

国家市场监督管理总局公报

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

2024 年第 12 期（总第 64 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：zgjljgzz@163.com

国际统一刊号：ISSN 1009 — 945X

国内统一刊号：CN10 — 1862/D

目 录

集贸市场计量监督管理办法 （国家市场监督管理总局令第 94 号）	3
公司登记管理实施办法 （国家市场监督管理总局令第 95 号）	6
市场监管总局关于对电动汽车供电设备实施强制性产 品认证管理的公告	8
市场监管总局关于发布《食品中动物源性成分定性检 测》等 13 项食品补充检验方法和 2 项修改单的 公告	9
市场监管总局关于将工业产品生产许可证获证企业年 度自查报告纳入市场监管企业年报“多报合一” 相关事项的公告	10
市场监管总局关于注销国家标准物质定级证书的公告	11
市场监管总局关于批准建立 3 项国家计量基准的公告	12
市场监管总局关于 30 批次食品抽检不合格情况的通告	13
市场监管总局关于 31 批次食品抽检不合格情况的通告	19
市场监管总局关于确定第三批全国商业秘密保护创新 试点地区名单的通知	27
市场监管总局关于印发《横向经营者集中审查指引》 的通知	28

市场监管总局关于印发《网络交易执法协查暂行办法》的通知.....45

市场监管总局 国家知识产权局关于印发《商标行政执法证据规定》的
通知47

市场监管总局等部门关于公布产品碳足迹标识认证试点名单的通知.....51

市场监管总局 国家知识产权局关于印发《市场监管领域知识产权案件案由规定（试行）》的通知.....53

2024 年快热式电热水器等 13 种网售产品质量国家监督抽查情况通报.....54

2024 年全国“质量月”活动情况通报.....56

2024 年家用电动洗衣机等 32 种产品质量国家监督抽查情况通报.....58

2024 年笔记本电脑等 17 种产品质量国家监督抽查情况通报.....62

国家市场监督管理总局令

第 94 号

《集贸市场计量监督管理办法》已经 2024 年 12 月 2 日市场监管总局第 29 次局务会议通过，现予公布，自 2025 年 3 月 1 日起施行。

局 长 罗 文

2024 年 12 月 4 日

集贸市场计量监督管理办法

第一条 为了加强集贸市场计量监督管理，维护集贸市场经营秩序，保护消费者的合法权益，根据《中华人民共和国计量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规的有关规定，制定本办法。

第二条 本办法适用于全国集贸市场经营活动中的计量器具管理、商品量计量管理、计量行为及其监督管理活动。

本办法所称集贸市场（以下简称集市）是指由自然人、法人或者非法人组织（以下统称集市主办者）主办，由入场经营者（以下简称经营者）向集市主办者承租场地进行农副产品、日用消费品等现货商品集中交易的固定场所。

第三条 国家市场监督管理总局对全国集市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的集市计量工作实施监督管理。

第四条 集市的计量活动应当遵循公正、公开、公平、诚信的原则，保证计量器具和商品量的准确，正确使用国家法定计量单位。

第五条 集市主办者应当履行以下义务：

（一）建立集市计量管理制度并组织实施；核验、更新、公示经营者的相关信息，供消费者查询。

（二）积极宣传计量法律、法规和规章，提高经营者的计量法律意识和诚信经营意识。

（三）在与经营者签订的入场经营协议中，明确双方有关计量活动的权利义务，要求经营者不得使用具有作弊功能的计量器具以及其他不合格计量器具，不得破坏计量器具准确度或者伪造数据等，并约定相应的违约责任。

（四）根据集市经营情况配备专（兼）职计量管理人员，负责集市内的计量管理工作，集市的计量管理人员应当接受计量业务知识的培训。

（五）对集市使用的属于强制检定的计量器具登记造册，向当地市场监督管理部门备案，并配合市场监督管理部门及相关法定计量检定机构做好强制检定工作，计量器具出现新增、减少、更换、维修等情况应当及时更新登记信息。

（六）合理设置用于公平复核的公平秤、公平尺等计量器具，摆放在显著、便捷位置，并予以标识；对用于公平复核的计量器具负责保管、维护

和监督检查，保证量值准确。

（七）发现经营者使用具有作弊功能的计量器具或者其他不合格计量器具等计量违法行为，应当予以制止，不得包庇、纵容。

（八）建立健全诚信计量管理体系，组织经营者开展诚信计量自我承诺。

（九）配合市场监督管理部门，做好集市定量包装商品、零售商品等商品量的计量监督管理工作。消费者和经营者因商品量计量结果产生纠纷的，集市主办者应当及时进行处理，并配合市场监督管理部门做好计量调解和违法行为查处。

第六条 集市主办者应当要求经营者配备和使用符合国家规定、与其经营项目相适应的计量器具，并督促检查。鼓励有条件的集市主办者免费为经营者统一配置经强制检定合格的计量器具。

第七条 鼓励集市主办者建立违法失信经营者红黄牌警示制度，将经营者计量违法行为在集市中予以公示；对计量失准拒不整改或者计量失准仍强买强卖的经营者，可以按照合同约定和有关管理制度的规定追究违约责任直至清退出集市。

第八条 鼓励集市主办者对集市进行数字化升级改造，推广使用通过智能网联功能实现防作弊效果的计量器具。

第九条 经营者应当履行以下义务：

（一）遵守计量法律、法规、规章及集市主办者关于计量活动的有关管理制度。

（二）正确、规范使用计量器具和法定计量单位，对配置和使用的计量器具进行维护和管理，保证计量器具量值准确。属于强制检定计量器具的，应当定期送法定计量检定机构进行检定，计量器具出现新增、减少、更换、维修等情况，应当及时向集市主办者报备。

（三）不得使用国家明令淘汰的计量器具，不得使用未经检定、超过检定周期或者经检定不合格的计量器具。使用国家限制使用的计量器具，应当遵守有关规定。

（四）不得使用具有作弊功能的计量器具，不得破坏计量器具准确度或者伪造数据，不得破坏

计量器具的铅（签）封，不得使用铅（签）封已损坏的计量器具。

（五）以商品量的量值作为结算依据的，应当使用计量器具进行测量，但经交易双方当事人同意的除外。计量偏差应当在国家规定的范围内，结算值与实际值相符。

（六）现场交易时，应当明示计量单位、计量过程和计量器具显示的量值。消费者有异议的，应当重新操作计量过程和显示量值。

（七）销售定量包装商品应当符合《定量包装商品计量监督管理办法》的规定。

（八）开展诚信计量自我承诺，自觉接受社会监督。

第十条 计量检定机构实施强制检定，应当执行国家计量检定规程，并在规定期限内完成检定，确保量值传递准确。

第十一条 市场监督管理部门应当履行以下职责：

（一）宣传计量法律、法规、规章和国家有关规定，对集市主办者、计量管理人员进行计量方面的培训。

（二）督促集市主办者按照计量法律、法规、规章和国家有关规定的要求，做好集市的计量管理工作。

（三）对集市的计量器具管理、商品量计量管理和计量行为，进行计量监督和执法检查。

（四）积极受理计量纠纷，负责计量调解和仲裁检定。

（五）强化信用监管，建立集市诚信计量管理制度和评价标准，定期公开评价结果，对集市计量工作实施分级分类监管。

第十二条 消费者所购商品，在保持原状的情况下，经复核发现短秤缺量的，可以向经营者要求赔偿；经营者租赁期满的，也可以向集市主办者要求赔偿，集市主办者赔偿后有权向经营者追偿。

经营者利用具有作弊功能的计量器具向消费者提供商品构成欺诈的，适用《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条的有关规定。

第十三条 集市主办者违反本办法第五条第一项规定的，按照《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》第五十条的规定处理。

集市主办者违反本办法第五条第二项、第三项、第四项、第八项规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正。

集市主办者违反本办法第五条第五项、第六项规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正；拒不改正或者情节严重的，处一万元以下罚款。

集市主办者违反本办法第五条第七项规定的，由县级以上地方市场监督管理部门处五万元以下罚款；情节严重的，处十万元以下罚款。

第十四条 经营者违反本办法第九条第二项规定，对属于强制检定范围的计量器具未按照规定申请检定或者经检定不合格继续使用的，按照《中华人民共和国计量法实施细则》第四十三条的规定处理。

经营者违反本办法第九条第三项、第四项规定的，按照《中华人民共和国计量法实施细则》第四十三条、第四十六条、第四十八条的规定处理。

经营者违反本办法第九条第五项规定，应当使用计量器具进行测量而未使用计量器具的，由县

级以上地方市场监督管理部门责令改正；拒不改正的，处一万元以下罚款。经营者销售商品的结算值与实际值不相符的，按照《商品量计量违法行为处罚规定》第五条、第六条的规定处罚。

经营者违反本办法第九条第六项规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正；拒不改正或者情节严重的，可以处一万元以下罚款。

经营者违反本办法第九条第七项规定的，按照《定量包装商品计量监督管理办法》有关规定处理。

第十五条 市场监督管理部门在集市计量监督管理工作中发现党员、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构。

第十六条 本办法所称具有作弊功能的计量器具，是指可以通过伪造、变造、篡改计量数据或者改造计量器具导致显示数值与实际量值不一致的计量器具。

本办法所称用于公平复核的计量器具，是指对经营者和消费者之间因商品量测量结果发生的纠纷具有裁决作用的计量器具。

第十七条 本办法自2025年3月1日起施行。2002年4月19日原国家质量监督检验检疫总局令第17号公布的《集贸市场计量监督管理办法》同时废止。

国家市场监督管理总局令

第 95 号

《公司登记管理实施办法》已经2024年12月13日市场监管总局第31次局务会议通过，现予公布，自2025年2月10日起施行。

局 长 罗 文

2024年12月20日

公司登记管理实施办法

第一条 为了规范公司登记管理，维护交易安全，优化营商环境，根据《中华人民共和国公司法》《国务院关于实施〈中华人民共和国公司法〉注册资本登记管理制度的规定》等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 办理公司登记、备案，申请人应当对提交材料的真实性、合法性和有效性负责。

第三条 公司登记机关应当按照构建全国统一大市场的要求，规范履行登记管理职责，维护诚信安全的市场秩序。

第四条 公司营业执照应当载明下列事项：

- （一）名称；
- （二）住所；
- （三）法定代表人姓名；
- （四）注册资本；
- （五）公司类型；
- （六）经营范围；
- （七）登记机关；
- （八）成立日期；
- （九）统一社会信用代码。

第五条 有限责任公司股东认缴出资应当遵循诚实信用原则，全体股东认缴的出资额由股东按照公司章程的规定自公司成立之日起五年内缴足。股份有限公司发起人应当在公司成立前按照其认购的股份全额缴纳股款。

采取向社会公开募集设立的方式成立的股份有限公司，办理登记时应当依法提交验资机构出具的验资证明；有限责任公司、采取发起设立或者向特定对象募集设立的方式成立的股份有限公司，办理登记时无需提交验资机构出具的验资证明。

法律、行政法规以及国务院决定对公司注册资本实缴、注册资本最低限额、股东出资期限等另有规定的，从其规定。

第六条 股东可以用货币出资，也可以用实物、知识产权、土地使用权、股权、债权等可以用货币

估价并可以依法转让的非货币财产作价出资。法律对数据、网络虚拟财产的权属等有规定的，股东可以按照规定用数据、网络虚拟财产作价出资。但是，法律、行政法规规定不得作为出资的财产除外。

对作为出资的非货币财产应当依法评估作价，核实财产，不得高估或者低估作价。

第七条 有限责任公司增加注册资本的，股东认缴新增资本的出资按照公司章程的规定自注册资本变更登记之日起五年内缴足。

股份有限公司为增加注册资本发行新股的，应当在公司股东全额缴纳新增股款后，办理注册资本变更登记。

第八条 2024年6月30日前登记设立的有限责任公司，剩余认缴出资期限自2027年7月1日起超过五年的，应当在2027年6月30日前将其剩余认缴出资期限调整至五年内，并记载于公司章程，股东应当在调整后的认缴出资期限内足额缴纳认缴的出资额；剩余认缴出资期限自2027年7月1日起不足五年或者已缴足注册资本的，无需调整认缴出资期限。

2024年6月30日前登记设立的股份有限公司发起人或者股东应当在2027年6月30日前按照其认购的股份全额缴纳股款。

第九条 2024年6月30日前登记设立的公司生产经营涉及国家利益或者重大公共利益的，由国务院有关主管部门或者省级人民政府提出意见，经国家市场监督管理总局同意，可以按2024年6月30日前确定的出资期限出资。

第十条 2024年6月30日前登记设立的公司存在下列情形之一的，公司登记机关应当对公司注册资本的真实性、合理性进行研判：

- （一）认缴出资期限三十年以上；
- （二）注册资本十亿元人民币以上；
- （三）其他明显不符合客观常识的情形。

公司登记机关可以结合公司的经营范围、经

营状况以及股东的出资能力、主营项目、资产规模等进行综合研判，必要时组织行业专业机构进行评估或者与相关部门协商。公司及其股东应当配合提供情况说明以及相关材料。

公司登记机关认定公司出资期限、注册资本明显异常，违背真实性、合理性原则的，依法要求公司及时调整，并按程序向省级市场监督管理部门报告，接受省级市场监督管理部门的指导和监督。

第十一条 有限责任公司股东认缴和实缴的出资额、出资方式和出资日期，股份有限公司发起人认购的股份数等信息应当自产生之日起二十个工作日内通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。

公司应当确保前款公示信息真实、准确、完整。

第十二条 公司经营范围应当符合市场准入负面清单规定，外商投资公司以及外商投资企业直接投资公司的经营范围还应当符合外商投资准入特别管理措施规定。

第十三条 设置审计委员会行使监事会职权的公司，应当在进行董事备案时标明相关董事担任审计委员会成员的信息。

第十四条 公司设立登记时应当依法对登记联络员进行备案，提供登记联络员的电话号码、电子邮箱等常用联系方式，委托登记联络员负责公司与公司登记机关之间的联络工作，确保有效沟通。

登记联络员可以由公司法定代表人、董事、监事、高级管理人员、股东、员工等人员担任。

登记联络员变更的，公司应当自变更之日起三十日内向公司登记机关办理备案。

第十五条 公司董事、监事、高级管理人员存在《中华人民共和国公司法》第一百七十八条规定情形之一的，公司应当依法及时解除其职务，自知道或者应当知道之日起原则上不得超过三十日，并应当自解除其职务之日起三十日内依法向登记机关办理备案。

第十六条 申请人可以委托中介机构或者其他自然人代其办理公司登记、备案。中介机构及其工作人员、其他自然人代为办理公司登记、备案事宜，应当诚实守信、依法履责，标明其代理身份并提交

授权委托书，不得提交虚假材料或者采取其他欺诈手段隐瞒重要事实，不得利用从事公司登记、备案代理业务损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

第十七条 公司法定代表人、董事、监事、高级管理人员、股东等被依法限制人身自由，无法通过实名认证系统、本人现场办理或者提交公证文件等方式核验身份信息的，可以按照相关国家机关允许的方式进行实名认证。

第十八条 公司申请住所或者经营场所登记，应当提交住所或者经营场所合法使用证明。公司登记机关简化、免收住所或者经营场所使用证明材料的，应当通过部门间数据共享等方式验证核实申请人申请登记的住所或者经营场所客观存在且公司依法拥有所有权或者使用权。

第十九条 公司申请登记或者备案的事项存在下列情形之一的，公司登记机关不予办理设立登记或者相关事项的变更登记及备案：

（一）公司名称不符合企业名称登记管理相关规定的；

（二）公司注册资本、股东出资期限及出资额明显异常且拒不调整的；

（三）经营范围中属于在登记前依法须经批准的许可经营项目，未获得批准的；

（四）涉及虚假登记的直接责任人自登记被撤销之日起三年内再次申请登记的；

（五）可能危害国家安全、社会公共利益的；

（六）其他不符合法律、行政法规规定的情形。

第二十条 有证据证明申请人明显滥用公司法人独立地位和股东有限责任，通过变更法定代表人、股东、注册资本或者注销公司等方式，恶意转移财产、逃避债务或者规避行政处罚，可能危害社会公共利益的，公司登记机关依法不予办理相关登记或者备案，已经办理的予以撤销。

第二十一条 公司办理歇业备案的，公司登记机关应当将相关信息及时共享至税务、人力资源社会保障等部门，推动高效办理歇业备案涉及的其他事项。

第二十二条 公司股东死亡、注销或者被撤销，导致公司无法办理注销登记的，可以由该股东股权的全体合法继受主体或者该股东的全体投资人代为依法办理注销登记相关事项，并在注销决议上说明代为办理注销登记的相关情况。

第二十三条 因公司未按期依法履行生效法律文书明确的登记备案事项相关法定义务，人民法院向公司登记机关送达协助执行通知书，要求协助涤除法定代表人、董事、监事、高级管理人员、股东、分公司负责人等信息的，公司登记机关依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示涤除信息。

第二十四条 2024年6月30日前登记设立的公司因被吊销营业执照、责令关闭、撤销，或者通过登记的住所、经营场所无法联系被列入经营异常名录，导致公司出资期限、注册资本不符合法律规定且无法调整的，公司登记机关对其另册管理，在国家企业信用信息公示系统作出特别标注并向社会公示。

被纳入另册管理的公司，不再按照登记在册的公司进行统计和登记管理。

前款所述公司依法调整出资期限、注册资本

的，公司登记机关应当恢复其登记在册状态。

第二十五条 公司统一社会信用代码具有唯一性。公司依法注销或者被撤销设立登记后，公司登记机关应当保留其统一社会信用代码。

第二十六条 中介机构明知或者应当知道申请人提交虚假材料或者采取其他欺诈手段隐瞒重要事实进行公司登记，仍接受委托代为办理，或者协助其进行虚假登记的，由公司登记机关没收违法所得，处十万元以下的罚款。

中介机构以自己名义或者冒用他人名义提交虚假材料或者采取其他欺诈手段隐瞒重要事实进行公司登记的，由公司登记机关按照《中华人民共和国公司法》第二百五十条规定对公司以及直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法从重处罚。

第二十七条 法律、行政法规或者部门规章对违反本办法规定的行为有处罚规定的，依照其规定。

第二十八条 外商投资的公司登记管理适用本办法。有关外商投资法律、行政法规或者部门规章对其登记另有规定的，适用其规定。

第二十九条 本办法自2025年2月10日起实施。

市场监管总局关于对电动汽车供电设备 实施强制性产品认证管理的公告

2024年第50号

为进一步加强产品质量安全监管工作，根据《中华人民共和国认证认可条例》有关规定，市场监管总局决定对电动汽车供电设备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、2025年3月1日起，指定认证机构开始受理电动汽车供电设备（产品描述与界定见附件）CCC认证委托。承担相关认证、检测工作的认证机构和实验室另行公布。

二、2026年8月1日起，未获得CCC认证证书和标注认证标志的电动汽车供电设备，不得出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。

三、指定认证机构应当依据CCC认证通用规则 and 对应产品实施规则制定认证实施细则，并向市场监

管总局认证监管司备案后，方可开展认证工作。

四、指定认证机构和实验室应当在认证风险可控、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：产品描述与界定

市场监管总局

2024 年 12 月 5 日

附件

产品描述与界定

产品大类	产品种类及代码	对产品种类的描述	产品适用范围	对产品适用范围的描述或列举	说明
电动汽车供电设备	电动汽车交流供电设备（2501）	额定输出电压小于等于交流 1000 V，为电动汽车车载充电机提供交流电源的供电设备。	电动汽车交流供电设备	1. 电动汽车交流充电桩 / 固定式电动汽车交流充电设备。 2. 非固定式电动汽车交流充电设备（如缆上控制与保护装置 IC-CPD）。	1. 适用标准： GB39752 GB44263 2. 不包括：换电设备、无线充电设备。
	电动汽车直流供电设备（2502）	额定输出电压小于等于直流 1500 V，为电动汽车可充电储能系统提供直流电源的供电设备。	电动汽车直流供电设备	一体式、分体式、便携式、移动式等电动汽车直流充电设备。	

市场监管总局关于发布《食品中动物源性成分定性检测》等 13 项食品补充检验方法和 2 项修改单的公告

2024 年第 51 号

根据《中华人民共和国食品安全法实施条例》有关规定，市场监管总局批准发布《食品中动物源性成分定性检测》等 13 项食品补充检验方法和 2 项修改单。名称和编号如下：

食品中动物源性成分定性检测（BJS202401）
食品中别嘌呤、苯溴马隆、非布司他等化合物的测定（BJS202402）
畜禽类食品中松香酸、脱氢松香酸的测定

(BJS202403)

饮料酒、饮料、茶叶及代用茶中对乙酰氨基酚等 60 种化合物的测定 (BJS202404)

食品中西地那非、他达拉非等化合物的测定 (BJS202405)

调味品和肉制品中新品红、曙红和猩红的测定 (BJS202406)

食品中富马酸二甲酯的测定 (BJS202407)

食品中曲美他嗪、氯米芬和美度铵 3 种代谢调节剂的测定 (BJS202408)

食品中托拉塞米等 19 种利尿剂的测定 (BJS202409)

粉丝中植物源性成分的测定 (BJS202410)

谷物碾磨粉及制品、淀粉及制品中植物源性

成分定性检测 (BJS202411)

芝麻酱中植物源性成分的测定 (BJS202412)

食品中大麻酚、大麻二酚、四氢大麻酚的测定 (BJS202413)

《水产品及水中丁香酚类化合物的测定》第 1 号修改单

《食品中辛基酚等 5 种酚类物质的测定》第 1 号修改单

以上方法文本可在市场监管总局食品补充检验方法数据库 (<https://www.samr.gov.cn/spcjs/bcgyff/>) 中查询和下载。

特此公告。

市场监管总局

2024 年 12 月 22 日

市场监管总局关于将工业产品生产许可证 获证企业年度自查报告纳入市场监管企业 年报“多报合一”相关事项的公告

2024 年第 52 号

为贯彻落实党中央、国务院决策部署,推动“高效办成一件事”,优化政务服务,依据《工业产品生产许可证管理条例》《工业产品生产许可证管理条例实施办法》规定,市场监管总局决定自 2025 年 1 月 1 日起,将工业产品生产许可证获证企业年度自查报告纳入市场监管企业年报统一报送,实现“一个入口,一次报送”。现就有关事项公告如下:

一、获得工业产品生产许可证已满一年的企业,应于每年度 1 月 1 日至 6 月 30 日期间,登录国家企业信用信息公示系统(网址: www.gsxt.gov.cn) 报送上一年度自查报告,获证未满一年的,应

于下一年度报送。取消原纸质报送方式。

二、各地要把获证企业年度自查报告纳入市场监管企业年报“多报合一”事项,作为“高效办成一件事”的重要举措抓紧抓实,在国家企业信用信息公示系统上公布联系人和联系方式,加强对企业的帮扶指导,确保本辖区内企业应知尽知、应报尽报。企业未按时提交年度自查报告的,应根据相关法律法规规定进行查处。本公告自 2025 年 1 月 1 日起生效。

市场监管总局

2024 年 12 月 27 日

市场监管总局关于 注销国家标准物质定级证书的公告

2024 年第 53 号

根据上海化学试剂研究所有限公司申请，依照《中华人民共和国计量法》《中华人民共和国行政许可法》，以及《市场监督管理行政许可程序暂行规定》《标准物质管理办法》等有关法律法规规定，市场监管总局决定注销上述机构所持有的相关国家标准物质定级证书，现予公告。

附件：注销国家标准物质定级证书的机构名单

市场监管总局
2024 年 12 月 29 日

附件

注销国家标准物质定级证书的机构名单

研制（生产）单位名称	标准物质编号	标准物质名称	定级证书号
上海化学试剂研究所有限公司	GBW（E）081029	氢氧化钠滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081030	氢氧化钠滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081031	氢氧化钠滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081032	盐酸滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081033	盐酸滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081034	盐酸滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081035	硫酸滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081036	硫酸滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081037	硫酸滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081038	重铬酸钾滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号

