提供认定合法必要支出所需要的真

实、完整的单证、协议、会计账簿等证据材料。市场监督管理部门根据当事人提供的材料，对合法必要支出作出认定。

当事人未在指定期限内提供足够证据证实的款项，或者合法必要支出与其他支出混同且难以区分的款项，不予扣除。

第七条 多收或者少付价款的价格违法行为，违法所得按照当事人实施该行为多收或者少付的价款计算。

第八条 拉人头、骗取入门费式传销活动的违法所得，按照当事人实施该传销活动所取得的全部收入计算。

第九条 违反法律法规的规定，为违法行为提供便利条件的，违法所得按照当事人实施该违法行为所取得的全部收入计算。

第十条 在认定违法所得时，当事人在市场监督管理部门作出行政处罚前依法缴纳的直接相关税款，可以按照本办法第六条的规定，予以认定和扣除。

第十一条 当事人已经依法退赔的款项，市场监督管理部门不予没收，但应当计入违法所得。

第十二条 市场监督管理部门可以委托具有相关业务能力的第三方机构，开展违法所得的核算、评估等工作。

受委托的第三方机构应当独立开展相关工作，并对工作中知悉的国家秘密、商业秘密和案件信息予以保密。

第十三条 市场监督管理领域同一部法律、行政法规的法律责任中，部分条款对没收违法所得作出规定，部分条款未作出规定的，对未作出规定的条款所涉及的违法行为，一般视为违法所得无需单独计算。

第十四条 经充分调查，违法所得数额仍然无法查清的，可以不再单独计算违法所得，但应当在确定罚款数额时作为考量因素。

当事人全部违法所得无法准确计算，但是其中部分违法所得能够确定的，可以将该部分款项认定为违法所得；无法计算的部分，按照前款规定处

理。

有前两款规定情形的，应当报经市场监督管理部门主要负责人审批同意。

第十五条 市场监督管理部门依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条第一款规定，作出不予行政处罚决定的，不再没收违法所得，但不免除当事人依法退赔的责任。

第十六条 国务院药品监督管理部门和省级药品监督管理部门办理行政处罚案件认定违法所得，适用本办法。

法律、行政法规授权的履行市场监督管理职能的组织办理行政处罚案件认定违法所得，适用本办法。

第十七条 本办法自2026年3月20日起施行。2008年11月21日原国家工商行政管理总局令第37号公布的《工商行政管理机关行政处罚案件违法所得认定办法》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 119 号

《纤维制品质量监督管理办法》已经2025年12月1日市场监管总局第27次局务会议通过，现予公布，自2026年7月1日起施行。

局 长 罗 文

2025年12月25日

纤维制品质量监督管理办法

第一条 为了加强纤维制品质量监督管理，保证纤维制品质量，保障人身财产安全，根据《中华人民共和国产品质量法》等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 生产、销售纤维制品以及将纤维制品用于经营性服务，应当遵守本办法。

本办法所称的纤维制品，是指生活用纤维制品和非生活用絮用纤维制品。一次性使用卫生用

品、玻璃纤维制品、碳纤维制品等产品不适用本办法。

第三条 国家市场监督管理总局主管全国纤维制品质量监督工作。县级以上地方市场监督管理部门负责本行政区域内纤维制品质量监督工作。县级以上地方人民政府对纤维制品质量监督职责另有规定的，从其规定。

中国纤维质量监测中心承担纤维制品质量监督的技术支撑工作并组织实施纤维制品质量监测。县级以上地方市场监督管理部门所属专业纤维检验机构承担本行政区域内纤维制品质量监督的技术支撑工作并具体实施纤维制品质量监测。

县级以上地方市场监督管理部门可以委托所属的符合《中华人民共和国行政处罚法》第二十一条规定条件的专业纤维检验机构开展纤维制品的行政执法。

第四条 纤维制品生产者、销售者以及将纤维制品用于经营性服务的经营者，应当建立健全纤维制品质量安全管理制度，依法履行纤维制品质量义务。

第五条 纤维制品质量应当符合以下要求：

（一）不存在危及人身、财产安全的不合理危险，有保障人体健康和人身、财产安全的强制性国家标准的，应当符合该标准；

（二）具备产品应当具备的使用性能，但是，对产品存在使用性能的瑕疵作出说明的除外；

（三）符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准，符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。

第六条 禁止生产、销售下列纤维制品以及将下列纤维制品用于经营性服务：

（一）掺杂、掺假、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品的；

（二）伪造、冒用质量标志的；

（三）伪造产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址的。

第七条 禁止将下列物质用于加工制作纤维制品：

（一）医用纤维性废弃物；

（二）使用过的殡葬用纤维制品；

（三）来自传染病疫区无法证实其未被污染的纤维制品；

（四）国家禁止进口的废旧纤维制品以及其他被有毒有害物质污染的纤维和纤维制品；

（五）国家规定的其他禁止用于加工制作纤维制品的物质。

第八条 不得将下列物质作为生活用絮用纤维制品的填充物、铺垫物原料：

（一）被污染的纤维；

（二）废旧纤维制品或者再加工纤维；

（三）手扯长度为13mm以下的棉短绒；

（四）经脱色漂白处理的纤维下脚、纤维制品下脚、再加工纤维；

（五）未洗净的动物纤维；

（六）发霉变质的纤维；

（七）国家规定的其他禁止用于生活用絮用纤维制品填充物、铺垫物原料的物质。

废旧纤维制品或者再加工纤维中，未被污染的纤维下脚、缫丝副产品、洗净的动物纤维可以作为生活用絮用纤维制品的填充物、铺垫物原料，未被污染的纤维制品下脚或者再加工纤维经消毒工艺处理后可以作为软体家具等产品的填充物、铺垫物原料。

