

国家市场监督管理总局公报

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

2023 年第 3 期 (总第 43 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：CN11 — 4622/D

目 录

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 64 号)	3
禁止垄断协议规定 (国家市场监督管理总局令第 65 号)	7
禁止滥用市场支配地位行为规定 (国家市场监督管理总局令第 66 号)	13
经营者集中审查规定 (国家市场监督管理总局令第 67 号)	19
计量器具新产品管理办法 (国家市场监督管理总局令第 68 号)	28
计量比对管理办法 (国家市场监督管理总局令第 69 号)	31
定量包装商品计量监督管理办法 (国家市场监督管理总局令第 70 号)	33
牙膏监督管理办法 (国家市场监督管理总局令第 71 号)	35
互联网广告管理办法 (国家市场监督管理总局令第 72 号)	38
市场监管总局关于进一步规范餐饮服务提供者食品添 加剂管理的公告	42

市场监管总局关于批准建立和废除部分国家计量基准的公告	43
市场监管总局关于对锂离子电池等产品实施强制性产品认证管理的公告	43
市场监管总局关于批准建立 4 项国家计量基准的公告	44
市场监管总局关于发布《工作玻璃浮计检定规程》等 31 项国家计量技术规范的公告	45
市场监管总局关于发布《检验检测机构能力验证管理办法》的公告	46
市场监管总局关于 2022 年全国汽车和消费品召回情况的通告	49
市场监管总局关于 2022 年国家级检验检测机构能力验证结果的通告	52
市场监管总局关于 2022 年全国特种设备安全状况的通告	53
市场监管总局关于发布 2023 年度第 1 期认证有效性抽查结果的通告	56
市场监管总局关于 2022 年度法定计量检定机构专项监督检查情况的通告	57
市场监管总局关于印发 2023 年立法工作计划的通知	58
市场监管总局 国家铁路局关于印发《铁路产品认证管理办法》的通知	62

国家市场监督管理总局令

第 64 号

《制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定》已经 2023 年 2 月 20 日市场监管总局第 2 次局务会议通过，现予公布，自 2023 年 4 月 15 日起施行。

局 长 罗 文

2023 年 3 月 10 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对待，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）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）设定歧视性的资质要求或者评审标准；

（四）设定与实际需要不相适应或者与合同履行无关的资格、技术和商务条件；

（五）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，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，受理机关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。

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。有关单位或者个人应当配合调查。

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，消除相关竞争限制的，反垄断执法机构

可以结束调查。

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 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。

第二十三条 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。

第二十五条 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。

第二十六条 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，反垄断执法机构依法作出处理，并可以向其有关上级机关、监察机关等反映情况。

第二十七条 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。

第二十八条 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。

第二十九条 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，在制定涉及市场主体经济活动的规章、规范性文件和其他政策措施时，应当按照有关规定进行公平竞争审查，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强化公平竞争理念，改进有关政策措施，维护公平竞争市场环境：

（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）其他有利于改进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。

第三十一条 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十二号公布的《制止滥用行政权力排除、限制竞争行为暂行规定》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 65 号

《禁止垄断协议规定》已经2023年2月20日市场监管总局第2次局务会议通过，现予公布，自2023年4月15日起施行。

局 长 罗 文

2023年3月10日

禁止垄断协议规定

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-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-相关地域市场。

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向第三人转售商品最低价格。

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 经营者与交易相对人达成协议，经营者能够证明参与协议的经营者在相关市场的市场份额低于市场监管总局规定的标准，并符合市场监管总局规定的其他条件的，不予禁止。

第十八条 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。

第十九条 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、第十八条的规定。

第二十条 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。

第二十一条 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。

第二十二条 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。

第二十三条 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。

第二十四条 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。

第二十五条 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。

第二十六条 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。

第二十七条 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。

第二十八条 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。

第二十九条 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。

第三十一条 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。

第三十二条 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。

第三十三条 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。

第三十四条 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。

第三十五条 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。

第三十六条 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。

第三十七条 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。

第三十八条 经营者根据本规定第三十七条提出申请的，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。

第三十九条 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。

第四十一条 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，统一执法程序和标准。

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。

第四十二条 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。

第四十三条 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，适用本规定第四十二条规定。

第四十四条 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。

第四十五条 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四十二条、第四十三条、第四十四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。

第四十六条 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，按照本规定第四十二条、第四十三条、第四十四条、第四十五条处理。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。

第四十七条 经营者根据本规定第三十七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，根据本规定第三十七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。

第四十八条 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。

第四十九条 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。

第五十一条 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 66 号

《禁止滥用市场支配地位行为规定》已经2023年2月20日市场监管总局第2次局务会议通过，现予公布，自2023年4月15日起施行。

局 长 罗 文

2023年3月10日

禁止滥用市场支配地位行为规定

第一条 为了预防和制止滥用市场支配地位行为，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）负责滥用市场支配地位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市场支配地位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 市场监管总局负责查处下列滥用市场支配地位行为：

- （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。

前款所列滥用市场支配地位行为，市场监管总局可以指定省级市场监管部门查处。

省级市场监管部门根据授权查处滥用市场支配地位行为时，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，应当及时向市场监管总局报告。

第四条 反垄断执法机构查处滥用市场支配地位行为时，应当平等对待所有经营者。

第五条 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。

第六条 市场支配地位是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。

本条所称其他交易条件是指除商品价格、数量之外能够对市场交易产生实质影响的其他因素，包括商品品种、商品品质、付款条件、交付方式、售后服务、交易选择、技术约束等。

本条所称能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场，包括排除其他经营者进入相关市场，或者延缓其他经营者在合理时间内进入相关市场，或者导致其他经营者虽能够进入该相关市场但进入成本大幅提高，无法与现有经营者开展有效竞争等情形。

第七条 根据反垄断法第二十三条第一项，确定经营者在相关市场的市场份额，可以考虑一定时期内经营者的特定商品销售金额、销售数量或者其他指标在相关市场所占的比重。

分析相关市场竞争状况，可以考虑相关市场的发展状况、现有竞争者的数量和市场份额、市场集中度、商品差异程度、创新和技术变化、销售和采购模式、潜在竞争者情况等因素。

第八条 根据反垄断法第二十三条第二项，确定经营者控制销售市场或者原材料采购市场的能力，可以考虑该经营者控制产业链上下游市场的能

力，控制销售渠道或者采购渠道的能力，影响或者决定价格、数量、合同期限或者其他交易条件的能力，以及优先获得企业生产经营所必需的原料、半成品、零部件、相关设备以及需要投入的其他资源的能力等因素。

第九条 根据反垄断法第二十三条第三项，确定经营者的财力和技术条件，可以考虑该经营者的资产规模、盈利能力、融资能力、研发能力、技术装备、技术创新和应用能力、拥有的知识产权等，以及该财力和技术条件能够以何种方式和程度促进该经营者业务扩张或者巩固、维持市场地位等因素。

第十条 根据反垄断法第二十三条第四项，确定其他经营者对该经营者在交易上的依赖程度，可以考虑其他经营者与该经营者之间的交易关系、交易量、交易持续时间、在合理时间内转向其他交易相对人的难易程度等因素。

第十一条 根据反垄断法第二十三条第五项，确定其他经营者进入相关市场的难易程度，可以考虑市场准入、获取必要资源的难度、采购和销售渠道的控制情况、资金投入规模、技术壁垒、品牌依赖、用户转换成本、消费习惯等因素。

第十二条 根据反垄断法第二十三条和本规定第七条至第十一条规定认定平台经济领域经营者具有市场支配地位，还可以考虑相关行业竞争特点、经营模式、交易金额、交易数量、用户数量、网络效应、锁定效应、技术特性、市场创新、控制流量的能力、掌握和处理相关数据的能力及经营者在关联市场的市场力量等因素。

第十三条 认定两个以上的经营者具有市场支配地位，除考虑本规定第七条至第十二条规定的因素外，还应当考虑经营者行为一致性、市场结构、相关市场透明度、相关商品同质化程度等因素。

第十四条 禁止具有市场支配地位的经营者以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品。

认定“不公平的高价”或者“不公平的低价”，可以考虑下列因素：

（一）销售价格或者购买价格是否明显高于

或者明显低于其他经营者在相同或者相似市场条件下销售或者购买同种商品或者可比较商品的价格；

（二）销售价格或者购买价格是否明显高于或者明显低于同一经营者在其他相同或者相似市场条件区域销售或者购买同种商品或者可比较商品的价格；

（三）在成本基本稳定的情况下，是否超过正常幅度提高销售价格或者降低购买价格；

（四）销售商品的提价幅度是否明显高于成本增长幅度，或者购买商品的降价幅度是否明显高于交易相对人成本降低幅度；

（五）需要考虑的其他相关因素。

涉及平台经济领域，还可以考虑平台涉及多边市场中各相关市场之间的成本关联情况及其合理性。

认定市场条件相同或者相似，应当考虑经营模式、销售渠道、供求状况、监管环境、交易环节、成本结构、交易情况、平台类型等因素。

第十五条 禁止具有市场支配地位的经营者没有正当理由，以低于成本的价格销售商品。

认定以低于成本的价格销售商品，应当重点考虑价格是否低于平均可变成本。平均可变成本是指随着生产的商品数量变化而变动的每单位成本。涉及平台经济领域，还可以考虑平台涉及多边市场中各相关市场之间的成本关联情况及其合理性。

本条所称“正当理由”包括：

（一）降价处理鲜活商品、季节性商品、有效期即将到期的商品或者积压商品的；

（二）因清偿债务、转产、歇业降价销售商品的；

（三）在合理期限内为推广新商品进行促销的；

（四）能够证明行为具有正当性的其他理由。

第十六条 禁止具有市场支配地位的经营者没有正当理由，通过下列方式拒绝与交易相对人进行交易：

（一）实质性削减与交易相对人的现有交易数量；

(二) 拖延、中断与交易相对人的现有交易;

(三) 拒绝与交易相对人进行新的交易;

(四) 通过设置交易相对人难以接受的价格、向交易相对人回购商品、与交易相对人进行其他交易等限制性条件,使交易相对人难以与其进行交易;

(五) 拒绝交易相对人在生产经营活动中,以合理条件使用其必需设施。

在依据前款第五项认定经营者滥用市场支配地位时,应当综合考虑以合理的投入另行投资建设或者另行开发建造该设施的可行性、交易相对人有效开展生产经营活动对该设施的依赖程度、该经营者提供该设施的可能性以及对自身生产经营活动造成的影响等因素。

本条所称“正当理由”包括:

(一) 因不可抗力等客观原因无法进行交易;

(二) 交易相对人有不良信用记录或者出现经营状况恶化等情况,影响交易安全;

(三) 与交易相对人进行交易将使经营者利益发生不当减损;

(四) 交易相对人明确表示或者实际不遵守公平、合理、无歧视的平台规则;

(五) 能够证明行为具有正当性的其他理由。

第十七条 禁止具有市场支配地位的经营者没有正当理由,从事下列限定交易行为:

(一) 限定交易相对人只能与其进行交易;

(二) 限定交易相对人只能与其指定的经营者进行交易;

(三) 限定交易相对人不得与特定经营者进行交易。

从事上述限定交易行为可以是直接限定,也可以是采取惩罚性或者激励性措施等方式变相限定。

本条所称“正当理由”包括:

(一) 为满足产品安全要求所必需;

(二) 为保护知识产权、商业秘密或者数据安全所必需;

(三) 为保护针对交易进行的特定投资所必需;

(四) 为维护平台合理的经营模式所必需;

(五) 能够证明行为具有正当性的其他理由。

第十八条 禁止具有市场支配地位的经营者没有正当理由搭售商品,或者在交易时附加其他不合理的交易条件:

(一) 违背交易惯例、消费习惯或者无视商品的功能,利用合同条款或者弹窗、操作必经步骤等交易相对人难以选择、更改、拒绝的方式,将不同商品捆绑销售或者组合销售;

(二) 对合同期限、支付方式、商品的运输及交付方式或者服务的提供方式等附加不合理的限制;

(三) 对商品的销售地域、销售对象、售后服务等附加不合理的限制;

(四) 交易时在价格之外附加不合理费用;

(五) 附加与交易标的无关的交易条件。

本条所称“正当理由”包括:

(一) 符合正当的行业惯例和交易习惯;

(二) 为满足产品安全要求所必需;

(三) 为实现特定技术所必需;

(四) 为保护交易相对人和消费者利益所必需;

(五) 能够证明行为具有正当性的其他理由。

第十九条 禁止具有市场支配地位的经营者没有正当理由,对条件相同的交易相对人在交易条件上实行下列差别待遇:

(一) 实行不同的交易价格、数量、品种、品质等级;

(二) 实行不同的数量折扣等优惠条件;

(三) 实行不同的付款条件、交付方式;

(四) 实行不同的保修内容和期限、维修内容和时间、零配件供应、技术指导等售后服务条件。

条件相同是指交易相对人之间在交易安全、交易成本、规模和能力、信用状况、所处交易环节、交易持续时间等方面不存在实质性影响交易的差别。交易中依法获取的交易相对人的交易数据、个体偏好、消费习惯等方面存在的差异不影响认定交易相对人条件相同。

本条所称“正当理由”包括：

（一）根据交易相对人实际需求且符合正当的交易习惯和行业惯例，实行不同交易条件；

（二）针对新用户的首次交易在合理期限内开展的优惠活动；

（三）基于公平、合理、无歧视的平台规则实施的随机性交易；

（四）能够证明行为具有正当性的其他理由。

第二十条 市场监管总局认定其他滥用市场支配地位行为，应当同时符合下列条件：

（一）经营者具有市场支配地位；

（二）经营者实施了排除、限制竞争行为；

（三）经营者实施相关行为不具有正当理由；

（四）经营者相关行为对市场竞争具有排除、限制影响。

第二十一条 具有市场支配地位的经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等从事本规定第十四条至第二十条规定的滥用市场支配地位行为。

第二十二条 反垄断执法机构认定本规定第十四条所称的“不公平”和第十五条至第二十条所称的“正当理由”，还应当考虑下列因素：

（一）有关行为是否为法律、法规所规定；

（二）有关行为对国家安全、网络安全等方面的影响；

（三）有关行为对经济运行效率、经济发展的影响；

（四）有关行为是否为经营者正常经营及实现正常效益所必需；

（五）有关行为对经营者业务发展、未来投资、创新方面的影响；

（六）有关行为是否能够使交易相对人或者消费者获益；

（七）有关行为对社会公共利益的影响。

第二十三条 供水、供电、供气、供热、电信、有线电视、邮政、交通运输等公用事业领域经营者应当依法经营，不得滥用其市场支配地位损害消费者利益和社会公共利益。

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，发现涉嫌滥用市场支配地位行为。

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）涉嫌滥用市场支配地位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滥用市场支配地位行为的必要调查，符合下列条件的，应当立案：

（一）有证据初步证明存在滥用市场支配地位行为；

（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滥用市场支配地位行为时，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滥用市场支配地位行为时，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滥用市场支配地位行为时，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。

第二十九条 反垄断执法机构对滥用市场支配地位行为进行行政处罚的，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 反垄断执法机构对滥用市场支配地位行为作出行政处罚决定，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 涉嫌滥用市场支配地位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）涉嫌滥用市场支配地位行为的事实；

（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。

第三十三条 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滥用市场支配地位行为调查核实后，认为构成滥用市场支配地位行为的，不得中止调查，应当依法作出处理决定。

第三十四条 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滥用市场支配地位行为的事实、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。

第三十五条 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。

第三十六条 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滥用市场支配地位行为的事实、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。

第三十七条 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滥用市场支配地位的问题，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。

第三十八条 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。

第三十九条 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。

第四十条 市场监管总局应当加强对省级市场监管部门查处滥用市场支配地位行为的指导和监督，统一执法程序和标准。

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市场支配地位行为。

第四十一条 经营者滥用市场支配地位的，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。

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第一款规定的罚款数额的二倍以上五倍以下确定具体罚款

数额。

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滥用市场支配地位的，按照第一款规定处理。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滥用市场支配地位的，可以依法从轻或者减轻处罚。

第四十二条 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。

第四十三条 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。

第四十四条 本规定对滥用市场支配地位行为调查、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。

第四十五条 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11号公布的《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 67 号

《经营者集中审查规定》已经2023年2月20日市场监管总局第2次局务会议通过，现予公布，自2023年4月15日起施行。

局 长 罗 文

2023年3月10日

经营者集中审查规定

第一章 总 则

第一条 为了规范经营者集中反垄断审查工作，根据《中华人民共和国反垄断法》（以下简称反垄断法）和《国务院关于经营者集中申报标准的规定》，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）负责经营者集中反垄断审查工作，并对违法实施的经营者集中进行调查处理。

市场监管总局根据工作需要，可以委托省、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）实施经营者集中审查。

市场监管总局加强对受委托的省级市场监管部门的指导和监督，健全审查人员培训管理制度，保障审查工作的科学性、规范性、一致性。

第三条 经营者可以通过公平竞争、自愿联合，依法实施集中，扩大经营规模，提高市场竞争能力。

市场监管总局开展经营者集中反垄断审查工作时，坚持公平公正，依法平等对待所有经营者。

第四条 本规定所称经营者集中，是指反垄断法第二十五条所规定的下列情形：

（一）经营者合并；

（二）经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权；

（三）经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。

第五条 判断经营者是否取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响，应当考虑下列因素：

（一）交易的目的和未来的计划；

（二）交易前后其他经营者的股权结构及其变化；

（三）其他经营者股东（大）会等权力机构的表决事项及其表决机制，以及其历史出席率和表决情况；

（四）其他经营者董事会等决策或者管理机构的组成及其表决机制，以及其历史出席率和表决情况；

（五）其他经营者高级管理人员的任免等；

（六）其他经营者股东、董事之间的关系，是否存在委托行使投票权、一致行动人等；

（七）该经营者与其他经营者是否存在重大商业关系、合作协议等；

（八）其他应当考虑的因素。

两个以上经营者均拥有对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响的，构成对其他经营者的共同控制。

第六条 市场监管总局健全经营者集中分类分级审查制度。

市场监管总局可以针对涉及国计民生等重要领域的经营者集中，制定具体的审查办法。

市场监管总局对经营者集中审查制度的实施效果进行评估，并根据评估结果改进审查工作。

第七条 市场监管总局强化经营者集中审查工作的信息化体系建设，充分运用技术手段，推进智慧监管，提升审查效能。

第二章 经营者集中申报

第八条 经营者集中达到国务院规定的申报标准（以下简称申报标准）的，经营者应当事先向市场监管总局申报，未申报或者申报后获得批准前不得实施集中。

经营者集中未达到申报标准，但有证据证明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，市场监管总局可以要求经营者申报并书面通知经营者。集中尚未实施的，经营者未申报或者申报后获得批准前不得实施集中；集中已经实施的，经营者应当自收到书面通知之日起一百二十日内申报，并采取暂停实施集中等必要措施减少集中对竞争的不利影响。