续表

研制（生产）单位名称	标准物质编号	标准物质名称	定级证书号
上海化学试剂 研究所有限公司	GBW（E）081039	碘酸钾滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081040	碘酸钾滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081041	乙二胺四乙酸二钠滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081042	乙二胺四乙酸二钠滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081043	乙二胺四乙酸二钠滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081044	氯化钠滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081045	硫氰酸钠滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号
	GBW（E）081046	硝酸银滴定溶液标准物质	[2007] 标准物质证字第 0885 号

市场监管总局关于批准建立 3 项 国家计量基准的公告

2024 年第 54 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“（500 ~ 2350）nm 波长基准装置（光频梳法）”“二维线纹基准装置”“微波亮温度基准装置”等 3 项国家计量基准，颁发国家计量基准证书。

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
2024 年 12 月 29 日

市场监管总局关于 30 批次食品 抽检不合格情况的通告

2024 年第 29 号

近期，市场监管总局组织食品安全监督抽检 1657 批次样品，检出 30 批次样品不合格。产品抽检结果可查询 <https://spcj.sac.gsxt.gov.cn/>。

对抽检发现的不合格食品，有关省级市场监管部门已组织开展核查处置。

现将监督抽检不合格食品具体情况通告如下：

一、食品添加剂超范围超限量使用问题

（一）山东省枣庄市市中区千嘉禧干货店销售的、来自山东省枣庄市相掌柜商贸的白芷，其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（二）山东省枣庄市市中区路路通干货批发部销售的、来自山东省枣庄市滕州相掌柜商贸的白芷，其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（三）内蒙古自治区呼和浩特市托克托县四方红副食超市销售的、标称内蒙古自治区呼和浩特市托克托县兴旺纯手工粉条加工厂生产的兴旺粉条，其中山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）检验值、铝的残留量（干样品，以 Al 计）不符合食品安全国家标准规定。

（四）抖音熙贝官方旗舰店（经营者为浙江省杭州坚圆食品有限公司）在抖音（手机 APP）销售的、标称浙江省杭州临安山窝里食品有限公司生产的西梅干，其中山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）检验值不符合食品安全国家标准规定。

（五）青海省西宁市湟源千惠综合商店销售的、标称安徽省阜阳市聚明食品有限公司委托河南伟航饼业有限公司生产的草莓味夹心饼干，其中胭脂红和柠檬黄检验值、二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（六）内蒙古自治区呼和浩特市和林格尔县娜娜水果蔬菜门市部销售的、标称江苏省扬州市宝应群利食品厂生产的清水莲藕（盐水渍菜），其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（七）辽宁省沈阳市新民市兴隆堡镇石记小吃店加工销售的油条，其中铝的残留量（干样品，以 Al 计）不符合食品安全国家标准规定。

（八）湖南省郴州市汝城县兵哥土特产店二店销售的、标称湖南省郴州市汝城县热水农牧春糍业厂生产的大禾米糍，其中铝的残留量（干样品，以 Al 计）不符合食品安全国家标准规定。

（九）内蒙古自治区呼和浩特市和林格尔县金谷百货超市销售的、标称山东省乐陵市康泽食品销售中心销售的、江苏省扬州市宝应县好福莲食品有限公司生产的莲藕（酱腌菜），其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（十）山西省晋中市榆次区姐弟砂锅土豆粉店加工销售的土豆粉条（餐饮食品），其中铝的残留量（干样品，以 Al 计）不符合食品安全国家标准规定。

(十一) 美团粉婆婆土豆粉(知春路店)(经营者为北京禾穆餐饮有限公司)在美团(手机 APP)加工销售的经典香辣鲜土豆粉(微辣),其中铝的残留量(干样品,以 Al 计)不符合食品安全国家标准规定。

(十二) 河南省漯河市临颍县嗨辣毛肚火锅店加工销售的粉条(自制),其中铝的残留量(干样品,以 Al 计)不符合食品安全国家标准规定。

(十三) 抖音守山大叔家的小店(经营者为河北省承德市隆化县源山综合门市)在抖音(手机 APP)销售的、标称河北省承德市隆化县源山综合门市经销的、河北省承德市围场满族蒙古族自治县欣龙食品有限公司生产的马铃薯粉条,其中铝的残留量(干样品,以 Al 计)不符合食品安全国家标准规定。

(十四) 江西省赣州市赣县区宏昌百货有限公司梅林分店销售的、标称江西省赣州市全南县社迳李成蜜饯厂生产的多味姜(凉果类)(蜜饯),其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

(十五) 淘宝网默然零食甄选(经营者为广西壮族自治区玉林市玉州区陈广荣食品经营部)在淘宝网(网店)销售的、标称广西壮族自治区玉林市欧氏川仔食品有限公司生产的海鲜米线味(调味面制品),其中甜蜜素(以环己基氨基磺酸计)检验值不符合食品安全国家标准规定。

二、生物毒素问题

(一) 安徽省合肥市包河区茅庐餐饮酒店加工销售的油炸花生米(自制),其中黄曲霉毒素 B₁ 检验值不符合食品安全国家标准规定。

(二) 山东省济南市高新开发区火凤鲜行餐厅销售的、标称山东省济南槐荫加点香油加工厂生产的花生芝麻酱,其中黄曲霉毒素 B₁ 检验值不符合食品安全国家标准规定。

三、微生物污染问题

(一) 微信非格优选(经营者为山东省德州市天衢新区九衢电子商务中心〔个体工商户〕)在微信(手机 APP)销售的、标称山东元生源食品有限公司生产的燕麦麸皮,其中大肠菌群数、霉菌数、菌落总数不符合食品安全国家标准规定。

(二) 抖音笑喔喔食品旗舰店(经营者为广东茂嘉庄食品有限公司)在抖音(手机 APP)销售的、标称广东茂嘉庄食品有限公司销售的、福建省漳州市龙海市泰好食品有限公司生产的坚果八珍糕,其中霉菌数不符合食品安全国家标准规定。

(三) 沃尔玛—梧州新兴二路店(经营者为沃尔玛(广西)商业零售有限公司梧州新兴二路分店)在沃尔玛(手机微信小程序)销售的、标称广西壮族自治区南宁一鼎红商贸有限责任公司委托广西壮族自治区桂林市盛兴食品有限责任公司生产的糯香榴莲糕,其中霉菌数不符合食品安全国家标准规定。

(四) 甘肃省兰州大润发商业有限公司销售的、标称甘肃果园食品有限公司生产的甘草杏,其中菌落总数不符合食品安全国家标准规定。

四、其他污染物问题

淘宝网全球高端水超市(经营者为安徽清之逸商贸有限公司)在淘宝(手机 APP)销售的、标称意大利 SANPELLEGRINOS.p.A. 公司出品的、上海雀巢产品服务有限公司中国总代理的饮用天然泉水(原产国:意大利),其中亚硝酸盐(以 NO₂⁻ 计)检验值不符合食品安全国家标准规定。

五、质量指标不达标问题

(一) 淘宝网齐轩逸商行食品店(经营者为广东省佛山市南海区烨鹏讯商贸行)在淘宝(手机 APP)销售的牛奶粉,其中蛋白质含量不符合食品安全国家标准规定。

(二) 湖南洁玲生物科技有限公司销售的、标称山东省南京同仁堂乐家老铺(菏泽)医药有限公司

总经销的、安徽国善中园健康产业发展有限公司生产的软骨钙片（特殊膳食食品），其中维生素 B₁、维生素 B₂、维生素 D 含量既不符合食品安全国家标准规定，也不符合产品标签标示要求。

（三）淘宝网健康养生东方甄选（经营者为湖南省长沙信炎百货商行）在淘宝网（网店）销售的、标称河南达牧优药业有限公司生产的活性免疫球蛋白肽（特殊膳食），其中维生素 B₁、维生素 B₂ 含量既不符合食品安全国家标准规定，也不符合产品标签标示要求。

（四）黑龙江省哈尔滨市医博田医疗器械有限公司销售的、标称安徽葵花护童药业有限公司经销的、安徽全康药业有限公司生产的 DHA 婴幼儿营养包，其中二十二碳六烯酸含量既不符合食品安全国家标准规定，也不符合产品标签标示要求。

六、质量指标与标签标示值不符问题

（一）快手百年鹿王朝旗舰店（经营者为辽宁省铁岭市西丰县鹿宝堂鹿食品电子商务有限公司）在快手（手机 APP）销售的、标称辽宁省铁岭鹿宝堂药业集团有限公司生产的鹿鞭鹿尾酒，其中酒精度数不符合产品标签标示要求。

（二）天猫宝宝馋了旗舰店（经营者为浙江省舟山馋文化电子商务有限公司）在天猫（手机 APP）销售的、标称浙江省舟山馋文化电子商务有限公司委托山东暖娘食品有限公司生产的有机婴幼儿黑芝麻酱，其中总钠含量符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求。

（三）拼多多济生元保健专营店（经营者为安徽济生元药业有限公司）在拼多多（手机 APP）销售的、标称安徽济生元药业有限公司生产的济生元牌电解质片，其中钠含量符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求。

（四）淘宝网名人补剂（经营者为江苏省扬州市仪征市筱琪电子商务商行）在淘宝（手机 APP）销售的、标称河北省廊坊市固安康比特体育科技有限公司生产的液体氮泵冰葡萄味（运动营养食品），其中钠含量符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求。

特此通告。

附件：1. 部分不合格检验项目小知识

2. 调味品监督抽检不合格产品信息
3. 淀粉及淀粉制品监督抽检不合格产品信息
4. 水果制品监督抽检不合格产品信息
5. 饼干监督抽检不合格产品信息
6. 蔬菜制品监督抽检不合格产品信息
7. 餐饮食品监督抽检不合格产品信息
8. 糕点监督抽检不合格产品信息
9. 方便食品监督抽检不合格产品信息
10. 饮料监督抽检不合格产品信息
11. 乳制品监督抽检不合格产品信息
12. 特殊膳食食品监督抽检不合格产品信息
13. 酒类监督抽检不合格产品信息

（附件 2-13 略，详情请登录市场监管总局网站）

市场监管总局

2024 年 12 月 1 日

附件 1

部分不合格检验项目小知识

一、二氧化硫残留量

二氧化硫是食品加工中常用的漂白剂和防腐剂，具有漂白、防腐和抗氧化作用。少量二氧化硫进入人体不会对身体造成健康危害，但过量食用会引起如恶心、呕吐等胃肠道反应。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，香辛料及粉（八角除外）中不得使用二氧化硫，饼干中二氧化硫（以二氧化硫残留量计）最大使用量为 0.1g/kg，腌渍的蔬菜中二氧化硫（以二氧化硫残留量计）最大使用量为 0.1g/kg，蜜饯凉果中二氧化硫（以二氧化硫残留量计）最大使用量为 0.35g/kg。白芷、饼干、腌渍的蔬菜、蜜饯凉果中二氧化硫残留量超标的原因，可能是生产企业为改善产品色泽而超范围超限量使用二氧化硫；也有可能是使用时不计量或计量不准确；还有可能是由于使用硫磺熏蒸漂白传统工艺或直接使用亚硫酸盐浸泡保鲜所造成。

二、山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）

山梨酸及其钾盐抗菌性强，防腐效果好，是目前应用非常广泛的食物防腐剂。长期食用山梨酸及其钾盐超标的食品，可能对肝脏、肾脏、骨骼生长造成危害。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，粉丝、粉条中不得使用山梨酸及其钾盐（以山梨酸计），水果干制品中不得使用山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）。粉丝粉条、水果干制品中检出山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）的原因，可能是生产经营企业为延长产品保质期或者弥补产品生产过程卫生条件不佳而超范围使用。

三、铝的残留量（干样品，以 Al 计）

含铝食品添加剂，比如硫酸铝钾（又名钾明矾）、硫酸铝铵（又名铵明矾）等，在食品中作为膨松剂、稳定剂使用，使用后会产生铝残留。含铝

食品添加剂按标准使用不会对健康造成危害，但长期食用铝超标的食品会导致运动和学习记忆能力下降，影响儿童智力发育。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，粉丝、粉条中铝的残留量（干样品，以 Al 计）最大限量值为 200mg/kg，油炸面制品中铝的残留量（干样品，以 Al 计）最大限量值为 100mg/kg，糕点中铝的残留量（干样品，以 Al 计）最大限量值为 100mg/kg。粉丝粉条、油条等油炸面制品、糕点中铝的残留量（干样品，以 Al 计）超标的原因，可能是企业在生产加工过程中未控制好含铝食品添加剂的使用量；也可能是其使用的复配食品添加剂中铝含量过高；还可能是厂家使用的粉丝粉条原料（食用淀粉），因受环境影响原料中含有较高含量的铝。

四、胭脂红

胭脂红是常见的人工合成着色剂，具有着色力强、性质稳定等特点，在现代食品工业中应用广泛。长期食用胭脂红超标的食品，可能危害人体健康。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，除饼干夹心、蛋卷外，胭脂红在饼干中不得使用。饼干中检出胭脂红的原因，可能是企业为改善产品色泽在生产加工过程中超范围使用食品添加剂。

五、柠檬黄

柠檬黄又名食用黄色 4 号，水溶性偶氮类化合物，是常见的人工合成着色剂，在食品生产中应用广泛。如果长期摄入柠檬黄超标的食品，可能对人体肝脏等造成损害。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，除饼干夹心、蛋卷外，柠檬黄在饼干中不得使用。饼干中检出柠檬黄的原因，可能是企业为改善产品色泽在生产加工过程中超范围使用食品添加剂。

六、甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）

甜蜜素，化学名称为环己基氨基磺酸钠，是食品生产中常用的甜味剂之一，甜度是蔗糖的40—50倍。长期摄入甜蜜素超标的食品，可能会对人体的肝脏和神经系统造成一定危害。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，调味面制品中甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）的最大使用量为1.6g/kg。调味面制品中甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）检验值超标的原因，可能是生产企业为增加产品甜味而过量使用；也可能是生产过程中计量不准导致终产品甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）超标。

七、黄曲霉毒素 B₁

黄曲霉毒素 B₁ 是一种强致癌性的真菌毒素。长期食用黄曲霉毒素 B₁ 超标的食品，可能会对肝脏造成损害。《食品安全国家标准 食品中真菌毒素限量》（GB 2761—2017）中规定，花生及其制品中黄曲霉毒素 B₁ 的最大限量值为20 μg/kg。花生及其制品中黄曲霉毒素 B₁ 检验值超标的原因，可能是生产者使用的原料受到黄曲霉等霉菌污染；也可能是生产加工过程中卫生条件控制不严、生产工艺不达标。

八、大肠菌群

大肠菌群是国内外通用的食品污染常用指示菌之一。食品中检出大肠菌群，提示被致病菌污染的可能性较大。如果食品中的大肠菌群严重超标，将会破坏食品的营养成分，使食品失去食用价值；还会加速食品腐败变质，可能危害人体健康。《食品安全国家标准 冲调谷物制品》（GB 19640—2016）中规定，冲调谷物制品同一批次产品5个样品的大肠菌群检验结果均不得超过100CFU/g，且最多允许2个样品的检验结果超过10CFU/g。冲调谷物制品中大肠菌群数超标的原因，可能是产品的加工原料、包装材料受污染；可能是产品在生产过程中受人员、工器具等的污染；也可能是灭菌工艺不彻底导致的；还可能与产品储存条件不当有关。

九、霉菌

霉菌是评价食品质量安全的一项指示性指标，

食品中霉菌数是指食品检样经过处理，在一定条件下培养后，计数所得1g或1mL检样中所形成的霉菌菌落数。如果食品中的霉菌严重超标，将会破坏食品的营养成分，降低食品食用价值，还可能产生霉菌毒素；长期食用霉菌超标的食品，可能会危害人体健康。《食品安全国家标准 冲调谷物制品》（GB 19640—2016）中规定，冲调谷物制品同一批次产品5个样品的霉菌检验结果均不得超过100CFU/g，且最多允许2个样品的检验结果超过50CFU/g；《食品安全国家标准 糕点、面包》（GB 7099—2015）中规定，糕点中霉菌最大限量值为150CFU/g。冲调谷物制品、糕点中霉菌数超标的原因，可能是原料或包装材料受到霉菌污染；也可能是产品在生产加工过程中卫生条件控制不到位；还可能与产品储运条件不当有关。

十、菌落总数

菌落总数是指示性微生物指标，不是致病菌指标，反映食品在生产过程中的卫生状况。如果食品的菌落总数严重超标，将会破坏食品的营养成分，使食品失去食用价值；还会加速食品腐败变质，可能危害人体健康。《食品安全国家标准 冲调谷物制品》（GB 19640—2016）中规定，冲调谷物制品同一批次产品5个样品的菌落总数检验结果均不得超过10⁵CFU/g，且最多允许2个样品的检验结果超过10⁴CFU/g；《食品安全国家标准 蜜饯》（GB 14884—2016）中规定，蜜饯中同一批次产品5个样品的菌落总数检验结果均不得超过10⁴CFU/g，且最多允许2个样品的检验结果超过10³CFU/g。冲调谷物制品、蜜饯中菌落总数超标的原因，可能是企业未按要求严格控制生产加工过程的卫生条件；也可能与产品包装密封不严或储运条件不当等有关。

十一、亚硝酸盐（以NO₂⁻计）

亚硝酸盐广泛存在于环境中，是自然界中普遍存在的含氮化合物，水中的亚硝酸盐可由硝酸盐转化而来，水体被细菌污染后，在一定温度下细菌会释放出硝酸盐还原酶，将水中的硝酸盐还原成亚硝酸盐，能一定程度上反映水体被污染的情况。

《食品安全国家标准 食品中污染物限量》（GB

2762—2017) 中规定, 包装饮用水(矿泉水除外)中亚硝酸盐(以 NO_2^- 计)的最大限量值为 0.005mg/L 。其他类饮用水中亚硝酸盐检验值超标的原因, 可能是水体被细菌污染; 也可能是消毒控制不当。

十二、蛋白质

蛋白质是由氨基酸以肽键连接在一起, 并形成一定空间结构的高分子有机化合物。蛋白质是构成机体组织、器官的重要成分, 是构成机体多种重要生理活性物质的成分, 还能供给能量。《食品安全国家标准 乳粉》(GB 19644—2010) 中规定, 调制乳粉的蛋白质含量应 $\geq 16.5\%$ 。调制乳粉中蛋白质含量不达标的原因, 可能是生产企业掺杂使假所致。

十三、维生素 B₁

维生素 B₁ 是一种水溶性维生素, 能够参与人体内能量代谢, 对维持神经、肌肉特别是心肌正常功能方面有重要作用。维生素 B₁ 缺乏容易导致人体产生疲劳、食欲不振, 还可能引起脚气病等神经—血管系统损伤。《食品安全国家标准 运动营养食品通则》(GB 24154—2015) 中规定, 运动营养食品中维生素 B₁ 含量(以每日计)应在 $0.2\text{—}4\text{mg}$ 范围内; 《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》(GB 13432—2013) 中规定, 在产品保质期内, 能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。运动营养食品中维生素 B₁ 含量不达标的原因, 可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求; 也可能是生产加工过程中搅拌不均匀; 还可能是在加工或储存过程中损失。

十四、维生素 B₂

维生素 B₂ 是一种水溶性维生素, 能够参与体内生物氧化与能量代谢。维生素 B₂ 缺乏可能会导致疲倦乏力、口腔疼痛, 严重时可引起维生素 B₂ 缺乏病。《食品安全国家标准 运动营养食品通则》(GB 24154—2015) 中规定, 运动营养食品中维生素 B₂ 含量(以每日计)应在 $0.2\text{—}2\text{mg}$ 范围内; 《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》(GB 13432—2013) 中规定, 在产品保质期

内, 能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。运动营养食品中维生素 B₂ 含量不达标的原因, 可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求; 也可能是生产加工过程中搅拌不均匀; 还可能是在加工或储存过程中损失。

十五、维生素 D

维生素 D 是一种脂溶性维生素, 可以维持血浆钙和磷的水平稳定, 满足骨骼矿物质化、肌肉收缩、神经传导及细胞的基本功能。维生素 D 缺乏可能导致钙的吸收利用降低, 出现佝偻病、骨软化症及骨质疏松等问题。《食品安全国家标准 运动营养食品通则》(GB 24154—2015) 中规定, 运动营养食品中维生素 D 含量(以每日计)应在 $1.5\text{—}10\mu\text{g}$ 范围内; 《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》(GB 13432—2013) 中规定, 在产品保质期内, 能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。运动营养食品中维生素 D 含量不达标的原因, 可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求; 也可能是生产加工过程中搅拌不均匀; 还可能是在加工或储存过程中损失。

十六、二十二碳六烯酸

二十二碳六烯酸是一种人体必需的多不饱和脂肪酸, 参与人体的多种生理功能, 有助于婴儿智力和视力发育。二十二碳六烯酸缺乏可能对婴幼儿的生长发育产生一定的影响。《食品安全国家标准 辅食营养补充品》(GB 22570—2014) 中规定, 辅食营养补充品(6~60 月龄食用)中二十二碳六烯酸每日份含量应在 $30\text{—}90\text{mg}$ 范围内; 《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》(GB 13432—2013) 中规定, 在产品保质期内, 能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。辅食营养补充品中二十二碳六烯酸含量不达标的原因, 可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求; 也可能是生产加工过程中搅拌不均匀; 还可能是在加工或储存过程中损失。

十七、酒精度

酒精度又叫酒度, 是指在 20°C 时, 100 毫升 酒中含有乙醇(酒精)的毫升数, 即体积(容量)

的百分数。酒精度是酒类产品的一个重要理化指标，含量水平主要反映产品品质。《露酒》（GB/T 27588—2011）中规定，酒精度标签标示值与实测值相差不得超过 $\pm 1.0\%$ vol。酒精度不符合产品标签标示要求的原因，可能是企业生产工艺控制不严或生产工艺水平较低，无法准确控制酒精度；也可能是生产企业检验器具未检定或检验过程不规范，造成检验结果有偏差。

十八、钠

钠是人体必需的常量元素，钠离子在体内有助于维持渗透压和酸碱平衡，协助生理功能正常运作。钠缺乏可能会导致食欲减退、倦怠、恶心呕吐、血

压降低等。《食品安全国家标准 婴幼儿罐装辅助食品》（GB 10770—2010）中规定，婴幼儿罐装辅助食品中总钠的最大含量为 200mg/100g；《食品安全国家标准 运动营养食品通则》（GB 24154—2015）中规定，没有特别添加钠营养素的运动营养食品中钠的最大含量（以每日计）为 1600mg；《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》（GB 13432—2013）中规定，在产品保质期内，能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。婴幼儿罐装辅助食品中总钠、运动营养食品中钠含量不达标的原因，可能是生产工艺不合理；也可能是产品标签标注不规范。

市场监管总局关于 31 批次食品 抽检不合格情况的通告

2024 年第 30 号

近期，市场监管总局组织食品安全监督抽检 1588 批次样品，检出 31 批次样品不合格。产品抽检结果可查询 <https://spcjsac.gsxt.gov.cn/>。

对抽检发现的不合格食品，有关省级市场监管部门已组织开展核查处置。

现将监督抽检不合格食品具体情况通告如下：

一、食品添加剂与标签标示值不符问题

云南省昆明经开区小板田食品经营部销售的、标称云南省红河哈尼族彝族自治州金平傣媳妇食品有限责任公司委托云南省昆明瑞欣食品有限公司生产的酱油珍珠小米辣（酱腌菜），其中山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）检验值符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求。

二、食品添加剂超范围超限量使用问题

（一）美团盱眙刘大龙虾·螃蟹·牛蛙（经营者为江苏省南京市雨花台区刘露小吃店）在美团（手机 APP）加工销售的盐水煮花生（餐饮食品），其中苯甲酸及其钠盐（以苯甲酸计）检验值不符合食品安全国家标准规定。

（二）美团白泉包子铺（豆浆·粥·粽子·天心区店）（经营者为湖南省长沙市天心区霞福小吃店）在美团（手机 APP）加工销售的现煮玉米，其中甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）检验值不符合食品安全国家标准规定。

（三）淘宝网同安进口食品店（经营者为湖南省长沙市雨花区营福百货店）在淘宝（手机 APP）

销售的、标称德昌食品股份有限公司生产的五香豆干（纯素）（原产地：中国台湾），其中日落黄、山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）检验值不符合食品安全国家标准规定。