第九条 禁止利用再加工纤维生产内衣、婴幼儿纤维制品。

禁止利用循环再利用化学纤维生产婴幼儿用絮用纤维制品的填充物、铺垫物，循环再利用的聚酯纤维除外。

第十条 纤维制品生产者应当建立并执行原辅材料进货检查验收和记录制度，保证其符合相关质量要求。原辅材料依法需要标注标识的，应当验明合格证明和其他标识。记录保存时限不少于两年。

记录内容应当包括原辅材料名称、规格、数量、购进日期，供货者名称、地址、联系方式等。

第十一条 纤维制品标识应当真实，并包括下

列内容：

- （一）产品质量检验合格证明；
- （二）生产者名称和地址；
- （三）产品名称、规格、产品标准编号；
- （四）国家规定的其他内容。

法律法规和强制性国家标准另有规定的，从其规定。

第十二条 下列纤维制品除依照本办法第十一条规定标注标识外，还应当符合以下要求：

（一）利用再加工纤维、循环再利用化学纤维、回收洗净的动物纤维等循环再利用原料生产的纤维制品应当在标识中明示所用原料包括循环再利用原料；

（二）学生服、内衣、婴幼儿纤维制品应当标注纤维成分及含量、安全类别；

（三）非生活用絮用纤维制品应当在显著位置加注“非生活用品”耐久性标签警示。

第十三条 学生服应当经具有法定资质的检验检测机构按照国家有关标准出厂检验合格后，方可销售。

第十四条 纤维制品销售者和将纤维制品用于经营性服务的经营者，应当建立并执行进货检查验收和记录制度。记录保存时限不少于两年。

纤维制品销售者应当验明产品质量检验合格证明和其他标识，并采取措施保持其销售的纤维制品的质量。将纤维制品用于经营性服务的经营者应当保证纤维制品质量，不得提供不符合保障人体健康和人身、财产安全要求的纤维制品。

第十五条 市场监督管理部门对纤维制品质量实施以抽查为主要方式的监督检查制度。

第十六条 省级以上市场监督管理部门可以根据本行政区域内纤维制品的整体质量状况，发布质量安全风险警示。

第十七条 市场监督管理部门依法对纤维制品生产者、销售者和将纤维制品用于经营性服务的经营者实施信用监管。对受到行政处罚和列入市场监督管理严重违法失信名单的经营主体，依法通过国家企业信用信息公示系统予以公示。

第十八条 市场监督管理部门所属专业纤维检测机构，应当对纤维制品实施质量调查、质量评估等质量监测，对纤维制品质量进行跟踪、追溯、分析，并提出政策建议。

第十九条 检验检测机构对纤维制品质量进行检验时，应当按照相关标准、技术规范要求和国家有关规定，客观、公正、及时地出具检验结果，保证检验结果真实、有效。

第二十条 在生产、销售活动中，违反本办法第五条第一项规定的，依据《中华人民共和国产品质量法》第四十九条的规定予以处罚；违反本办法第六条第一项规定的，依据《中华人民共和国产品质量法》第五十条的规定予以处罚；违反本办法第六条第二项、第三项规定的，依据《中华人民共和国产品质量法》第五十三条的规定予以处罚。

服务业的经营者将违反本办法第五条第一项、第六条第一项规定的纤维制品用于经营性服务的，依据《中华人民共和国产品质量法》第六十二条的规定予以处罚。

第二十一条 违反本办法第七条、第八条、第九条规定，使用禁止使用的原辅材料生产絮用纤维制品的，依据《中华人民共和国产品质量法》第四十九条的规定予以处罚。

违反本办法第七条、第九条规定，使用禁止使用的原辅材料生产非絮用纤维制品的，责令改正，处货值金额等值以上三倍以下但不超过十万元的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十二条 违反本办法第十条规定，未履行进货检查验收和记录义务的，责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款。