是否实施集中的判断因素包括但不限于是否完成市场主体登记或者权利变更登记、委派高级管理人员、实际参与经营决策和管理、与其他经营者交换敏感信息、实质性整合业务等。

第九条 营业额包括相关经营者上一会计年度内销售产品和提供服务所获得的收入，扣除相关税金及附加。

前款所称上一会计年度，是指集中协议签署日的上一会计年度。

第十条 参与集中的经营者的营业额，应当为该经营者以及申报时与该经营者存在直接或者间接控制关系的所有经营者的营业额总和，但是不包括上述经营者之间的营业额。

经营者取得其他经营者的组成部分时，出让方不再对该组成部分拥有控制权或者不能施加决定性影响的，目标经营者的营业额仅包括该组成部分的营业额。

参与集中的经营者之间或者参与集中的经营者和未参与集中的经营者之间有共同控制的其他经营者时，参与集中的经营者的营业额应当包括被共同控制的经营者与第三方经营者之间的营业额，此营业额只计算一次，且在有共同控制权的参与集中的经营者之间平均分配。

金融业经营者营业额的计算，按照金融业经营者集中申报营业额计算相关规定执行。

第十一条 相同经营者之间在两年内多次实施的未达到申报标准的经营者集中，应当视为一次集中，集中时间从最后一次交易算起，参与集中的经营者的营业额应当将多次交易合并计算。经营者通过与其有控制关系的其他经营者实施上述行为，依照本规定处理。

前款所称两年内，是指从第一次交易完成之日起至最后一次交易签订协议之日止的期间。

第十二条 市场监管总局加强对经营者集中申报的指导。在正式申报前，经营者可以以书面方式就集中申报事宜提出商谈申请，并列明拟商谈的具体问题。

第十三条 通过合并方式实施的经营者集中，

合并各方均为申报义务人；其他情形的经营者集中，取得控制权或者能够施加决定性影响的经营者为申报义务人，其他经营者予以配合。

同一项经营者集中有多个申报义务人的，可以委托一个申报义务人申报。被委托的申报义务人未申报的，其他申报义务人不能免除申报义务。申报义务人未申报的，其他参与集中的经营者可以提出申报。

申报人可以自行申报，也可以依法委托他人代理申报。申报人应当严格审慎选择代理人。申报代理人应当诚实守信、合规经营。

第十四条 申报文件、资料应当包括如下内容：

(一) 申报书。申报书应当载明参与集中的经营者的名称、住所（经营场所）、经营范围、预定实施集中的日期，并附申报人身份证件或者登记注册文件，境外申报人还须提交当地公证机关的公证文件和相关的认证文件。委托代理人申报的，应当提交授权委托书。

(二) 集中对相关市场竞争状况影响的说明。包括集中交易概况；相关市场界定；参与集中的经营者在相关市场的市场份额及其对市场的控制力；主要竞争者及其市场份额；市场集中度；市场进入；行业发展现状；集中对市场竞争结构、行业发展、技术进步、创新、国民经济发展、消费者以及其他经营者的影响；集中对相关市场竞争影响的效果评估及依据。

(三) 集中协议。包括各种形式的集中协议文件，如协议书、合同以及相应的补充文件等。

(四) 参与集中的经营者经会计师事务所审计的上一会计年度财务会计报告。

(五) 市场监管总局要求提交的其他文件、资料。

申报人应当对申报文件、资料的真实性、准确性、完整性负责。

申报代理人应当协助申报人对申报文件、资料的真实性、准确性、完整性进行审核。

第十五条 申报人应当对申报文件、资料中的商业秘密、未披露信息、保密商务信息、个人隐私

或者个人信息进行标注，并且同时提交申报文件、资料的公开版本和保密版本。申报文件、资料应当使用中文。

第十六条 市场监管总局对申报人提交的文件、资料进行核查，发现申报文件、资料不完备的，可以要求申报人在规定期限内补交。申报人逾期未补交的，视为未申报。

第十七条 市场监管总局经核查认为申报文件、资料符合法定要求的，自收到完备的申报文件、资料之日予以受理并书面通知申报人。

第十八条 经营者集中未达到申报标准，参与集中的经营者自愿提出经营者集中申报，市场监管总局收到申报文件、资料后经核查认为有必要受理的，按照反垄断法予以审查并作出决定。

第十九条 符合下列情形之一的经营者集中，可以作为简易案件申报，市场监管总局按照简易案件程序进行审查：

（一）在同一相关市场，参与集中的经营者所占的市场份额之和小于百分之十五；在上下游市场，参与集中的经营者所占的市场份额均小于百分之二十五；不在同一相关市场也不存在上下游关系的参与集中的经营者，在与交易有关的每个市场所占的市场份额均小于百分之二十五；

（二）参与集中的经营者在中国境外设立合营企业，合营企业不在中国境内从事经济活动的；

（三）参与集中的经营者收购境外企业股权或者资产，该境外企业不在中国境内从事经济活动的；

（四）由两个以上经营者共同控制的合营企业，通过集中被其中一个或者一个以上经营者控制的。

第二十条 符合本规定第十九条但存在下列情形之一的经营者集中，不视为简易案件：

（一）由两个以上经营者共同控制的合营企业，通过集中被其中的一个经营者控制，该经营者与合营企业属于同一相关市场的竞争者，且市场份额之和大于百分之十五的；

（二）经营者集中涉及的相关市场难以界定

的；

（三）经营者集中对市场进入、技术进步可能产生不利影响的；

（四）经营者集中对消费者和其他有关经营者可能产生不利影响的；

（五）经营者集中对国民经济发展可能产生不利影响的；

（六）市场监管总局认为可能对市场竞争产生不利影响的其他情形。

第二十一条 市场监管总局受理简易案件后，对案件基本信息予以公示，公示期为十日。公示的案件基本信息由申报人填报。

对于不符合简易案件标准的简易案件申报，市场监管总局予以退回，并要求申报人按非简易案件重新申报。

第三章 经营者集中审查

第二十二条 市场监管总局应当自受理之日起三十日内，对申报的经营者集中进行初步审查，作出是否实施进一步审查的决定，并书面通知申报人。

市场监管总局决定实施进一步审查的，应当自决定之日起九十日内审查完毕，作出是否禁止经营者集中的决定，并书面通知申报人。符合反垄断法第三十一条第二款规定情形的，市场监管总局可以延长本款规定的审查期限，最长不得超过六十日。

第二十三条 在审查过程中，出现反垄断法第三十二条规定情形的，市场监管总局可以决定中止计算经营者集中的审查期限并书面通知申报人，审查期限自决定作出之日起中止计算。

自中止计算审查期限的情形消除之日起，审查期限继续计算，市场监管总局应当书面通知申报人。

第二十四条 在审查过程中，申报人未按照规定提交文件、资料导致审查工作无法进行的，市场监管总局应当书面通知申报人在规定期限内补正。申报人未在规定期限内补正的，市场监管总局可以决定中止计算审查期限。

申报人按要求提交文件、资料后，审查期限继续计算。

第二十五条 在审查过程中，出现对经营者集中审查具有重大影响的新情况、新事实，不经核实将导致审查工作无法进行的，市场监管总局可以决定中止计算审查期限。

经核实，审查工作可以进行的，审查期限继续计算。

第二十六条 在市场监管总局对申报人提交的附加限制性条件承诺方案进行评估阶段，申报人提出中止计算审查期限请求，市场监管总局认为确有必要的，可以决定中止计算审查期限。

对附加限制性条件承诺方案评估完成后，审查期限继续计算。

第二十七条 在市场监管总局作出审查决定之前，申报人要求撤回经营者集中申报的，应当提交书面申请并说明理由。经市场监管总局同意，申报人可以撤回申报。

集中交易情况或者相关市场竞争状况发生重大变化，需要重新申报的，申报人应当申请撤回。

撤回经营者集中申报的，审查程序终止。市场监管总局同意撤回申报不视为对集中的批准。

第二十八条 在审查过程中，市场监管总局根据审查工作需要，可以要求申报人在规定期限内补充提供相关文件、资料，就申报有关事项与申报人及其代理人进行沟通。

申报人可以主动提供有助于对经营者集中进行审查和作出决定的有关文件、资料。

第二十九条 在审查过程中，参与集中的经营者可以通过信函、传真、电子邮件等方式向市场监管总局就有关申报事项进行书面陈述，市场监管总局应当听取。

第三十条 在审查过程中，市场监管总局根据审查工作需要，可以通过书面征求、座谈会、论证会、问卷调查、委托咨询、实地调研等方式听取有关政府部门、行业协会、经营者、消费者、专家学者等单位或者个人的意见。

第三十一条 审查经营者集中，应当考虑下列

因素：

（一）参与集中的经营者在相关市场的市场份额及其对市场的控制力；

（二）相关市场的市场集中度；

（三）经营者集中对市场进入、技术进步的影响；

（四）经营者集中对消费者和其他有关经营者的影响；

（五）经营者集中对国民经济发展的影响；

（六）应当考虑的影响市场竞争的其他因素。

第三十二条 评估经营者集中的竞争影响，可以考察相关经营者单独或者共同排除、限制竞争的能力、动机及可能性。

集中涉及上下游市场或者关联市场的，可以考察相关经营者利用在一个或者多个市场的控制力，排除、限制其他市场竞争的能力、动机及可能性。

第三十三条 评估参与集中的经营者对市场的控制力，可以考虑参与集中的经营者在相关市场的市场份额、产品或者服务的替代程度、控制销售市场或者原材料采购市场的能力、财力和技术条件、掌握和处理数据的能力，以及相关市场的市场结构、其他经营者的生产能力、下游客户购买能力和转换供应商的能力、潜在竞争者进入的抵消效果等因素。

评估相关市场的市场集中度，可以考虑相关市场的经营者数量及市场份额等因素。

第三十四条 评估经营者集中对市场进入的影响，可以考虑经营者通过控制生产要素、销售和采购渠道、关键技术、关键设施、数据等方式影响市场进入的情况，并考虑进入的可能性、及时性和充分性。

评估经营者集中对技术进步的影响，可以考虑经营者集中对技术创新动力和能力、技术研发投入和利用、技术资源整合等方面的影响。

第三十五条 评估经营者集中对消费者的影响，可以考虑经营者集中对产品或者服务的数量、价格、质量、多样化等方面的影响。

评估经营者集中对其他有关经营者的影响，可以考虑经营者集中对同一相关市场、上下游市场

或者关联市场经营者的市场进入、交易机会等竞争条件的影响。

第三十六条 评估经营者集中对国民经济发展的影响，可以考虑经营者集中对经济效率、经营规模及其对相关行业发展等方面的影响。

第三十七条 评估经营者集中的竞争影响，还可以综合考虑集中对公共利益的影响、参与集中的经营者是否为濒临破产的企业等因素。

第三十八条 市场监管总局认为经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，应当告知申报人，并设定一个允许参与集中的经营者提交书面意见的合理期限。

参与集中的经营者的书面意见应当包括相关事实和理由，并提供相应证据。参与集中的经营者逾期未提交书面意见的，视为无异议。

第三十九条 为减少集中具有或者可能具有的排除、限制竞争的效果，参与集中的经营者可以向市场监管总局提出附加限制性条件承诺方案。

市场监管总局应当对承诺方案的有效性、可行性和及时性进行评估，并及时将评估结果通知申报人。

市场监管总局认为承诺方案不足以减少集中对竞争的不利影响的，可以与参与集中的经营者就限制性条件进行磋商，要求其在合理期限内提出其他承诺方案。

第四十条 根据经营者集中交易具体情况，限制性条件可以包括如下种类：

（一）剥离有形资产，知识产权、数据等无形资产或者相关权益（以下简称剥离业务）等结构性条件；

（二）开放其网络或者平台等基础设施、许可关键技术（包括专利、专有技术或者其他知识产权）、终止排他性或者独占性协议、保持独立运营、修改平台规则或者算法、承诺兼容或者不降低互操作性水平等行为性条件；

（三）结构性条件和行为性条件相结合的综合性条件。

剥离业务一般应当具有在相关市场开展有效

竞争所需要的所有要素，包括有形资产、无形资产、股权、关键人员以及客户协议或者供应协议等权益。剥离对象可以是参与集中经营者的子公司、分支机构或者业务部门等。

第四十一条 承诺方案存在不能实施的风险的，参与集中的经营者可以提出备选方案。备选方案应当在首选方案无法实施后生效，并且比首选方案的条件更为严格。

承诺方案为剥离，但存在下列情形之一的，参与集中的经营者可以在承诺方案中提出特定买方和剥离时间建议：

（一）剥离存在较大困难；

（二）剥离前维持剥离业务的竞争性和可销售性存在较大风险；

（三）买方身份对剥离业务能否恢复市场竞争具有重要影响；

（四）市场监管总局认为有必要的其他情形。

第四十二条 对于具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中，参与集中的经营者提出的附加限制性条件承诺方案能够有效减少集中对竞争产生的不利影响的，市场监管总局可以作出附加限制性条件批准决定。

参与集中的经营者未能在规定期限内提出附加限制性条件承诺方案，或者所提出的承诺方案不能有效减少集中对竞争产生的不利影响的，市场监管总局应当作出禁止经营者集中的决定。

第四十三条 任何单位和个人发现未达申报标准但具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中，可以向市场监管总局书面反映，并提供相关事实和证据。

市场监管总局经核查，对有证据证明未达申报标准的经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，依照本规定第八条进行处理。

第四章 限制性条件的监督和实施

第四十四条 对于附加限制性条件批准的经营者集中，义务人应当严格履行审查决定规定的义

务，并按规定向市场监管总局报告限制性条件履行情况。

市场监管总局可以自行或者通过受托人对义务人履行限制性条件的行为进行监督检查。通过受托人监督检查的，市场监管总局应当在审查决定中予以明确。受托人包括监督受托人和剥离受托人。

义务人，是指附加限制性条件批准经营者集中的审查决定中要求履行相关义务的经营经营者。

监督受托人，是指受义务人委托并经市场监管总局评估确定，负责对义务人实施限制性条件进行监督并向市场监管总局报告的自然人、法人或者非法人组织。

剥离受托人，是指受义务人委托并经市场监管总局评估确定，在受托剥离阶段负责出售剥离业务并向市场监管总局报告的自然人、法人或者非法人组织。

第四十五条 通过受托人监督检查的，义务人应当在市场监管总局作出审查决定之日起十五日内向市场监管总局提交监督受托人人选。限制性条件为剥离的，义务人应当在进入受托剥离阶段三十日前向市场监管总局提交剥离受托人人选。义务人应当严格审慎选择受托人人选并对相关文件、资料的真实性、完整性、准确性负责。受托人人选应当符合下列具体要求：

- (一) 诚实守信、合规经营；
- (二) 有担任受托人的意愿；
- (三) 独立于义务人和剥离业务的买方；
- (四) 具有履行受托人职责的专业团队，团队成员应当具有对限制性条件进行监督所需的专业知识、技能及相关经验；
- (五) 能够提出可行的工作方案；
- (六) 过去五年未在担任受托人过程中受到处罚；
- (七) 市场监管总局提出的其他要求。

义务人正式提交受托人人选后，受托人人选无正当理由不得放弃参与受托人评估。

一般情况下，市场监管总局应当从义务人提交的人选中择优评估确定受托人。但义务人未在规

定期限内提交受托人人选且经再次书面通知后仍未按时提交，或者两次提交的人选均不符合要求，导致监督执行工作难以正常进行的，市场监管总局可以指导义务人选择符合条件的受托人。

受托人确定后，义务人应当与受托人签订书面协议，明确各自权利和义务，并报市场监管总局同意。受托人应当勤勉、尽职地履行职责。义务人支付受托人报酬，并为受托人提供必要的支持和便利。

第四十六条 限制性条件为剥离的，剥离义务人应当在审查决定规定的期限内，自行找到合适的剥离业务买方、签订出售协议，并报经市场监管总局批准后完成剥离。剥离义务人未能在规定期限内完成剥离的，市场监管总局可以要求义务人委托剥离受托人在规定的期限内寻找合适的剥离业务买方。剥离业务买方应当符合下列要求：

- (一) 独立于参与集中的经营者；
- (二) 拥有必要的资源、能力并有意愿使用剥离业务参与市场竞争；
- (三) 取得其他监管机构的批准；
- (四) 不得向参与集中的经营者融资购买剥离业务；
- (五) 市场监管总局根据具体案件情况提出的其他要求。

买方已有或者能够从其他途径获得剥离业务中的部分资产或者权益时，可以向市场监管总局申请对剥离业务的范围进行必要调整。

第四十七条 义务人提交市场监管总局审查的监督受托人、剥离受托人、剥离业务买方人选原则上各不少于三家。在特殊情况下，经市场监管总局同意，上述人选可少于三家。

市场监管总局应当对义务人提交的受托人及委托协议、剥离业务买方人选及出售协议进行审查，以确保其符合审查决定要求。

限制性条件为剥离的，市场监管总局上述审查所用时间不计入剥离期限。

第四十八条 审查决定未规定自行剥离期限的，剥离义务人应当在审查决定作出之日起六个月

内找到适当的买方并签订出售协议。经剥离义务人申请并说明理由，市场监管总局可以酌情延长自行剥离期限，但延期最长不得超过三个月。

审查决定未规定受托剥离期限的，剥离受托人应当在受托剥离开始之日起六个月内找到适当的买方并签订出售协议。

第四十九条 剥离义务人应当在市场监管总局审查批准买方和出售协议后，与买方签订出售协议，并自签订之日起三个月内将剥离业务转移给买方，完成所有权转移等相关法律程序。经剥离义务人申请并说明理由，市场监管总局可以酌情延长业务转移的期限。

第五十条 经市场监管总局批准的买方购买剥离业务达到申报标准的，取得控制权的经营者应当将其作为一项新的经营者集中向市场监管总局申报。市场监管总局作出审查决定之前，剥离义务人不得将剥离业务出售给买方。