（四）陕西省西安市航天基地馋嘴豆制品部销售的、来自陕西省渭南豆之味农业科技有限公司的豆皮（豆制品），其中柠檬黄检验值不符合食品安全国家标准规定。

（五）贵州省毕节市威宁县振西天和商贸有限公司销售的、标称广东省东莞市永益食品有限公司委托江苏泗阳永益食品有限公司生产的风球唛食用玉米淀粉，其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（六）天猫湖心泉食品旗舰店（经营者为福建省宁德市古田县顺达食品有限公司）在天猫（手机APP）销售的、标称福建省宁德市古田县顺达食品有限公司生产的精选雪梨片，其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（七）江苏省南京市秦淮区茂丰餐饮店（个体工商户）销售的、标称辽宁省沈阳市添旺食品有限公司生产的富老三酸菜，其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（八）广东省广州市番禺区石楼红兴杂货店销售的、来自广东省广州市白云区松洲长信行食品商行的八角，其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（九）微信瓜哥食品专营店（经营者为广东瓜哥食品有限公司）在微信（手机APP）销售的、标称广东省揭阳市揭西县棉湖瑞胜食品厂生产的甘草橄榄，其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（十）淘宝网阿希达部落（经营者为内蒙古自治区兴安盟科右中旗阿希达食品有限责任公司）在淘宝网（网店）销售的、标称河北省保定首润食品制造有限公司生产的杏条（蜜饯），其中二氧化硫残留量不符合食品安全国家标准规定。

（十一）广西壮族自治区防城港市东兴泰发商行销售的、标称广西壮族自治区防城港市东兴市金顺心贸易有限公司经销的越莲城蒜蓉辣椒酱（原产国：越南），其中防腐剂混合使用时各自用量占其最大使用量的比例之和不符合食品安全国家标准规定。

三、有机污染物问题

京东中国特产·海南助农馆（经营者为海南农夫邦现代农业有限公司）在京东商城（网店）销售的、标称海南椰城昌茂绿色食品股份公司出品的、海南昌之茂食品有限公司生产的昌茂西沙海虾（干制水产品），其中N-二甲基亚硝胺检验值不符合食品安全国家标准规定。

四、微生物污染问题

（一）内蒙古自治区呼和浩特市武川县锦越超市销售的、标称内蒙古达利农贸有限公司生产的老面开花馒头，其中大肠菌群数不符合相关产品执行标准要求。

（二）快手贵妃颜营养健康旗舰店（经营者为安徽省亳州益魅商贸有限公司）在快手（手机APP）销售的、标称安徽本草润堂健康产业有限公司生产的益生菌高钙驼乳蛋白粉，其中霉菌数不符合食品安全国家标准规定。

（三）天猫美味壹客旗舰店（经营者为广东省深圳市美味壹客食品有限公司）在天猫商城（网店）销售的、标称安徽省黄山蚂蚁食品有限公司生产的山药红枣八珍糕，其中霉菌数不符合食品安全国家标准规定。

（四）甘肃省天水利客易购佳水岸超市有限公司伏羲庙分公司销售的、标称甘肃省天水滋源酱业有限公司生产的农家香醋，其中菌落总数不符合食品安全国家标准规定；总酸（以乙酸计）检验值既

不符合食品安全国家标准规定，也不符合相关产品执行标准要求；不挥发酸（以乳酸计）检验值不符合相关产品执行标准要求。

（五）湖南省长沙市长沙路口物资供销有限公司长沙县和通黄花店销售的、标称广西壮族自治区桂林万鑫食品有限公司生产的红枣枸杞莲子藕粉，其中菌落总数不符合食品安全国家标准规定。

五、农药残留超标问题

广东省广州市番禺区石楼林太家用电器店销售的、来自广东省广州金多多供应链有限公司的孜然，其中多菌灵检验值不符合食品安全国家标准规定。

六、重金属污染问题

贵州华联综合超市有限公司开阳分公司销售的、标称山东腾盛食品有限公司生产的梅干菜，其中铅（以 Pb 计）检验值既不符合食品安全国家标准规定，也不符合相关产品执行标准要求。

七、质量指标不达标问题

（一）淘宝网精铭食品店（经营者为河南省周口市项城市艾财百货商行）在淘宝（手机 APP）销售的、标称湖北精铭食品科技有限公司委托湖北艾精隆食品有限公司生产的经典原味葵花籽，其中过氧化值（以脂肪计）检验值不符合食品安全国家标准规定。

（二）沃尔玛（广东）百货有限公司销售的、标称山东植见食品科技有限公司委托山东植有彩虹生物科技有限公司生产的大麦若叶益生元青汁，其中维生素 A、维生素 C、镁含量不符合食品安全国家标准规定。

（三）1688 杭州豪生生物科技有限公司（经营者为浙江省杭州豪生生物科技有限公司）在 1688（网店）销售的、标称山东福德特医生物工程有限公司委托山东腾贵医药有限公司生产的叶维他® 孕妇及乳母营养补充食品活性叶酸多种维生素片，其中泛酸、维生素 D 含量既不符合食品安全国家标准规定，也不符合产品标签标示要求。

（四）淘宝网宛油香老油坊（经营者为河南省南阳城乡一体化示范区常兴副食商行）在淘宝网（网店）销售的、标称河南省南阳卖油郎油业有限公司生产的菜籽油，其中过氧化值检验值既不符合食品安全国家标准规定，也不符合相关产品执行标准要求。

（五）江西省赣州经济技术开发区成辉榨油厂销售的、标称江西省赣州经济技术开发区成辉榨油厂生产的木子油，其中酸价（KOH）检验值不符合食品安全国家标准规定。

（六）快手邴强奇辉专卖店（经营者为黑龙江省哈尔滨市尚志市奇辉农产品销售有限责任公司）在快手（手机 APP）销售的、标称黑龙江省哈尔滨市尚志市奇辉农产品销售有限责任公司委托黑龙江省哈尔滨市尚志市佳蜜源蜂业有限公司生产的蜂王浆，其中 10- 羟基 -2- 癸烯酸含量不符合食品安全国家标准规定。

（七）拼多多俏乐宝官方旗舰店（经营者为江苏蓓蕾生物科技有限公司）在拼多多（手机 APP）销售的、标称江苏蓓蕾生物科技有限公司经销的、安徽全康药业有限公司生产的多种维生素矿物质婴幼儿营养包，其中钙含量不符合食品安全国家标准规定。

八、质量指标与标签标示值不符问题

（一）上海华隆堂大药房有限公司第一分公司销售的、标称河北风甚生物科技有限公司委托山东承御堂药业有限公司生产的风基本宫天使膏（特殊膳食食品），其中钠含量符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求。

（二）浙江省杭州临平区东湖街道益家母婴店销售的、标称湖北省脾牛（武汉）国际生命科技有限

公司委托湖北麦克森生物技术有限公司生产的鑫脾牛猴头菇鸡内金脾健颗粒，其中钠含量符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求。

（三）天猫幸福村大药房旗舰店（经营者为贵州幸福村大药房零售连锁有限公司）在天猫商城（网店）销售的、标称北京同仁堂（辽宁）科技药业有限公司经销的、安徽百盛药业有限公司生产的驼乳钙片，其中钠含量符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求。

（四）天猫艾拉厨房母婴旗舰店（经营者为广东省深圳市嘉宏天成贸易发展有限公司）在天猫商城（网店）销售的、标称嘉煦贸易（上海）有限公司进口的、Delafruit S.L.U.生产的苹果果泥（婴幼儿罐装辅助食品）（原产国：西班牙），其中总钠含量符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求。

特此通告。

附件：1. 部分不合格检验项目小知识

2. 蔬菜制品监督抽检不合格产品信息
3. 餐饮食品监督抽检不合格产品信息
4. 豆制品监督抽检不合格产品信息
5. 淀粉及淀粉制品监督抽检不合格产品信息
6. 水果制品监督抽检不合格产品信息
7. 调味品监督抽检不合格产品信息
8. 水产制品监督抽检不合格产品信息
9. 粮食加工品监督抽检不合格产品信息
10. 方便食品监督抽检不合格产品信息
11. 糕点监督抽检不合格产品信息
12. 食用油、油脂及其制品监督抽检不合格产品信息
13. 炒货食品及坚果制品监督抽检不合格产品信息
14. 特殊膳食食品监督抽检不合格产品信息
15. 蜂产品监督抽检不合格产品信息

（附件 2-15 略，详情请登录市场监管总局网站）

市场监管总局

2024 年 12 月 29 日

附件 1

部分不合格检验项目小知识

一、山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）

山梨酸及其钾盐抗菌性强，防腐效果好，是目前应用非常广泛的食品防腐剂。长期食用山梨酸及其钾盐超标的食品，可能对肝脏、肾脏、骨骼生长造成危害。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，腌渍的蔬菜中山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）最大使用量为1.0g/kg；《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，豆干再制品中山梨酸及其钾盐的最大使用量为1.0g/kg。“酱油珍珠小米辣（酱腌菜）”中山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）检验值符合食品安全国家标准规定，但不符合产品标签标示要求“不添加任何防腐剂”。腌渍的蔬菜、进口豆干再制品中山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）检验值超标的原因，可能是生产经营企业未按照包装中标示要求来控制产品生产过程；可能是生产者为了延长产品保质期或者弥补生产过程卫生条件不佳而超范围超限量使用；也可能是在使用过程中未准确计量；还可能是对中国大陆相关标准要求不了解所致。

二、苯甲酸及其钠盐（以苯甲酸计）

苯甲酸及其钠盐（以苯甲酸计）是食品工业中常用的一种防腐剂，对霉菌、酵母和细菌有较好的抑制作用。长期食用苯甲酸及其钠盐超标的食品，可能导致肝脏积累性中毒，危害肝脏健康。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，花生及其制品中不得使用苯甲酸及其钠盐（以苯甲酸计）。花生及其制品中检出苯甲酸及其钠盐（以苯甲酸计）的原因，可能是食品生产经营者为了延长产品保质期或者弥补产品生产过程卫生条件不佳而超范围使用。

三、甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）

甜蜜素，化学名称为环己基氨基磺酸钠，

是食品生产中常用的甜味剂之一，甜度是蔗糖的40—50倍。长期摄入甜蜜素超标的食品，可能会对人体的肝脏和神经系统造成一定危害。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，杂粮制品中不得使用甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）。杂粮制品中检出甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）的原因，可能是食品生产经营者违规添加以改善口感。

四、日落黄

日落黄属于水溶性偶氮类化合物，是常见的人工合成着色剂，在食品生产中应用广泛。长期摄入日落黄超标的食品，可能危害人体健康。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，豆干再制品中不得使用日落黄。进口豆干再制品中检出日落黄的原因，可能是生产企业为改善产品色泽、提高市场价值而超范围使用；也可能是对中国大陆相关标准要求不了解所致。

五、柠檬黄

柠檬黄又名食用黄色4号，属于水溶性偶氮化合物，是常见的人工合成着色剂，在食品生产中应用广泛。柠檬黄基本无毒，不在体内贮积，绝大部分以原形排出体外，但长期食用柠檬黄超标的食品，可能危害人体健康。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中规定，豆皮中不得使用柠檬黄。豆皮中检出柠檬黄的原因，可能是生产企业为改善产品色泽、提高市场价值而超范围使用。

六、二氧化硫残留量

二氧化硫是食品加工中常用的漂白剂和防腐剂，具有漂白、防腐和抗氧化作用。少量二氧化硫进入人体不会对身体造成健康危害，但过量食用会引起如恶心、呕吐等胃肠道反应。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—

2014) 中规定, 淀粉中二氧化硫的最大残留限量值为 0.03g/kg, 水果干制品、腌渍的蔬菜、香辛料及粉(仅限八角)、蜜饯凉果中二氧化硫的最大使用量为 0.1g/kg、0.1g/kg、0.15g/kg、0.35g/kg。淀粉、水果干制品、腌渍的蔬菜、香辛料及粉(仅限八角)、蜜饯凉果中二氧化硫残留量超标的原因, 可能是生产工艺控制不好; 可能是生产企业为改善产品色泽而超限量使用二氧化硫; 也可能是使用时不计量或计量不准确; 还可能由于使用硫磺熏蒸漂白传统工艺或直接使用亚硫酸盐浸泡所造成。

七、防腐剂混合使用时各自用量占其最大使用量的比例之和

防腐剂是常见的食品添加剂, 指天然或合成的化学成分, 用于延缓或抑制由微生物引起的食品腐败变质。长期食用防腐剂超标的食品会对人体健康造成损害。《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB 2760—2014) 中规定, 防腐剂在混合使用时各自用量占其最大使用量的比例之和不应超过 1。辣椒酱中防腐剂混合使用时各自用量占其最大使用量的比例之和超标的原因, 可能是生产企业在生产加工过程中未严格控制各防腐剂的用量。

八、N-二甲基亚硝胺

N-二甲基亚硝胺是 N-亚硝胺类化合物的一种, 是国际公认的毒性较大的污染物, 具有肝毒性和致癌性。目前由 N-二甲基亚硝胺引起的急性中毒较少, 但如果一次或多次摄入含大量 N-亚硝胺类化合物的食物, 也可能引起急性中毒。《食品安全国家标准 食品中污染物限量》(GB 2762—2022) 中规定, 干制水产品中 N-二甲基亚硝胺的最大限量值为 4.0 $\mu\text{g/kg}$ 。预制冷动物性水产干制品中 N-二甲基亚硝胺检验值超标的原因, 可能是产品原料腐败或加工过程控制不严所致。

九、大肠菌群

大肠菌群是国内外通用的食品污染常用指示菌之一。食品中检出大肠菌群提示被致病菌(如沙门氏菌、志贺氏菌、致病性大肠杆菌)污染的可能性较大。如果食品中的大肠菌群严重超标, 将会破坏食品的营养成分, 使食品失去食用价值; 还会加

速食品腐败变质, 可能危害人体健康。《小麦粉馒头》(GB/T 21118—2007) 中规定, 小麦粉馒头的大肠菌群检验结果不得超过 30MPN/100g。发酵面制品中大肠菌群数超标的原因, 可能是产品的加工原料、包装材料受污染; 可能是产品在生产过程中受人员、工器具等的污染; 也可能是灭菌不彻底导致的; 还可能与产品储存条件不当有关。

十、霉菌

霉菌是评价食品质量安全的一项指示性指标, 食品中霉菌数是指食品检样经过处理, 在一定条件下培养后, 计数所得 1g 或 1mL 检样中所形成的霉菌菌落数。如果食品中的霉菌严重超标, 将会破坏食品的营养成分, 降低食品食用价值, 还可能产生霉菌毒素; 长期食用霉菌超标的食品, 可能会危害人体健康。《食品安全国家标准 冲调谷物制品》(GB 19640—2016) 中规定, 同一批次产品 5 个样品的霉菌检验结果均不得超过 100CFU/g, 且最多允许 2 个样品的检验结果超过 50CFU/g; 《食品安全国家标准 糕点、面包》(GB 7099—2015) 中规定, 糕点中霉菌最大限量值为 150CFU/g。冲调谷物制品、糕点中霉菌数超标的原因, 可能是原料或包装材料受到霉菌污染; 也可能是产品在生产加工过程中卫生条件控制不到位; 还可能与产品储运条件不当有关。

十一、菌落总数

菌落总数是指示性微生物指标, 不是致病菌指标, 反映食品在生产过程中的卫生状况。如果食品的菌落总数严重超标, 将会破坏食品的营养成分, 使食品失去食用价值; 还会加速食品腐败变质, 可能危害人体健康。《食品安全国家标准 食醋》(GB 2719—2018) 中规定, 食醋同一批次产品 5 个样品的菌落总数检验结果均不得超过 10^4CFU/mL , 且最多允许 2 个样品的检验结果超过 10^3CFU/mL ; 《食品安全国家标准 冲调谷物制品》(GB 19640—2016) 中规定, 冲调谷物制品同一批次产品 5 个样品的菌落总数检验结果均不得超过 10^5CFU/g , 且最多允许 2 个样品的检验结果超过 10^4CFU/g 。食醋、冲调谷物制品中菌落总数超标的原因, 可能是企业

未按要求严格控制生产加工过程的卫生条件；也可能与产品包装密封不严或储运条件不当等有关。

十二、总酸（以乙酸计）

总酸是食醋的特征性品质指标之一。一般而言，总酸含量越高说明食醋发酵程度越高，酸味越浓。总酸不合格主要影响产品的品质。《食品安全国家标准 食醋》（GB 2719—2018）中规定，食醋中总酸（以乙酸计） $\geq 3.5\text{g}/100\text{mL}$ ；《酿造食醋》（GB/T 18187—2000）中规定，食醋中总酸（以乙酸计） $\geq 3.50\text{g}/100\text{mL}$ 。该批次产品中总酸（以乙酸计）含量既不符合食品安全国家标准规定，也不符合相关产品执行标准要求。食醋中总酸（以乙酸计）含量不达标的原因，可能是生产企业生产工艺控制不严，未按产品执行标准要求组织生产；也可能是出厂检验把关不严造成。

十三、不挥发酸（以乳酸计）

不挥发酸（以乳酸计）是食醋中总酸的一种，以乳酸为主。不挥发酸（以乳酸计）不合格主要影响产品的品质。《酿造食醋》（GB/T 18187—2000）中规定，固态发酵食醋中不挥发酸（以乳酸计） $\geq 0.50\text{g}/100\text{mL}$ 。固态发酵食醋中不挥发酸（以乳酸计）含量不达标的原因，可能是生产加工过程中发酵工艺控制不当。

十四、多菌灵

多菌灵是一种广谱性杀菌剂，对多种作物由真菌引起的病害具有防治效果。长期食用多菌灵超标的食品，对人体健康可能有一定影响。《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》（GB 2763—2021）中的规定，多菌灵在孜然中的最大残留限量值为 $0.3\text{mg}/\text{kg}$ 。孜然中多菌灵检验值超标的原因，可能是种植者在种植过程中违规使用；也可能是在临近采收的孜然上不当使用所致。

十五、铅（以 Pb 计）

铅是最常见的重金属污染物，是一种严重危害人体健康的重金属元素，可在人体内蓄积。长期摄入铅含量超标的食品，会对血液系统、神经系统产生损害。《山东腾盛食品有限公司 蔬菜干制品》（Q/TTS 0004S—2023）中规定，干制蔬菜中铅（以

Pb 计）的企业标准指标值为 $\leq 0.75\text{mg}/\text{kg}$ ；《食品安全国家标准 食品中污染物限量》（GB 2762—2022）中规定，干制蔬菜中铅（以 Pb 计）的限量值为 $0.8\text{mg}/\text{kg}$ 。该批次产品中铅（以 Pb 计）检验值既不符合食品安全国家标准规定，也不符合相关产品执行标准要求。蔬菜干制品中铅（以 Pb 计）检验值超标的原因，可能是生产企业使用的原料中铅含量较高，导致干制品铅超标；也可能是生产设备或包装材料中的铅迁移带入。

十六、过氧化值 / 过氧化值（以脂肪计）

过氧化值是油脂酸败的早期指标，主要反映油脂被氧化的程度。食用过氧化值超标的食品一般不会对人体健康造成损害，但长期食用过氧化值严重超标的食品可能导致肠胃不适、腹泻等。《食品安全国家标准 植物油》（GB 2716—2018）中规定，食用植物油（包括调和油）中过氧化值的最大限量值为 $0.25\text{g}/100\text{g}$ ；《菜籽油》（GB/T 1536—2021）中规定，压榨二级菜籽油中过氧化值的最大限量值为 $0.25\text{g}/100\text{g}$ ；《食品安全国家标准 坚果与籽类食品》（GB 19300—2014）中规定，熟制葵花籽中过氧化值（以脂肪计）的最大限量值为 $0.80\text{g}/100\text{g}$ 。“菜籽油”中过氧化值检验值既不符合食品安全国家标准规定，也不符合相关产品执行标准要求。食用植物油中过氧化值，熟制葵花籽中过氧化值（以脂肪计）检验值超标的原因，可能是企业原料采购把关不严；可能是原料中的脂肪已经被氧化；也可能是生产工艺不达标；还可能与产品储藏条件不当有关。

十七、酸价（KOH）

酸价，又称酸值，主要反映食品中油脂的酸败程度。酸价超标会导致食品有哈喇等异味，严重超标时会产生醛酮类化合物，长期摄入酸价超标的食品会对健康有一定影响。《食品安全国家标准 植物油》（GB 2716—2018）中规定，食用植物油（包括调和油）中酸价的最大限量值为 $3\text{mg}/\text{g}$ 。食用植物油中酸价检验值超标的原因，可能是企业原料采购把关不严；也可能是生产工艺不达标；还可能与产品储藏条件不当有关。

十八、泛酸

泛酸又称维生素 B₅，是一种水溶性维生素，可以构成辅酶 A 和酰基载体蛋白，在人体代谢中发挥作用。泛酸缺乏可能会引起食欲减退、消化不良、疲倦无力等。《食品安全国家标准 孕妇及乳母营养补充食品》（GB 31601—2015）中规定，孕妇及乳母营养补充食品中泛酸含量（以每日计）应在 2.8—12.0mg 范围内；《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》（GB 13432—2013）中规定，在产品保质期内，能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。孕妇及乳母营养补充食品中泛酸含量不达标的原因，可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求；也可能是生产加工过程中搅拌不均匀；还可能是在加工或储存过程中损失。

十九、维生素 D

维生素 D 是一种脂溶性维生素，可以维持血浆钙和磷的水平稳定，满足骨骼矿物质化、肌肉收缩、神经传导及细胞的基本功能。维生素 D 缺乏可能导致钙的吸收利用降低，出现佝偻病、骨软化症及骨质疏松等问题。《食品安全国家标准 孕妇及乳母营养补充食品》（GB 31601—2015）中规定，孕妇及乳母营养补充食品中维生素 D 含量（以每日计）应在 3—10 μ g 范围内；《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》（GB 13432—2013）中规定，在产品保质期内，能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。孕妇及乳母营养补充食品中维生素 D 含量不达标的原因，可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求；也可能是生产加工过程中搅拌不均匀；还可能是在加工或储存过程中损失。

二十、维生素 A

维生素 A 是一种脂溶性维生素，在人体代谢过程中发挥重要作用。维生素 A 缺乏可能引起夜盲症、干眼症等眼部症状，还可能会导致食欲减退、免疫功能低下。《食品安全国家标准 运动营养食品通则》（GB 24154—2015）中规定，运动营养食品中维生素 A 含量（以每日计）应在 120—375 μ g 范围内；《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》（GB 13432—2013）中规定，在产品保

质期内，能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。运动营养食品中维生素 A 含量不达标的原因，可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求；也可能是生产加工过程中搅拌不均匀；还可能是在加工或储存过程中损失。

二十一、维生素 C

维生素 C 是一种水溶性维生素，在人体代谢过程中发挥重要作用。维生素 C 缺乏会影响人体正常生理功能，长期严重缺乏可能导致坏血病。《食品安全国家标准 运动营养食品通则》（GB 24154—2015）中规定，运动营养食品中维生素 C 含量（以每日计）应在 15—100mg 范围内；《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》（GB 13432—2013）中规定，在产品保质期内，能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。运动营养食品中维生素 C 含量不达标的原因，可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求；也可能是生产加工过程中搅拌不均匀；还可能是在加工或储存过程中损失。

二十二、镁

镁是人体所需的重要矿物质元素，可促进骨骼生长和神经肌肉兴奋性，还可以影响胃肠道功能等。镁缺乏可能会影响体内钙代谢。《食品安全国家标准 运动营养食品通则》（GB 24154—2015）中规定，运动营养食品中镁含量（以每日计）应在 53—300mg 范围内；《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》（GB 13432—2013）中规定，在产品保质期内，能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。运动营养食品中镁含量不达标的原因，可能是原辅料用食品营养强化剂不符合质量要求；也可能是生产加工过程中搅拌不均匀。

二十三、钙

钙是人体含量最多的矿物质元素，可维持人体神经和肌肉活动、促进细胞信息传递。过量摄入钙可能会导致高血钙症、高钙尿、血管和软组织钙化等。《食品安全国家标准 辅食营养补充品》（GB 22570—2014）中规定，适用于 6—60 月龄的辅食营养素补充食品中钙每日份含量应在 180—240mg