违反本办法第十四条规定，未履行进货检查验收和记录义务的，按照有关法律法规规定处理。

第二十三条 违反本办法第十一条、第十二条规定，未按要求标注标识的，依据《中华人民共和国产品质量法》第五十四条的规定予以处罚。

第二十四条 市场监督管理部门在纤维制品监督管理工作中发现的公职人员涉嫌违纪违法的问题线索，应当及时移送有管辖权的纪检监察机关。

第二十五条 本办法下列用语的含义：

纤维制品是指以天然纤维和化学纤维为主要原料，经织造、非织造、填充等工艺加工而成的制品。

生活用纤维制品是指日常生活中穿着使用、居家使用和装饰用的纤维制品。

絮用纤维制品是指以天然纤维、化学纤维及其加工成的絮片、垫毡等作为填充物、铺垫物的制品，包括生活用絮用纤维制品和非生活用絮用纤维制品。

生活用絮用纤维制品是指日常生活中与人体密切接触的絮用纤维制品。

非生活用絮用纤维制品是指生活用絮用纤维制品以外的絮用纤维制品。

再加工纤维是指以纤维下脚、纤维制品及其下脚为原料，通过物理机械工艺加工制成的纤维。

循环再利用化学纤维是指以废、旧纤维制品或者废旧聚合物材料为原料，通过物理熔融、化学再生、物理化学等工艺加工制成的纤维。

纤维下脚是指纤维或者纤维制品生产加工过程中掉落、排除或者剥离的单纤维和束状纤维。

纤维制品下脚是指纤维制品生产加工过程中产生的纤维下脚以外的线头及织物、絮片、垫毡等的边角碎料。

废纤维制品是指纤维或者纤维制品在生产加工过程中（如纺丝、纺纱、织造、印染、裁剪等）产生的废料，以及未经使用即废弃的纤维制品。

旧纤维制品是指使用后废弃的纤维制品。

学生服是指学龄前儿童在托幼机构或者学生在校期间日常统一穿着的服装及其配饰。

内衣是指内裤、文胸等用于生活中贴身穿着的服装。

婴幼儿纤维制品是指年龄在 36 个月及以下的婴幼儿穿着或者使用的纤维制品。

第二十六条 本办法自 2026 年 7 月 1 日起施行。2016 年 2 月 23 日原国家质量监督检验检疫总局令第 178 号公布的《纤维制品质量监督管理办法》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 120 号

《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》已经 2025 年 12 月 22 日市场监管总局第 30 次局务会议通过，现予公布，自 2026 年 3 月 20 日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 28 日

直播电商经营者落实食品安全主体责任 监督管理规定

第一条 为了加强食品直播电商活动监督管理，督促直播电商经营者落实食品安全主体责任，保证食品安全，根据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国电子商务法》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，直播电商经营者依法落实食品安全主体责任的行为及其监督管理，适用本规定。

本规定所称直播电商经营者包括从事食品直播电商活动的直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构。

第三条 国家市场监督管理总局负责组织、指导全国直播电商食品安全监督管理工作。

县级以上地方市场监督管理部门负责本行政区域内直播电商食品安全监督管理工作。

第四条 从事食品直播电商活动，应当遵守国家食品安全和电子商务相关法律法规规定，诚信自律，接受政府监管和社会监督。

第五条 直播电商平台经营者应当制定平台服务协议和交易规则（以下简称平台规则），建立并实施直播间运营者审查登记、食品安全风险管控、食品安全违法行为处置等食品安全管理方面的制度，以及商业宣传、消费者权益保护等食品直播电商活动规范。

第六条 直播电商平台经营者应当要求申请进入平台从事食品直播电商活动的直播间运营者提供其名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并至少每六个月核验更新一次。

食品生产经营者开设直播间从事食品直播电商活动的，直播电商平台经营者还应当审查其依法取得的食品生产经营许可证等经营资质、仅销售预包装食品备案等信息。

直播电商平台经营者应当要求直播间运营者在直播营销人员首次进行食品直播前，提供经核验无误的该人员身份信息，对直播间运营者履行核验义务提供技术支持并进行监督。

第七条 直播电商平台经营者应当建立健全直播营销人员食品安全培训机制，每年对直播营销人员开展法律法规和食品安全知识的培训；在为首次进行食品直播的直播营销人员提供直播服务前，应当组织开展食品安全方面的培训。直播营销人员不得在接受培训时弄虚作假或者拒不参加培训。

直播电商平台经营者应当每年组织从事食品直播电商活动的直播间运营者、直播营销人员服务机构学习食品安全相关法律、法规、规章，及时通报市场监督管理部门的工作要求。

第八条 直播电商平台经营者应当明确负责食品安全管理的机构，配备与食品交易规模、食品安全风险状况等相适应的食品安全总监、食品安全员等管理人员，并明确其具体岗位职责，未配备食品安全总监的，食品安全总监职责由直播电商平台经营者指定的食品安全员履行。

直播电商平台经营者主要负责人对本平台食品安全工作全面负责，支持、保障和督促食品安全总监、食品安全员等管理人员开展直播电商食品安全管理工作，在作出涉及食品安全的重大决策前，应当充分听取食品安全总监、食品安全员等管理人员的意见和建议。

食品安全总监、食品安全员等管理人员应当按照岗位职责协助主要负责人做好食品安全管理工作。

第九条 直播电商平台经营者应当结合平台内直播经营的食品类别、食品交易规模、食品安全风险状况等实际情况，制定《食品安全风险管控清单》，明确食品安全风险管控内容与频次，建立健全智能监测、排查调度、快速处置等工作机制。

直播电商平台经营者应当将下列事项列入《食品安全风险管控清单》，作为食品安全风险管控的重点内容：

（一）直播间运营者的主体资质是否符合法律法规的规定；

（二）直播经营的食物是否存在违反本规定第十八条规定的情形；

（三）直播间运营者、直播营销人员是否按照本规定第十九条规定开展食品直播电商活动；

（四）其他需要重点管控的食品安全风险。

第十条 直播电商平台经营者应当根据《食品安全风险管控清单》，通过技术监测、实时巡查等方式加强对食品直播电商活动的风险识别，对发现的食品安全风险隐患，即时向直播间运营者推送风险提示、警示信息，要求直播间运营者即时采取措施消除食品安全风险隐患。