第五十一条 在剥离完成之前，为确保剥离业务的存续性、竞争性和可销售性，剥离义务人应当履行下列义务：

（一）保持剥离业务与其保留的业务之间相互独立，并采取一切必要措施以最符合剥离业务发展的方式进行管理；

（二）不得实施任何可能对剥离业务有不利影响的行为，包括聘用被剥离业务的关键员工，获得剥离业务的商业秘密或者其他保密信息等；

（三）指定专门的管理人，负责管理剥离业务。管理人在监督受托人的监督下履行职责，其任命和更换应当得到监督受托人的同意；

（四）确保潜在买方能够以公平合理的方式获得有关剥离业务的充分信息，评估剥离业务的商业价值和发展潜力；

（五）根据买方的要求向其提供必要的支持和便利，确保剥离业务的顺利交接和稳定经营；

（六）向买方及时移交剥离业务并履行相关法律程序。

第五十二条 监督受托人应当在市场监管总局的监督下履行下列职责：

（一）监督义务人履行本规定、审查决定及相关协议规定的义务；

（二）对剥离义务人推荐的买方人选、拟签订的出售协议进行评估，并向市场监管总局提交评估报告；

（三）监督剥离业务出售协议的执行，并定期向市场监管总局提交监督报告；

（四）协调剥离义务人与潜在买方就剥离事项产生的争议；

（五）按照市场监管总局的要求提交其他与义务人履行限制性条件有关的报告。

未经市场监管总局同意，监督受托人不得披露其在履行职责过程中向市场监管总局提交的各种报告及相关信息。

第五十三条 在受托剥离阶段，剥离受托人负责为剥离业务找到买方并达成出售协议。

剥离受托人有权以无底价方式出售剥离业务。

第五十四条 审查决定应当规定附加限制性条件的期限。

根据审查决定，限制性条件到期自动解除的，经市场监管总局核查确认，义务人未违反审查决定的，限制性条件自动解除。义务人存在违反审查决定情形的，市场监管总局可以适当延长附加限制性条件的期限，并及时向社会公布。

根据审查决定，限制性条件到期后义务人需要申请解除的，义务人应当提交书面申请并说明理由。市场监管总局评估后决定解除限制性条件的，应当及时向社会公布。

限制性条件为剥离，经市场监管总局核查确认，义务人履行完成所有义务的，限制性条件自动解除。

第五十五条 审查决定生效期间，市场监管总局可以主动或者应义务人申请对限制性条件进行重新审查，变更或者解除限制性条件。市场监管总局决定变更或者解除限制性条件的，应当及时向社会公布。

市场监管总局变更或者解除限制性条件时，应当考虑下列因素：

- (一) 集中交易方是否发生重大变化;
- (二) 相关市场竞争状况是否发生实质性变化;
- (三) 实施限制性条件是否无必要或者不可能;
- (四) 应当考虑的其他因素。

第五章 对违法实施经营者集中的调查

第五十六条 经营者集中达到申报标准, 经营者未申报实施集中、申报后未经批准实施集中或者违反审查决定的, 依照本章规定进行调查。

未达申报标准的经营者集中, 经营者未按照本规定第八条进行申报的, 市场监管总局依照本章规定进行调查。

第五十七条 对涉嫌违法实施经营者集中, 任何单位和个人有权向市场监管总局举报。市场监管总局应当为举报人保密。

举报采用书面形式, 并提供举报人和被举报人基本情况、涉嫌违法实施经营者集中的相关事实和证据等内容的, 市场监管总局应当进行必要的核查。

对于采用书面形式的实名举报, 市场监管总局可以根据举报人的请求向其反馈举报处理结果。

对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, 市场监管总局应当严格保密。

第五十八条 对有初步事实和证据表明存在违法实施经营者集中嫌疑的, 市场监管总局应当予以立案, 并书面通知被调查的经营者。

第五十九条 被调查的经营者应当在立案通知送达之日起三十日内, 向市场监管总局提交是否属于经营者集中、是否达到申报标准、是否申报、是否违法实施等有关文件、资料。

第六十条 市场监管总局应当自收到被调查的经营者依照本规定第五十九条提交的文件、资料之日起三十日内, 对被调查的交易是否属于违法实施经营者集中完成初步调查。

属于违法实施经营者集中的, 市场监管总局应当作出实施进一步调查的决定, 并书面通知被调查的经营者。经营者应当停止违法行为。

不属于违法实施经营者集中的, 市场监管总局应当作出不实施进一步调查的决定, 并书面通知被调查的经营者。

第六十一条 市场监管总局决定实施进一步调查的, 被调查的经营者应当自收到市场监管总局书面通知之日起三十日内, 依照本规定关于经营者集中申报文件、资料的规定向市场监管总局提交相关文件、资料。

市场监管总局应当自收到被调查的经营者提交的符合前款规定的文件、资料之日起一百二十日内, 完成进一步调查。

在进一步调查阶段, 市场监管总局应当按照反垄断法及本规定, 对被调查的交易是否具有或者可能具有排除、限制竞争效果进行评估。

第六十二条 在调查过程中, 被调查的经营者、利害关系人有权陈述意见。市场监管总局应当对被调查的经营者、利害关系人提出的事实、理由和证据进行核实。

第六十三条 市场监管总局在作出行政处罚决定前, 应当告知被调查的经营者拟作出的行政处罚内容及事实、理由、依据, 并告知被调查的经营者依法享有的陈述、申辩、要求听证等权利。

被调查的经营者自告知书送达之日起五个工作日内, 未行使陈述、申辩权, 未要求听证的, 视为放弃此权利。

第六十四条 市场监管总局对违法实施经营者集中应当依法作出处理决定, 并可以向社会公布。

第六十五条 市场监管总局责令经营者采取必要措施恢复到集中前状态的, 相关措施的监督和实施参照本规定第四章执行。

第六章 法律责任

第六十六条 经营者违反反垄断法规定实施集中的, 依照反垄断法第五十八条规定予以处罚。

第六十七条 对市场监管总局依法实施的审查和调查，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，由市场监管总局责令改正，对单位处上一年度销售额百分之一以下的罚款，上一年度没有销售额或者销售额难以计算的，处五百万元以下的罚款；对个人处五十万元以下的罚款。

第六十八条 市场监管总局在依据反垄断法和本规定对违法实施经营者集中进行调查处理时，应当考虑集中实施的时间，是否具有或者可能具有排除、限制竞争的效果及其持续时间，消除违法行为后果的情况等因素。

当事人主动报告市场监管总局尚未掌握的违法行为，主动消除或者减轻违法行为危害后果的，市场监管总局应当依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条从轻或者减轻处罚。

第六十九条 市场监管总局依据反垄断法和本规定第六十六条、第六十七条对经营者予以行政处罚的，依照反垄断法第六十四条和国家有关规定记入信用记录，并向社会公示。

第七十条 申报人应当对代理行为加强管理并依法承担相应责任。

申报代理人故意隐瞒有关情况、提供虚假材料或者有其他行为阻碍经营者集中案件审查、调查工作的，市场监管总局依法调查处理并公开，可以向有关部门提出处理建议。

第七十一条 受托人不符合履职要求、无正当理由放弃履行职责、未按要求履行职责或者有其他行为阻碍经营者集中案件监督执行的，市场监管总局可以要求义务人更换受托人，并可以对受托人给予警告、通报批评，处十万元以下的罚款。

第七十二条 剥离业务的买方未按规定履行义务，影响限制性条件实施的，由市场监管总局责令改正，处十万元以下的罚款。

第七十三条 违反反垄断法第四章和本规定，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反垄断法第五十八条、第六十二条规定和本规定第六十六条、第六十七条规定的罚款数额的二倍以上五倍以下处以罚款。

第七十四条 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。

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。

第七章 附 则

第七十五条 市场监管总局以及其他单位和个人对于知悉的商业秘密、未披露信息、保密商务信息、个人隐私和个人信息承担保密义务，但根据法律法规规定应当披露的或者事先取得权利人同意的除外。

第七十六条 本规定对违法实施经营者集中的调查、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。

在审查或者调查过程中，市场监管总局可以组织听证。听证程序依照《市场监督管理行政许可程序暂行规定》《市场监督管理行政处罚听证办法》执行。

第七十七条 对于需要送达经营者的书面文件，送达方式参照《市场监督管理行政处罚程序规定》执行。

第七十八条 本规定自2023年4月15日起施行。2020年10月23日国家市场监督管理总局令 第30号公布的《经营者集中审查暂行规定》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 68 号

《计量器具新产品管理办法》已经 2023 年 3 月 9 日市场监管总局第 5 次局务会议修订通过，现予公布，自 2023 年 6 月 1 日起施行。

局 长 罗 文

2023 年 3 月 16 日

计量器具新产品管理办法

第一章 总 则

第一条 为了规范计量器具新产品的型式批准管理，根据《中华人民共和国计量法》和《中华人民共和国计量法实施细则》的有关规定，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内，制造以销售为目的的计量器具新产品，应当遵守本办法。

计量器具新产品是指生产者从未生产过的计量器具，包括对原有产品在结构、材质等方面做了重大改进导致性能、技术特征发生变更的计量器具。

第三条 生产者以销售为目的制造列入《实施强制管理的计量器具目录》，且监管方式为型式批准的计量器具新产品的，应当经省级市场监督管理部门型式批准后，方可投入生产。

制造除前款以外其他计量器具的，生产者可以根据需要自愿委托有能力的技术机构进行型式试验。

标准物质新产品按照标准物质管理相关规定执行。

第四条 本办法所称型式批准是指市场监督管理部门对计量器具的型式是否符合法定要求进行

的行政许可活动。

型式评价是指为确定计量器具型式是否符合计量要求、技术要求和法制管理要求对样机所进行的技术评价。

型式试验是指根据相关计量技术规范，对计量器具的样机进行的试验和检查。

第五条 国家市场监督管理总局统一负责全国计量器具新产品的监督管理工作。省级市场监督管理部门负责本地区计量器具新产品的监督管理工作。

第二章 型式批准的申请

第六条 生产者制造本办法第三条第一款规定的计量器具的，应当向生产所在地省级市场监督管理部门申请型式批准。

申请型式批准应当按照市场监督管理部门相关要求递交申请资料。

第七条 收到申请的省级市场监督管理部门，对申请资料进行审查，需要补充资料或者不符合法定形式的，应当自收到申请资料之日起五个工作日内一次告知申请人需要补正的全部内容和补正期限。

审查通过的，应当在五个工作日内委托技术机构进行型式评价，并通知申请人。

第八条 承担型式评价的技术机构应当自收到省级市场监督管理部门委托之日起五个工作日内通知申请人。

申请人应当自收到承担型式评价机构通知后五个工作日内向该机构递交以下技术资料，并对所提供的技术资料真实有效性负责：

- （一）样机照片；
- （二）产品标准（含检验方法）；
- （三）总装图、电路图和关键零部件图（含关键零部件清单）；
- （四）使用说明书；
- （五）制造单位或者技术机构所做的试验报告。

逾期没有递交的，由承担型式评价的技术机构向省级市场监督管理部门退回本次委托，受理申请的省级市场监督管理部门终止实施行政许可。

第九条 承担型式评价的技术机构，应当自收到技术资料之日起十个工作日内对技术资料进行审查。审查未通过的，要求申请人限期补正；审查通过的，通知申请人提供试验样机。

申请人应当自收到通知之日起十个工作日内，向该机构提供试验样机。逾期没有提供的，由承担型式评价的技术机构向省级市场监督管理部门退回本次委托，受理申请的省级市场监督管理部门终止实施行政许可。

第三章 型式评价

第十条 承担型式评价的技术机构应当能够独立承担法律责任，具备计量标准、检测装置、检测人员以及场地、工作环境等相关条件，取得省级以上市场监督管理部门的授权，方可开展相应的型式评价工作。

第十一条 承担型式评价的技术机构应当按照国家市场监督管理总局制定的国家型式评价技术规范进行型式评价。国家计量检定规程中已经规定了

型式评价要求的，按照国家计量检定规程执行。

没有国家型式评价技术规范的，由承担型式评价的技术机构依据相关标准、规范或者国际建议拟定型式评价技术规范，经相关全国专业计量技术委员会审查通过后执行。

第十二条 型式评价应当自承担型式评价的技术机构收到试验样机之日起三个月内完成，经省级市场监督管理部门同意延期的除外。

型式评价结束后，承担型式评价的技术机构应当将型式评价报告报送省级市场监督管理部门，并通知申请人。

第十三条 承担型式评价的技术机构在型式评价后，应当保留有关资料和原始记录，保存期不少于五年。经封印和标记的全部样机、需要保密的技术资料应当退还申请人。

申请人应当对经封印和标记的样机、需要保密的技术资料进行保存。对于系列产品，应当至少保存一台代表性产品样机；对于单个规格产品，应当至少保存一台样机。保存期限应当自停止生产该型式计量器具之日起不少于五年。

第四章 型式批准

第十四条 省级市场监督管理部门应当自收到型式评价报告之日起十个工作日内，根据型式评价报告和计量法制管理的要求，对计量器具新产品的型式进行审查。审查合格的，向申请人颁发型式批准证书；审查不合格的，作出不予行政许可决定。

第十五条 制造已取得型式批准的计量器具的，应当在其使用说明书中标注国家统一规定的型式批准标志和编号。

第十六条 采用委托加工方式制造计量器具的，被委托方应当取得与委托加工计量器具相应的型式批准，并与委托方签订书面委托合同。委托加工的计量器具，应当标注委托方、被委托方的单位名称、地址、被委托方的型式批准标志和编号。

第十七条 制造已取得型式批准的计量器具，不得擅自改变原批准的型式。对原有产品在结构、

材质、关键零部件等方面做了重大改进导致性能、技术特征发生变更的，应当重新申请型式批准。

第十八条 生产者制造计量器具应当具有与所制造的计量器具相适应的设施、人员和检定仪器设备等，并对其制造的计量器具负责，保证其计量性能符合相关要求。鼓励生产者建立完善的测量管理体系，自愿申请测量管理体系认证。

第十九条 县级以上地方市场监督管理部门应当按照国家有关规定，对制造计量器具的质量、实际制造产品与批准型式的一致性等进行监督检查。

第五章 法律责任

第二十条 制造、销售未经型式批准的计量器具的，由县级以上地方市场监督管理部门按照《中华人民共和国计量法》《中华人民共和国计量法实施细则》的有关规定予以处罚。

第二十一条 未按规定标注型式批准标志和编号的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处三万元以下罚款。

第二十二条 制造、销售的计量器具与批准的型式不一致的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处五万元以下罚款。

第二十三条 未持续符合型式批准条件，不再具有与所制造的计量器具相适应的设施、人员和检定仪器设备的，由县级以上市场监督管理部门责令

改正；逾期未改正的，处三万元以下罚款。

第二十四条 计量器具产品质量监督抽查不合格的，按照产品质量监督抽查的有关规定处理。

第二十五条 承担型式评价的技术机构及工作人员，应当对申请人提供的样机和技术文件、资料予以保密。违反保密规定的，应当按照国家有关规定，赔偿申请人的损失。需要给予违法公职人员政务处分的，应当依照有关规定将相关案件线索移送监察机关处理；构成犯罪的，移送监察机关或者司法机关处理。

第六章 附 则

第二十六条 进口计量器具型式批准，按照《中华人民共和国进口计量器具监督管理办法》执行。

第二十七条 与本办法有关的申请书、型式批准证书、型式批准标志和编号的式样等，由国家市场监督管理总局统一规定。

第二十八条 按照本办法实施型式批准，应当遵守国家法律、法规和国家市场监督管理总局关于行政许可办理程序的有关规定。

第二十九条 本办法自2023年6月1日起施行。2005年5月20日原国家质量监督检验检疫总局令第74号公布的《计量器具新产品管理办法》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 69 号

《计量比对管理办法》已经2023年3月9日市场监管总局第5次局务会议修订通过，现予公布，自2023年6月1日起施行。

局 长 罗 文

2023年3月16日

计量比对管理办法

第一条 为了确保量值统一、准确可靠，加强计量比对监督管理，根据计量相关法律、行政法规等有关规定，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内，开展计量比对及其监督管理，适用本办法。

第三条 本办法所称计量比对，是指在规定条件下，对相同准确度等级或者指定测量不确定度范围内的同种计量基准、计量标准以及标准物质所复现的量值之间进行比较的过程。

前款规定的计量比对包括：

（一）国家市场监督管理总局考核合格，并取得计量基准证书或者计量标准考核证书或者标准物质定级证书的计量基准或者计量标准或者标准物质质量值的比对（以下简称国家计量比对）；

（二）经县级以上地方市场监督管理部门考核合格，并取得计量标准考核证书的计量标准量值的比对（以下简称地方计量比对）。

第四条 国家市场监督管理总局负责全国计量比对的监督管理工作，组织实施国家计量比对。

县级以上地方市场监督管理部门在各自职责范围内负责本行政区域内的地方计量比对的监督管理工作。

第五条 市场监督管理部门根据保证量值传递溯源体系有效性的需要，按照统筹规划、经济、合理的原则，实施计量比对。

第六条 国家市场监督管理总局面向社会公开征集国家计量比对项目及主导实验室，经专家研究论证后，确定国家计量比对及主导实验室。

国家市场监督管理总局根据需要可直接确定国家计量比对项目并指定主导实验室。

第七条 已取得国家计量比对所涉及的计量基准证书、计量标准考核证书或者标准物质定级证书的单位，应当按照有关规定参加国家市场监督管理总局组织的国家计量比对。能够提供正当理由且经国家市场监督管理总局书面同意的除外。

第八条 国家计量比对主导实验室应当具备以

下条件：

（一）具有独立法人资格；

（二）具有的计量基准、计量标准或者标准物质等符合计量比对要求，并能够在国家计量比对期间保证量值准确；

（三）能够提供满足计量溯源性要求的准确、稳定和可靠的传递标准或者样品；

（四）具有与实施国家计量比对工作相适应的技术人员。

第九条 主导实验室可以根据需要成立技术专家组。技术专家组参与审查国家计量比对资料，对有争议的技术问题提出咨询意见。

第十条 主导实验室应当在国家计量比对开始前进行前期实验，包括测定传递标准或者样品的稳定性、均匀性、重复性、运输特性和参考值等。

第十一条 主导实验室应当根据前期实验情况起草国家计量比对实施方案，征求各参比实验室的意见后确定，并报送国家市场监督管理总局。

国家计量比对实施方案应当包括计量比对针对的量、目的、方法、传递标准或者样品、路线及时间安排、技术要求等。必要时，也可以规定比对实验的具体方法和不确定度评定方法或者限定比对结果的不确定度范围。