范围内；《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》（GB 13432—2013）中规定，在产品保质期内，能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。辅食营养补充品中钙含量超标的原因，可能是生产工艺不合理；也可能是生产加工过程中搅拌不均匀。

二十四、10- 羟基 -2- 癸烯酸

10- 羟基 -2- 癸烯酸，又称王浆酸，是蜂王浆特有的生理活性成分，是评价蜂王浆质量的重要指标。10- 羟基 -2- 癸烯酸含量不达标会影响蜂王浆品质。《蜂王浆》（GB 9697—2008）中规定，质量等级为合格品的蜂王浆中 10- 羟基 -2- 癸烯酸含量不低于 1.4%。蜂王浆中 10- 羟基 -2- 癸烯酸含量不达标的原因，可能是生产企业对原料质量把控不严；也可能与加工过程中掺假有关。

二十五、钠 / 总钠

钠是人体必需的常量元素，钠离子在体内有助于维持渗透压和酸碱平衡，协助生理功能正常运作。钠缺乏可能会导致食欲减退、倦怠、恶心呕吐、血压降低等。婴幼儿肾脏功能不如成人健全，摄入钠离子不足可能导致脱水，甚至惊厥。《食品安全国家标准 运动营养食品通则》（GB 24154—2015）中规定，没有特别添加钠营养素的运动营养食品中钠的最大含量（以每日计）为 1600mg；《食品安全国家标准 婴幼儿罐装辅助食品》（GB 10770—2010）中规定，婴幼儿罐装辅助食品中总钠的最大含量为 200mg/100g；《食品安全国家标准 预包装特殊膳食用食品标签》（GB 13432—2013）中规定，在产品保质期内，能量和营养成分的实际含量不应低于标示值的 80%。运动营养食品中钠、婴幼儿罐装辅助食品中总钠含量不达标的原因，可能是生产工艺不合理；也可能是产品标签标注不规范。

市场监管总局关于确定第三批全国商业秘密保护创新试点地区名单的通知

国市监竞争发〔2024〕112 号

河北省、内蒙古自治区、辽宁省、上海市、浙江省、安徽省、江西省、山东省、广东省、重庆市、宁夏回族自治区市场监管局（厅）：

为深入贯彻落实党的二十届三中全会关于“构建商业秘密保护制度”的决策部署，进一步推动商业秘密保护机制创新，助力发展新质生产力，按照《市场监管总局关于组织申报第三批全国商业秘密保护创新试点的通知》（国市监竞争函〔2024〕40 号）要求，经研究，确定 11 个地区作为第三批全国商业秘密保护创新试点地区，并同意将第一批试点地区中的 1 个地区试点范围由市辖区扩大为全市。

各省级市场监管部门要提高政治站位、强化组织协调，切实加强对试点地区的业务指导，充分发挥试点工作辐射带动作用，推动辖区内商业秘密保护水平整体提升。各试点地区要加强组织领导，认真落实创新试点主体责任，立足地方实际，细化试点方案，强化监管执法，积极探索形成可复制、可推广的务实、高效、管用的商业秘密保护机制，确保试点工作走深走实。其他地方要学习借鉴试点地区的经验做法，结合实际做好商业秘密保护工作。

附件：1. 第三批全国商业秘密保护创新试点地区名单

2. 第一批全国商业秘密保护创新试点地区试点范围变更名单

市场监管总局

2024 年 12 月 3 日

附件 1

第三批全国商业秘密保护 创新试点地区名单

- | | |
|--------------|----------------|
| 1. 河北省石家庄市 | 7. 江西省赣州市 |
| 2. 内蒙古自治区包头市 | 8. 山东省济南市 |
| 3. 辽宁省沈阳市 | 9. 广东省江门市 |
| 4. 上海市闵行区 | 10. 重庆市两江新区 |
| 5. 浙江省台州市 | 11. 宁夏回族自治区银川市 |
| 6. 安徽省马鞍山市 | |

附件 2

第一批全国商业秘密保护创新试点地区 试点范围变更名单

1. 由安徽省合肥市高新区变更为安徽省合肥市

市场监管总局关于印发 《横向经营者集中审查指引》的通知

国市监反执二发〔2024〕113 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）：

《横向经营者集中审查指引》已经 2024 年 12 月 2 日市场监管总局第 29 次局务会议通过，现印发给你们，请结合实际做好宣传和贯彻实施。

市场监管总局

2024 年 12 月 10 日

横向经营者集中审查指引

第一章 总 则

第一条 为了进一步规范横向经营者集中审查，增强经营者集中审查工作透明度，提升经营者对国务院反垄断执法机构（以下简称反垄断执法机构）评估经营者集中竞争影响的预期，根据《中华人民共和国反垄断法》《国务院关于经营者集中申报标准的规定》《经营者集中审查规定》等规定，制定本指引。

第二条 经营者集中审查是事先预判性审查，目的是通过评估集中可能对相关市场竞争状况带来的改变，预防和制止具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中。

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，经营者应当事先向反垄断执法机构申报，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，反垄断执法机构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。

经营者集中有下列情形之一的，可以不向反垄断执法机构申报：（一）参与集中的一个经营者拥有其他每个经营者 50% 以上有表决权的股份或者资产的；（二）参与集中的每个经营者 50% 以上有表决权的股份或者资产，被同一个未参与集中的经营者拥有的。

第三条 反垄断执法机构支持经营者依法实施集中。对于不具有排除、限制竞争效果的经营者集中，反垄断执法机构将依法予以批准。对于具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中，反

垄断执法机构将依法予以禁止或者附加限制性条件批准。

前款所称经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，是指由集中带来的竞争问题。

第四条 本指引所称横向经营者集中，是指参与集中的经营者存在横向关系，即参与集中的经营者为同一相关市场上的实际或潜在竞争者的经营者集中。

判断参与集中的经营者是否处于同一相关市场，应同时考虑相关商品或服务（以下统称商品）市场和地域市场。

对于一项集中，参与集中的经营者可能参与多个相关市场的竞争，在某些相关市场上存在横向关系（直接竞争），同时在某些相关市场上存在非横向关系，反垄断执法机构将逐一评估集中各方具有的横向、非横向关系。本指引仅提供经营者集中在横向关系上的分析思路。

第五条 反垄断执法机构评估横向经营者集中是否具有或者可能具有排除、限制竞争效果，主要考虑下列因素：

（一）集中的目的；

（二）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；

（三）相关市场的市场集中度；

（四）经营者集中对市场进入、技术进步的影响；

（五）经营者集中对消费者和其他有关经营者的影响；

（六）经营者集中对国民经济发展的影响；

（七）应当考虑的影响市场竞争的其他因素。

反垄断执法机构通过分析上述因素，研判横向经营者集中是否会产生单边效应或协调效应，进而判断集中是否具有或者可能具有排除、限制竞争效果。

对于一项横向经营者集中，单边效应和协调

效应可能单独存在，也可能同时存在。对于涉及多个横向重叠相关市场的经营者集中，反垄断执法机构将分别评估各个相关市场上可能产生的单边效应和协调效应。

第六条 反垄断执法机构评估集中是否具有或者可能具有排除、限制竞争效果，可以对比假设集中未发生情况下相关市场可能出现的竞争情况，分析集中是否会显著减少相关市场竞争。

假设集中未发生的情况，既可能是集中前相关市场的竞争情况，也可能是集中不发生的情况下相关市场未来可预见或可能发生的竞争情况。

第二章 证据材料

第七条 本指引所称证据材料是指反垄断执法机构为评估集中的竞争影响需要获得的有关文件、资料，包括申报人提交的申报文件、资料，以及其他文件、资料。

第八条 反垄断执法机构可以从参与集中的经营者、上游供应商、下游客户或终端消费者、有关政府部门、行业协会、竞争者等渠道获取相关证据材料，并可以聘请与本项集中没有利害关系的专家学者、第三方咨询机构等提供对集中的评估参考意见。

获取证据材料的方式包括但不限于要求参与集中的经营者提供材料、请有关单位或者个人协助调查、书面征求意见、问卷调查、座谈会、论证会、委托咨询、实地调研等。

反垄断执法机构将分析相关证据材料是否属于经营者集中审查应当考虑的因素，判断其是否应纳入审查考量范围以及如何进行考量。

第九条 与审查经营者集中相关的证据材料主要包括：

（一）经营者为开展集中相关业务准备的商业文件和所做的记录；

（二）集中相关的具有约束力的交易文件，如交易协议、谅解备忘录、股份转让文件等；

（三）说明交易目的或集中可能产生的效率

等的相关文件；

（四）说明市场竞争状况和未来发展趋势的有关资料，如参与集中的经营者或独立第三方出具的市场情况报告或有关研究、预测、消费者调研报告等；

（五）集中各方和其他利益相关方如何看待竞争者的信息，如评估或描述竞争者的内部文件、关于业务表现的定期报告（包括但不限于销售月报等可以说明其业务表现的文件）等；

（六）就集中相关业务，反映客户及其偏好和行为的资料，如招标投标记录、客户在供应商之间转换的实际情况以及相关客户调查报告等；

（七）集中各方与集中相关的战略文件和财务信息，如研发计划、投资建议、商业可行性分析、财务报告等；

（八）就集中相关业务，说明集中各方定价策略的有关资料，如价格表、销售预测和分析、折扣或回扣政策、过往价格波动情况及其影响因素等；

（九）其他有助于反垄断执法机构了解市场竞争状况、交易目的或竞争影响的文件、资料。

根据具体案件审查工作需要，反垄断执法机构可以要求相关经营者提供申报文件、资料之外的上述某项或若干证据材料。

第十条 反垄断执法机构综合评估所有相关联的证据材料进而确定单个证据材料的真实性、关联性和证明力。证据材料的作用可能会根据其类型、来源、收集方式的不同而变化，也会根据竞争分析要素、集中产生的竞争问题不同而有所侧重。

一般情况下，集中各方在运营过程中形成的内部文件、商业模式、经营决策等证据材料，相对于为集中申报专门制作的文件、资料更具证明力。

上游供应商、下游客户与集中各方在商业交往中形成的文件、上下游经营者对集中的反应及其对集中的竞争影响的判断，能够为反垄断执法机构竞争分析提供重要参考。相对而言，下游客户对集中的反应及其对集中的竞争影响的判断更重要。

反垄断执法机构不会仅基于个别经营者对交易的大致观点来评估集中的竞争影响。前述经营者

提供的客观信息有助于说明相关市场的运作情况和竞争状况的，反垄断执法机构将予以谨慎参考。

第十一条 如果有证据表明，经营者实施集中的主要目的是排除、限制竞争，反垄断执法机构倾向认为该项集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，除非经营者能够证明该项集中不具有排除、限制竞争效果。

【案例1】甲公司拟收购乙公司。乙经营一款近期上市但销量快速增长的B产品，与甲销售的A产品存在竞争关系。甲评估该收购的内部文件显示：“通过这次收购，我们可以消除来自乙公司B产品的竞争威胁，并可以在交割后逐步使B退出市场，进而巩固A对市场的控制力。”其他内部文件也显示，本次收购的主要目的是消除来自B产品的竞争压力。反垄断执法机构倾向认为该项集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果。

第十二条 反垄断执法机构鼓励参与集中的经营者、竞争者、下游客户等提供反映集中竞争影响的定性和定量证据材料。提供证据材料的相关方应当对证据材料的真实性、完整性负责。

第三章 相关市场

第十三条 相关市场是指经营者在一定时期内就特定商品进行竞争的商品范围和地域范围。

科学合理界定相关市场有助于判断集中各方面面临的竞争约束来源，为评估集中可能带来的竞争影响提供分析基础；也为计算市场份额、进行市场集中度分析提供一个合理的范围。

第十四条 根据《国务院反垄断委员会关于相关市场界定的指南》，界定相关市场通常需要界定相关商品市场和相关地域市场，特定情况下还应考虑时间性。在技术贸易、许可协议等涉及知识产权的经营者集中案件中，可能还需要界定相关技术市场，考虑知识产权、创新等因素的影响。

界定相关市场的方法不是唯一的。界定相关市场时，可以根据案件具体情况运用客观、真实的数据，基于商品的特征、用途、价格、运输成本等

因素从需求和供给两方面进行替代性分析。在经营者竞争的市场范围不够清晰或不易确定时，反垄断执法机构鼓励经营者按照“假定垄断者测试”等经济学分析思路或方法来界定相关市场。

界定互联网平台领域经营者集中相关市场应考虑平台经济的特点，可参照《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》，结合个案进行分析。

第十五条 反垄断执法机构审查经营者集中，原则上应对所有可能受到集中影响的相关市场进行界定。

经营者合并的，应重点对参与集中的经营者之间存在横向、纵向以及相邻、互补关系的相关市场予以界定。

【案例2】甲公司拟与乙公司合并。甲公司和乙公司均从事A、B产品生产，此外乙公司还从事C、D产品生产。甲、乙在A、B业务上存在横向重叠，在C与A、B业务上存在纵向关联，同时在A、B、D业务上构成相邻或互补关系，则应重点对上述存在横向、纵向和相邻或互补关系的所有相关商品市场予以界定。

经营者通过收购股权或资产取得控制权的，或者通过合同等方式取得控制权或者能够施加决定性影响的，通常情况下应从目标经营者或目标资产的业务出发，重点围绕其与取得控制权或者能够施加决定性影响的参与集中的经营者之间存在横向、纵向以及相邻、互补关系的业务界定相关市场。

新设合营企业的经营者集中，通常情况下应从合营企业拟从事的业务出发，重点对合营企业与参与集中的经营者之间存在横向、纵向以及相邻、互补关系的业务界定相关市场。

【案例3】甲公司和乙公司拟新设合营企业丙。甲生产A产品，乙生产B、C产品，丙拟生产A产品，其中A是B的原材料，C与A、B没有关系。则在本交易中，应从合营企业丙拟从事的A产品出发界定相关市场，与其有上下游关系的B产品应当界定，不存在横向、纵向以及相邻、互补关系的C产品可以不予界定。

目标经营者或新设合营企业在存续期间内均仅向参与集中的经营者提供商品，如其从事或拟从事的业务在实践中存在独立的相关商品市场，则仍适用前述原则；如其从事或拟从事的业务在实践中不存在独立相关商品市场的，可以不对该业务单独界定相关市场，但仍应对与该业务有关的且受到集中影响的业务界定相关市场。是否存在独立的相关商品市场可根据市场实践判断，比如是否有其他经营者从事相关业务并向第三方销售获得收入。

【案例4】甲公司和乙公司拟新设合营企业丙。经审查，甲、乙均在A产品市场开展业务，且甲在A产品的上游B产品市场从事业务。该案中丙拟生产的C产品，是以B为原材料生产A过程中的关键中间体，且其唯一用途是生产A。同时，丙生产的C仅提供给甲、乙生产A，不对外销售，市场上也不存在其他经营者向第三方销售C的情形。因此，鉴于C产品是中间体且不存在独立生产和销售市场，因而本案未对C产品单独界定相关市场。考虑到交易将对下游A产品市场以及上游原材料B产品市场竞争产生直接影响，将该案相关商品市场界定为A、B产品市场。

第十六条 对于差异化产品，相关市场界定可能难以根据产品之间在特性或质量等方面的差异，明确、清晰地划定集中各方面面临的竞争约束来源的范围。

反垄断执法机构根据案件具体情况，既可能界定一个相关市场涵盖多个差异化产品；也可能界定各个差异化产品为单独的相关市场。如果采取前一种路径，反垄断执法机构可能会在竞争分析中重点考察其他因素，如集中各方是否为紧密竞争者，以及市场上具有紧密竞争关系的经营者等。

【案例5】甲公司拟收购乙公司。甲、乙均生产A产品和B产品，A、B必须搭配使用。B产品可分为原厂生产和第三方仿制品，原厂生产产品是指专门用于某一品牌A产品，且所有组成部件均由该品牌制造商生产和销售的B产品；第三方仿制品是指与某一品牌A产品兼容，但不是该品牌制造商生产的B产品。尽管原厂生产产品和第三

方仿制品在价格、质量等方面有差异，但市场调查表明，绝大部分消费者认为原厂生产产品和第三方仿制品之间替代关系明显，两者之间存在竞争。因此，将B产品界定为相关商品市场，原厂生产产品与第三方仿制品构成同一相关商品市场上的差异化产品。

尽管将原厂生产产品和第三方仿制品界定为同一个相关商品市场，但是在评估集中的竞争影响时，重点分析了第三方仿制品和原厂生产产品在价格、质量、售后维修等方面存在的不同，下游客户的选择偏好，A产品市场变化对原厂生产产品、第三方仿制品市场的影响等。

第十七条 当经营者集中可能对特定客户群产生排除、限制竞争效果时，反垄断执法机构可能会考虑围绕面向特定客户群的特定商品界定相关市场。面向特定客户群的特定商品是否构成一个单独的相关市场，供应商能否对不同客户群进行差别定价是一个较为重要的考虑因素。差别定价的可能性对市场界定、市场份额计算以及竞争影响的评估均会产生影响。

受法律、政策、行政措施等原因的限制，某些客户无法购买某些商品，或者某个区域客户实际的采购地域布局发生改变或受到限制时，反垄断执法机构会考虑是否需要根据商品可获得性对相关商品市场或相关地域市场的边界进行调整，或者在市场份额计算以及竞争分析中考虑有关影响。

第十八条 一项集中的相关市场界定存在多种可能性时，反垄断执法机构可能结合集中情况和竞争分析的需要综合考虑不同相关市场界定下的情况，将相关市场界定作开放处理。

对于上述情况，反垄断执法机构将对每一个潜在相关市场进行竞争分析，从而确定即使不就相关市场作出确定结论，也不影响竞争分析的准确性。

第十九条 历史经营者集中案件的相关市场界定具有一定借鉴作用。但相关市场界定不是一成不变的，可能会根据集中各方业务关系、行业发展变化等情况而产生个案差异。

第四章 市场份额和市场集中度

第二十条 市场份额也称市场占有率，是指经营者在某一相关市场的规模占相关市场总规模的比例。

第二十一条 市场份额是初步筛查集中是否具有或者可能具有排除、限制竞争效果的重要指标。一般情况下，市场份额能够在一定程度上体现经营者对市场的控制力，市场份额越大，经营者越有可能拥有对市场的控制力。

对于横向经营者集中，一般假设集中后实体在相关市场的市场份额为集中前参与集中的经营者的市场份额之和。对于新设合营企业及集中一方为潜在竞争者的情况，其未来投入运营后一定时期（例如三年）内可能获得的市场份额也将被纳入考虑。

第二十二条 对于集中各方合计市场份额在50%以上的横向经营者集中，反垄断执法机构通常推定集中对相关市场具有或者可能具有排除、限制竞争效果，除非经营者能够证明该集中不会对竞争产生不利影响。

对于集中各方合计市场份额在25%至50%的横向经营者集中，反垄断执法机构将予以重点关注。其中，对于集中各方合计市场份额在35%至50%的横向经营者集中，反垄断执法机构倾向认为集中对相关市场具有或者可能具有排除、限制竞争效果。

对于集中各方合计市场份额在15%至25%的横向经营者集中，一般情况下反垄断执法机构不会认为该集中对相关市场具有或者可能具有排除、限制竞争效果，但基于个案的市场竞争状况，需要对集中是否产生单边效应或协调效应进行分析。

对于集中各方合计市场份额小于15%的横向经营者集中，反垄断执法机构在确定相关市场界定的合理性和市场份额的准确性后，通常会推定集中对相关市场不具有排除、限制竞争效果，除非有证据表明该集中可能对竞争产生不利影响，否则无需进一步分析单边效应或协调效应。

第二十三条 经营者在计算市场份额时应选择

最能描述其竞争力的指标，一般情况下以销售额为计算指标。根据行业的市场运行特征，市场份额也可以采用销售量、产量、产能、保有量、探明储量等进行计算。互联网平台领域经营者的市场份额还可以考虑交易金额、交易数量、活跃用户数、点击量、使用时长或者其他指标。

对于同质化产品，经营者可以采用销售量或者产量、产能为指标。对于以产能为重要竞争因素的相关市场，各个经营者的产能占相关市场总产能的份额（代表经营者生产能力或者储备能力）可以更好地反映经营者未来对于竞争的影响力。

第二十四条 反垄断执法机构重点关注参与集中的经营者的市场份额，同时也会评估其他市场参与者的市场份额，以反映集中对竞争的影响。

一般情况下，经营者应当向反垄断执法机构提供申报时上一年度相关市场前五名经营者的市场份额数据，反垄断执法机构可以根据需要要求其提供前十名经营者的市场份额数据。

计算每个经营者的市场份额时应准确计算其在相关市场上的规模，将与其存在直接或间接控制关系的所有经营者在相关市场上的全部业务考虑在内，但是不包括上述具有控制关系的经营者之间进行的交易。

【案例6】在A市场上，甲公司的市场份额是5%，其母公司乙的市场份额是6%，其母公司控制的子公司丙的市场份额是7%，甲控制的子公司丁的市场份额是8%。经核实，甲公司在计算上述市场份额时，未扣除上述公司之间进行的交易，甲、乙、丙、丁之间的交易占5%的市场份额，因此，甲在A市场上的市场份额应是甲、乙、丙、丁的总和26%，减去甲、乙、丙、丁之间的交易所占的份额5%，为21%。

第二十五条 根据审查工作需要，反垄断执法机构在审查部分经营者集中时，需要经营者提供更长时期的市场份额数据。当相关市场的交易发生频率不固定且波动较大时，基于年度数据的市场份额可能不具有代表性，反垄断执法机构需要参考更长时期（如三年或五年）的交易情况对市场份额进行

估算。

【案例 7】在某相关市场上有 5 个主要竞争者甲、乙、丙、丁和戊公司，交易主要通过招标投标方式进行。2020 年，该市场出现了 3 个采购金额和设备数量大致相当的项目，分别由丙、丁、戊公司中标。2021 年，该市场上仅有 1 个项目，由丁公司中标。2022 年，该市场出现了 2 个采购金额和设备数量大致相当的项目，甲公司和乙公司各中标 1 个。如果仅看 2022 年市场份额，甲和乙公司的份额均约为 50%，丙、丁和戊公司的份额均为零，但这并不能反映市场的现实状况。此时反垄断执法机构将参考更长时间（如三年或五年）的中标情况来评估 5 个竞争者的市场份额。

第二十六条 经营者应向反垄断执法机构提供行业认可的第三方出具的市场份额数据。行业认可度越高的第三方数据，反垄断执法机构采信的可能性越大。

经营者无法提供第三方市场份额数据的，可以自行估算市场份额数据并提供估算依据及方法，估算依据应当基于可靠信息，估算方法应当客观、合理、科学。反垄断执法机构将对前述市场份额数据予以核实。

对于不予采信的数据，反垄断执法机构将说明不予采信的具体原因，并要求经营者予以更正。当经营者无法提供客观可信的数据时，反垄断执法机构可以采用从其他途径获得的第三方最佳数据。

第二十七条 市场集中度是对相关市场竞争结构的描述，体现相关市场上经营者的集中程度。市场集中度及其变化是反垄断执法机构进行竞争分析的一项重要考虑因素。

市场集中度及其变化能够直观地体现集中前和集中后相关市场的竞争结构和状况，并反映出集中前后相关市场结构的变化情况。计算集中前后市场集中度变化，有助于评估集中对相关市场竞争产生影响的程度。

通常情况下，相关市场的集中度越高、集中导致的市场集中度增量越大，集中具有排除、限制竞争效果的可能性越大。同时，高度集中的市场也

更容易导致竞争者之间的相互协调。

第二十八条 反垄断执法机构衡量市场集中度通常采用以下两种指标：一是赫芬达尔—赫希曼指数（HHI 指数），即相关市场上每个经营者市场份额乘以 100 后的平方之和；二是行业前 n 家经营者的合计市场份额（CRn 指数），即相关市场上前 n 家经营者市场份额之和。