直播电商平台经营者应当根据省级以上市场监督管理部门发布的食品安全抽样检验、食品召回等食品安全信息，及时开展针对性的食品安全风险自查，并采取措施消除食品安全风险隐患。

第十一条 直播电商平台经营者的食品安全员应当及时对监测发现的食品安全风险隐患进行排查，发现存在食品安全重大问题的，应当及时报告食品安全总监、主要负责人。

直播电商平台经营者的食品安全总监应当定期汇总分析食品安全员排查发现的食品安全重大问题和共性问题，研究评估直播电商食品安全管理情况，并及时将有关情况向主要负责人报告。

直播电商平台经营者的主要负责人应当自行或者委托相关负责人每月组织召开食品安全调度会议，听取当月直播电商食品安全管理情况的汇报，部署下个月食品安全重点工作，形成《每月食品安全调度会议纪要》。

第十二条 直播电商平台经营者发现直播间运营者、直播营销人员存在食品安全违法行为的，应当及时制止并立即报告所在地县级市场监督管理部门，并根据有关违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度等，按照平台规则及时采取警示、限制

功能、限制流量、暂停直播、限期停播、关闭账号、禁止重新注册账号、列入黑名单等处置措施。

直播电商平台经营者接到市场监督管理部门关于直播间运营者、直播营销人员食品安全违法情况通报的，应当及时按照法律、法规、规章以及平台规则采取相应的处置措施。

第十三条 直播电商平台经营者应当通过在直播页面显著位置设置按键或者链接标识的方式，开通便捷的食物安全投诉举报功能。直播电商平台经营者接到投诉举报的，应当及时处理。

第十四条 食品生产经营者开设直播间从事食品直播电商活动的，应当按照《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》，依法建立并落实食品安全管理制度，配备与直播经营的食物类别、食品交易规模、食品安全风险状况等相适应的食品安全管理人员。

非食品生产经营者开设直播间从事食品直播电商活动的，应当参照前款规定建立并落实食品安全管理制度，配备相应的食品安全管理人员。

第十五条 食品生产经营者开设直播间从事食品直播电商活动的，应当在其直播账号信息主页显著位置，依法公示真实有效的食品生产经营许可证、仅销售预包装食品备案等信息，或者上述信息的链接标识。

前款规定的信息发生变更的，直播间运营者应当在三个工作日内将变更情况报送直播电商平台经营者。

第十六条 食品生产经营者开设直播间从事食品直播电商活动的，应当依法查验供货者的许可证和食品合格证明文件，如实记录并保存相关凭证。

非食品生产经营者开设直播间从事食品直播电商活动的，应当建立严格的选品制度，明确选品标准和规范，核验实际经营食物的经营者名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）、实际经营地址、联系方式、食品相关许可或者备案、食品合格证明文件等信息，并保存相关记录备查。保存记录自直播结束之日起不少于三年。

承诺达标合格证、检验合格证明、有关部门

出具的检疫合格证明等可以作为食用农产品的食品合格证明文件。

第十七条 直播间运营者应当建立健全事前合规审核机制，在每次进行食品直播前，将核验无误的直播营销人员身份信息报送直播电商平台经营者，并对直播经营的食物、展示内容、讲解内容、服装、布景、道具等是否符合食品安全等相关法律法规进行审核。

第十八条 直播经营的食物应当符合保障公众身体健康和生命安全的求，直播间运营者、直播营销人员不得通过直播间经营下列食物：

（一）用非食物原料生产的食物或者添加食物添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的食物，或者用回收食物作为原料生产的食物；

（二）致病性微生物，农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食物；

（三）用超过保质期的食物原料、食物添加剂生产的食物；

（四）超范围、超限量使用食物添加剂的食物；

（五）营养成分不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食物；

（六）腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食物；

（七）病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类及其制品；

（八）未按规定进行检疫或者检疫不合格的肉类，或者未经检验或者检验不合格的肉类制品；

（九）被包装材料、容器、运输工具等污染的食物；

（十）标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食物；

（十一）无标签的预包装食品；

（十二）国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食物；

（十三）其他不符合法律、法规或者食品安全标准的食物。

第十九条 直播间运营者、直播营销人员应当真实、全面、准确发布食物相关信息，并按照下列要求开展食物直播电商活动：

（一）以显著方式提示直接关系消费者身体健康和生命安全的息；

（二）不得使用技术手段或者设备设施明显改变食物的真实色泽等感官性状，误导消费者对食物的感官认知；

（三）不得明示或者暗示食物具有疾病预防、治疗功能，且不得使用医疗用语；

（四）不得对保健食品之外的其他食物声称具有保健功能；

（五）不得将普通食物、特殊食物、药品相互混淆；

（六）不得对食物产地、成分、功能、适用人群、检验、认证、质量、执行标准等作虚假或者引人误解的商业宣传；

（七）不得发布未依法取得资质认定的食物检验机构出具的食物检验信息；

（八）不得以食品安全信息形式发布食物检验数据、结果、报告等；

（九）不得与食物检验机构共同以广告或者其他形式向消费者推荐食物；

（十）法律、法规、规章、食品安全标准规定的其他求。

第二十条 直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的，应当依照《中华人民共和国广告法》的有关规定执行。