第十二条 主导实验室和参比实验室应当按照有关国家计量技术规范，根据国家计量比对实施方案开展国家计量比对。

第十三条 国家计量比对完成后，各参比实验室应当在国家计量比对实施方案规定的时间内，将国家计量比对结果提交主导实验室，并对所报送材料的真实性负责。

国家计量比对结果材料应当包括：

（一）国家计量比对数据复印件，数据有删改的，应当保留删改痕迹；

（二）国家计量比对实验结果不确定度分析报告；

（三）计量基准证书复印件、计量标准考核

证书复印件、标准物质定级证书复印件以及计量授权证书复印件或者其他相关技术文件；

(四) 需要提交的其他材料。

第十四条 对于具备条件的国家计量比对, 主导实验室和参比实验室应当对相关实验过程、数据结果等建立并实施追溯备查制度。

第十五条 主导实验室应当根据参比实验室国家计量比对结果进行统计、分析和评价, 起草国家计量比对总结报告, 并征求各参比实验室意见。

主导实验室应当在规定时间内将修改完成的国家计量比对总结报告、国家计量比对结果以及国家计量比对其他资料报送国家市场监督管理总局。

第十六条 国家计量比对总结报告应当包括:

(一) 国家计量比对概况及相关说明;

(二) 传递标准或者样品的技术状况, 包括稳定性、均匀性、重复性和运输特性等相关要求;

(三) 国家计量比对数据记录及必要的图表;

(四) 国家计量比对结果分析, 至少包括参比实验室的测量结果及其测量不确定度、国家计量比对参考值及其测量不确定度、参比实验室的测量结果与参考值之差及测量不确定度;

(五) 参比实验室存在的问题及整改建议;

(六) 国家计量比对分析及结论。

第十七条 国家市场监督管理总局定期向社会公布国家计量比对结果。

第十八条 国家计量比对结果符合规定要求的, 可以作为计量基准和计量标准复查考核、标准物质定级、计量授权以及实验室认可的参考依据。

国家计量比对结果偏离正常范围的, 应当限期改正, 暂停国家计量比对所涉及的计量基准、计量标准的量值传递工作和标准物质生产销售。

第十九条 主导实验室、参比实验室和技术专家组应当遵守保密规定, 在国家计量比对结果公布

前不得泄露国家计量比对数据。

未经国家市场监督管理总局同意, 主导实验室和参比实验室不得发布国家计量比对数据及结果。

对擅自泄露或者发布国家计量比对数据及结果的, 由国家市场监督管理总局将有关情况通报主导实验室、参比实验室所在单位, 取消申报国家计量比对资格, 予以公示; 情节严重的, 予以通报批评。

第二十条 主导实验室不得有下列行为:

(一) 抄袭参比实验室国家计量比对数据, 弄虚作假;

(二) 与参比实验室串通, 篡改国家计量比对数据;

(三) 违反诚实信用原则的其他行为。

参比实验室不得弄虚作假, 相互抄袭国家计量比对数据。

主导实验室和参比实验室存在以上行为的, 国家计量比对结果无效, 取消申报国家计量比对资格, 予以公开; 情节严重的, 处三万元以下罚款。

第二十一条 违反本办法第七条规定的, 无正当理由拒不参加国家计量比对的, 限期改正; 逾期不改正的, 予以通报批评。

第二十二条 违反本办法第十三条第一款, 在规定时间内未报送相关材料的, 限期改正; 逾期未改正的, 给予通报批评。

第二十三条 县级以上地方市场监督管理部门根据本地区经济社会发展和计量监督管理需要, 组织实施本地区计量比对, 参照本办法执行。

第二十四条 参加国际计量比对, 按照国家市场监督管理总局有关规定执行。

第二十五条 本办法自2023年6月1日起施行。2008年6月11日原国家质量监督检验检疫总局令第107号公布的《计量比对管理办法》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 70 号

《定量包装商品计量监督管理办法》已经 2023 年 3 月 9 日市场监管总局第 5 次局务会议修订通过，现予公布，自 2023 年 6 月 1 日起施行。

局 长 罗 文
2023 年 3 月 16 日

定量包装商品计量监督管理办法

第一条 为了保护消费者和生产者、销售者的合法权益，规范定量包装商品的计量监督管理，根据《中华人民共和国计量法》并参照国际通行规则，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内，生产、销售定量包装商品，以及对定量包装商品实施计量监督管理，应当遵守本办法。

本办法所称定量包装商品是指以销售为目的，在一定量限范围内具有统一的质量、体积、长度、面积、计数标注等标识内容的预包装商品。药品、危险化学品除外。

第三条 国家市场监督管理总局对全国定量包装商品的计量工作实施统一监督管理。

县级以上地方市场监督管理部门对本行政区域内定量包装商品的计量工作实施监督管理。

第四条 定量包装商品的生产者、销售者应当加强计量管理，配备与其生产定量包装商品相适应的计量检测设备，保证生产、销售的定量包装商品符合本办法的规定。

第五条 定量包装商品的生产者、销售者应当在其商品包装的显著位置正确、清晰地标注定量包

装商品的净含量。

净含量的标注由“净含量”（中文）、数字和法定计量单位（或者用中文表示的计数单位）三个部分组成。法定计量单位的选择应当符合本办法附件 1 的规定。

以长度、面积、计数单位标注净含量的定量包装商品，可以免于标注“净含量”三个中文字，只标注数字和法定计量单位（或者用中文表示的计数单位）。

第六条 定量包装商品净含量标注字符的最小高度应当符合本办法附件 2 的规定。

第七条 同一包装内含有多件同种定量包装商品的，应当标注单件定量包装商品的净含量和总件数，或者标注总净含量。

同一包装内含有多件不同种定量包装商品的，应当标注各种不同种定量包装商品的单件净含量和各种不同种定量包装商品的件数，或者分别标注各种不同种定量包装商品的总净含量。

第八条 单件定量包装商品的实际含量应当准确反映其标注净含量，标注净含量与实际含量之差不得大于本办法附件 3 规定的允许短缺量。

第九条 批量定量包装商品的平均实际含量应当大于或者等于其标注净含量。

用抽样的方法评定一个检验批的定量包装商品，应当符合定量包装商品净含量计量检验规则等系列计量技术规范。

第十条 强制性国家标准中对定量包装商品的净含量标注、允许短缺量以及法定计量单位的选择已有规定的，从其规定；没有规定的按照本办法执行。

第十一条 对因水分变化等因素引起净含量变化较大的定量包装商品，生产者应当采取措施保证在规定条件下商品净含量的准确。

第十二条 县级以上市场监督管理部门应当对生产、销售的定量包装商品进行计量监督检查。

市场监督管理部门进行计量监督检查时，应当充分考虑环境及水分变化等因素对定量包装商品净含量产生的影响。

第十三条 对定量包装商品实施计量监督检查进行的检验，应当由被授权的计量检定机构按照定量包装商品净含量计量检验规则等系列计量技术规范进行。

检验定量包装商品，应当考虑储存和运输等环境条件可能引起的商品净含量的合理变化。

第十四条 国家鼓励定量包装商品生产者自愿开展计量保证能力评价工作，保证计量诚信。鼓励社会团体、行业组织建立行业规范、加强行业自律，促进计量诚信。

自愿开展计量保证能力评价的定量包装商品生产者，应当按照定量包装商品生产企业计量保证能力要求，进行自我评价。自我评价符合要求的，通过省级市场监督管理部门指定的网站进行声明后，可以在定量包装商品上使用全国统一的计量保证能力合格标志。

定量包装商品生产者自我声明后，企业主体资格、生产的定量包装商品品种或者规格等信息发生重大变化的，应当自发生变化一个月内再次进行声明。

第十五条 违反本办法规定，《中华人民共和

国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》等法律法规对法律责任已有规定的，从其规定。

第十六条 定量包装商品生产者按要求进行自我声明，使用计量保证能力合格标志，达不到定量包装商品生产企业计量保证能力要求的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，处三万元以下罚款。

定量包装商品生产者未按要求进行自我声明，使用计量保证能力合格标志的，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。

第十七条 生产、销售定量包装商品违反本办法第五条、第六条、第七条规定，未正确、清晰地标注净含量的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正；未标注净含量的，限期改正，处三万元以下罚款。

第十八条 生产、销售的定量包装商品，经检验违反本办法第八条、第九条规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，处三万元以下罚款。

第十九条 从事定量包装商品计量监督检查的机构伪造检验数据的，由县级以上地方市场监督管理部门处十万元以下罚款；有下列行为之一的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，予以警告、通报批评：

（一）违反定量包装商品净含量计量检验规则等系列计量技术规范进行计量检验的；

（二）使用未经检定、检定不合格或者超过检定周期的计量器具开展计量检验的；

（三）擅自将检验结果及有关材料对外泄露的；

（四）利用检验结果参与有偿活动的。

第二十条 本办法下列用语的含义是：

（一）预包装食品是指销售前预先用包装材料或者包装容器将商品包装好，并有预先确定的量值（或者数量）的商品。

（二）净含量是指除去包装容器和其他包装材料后内装商品的量。

(三) 实际含量是指市场监督管理部门授权的计量检定机构按照定量包装商品净含量计量检验规则等系列计量技术规范, 通过计量检验确定的商品实际所包含的商品内容物的量。

(四) 标注净含量是指由生产者或者销售者在定量包装商品的包装上明示的商品的净含量。

(五) 允许短缺量是指单件定量包装商品的标注净含量与其实际含量之差的最大允许量值(或者数量)。

(六) 检验批是指接受计量检验的, 由同一生产者在相同生产条件下生产的一定数量的同种定量包装商品或者在销售者抽样地点现场存在的同种定量包装商品。

(七) 同种定量包装商品是指由同一生产者

生产, 品种、标注净含量、包装规格及包装材料均相同的定量包装商品。

(八) 计量保证能力合格标志(也称 C 标志)是指由国家市场监督管理总局统一规定式样, 定量包装商品生产者明示其计量保证能力达到规定要求的标志。

第二十一条 本办法自 2023 年 6 月 1 日起施行。2005 年 5 月 30 日原国家质量监督检验检疫总局令 第 75 号公布的《定量包装商品计量监督管理办法》同时废止。

- 附件: 1. 法定计量单位的选择
2. 标注字符高度
3. 允许短缺量

(附件 1-3 略, 详情请登录市场监管总局网站)

国家市场监督管理总局令

第 71 号

《牙膏监督管理办法》已经 2023 年 2 月 20 日市场监管总局第 2 次局务会议通过, 现予公布, 自 2023 年 12 月 1 日起施行。

局 长 罗 文

2023 年 3 月 16 日

牙膏监督管理办法

第一条 为了规范牙膏生产经营活动, 加强牙膏监督管理, 保证牙膏质量安全, 保障消费者健康, 促进牙膏产业健康发展, 根据《化妆品监督管理条例》, 制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内从事牙膏生产经营活动及其监督管理, 适用本办法。

第三条 本办法所称牙膏, 是指以摩擦的方式,

施用于人体牙齿表面, 以清洁为主要目的的膏状产品。

第四条 国家药品监督管理局负责全国牙膏监督管理工作。

县级以上地方人民政府负责药品监督管理的部门负责本行政区域的牙膏监督管理工作。

第五条 牙膏实行备案管理, 牙膏备案人对牙

膏的质量安全和功效宣称负责。

牙膏生产经营者应当依照法律、法规、强制性国家标准、技术规范从事生产经营活动，加强管理，诚信自律，保证牙膏产品质量安全。

第六条 境外牙膏备案人应当指定我国境内的企业法人作为境内责任人办理备案，协助开展牙膏不良反应监测、实施产品召回，并配合药品监督管理部门的监督检查工作。

第七条 牙膏行业协会应当加强行业自律，督促引导生产经营者依法从事生产经营活动，推动行业诚信建设。

第八条 在中华人民共和国境内首次使用于牙膏的天然或者人工原料为牙膏新原料。

牙膏新原料应当遵守化妆品新原料管理的有关规定，具有防腐、着色等功能的牙膏新原料，经国家药品监督管理局注册后方可使用；其他牙膏新原料实行备案管理。

已经取得注册、完成备案的牙膏新原料实行安全监测制度，安全监测的期限为3年。安全监测期满未发生安全问题的牙膏新原料，纳入国家药品监督管理局制定的已使用的牙膏原料目录。

第九条 牙膏备案人应当选择符合法律、法规、强制性国家标准、技术规范要求的原料用于牙膏生产，对其使用的牙膏原料安全性负责。牙膏备案人进行备案时，应当通过备案信息服务平台明确原料来源和原料安全相关信息。

第十条 国产牙膏应当在上市销售前向备案人所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门备案。

进口牙膏应当在进口前向国家药品监督管理局备案。国家药品监督管理局可以依法委托具备相应能力的省、自治区、直辖市药品监督管理部门实施进口牙膏备案管理工作。

第十一条 备案人或者境内责任人进行牙膏备案，应当提交下列资料：

- (一) 备案人的名称、地址、联系方式；
- (二) 生产企业的名称、地址、联系方式；
- (三) 产品名称；
- (四) 产品配方；

(五) 产品执行的标准；

(六) 产品标签样稿；

(七) 产品检验报告；

(八) 产品安全评估资料。

进口牙膏备案，应当同时提交产品在生产国（地区）已经上市销售的证明文件以及境外生产企业符合化妆品生产质量管理规范的证明资料；专向我国出口生产、无法提交产品在生产国（地区）已经上市销售的证明文件的，应当提交面向我国消费者开展的相关研究和试验的资料。

第十二条 牙膏备案前，备案人应当自行或者委托专业机构开展安全评估。

从事安全评估的人员应当具备牙膏或者化妆品质量安全相关专业知识和5年以上相关专业从业经历。

第十三条 牙膏的功效宣称应当有充分的科学依据。牙膏备案人应当在备案信息服务平台公布功效宣称所依据的文献资料、研究数据或者产品功效评价资料的摘要，接受社会监督。

国家药品监督管理局根据牙膏的功效宣称、使用人群等因素，制定、公布并调整牙膏分类目录。牙膏的功效宣称范围和用语应当符合法律、法规、强制性国家标准、技术规范和国家药品监督管理局的规定。

第十四条 牙膏的功效宣称评价应当符合法律、法规、强制性国家标准、技术规范和国家药品监督管理局规定的质量安全和功效宣称评价有关要求，保证功效宣称评价结果的科学性、准确性和可靠性。

第十五条 从事牙膏生产活动，应当依法向所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门申请取得生产许可。牙膏备案人、受托生产企业应当建立生产质量管理体系，按照化妆品生产质量管理规范的要求组织生产。

第十六条 牙膏不良反应报告遵循可疑即报的原则。牙膏生产经营者、医疗机构应当按照国家药品监督管理局制定的化妆品不良反应监测制度的要求，开展牙膏不良反应监测工作。

第十七条 牙膏标签应当标注下列内容：

- （一）产品名称；
- （二）备案人、受托生产企业的名称、地址，备案人为境外的应当同时标注境内责任人的名称、地址；
- （三）生产企业的名称、地址，国产牙膏应当同时标注生产企业生产许可证编号；
- （四）产品执行的标准编号；
- （五）全成分；
- （六）净含量；
- （七）使用期限；
- （八）必要的安全警示用语；
- （九）法律、行政法规、强制性国家标准规定应当标注的其他内容。

根据产品特点，需要特别标注产品使用方法的，应当在销售包装可视面进行标注。

第十八条 牙膏产品名称一般由商标名、通用名和属性名三部分组成。牙膏的属性名统一使用“牙膏”字样进行表述。

非牙膏产品不得通过标注“牙膏”字样等方式欺骗误导消费者。

第十九条 牙膏标签禁止标注下列内容：

- （一）明示或者暗示具有医疗作用的内容；
- （二）虚假或者引人误解的内容；
- （三）违反社会公序良俗的内容；
- （四）法律、行政法规、强制性国家标准、技术规范禁止标注的其他内容。

第二十条 宣称适用于儿童的牙膏产品应当符合法律、行政法规、强制性国家标准、技术规范等关于儿童牙膏的规定，并按照国家药品监督管理局的规定在产品标签上进行标注。

第二十一条 牙膏及其使用的原料不符合强制性国家标准、技术规范、备案资料载明的技术要求或者本办法规定的，依照化妆品监督管理条例相关规定处理。

第二十二条 牙膏备案人、受托生产企业、经营者和境内责任人，有下列违法行为的，依照化妆

品监督管理条例相关规定处理：

- （一）申请牙膏行政许可或者办理备案提供虚假资料，或者伪造、变造、出租、出借、转让牙膏许可证件；
- （二）未经许可从事牙膏生产活动，或者未按照化妆品生产质量管理规范的要求组织生产；
- （三）在牙膏中非法添加可能危害人体健康的物质；
- （四）更改牙膏使用期限；
- （五）未按照本办法规定公布功效宣称依据的摘要；
- （六）未按照本办法规定监测、报告牙膏不良反应；
- （七）拒不实施药品监督管理部门依法作出的责令召回、责令停止或者暂停生产经营的决定；
- （八）境内责任人未履行本办法规定的义务，或者境外牙膏备案人拒不履行依法作出的行政处罚决定。

第二十三条 牙膏的监督管理，本办法未作规定的，参照适用《化妆品注册备案管理办法》《化妆品生产经营监督管理办法》等的规定。

第二十四条 牙膏、牙膏新原料取得注册或者进行备案后，按照下列规则进行编号：

- （一）牙膏新原料：国牙膏原注 / 备字 + 四位年份数 + 本年度注册 / 备案牙膏原料顺序数；
- （二）国产牙膏：省、自治区、直辖市简称 + 国牙膏网备字 + 四位年份数 + 本年度行政区域内的备案产品顺序数；
- （三）进口牙膏：国牙膏网备进字（境内责任人所在省、自治区、直辖市简称）+ 四位年份数 + 本年度全国备案产品顺序数；
- （四）中国台湾、香港、澳门牙膏：国牙膏网备制字（境内责任人所在省、自治区、直辖市简称）+ 四位年份数 + 本年度全国备案产品顺序数。

第二十五条 本办法自 2023 年 12 月 1 日起施行。

国家市场监督管理总局令

第 72 号

《互联网广告管理办法》已经 2023 年 2 月 24 日市场监管总局第 3 次局务会议通过，现予公布，自 2023 年 5 月 1 日起施行。

局 长 罗 文

2023 年 2 月 25 日

互联网广告管理办法

第一条 为了规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序，根据《中华人民共和国广告法》（以下简称广告法）《中华人民共和国电子商务法》（以下简称电子商务法）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，利用网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告活动，适用广告法和本办法的规定。