一般认为，相对于 CRn 指数，HHI 指数赋予市场份额较高的经营者更高的权重，能够更加准确地反映出市场竞争结构，因此在审查实践中被更为经常和广泛地采用。在采用 HHI 指数时，反垄断执法机构既考虑集中后 HHI 指数水平，也考虑集中导致的 HHI 指数增量（ ΔHHI ）。HHI 指数水平能够表明相关市场上经营者面临的竞争压力， ΔHHI 能够有效衡量集中带来的市场集中度变化及影响程度。

经营者在无法精确获取相关市场上所有经营者市场份额的情况下，可以结合相关市场上经营者市场份额从大到小的排序计算出 HHI 指数的上下限范围，并且可以根据集中各方的市场份额计算出 ΔHHI 。

【案例 8】在某相关市场上，市场份额排名前五的公司甲、乙、丙、丁、戊的市场份额分别是 30%、20%、13%、11%、10%。甲公司拟收购戊公司的全部股权。此时，市场份额排名前五的公司合计市场份额为 84%，市场上其他公司合计市场份额为 16%。集中后实体的市场份额为甲和戊市场份额之和 40%。

在不清楚市场上其他公司数量及各自市场份额的情况下，集中后相关市场 HHI 的下限可以在假设剩余 16% 的市场份额由其他公司平分，即均接近 0 的情况下计算得出：

$$\text{集中后 HHI} > [(30\% + 10\%) \times 100]^2 + (20\% \times 100)^2 + (13\% \times 100)^2 + (11\% \times 100)^2 = 2290;$$

集中后 HHI 的上限可以在假设市场份额排名第六的公司市场份额为 10%、第七为 6%、其他为 0 的情况下计算得出：

$$\begin{aligned} \text{集中后 HHI} &< [(30\% + 10\%) \times 100]^2 \\ &+ (20\% \times 100)^2 + (13\% \times 100)^2 + (11\% \\ &\times 100)^2 + (10\% \times 100)^2 + (6\% \times 100)^2 \\ &= 2426; \end{aligned}$$

集中导致的 ΔHHI 为相关市场集中后 HHI 减去集中前 HHI 的差。本案中，因无法准确计算集中前后 HHI 的具体数值，可以通过计算集中后实体市场份额乘以 100 后的平方减去甲和戊各自的市场份额乘以 100 后的平方之和的差得出 ΔHHI ：

$$\Delta\text{HHI} = [(30\% + 10\%) \times 100]^2 - [(30\% \times 100)^2 + (10\% \times 100)^2] = 600。$$

第二十九条 反垄断执法机构一般将市场分为以下三种类型：

- （一）低度集中市场：HHI 指数低于 1000；
- （二）中度集中市场：HHI 指数介于 1000—1800；
- （三）高度集中市场：HHI 指数高于 1800。

反垄断执法机构通常运用以下标准考察经营者集中对竞争的可能影响：

（一）集中后 HHI 指数低于 1000，或者 ΔHHI 低于 100，反垄断执法机构一般情况下不会认为该集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果；

（二）集中后 HHI 指数介于 1000—1800，且 ΔHHI 高于 100，反垄断执法机构倾向于认为集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，需要全面审查；

（三）集中后 HHI 指数高于 1800，且 ΔHHI 介于 100—200，反垄断执法机构更倾向于认为集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，需要全面审查。集中后 HHI 指数高于 1800，且 ΔHHI 高于 200，反垄断执法机构通常推定集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，除非经营者能够证明该集中不会对竞争产生不利影响。

第三十条 本指引第二十二条和第二十九条所规定的标准，仅是反垄断执法机构的初始判断依据。依据市场份额标准与 HHI 指数标准对一项经营者集中的判断存在差异时，反垄断执法机构将综

合考虑其他影响因素进行判断。

第五章 单边效应

第三十一条 本指引所称单边效应，是指经营者通过集中消除了实际或潜在竞争者，使集中后实体的市场力量明显增强，受相关市场上其他经营者的竞争约束减小，其有能力和动机单方面实施直接或间接提高相关商品价格、降低商品质量或数量、削弱创新等行为，损害市场公平竞争和消费者利益的可能性增大。

第三十二条 横向经营者集中消除的竞争约束可能是现有竞争约束，也可能是潜在竞争约束。反垄断执法机构在评估横向经营者集中消除现有竞争约束和潜在竞争约束时，采用不同的分析框架。本章和第六章将重点分析集中对现有竞争约束的影响，关于潜在竞争约束将在第七章重点分析。

第三十三条 评估横向经营者集中消除现有竞争约束可能产生的单边效应，主要考虑以下因素：

（一）集中前后，相关市场上竞争者的数量及变化、参与集中的经营者的市场份额及变化、相关市场集中度及变化；

（二）参与集中的经营者之间是否存在紧密竞争关系；

（三）相关市场上其他竞争者能否对集中后实体构成有效竞争约束；

（四）市场进入、买方力量等其他因素。

第三十四条 相关市场上竞争者的数量及变化、参与集中的经营者的市场份额及变化、相关市场集中度及变化是评估单边效应的重要指标。相关市场上竞争者的数量越少，参与集中的经营者的市场份额越高，集中后实体与竞争者的市场份额差距越大，集中后相关市场集中度及其变化越高，集中后实体对市场的控制力就越强，集中导致单边效应的可能性就越大。

【案例 9】甲公司拟收购乙公司，双方在相关市场 A 上进行竞争。甲、乙在 A 市场上的合计份额为 55%—60%；集中后，相关市场上主要竞争

者数量由 5 家减少为 4 家，HHI 指数从 3296 增至 4019，增量为 723。根据本指引第二十二條关于市场份额的推定标准和第二十九條关于市场集中度的推定标准，该集中很可能导致单边效应。

第三十五条 参与集中的经营者之间是否存在紧密竞争关系是判断单边效应的重要考虑因素。集中各方之间的竞争关系越紧密，集中将越大程度地减少集中后实体面临的竞争约束，集中导致单边效应的可能性越大。

【案例 10】甲公司通过合同等方式取得乙公司控制权或者能够对乙公司施加决定性影响，双方均在 A 产品市场开展业务。甲、乙在 A 产品市场上一直是位于前两位的竞争对手，双方采用相似的生产技术，具有相同的客户群，在 A 产品市场上展开激烈竞争，互相制约。集中将消除 A 产品市场上最领先的两个紧密竞争者之间的竞争约束，使集中后的甲公司在 A 产品市场上具有单独行使排除、限制竞争行为的能力和动机。

第三十六条 评估参与集中的经营者之间是否存在紧密竞争关系，可以综合考虑商品可替代程度、客户群体重叠度、销售策略相似性、价格竞争激烈程度、生产成本和市场份额接近程度等因素。

【案例 11】甲公司拟收购乙公司，甲、乙均在 A 市场进行竞争。交易双方在 A 市场具有一致的运输中转场地、相近的客户群体、相似的运输线路网络和销售策略。同时，交易双方在 A 市场上份额最接近，远高于其他竞争者。因此，可以判定甲公司和乙公司具有紧密竞争关系。该集中将消除两公司之间的紧密竞争关系，从而可能导致单边效应。

评估商品可替代程度时，反垄断执法机构应考虑以下因素：

（一）商品的属性、质量、可靠性等方面的相似程度以及商品的定制化程度；

（二）商品的需求交叉弹性、转移比例等，即某种商品价格提升后损失的销售量转移到其他产品的比例；

（三）商品的价格水平、市场份额的历史变

化方向和幅度；

（四）在招标投标市场上，竞争同一标段的次数和频率，以及参与投标的其他竞争者的情况；

（五）市场进入和退出时下游客户转换供应商的历史数据；

（六）其他因素。

【案例 12】甲公司拟收购乙公司，甲、乙在 A 产品市场进行竞争。甲、乙在该市场上分别排名第一和第二，产品在性能、质量方面均属高端产品；甲、乙在招标投标中同时出现的频率最高，乙参与招标投标时，甲同时参与的比例达到 79.8%，远高于其他竞争者。根据招标投标数据分析，乙公司至甲公司基于销售量的转移比例达到 42.7%，基于销售额的转移比例达到 41.3%。因此，甲、乙之间产品具有较强可替代性，是最为紧密的竞争对手。该集中将消除甲、乙之间的竞争约束，可能导致单边效应。

第三十七条 紧密竞争关系是一个相对的概念。即使参与集中的经营者的商品之间存在一定程度的差异，若相关市场上其他竞争者商品的差异化程度更高，或者其他竞争者的数量很少，那么参与集中的经营者仍然可能是紧密竞争者。

在差异化产品市场上，市场份额不能有效代表经营者对市场的控制力，可能不是区分紧密竞争者和非紧密竞争者的有效工具，应重点评估商品可替代程度。

第三十八条 评估横向经营者集中是否具有单边效应时还应考虑相关市场上其他竞争者对集中后实体构成的竞争约束。若相关市场上其他竞争者不能对集中后实体构成有效竞争约束，那么集中导致单边效应的可能性就较大。

【案例 13】甲公司拟收购乙公司，交易双方在 A 产品市场进行竞争。在 A 产品市场，甲公司和乙公司的市场份额分别为 40%—45%、15%—20%，排名第一、第二，市场上排名第三的竞争者市场份额不到 5%，无法对集中后实体形成有效的竞争约束。因此集中将可能导致单边效应。

第三十九条 评估其他竞争者能否提供有效竞

争约束，主要考虑以下因素：

（一）其他竞争者商品对参与集中的经营者商品的替代程度；

（二）其他竞争者增加产能的能力；

（三）下游客户转向其他竞争者的能力和可能性；

（四）表明其他竞争者的竞争意愿和竞争能力的其他因素。

第四十条 下游客户转向其他竞争者的便利性和可行性越弱、成本越高，说明其他竞争者构成的竞争约束越小，集中导致单边效应的可能性就越大。评估下游客户的转换能力时，反垄断执法机构应考虑以下因素：

（一）其他竞争者的数量及其市场力量；

（二）其他竞争者的商品性能及相关服务是否与下游客户要求相符；

（三）下游客户转向其他竞争者之后，是否会改变其客户对其商品质量的信任度；

（四）下游客户在以往是否曾经转向过其他竞争者；

（五）下游客户对参与集中的经营者以往的涨价行为的反应；

（六）其他因素。

【案例 14】甲公司拟收购乙公司，甲、乙是 A 产品市场的主要竞争者。A 产品下游客户对供应商供货的可靠性和稳定性具有严格要求，通常与供应商签署 3 到 5 年，甚至长达 10 年的合同，一般不容易更换供应商。因此，下游客户转向其他竞争者的能力和可能性较小，该集中导致单边效应的可能性较大。

第四十一条 在同质化产品市场上，评估竞争者的竞争约束时，重点考虑集中后实体如果提高价格或降低销量，其他竞争者可能做出的反应以及集中后实体是否有利可图。市场越供不应求，其他竞争者产能受到限制或约束的程度越高，或者增加产量的边际成本越高，对集中后实体构成的竞争约束越小，集中后实体涨价就越有利可图，集中导致单边效应的可能性就越大。反之，虽然一些竞争者的

市场份额相对较小，但是在集中发生后，这些竞争者能相对快速提高生产能力，扩大销售量，就能对集中后实体带来重要竞争约束，集中后实体涨价将无利可图。

【案例 15】甲公司通过合同等方式取得乙公司控制权或者能够对乙公司施加决定性影响，甲、乙在 A 产品市场进行竞争。A 属于同质化产品，该案竞争分析可以考虑竞争者产能情况。甲、乙产能占 A 产品总产能的份额分别为 35%—40% 和 10%—15%，合计份额为 45%—50%。行业内 A 产品的产能利用率 and 产品销售率均较高，即相关市场上其他竞争者无法快速提高产量和销量，若集中后实体涨价，下游客户难以转向其他竞争者获得充足供应，其他竞争者无法提供有效竞争约束。因此，该集中导致单边效应的可能性较大。

第四十二条 反垄断执法机构审查横向经营者集中还需关注集中对技术进步、创新等动态竞争的负面影响，比如集中后实体可能会降低其投资和创新努力。

经营者做出的投资或创新努力的类型包括开发新产品、改进现有产品、引入更高效或更具颠覆性的商业模式、引入新功能使客户受益同时增加客户粘性等。

【案例 16】甲公司拟收购乙公司，双方在 A 产品市场进行竞争。集中前，甲、乙是 A 产品更新换代技术研发的重要竞争者。集中后，由于研发竞争者数量减少，竞争动力进一步下降，集中后实体可能减少创新投入、延缓新产品上市速度，从而对 A 产品技术进步产生不利影响。

第四十三条 根据案件的具体特征，反垄断执法机构评估横向经营者集中是否具有单边效应时还会综合考量其他因素。比如对涉及双边或者多边平台的经营者集中，应考虑平台的双边或者多边业务，并评估直接和间接网络效应。对涉及平台给定一边市场的经营者集中，需要综合考虑集中对平台另外一边或多边市场的影响，以及对平台之间竞争的影响。

第四十四条 经营者在集中前已具有市场支配

地位，如果集中通过消灭现有或潜在竞争对手，巩固了经营者的市场支配地位，反垄断执法机构将倾向认为集中具有单边效应。

第四十五条 评估横向经营者集中的单边效应时，可以使用价格上涨压力测试（简称UPP）、综合价格上涨压力指数（简称GUPPI）、并购模拟等定量方法。

【案例 17】甲公司拟收购乙公司，甲、乙在某相关市场进行竞争，市场份额分别排名第一、第二。测算显示，该集中将导致 GUPPI 达到 21.7%，远高于 10% 的临界经验值，这表明集中后实体单方面涨价的可能性很大。GUPPI 的主要思路是计算经营者涨价后失去的利润有多少可以通过集中而回流。一般来说，如果 GUPPI 小于 5%，集中不太可能导致单边效应；如果 GUPPI 超过 10%，集中可能导致单边效应。GUPPI 计算的是涨价压力，并不表示集中后实体涨价的幅度。

【案例 18】甲公司拟收购乙公司，甲、乙在某相关市场进行竞争。利用并购模拟方法测算，集中后实体在相关市场的涨价幅度可能达到 10% 以上，因此该集中可能导致单边效应。并购模拟是预测集中后产品价格变化的定量方法，首先需要对产品需求进行统计分析与估计（设定需求函数并估计相关参数），在此基础上预测集中后相关市场上产品新的均衡价格水平，通过与集中不发生情形下的价格进行比较从而得出集中对市场价格水平的影响。

第六章 协调效应

第四十六条 本指引所称协调效应，是指经营者通过集中消除了实际或潜在的竞争者，使市场结构发生明显变化，更有利于集中后实体与其他市场参与者达成明示或默示协调行为，有能力和动机直接或间接实施提高商品价格、降低商品质量或削弱创新等行为，损害市场公平竞争和消费者利益的可能性增大。

【案例 19】甲、乙、丙公司在 A 产品市场竞

争，市场份额依次为 3%、19%、26%。甲公司拟收购乙公司。集中前，甲公司的 A 产品由丙公司代工生产。集中后，甲公司将拥有乙公司既有的 A 产品生产能力和销售网络，与丙公司一起成为该市场的两个主要竞争者，集中后实体与丙公司的合计市场份额达到 48%。甲、丙公司签署的代工协议中包含生产成本、生产数量等竞争性信息，两者之间代工关系的存续便于双方相互协调，限制市场竞争。集中增加了该市场企业间相互协调、限制竞争的可能性。

第四十七条 存在下列情形的，集中更有可能产生协调效应：

（一）经营者之间能够达成削弱竞争的共识。这种共识可以是直接涨价、限制生产、限制投入市场的新产能、划分市场或者在招标投标市场分配合同，且经营者能够按照共识中的竞争标准来缓和他们之间的竞争行为。经营者之间存在直接共同利益的，更有可能达成共识。

（二）达成共识的经营者能够维持共识。经营者能够及时关注参与协调行为的其他经营者是否一直遵守共识。如果某个经营者违反共识（背离行为），其他经营者能够有效地对背离行为实施惩罚。

（三）协调行为之外的经营者无法对协调行为的稳定性构成威胁。即没有参与协调行为的竞争者、新的市场进入者或者客户的反应都不会对协调行为产生实质影响。

第四十八条 判断集中是否会产生协调效应，主要评估集中是否有利于促成协调行为，即是否有利于增强集中后实体与其他竞争者共同排除、限制竞争的能力、动机及可能性。

【案例 20】甲公司拟收购乙公司目标业务，甲公司和乙公司目标业务在 A 产品市场存在横向重叠。交易完成后，A 产品市场主要竞争者由 4 家减少为 3 家。A 产品市场技术成熟，价格相对透明，客户主要通过招标投标方式采购。在主要竞争者数量减少的情况下，竞争者之间通过明示或默示方式进行沟通协调的成本降低，经营者也更容易通过中标结果推测其他竞争者的定价策略。同时，A 产品

市场协调价格行为获利空间较大。因此，该集中使A产品市场上经营者协调价格的能力和动机进一步提高。

第四十九条 集中导致下列情形之一的，反垄断执法机构将倾向认为集中可能产生协调效应：

（一）集中后实体与另一个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二，且各自市场份额均超过十分之一；

（二）集中后实体与另外两个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三，且各自市场份额均超过十分之一；

（三）集中消除了一个可能阻碍市场协调的经营者或者实质性消除了该经营者阻碍市场协调的动机。

前款所称“可能阻碍市场协调的经营者”，通常指曾拒绝协调行为的竞争者，或采取背离行为有利可图的竞争者。判断集中是否消除了一个可能阻碍市场协调的经营者，还需要结合相关市场上的其他因素综合判断（如集中前是否曾出现大规模协调或试图协调行为等）。

【案例 21】市场上可能会有阻碍市场协调的经营者（也称为不合群者）的存在，不合群者与其他企业之间或经营理念不同，或对未来产业发展方向和趋势的看法不同，或由于特殊的原因，而与其他企业行为差别很大。企业之间的经济差异性也可能导致不合群者存在。比如，一家拥有竞争力很强的独特产品、或很先进的技术、或控制了某种关键生产投入要素的企业，在生产经营方面就很可能显示出自己的独特性和不合群性，与其他企业合作的兴趣可能就不大。不合群者的存在，增加了协调行为的难度，针对不合群者的集中行为，可能产生协调效应。

第五十条 评估集中是否有利于促成协调行为，反垄断执法机构主要考虑集中对市场稳定性、透明度和对称性产生的影响。

第五十一条 市场环境相对稳定时，协调行为的可能性增大。当相关市场上的交易条件因客户或者商品不同而具有显著差异时，协调行为的可能性

较低。市场的需求价格弹性越低，协调行为一般越有利可图。

【案例 22】甲公司拟收购乙公司，甲、乙在A产品市场竞争。A产品为需求刚性且种类单一的原材料，需求价格弹性低，协调价格后获利空间大，而且背离协调的行为更容易被发现和受到约束。在集中导致主要竞争者数量从5家减少到4家的情况下，竞争者之间协调价格的动机和能力进一步提高。

第五十二条 在充分透明的市场里，协调行为更容易发生。市场集中度、商品差异化程度、客户分散程度以及竞争者之间交叉持股、互派董事、具有相同的股东或董事、监事等行为都会影响市场透明度。当竞争者数量较少、市场集中度较高、交易条件相对透明时，协调行为更容易发生。

【案例 23】甲公司拟收购乙公司，甲、乙在A产品市场竞争。A产品市场透明度较高，生产商和客户数量均较少，产品同质化明显，竞争者对相互之间的技术、成本、生产和销售状况等情况均比较了解。A产品生产商能凭借相关事实和经验确定竞争对手的产品价格或价格区间。同时，A产品生产商经常共用相同的分销商，通过分销渠道了解其他品牌A产品信息较容易，A产品生产商有能力预判其他竞争者的行为。该集中完成后，A产品生产商将从5家减少为4家，将进一步增加市场竞争者通过协调从事排除、限制竞争行为的可能性。

第五十三条 当相关市场上经营者对称性较高，即市场份额、生产成本、生产能力、效率等方面情况相似，商品差异化程度、商品质量和纵向一体化程度相当，经营者之间达成协调行为的可能性就较大。经营者之间对称性越低，越难产生协调行为。

【案例 24】甲、乙、丙三家公司在A产品市场存在横向重叠，合计占有95%以上的市场份额。份额较小的两家竞争者甲、乙（市场份额分别为30%—35%、10%—15%）提出合并，合并后的市场份额与丙的市场份额基本相当。集中后实体与丙公司之间市场力量的对称会使两者在长期博弈中更

加有动机相互协调而避免激烈的价格竞争。

第五十四条 评估相关市场是否存在协调行为的可能性时，如果相关市场上存在过协调行为，在市场竞争条件未发生重大变化的情况下，反垄断执法机构会认为市场条件有助于经营者之间的相互协调。如果发生过协调行为的其他市场的重要特征与相关市场相似，反垄断执法机构将高度重视。

第五十五条 根据案件的具体特征，反垄断执法机构评估横向经营者集中是否具有协调效应时还会综合考量其他因素。比如对涉及平台经济领域的经营者集中，还需要考虑技术手段、平台规则、数据、算法等因素是否有利于促成协调行为。

第七章 潜在竞争

第五十六条 本指引所称潜在竞争是指集中一方为集中其他方的潜在竞争者，尚未进入相关市场但具有短期内进入相关市场的能力和动机，并能够对现有竞争者形成一定的竞争约束。

第五十七条 评估横向经营者集中是否会产生单边效应或者协调效应时，反垄断执法机构均会考虑潜在竞争。如果一项集中消除了潜在竞争者，且集中前经营者在相关市场具有市场支配地位，那么集中中具有排除、限制竞争效果的可能性很大。

第五十八条 评估横向经营者集中是否会消除潜在竞争约束，首先考虑集中一方是否为潜在竞争者，即在集中不发生情形下该经营者是否会进入相关市场；然后分析消除潜在竞争约束的影响。

第五十九条 判断是否为潜在竞争者时，主要考虑其市场进入动机及所需的成本、时间、相关市场进入壁垒等因素，比如其拥有相关的生产设备、知识产权、原材料等的情况以及对相关投资的准备情况。反垄断执法机构将重点考虑下述两方面因素：

（一）潜在竞争者无需花费很大沉没成本就可以进入相关市场；

（二）潜在竞争者极可能甚至已经有计划进行相关投资（包括沉没成本），将在短期内进入相

关市场。

第六十条 对于消除潜在竞争约束的经营者集中的竞争分析，反垄断执法机构将评估潜在竞争者进入市场后预期的市场竞争状况。

对于同时满足下述条件的集中，反垄断执法机构认为其具有或者可能具有排除、限制竞争效果：

（一）潜在竞争者已经或将会对在相关市场开展业务的参与集中的经营者构成显著的竞争约束；

（二）其他现有竞争者以及潜在进入者对参与集中的经营者构成的竞争压力不足。

【案例 25】甲公司拟收购乙公司，甲生产 A 产品，并具有较高市场份额，乙目前不生产 A 产品，但其正在研发 A 产品。乙正在研发的 A 产品与市场现有 A 产品相比性能更优，具有明显技术进步特征，且价格更低廉、产品生产和上市周期更快，一旦进入市场将对甲构成显著的竞争约束。因此，该集中将消除甲公司在 A 产品市场上的潜在竞争约束。

第六十一条 对于涉及消除潜在竞争约束的经营者集中，评估时还应关注集中各方是否为相关市场的重要创新者，以及该潜在竞争者创新能力的强弱。若集中各方是相关市场上重要的创新力量，集中后由于研发竞争者数量减少，集中后实体的竞争动力会下降，进而减少创新投入、延缓新产品上市速度。若该潜在经营者的创新能力较强，具有长远发展潜力，在未来会形成足以与集中另一方抗衡的竞争力量，那么由于集中消除了这一潜在竞争者，集中另一方可能会降低研发投入、延缓新产品上市速度。

【案例 26】A 产品市场高度集中，主要竞争者仅有乙公司和丙公司两家，甲公司目前不生产该产品，但其正在研发相关产品，甲公司拟收购乙公司相关业务。相较于市场现有产品，甲公司的产品具有显著创新特征，预期将对乙公司构成显著的竞争约束。集中后甲公司将取得乙公司目标业务 A 产品，可能降低甲公司对其正在研发的具有创新意义同类产品的研发投入和商业化动机，延缓新产品