第二十一条 直播间运营者应当建立食物抽样检验管理制度，按照保障食品安全的需要，结合食物类别、食品安全风险状况、消费者投诉举报等实际情况，对直播经营的食物进行抽样检验，排查食品安全风险隐患。

直播间运营者对于检验不合格的食物，不得进行直播经营；正在进行直播经营的，应当立即停止相关直播电商活动，通知相关食物生产经营者，

并将抽样检验结果报送至相关食品生产经营者所在地县级市场监督管理部门。

第二十二条 直播营销人员服务机构应当对直播营销人员加强法律法规和食品安全知识的培训，提醒其在食品直播电商活动中应当依法履行的义务。

第二十三条 直播营销人员服务机构应当对直播营销人员加强日常管理和规范引导，建立健全直播营销人员违法行为处置制度，对发现的直播营销人员食品安全违法行为及时采取必要的处置措施。

第二十四条 直播营销人员服务机构提供食品直播选品服务的，应当按照本规定第十六条第二款、第三款的规定执行。

第二十五条 直播营销人员服务机构不得组织、教唆、帮助直播间运营者、直播营销人员实施违反食品安全法律法规的行为。

第二十六条 市场监督管理部门应当加强对直播电商经营者的监督管理，将食品安全责任落实、食品安全风险管控等情况作为监督检查的重点内容。

市场监督管理部门对直播电商食品安全违法行为的技术监测记录资料，可以作为实施行政处罚等行政措施电子数据证据。

第二十七条 市场监督管理部门应当将直播经营食品纳入食品安全抽样检验年度计划，实施监督抽检和风险监测，对抽检不合格的食品及其生产者、经营者和相关直播电商经营者依法予以处理。

第二十八条 直播电商平台经营者违反本规定第六条第一款和第二款、第十二条第一款规定，未对直播间运营者进行实名登记、审查许可证，或者未履行报告、停止提供直播电商平台服务等义务的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《中华

人民共和国食品安全法》第一百三十一条第一款的规定进行处罚。

第二十九条 直播电商经营者违反本规定第七条至第十一条、第十六条第二款、第十七条至第十九条、第二十二至第二十五条规定，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，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正；拒不改正或者情节严重的，处一万元以上十万元以下罚款。

直播营销人员违反本规定第十八条、第十九条规定，属于职务行为的，由其所在单位承担相应的行政责任；但是，有证据证明该直播营销人员的行为与其职务行为无关的除外。

第三十条 食品生产经营者开设直播间从事食品直播电商活动，有下列情形之一的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条第一款的规定进行处罚：

（一）违反本规定第十四条第一款规定，未按规定建立食品安全管理制度，或者未按规定配备食品安全管理人员；

（二）违反本规定第十六条第一款规定，未依法查验许可证和食品合格证明文件。

第三十一条 食品生产经营者开设直播间从事食品直播电商活动，不履行本规定第十五条规定的行政许可等信息公示义务的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条第一款的规定进行处罚。

第三十二条 本规定未作规定的，适用《直播电商监督管理办法》《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》。

第三十三条 本规定自2026年3月20日起施行。

国家市场监督管理总局令

第 121 号

《市场监督管理投诉举报处理办法》已经 2025 年 12 月 22 日市场监管总局第 30 次局务会议通过，现予公布，自 2026 年 4 月 15 日起施行。

局 长 罗 文

2025 年 12 月 30 日

市场监督管理投诉举报处理办法

第一条 为了规范市场监督管理投诉举报处理工作，保护自然人、法人或者其他组织合法权益，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 市场监督管理部门依据职责处理投诉举报，适用本办法。法律、法规、规章规定由其他部门处理的，依照其规定。

第三条 本办法所称的投诉，是指消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，与经营者发生消费者权益争议，请求市场监督管理部门解决该争议的行为。

本办法所称的举报，是指自然人、法人或者其他组织向市场监督管理部门反映经营者涉嫌违反市场监督管理法律、法规、规章线索的行为。

第四条 国家市场监督管理总局主管全国投诉举报处理工作，指导地方市场监督管理部门投诉举报处理工作。

县级以上地方市场监督管理部门负责本行政区域内的投诉举报处理工作。

第五条 市场监督管理部门处理投诉举报，应当遵循公正、高效的原则，做到适用依据正确、程

序合法。

第六条 鼓励社会公众和新闻媒体对涉嫌违反市场监督管理法律、法规、规章的行为依法进行社会监督和舆论监督。

鼓励和引导经营者建设消费维权服务站、消费维权绿色通道，建立健全首问负责、先行赔付、在线消费争议解决等制度，及时预防和解决消费者权益争议。

鼓励和引导消费者通过消费维权服务站、消费维权绿色通道、在线消费争议解决机制、第三方争议解决机制等方式与经营者协商解决消费者权益争议。

第七条 市场监督管理部门应当畅通、规范并公布投诉举报渠道，完善投诉举报处理流程，依法及时处理投诉举报。

向市场监督管理部门提出投诉举报，应当遵守法律、法规、规章和有关规定，不得滥用投诉举报权利、利用投诉举报牟取不正当利益，侵害经营者的合法权益，扰乱市场经济秩序和市场监督管理秩序。