法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准以及国家其他有关规定要求应当展示、标示、告知的信息，依照其规定。

第三条 互联网广告应当真实、合法，坚持正确导向，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

利用互联网从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实信用，公平竞争。

国家鼓励、支持开展互联网公益广告宣传活
动，传播社会主义核心价值观和中华优秀传统文

化，倡导文明风尚。

第四条 利用互联网为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然
人、法人或者其他组织，适用广告法和
本办法关于广告发布者的规定。

利用互联网提供信息服务的自然人、法人或者其他组织，适用广告法和
本办法关于互联网信息服务提供者的规定；从事互联网广告设计、制作、代理、发布等活动的，应当适用广告法和
本办法关于广告经营者、广告发布者等主体的规定。

第五条 广告行业组织依照法律、法规、部门规章和章程的规定，制定行业规范、自律公约和团体标准，加强行业自律，引导会员主动践行社会主义核心价值观、依法从事互联网广告活动，推动诚信建设，促进行业健康发展。

第六条 法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得利用互联网设计、制作、代理、发布广告。

禁止利用互联网发布烟草（含电子烟）广告。

禁止利用互联网发布处方药广告，法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第七条 发布医疗、药品、医疗器械、农药、

兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告，应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。

对须经审查的互联网广告，应当严格按照审查通过的内容发布，不得剪辑、拼接、修改。已经审查通过的广告内容需要改动的，应当重新申请广告审查。

第八条 禁止以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。

介绍健康、养生知识的，不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。

第九条 互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。

对于竞价排名的商品或者服务，广告发布者应当显著标明“广告”，与自然搜索结果明显区分。

除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。

第十条 以弹出等形式发布互联网广告，广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，不得有下列情形：

（一）没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告；

（二）关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等，为关闭广告设置障碍；

（三）关闭广告须经两次以上点击；

（四）在浏览同一页面、同一文档过程中，关闭后继续弹出广告，影响用户正常使用网络；

（五）其他影响一键关闭的行为。

启动互联网应用程序时展示、发布的开屏广告适用前款规定。

第十一条 不得以下列方式欺骗、误导用户点击、浏览广告：

（一）虚假的系统或者软件更新、报错、清理、通知等提示；

（二）虚假的播放、开始、暂停、停止、返回等标志；

（三）虚假的奖励承诺；

（四）其他欺骗、误导用户点击、浏览广告的方式。

第十二条 在针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序、公众号等互联网媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

第十三条 广告主应当对互联网广告内容的真实性负责。

广告主发布互联网广告的，主体资格、行政许可、引证内容等应当符合法律法规的要求，相关证明文件应当真实、合法、有效。

广告主可以通过自建网站，以及自有的客户端、互联网应用程序、公众号、网络店铺页面等互联网媒介自行发布广告，也可以委托广告经营者、广告发布者发布广告。

广告主自行发布互联网广告的，广告发布行为应当符合法律法规的要求，建立广告档案并及时更新。相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年。

广告主委托发布互联网广告，修改广告内容时应当以书面形式或者其他可以被确认的方式，及时通知为其提供服务的广告经营者、广告发布者。

第十四条 广告经营者、广告发布者应当按照下列规定，建立、健全和实施互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度：

（一）查验并登记广告主的真实身份、地址和有效联系方式等信息，建立广告档案并定期查验更新，记录、保存广告活动的有关电子数据；相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年；

（二）查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，广告经营者

不得提供设计、制作、代理服务，广告发布者不得发布；

（三）配备熟悉广告法律法规的广告审核人员或者设立广告审核机构。

本办法所称身份信息包括名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）等。

广告经营者、广告发布者应当依法配合市场监督管理部门开展的互联网广告行业调查，及时提供真实、准确、完整的资料。

第十五条 利用算法推荐等方式发布互联网广告的，应当将其算法推荐服务相关规则、广告投放记录等记入广告档案。

第十六条 互联网平台经营者在提供互联网信息服务过程中应当采取措施防范、制止违法广告，并遵守下列规定：

（一）记录、保存利用其信息服务发布广告的用户真实身份信息，信息记录保存时间自信息服务提供行为终了之日起不少于三年；

（二）对利用其信息服务发布的广告内容进行监测、排查，发现违法广告的，应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开发布链接等必要措施予以制止，并保留相关记录；

（三）建立有效的投诉、举报受理和处置机制，设置便捷的投诉举报入口或者公布投诉举报方式，及时受理和处理投诉举报；

（四）不得以技术手段或者其他手段阻挠、妨碍市场监督管理部门开展广告监测；

（五）配合市场监督管理部门调查互联网广告违法行为，并根据市场监督管理部门的要求，及时采取技术手段保存涉嫌违法广告的证据材料，如实提供相关广告发布者的真实身份信息、广告修改记录以及相关商品或者服务的交易信息等；

（六）依据服务协议和平台规则对利用其信息服务发布违法广告的用户采取警示、暂停或者终止服务等措施。

第十七条 利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络，不得在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等的结果中插

入竞价排名广告。

未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝的，不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告，不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接。

第十八条 发布含有链接的互联网广告，广告主、广告经营者和广告发布者应当核下一级链接中与前端广告相关的广告内容。

第十九条 商品销售者或者服务提供者通过互联网直播方式推销商品或者服务，构成商业广告的，应当依法承担广告主的责任和义务。

直播间运营者接受委托提供广告设计、制作、代理、发布服务的，应当依法承担广告经营者、广告发布者的责任和义务。

直播营销人员接受委托提供广告设计、制作、代理、发布服务的，应当依法承担广告经营者、广告发布者的责任和义务。

直播营销人员以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明，构成广告代言的，应当依法承担广告代言人的责任和义务。

第二十条 对违法互联网广告实施行政处罚，由广告发布者所在地市场监督管理部门管辖。广告发布者所在地市场监督管理部门管辖异地广告主、广告经营者、广告代言人以及互联网信息服务提供者有困难的，可以将违法情况移送其所在地市场监督管理部门处理。广告代言人为自然人的，为广告代言人提供经纪服务的机构所在地、广告代言人户籍地或者经常居住地为其所在地。

广告主所在地、广告经营者所在地市场监督管理部门先行发现违法线索或者收到投诉、举报的，也可以进行管辖。

对广告主自行发布违法广告的行为实施行政处罚，由广告主所在地市场监督管理部门管辖。

第二十一条 市场监督管理部门在查处违法互联网广告时，可以依法行使下列职权：

（一）对涉嫌从事违法广告活动的场所实施现场检查；

（二）询问涉嫌违法当事人或者其法定代表

人、主要负责人和其他有关人员，对有关单位或者个人进行调查；

（三）要求涉嫌违法当事人限期提供有关证明文件；

（四）查阅、复制与涉嫌违法广告有关的合同、票据、账簿、广告作品和互联网广告相关数据，包括采用截屏、录屏、网页留存、拍照、录音、录像等方式保存互联网广告内容；

（五）查封、扣押与涉嫌违法广告直接相关的广告物品、经营工具、设备等财物；

（六）责令暂停发布可能造成严重后果的涉嫌违法广告；

（七）法律、行政法规规定的其他职权。

市场监督管理部门依法行使前款规定的职权时，当事人应当协助、配合，不得拒绝、阻挠或者隐瞒真实情况。

第二十二条 市场监督管理部门对互联网广告的技术监测记录资料，可以作为对违法广告实施行政处罚或者采取行政措施的证据。

第二十三条 违反本办法第六条、第十二条规定的，依照广告法第五十七条规定予以处罚。

第二十四条 违反本办法第七条规定，未经审查或者未按广告审查通过的内容发布互联网广告的，依照广告法第五十八条规定予以处罚。

第二十五条 违反本办法第八条、第九条规定，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告，或者互联网广告不具有可识别性的，依照广告法第五十九条第三款规定予以处罚。

第二十六条 违反本办法第十条规定，以弹出等形式发布互联网广告，未显著标明关闭标志，确保一键关闭的，依照广告法第六十二条第二款规定予以处罚。

广告发布者实施前款规定行为的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，拒不改正的，处五千元以上三万元以下的罚款。

第二十七条 违反本办法第十一条规定，欺骗、误导用户点击、浏览广告的，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，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对广告主、广告经营者、广告发布者处五千元以上三万元以下的罚款。

第二十八条 违反本办法第十四条第一款、第十五条、第十八条规定，广告经营者、广告发布者未按规定建立、健全广告业务管理制度的，或者未对广告内容进行核对的，依据广告法第六十条第一款规定予以处罚。

违反本办法第十三条第四款、第十五条、第十八条规定，广告主未按规定建立广告档案，或者未对广告内容进行核对的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处五万元以下的罚款。

广告主、广告经营者、广告发布者能够证明其已履行相关责任、采取措施防止链接的广告内容被篡改，并提供违法广告活动主体的真实名称、地址和有效联系方式的，可以依法从轻、减轻或者不予行政处罚。

违反本办法第十四条第三款，广告经营者、广告发布者拒不配合市场监督管理部门开展的互联网广告行业调查，或者提供虚假资料的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处一万元以上三万元以下的罚款。

第二十九条 互联网平台经营者违反本办法第十六条第一项、第三项至第五项规定，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，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处一万元以上五万元以下的罚款。

互联网平台经营者违反本办法第十六条第二项规定，明知或者应知互联网广告活动违法不予制止的，依照广告法第六十三条规定予以处罚。

第三十条 违反本办法第十七条第一款规定，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对广告主、广告经营者、广告发布者处五千元以上三万元以下的罚款。

违反本办法第十七条第二款规定，未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝，向其交通工具、

导航设备、智能家电等发送互联网广告的，依照广告法第六十二条第一款规定予以处罚；在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处五千元以上三万元以下的罚款。

第三十一条 市场监督管理部门依照广告法和本办法规定所作出的行政处罚决定，应当依法通过

国家企业信用信息公示系统向社会公示；性质恶劣、情节严重、社会危害较大的，按照《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》的有关规定列入严重违法失信名单。

第三十二条 本办法自2023年5月1日起施行。2016年7月4日原国家工商行政管理总局令第87号公布的《互联网广告管理暂行办法》同时废止。

市场监管总局关于进一步规范 餐饮服务提供者食品添加剂管理的公告

2023年第8号

为严格执行《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例、食品安全国家标准和《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》有关要求，保障人民群众身体健康，现就进一步规范餐饮服务提供者食品添加剂管理公告如下：

一、餐饮服务提供者使用食品添加剂的（以下简称餐饮服务提供者），应当在技术上确有必要，并在达到预期效果的前提下尽可能降低在食品中的使用量；严格按照《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760）规定的食品添加剂使用原则、允许使用品种、使用范围以及最大使用量或残留量，规范食品添加剂管理。餐饮服务企业使用食品添加剂的，应当将食品添加剂管理情况作为日管控、周排查、月调度的重要内容。

二、餐饮服务提供者应当严格执行《食品安全国家标准 餐饮服务通用卫生规范》（GB 31654）规定，制定并实施食品添加剂采购控制要求，采购依法取得资质的供货者生产经营的食品添加剂，采购时按规定查验并留存供货者的资质证明复印件。

三、餐饮服务提供者应当按照GB 31654规定，设专柜（位）贮存食品添加剂，标注“食品添加剂”字样，并与食品、食品相关产品等分开存放。按照先进、先出、先用的原则，使用食品添加剂。存在感官性状异常、超过保质期等情形的，应当及时清理。

四、餐饮服务提供者使用GB 2760有最大使用量规定的食品添加剂，应当采用称量等方式定量使用。使用GB 2760规定按生产需要适量使用品种以外的食品添加剂的，应当记录食品名称、食品数量、加工时间以及使用的食品添加剂名称、生产日期或批号、使用量、使用人等信息。用容器盛放开封后的食品添加剂的，应当在容器上标明食品添加剂名称、生产日期或批号、使用期限，并保留食品添加剂原包装。开封后的食品添加剂应当避免受到污染。

五、餐饮服务提供者使用食品添加剂，不应掩盖食品腐败变质；不应掩盖食品本身或加工过程中的质量缺陷或以掺杂、掺假、伪造为目的而使用食品添加剂。餐饮服务提供者不应采购、贮存、使用亚硝酸盐等国家禁止在餐饮业使用的

品种。

六、鼓励相关行业协会推动餐饮服务提供者向消费者承诺规范使用食品添加剂，倡导采用适当方式公示餐饮食品加工制作时使用食品添加剂的情况。

七、各地市场监管部门要督促餐饮服务提供者落实食品安全主体责任，严格执行本公告要求，

规范食品添加剂管理。进一步加强餐饮服务环节监督检查和抽样检验，构成《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例规定的违法行为的，依法予以处罚。对涉嫌犯罪的，一律移送公安机关。

特此公告。

市场监管总局

2023年3月2日

市场监管总局关于批准建立和废除部分国家计量基准的公告

2023年第9号

根据《中华人民共和国计量法》《中华人民共和国计量法实施细则》以及《计量基准管理办法》相关规定，批准建立“线角度基准装置”“(1234.93~3020)K温度基准装置”“电容基准装置”“电感基准装置”等4项国家计量基准，废除“线角度基准装置((93)技监局量证字第001号)”“(1234.93~2473)K温度基准装置(国基证〔2002〕第011号)”“电容基准装置(国基证〔2002〕第051号)”“电感基准装置(国

基证〔2002〕第052号)”等4项国家计量基准，撤销相应的国家计量基准证书。

特此公告。

附件：1. 新建国家计量基准名单

2. 废除国家计量基准名单

(附件1-2略，详情请登录市场监管总局网站)

市场监管总局

2023年3月7日

市场监管总局关于对锂离子电池等产品实施强制性产品认证管理的公告

2023年第10号

按照《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》(国办发〔2022〕31号)有关要求，市场监管总局决定对电子电器产品使

用的锂离子电池和电池组、移动电源以及电信终端产品配套用电源适配器/充电器(以下统称新纳入产品)实施强制性产品认证(CCC认证)管理，

现将有关要求公告如下：

一、自 2023 年 8 月 1 日起，指定认证机构开始受理新纳入产品 CCC 认证委托，按照《强制性产品认证实施规则 信息技术设备》和附件中列明的适用标准开展认证工作；自 2024 年 8 月 1 日起，未获得 CCC 认证证书和标注认证标志的，不得出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用。新纳入产品指定认证机构和实验室名录另行公告。

二、对新纳入产品的 CCC 认证范围界定详见附件。其中，对于电子电器产品使用的锂离子电池和电池组，现阶段先行对便携式电子产品用锂离子电池和电池组开展 CCC 认证；对于其他电子电器产品使用的锂离子电池和电池组，待条件成

熟后，适时开展 CCC 认证。

三、鉴于 GB31241—2022《便携式电子产品用锂离子电池和电池组 安全技术规范》将于 2024 年 1 月 1 日强制实施，为降低企业获证成本，指定认证机构按照该标准开展相关产品 CCC 认证工作。

四、指定认证机构和实验室应在认证风险可控、保证认证质量的前提下，积极采信已有合格评定结果，减轻企业负担，便利企业获证。

附件：新纳入产品 CCC 认证范围界定
(附件略，详情请登录市场监管总局网站)

市场监管总局

2023 年 3 月 14 日

市场监管总局关于 批准建立 4 项国家计量基准的公告

2023 年第 11 号

根据《中华人民共和国计量法》《中华人民共和国计量法实施细则》以及《计量基准管理办法》相关规定，批准建立“太赫兹辐射功率基准装置”“500kV 工频高电压比例基准装置”“激光小角度副基准装置”等 4 项国家计量基准。

特此公告。

附件：新建国家计量基准名单
(附件略，详情请登录市场监管总局网站)

市场监管总局

2023 年 3 月 24 日

市场监管总局关于发布《工作玻璃浮计检定规程》 等 31 项国家计量技术规范的公告

2023 年第 12 号

根据《中华人民共和国计量法》有关规定，批准《工作玻璃浮计检定规程》等 31 项国家计量技术规范发布实施，现予公告。

市场监管总局

2023 年 3 月 24 日

《工作玻璃浮计检定规程》等 31 项 国家计量技术规范名录

序号	编号	名称	批准日期	实施日期	备注
1	JJG 42-2023	工作玻璃浮计检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 42-2011
2	JJG 86-2023	标准玻璃浮计检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 86-2011
3	JJG 249-2023	0.1mW ~ 200W 激光功率计检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 249-2004
4	JJG 404-2023	铁路轨距尺检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 404-2015
5	JJG 444-2023	标准轨道衡检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 444-2005
6	JJG 518-2023	皮托管检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 518-1998
7	JJG 908-2023	汽车侧滑检验台检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 908-2009
8	JJG 919-2023	pH 计检定仪检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 919-2008
9	JJG 1108-2023	铁路支距尺检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 1108-2015
10	JJG 1110-2023	铁路轮对轮位差、盘位差测量器检定规程	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJG 1110-2015
11	JJG 1192-2023	电动汽车非车载充电机校验仪检定规程	2023-3-15	2023-9-15	
12	JJG 1193-2023	电动汽车交流充电桩校验仪检定规程	2023-3-15	2023-9-15	
13	JJG 1194-2023	叶轮式数字风速仪检定规程	2023-3-15	2023-9-15	

续表

序号	编号	名称	批准日期	实施日期	备注
14	JJF 2021-2023	电动洗胃机校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
15	JJF 2022-2023	白酒分析气相色谱仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
16	JJF 2023-2023	黄曲霉毒素快速检测仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
17	JJF 2024-2023	能量色散 X 射线荧光光谱仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
18	JJF 2025-2023	高动态精密离心机校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
19	JJF 2026-2023	电动气压止血带机校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
20	JJF 2027-2023	互感器用合并单元校验仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
21	JJF 2028-2023	冲击测量系统校准规范：冲击电压第 1 部分：冲击电压分压器	2023-3-15	2023-9-15	
22	JJF 2029-2023	差压式液体密度计校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
23	JJF 2030-2023	多点称重法质心测量仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
24	JJF 2031-2023	碳平衡法油耗仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
25	JJF 2032-2023	透射式能见度仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
26	JJF 2033-2023	孔口流量计校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
27	JJF 2034-2023	微生物鉴定与药敏分析系统校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
28	JJF 2035-2023	斑点酶联免疫分析仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
29	JJF 2036-2023	干式生化分析仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
30	JJF 2037-2023	便携式溶出伏安法重金属检测仪校准规范	2023-3-15	2023-9-15	
31	JJF 1033-2023	计量标准考核规范	2023-3-15	2023-9-15	代替 JJF 1033-2016