上市速度，可能对市场竞争和技术进步产生不利影响。

第六十二条 目标经营者是初创企业的，特别是相关市场集中度较高、参与竞争者数量较少时，需要从交易目的、潜在竞争、创新能力等方面重点评估集中是否可能扼杀竞争、阻碍创新，包括对目标经营者创新活动的影响和对收购方原有创新活动的影响等。

第八章 市场进入

第六十三条 本指引所称市场进入通常包括经营者新进入相关市场参与竞争，以及相关市场上现有竞争者的业务扩张，比如产能增加等。

第六十四条 市场进入是经营者集中竞争分析中的抵消性因素之一。当市场进入足够容易时，集中后实体及相关市场上的现有竞争者无法单独或者共同实施相较于集中未发生情况下更加有利可图的涨价等行为，或者无法降低集中未发生情况下的市场竞争水平，集中就不太可能具有排除、限制竞争效果。

实践中，通常是在反垄断执法机构认为集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果时，由经营者提供证据材料证明市场进入能够在多大程度上抵消集中对竞争可能产生的不利影响。市场进入只有在可能、及时且充分的条件下，才能够有效防止或抵消集中对竞争可能产生的不利影响。

【案例 27】甲公司和乙公司合并，双方在 A 市场上存在横向重叠，合计市场份额超过 50%，反垄断执法机构推定该集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果。甲和乙证明 A 市场进入门槛很低，即使其滥用市场力量，也很快会有新的经营者进入，并对集中后实体构成充分、有效的竞争约束。经综合研判，反垄断执法机构认为该项集中不会具有排除、限制竞争效果，予以无条件批准。

第六十五条 市场进入的可能性是指经营者能够进入相关市场且进入后能够成功地对集中后实体构成竞争约束的可能性。评估市场进入的可能性时，应考虑市场进入壁垒、市场运行状况和市场的

发展预期等因素。

市场进入壁垒取决于相关市场的特性，体现为现有竞争者相对于未进入者所具有的竞争优势。进入壁垒越高，进入的可能性则越低。构成进入壁垒的因素包括：法律或政策限制；关键设施；自然资源；研发能力；知识产权；生产的规模效益经济性和范围经济性，对强大客户网和销售网的依赖；现有经营者的成本优势、品牌和声誉优势、闲置生产能力，及其与交易相对方的合同安排；下游客户的转换成本；进入的沉没成本以及其他形式的退出壁垒等。

市场运行状况主要包括：市场容量是否可以容纳新的厂商；新进入经营者是否可以达到最小效率规模，即经营者平均成本达到最小值时所要求的最小产出水平；进入后的市场竞争状况和价格水平等是否足以支持新进入经营者有效参与市场竞争。

评估市场的发展预期应结合产品生命周期、技术更新预期、市场规模变化等综合评估市场的发展阶段和发展前景。一般来说，相比于已经成熟或预计将会进入衰退期的市场，预计将会进入高速增长阶段的相关市场的进入可能性更高。

第六十六条 市场进入的及时性是指市场进入可以在集中后足够短的时间内发生并得以持续。市场进入必须足够迅速，才能阻止可能发生的反竞争效果。

判断市场进入的及时性的时间标准取决于市场的特性和发展动态，以及潜在进入者的具体产能情况。通常情况下，反垄断执法机构认为在两年以内能够完成市场进入，构成及时的市场进入。对于部分特殊行业，可根据行业具体情况判断市场进入的及时性。

第六十七条 市场进入的充分性是指进入者能够对集中后实体构成充分、有效的竞争约束。评估市场进入的充分性时，应综合考虑进入者的规模、业务范围、商品可替代性等因素。

市场进入的充分性对进入规模的要求取决于市场特性。通常情况下，进入者只有达到一定的规模才会对集中后实体构成有效的竞争约束。现阶段

规模较小的进入者，在不具备显著竞争劣势的情况下，也可能对集中后实体构成有效的竞争约束。

在进入者提供的产品与集中后实体提供的产品可替代性高的情况下，进入者可能会对集中后实体构成有效的竞争约束。在差异化产品行业中，进入者提供的产品可能不足以紧密替代集中后实体提供的产品，市场进入可能不够充分，因此不能对集中后实体提供有效的竞争约束。

第六十八条 在判断市场进入是否具有可能性、及时性和充分性时，反垄断执法机构通常可以从以下几个方面收集市场进入的信息和证据材料：

（一）相关市场或类似市场过往的市场进入和退出案例，包括进入的成本、进入壁垒、时间、成功进入所需达到的规模、进入导致的市场竞争状况的变化等；

（二）其他经营者进入相关市场的计划，以及现有竞争者的扩张计划；具有相关必要资产或动机进入相关市场的潜在市场进入者的情况，例如相邻市场的竞争者、大型客户等；

（三）对市场进入壁垒的直接统计数据或其他信息，例如进入的资金规模、研发投入产出等；

（四）若相关商品生产存在规模效应，需考虑新进入经营者能否及时达到足够规模，以对集中后的实体形成有效竞争约束，以及无法达到规模效应所要求的规模时在成本上的劣势；

（五）进入市场后收回投入成本所需要的时间；

（六）退出市场的成本；

（七）技术进步对市场进入的影响；

（八）市场上现有竞争者与下游客户签订长期合同的情况；

（九）下游客户是否具备协助新市场进入的能力和意愿；

（十）可能的进口产品或供给替代；

（十一）若相关地域市场是中国境内市场，需考虑中国境外供应商进入中国境内市场的可能性。

第六十九条 反垄断执法机构在竞争分析中也

会考虑集中是否会对市场进入带来负面影响。比如，集中可能导致集中后实体拥有更大的市场规模，更有能力维持其市场地位，从而提高进入门槛。

第九章 买方力量

第七十条 本指引所称买方力量是指买方在商业谈判中所具有的议价或谈判能力。

第七十一条 买方力量是经营者集中竞争分析中的抵消性因素之一。实践中，通常是在反垄断执法机构认为集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果时，由经营者提供证据材料证明买方力量能够在多大程度上抵消集中对竞争可能产生的不利影响，如限制集中后实体涨价的可能性。

【案例 28】甲公司收购乙公司，甲、乙在 A 产品市场存在横向重叠，合计市场份额排名第一。在分析 A 产品市场买方力量时，甲、乙证明 A 产品需求集中在少量下游客户中，客户均通过招标投标方式采购，且采购额度大、采购时机不确定，各供应商必须为争取某一客户进行全面竞争，买方议价能力非常强。因此，集中虽然将增强甲公司市场力量，但综合考虑买方力量，反垄断执法机构认为集中不会产生排除、限制竞争效果。

第七十二条 评估买方力量，可以主要从以下两个方面进行考虑：

（一）买方集中度。通常会参考集中后实体销售给下游客户的相关商品占其总销售量的比例，如果少数客户的采购量占比较大，则说明买方集中度较高。

（二）买方在不同供应商之间进行转换的能力。需要重点关注当某一供应商采取提高价格或降低质量、降低送货条件等措施时，买方是否有能力在适当的时间内转向其他供应商、纵向整合上游供应商、支持上游其他供应商扩大市场份额、支持新供应商进入相关市场、拒绝购买或延迟购买该供应商的其他产品（特别是耐用商品）等。

【案例 29】甲公司拟收购乙公司，甲、乙均在 A 产品市场进行竞争，双方合计市场份额为

40%—45%，且双方A产品主要供应给下游零售店。下游40%—50%的零售店从甲、乙采购A产品。由于A产品零售店数量庞大，且普遍规模较小，议价能力较弱，因此，买方力量难以消除集中可能产生的排除、限制竞争效果，该集中可能限制下游零售店的选择权，挤压其利润空间，损害相关市场竞争和消费者利益。

第七十三条 具有买方力量本身并不能够保证买方力量能够有效地抵消集中可能带来的竞争损害。反垄断执法机构在评估买方力量是否能够起到有效的抵消作用时，通常重点考虑以下三方面因素：

（一）具有买方力量的经营者行使其买方力量，是否能够使其他不具备买方力量的经营者同样获得利益；

（二）当具有买方力量的经营者并非终端消费者时，其通过行使买方力量获得的利益是否能够传递给终端消费者；

（三）具有买方力量的经营者是否有充分的动机和意愿行使其买方力量。

第七十四条 在评估买方力量时，需要注意集中前所存在的买方力量并非必然能够延续到集中后，因为集中可能导致集中后实体增强市场控制力，或者可能消除了重要的替代供应商。因此，反垄断执法机构通常对集中后而非集中前的买方力量进行评估。

第十章 效率

第七十五条 本指引所称效率是指经营者集中可能会带来的效率提升，包括规模经济、范围经济等带来的成本节约，以及促进技术进步、提高商品质量等带来的创新效率等。效率提升是集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的抗辩因素。

集中所带来的成本节约可体现在固定成本、可变成本或者边际成本的降低。

集中带来的创新效率包括经营者在科技研发领域的协同效应等。

第七十六条 能够被反垄断执法机构认可的集

中产生的效率提升，必须同时满足下列条件：

（一）效率的提升必须直接或间接有利于消费者。效率提升对消费者带来的利益不局限于价格下降，也可能是商品质量提升，或者使消费者能够从商品的创新中获益。

（二）效率的提升必须是集中所特有的。效率提升是集成的直接结果，且无法通过对竞争损害更小的其他方式实现。

（三）效率的提升必须是可以证实的。经营者的效率主张越准确、越有说服力，被反垄断执法机构采信的可能性越高。

第七十七条 如果集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，在条件允许的情况下，集中各方可以通过提交定量分析证据材料，说明集中对效率提升和对下游客户的影响。如果所需定量证据材料不存在或难以提供，经营者也应提供真实的、可验证的有关效率提升和对下游客户影响的定性证据材料。

评估上述效率提升是否能够抑制集中可能产生的反竞争效果，主要考虑以下两个方面：

（一）集中所带来的成本节约在多大程度上可以消除集中可能产生的单边效应或者协调效应；

（二）集中所带来的创新效率在多大程度上可以弥补价格上涨等对下游客户造成的损失。

第七十八条 目标经营者是初创企业的，反垄断执法机构会考虑交易可能为初创企业提供后续研发、市场推广、管理和生产等发展支持的效率因素。

第十一章 其他因素

第七十九条 评估经营者集中对国民经济发展的影响，反垄断执法机构通常会考虑集中所处行业对国民经济发展的重要性，以及集中对国民经济发展的影响。

经营者能够证明集中有利于国民经济健康发展的，即使该集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，反垄断执法机构也可能不予禁止。

反垄断执法机构在分析前述集中对国民经济

发展的影响时，将重点考虑是否同时满足下列三个条件：

（一）该集中是否会对国民经济发展带来积极影响，以及该影响是否是实质性的；

（二）该集中与国民经济发展积极影响之间是否存在因果关系；

（三）如果没有该集中，是否不会对前述国民经济发展产生积极影响。

第八十条 经营者能够证明经营者集中在促进就业、保护中小经营者权益、节约能源、保护环境、救灾救助等社会公共利益方面产生积极影响的，即使该集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，反垄断执法机构也可能不予禁止。

反垄断执法机构在分析前述公共利益时，将重点考虑是否同时满足下列三个条件：

（一）该集中是否会对公共利益带来积极影响，以及该影响是否是实质性的；

（二）该集中与公共利益积极影响之间是否存在因果关系；

（三）如果没有该集中，是否不会对前述公共利益产生积极影响。

第八十一条 经营者能够证明被收购或者合并的经营者即将破产并退出相关市场的，即使该集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果，反垄断执法机构也可能不予禁止。

反垄断执法机构在分析前述破产抗辩时，将重点考虑是否同时满足下列三个条件：

（一）被收购或合并的经营者经营困难，如果不被收购或者合并，其将在短期内退出市场；

（二）没有比该集中对竞争损害更小的替代性方案来防止上述经营者退出市场；

（三）相对于上述经营者退出市场，该集中可能带来的排除、限制竞争效果更弱。

第八十二条 有证据证明参与集中的经营者获得的国内外政府补贴对相关市场竞争可能产生不利影响的，反垄断执法机构可以要求参与集中的经营者提供获得政府补贴等有关情况，并在审查中考虑该政府补贴对相关市场公平竞争产生的不利影响。

前款所称政府补贴，包括一个国家或者地区的中央政府补贴和地方政府补贴。

第十二章 附 则

第八十三条 参与集中的经营者之间新设合营企业，且合营企业拟从事业务与参与集中的经营者处于同一相关市场的，参照本指引进行竞争评估。

评估经营者之间新设合营企业可能产生的竞争影响时，要结合集中的实际情况，对合营企业与合营各方的竞争关系、合营企业的规模及存续时间、合营企业的业务范围、合营企业是否仅涉及某一个业务环节等因素加以考虑。

合营企业的业务仅涉及一个或多个合营方业务链条中某个环节的，根据合营企业所从事业务在完整业务链条中所处的具体环节（例如研发、原材料采购、生产、营销或销售），竞争分析的考虑因素和重点通常有所不同。一般而言，合营企业所从事业务环节离销售环节越远，对市场竞争的影响越小；仅涉及联合销售的合营企业，可能与垄断协议行为存在竞合，有可能引起严重的竞争问题，需重点审查。

第八十四条 反垄断执法机构在调查违法实施经营者集中时，将参照本指引评估横向经营者集中是否具有或者可能具有排除、限制竞争效果。

第八十五条 反垄断执法机构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。

第八十六条 本指引仅对横向经营者集中审查及相关合规工作作出一般性指导，供反垄断执法机构和经营者参考，不具有强制性。本指引中的案例列举并不涵盖全部审查场景和风险类型，反垄断执法机构和经营者在参考本指引时应依据经营者集中相关法律法规结合具体问题进行分析评估。

第八十七条 本指引由国家市场监督管理总局负责解释，自发布之日起施行。

市场监管总局关于印发 《网络交易执法协查暂行办法》的通知

国市监网监发〔2024〕115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）：

《网络交易执法协查暂行办法》已经2024年12月2日市场监管总局第29次局务会议通过。现印发给你们，请结合实际认真贯彻落实。

市场监管总局

2024年12月18日

网络交易执法协查暂行办法

第一条 为了规范市场监督管理部门网络交易执法协查工作，提高执法协查质量和效率，保护数据安全和个人信息安全，根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国数据安全法》《网络交易监督管理办法》《市场监督管理行政处罚程序规定》等法律法规规章的规定，制定本办法。

第二条 本办法所称的执法协查，是指市场监督管理部门开展案件调查、事故处置、缺陷消费品召回、消费争议处理等执法活动时，依法要求网络交易平台经营者（以下简称平台经营者）提供有关平台内经营者信息及相关交易信息，对协查事项进行核实确认并回复结果，协助市场监督管理部门开展执法工作的行为或活动。

第三条 市场监督管理部门开展网络交易执法协查工作，应当遵循合法、合理、高效原则，向平台经营者调取的信息应当遵循“必要且适当”原则，不得超出履行法定职责所必需的范围和限度。

第四条 市场监督管理部门及其工作人员、平台经营者及其参与协查的工作人员，应当对知悉的个人隐私、个人信息、商业秘密、保密商务信息、

案情等信息依法予以保密，不得泄露或者非法向他人提供。

第五条 县级以上市场监督管理部门在执法过程中，根据工作需要，可以依法要求平台经营者协助调查。

涉及特定时段、特定品类、特定区域的商品或者服务的价格、销量、销售额等数据信息，由国家市场监督管理总局及其授权的省级市场监督管理部门要求平台经营者协助提供。

第六条 市场监督管理部门可以根据法律法规规定，要求平台经营者提供平台内经营者身份信息，商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息。平台经营者应当按照标准化字段提供执法协查信息。

市场监督管理部门因案件办理需要，需要平台经营者依法提供标准化字段以外特殊信息的，应当报省级市场监督管理部门同意。

第七条 市场监督管理部门向平台经营者发送限期提供信息通知书，要求其依法协助调查，应当经本部门负责人批准，并加盖市场监督管理部门公

章。

限期提供信息通知书应当包含通知书文号（编号）、市场监督管理部门单位名称、平台经营者名称、依据的法律法规、协查原因、协查内容、回复期限以及其他相关材料，并注明联系人、联系方式。

市场监督管理部门调取标准化字段以外的特殊信息的，应当在限期提供信息通知书中注明信息调取原因，并附省级市场监督管理部门同意意见等相关证明材料。

第八条 市场监督管理部门可以通过信息化系统或邮寄、传真、电子邮件等能够确认平台经营者接收的方式，发送限期提供信息通知书。条件具备的，应当通过信息化系统发送。

通过电子方式送达的，应当经平台经营者同意并确认电子送达地址。向平台经营者主动提供的电子地址送达的，视为平台经营者已同意并确认。

第九条 市场监督管理部门可以根据工作需要，将限期提供信息通知书同时抄送（报）平台经营者住所地市场监督管理部门。

第十条 上级市场监督管理部门对下级市场监督管理部门开展的执法协查工作，应当加强指导和监督。

平台经营者住所地市场监督管理部门对平台内经营者实际经营地市场监督管理部门的执法协查工作，应当积极配合。

第十一条 平台经营者应当在收到市场监督管理部门限期提供信息通知书之日起，十五个工作日内完成协查工作并复函。

如协查事项较复杂需延期完成的，平台经营者应当在期限届满前告知提出协查要求的市场监督管理部门，并说明延期理由、延期期限。延期期限最长不得超过十五个工作日。

紧急情况需要加急办理的，市场监督管理部门可以与平台经营者先行沟通情况，后履行相应程序。必要时，可以请求平台经营者住所地市场监督管理部门协助。

第十二条 平台经营者执法协查回函，应当包含市场监督管理部门单位名称、平台经营者名称、

通知书文号（编号）、回复内容以及其他相关材料，并注明联系人、联系方式。

平台经营者应当对协查事项逐项说明。能够确认的事项，应当有明确的答复意见；不能确认的事项，或者无法协查的内容，应当说明具体原因。

平台经营者执法协查回函应当加盖公章。以电子数据形式提供的应当加盖电子印章（数字签名）。

第十三条 平台经营者应当通过适当方式明示其接收协查的相应方式的具体信息，并确保接收信息的渠道畅通。

鼓励平台经营者通过网络交易监管平台、全国 12315 平台以及现有智能协作平台等方式，高效便捷协助市场监督管理部门开展执法协查工作，提高数据交互效率和质量。

第十四条 为经营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网络服务提供者，应当依法履行平台经营者的执法协查义务。

为网络交易经营者提供宣传推广、支付结算、物流快递、网络接入、服务器托管、虚拟主机、云服务、网站网页设计制作等服务的经营者，应当及时协助市场监督管理部门依法查处网络交易违法行为，提供其掌握的有关数据信息。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第十五条 平台经营者对市场监督管理部门依法开展的执法协查工作，拒绝提供有关材料、信息，或者提供虚假材料、信息，或者有其他拒绝、阻碍监管执法行为的，依照《网络交易监督管理办法》第五十三条的规定进行处罚。

第十六条 市场监督管理部门的工作人员，玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊，或者泄露、出售或者非法向他人提供在履行职责中所知悉的个人信息、隐私和商业秘密的，依法追究法律责任。

第十七条 本办法由国家市场监督管理总局负责解释。

第十八条 本办法自 2025 年 1 月 20 日起施行。
附件：1. 限期提供信息通知书

2. 执法协查回函

3. 网络交易平台执法协查信息标准化
段

4. 其他服务提供者执法协查信息标准化
字段

（附件 1-4 略，详情请登录市场监管总局网站）

市场监管总局 国家知识产权局 关于印发《商标行政执法证据规定》的通知

国市监稽发〔2024〕117 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）、知识产权局：

现将《商标行政执法证据规定》印发给你们，请结合实际认真贯彻执行。

市场监管总局

国家知识产权局

2024 年 12 月 26 日

商标行政执法证据规定

第一条 为了加强商标行政执法指导，规范证据的收集、审查和认定，根据《中华人民共和国行政处罚法》《中华人民共和国行政强制法》《中华人民共和国民事诉讼法》《中华人民共和国行政诉讼法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国商标法实施条例》等有关规定，制定本规定。

第二条 负责商标行政执法的部门在查处商标违法案件过程中的证据收集、审查和认定适用本规定。

《市场监督管理行政执法电子数据取证暂行规定》对电子数据证据另有规定的，从其规定。

第三条 本规定所称商标行政执法证据（以下简称证据），是指负责商标行政执法的部门证明商标案件事实并据以作出决定的材料。

第四条 证据包括以下种类：

- （一）书证；
- （二）物证；
- （三）视听资料；
- （四）电子数据；
- （五）证人证言；
- （六）当事人的陈述；
- （七）鉴定意见；
- （八）现场笔录、勘验笔录。

证据必须经查证属实，方可作为认定案件事实的根据。以非法手段取得的证据，不得作为认定案件事实的根据。

第五条 书证是指以文字、符号、图案等形式表达案件相关事实的书面材料，包括但不限于有效

的商标注册证、商标续展证明、商标变更证明、商标转让证明、商标使用许可证明、加盖国家知识产权局商标注册证明专用章的商标档案等注册商标专用权权利基础证明、有效身份证件、营业执照、转账凭证、票据、账簿、交易合同、有商标附着的物品说明书、介绍手册、价目表等以及涉嫌恶意注册商标的商标申请文书、委托代理合同等。

前款包括电子商标注册证、电子营业执照、电子票据等电子形式证据材料的打印件等。

商标权人对涉案商品或者服务的辨认意见属于书证，该辨认意见应当载明辨认方法、辨认依据和辨认结果。辨认方法需要保密的可不载明，但应当作出声明并书面承诺承担相应责任。

提取书证应当符合下列要求：

（一）应当提取原件；提取原件有困难的，可以提取与原件核对无误的复制件、抄录件，注明“经核对与原件一致”、出证日期、证据出处，并由证据提供人或提取人签名或者盖章；

（二）提取由有关部门保管的书证原件的复制件或者抄录件的，应当注明出处，经该部门核对无异后加盖其印章；

（三）提取报表、进销单据、账簿等书证的，应当附有说明材料并经提供方盖章确认；

（四）官方公开可查询的书证材料，可以提取查询结果的打印件、抄录件等，同时注明查询渠道和查询时间，并经提取人签名或者盖章。

第六条 物证是指以物品、痕迹等客观物质实体的外形、性状、质地、规格等证明案件事实的证据。包括但不限于侵犯注册商标专用权或者违反商标管理秩序使用商标的商品、商标标识，以及主要用于制造侵权商品和伪造注册商标标识的材料、工具、设备等。

提取物证应当符合下列要求：

（一）应当提取原物；提取原物确有困难的，可以提取与原物核对无误的复制品或者证明该物证的照片、录像等其他证据；涉及经营现场、侵权商品标识、包装库存等照片的，由当事人核对无误后注明与原件、原物一致，并由证据提取人注明日期、

出处，同时签名或者盖章；

（二）原物为数量众多的种类物的，可以抽样提取，但应当能够较为全面地反映商标的真实使用状态，并清点种类物数量后记录在案；

（三）通过网络、电话购买等方式抽样取证的，应当采取拍照、截屏、录音、录像等方式对交易过程、商品拆包查验及封样等过程进行记录。

第七条 视听资料是指以录音、录像、扫描等技术手段，将声音、图像及数据等转化为各种记录载体上的物理信号，证明案件事实的证据。包括但不限于录音资料、录像资料等。

提取视听资料应当符合下列要求：

（一）应当提取有关资料的原始载体，提取原始载体有困难的，可以提取复制件；

（二）注明制作方法、制作时间、制作人等；

（三）声音资料应当附有该声音内容的文字记录，录像资料可以附有与案件相关部分的文字记录或概述。

第八条 电子数据是指以数字化形式存储、处理、传输，能够证明案件事实的信息，包括但不限于下列信息、电子文件：

（一）文档、图片、录音资料、录像资料等电子文件及其属性信息；

（二）网页、博客、论坛等网络平台发布的信息；

（三）用户注册信息、身份认证信息、数字签名等用户身份信息；

（四）交易记录、浏览记录、操作记录等用户行为信息；

（五）系统日志、应用程序日志、安全日志等系统运行信息；

（六）源代码、工具软件、运行脚本等行工具信息；

（七）在各类网络应用服务中存储的与案件相关的信息文件等。

第九条 提取电子数据应当制作笔录，并载明以下内容：

（一）原始存储介质的名称、存放地点、信

号开闭状况及是否采取强制措施；

（二）提取的方法、过程，提取后电子数据的存储介质名称；

（三）提取电子数据的名称、类别、文件格式；

（四）电子数据证据的完整性校验值等事项。

第十条 符合下列情形之一的，办案人员可以采取打印、拍照、截屏、录屏或者录像等方式固定相关电子数据：

（一）无法查封、扣押原始存储介质并且无法提取电子数据的；

（二）存在电子数据自毁功能或者装置，需要及时固定相关证据的；

（三）需要现场展示、查看相关电子数据的。

第十一条 证人证言是指证人向负责商标行政执法的部门所作的可以证明案件事实的陈述。包括商标权人和其他单位、个人将其了解的有关情况，向负责商标行政执法的部门所作的陈述。