第八条 向市场监督管理部门提出投诉举报，应当通过全国 12315 平台、12315 热线电话或者市

场监督管理部门公布的邮寄地址、受理窗口等渠道进行。

第九条 向市场监督管理部门同时提出投诉和举报，或者提供的材料同时包含投诉和举报内容的，市场监督管理部门应当按照本办法规定的程序对投诉和举报予以分别处理。

第十条 投诉人应当提供下列材料，并对所提供材料内容的真实性负责：

（一）投诉人的姓名、电话号码、通讯地址等真实身份信息；

（二）被投诉人的名称（姓名）、地址；

（三）具体的投诉请求以及相应的消费者权益争议事实依据。

投诉人采取非书面方式进行投诉的，市场监督管理部门工作人员应当记录前款规定的信息。

市场监督管理部门为核验投诉人的真实身份信息，可以要求投诉人提供相应的身份证明材料。

第十一条 委托他人代为投诉的，除提供本办法第十条第一款规定的材料外，还应当提供授权委托书原件以及受托人身份证明。

授权委托书应当载明委托事项、权限和期限，由委托人签名。

第十二条 投诉人为两人以上，基于同一消费者权益争议投诉同一经营者的，经投诉人同意，市场监督管理部门可以按共同投诉处理。

共同投诉可以由投诉人书面推选两名代表人进行投诉。代表人的投诉行为对其代表的投诉人发生效力，但代表人变更、放弃投诉请求或者与被投诉人达成调解协议的，应当经被代表的投诉人同意。

第十三条 投诉由被投诉人实际经营地或者住所地县级市场监督管理部门处理。

对电子商务平台经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者的投诉，由其住所地县级市场监督管理部门处理。

对平台内经营者的投诉，由其在平台公示的地址所在地县级市场监督管理部门或者平台经营者

住所地县级市场监督管理部门处理；未在平台依法公示地址，或者通过平台公示的地址无法取得联系的，由平台经营者住所地县级市场监督管理部门处理。

上级市场监督管理部门认为有必要的，可以处理下级市场监督管理部门收到的投诉。下级市场监督管理部门认为需要由上级市场监督管理部门处理本行政机关收到的投诉的，可以报请上级市场监督管理部门决定。

第十四条 对同一消费者权益争议的投诉，两个以上市场监督管理部门均有处理权限的，由先收到投诉的市场监督管理部门处理。

第十五条 具有本办法规定的处理权限的市场监督管理部门，应当自收到投诉之日起七个工作日内作出受理或者不予受理的决定，并告知投诉人。

对投诉作出不予受理决定的，还应当告知投诉人不予受理的理由和《中华人民共和国消费者权益保护法》第三十九条规定的其他解决消费者权益争议的途径。

第十六条 投诉有下列情形之一的，市场监督管理部门不予受理：

（一）投诉事项不属于市场监督管理部门职责，或者本行政机关不具有处理权限的；

（二）法院、仲裁机构、市场监督管理部门或者其他行政机关、消费者协会已经受理或者处理过同一消费者权益争议的；

（三）不是为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，或者不能证明与被投诉人之间存在消费者权益争议的；

（四）除法律另有规定外，投诉人知道或者应当知道自己的权益受到被投诉人侵害之日起超过三年的；

（五）未提供本办法第十条第一款、第十一条规定的材料，或者提供虚假材料的；

（六）冒用他人名义或者拒不配合市场监督管理部门核验真实身份信息的；

（七）法律、法规、规章规定不予受理的其他情形。

第十七条 市场监督管理部门判断投诉是否属于本办法第十六条第三项规定的情形，可以考虑以下因素：

（一）购买商品的数量、次数、频率等与商品保质期或者消费者的通常消费习惯明显不符的；

（二）同一投诉人对同一经营者、同一类商品或者服务、同一类问题短期内大量投诉，或者不同投诉人恶意串通，对同一经营者、同一类商品或者服务、同一类问题短期内集中投诉的；

（三）不能证明存在已实际购买商品或者接受服务、自身合法权益已实际受到侵害等真实消费关系或者消费者权益争议的；

（四）多人使用同一手机号码、通讯地址等联系方式投诉的；

（五）其他根据实际需要可以考虑的因素。

设区的市级以上市场监督管理部门可以结合实际，对本办法第十六条第三项规定情形的判断因素进行细化。

第十八条 市场监督管理部门经投诉人和被投诉人同意，采用调解的方式处理投诉，但法律、法规另有规定的，依照其规定。

鼓励投诉人和被投诉人平等协商，自行和解。

第十九条 经投诉人和被投诉人同意，市场监督管理部门可以依法将投诉委托消费者协会或者依法成立的其他调解组织调解。

受委托组织在委托范围内以委托的市场监督管理部门名义进行调解，不得再委托其他组织或者个人。

第二十条 调解可以采取现场调解方式，也可以采取互联网、电话、音频、视频等非现场调解方式。

采取现场调解方式的，市场监督管理部门或者其委托组织应当提前告知投诉人和被投诉人调解的时间、地点、调解人员等。

第二十一条 调解由市场监督管理部门或者其委托组织工作人员主持，并可以根据需要邀请有关人员协助。

调解人员是投诉人或者被投诉人的近亲属或

者有其他利害关系，可能影响公正处理投诉的，应当回避。投诉人或者被投诉人对调解人员提出回避申请的，市场监督管理部门应当中止调解，并作出是否回避的决定。

第二十二条 因消费者权益争议需要对商品或者服务质量进行鉴定、检测的，投诉人和被投诉人可以协商确定具备相应条件的鉴定、检测机构。对鉴定、检测机构无法协商一致的，受理投诉的市场监督管理部门可以指定鉴定、检测机构。