市场监管总局关于发布 《检验检测机构能力验证管理办法》的公告

2023 年第 13 号

行政规范性文件《检验检测机构能力验证管理办法》已经 2023 年 3 月 1 日市场监管总局第 4 次局务会议通过，现予公告，自发布之日起施行。《实验室能力验证实施办法》（国家认证认可监督管理委员会 2006 年第 9 号公告）同时废止。

市场监管总局

2023 年 3 月 27 日

检验检测机构能力验证管理办法

第一章 总 则

第一条 为规范市场监督管理部门（以下简称市场监管部门）组织开展的检验检测机构能力验证工作，加强检验检测机构事中事后监督管理，督促检验检测机构落实主体责任，保证其技术能力持续符合资质认定条件和要求，依照《检验检测机构资质认定管理办法》《检验检测机构监督管理办法》等有关规定，制定本办法。

第二条 本办法所称能力验证，是指市场监管部门采取实验室间比对等方式，按照相关标准或者技术规范预先制定的考核规则，对检验检测机构技术能力是否持续符合资质认定条件和要求实施的技术管理手段。

第三条 由市场监管部门组织实施及监督管理的能力验证工作，适用本办法。

第四条 国家市场监督管理总局（以下简称市场监管总局）负责统一协调、组织实施、监督管理检验检测机构能力验证工作。省级市场监管部门负责所辖行政区域内检验检测机构能力验证的实施和管理工作。

第五条 检验检测机构能力验证工作，应当遵循客观公正、科学合理、统一规范的原则。

第二章 能力验证组织与实施

第六条 市场监管部门根据检验检测机构管理工作需要提出能力验证需求，征集能力验证项目，制定年度能力验证工作计划。制定计划时，应当优先考虑涉及国家安全、公共安全、生态安全、公众健康等检验检测领域的的能力验证项目。

市场监管总局负责国家级检验检测机构能力验证计划的制定和发布，并通报省级市场监管部门。

省级市场监管部门负责统筹所辖行政区域内

检验检测机构能力验证计划的制定和发布，并将相关材料上报市场监管总局。

第七条 组织实施能力验证计划的市场监管部门应当确认能力验证承担机构的技术能力，明确承担机构的责任和义务，并对承担机构及其承担的能力验证活动进行监督，发现承担机构在能力验证工作中存在重大问题或者能力验证结果评价不合理等情形的，应当及时督促其改正。

第八条 能力验证承担机构应当符合以下要求：

（一）依法成立并能够承担相应法律责任的法人或者其他组织；

（二）具有与承担能力验证活动相适应的人员、设备、设施和环境；

（三）具有并有效运行保证其能力验证活动规范、独立、公正、科学、诚信的管理体系；

（四）能够制备或者取得能力验证物品（样品），保证能力验证物品（样品）均匀性和稳定性，并对能力验证物品（样品）进行有效管理，包括物品（样品）存储、包装、标识、分发和处置等；

（五）熟悉相关检验检测标准，能够合理、有效地统计和评价能力验证数据和结果；

（六）未被列入经营异常名录或者严重违法失信名单。

第九条 能力验证承担机构应当按照相关标准或者技术规范的规定实施能力验证活动；策划、制定能力验证方案；制备或者取得能力验证物品（样品），并对其进行验证、定值和分发；对参加能力验证的检验检测机构提交的数据进行统计分析和结果评价，编制能力验证结果报告；按照市场监管部门的要求向参加能力验证的检验检测机构发放能力验证结果报告。

第十条 检验检测机构应当积极实施人员比对、设备比对、留样再测等内部质量控制措施，

并按照市场监管部门的要求参加相应能力验证活动，以保证技术能力能够持续符合资质认定条件和要求。

检验检测机构应当依据相关标准或者技术规范的要求独立完成能力验证物品（样品）检测，并在规定时间内真实、客观地报送检验检测数据、结果及相关原始记录，不得私下比对串通能力验证数据、结果或者出具虚假能力验证数据、结果。

第十一条 能力验证结果分为合格和不合格。

结果合格是指按照相关标准或者技术规范规定的统计和评价技术手段确定的能力验证数据和结果满意。

结果不合格是指按照相关标准或者技术规范规定的统计和评价技术手段确定的能力验证数据和结果不满意或者有问题。

第十二条 能力验证承担机构在能力验证工作完成后，应当及时向市场监管部门报送能力验证结果报告，内容包括：能力验证项目名称、项目实施起止时间、验证的检验检测参数、依据的检验检测标准、能力验证物品（样品）的均匀性和稳定性检验结果、参加机构名单和评价结果、统计数据、技术分析和建议等信息。

第十三条 市场监管部门应当对组织实施的能力验证结果报告进行验收和评估，及时纠正存在的问题，并监督承担机构对能力验证结果报告作进一步修改和完善。

第十四条 对能力验证结果存在异议的，检验检测机构可以在收到能力验证结果之日起15个工作日内向组织实施能力验证的市场监管部门提出申诉。市场监管部门应当组织专家和承担机构对申诉内容进行研究，并及时给出答复。

第十五条 市场监管部门应当及时向社会公布其组织实施的能力验证结果信息，并通报相关行业主管部门。

第十六条 能力验证承担机构应当准确、客观、公正地实施能力验证活动，并对所出具的统计结果、评价结论、能力验证结果和报告负责。

第十七条 能力验证承担机构和能力验证参加

机构应当保存能力验证活动的原始记录、数据信息和结果报告，保存期限不少于六年。

第三章 能力验证结果处理与使用

第十八条 对于无故不参加能力验证的检验检测机构，市场监管部门应当予以纠正并公布机构名单，并在“双随机、一公开”监督抽查中加大对其抽查概率。

第十九条 检验检测机构私下比对串通能力验证数据、结果，或者提供虚假能力验证数据、结果的，市场监管部门应当判定其能力验证结果不合格，并予以公布；属于《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》规定情形的，依照其规定予以处理。

第二十条 能力验证相关检验检测项目结果不合格的检验检测机构，应当在规定期限内完成整改，向市场监管部门提交整改和验证材料，并经市场监管部门确认通过。整改期间或者整改后技术能力仍不能符合资质认定条件和要求，并擅自向社会出具具有证明作用的检验检测数据、结果的，将按照《检验检测机构资质认定管理办法》《检验检测机构监督管理办法》相关规定进行处理。

第二十一条 能力验证承担机构违反公正性要求，能力验证活动弄虚作假，泄露有关能力验证数据、结果或者参加机构商业秘密等有关信息的，市场监管部门应当予以公布且三年内不再委托该机构承担相关能力验证活动。

第二十二条 市场监管部门可以通过组织论证、专家评议、监督检查、抽查档案、征求意见等方式，对检验检测机构能力验证活动进行监督检查。

第二十三条 市场监管部门可以将能力验证结果作为对检验检测机构分类监督管理的依据。

对于能力验证结果合格的检验检测机构，市场监管部门可以视情况简化其相关项目的资质认定技术评审内容。

第二十四条 相关行业主管部门依照本办法组

组织开展能力验证活动，将能力验证结果报送市场监管部门，促进能力验证资源和数据信息共享。市场监管部门应当积极采信依照本办法组织实施的能力验证结果。

鼓励检验检测机构积极参加国内外有关行业主管部门以及其他能力验证提供机构组织开展的能力验证活动，持续提升技术能力水平。

第四章 附 则

第二十五条 本办法由市场监管总局负责解释。

第二十六条 本办法自发布之日起施行。《实验室能力验证实施办法》（国家认证认可监督管理委员会 2006 年第 9 号公告）同时废止。

市场监管总局关于 2022 年全国汽车和消费品召回情况的通告

2023 年第 4 号

2022 年，市场监管总局坚持统筹发展与安全，强化召回监管，切实维护消费者权益和社会公共安全。同时针对技术发展新趋势，出台多项政策，鼓励企业技术创新，倡导最佳安全设计实践，促进行业高质量发展。根据《缺陷汽车产品召回管理条例》《消费品召回管理暂行规定》和《机动车排放召回管理规定》，现将 2022 年全国汽车和消费品召回有关情况通告如下：

一、召回实施情况

（一）汽车安全召回

2022 年，我国共实施汽车召回 204 次，涉及车辆 448.8 万辆，分别比上年降低 12.4% 和 48.6%（见图 1）。受市场监管总局缺陷调查影响召回 26 次，涉及车辆 175.9 万辆，占全年召回总数量的 39.2%。随着新能源汽车保有量增加，新能源汽车召回数量创历史新高，全年共实施新能源汽车召回 47 次，涉及车辆 121.2 万辆，占全年召回总数量的 27.0%，同比增长 31.5%。远程升级（OTA）逐渐成为车辆安全改进的重要方式，实施 OTA 召回 17 次，涉及车辆 88.7 万辆，占全年召回总数量的 19.8%。截至 2022 年年底，我国已累计实施汽车召回 2628 次，涉及车辆 9578.7 万辆。

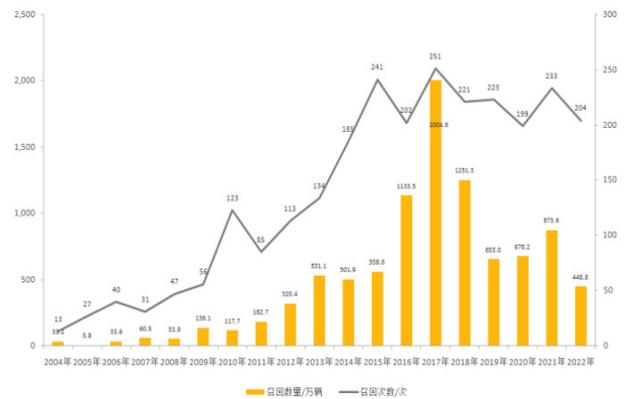


图 1 2004—2022 年汽车产品召回的次数与数量

从缺陷线索看，2022 年市场监管总局收到消费者提供的汽车缺陷线索报告 35896 例，涉及发动机总成（占 30.7%）、电气设备（占 23.3%）、车身（占 18.1%）、传动系（占 12.5%）等。其中，新能源汽车缺陷线索报告 4300 例，反映动力电池、电机、电控系统问题占新能源汽车缺陷线索报告的 41.9%。

从缺陷涉及的总成看，电子电器和传动系统是主要缺陷产生部件，占总召回数量的 67.1%。涉及发动机问题的召回明显偏少，占比较上年减少 33.8%。因电子电器缺陷实施召回 54 次，涉及车辆 219.1 万辆，占总召回数量的 48.8%；因传动系

统缺陷实施召回 15 次，涉及车辆 82.2 万辆，占总召回数量的 18.3%；因制动系缺陷实施召回 16 次，涉及车辆 48.5 万辆，占总召回数量的 10.8%（见图 2）。

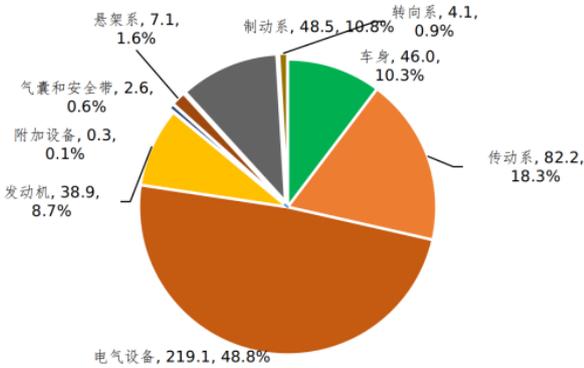


图 2 2022 年汽车缺陷涉及总成召回数量分布

从缺陷原因看，因制造原因召回 105 次，涉及车辆 172.8 万辆，占总召回数量的 38.5%，较上年增加 23.1%；因设计原因召回 95 次，涉及车辆 275.7 万辆，占总召回数量的 61.4%；因标识原因召回 5 次，涉及车辆 0.3 万辆，占总召回数量的 0.1%。

（二）消费品安全召回

2022 年，我国共实施消费品召回 690 次，涉及产品 996.6 万件，分别比上年增长 25.7% 和 37.7%（见图 3）。受市场监管部门调查影响召回次数为 649 次，涉及产品 344.3 万件，分别占召回总次数和召回总数的 94.1% 和 34.5%，缺陷调查仍是推动消费品企业实施召回的主要方式。截至 2022 年年底，累计实施消费品召回 4114 次，涉及产品 9023.8 万件。



图 3 2008—2022 年消费品召回的次数与数量

从缺陷线索看，2022 年市场监管总局收到消

费品缺陷线索报告 15230 例，涉及电子电器（占 83.8%）、日用纺织品和服装（占 7.8%）、其他交通运输设备（占 4.2%）等产品，问题主要涉及部分电子产品过热、充电故障、电池鼓包，部分智能家电产品屏幕显示异常、生物识别功能异常，部分家居产品化学元素超标、有害物质泄漏等。

从产品类别看，2022 年召回数量较多的是家用日用品召回 50 次，涉及产品 642.6 万件，占召回总数的 64.5%；电子电器召回 149 次，涉及产品 112.6 万件，占召回总数的 11.3%；儿童用品召回 208 次，涉及产品 97.8 万件，占召回总数的 9.8%；食品相关产品召回 105 次，涉及产品 91.8 万件，占召回总数的 9.2%（见图 4）。

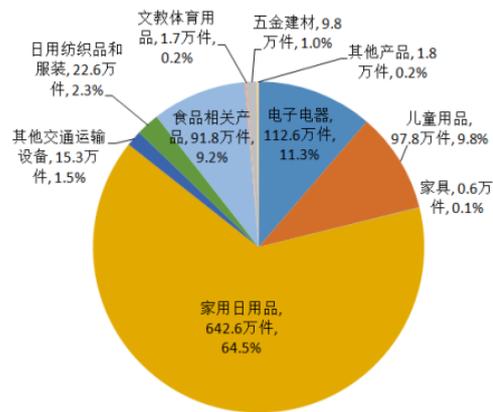


图 4 2022 年消费品召回产品主要类别分布

从缺陷原因看，2022 年因产品设计问题召回 106 次，涉及产品 82.2 万件；因制造问题召回 537 次，涉及产品 905.9 万件；因标识问题召回 47 次，涉及产品 8.5 万件（见图 5）。

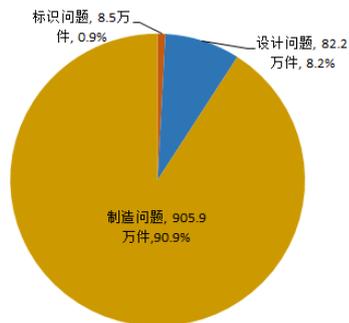


图 5 2022 年消费品缺陷原因分类
(召回数量及占比)

从缺陷类型看,因标准符合性问题召回674次,涉及产品331.2万件,分别占召回总次数和召回总数量的97.7%和33.2%,标准符合性问题仍是消费品召回的主要原因。家用日用品、电子电器、儿童用品分列召回数量的前三位,应当引起生产企业关注。

(三) 机动车排放召回

2022年,市场监管总局与生态环境部密切合作,加强排放信息的互通与共享,建立联合技术会商机制,推动机动车排放召回工作步入正轨。2022年,市场监管总局收集排放危害相关线索1662条,联合组织专家技术会商3次,启动相关案件调查4例,督促生产者实施排放召回11次,涉及车辆4634辆。截至2022年年底,我国实施排放召回车辆已达146.3万辆。

二、召回管理工作

一是健全召回工作体系。完善全国统一管理、分级实施的召回管理机制,加强对地方消费品召回工作的指导监督。二是突出召回工作重点。围绕新能源、智能网联汽车,聚焦消费品召回重点监控目录相关产品,提升缺陷技术分析和应急处置能力,加大缺陷调查力度。三是创新安全监管方式。在汽车后市场阶段,针对车辆应用的前沿技术,探索汽车安全沙盒监管制度,发布《关于试行汽车安全沙盒监管制度的通告》(市场监管总局等五部委2022年第6号)和《市场监管总局办公厅关于启动汽车安全沙盒监管试点申报的通知》(市监质函〔2022〕1708号),在坚守安全底线的前提下,充分激发企业创新活力。在消费品领域,完善网上销售消费品召回监管,引导电商平台加强在线销售产品安全管理,开展网络平台经营企业产品安全与召回承诺,健全产品追溯体系,强化召回信息提示,防止缺陷产品继续销售,推进网上销售消费品召回共治合作。

三、下一步工作重点

2023年,市场监管总局将围绕党中央、国务

院加快建设质量强国决策部署和“十四五”市场监管现代化目标任务,持续深化召回工作:

一是深化产品安全监管创新。稳步推进汽车安全沙盒监管制度,确保创新制度安全、适度、可控。深化智能汽车OTA安全评估,推动企业不断改进产品设计、制造,降低产品安全风险,结合物联网技术带来的产品安全新问题,探索物联网产品安全监管新模式。

二是加强汽车产品召回监管。围绕大中型客货车、新能源与智能网联汽车等,加大缺陷调查力度,督促生产企业切实履行产品安全主体责任,守住产品安全底线。强化新能源汽车生产企业事故报告制度落实,加大新能源汽车产品事故调查力度。会同生态环境部加强机动车排放召回案件调查,保护和改善生态环境。

三是完善消费品召回管理运行机制。加强对全国消费品召回工作的指导和监督,强化属地管理责任,提升召回管理能力,加大各地消费品召回管理协同力度。加强消费品召回重点监控,实施重点管理。加强网上销售消费品召回管理,深入推进电商平台安全与召回共治合作。

四是加强召回技术支撑体系建设。推进新能源汽车事故调查体系建设,完善产品伤害监测体系,加强产品伤害统计分析和安全评估。提高汽车、消费品危害识别和实验验证能力,强化产品缺陷与失效分析。加强智能网联、新能源汽车新技术安全分析方法研究。建立机动车排放召回信息系统,加强部门间信息共享。

五是优化召回与质量提升联动机制。联合行业协会、企业开展“实施一个召回、提升一个产业”工程,推动相关行业整体质量水平改进和提升。针对企业内部质量安全问题,提升缺陷分析和识别能力,加强产品安全测试,促进汽车、消费品产业链质量升级。

特此通告。

市场监管总局

2023年3月2日

市场监管总局关于 2022 年 国家级检验检测机构能力验证结果的通告

2023 年第 5 号

2022 年，市场监管总局组织开展了国家级检验检测机构能力验证工作。现将有关情况通告如下：

一、基本情况

按照《市场监管总局办公厅关于开展 2022 年国家级检验检测机构能力验证工作的通知》（市监检测发〔2022〕19 号）部署要求，市场监管总局全年组织实施国家级检验检测机构能力验证项目 20 项，考核检验检测参数 31 个，涉及食品安全、电气安全、消费品安全、生态环境监测、材料测试等领域，累计考核国家级资质认定检验检测机构 2573 家次。通过项目承担单位和技术专家对能力验证结果的技术审查、统计分析和综合评价，结果合格 2375 家次，需整改机构 198 家次。