证人证言应当符合下列要求：

（一）载明证人的姓名、年龄、性别、职业、住址、联系电话等基本情况；

（二）有证人的签名或者签章；

（三）注明出具日期；

（四）附有委托书、加盖公章的营业执照副本复印件、居民身份证复印件等证明证人身份的文件。

不能正确表达意志的人，不能作为证人。

待证事实与其年龄、智力状况或者精神健康状况相适应的无民事行为能力人和限制民事行为能力人，可以作为证人。

第十二条 当事人的陈述是指就案件事实向负责商标执法的部门所作的书面或者口头陈述。包括当事人或者其委托代理人在接受调查、询问时所作的书面陈述和口头陈述。

当事人的陈述应当符合下列要求：

（一）书面陈述的，应当提供原件，载明陈述人的姓名、年龄、性别、职业、住址等基本情况，并注明时间，同时陈述人签名或者盖章；

（二）口头陈述的，负责商标行政执法的部

门应当制作询问笔录；

（三）附有居民身份证复印件等证明当事人身份的文件。

第十三条 鉴定意见是指有资质的鉴定机构就商品的主要成分、功能、用途等专门性问题出具的意见。

鉴定意见应当符合下列要求：

（一）应当载明委托人和委托鉴定的事项、向鉴定机构提交的相关材料、鉴定的依据和使用的科学技术手段、鉴定机构和鉴定人鉴定资格的说明等内容；

（二）应有鉴定人的签名和鉴定机构的盖章；

（三）通过分析获得的鉴定意见，应当说明分析过程。

第十四条 现场笔录、勘验笔录是指办案人员对与案件有关的现场或者物品进行勘察、检验、测量、绘图、拍照等所作的记录。应当载明现场检查的时间、地点、办案人员信息、当事人信息、现场查明的事实等内容，并由办案人员和当事人签名或者盖章。

当事人拒绝签名或者不能签名的，应当注明原因。有其他人在现场的，可由其他人签名。

第十五条 域外证据主要是指在中华人民共和国领域外形成的公文书证，国外权利人的主体资格、授权文书、身份证明等身份关系的证据，以及其他与案件事实有关的证据，既包括当事人提供的域外证据也包括办案机关通过有关渠道从域外收集、获取的证据。

域外证据应当注明来源，并履行中华人民共和国缔结或者参加的国际条约中规定的证明手续；在中华人民共和国香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区形成的证据，应当按照有关规定履行证明手续。

域外证据涉及的外文书证或者外国语视听资料，应当附有由具有翻译资质的机构翻译的或者其他翻译准确的中文译本，由翻译机构盖章或者翻译人员签名。

第十六条 对下列事实，负责商标行政执法的

部门可直接予以认定：

- （一）自然规律及定理、定律；
- （二）众所周知的事实；
- （三）根据法律规定推定的事实；
- （四）根据已知的事实和日常生活经验法则推定出的另一事实；

（五）立案前核查或者监督检查过程中依法取得的证据材料，经核查符合证据收集要求的；

（六）已为行政机关生效的决定或者裁定、仲裁机构生效的裁决所确认的事实，已为人民法院发生法律效力、裁判所确认的基本事实，已为有效公证文书所证明的事实等已经依法证明的事实；

（七）政府部门在其职权范围内制作的有法律效力的文书所记载的事项。

对前款第二至七项，当事人有相反证据足以推翻的除外。

第十七条 司法机关和其他行政执法机关移送的证据材料，经审查，认定其真实、合法并与案件事实相关的，应当作为定案根据。

负责商标行政执法的部门接收或者依法调取的第三方机构出具的证据或其他国家机关收集、提取的与案件相关的电子数据、不为当事人持有或者掌握的证据等，经查证属实可以作为证据使用。

第十八条 在不受外力影响的情况下，举报人或者投诉人提供的证据，当事人明确表示认可的，可以作为认定案件事实的依据，但涉及国家利益、公共利益或者他人合法权益的事实，负责商标行政执法的部门可以责令举报人或者投诉人提供或者补充有关证据；当事人提出异议，但异议理由和提供的证据不足以支持该异议的，可综合全案情况审查认定该证据的证明力。

第十九条 证明同一事实的数个证据，其证明力一般可以按照下列情形分别认定：

（一）国家机关以及其他职能部门依职权制作的公文文书优于其他书证；

（二）鉴定意见、现场笔录、档案材料以及经过公证或者登记的书证优于其他书证、视听资料

和证人证言；

（三）原件、原物优于复制件、复制品；

（四）其他证人证言优于与当事人有亲属关系或者利害关系的证人提供的证言；

（五）数个种类不同、内容可以相互印证的证据优于一个孤立的证据。

第二十条 负责商标行政执法的部门应当审查出具辨认意见的辨认人的主体资格及辨认意见的真实性。当事人无相反证据推翻该辨认意见的，负责商标行政执法的部门将该辨认意见作为证据予以采纳。辨认人先后出具的辨认意见互相矛盾，且无合理理由的，不予采纳其辨认意见。

商标注册人，注册商标的独占许可使用人、排他许可使用人及上述主体的委托代理人具有出具是否为权利人生产或者其许可生产的产品辨认意见的主体资格；注册商标的普通许可使用人拥有商标注册人明确授权的，具有出具涉案产品是否为其生产的辨认意见主体资格。

当事人对商标侵权事实提出异议的，负责商标行政执法的部门不得仅以权利人辨认意见认定构成商标侵权行为，应当结合其他证据综合判断；其他证据足以证明商标侵权事实的，没有权利人辨认意见也可以认定构成商标侵权行为。

第二十一条 当事人的陈述中自认违法事实，后又反悔的，应当要求当事人提出反证或者反证线索；不能提供反证、反证线索无法查证或者查证不属实的，可以采信自认，并结合其他证据认定违法事实。

自认的违法事实与已经查明的事实不符的，负责商标行政执法的部门不予确认。

第二十二条 本规定所称“负责商标行政执法的部门”是指根据各级政府职能分工，承担商标行政执法职能的市场监管部门以及知识产权管理部门、综合执法部门等单位。

第二十三条 本规定由国家市场监督管理总局和国家知识产权局负责解释。

第二十四条 本规定自 2025 年 1 月 1 日起施行。

市场监管总局等部门关于公布 产品碳足迹标识认证试点名单的通知

国市监认证发〔2024〕124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），生态环境厅（局），发展改革委、工业和信息化部主管部门，各相关单位：

根据《市场监管总局等部门关于开展产品碳足迹标识认证试点工作的通知》（国市监认证发〔2024〕85号），经自愿申报和专家技术评审，现公布产品碳足迹标识认证试点名单（见附件）。

各试点所在地省级市场监管部门会同同级生态环境、发展改革、工业和信息化部门，要依据试

点工作方案精心组织开展试点工作，持续完善工作机制和配套政策，及时总结试点工作的有效做法和典型案例，推动试点工作取得实效，为产品碳足迹标识认证在全国范围推广应用积累经验。

附件：产品碳足迹标识认证试点名单

市场监管总局 国家发展改革委
生态环境部 工业和信息化部

2024年12月31日

附件 1

产品碳足迹标识认证试点名单

序号	省（自治区、直辖市）	试点产品	区域
1	北京市	电子电器（计算机）	海淀区
2	天津市	光伏产品	滨海新区、北辰区
		木制品	北辰区
3	河北省	钢铁	唐山市、邯郸市
		纺织品	保定市（高阳县）
4	山西省	钢铁（法兰）	忻州市
5	内蒙古自治区	纺织品（山羊绒产品）	鄂尔多斯市、赤峰市、阿拉善盟
		电解铝	通辽市
6	辽宁省	钢铁（菱镁制品）	营口市、鞍山市、丹东市、抚顺市
7	上海市	钢铁	宝山区
		电子电器（电机）	闵行区

序号	省（自治区、直辖市）	试点产品	区域
8	江苏省	锂电池	常州市
		光伏产品	盐城市
9	浙江省	纺织品	绍兴市、温州市（苍南县）
		木制品	湖州市
10	安徽省	锂电池	合肥市
		光伏产品	合肥市、滁州市
11	福建省	锂电池	宁德市
		纺织品	泉州市（晋江市）
12	江西省	锂电池	宜春市
13	山东省	轮胎	以东营市、威海市为主导,联合青岛市、烟台市、济宁市、枣庄市
		电解铝	滨州市、聊城市、烟台市、潍坊市
14	河南省	电子电器（防爆电气、电机）	南阳市
15	湖北省	锂电池	荆门市
16	湖南省	钢铁（粗钢）	湘潭市
		钢铁（轧辊）	株洲市
17	广东省	锂电池	深圳市、广州市、佛山市、东莞市、肇庆市、汕头市
		电子电器（空调）	佛山市
18	广西壮族自治区	电解铝	百色市
19	重庆市	电子电器（笔记本电脑）	璧山区、高新区
20	四川省	光伏产品	成都市
		电子电器（新型显示）	成都市
21	贵州省	锂电池	贵安新区
		轮胎	贵阳市
22	云南省	电解铝	昆明市
		磷铵	昆明市
23	甘肃省	锂电池（铜箔产品）	兰州市
		光伏产品	酒泉市
24	宁夏回族自治区	水泥	银川市
25	新疆维吾尔自治区	电子电器（变压器）	昌吉回族自治州

市场监管总局 国家知识产权局 关于印发《市场监管领域知识产权案件 案由规定（试行）》的通知

国市监稽发〔2024〕125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）、知识产权局：

现将《市场监管领域知识产权案件案由规定（试行）》印发给你们，请结合实际认真贯彻执行。

市场监管总局

国家知识产权局

2024年12月31日

市场监管领域知识产权案件案由规定（试行）

第一条 为加强知识产权案件案由管理，提高知识产权执法规范化水平，制定本规定。

第二条 市场监管部门办理知识产权案件适用本规定。

第三条 案由是案件名称的重要组成部分，反映当事人违法行为的性质。

第四条 案由分为三级，分别为：一级案由、二级案由、三级案由。下级案由是对上级案由的细化。

第五条 在执法办案、业务指导、案件宣传等工作中，应当规范适用案由。

案件作出行政处罚决定前或确有违法行为但作出不予行政处罚决定前，适用案由应当添加“涉嫌”两字。

第六条 确定案件案由时，应当按照层级递进原则，由下至上优先适用三级案由；无对应的下级案由时，适用上级案由；在有下级案由可适用的情

况下，不能直接适用上级案由。

第七条 同一个案件中存在多个违法行为时，可以并列适用不同的案由。对多个不同性质的违法行为，可以并列适用不同层级的案由。

第八条 对于已经适用本规定案由办理的案件，转致适用其他法律法规的，转致前适用本规定案由，转致后适用其他案由。

第九条 根据法律、行政法规、部门规章和执法实践对案由进行动态调整。

对于执法实践中出现的新类型案件，适用本规定不能确定案由的，应当逐级报请市场监管总局指导明确。

第十条 本规定由国家市场监督管理总局、国家知识产权局负责解释。

附件：市场监管领域知识产权案件案由

（附件略，详情请登录市场监管总局网站）

2024 年快热式电热水器等 13 种网售产品质量 国家监督抽查情况通报

国家市场监督管理总局情况通报 2024 年第 93 期

近期，市场监管总局组织快热式电热水器等 13 种网售产品质量国家监督抽查。现将抽查情况通报如下：

一、基本情况

（一）监督抽查概况。在京东、天猫、拼多多、抖音、淘宝、唯品会、小红书等 19 家平台 584 家销售单位抽查 652 批次产品，涉及 599 家生产单位，发现不合格产品 137 批次。在不合格产品中，快热式电热水器 5 批次、笔记本电脑 4 批次、微型计算机 13 批次、电热水壶 32 批次、厨房机械 5 批次、电动平衡车 3 批次、老视成镜 29 批次、衣料用液体洗涤剂 7 批次、机动车辆制动液 13 批次、机动车发动机润滑油 11 批次、过滤式消防自救呼吸器 1 批次、电动汽车充电桩 14 批次（见附件 1）。

（二）跟踪抽查情况。跟踪抽查到上次抽查不合格生产单位 18 家，其中有 5 家生产单位产品仍不合格（见附件 2）。

二、抽查结果

（一）快热式电热水器。在京东、天猫、淘宝、拼多多等 6 家平台 23 家销售单位抽查 23 批次产品，涉及浙江、广东、江苏、山东、上海等 5 个省（市）23 家生产单位，抽查发现 5 批次产品不合格。其中，有 4 批次产品接地措施不合格、2 批次产品对触及带电部件的防护不合格、2 批次产品耐潮湿不合格、1 批次产品电源连接和外部软线不合格，均为安全项目。

（二）笔记本电脑。在京东、拼多多、天猫、淘宝等 7 家平台 51 家销售单位抽查 73 批次产品，涉及广东、北京、山东、上海、安徽、湖北等 11 个省（市）49 家生产单位，抽查发现 4 批次产品

不合格。其中，有 2 批次产品 1GHz 以下辐射发射不合格、1 批次产品谐波电流不合格、1 批次产品典型能源消耗（能效等级）不合格。

（三）微型计算机。在京东、天猫、淘宝、拼多多等 9 家平台 45 家销售单位抽查 61 批次产品，涉及广东、湖北、山东、上海、北京、重庆等 13 个省（市）49 家生产单位，抽查发现 13 批次产品不合格。其中，有 6 批次产品电气间隙不合格、6 批次产品爬电距离不合格、2 批次产品抗电强度试验不合格、1 批次产品保护连接系统的电阻不合格，均为安全项目；9 批次产品谐波电流不合格、7 批次产品 1GHz 以下辐射发射不合格、5 批次产品交流电源端口的传导发射不合格、1 批次产品不对称模式传导发射不合格、1 批次产品典型能源消耗（能效等级）不合格。

（四）打印机。在天猫、京东、抖音、拼多多等 5 家平台 9 家销售单位抽查 10 批次产品，涉及广东、上海、福建、湖北、江苏、山东等 7 个省（市）10 家生产单位，未发现不合格。

（五）电热水壶。在天猫、京东、抖音、拼多多等 15 家平台 130 家销售单位抽查 144 批次产品，涉及广东、浙江、上海、广西、辽宁、陕西等 8 个省（区、市）136 家生产单位，抽查发现 32 批次产品不合格。其中，有 3 批次产品涉嫌无证生产、1 批次产品未标注厂名厂址，已交由属地市场监管部门处理。有 13 批次产品电源连接和外部软线不合格，12 批次产品非正常工作不合格，7 批次产品工作温度下的泄漏电流和电气强度不合格，7 批次产品接地措施不合格，7 批次产品泄漏电流和电气强度不合格，5 批次产品电气间隙、爬电距离和固

体绝缘不合格,5批次产品输入功率和电流不合格,5批次产品结构不合格,3批次产品耐潮湿不合格,1批次产品机械强度不合格,1批次产品稳定性和机械危险不合格,1批次产品螺钉和连接不合格,均为安全项目。

(六)厨房机械。在天猫、小红书、抖音、京东等4家平台31家销售单位抽查33批次产品,涉及广东、浙江、北京、福建、湖南等5个省(市)33家生产单位,抽查发现5批次产品不合格。其中,有1批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理。有4批次产品稳定性和机械危险不合格,2批次产品电气间隙、爬电距离和固体绝缘不合格,1批次产品对触及带电部件的防护不合格,1批次产品结构不合格,均为安全项目。

(七)电动平衡车。在京东、天猫、抖音、苏宁易购等6家平台21家销售单位抽查21批次产品,涉及浙江、广东、江苏、北京、山东等5个省(市)17家生产单位,抽查发现3批次产品不合格。其中,有2批次产品超速保护不合格、1批次产品防飞转保护不合格,均为安全项目。

(八)老视成镜。在京东、天猫、抖音、唯品会等11家平台66家销售单位抽查74批次产品,涉及浙江、江苏、上海、福建、江西、广东等8个省(市)74家生产单位,抽查发现29批次产品不合格。其中,有2批次产品涉嫌假冒、14批次产品未标注厂名厂址,已交由属地市场监管部门处理。有26批次产品光学中心水平偏差不合格、26批次产品光学中心单侧水平偏差不合格、5批次产品光学中心垂直互差不合格、2批次产品球镜顶焦度偏差不合格、1批次产品柱镜顶焦度偏差不合格,均为安全项目。

(九)衣料用液体洗涤剂。在天猫、京东、抖音、拼多多等8家平台92家销售单位抽查95批次产品,涉及广东、浙江、江苏、上海、北京、安徽等16个省(区、市)92家生产单位,抽查发现7批次产品不合格。其中,有1批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理。有6批次产品总活性物不合格、2批次产品规定污布的去污力不合格。

(十)机动车辆制动液。在拼多多、京东、天猫、抖音等6家平台26家销售单位抽查27批次产品,涉及上海、广东、山东、河南、天津、浙江等10个省(区、市)27家生产单位,抽查发现13批次产品不合格。其中,有4批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理。有11批次产品平衡回流沸点不合格、9批次产品蒸发性能不合格、8批次产品运动黏度不合格、4批次产品pH值不合格、1批次产品湿平衡回流沸点不合格,均为安全项目。

(十一)机动车发动机润滑油。在抖音、京东、拼多多、天猫等6家平台27家销售单位抽查28批次产品,涉及上海、天津、山东、河南、北京、河北等10个省(市)28家生产单位,抽查发现11批次产品不合格。其中,有1批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理。有8批次产品低温动力黏度不合格、7批次产品运动黏度不合格、2批次产品低温泵送黏度不合格、2批次产品闪点(开口)不合格、2批次产品倾点不合格、1批次产品高温高剪切黏度不合格。

(十二)过滤式消防自救呼吸器。在京东、天猫、淘宝、唯品会等7家平台16家销售单位抽查16批次产品,涉及广东、浙江、山东、安徽、湖北、河北等6个省16家生产单位,抽查发现1批次产品安全项目一氧化碳防护性能不合格。

(十三)电动汽车充电桩。在京东、天猫、淘宝、拼多多等7家平台47家销售单位抽查47批次产品,涉及广东、湖南、安徽、浙江、江苏、陕西等9个省(市)45家生产单位,抽查发现14批次产品不合格。其中,有1批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理。有14批次产品非正常条件下充电结束或停止不合格、3批次产品充电连接控制时序不合格。

三、有关要求

针对本次产品质量国家监督抽查发现的问题,各有关省级市场监管部门要按照《产品质量法》《产品质量监督抽查管理暂行办法》等有关要求,迅速组织做好监督抽查结果处理工作,并及时将处理情

况录入 e-CQS 系统。对监督检查发现的不合格产品，督促电子商务平台立即下架处理，同时依法采取查封、扣押等措施，严禁生产企业出厂销售。对不合格企业，进一步明确整改要求，严格督促落实整改措施，及时组织复查。对涉嫌犯罪的，及时移送司法机关。对严重违法失信企业，要依法纳入严重违法失信名单管理。总局将加强抽查结果处置情

况的跟踪督办，并视情通报。

附件：1.2024 年快热式电热水器等 13 种网售产品质量国家监督抽查不合格产品及生产销售单位名单

2. 产品质量国家监督抽查连续两次抽查不合格生产单位名单

（附件 1-2 略，详情请登录市场监管总局网站）

2024 年全国“质量月”活动情况通报

国家市场监督管理总局情况通报 2024 年第 94 期

为全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，落实《质量强国建设纲要》（以下简称《纲要》）部署，2024 年 9 月，市场监管总局、中央宣传部、最高人民法院、最高人民检察院、国家发展改革委、教育部、工业和信息化部、公安部、民政部、自然资源部、生态环境部、住房城乡建设部、交通运输部、水利部、农业农村部、商务部、文化和旅游部、国家卫生健康委、应急管理部、中国人民银行、国务院国资委、海关总署、国家知识产权局、国家国际发展合作署、供销合作总社、全国总工会、全国工商联等 27 家单位，共同部署开展全国“质量月”活动，深入推进全民质量行动。现将有关情况通报如下：

一、总体情况

2024 年全国“质量月”活动以“加强质量支撑共建质量强国”为主题，围绕党中央、国务院关于质量强国建设的决策部署，广泛开展群众性质量活动，更好发挥质量在促进企业做大做强、支撑产业建圈强链、推动城市可持续发展中的作用，推动牢固树立质量第一意识，营造促进质量发展的良好社会氛围。活动期间，深入企业、学校、农村、社区，开展《纲要》宣贯活动 2 万多次，质量宣

传科普等活动 3.5 万余次，推广质量变革创新典型案例 3400 多个，开展质量助企惠企活动近 9 万次，培训企业质量管理人员 35 万余人次，开展群众性质量活动 3 万多次。全国累计共有约 50 万家各类经营主体、近亿人次群众参与“质量月”活动。

二、主要做法

一是大力弘扬先进质量文化。各地方各部门深入企业、学校、农村、社区，开展各类形式多样、内容丰富的特色活动，广泛传播质量理念、普及质量知识。市场监管总局制作“质量月”公益宣传广告，首次在中央广播电视总台多个频道黄金时段滚动播放，引发热烈反响。中央广播电视总台会同相关部门制作播出 9.15 “中国质量品质生活”晚会，展示各行业推动高质量发展新成果，突出宣传以质量强国推动中国式现代化。民政部制作发布行业重要标准宣贯视频，住房城乡建设部开展“好房子”建设现场观摩交流，应急管理部举办消防产品公开课，国家知识产权局举办专利普法全国行活动，国家国际发展合作署加大援外领域质量国际交流合作和培训宣介。广东、湖南、贵州等地在地标建筑、繁华商圈、公交设施等显著位置投放海报标语，内蒙古、福建等地举办青少年质量夏令营活动，黑龙

江、云南制作播出质量工作宣传视频，营造浓厚质量氛围。

二是激发企业质量发展动能。各地方各部门着力增强企业质量发展能力，开展质量诊断、质量帮扶等助企惠企活动，支持企业制定实施以质取胜生产经营战略。市场监管总局开展计量服务中小企业行、个体工商户分型分类精准帮扶等活动，国务院国资委举办中央企业全面质量管理知识竞赛和QC小组成果发表赛，供销合作总社加强合作社企业质量技术培训，全国工商联举办民营经济标准创新周活动。中国质量协会开展质量信得过班组建设典型经验交流，中国机械工业联合会举办机械工业产品质量创新大赛。山西推进“惠企直通车”专项行动，山东开展“走进质量把控优秀企业”直播活动，江苏选取22家企业开展质量管理数字化升级试点，浙江组建24个质量创新联合体，推进企业质量技术联合攻关。

三是提高产业质量竞争水平。各地方各部门聚焦产业链重大质量问题，加强质量支撑和标准引领，充分运用质量基础设施工具手段，推动产业质量升级，促进发展新质生产力。市场监管总局深入推进实施质量强链重大标志性项目，工业和信息化部组织智能检测装备创新产品供需对接，水利部开展工程建设质量普遍性问题专项整治，农业农村部、文化和旅游部等结合实际深入推进本领域质量提升特色活动，中国人民银行开展“金融标准为民利企”主题活动。中国轻工业联合会、中国水利电力质量管理协会大力开展轻工、水利电力等行业质量管理创新成果交流。辽宁举办产业链“大企拉小企”帮扶活动，江西、安徽等地开展重点产业链质量品牌联动提升，着力打造质量卓越产业集群。