除法律、法规另有规定外，鉴定、检测所需费用由投诉人和被投诉人协商一致承担。

鉴定、检测所需时间不计算在调解期限内。

第二十三条 有下列情形之一的，终止调解：

（一）投诉人撤回投诉或者双方自行和解的；

（二）投诉人、被投诉人无正当理由不参加调解，或者明确拒绝调解的；

（三）经组织调解，投诉人或者被投诉人明确表示无法达成调解协议的；

（四）投诉人与被投诉人对鉴定、检测费用承担无法协商一致的；

（五）自投诉受理之日起六十日内投诉人和被投诉人未能达成调解协议的；

（六）市场监督管理部门受理投诉后，发现存在本办法第十六条、第四十二条规定情形的；

（七）投诉人、被投诉人死亡或者主体资格灭失的；

（八）法律、法规、规章规定的应当终止调解的其他情形。

市场监督管理部门终止调解的，应当自作出终止调解决定之日起七个工作日内告知投诉人和被投诉人。

第二十四条 经现场调解达成调解协议的，市场监督管理部门应当制作调解书，但调解协议已经即时履行或者双方同意不制作调解书的除外。调解书由投诉人和被投诉人双方签字或者盖章，并加盖市场监督管理部门印章，交投诉人和被投诉人各执一份，市场监督管理部门留存一份归档。

未制作调解书的，市场监督管理部门应当做

好调解记录备查。

第二十五条 投诉人、被投诉人对市场监督管理部门作出的终止调解决定、调解结果不服的，可以按照《中华人民共和国消费者权益保护法》第三十九条规定，通过民事诉讼、仲裁等其他途径解决消费者权益争议。

第二十六条 市场监督管理部门可以采取抽查、回访等方式，加强对投诉处理情况的评估，提高投诉处理效能。

第二十七条 市场监督管理部门在调解中发现涉嫌违反市场监督管理法律、法规、规章线索的，应当自发现之日起十五个工作日内予以核查，并依照《市场监督管理行政处罚程序规定》予以处理。特殊情况下，经市场监督管理部门负责人批准，核查时限可以延长十五个工作日。法律、法规、规章另有规定的，依照其规定。

对消费者权益争议的调解不免除经营者依法应当承担的其他法律责任。

第二十八条 举报人应当提供涉嫌违反市场监督管理法律、法规、规章的具体线索和相应的事实依据，并对举报内容的真实性负责。举报人采取非书面方式进行举报的，市场监督管理部门工作人员应当记录。

鼓励经营者内部人员依法举报经营者涉嫌违反市场监督管理法律、法规、规章的行为。

第二十九条 举报由被举报行为发生地的县级以上市场监督管理部门处理。法律、行政法规、部门规章另有规定的，依照其规定。

第三十条 县级市场监督管理部门派出机构在本部门确定的权限范围内以本部门的名义处理举报，法律、法规授权以派出机构名义处理举报的除外。

第三十一条 对电子商务平台经营者和通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者的举报，由其住所地县级以上市场监督管理部门处理。

对平台内经营者的举报，由其实际经营地县级以上市场监督管理部门处理。电子商务平台经营

者住所地县级以上市场监督管理部门先行收到举报的，也可以予以处理。

第三十二条 对利用广播、电影、电视、报纸、期刊、互联网等大众传播媒介发布违法广告的举报，由广告发布者所在地市场监督管理部门处理。

对互联网广告的举报，广告主所在地、广告经营者所在地市场监督管理部门先行收到举报的，也可以予以处理。

对广告主自行发布违法互联网广告的举报，由广告主所在地市场监督管理部门处理。

第三十三条 两个以上市场监督管理部门因处理权限发生争议的，应当自发生争议之日起七个工作日内协商解决，协商不成的，报请共同的上一级市场监督管理部门指定处理机关；也可以直接由共同的上一级市场监督管理部门指定处理机关。

第三十四条 收到举报的市场监督管理部门不具备处理权限的，应当告知举报人；其中属于市场监督管理部门职责范围的，应当告知举报人直接向有处理权限的市场监督管理部门提出。

第三十五条 市场监督管理部门应当按照《市场监督管理行政处罚程序规定》处理举报。

市场监督管理部门对于同一举报人就同一涉嫌违法事实重复举报同一被举报人的，不再另行处理；对于同一举报人以补充新的事实为由再次举报同一被举报人的，可以合并处理，并自收到最后一次举报之日起重新计算处理期限。

第三十六条 法律、法规、规章规定市场监督管理部门应当将举报处理结果告知举报人或者对举报人实行奖励的，市场监督管理部门应当予以告知或者奖励。

第三十七条 市场监督管理部门应当对举报人的信息予以保密，不得将举报人个人信息、举报处理情况等泄露给被举报人或者与处理举报工作无关的人员，但提供的材料同时包含投诉和举报内容，并且需要向被举报人提供组织调解所必需信息的除外。