二、存在的主要问题

（一）检验检测人员技术能力不足。部分检测人员对样品定容、稀释操作不当，导致样品测定值不在标准曲线范围内；个别检测人员对目标物的原药和衍生物的形式概念不清，使用错误的标准物质对样品进行定性定量检测；个别检测人员未了解新旧标准差异，错误使用旧版标准的计算公式。

（二）仪器设备使用和维护不当。部分检验检测机构使用不合适的色谱柱导致色谱图中目标物与干扰物质分离不完全，峰形有拖尾现象导致结果不准确；部分检验检测机构仅对设备的部分试验参数或量程范围进行计量校准；部分检验检测机构没有做好仪器测试前的状态核查工作，导致其灵敏度不够、不能满足准确定量的要求；个别检验检测机构使用的器皿不配套、不完整或者受到污染，从而导致检测结果出现偏差。

（三）检测过程和操作不规范。部分检验检

测机构未能有效实施质量监控，如未使用质控样品或加标回收；个别检验检测机构未严格按照标准要求对试样处理，如所用校准曲线的含量范围未覆盖待测元素的含量，或校准曲线的相关系数低于定量方法要求；个别检验检测机构未对试验时间和温度等进行有效控制，导致检测结果出现偏差。

（四）对作业指导书理解不准确。部分检验检测机构未能正确理解作业指导书，如报送结果的有效数字或单位与作业指导书的要求不一致；个别检验检测机构未按照作业指导书规定的称样量要求进行称样，导致检测结果出现偏差。

三、整改工作情况

（一）对能力验证结果显示需要整改的检验检测机构，市场监管总局已委托能力验证承担单位通知相关检验检测机构开展自查整改和验证工作，相关机构已于 2023 年 2 月底前完成整改。市场监管总局将根据机构整改落实情况，抽取部分机构进行能力核查，进一步督促其提升管理水平和技术能力。

（二）针对本次能力验证工作发现的问题，各资质认定行业评审组应当及时督促行业内相关检验检测机构进行排查和纠正，持续提升检验检测机构技术能力水平。

附件：1.2022 年国家级检验检测机构能力验证合格结果汇总表

2.2022 年国家级检验检测机构能力验证整改情况汇总表

（附件 1-2 略，详情请登录市场监管总局网站）

市场监管总局

2023 年 3 月 8 日

市场监管总局关于 2022 年全国特种设备安全状况的通告

2023 年第 6 号

根据《中华人民共和国特种设备安全法》《特种设备安全监察条例》的规定，现将 2022 年全国特种设备安全状况通告如下。

一、特种设备基本情况

(一) 特种设备登记数量情况。

截至 2022 年年底，全国特种设备总量达 1955.25 万台。其中：锅炉 32.92 万台、压力容器 497.15 万台、电梯 964.46 万台、起重机械 279.24 万台、客运索道 1117 条、大型游乐设施 2.52 万台(套)、场(厂)内专用机动车辆 178.85 万台。另有：气瓶 2.35 亿只、压力管道 85.9 万公里(在册)。(见图 1)

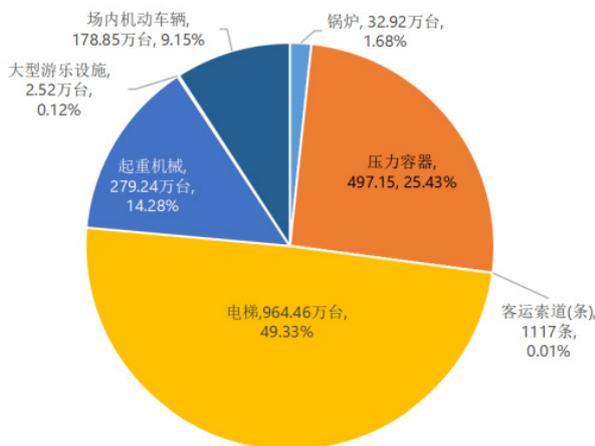


图 1 2022 年特种设备数量分类比例图

(二) 特种设备生产和充装单位及作业人员情况。

截至 2022 年年底，全国共有特种设备生产(含设计、制造、安装、改造、修理)和充装单位 75689 家，持有许可证 77150 张，其中：设计许可证 2682 张，制造许可证 16631 张，安装改造修理许可证 30747 张，移动式压力容器及气瓶充装许可

证 27090 张。(见图 2)

特种设备作业人员持证 1193.48 万张。

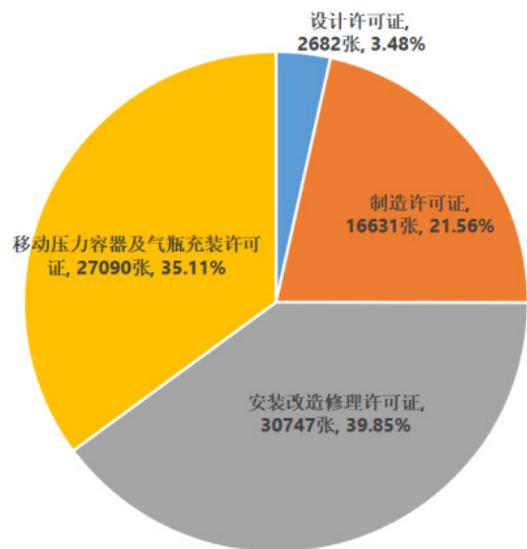


图 2 2022 年特种设备生产许可证分类比例图

(三) 特种设备安全监察机构和检验检测机构情况。

截至 2022 年年底，县级以上市场监管部门共设立特种设备安全监察机构 3201 个，其中国家级 1 个，省级 33 个，市级 488 个，县级 2679 个。全国特种设备安全监察人员共计 118282 人。

截至 2022 年年底，全国共有特种设备检验检测机构 4845 家，持证 5021 个。其中，特种设备综合性检验机构 568 个，包括市场监管系统内检验机构 289 个，行业检验机构和企业自检机构 278 个，技术检查机构 1 个。另有：型式试验机构 45 个，无损检测机构 709 个，气瓶检验机构 2270 个，安全阀校验机构 990 个，房屋建筑工地和市政工程工地起重机械检验机构 380 个，电梯检测机构 59 个。

二、特种设备安全状况

(一) 事故总体情况。

2022年，全国共发生特种设备事故和相关事故108起，死亡101人，与2021年相比，事故数量减少2起、降幅1.82%，死亡人数增加2人、增幅2.02%。万台特种设备死亡人数为0.07。全年未发生重特大事故，特种设备安全形势总体平稳。

(二) 事故特点。

按设备类别划分，锅炉事故4起，死亡6人；压力容器事故7起，死亡3人；气瓶事故5起，死亡9人；压力管道事故2起，死亡2人；场（厂）内专用机动车辆事故42起，死亡40人；起重机械事故25起，死亡23人；电梯事故22起，死亡17人；大型游乐设施事故1起，死亡1人。（见图3、图4）其中，场（厂）内专用机动车辆、起重机械和电梯事故占比较大，占事故总起数的82.41%、死亡总人数的79.21%。

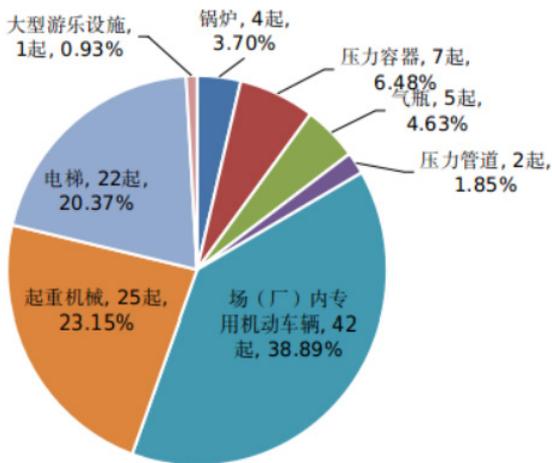


图3 2022年特种设备事故起数及占比情况

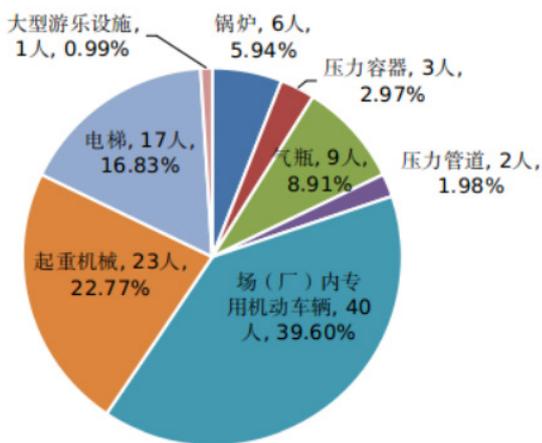


图4 2022年特种设备事故死亡人数及占比情况

按发生环节划分，发生在使用环节95起，占87.96%，维修环节10起，占9.26%，安装调试环节1起，占0.93%，检验检测环节1起，占0.93%。运输环节1起，占0.93%。（见图5）

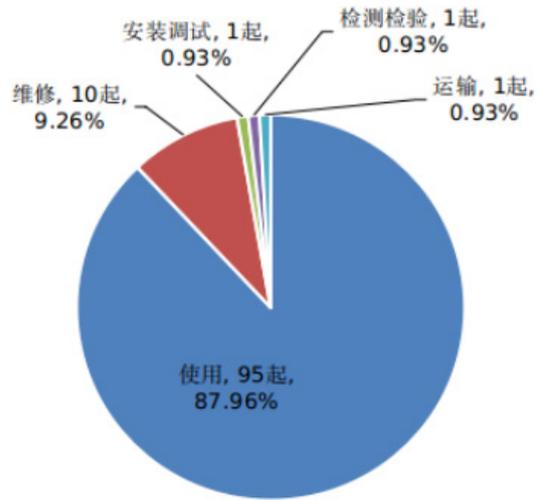


图5 2022年特种设备事故环节分布占比情况

按损坏形式划分，承压类设备（锅炉、压力容器、气瓶、压力管道）事故的主要特征是爆炸、泄漏着火等；机电类设备（起重机械、电梯、大型游乐设施、场（厂）内专用机动车辆、客运索道）事故的主要特征是坠落、碰撞、挤压等。

按发生时间进行划分，二季度特种设备事故数量最高，四季度特种设备事故数量最低。其主要原因是部分企业存在安全管理松懈、隐患排查不到位的情况，再加上设备未及时进行维护或作业人员流失，造成发生事故的风险增大；四季度特种设备事故数量最少，其主要原因是各地市场监管部门采取针对性措施化解风险隐患，同时由于疫情防控影响，部分设备处于停用状态。（见图6）

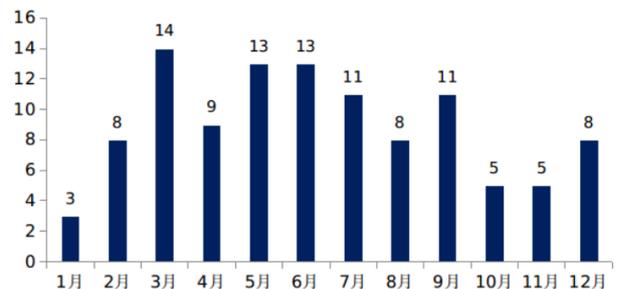


图6 2022年1—12月特种设备事故起数分布图

（三）事故主要原因。

截至2022年年底，特种设备事故共结案60起，根据结案材料分析，事故原因主要分三类：一是因使用、管理不当发生事故，约占80.00%。违章作业仍是造成事故的主要原因，具体表现为作业人员违章操作、操作不当甚至无证作业，维护缺失，管理不善等。二是因维护保养不到位造成的安全部件失效及保护装置失灵的事故约占18.33%。三是其他次生原因导致的事故，约占1.67%。（见图7）

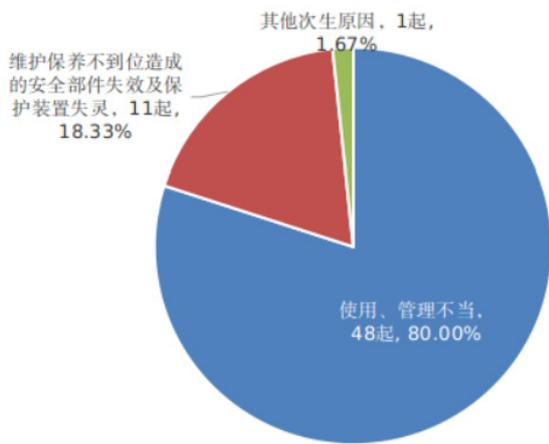


图7 2022年特种设备事故原因占比情况分布图

事故原因按设备分类如下（对已结案的事故分析）：

1. 锅炉事故。因维护保养不到位造成安全保护装置失效等原因2起，违章作业1起。

2. 压力容器事故。因维护保养不到位造成安全部件失效或保护装置失灵等原因3起，违章作业2起，其他次生原因1起。

3. 气瓶事故。违章作业1起。

4. 电梯事故。安全管理、维护保养不到位2起，违章作业或操作不当4起，主要部件失效或安全保护装置失灵等原因6起，应急救援不当1起。

5. 起重机械事故。违规使用、违章操作和维护保养不到位等原因15起。

6. 场（厂）内专用机动车辆事故。违规使用、违章操作和维护保养不到位等原因22起。

三、2022年特种设备安全监察工作情况

2022年，全系统坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大

精神，认真落实党中央、国务院决策部署，按照“讲政治、强监管、促发展、保安全”工作思路，围绕“一个大市场、两个强国、三个监管、四个安全”工作着力点，守安全底线，拉质量高线，特种设备安全形势持续平稳，为经济社会高质量发展作出了贡献。

（一）以“讲政治”为引领，服务党和国家工作大局有力有效。

一是深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记关于市场监管及安全生产的重要指示批示精神，以扎实的工作成效拥护“两个确立”、践行“两个维护”。坚持党建与业务融合共进，全面完成“学查改”专项工作任务，认真开展“抓学习、抓调研、抓落实”活动，形成五个方面推进工作的措施建议，进一步提高特种设备安全监管能力。二是圆满完成党的二十大、冬奥会和冬残奥会等重大活动特种设备安全服务保障。三是全力服务疫情防控和复工复产，主动出台延期换证、自我声明承诺免评审、调整延长电梯现场维保周期等12项助企纾困具体措施。根据疫情防控形势变化，组织制定做好复工复产后特种设备安全监管工作的应急预案。

（二）以“保安全”为首责，安全形势持续稳定。

一是深入开展专项整治行动，有力消除风险隐患。扎实推进安全生产专项整治三年行动收尾攻坚，持续开展燃气、危化品、化工产业转移相关特种设备排查整治，组织实施特种设备超期未检、“黑气瓶”整治、电梯质量安全提升、滑雪场客运索道联合整治四大专项行动。2022年全国市场监管系统出动人员264.94万人次，检查特种设备生产、使用等单位112.73万家，下发特种设备安全监察指令书15.76万份，封停设备20954台（套）。特种设备检验机构对132.62万台特种设备及部件的制造过程进行了监督检验，发现并督促企业处理缺陷隐患1.53万个。对139.42万台特种设备安装、改造、修理过程进行了监督检验，发现并督促企业处理缺陷隐患48.68万个。对1135.75万台在用特

种设备进行了定期检验，发现并督促使用单位处理缺陷隐患 297.42 万个。二是定期开展风险分析研判，持续推进双重预防机制建设。总局组织制定重大危险源辨识标准，节假日等重点时段加强形势分析研判和工作调度，督促指导各地市场监管部门加强安全监管，印发典型事故情况通报，有针对性地提出风险防范措施，遏制事故多发趋势。三是持续加强应急能力建设，不断完善应急体系。修订完善特种设备突发事件应急预案，指导北京、上海等地开展应急演练。

（三）以“强监管”为手段，监管效能持续提升。

一是持续强化法治监管，完善法规标准体系。完成《特种设备安全监察条例》修订征求意见，出台事故调查处理规定和监督检查办法，制定生产、使用单位落实主体责任监督管理规定，制修订安全技术规范 5 项。各地市场监管部门结合总局民生领域“铁拳”行动，严厉打击翻新“黑气瓶”、超期未检电梯等违法行为，发布一批典型案例。组织开展“电梯安全宣传周”活动，各地市场监管部门报送 31 部公益宣传作品，5 部优秀作品在总局新媒体平台发布。二是持续推进智慧监管，提高数智化水平。初步建立特种设备信息化建设标准体系，完善“三库一平台”功能应用，建立全国特种设备许可信息归集机制，组织开发并推广应用特种设备现场检查 App，完善全国压力管道检验信息管理

系统。三是不断探索信用监管措施，促进企业诚信守法。督促指导全国特种设备生产企业报送企业年报，全国 7.6 万家特种设备生产单位和检验检测机构完成基本数据统一录入和系统标注。启动重点抽查和“双随机”抽查相结合的证后监督抽查。四是强化基层能力建设，夯实基层基础。总局印发《关于加强特种设备安全监管能力建设的指导意见》，开展 6 期全国 A 类特种设备安全监察人员考核，557 人考核合格。各省级市场监管部门及大部分地市级市场监管部门均按要求配齐 A 类安全监察人员。

（四）以“促发展”为目标，服务经济社会高质量发展成效显著。

一是强化顶层设计，完善规划体系。出台《特种设备安全与节能事业发展“十四五”规划》，指导各地市场监管部门开展形式多样的规划宣贯活动，推动规划落实落地。二是助推“双碳”目标，推进锅炉行业节能降碳。会同发展改革委等部门研究制定锅炉绿色低碳高质量发展行动方案，正式启动清洁锅炉全球环境基金（GEF）国际合作项目第二阶段工作。三是推动产业集聚升级，促进行业发展。指导河南长垣、浙江松阳等地加强人才培养、质量基础设施和品牌建设等一站式服务，推进特种设备产业集聚区建设。

特此通告。

市场监管总局

2023 年 3 月 15 日

市场监管总局关于发布 2023 年度第 1 期 认证有效性抽查结果的通告

2023 年第 7 号

为监测认证活动相关方的工作质量，推动认证有效性和公信力的提升，根据《中华人民共和国认证认可条例》《有机产品认证管理办法》的有关

规定，市场监管总局近期对有机产品认证领域实施了认证有效性抽查。现将有关情况通告如下：

一、对有机产品认证领域（有机粮谷、食用

菌、调味品、茶叶、葡萄酒 5 类产品) 的 28 家认证机构涉及的 130 批次产品实施了认证有效性抽查, 认证机构覆盖率为 25.2%。抽查发现 11 批次抽样产品不符合认证要求, 总体不符合率为 8.46%。

二、相关信息已通报有关认证机构, 认证机构已依据有关规定对不符合认证要求的获证企业作出撤销 30 张有机产品认证证书的处理。对抽查发现严重不符合(存在违规使用禁用物质等情况)被撤销认证证书(详见附件)的相关产品, 认证机构

5 年内不得受理该企业及其生产基地、加工场所的有机产品认证委托。

三、已部署有关认证机构开展认证质量追溯和排查, 要求其进一步强化质量管控、提高认证有效性, 并将有关排查结果和改进措施报告市场监督管理总局。

附件: 被撤销有机产品认证证书的相关信息
(附件略, 详情请登录市场监管总局网站)

市场监管总局

2023 年 3 月 22 日

市场监管总局关于 2022 年度 法定计量检定机构专项监督检查情况的通告

2023 年第 8 号

2022 年, 市场监管总局以“双随机”的方式, 组织完成法定计量检定机构专项监督检查。现将有关情况通告如下:

一、基本情况

本次检查涵盖法定计量检定机构制度建设、能力建设、行为规范、数据证书等四项内容。重点检查是否存在超授权范围开展检定和型式评价, 以及停征强检/型式评价收费执行情况等。

本次检查的法定计量检定机构共 10 家。

二、检查结果

本次检查合格的机构 6 家, 需整改的机构 4 家。

现场随机抽查 150 份受检机构存档证书(报告)

及相应原始记录, 未发现伪造数据、伪造盗用倒卖计量检定印(证)等情况, 未发现违反计量检定规程、使用未经考核合格或超过有效期的计量标准开展检定等违法违规行为。

三、处理结果

责令需整改的机构限时改正。目前, 需整改机构均已完成整改, 经验证满足整改要求, 复核通过。

附件: 1. 受检机构名单

2. 整改情况

(附件 1-2 略, 详情请登录市场监管总局网站)

市场监管总局

2023 年 3 月 24 日

市场监管总局关于印发 2023 年立法工作计划的通知

国市监法发〔2023〕20 号

国家药监局，总局各司局、各直属单位：

《国家市场监督管理总局 2023 年立法工作计划》已经市场监管总局局务会议通过，现印发给你们，请认真贯彻执行。

市场监管总局

2023 年 3 月 23 日

国家市场监督管理总局 2023 年立法工作计划

2023 年是全面贯彻党的二十大精神开局之年。国家市场监督管理总局（以下简称市场监管总局）2023 年立法工作要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神，围绕年度重点工作任务，深入推进科学立法、民主立法、依法立法，着力提高立法质量，加强法治监管，以高水平立法保障和促进市场监管事业高质量发展。

一、贯彻落实党的二十大战略部署，科学系统谋划立法工作

围绕落实党的二十大作出的重大决策部署，全面贯彻新发展理念，坚持稳中求进工作总基调，加快构建新发展格局，着力推动高质量发展，大力推进基础制度的创新供给，统筹推进立法项目，共列入立法项目 47 部，其中，第一类立法项目 28 部，力争在年底前提请总局局务会审议；第二类立法项目 19 部，抓紧启动并持续推进。

（一）拟起草法律、行政法规送审稿 11 部（第一类立法项目 6 部，第二类立法项目 5 部）：第一类立法项目包括产品质量法、公平竞争审查条例、

特种设备安全监察条例、认证认可条例、药品管理法实施条例、中药品种保护条例；第二类立法项目包括价格法、价格违法行为行政处罚规定、制止牟取暴利的暂行规定、检验检测条例、放射性药品管理办法。

（二）拟制修订部门规章 36 部（第一类立法项目 22 部，第二类立法项目 14 部）：一是深入实施公平竞争政策，不断优化公平竞争环境，修订关于禁止滥用知识产权排除、限制竞争行为的规定，商业秘密保护规定等规章。二是持续推进市场准入准营退出便利化，切实提升平台经济常态化监管水平，制修订企业名称登记管理实施办法、互联网平台企业落实合规管理主体责任监督管理规定等规章。三是严格落实“三品一特”安全责任，进一步强化市场监管领域安全保障，制修订婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法、特种设备生产单位落实质量安全主体责任监督管理规定、药品经营和使用质量监督管理办法等规章。四是充分发挥质量支撑作用，加快推进质量强国建设，制修订国家计量检定规程管理办法、行业标准管理办法等规章。

(三)继续积极配合立法机关推进的立法项目:反不正当竞争法、计量法、国务院关于经营者集中申报标准的规定、企业信息公示暂行条例、消费者权益保护法实施条例、市场监督管理所条例等法律、行政法规。

二、提高立法质量和效率,以良法促进发展、保障善治

深刻把握中央战略意图,不断增强立法系统性、整体性、协同性、时效性,更好发挥法治固根本、稳预期、利长远的保障作用。

(一)全面加强党对市场监管立法工作的领导,牢牢把握正确的政治方向。

深刻领悟“两个确立”的决定性意义,切实增强“四个意识”,坚定“四个自信”、做到“两个维护”,对标党的二十大提出的目标任务,不折不扣地将党中央的路线方针政策和决策部署落到实处,体现在市场监管领域各项立法工作中,推动市场监管法治工作守正创新、提质增效、全面发展。立法过程中涉及全局、影响广泛的重大事项,应当按照有关规定及时向市场监管总局党组请示报告。

(二)持续优化立法工作机制,着力提升立法质效。

从完善市场监管法律体系、推进国家治理体系和治理能力现代化的全局出发,系统谋划、整体推进相关立法。在起草阶段,要加强调查研究,广泛听取意见。立法内容应当全面贯彻落实党中央的路线方针政策和决策部署,符合宪法、法律、行政法规的各项规定。新设行政许可,要按照《中华人民共和国行政许可法》和国务院的规定严格设定标准,并进行合法性、必要性和合理性审查论证,不得以备案、登记、注册、目录、规划、年检、年报、监制、认定、认证、审定以及其他任何形式变相设定行政许可。设定行政处罚,要坚持过罚相当,处罚措施要与违法行为的事实、性质、情节以及社会危害程度相当,该严的要严,该轻的要轻。在法制审查阶段,要确保立法草案符合上位法规定,与相关规章协调、衔接,符合立法权限和程序,符合立

法技术规范,实现合法性、合理性和适当性的有机结合。

要不断健全规章清理工作机制,在制修订规章时,应当同步对相关规章和规范性文件进行清理,保持规章的协调统一。立法要与时俱进,主动适应改革需要,积极发挥引导、推动、规范、保障改革的作用,做到重大改革于法有据,改革和法治同步推进;要加强立法研究,不断提升立法的前瞻性和科学性。要持续加强重点领域、新兴领域的立法,推进基层普遍反映问题较多、不符合监管实际、存在监管空白领域法律法规规章的制修订工作。

(三)加强立法宣传解读,强化法治宣传教育。

积极组织开展新颁布法律法规规章的宣传培训工作,采取多种方式推进法治宣传,不断提高宣传的针对性和实效性。围绕法律法规规章出台的重要时间节点做好解读宣传,开展主题鲜明、形式多样的系列宣传活动,以社会大众愿意听、乐意听、听得懂、能接受的语言,阐释相关立法背景和重点内容,让解读宣传变得更加鲜活。

三、加强组织领导,确保高质高效完成立法工作任务

各起草单位要把立法工作计划的执行作为一项重要任务,切实加强组织领导,完善工作机制,强化责任落实,加快工作进度。第一类立法项目应当于2023年6月30日前,按照《国家市场监督管理总局规章制定程序规定》第三章的有关要求,完成起草工作,将送审稿及有关材料送法制审查,并积极配合做好审查、审议、协调等工作,力争年底前提请总局局务会审议。第二类立法项目要尽快启动并持续推进。2023年6月30日后送法制审查的立法项目原则上按照第二类立法项目推进。

总局法规司要及时跟踪了解立法工作计划执行情况,加强组织协调和督促指导,将立法工作计划的执行作为绩效考核的重要内容,增强计划执行的刚性约束力。一是对于立法条件尚不成熟或者发生重大变化、主要制度存在较大争议、涉及有关部门职责但未与其进行协商或者协商未达成一致、不符合法定权限和程序等情形,按照《国家市场监

管理总局规章制定程序规定》第三十一条规定，视情况予以缓办或者退回起草单位。二是发现需要进一步研究论证和修改的重要问题，应当及时提出审查意见，请起草单位再行研究论证，修改完善。三是发挥国家药监局法制机构作用，明确各自责任义务，优化工作流程，提高工作效率。

对争议较大的重要立法事项，各起草单位要积极妥善处理分歧，力争达成共识。经反复协调仍不能达成一致意见的，总局法规司、起草单位应当将争议的主要问题、有关部门的意见及时报总局领导。

除立法工作计划项目外，需要临时调整立法

项目的，或者在有关政策文件中新增立法项目的，各有关单位要提前与总局法规司沟通，并报总局领导同意。为贯彻落实党中央、国务院决策部署，推进各项改革举措需要修改法律、行政法规、部门规章的，或者开展改革试点工作需要暂时调整法律、行政法规适用的，经总局领导同意后，要抓紧提出立项建议，研究提出草案送审稿，依程序送总局法规司审查。

各地市场监管部门要立足基层执法实践，支持配合、积极参与总局立法工作，认真研提意见建议。鼓励各地市场监管部门结合工作实际，推进市场监管地方性法规、地方政府规章的制修订。

国家市场监督管理总局 2023 年立法项目表

第一类立法项目

法律、行政法规

序号	项目名称	起草单位
1	中华人民共和国产品质量法	质量监督司
2	公平竞争审查条例	竞争协调司
3	特种设备安全监察条例	特种设备局
4	中华人民共和国认证认可条例	认证监管司
5	中华人民共和国药品管理法实施条例	国家药监局
6	中药品种保护条例	国家药监局

部门规章

序号	项目名称	起草单位
7	市场监督管理行政处罚案件违法所得认定办法	法规司
8	企业名称登记管理实施办法	登记注册局
9	关于禁止滥用知识产权排除、限制竞争行为的规定	反垄断一司
10	互联网平台企业落实合规管理主体责任监督管理规定	网监司

续表

序号	项目名称	起草单位
11	药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法	广告监管司
12	设备监督管理暂行办法	质量发展局
13	工业产品生产单位落实质量安全主体责任监督管理规定	质量监督司
14	工业产品销售单位落实质量安全主体责任监督管理规定	质量监督司
15	食品经营许可和备案管理办法	食品经营司
16	婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法	特殊食品司
17	特殊医学用途配方食品注册管理办法	特殊食品司
18	特种设备生产单位落实质量安全主体责任监督管理规定	特种设备局
19	特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定	特种设备局
20	法定计量检定机构监督管理办法	计量司
21	专业计量站管理办法	计量司
22	国家计量检定规程管理办法	计量司
23	非法定计量单位限制使用管理办法	计量司
24	农业标准化管理办法	标准技术司
25	行业标准管理办法	标准创新司
26	药品经营和使用质量监督管理办法	国家药监局
27	医疗器械不良事件监测和再评价管理办法	国家药监局
28	牙膏监督管理办法	国家药监局

第二类立法项目

法律、行政法规

序号	项目名称	起草单位
29	中华人民共和国价格法	价监竞争局
30	价格违法行为行政处罚规定	价监竞争局
31	制止牟取暴利的暂行规定	价监竞争局
32	检验检测条例	认可检测司
33	放射性药品管理办法	国家药监局

部门规章

序号	项目名称	起草单位
34	国家市场监督管理总局行政复议程序规则	法规司
35	企业公示信息抽查暂行办法	信用监管司

续表

序号	项目名称	起草单位
36	企业经营异常名录管理暂行办法	信用监管司
37	个体工商户年度报告暂行办法	信用监管司
38	农民专业合作社年度报告公示暂行办法	信用监管司
39	涉企收费行为监管办法	价监竞争局
40	商业秘密保护规定	价监竞争局
41	医疗广告管理办法	广告监管司
42	消费品修理更换退货责任规定	质量发展局
43	产品防伪监督管理办法	质量发展局
44	食品委托生产监督管理办法	食品生产司
45	食用农产品市场销售质量安全监督管理办法	食品经营司
46	采用国际标准管理办法	标准创新司
47	处方药和非处方药分类管理办法	国家药监局

市场监管总局 国家铁路局 关于印发《铁路产品认证管理办法》的通知

国市监认证发〔2023〕22号

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委），各地区铁路监督管理局，各有关单位：
现将《铁路产品认证管理办法》印发给你们，请认真贯彻执行。

市场监管总局
国家铁路局
2023年3月31日

铁路产品认证管理办法

第一章 总 则

第一条 为加强铁路产品认证工作管理，保障铁路产品质量安全，根据《中华人民共和国认证认可条例》《铁路安全管理条例》等有关法律法规，

制定本办法。

第二条 本办法中所称的铁路产品是指直接关系到铁路运输安全的铁路专用产品。

第三条 国家市场监督管理总局（以下简称市场监管总局）、国家铁路局共同推行统一的铁路产

品认证制度，组织推动铁路产品认证工作，依据各自职责对铁路产品认证工作进行管理和监督，推动认证结果采信。

第四条 铁路产品认证属于自愿性产品认证。铁路产品认证目录由市场监管总局会同国家铁路局发布。

第五条 认证目录内的铁路产品以正式发布的国家标准、行业标准为认证依据，铁路产品认证规则（以下简称认证规则）由市场监管总局发布。

第六条 市场监管总局、国家铁路局共同组建铁路产品认证技术委员会（以下简称技术委员会）。技术委员会负责提出铁路产品认证目录及认证规则草案，协调认证实施过程中出现的技术问题，为政府主管部门和相关方提供专业技术建议。

第二章 机构和人员资质

第七条 从事铁路产品认证活动的认证机构（以下简称认证机构）应当依法设立，符合《中华人民共和国认证认可条例》《认证机构管理办法》规定的基本条件，具备从事铁路产品认证相应的技术能力，经市场监管总局征求国家铁路局意见后批准，方可从事铁路产品认证活动。

第八条 从事铁路产品认证相关检验检测活动的机构应当依法取得资质认定，具备对认证目录内铁路产品进行检验检测的专业能力，由认证机构自有或与其签约开展相关检验检测活动。

第九条 认证机构应当建立健全认证人员管理制度，定期对认证人员进行培训，保证其能力持续符合国家关于认证人员职业资格的相关要求。

第十条 从事铁路产品认证活动的机构及其人员，对其从业活动中所知悉的商业秘密和技术秘密负有保密义务。

第三章 认证实施

第十一条 铁路产品的生产者或者销售者、进口商（以下统称认证委托人）可委托认证机构进行

铁路产品认证，并按照认证规则的规定提供相关材料。

第十二条 认证机构应按照国家有关认证认可法律法规、相关标准和认证规则受理认证委托、开展铁路产品认证。

第十三条 认证机构对符合认证要求的铁路产品，向认证委托人出具认证证书；对不符合认证要求的铁路产品，应当书面通知认证委托人，并说明理由。

认证机构及其有关人员应对作出的认证结论负责。

第十四条 认证机构应按照国家认证规则规定的方式和频次，对获证产品及其生产企业实施有效的获证后监督，控制并验证获证产品持续符合认证要求。

对于不能符合认证要求的获证产品及其生产企业，认证机构应当根据相应情形对认证证书作出暂停、注销、撤销处理，将相关信息报送市场监管总局、国家铁路局，并向社会公布。

第十五条 认证机构应当公开认证规则、收费标准、认证结果等相关信息。

第十六条 认证机构不得从事铁路产品认证咨询和铁路产品开发、销售工作。

第四章 认证证书和认证标志

第十七条 铁路产品认证证书有效期为5年。

认证机构应当依据认证规则，针对不同情形，及时作出变更、扩展、暂停、注销、撤销认证证书的处理决定。

第十八条 获得铁路产品认证的产品按认证规则要求加施统一的铁路产品认证标志。铁路产品认证标志由基本图案和认证机构标志识别信息组成，如下图：



第十九条 获得铁路产品认证的认证委托人，可以在获证产品或者最小销售包装上采用加贴、印刷、模压等方式加施铁路产品认证标志，可以在获证产品广告等宣传材料上使用铁路产品认证标志。使用铁路产品认证标志可以按照比例放大或者缩小，但不得变形。

第二十条 获得铁路产品认证的认证委托人，应当建立认证证书和认证标志使用管理制度。

认证证书被暂停、注销、撤销的，认证委托人、生产企业自认证机构作出处理决定之日起不得继续使用认证证书和认证标志，不得就其产品做出误导性声明。

认证机构应当采取有效措施，监督认证委托人、生产企业正确使用认证证书和认证标志。

第二十一条 任何单位和个人不得伪造、变造、冒用、买卖和转让铁路产品认证证书和认证标志。

第五章 监督管理

第二十二条 市场监管总局对铁路产品认证活动开展监督检查，发现违法违规行为的，依法查处，并通报国家铁路局；根据监管工作需要，与国家铁路局联合开展认证产品专项监督检查。

第二十三条 各地方市场监管部门、各地区铁路监管部门依据职责，对辖区内铁路产品认证活动、获证铁路产品使用情况进行监督管理。

第二十四条 任何组织和个人对铁路产品认证活动、获证铁路产品使用中的违法违规行为，有权向属地市场监管部门、铁路监管部门举报。市场监管部门、铁路监管部门应当及时处理，并为举报人保密。

第二十五条 伪造、变造、冒用、买卖和转让认证证书和认证标志以及铁路产品认证活动中的其他违法行为，依照相关法律法规查处。

第六章 认证结果采信

第二十六条 国家铁路局、市场监管总局采取积极措施，推动应用单位采信和使用获得认证的铁路产品，服务交通强国、质量强国建设。

第二十七条 各级铁路监管部门、市场监管部门积极推动铁路产品认证工作，营造有利于产业发展的良好环境。

第七章 附 则

第二十八条 本办法由市场监管总局、国家铁路局负责解释。

第二十九条 本办法自2023年3月31日起施行。原铁道部和国家认证认可监督管理委员会2012年联合发布的《铁路产品认证管理办法》（铁科技〔2012〕95号）同时废止。