第三十八条 市场监督管理部门应当加强对本行政区域投诉举报信息的统计分析应用，开展消费

预警和风险提示，公布投诉举报统计分析报告，依法公示消费投诉信息。

第三十九条 对投诉举报处理工作中获悉的国家秘密以及公开后可能危及国家安全、公共安全、经济安全、社会稳定的信息，市场监督管理部门应当严格保密。

涉及商业秘密、个人隐私等信息，确需公开的，依照《中华人民共和国政府信息公开条例》等有关规定执行。

第四十条 市场监督管理部门应当实行统一的投诉举报数据标准和用户规则，统一通过全国12315平台处理投诉举报，实现全国投诉举报信息一体化。

第四十一条 县级以上地方市场监督管理部门统一接收投诉举报的工作机构，应当及时将投诉举报分送有处理权限的下级市场监督管理部门或者同级市场监督管理部门相关机构处理。

同级市场监督管理部门相关机构收到分送的投诉举报的，应当按照本办法有关规定及时处理。不具备处理权限的，应当及时反馈统一接收投诉举报的工作机构，不得自行移送。

第四十二条 市场监督管理部门在处理投诉举报过程中，发现投诉举报人涉嫌通过夹带、调包、造假、篡改商品信息、捏造事实等方式骗取经营者的赔偿或者对经营者进行敲诈勒索的，依照《中华

人民共和国治安管理处罚法》等有关法律、法规，移送公安机关等部门处理。

第四十三条 市场监督管理部门处理依法提起的除本办法第三条规定以外的其他投诉的，可以参照本办法执行。

举报涉嫌违反《中华人民共和国反垄断法》《公平竞争审查条例》的行为的，按照国家市场监督管理总局有关规定执行。

药品监督管理部门处理投诉举报，适用本办法，但举报涉嫌违反药品、医疗器械、化妆品注册备案有关规定的行为的，按照国家市场监督管理总局或者国家药品监督管理局有关规定执行。法律、法规另有规定的，依照其规定。

第四十四条 以投诉举报形式进行咨询、政府信息公开申请、行政复议申请、纪检监察检举控告等活动的，不适用本办法，市场监督管理部门可以告知通过相应途径提出。

第四十五条 按照年、月、日计算期间的，开始的当日不计入，自下一工作日或者自然日开始计算。期间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期间届满的日期。

第四十六条 本办法自2026年4月15日起施行。2019年11月30日国家市场监督管理总局令第20号公布的《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》同时废止。

市场监管总局关于公布工业产品生产许可证 实施细则通则及24种产品生产许可证 实施细则的公告

2025年第49号

为贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，进一步强化高风险产品质量安全源头治理，根据《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》

《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》等规定，市场监管总局组织修订了《工业产品生产许可证实施细则通则》及钢筋混凝土用热

轧钢筋等 24 种产品生产许可证实施细则，现予公告。新颁布的通则和细则自 2026 年 4 月 1 日起实施，原通则及相应细则同时废止。

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团市场监管部门要认真贯彻实施，依法加强对发证产品和生产企业的监督管理。

附件：工业产品生产许可证实施细则通则及 24 种产品生产许可证实施细则

（附件略，详情请登录市场监管总局网站）

市场监管总局

2025 年 12 月 5 日

市场监管总局关于发布 JJG688—2025 《汽车排放气体测试仪检定规程》国家计量 技术规范第 1 号修改单的公告

2025 年第 50 号

根据《中华人民共和国计量法》有关规定，市场监管总局批准 JJG 688—2025《汽车排放气体测试仪检定规程》国家计量技术规范第 1 号修改单，现予以公告。

市场监管总局

2025 年 12 月 11 日

JJG688—2025《汽车排放气体测试仪 检定规程》国家计量技术规范 第 1 号修改单

本修改单经市场监管总局 2025 年 12 月 11 日批准，自发布之日起实施。

JJG 688—2025《汽车排放气体测试仪检定规程》修改以下内容：

一、7.3.2.9 条 h) 款

将“通入 3 号 NO₂ 标准气体”修改为“通入 4 号 NO₂ 标准气体”。

二、附录 A 标准气体及其摩尔分数要求

将表 A.1 中 4 号标准气体氮中二氧化氮气体标准物质标准值“ 320×10^{-6} ”修改为“ 300×10^{-6} ”。

三、实施日期

实施日期修改为 2026 年 3 月 11 日。

国家市场监督管理总局 国家互联网信息办公室 关于变更个人信息出境认证依据标准的公告

2025 年第 53 号

GB/T 46068《数据安全技术 个人信息跨境处理活动安全认证要求》国家标准已发布。为贯彻落实《个人信息出境认证办法》（国家互联网信息办公室、国家市场监督管理总局令第 20 号），确保个人信息出境认证工作有序实施，现将有关要求明确如下：

自本公告发布之日起，《关于实施个人信息保护认证的公告》（国家市场监督管理总局、国家

互联网信息办公室公告 2022 年第 37 号）附件《个人信息保护认证实施规则》中，涉及跨境处理活动的个人信息保护认证依据标准变更为 GB/T 35273、GB/T 46068。

国家市场监督管理总局

国家互联网信息办公室

2025 年 12 月 12 日