四是培育区域质量发展优势。各地方各部门加强质量政策引导，推动区域质量发展与生产力布局、区位优势、环境承载能力及社会发展需求对接融合，提升区域整体质量竞争力。市场监管总局推进质量强县（区、镇）培育建设，促进城市可持续发展，首批超过580个城市纳入培育库。中国商业

联合会开展全国优质商业产品推介社区活动。湖北、新疆出台省级质量促进条例，北京、天津、上海、重庆四地打造质量可靠性创新公共服务平台，合肥等9城市加强长三角G60科创走廊质量标准协作，广西推进质量认证助推粤港澳大湾区战略腹地建设行动，河北聚焦46个重点区域开展质量技术帮扶，吉林、陕西、青海加大区域品牌推介力度，赋能区域高质量发展。

五是办好群众身边质量实事。各地方各部门围绕解决群众关切的质量问题，加大监管执法力度，营造安全放心的消费环境，切实提升人民群众的质量获得感。市场监管总局开展2024民生领域案件查办“铁拳”行动，截至9月底共查办民生领域质量违法案件31万余件。中央宣传部会同相关部门开展青少年版权保护季行动，最高人民法院发布涉产品质量典型案例，最高人民检察院开展“检护民生”专项行动，教育部推进全国中小学校园食品安全督导摸排，公安部公布打击侵权假冒犯罪典型案例，自然资源部开展净水机质量检测公益服务，生态环境部开展本领域检验检测机构监督抽查，国家卫生健康委推进医疗领域“优质服务基层行”活动，海关总署开展跨境电商进口消费品质量安全风险监测。中国质量万里行促进会开展“守护银发消费”质量维权行动。西藏开展儿童和学生用品专项治理行动，海南“守护消费”专项行动结案1629宗，甘肃举办“汽车三包政策宣传咨询活动”，加强消费者权益保护，让人民群众买得放心、吃得安心、用得舒心。

三、下一步工作

2025年是深入贯彻实施《纲要》，推动质量强国建设取得阶段性成效的关键一年。市场监管总局将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，完整、准确、全面贯彻新发展理念，围绕建设质量强国主线，加强全国“质量月”活动统筹规划，强化部门、地方、企业、行业组织、新闻媒体等各方联动，进一步创新活动形式、丰富活动内容，推动全民质量行动走深走实。

一是以质量月为平台，进一步凝聚质量强国

建设合力。以举办中国质量（南京）大会等重要活动为契机，强化全方位、多角度的质量主题宣传，展示各行业质量发展最新成就，讲述基层一线的鲜活质量故事，增强全民质量意识、传播先进质量理念、厚植优秀质量文化，汇聚全社会力量，共同推动建设质量强国。

二是以质量月为平台，深入推进质量强企、强链、强县（区、镇）。在基层一线广泛开展质量改进、质量创新、技能竞赛等群众性质量活动，推广科学的质量管理模式方法，推动企业质量升级。优化质量基础设施服务效能，加强质量共性问题协

作攻关，助力产业链供应链质量联动提升。推进质量强县（区、镇）培育建设共享合作交流，提升区域质量发展水平。

三是以质量月为平台，全面推动质量社会共治。进一步强化质量安全监管，严厉打击侵权假冒行为，加强消费者权益保护，营造安全放心的消费环境。深入开展质量惠民行动，解决群众关心的质量问题。发挥行业协会、商会、学会及消费者组织的桥梁纽带作用，引导消费者主动参与质量促进、社会监督等活动，形成社会崇尚质量、人人关心质量的良好氛围。

2024 年家用电动洗衣机等 32 种产品质量 国家监督抽查情况通报

国家市场监督管理总局情况通报 2024 年第 97 期

近期，市场监管总局组织家用电动洗衣机等 32 种产品质量国家监督抽查。现将抽查情况通报如下：

一、基本情况

（一）监督抽查概况。共抽查检验 3087 家生产单位、968 家销售单位的 3126 批次产品，发现不合格产品 445 批次。在不合格产品中，家用电动洗衣机 1 批次、电风扇 16 批次、光伏并网逆变器 1 批次、钢丝绳 11 批次、家用可燃气体探测器 5 批次、冷轧带肋钢筋 13 批次、吸油烟机 21 批次、有源音箱 2 批次、儿童及婴幼儿服装 110 批次、建筑防水卷材 61 批次、铝合金建筑型材 14 批次、新型墙体材料（砖和砌块）54 批次、按摩器具 8 批次、皮肤及毛发护理器具 2 批次、玉米联合收割机 2 批次、储水式电热水器 4 批次、防火门 24 批次、空气净化器 3 批次、胶合板 6 批次、细木工板 6 批次、安全带 16 批次、安全帽 5 批次、安全网 1 批次、防爆灯具 21 批次、防爆电机 2 批次、防爆电

器 13 批次、救生衣 2 批次、旅行箱包 21 批次（见附件 1）。

（二）跟踪抽查情况。跟踪抽查到上次抽查不合格生产单位 218 家，其中有 49 家生产单位产品仍不合格（见附件 2）。

（三）拒检情况。本次抽查中，陕西三力材料科技有限公司、陕西长明防水建筑材料有限公司、石家庄三奥医疗器械有限公司、孙孝科（个体工商户）违反《产品质量法》规定，无正当理由拒绝接受监督抽查（见附件 3）。

二、抽查结果

（一）家用电动洗衣机。在安徽、广东、上海、浙江、山西、江苏等 9 个省（市）36 家销售单位抽查 48 批次产品，涉及浙江、安徽、广东、江苏、上海、山东等 8 个省（市）45 家生产单位，抽查发现 1 批次产品安全项目对触及带电部件的防护不合格。

（二）电风扇。在广东、江苏、山西、广西、

重庆、四川等6个省(区、市)48家销售单位抽查77批次产品,涉及广东、浙江、江苏、上海、重庆、安徽等8个省(区、市)74家生产单位,抽查发现16批次产品不合格。其中,有5批次产品电源连接和外部软线不合格、4批次产品对触及带电部件的防护不合格、3批次产品接地措施不合格、2批次产品工作温度下的泄漏电流和电气强度不合格、2批次产品稳定性和机械危险不合格、2批次产品结构不合格、1批次产品内部布线不合格、1批次产品输入功率和电流不合格,均为安全项目;4批次产品能效等级不合格,3批次产品噪声不合格,1批次产品端子骚扰电压(连续骚扰)不合格,1批次产品骚扰功率、辐射骚扰不合格。

(三)光伏并网逆变器。在广东、浙江、江苏、上海、安徽、福建等10个省(市)37家生产单位抽查37批次产品,抽查发现1批次产品直流分量、电压适应性项目不合格。

(四)彩色电视机。在广东、山东、福建、北京、江苏、上海等8个省(市)17家生产单位抽查22批次产品,未发现不合格。

(五)钢丝绳。在江苏、辽宁、天津、河南、贵州、浙江等14个省(区、市)123家生产单位抽查123批次产品,抽查发现11批次产品不合格。其中,有5批次产品直径允许偏差不合格、3批次产品含油率不合格、2批次产品股的中心钢丝直径不合格、1批次产品钢丝绳表面质量的检查不合格、1批次产品拆股钢丝实测直径不合格、1批次产品拆股钢丝抗拉强度不合格。

(六)家用可燃气体探测器。共抽查56批次产品,其中在四川、河北、山东、天津等4个省(市)15家销售单位抽查15批次产品,在广东、山东、河南、四川、河北、江苏等11个省(市)41家生产单位抽查41批次产品,抽查发现5批次产品不合格。其中,有5批次产品报警动作值不合格、5批次产品方位不合格、4批次产品跌落试验不合格、3批次产品高温(运行)试验不合格,均为安全项目。

(七)冷轧带肋钢筋。在江苏、四川、浙江、

湖北、重庆、安徽等9个省(市)51家生产单位抽查51批次产品,抽查发现13批次产品不合格。其中,有8批次产品最大力总延伸率不合格、4批次产品断后伸长率不合格、2批次产品强屈比不合格、1批次产品规定塑性延伸强度不合格、1批次产品抗拉强度不合格,均为安全项目;4批次产品横肋中点高不合格、2批次产品横肋间距不合格、2批次产品重量偏差不合格、2批次产品表面标志不合格。

(八)吸油烟机。在浙江、河北、山东、江苏、安徽、北京等6个省(市)67家销售单位抽查100批次产品,涉及广东、浙江、江苏、山东、上海、安徽等8个省(市)100家生产单位,抽查发现21批次产品不合格。其中,有1批次产品涉嫌无证生产,1批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理。有5批次产品电源连接和外部软线不合格、4批次产品接地措施不合格、3批次产品稳定性和机械危险不合格、2批次产品输入功率和电流不合格、2批次产品外部导线用接线端子不合格、1批次产品对触及带电部件的防护不合格、1批次产品结构不合格、1批次产品内部布线不合格,均为安全项目;有11批次产品能效等级不合格、4批次产品空气性能不合格、3批次产品噪声不合格、1批次产品工作噪声不合格。

(九)有源音箱。在北京、江苏、安徽等3个省(市)19家销售单位抽查32批次产品,涉及广东、上海、北京、河南、江苏、天津等6个省(市)32家生产单位,抽查发现2批次产品1GHz以下辐射发射项目不合格。

(十)制动软管。在辽宁、湖北、吉林、河南、浙江、江西等9个省(市)33家销售单位抽查36批次产品,涉及浙江、河北、北京、湖北、江西、吉林等8个省(市)33家生产单位,未发现不合格。

(十一)儿童及婴幼儿服装。在广东、浙江、重庆、上海、贵州、福建等14个省(区、市)398家销售单位抽查578批次产品,涉及广东、浙江、上海、福建、山东、河南等20个省(区、市)578家生产单位,抽查发现110批次产品不合格。其中,

有 33 批次产品绳带要求不合格、26 批次产品金属针不合格、8 批次产品 pH 值不合格、6 批次产品附件抗拉强力不合格、3 批次产品耐久性标签缝制位置不合格、1 批次产品附件锐利性不合格，均为安全项目；39 批次产品纤维含量不合格、10 批次产品耐湿摩擦色牢度不合格、2 批次产品耐干摩擦色牢度不合格、1 批次产品耐酸汗渍色牢度不合格、1 批次产品耐碱汗渍色牢度不合格。

（十二）建筑防水卷材。在山东、江苏、辽宁、河北、湖北、安徽等 28 个省（区、市）340 家生产单位抽查 340 批次产品，抽查发现 61 批次产品不合格。其中，有 34 批次产品浸水后质量增加不合格、33 批次产品热老化不合格、23 批次产品接缝剥离强度不合格、17 批次产品可溶物含量不合格、9 批次产品低温柔性不合格、3 批次产品持粘性不合格、3 批次产品剥离强度不合格、2 批次产品与水泥砂浆剥离强度不合格、2 批次产品耐热性不合格、1 批次产品复合强度（FS2 型表层与芯层）不合格、1 批次产品卷材与卷材剥离强度（搭接边）不合格、1 批次产品自粘沥青再剥离强度不合格、1 批次产品热处理尺寸变化率不合格、1 批次产品直角撕裂强度不合格、1 批次产品延伸率不合格。

（十三）铝合金建筑型材。在广东、山东、江西、安徽、江苏、湖北等 21 个省（区、市）287 家生产单位抽查 287 批次产品，抽查发现 14 批次产品不合格。其中，有 6 批次产品复合性能〔纵向抗剪特征值（高温）〕不合格、4 批次产品膜层性能不合格、3 批次产品化学成分不合格、3 批次产品壁厚尺寸（壁厚偏差）不合格。

（十四）新型墙体材料（砖和砌块）。在广西、河北、浙江、安徽、广东、河南等 31 个省（区、市）300 家生产单位抽查 300 批次产品，抽查发现 54 批次产品不合格。其中，有 23 批次产品抗压强度不合格、3 批次产品强度等级不合格，均为安全项目；16 批次产品孔型孔结构及孔洞率不合格、7 批次产品干密度不合格、4 批次产品密度等级不合格、4 批次产品孔洞排列及其结构不合格、3 批次产品导热系数不合格、1 批次产品干燥收缩不合格。

（十五）按摩器具。共抽查 77 批次产品，在福建、广东、广西、安徽、江苏、上海等 7 个省（市）22 家销售单位抽查 30 批次产品，在广东、浙江、福建、上海、安徽、天津等 6 个省（市）47 家生产单位抽查 47 批次产品，抽查发现 8 批次产品不合格。其中，有 2 批次产品结构不合格、1 批次产品稳定性和机械危险不合格、1 批次产品输入功率和电流不合格、1 批次产品电源连接和外部软线不合格，均为安全项目；5 批次产品骚扰功率、辐射骚扰不合格，1 批次产品端子骚扰电压（连续骚扰）不合格。

（十六）皮肤及毛发护理器具。在安徽、广东、重庆、四川等 4 个省（市）14 家销售单位抽查 25 批次产品，涉及广东、浙江、上海、天津等 4 个省（市）25 家生产单位，抽查发现 2 批次产品不合格。其中，有 2 批次产品骚扰功率、辐射骚扰不合格，1 批次产品端子骚扰电压（连续骚扰）不合格。

（十七）玉米联合收割机。在山东、河北、江苏、河南、吉林、安徽等 8 个省（市）20 家生产单位抽查 20 批次产品，抽查发现 2 批次产品不合格。其中，有 2 批次产品梯子（含扶手/扶栏）不合格，1 批次产品发动机的起动和停机不合格，1 批次产品割台传动系分离机构不合格，1 批次产品操作者位置处噪声不合格，1 批次产品操纵机构不合格，均为安全项目。

（十八）储水式电热水器。在浙江、江苏、山东、河北、广东、北京等 9 个省（市）51 家销售单位抽查 71 批次产品，涉及广东、江苏、上海、山东、浙江、安徽等 9 个省（市）67 家生产单位，抽查发现 4 批次产品不合格。其中，有 1 批次产品输入功率和电流不合格、1 批次产品对触及带电部件的防护不合格、1 批次产品结构不合格，均为安全项目；有 4 批次产品能效等级不合格、1 批次产品容量不合格。

（十九）防火门。在浙江、广东、河北、江苏、山东、福建等 26 个省（区、市）256 家生产单位抽查 256 批次产品，抽查发现 24 批次产品安全项目耐火性能不合格。

(二十)空气净化器。共抽查 61 批次产品,其中在广东、上海、江苏、浙江、山东等 5 个省(市)12 家销售单位抽查 15 批次产品,在广东、江苏、北京、福建、上海、安徽等 8 个省(市)34 家生产单位抽查 46 批次产品,抽查发现 3 批次产品不合格。其中,有 2 批次产品噪声不合格、1 批次产品累积净化量(颗粒物)不合格、1 批次产品能效等级不合格、1 批次产品洁净空气量不合格。

(二十一)胶合板。在山东、广西、江苏、河北、福建、云南等 6 个省(区)70 家生产单位抽查 70 批次产品,抽查发现 6 批次产品不合格。其中,4 批次产品胶合强度不合格、4 批次产品弹性模量不合格、2 批次产品静曲强度不合格。

(二十二)细木工板。在广西、江苏、吉林、河北、浙江、山东等 9 个省(区)58 家生产单位抽查 58 批次产品,抽查发现 6 批次产品不合格。其中,有 1 批次产品安全项目甲醛释放量不合格;4 批次产品浸渍剥离性能不合格、1 批次产品横向静曲强度不合格。

(二十三)安全带。在重庆、广东、辽宁、贵州、河南、四川等 12 个省(市)26 家销售单位抽查 30 批次产品,涉及山东、河北、广东、江苏等 4 个省(市)30 家生产单位,抽查发现 16 批次产品不合格。其中,有 9 批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理。有 8 批次产品坠落悬挂用安全带性能要求不合格、7 批次产品区域限制用安全带性能要求不合格、2 批次产品安全带金属零部件耐腐蚀性能不合格、2 批次产品系带静态强度不合格、1 批次产品围杆作业用安全带性能要求不合格,均为安全项目。

(二十四)安全帽。在广东、贵州、辽宁、重庆、北京、山东等 9 个省(市)31 家销售单位抽查 35 批次产品,涉及江苏、广东、北京、河北、安徽、重庆等 10 个省(市)35 家生产单位,抽查发现 5 批次产品不合格。其中,有 4 批次产品冲击吸收性能不合格、1 批次产品耐穿刺性能不合格,均为安全项目。

(二十五)安全网。在山东、江苏、安徽、福建、

辽宁、浙江等 6 个省份 33 家生产单位抽查 33 批次产品,抽查发现 1 批次产品安全项目阻燃性能不合格。

(二十六)加湿器。在广东、上海、浙江、北京等 4 个省(市)11 家销售单位抽查 21 批次产品,涉及广东、北京、浙江、安徽、上海、江苏、山东等 7 个省(市)21 家生产单位,未发现不合格。

(二十七)防爆灯具。共抽查 73 批次产品,其中在浙江、江苏、上海、北京、河北、广东等 10 个省(市)37 家销售单位抽查 37 批次产品,在浙江、江苏、广东、安徽、黑龙江、辽宁等 8 个省(市)36 家生产单位抽查 36 批次产品。抽查发现 21 批次产品不合格,其中,有 1 批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理。有 14 批次产品隔爆结合面不合格、8 批次产品抗冲击试验不合格、8 批次产品外壳耐压试验不合格、7 批次产品非铠装电缆和带编织覆盖层电缆的夹紧试验不合格、1 批次产品内部点燃的不传爆试验不合格,均为安全项目。

(二十八)防爆电机。在广东、江苏、浙江、安徽、山东等 5 个省份 14 家销售单位抽查 18 批次产品,涉及浙江、江苏、安徽、上海等 4 个省(市)18 家生产单位,抽查发现 2 批次产品效率的确定项目不合格。

(二十九)防爆电器。在浙江、江苏、山西、安徽、河北、上海等 11 个省(市)55 家销售单位抽查 57 批次产品,涉及浙江、江苏、安徽、上海、辽宁、北京等 8 个省(市)57 家生产单位,抽查发现 13 批次产品不合格。其中,有 5 批次产品涉嫌假冒,5 批次产品涉嫌无证生产,已交由属地市场监管部门处理。有 9 批次产品抗冲击试验不合格、8 批次产品非铠装电缆和带编织覆盖层电缆的夹紧试验不合格、7 批次产品隔爆结合面不合格、1 批次产品外壳耐压试验不合格,均为安全项目。

(三十)救生衣。在江苏、浙江、湖北、重庆等 4 个省(市)20 家生产单位抽查 20 批次产品,抽查发现 2 批次产品不合格。其中,有 2 批次产品安全项目强度不合格;1 批次产品外观不合格、1

批次产品属具不合格。

（三十一）救生圈。在江苏、浙江 2 个省份 20 家生产单位抽查 20 批次产品，未发现不合格。

（三十二）旅行箱包。在广东、江苏、浙江、湖南、四川、上海等 9 个省（市）79 家销售单位抽查 94 批次产品，涉及广东、上海、浙江、福建、河北、江西等 9 个省（市）94 家生产单位，抽查发现 21 批次产品不合格。其中，有 1 批次产品涉嫌假冒，已交由属地市场监管部门处理。有 21 批次产品振荡冲击性能项目不合格、3 批次产品行走性能项目不合格、1 批次产品塑料硬箱箱面耐落球冲击性能项目不合格。

三、有关要求

针对本次产品质量国家监督抽查发现的问题，各有关省级市场监管部门要按照《产品质量法》《产品质量监督抽查管理暂行办法》等有关要求，迅速组织做好监督抽查结果处理工作，并及时将处理情况录入 e-CQS 系统。对不合格产品，要依法采取查封、扣押等措施，严禁生产销售；对拒绝接受监

督抽查、涉嫌假冒、无证生产的，要通过现场检查、询问情况、查阅合同发票等方式调查取证，查清违法事实，从严从快从重处置。对不合格产品生产销售单位，要明确整改要求，严格督促落实整改措施，及时组织复查。对连续两次抽查不合格的，要开展现场检查和跟踪抽查或约谈，依法严肃处理，并实施重点监管。违法行为涉嫌犯罪的，要及时移送司法机关。要督促抽查不合格生产销售单位落实质量安全主体责任，按要求配备质量安全总监和质量安全员，建立符合本单位实际的质量安全风险清单，落实日管控、周排查、月调度工作制度。总局将加强抽查结果处置情况的跟踪督办，并视情通报。

附件：1.2024 年家用电动洗衣机等 32 种产品质量国家监督抽查不合格产品及生产销售单位名单
2. 产品质量国家监督抽查连续两次抽查不合格生产单位名单
3. 产品质量国家监督抽查拒检企业名单
（附件 1-3 略，详情请登录市场监管总局网站）

2024 年笔记本电脑等 17 种产品质量国家监督抽查情况通报

国家市场监督管理总局情况通报 2024 年第 98 期

近期，市场监管总局对笔记本电脑等 17 种产品组织开展产品质量国家监督抽查。现将抽查情况通报如下：

一、基本情况

（一）监督抽查概况。共抽查检验 1271 家生产单位、757 家销售单位的 1315 批次产品，发现不合格产品 124 批次。在不合格产品中，打印机 1 批次、快热式电热水器 1 批次、厨房机械 2 批次、机动车发动机润滑油 7 批次、机动车辆制动液 17

批次、机动车外部照明及光信号装置 2 批次、过滤式消防自救呼吸器 2 批次、手提式干粉灭火器 4 批次、危险化学品包装物（金属桶、罐）11 批次、眼镜架 13 批次、眼镜镜片 14 批次、家用燃气灶 48 批次、校服 2 批次（见附件 1）。

（二）跟踪抽查情况。跟踪抽查到上次抽查不合格生产单位 59 家，其中有 14 家生产单位产品仍不合格（见附件 2）。

二、抽查结果

(一)笔记本电脑。在广东、北京、湖南、福建、江苏等5个省(市)17家销售单位抽查26批次产品,涉及北京、广东、上海等8个省(市)17家生产单位,未发现不合格。

(二)打印机。在广东、湖南、福建等3个省份13家销售单位抽查20批次产品,涉及北京、上海、广东、福建、湖南、辽宁等8个省(市)20家生产单位,抽查发现1批次产品安全项目抗电强度试验不合格。

(三)服务器。在北京、广东、山东、浙江、江苏、湖北等11个省(市)34家生产单位抽查37批次产品,未发现不合格。

(四)快热式电热水器。在广东、浙江、江苏等3个省份15家销售单位抽查27批次产品,涉及广东、浙江、江苏、安徽、福建、山东、上海等7个省(市)26家生产单位,发现1批次产品安全项目接地措施不合格。

(五)微型计算机。在广东、江苏、湖南、福建、北京等5个省(市)15家销售单位抽查22批次产品,涉及北京、广东、上海、江苏、安徽、福建等11个省(市)16家生产单位,未发现不合格。

(六)厨房机械。在广东、湖北、江苏等3个省份18家销售单位抽查33批次产品,涉及广东、上海、山东、安徽、北京、福建等9个省(市)33家生产单位,抽查发现2批次产品不合格。其中,有1批次产品非正常工作项目不合格、1批次产品结构不合格,均为安全项目。

(七)电动汽车充电桩。在广东、上海、福建、江苏、四川、浙江等6个省(市)10家销售单位抽查10批次产品,涉及广东、上海、北京、江西、浙江等5个省(市)10家生产单位,未发现不合格。

(八)机动车发动机润滑油。在山东、北京、河北、河南、天津、江苏等9个省(市)51家销售单位抽查57批次产品,涉及山东、天津、北京、上海、广东、江苏等12个省(市)57家生产单位,抽查发现7批次产品不合格。其中,有7批次产品低温动力黏度不合格、1批次产品运动黏度不合格、1批次产品低温泵送黏度不合格。

(九)机动车辆制动液。在广东、山东、河北、湖南、天津、北京等12个省(市)104家销售单位抽查112批次产品,涉及广东、上海、江苏、山东、天津、北京等17个省(市)112家生产单位,抽查发现17批次产品不合格。其中,有11批次产品蒸发性能不合格、10批次产品平衡回流沸点不合格、7批次产品运动黏度不合格、3批次产品湿平衡回流沸点不合格、3批次产品pH值不合格,均为安全项目。

(十)机动车外部照明及光信号装置。在江苏、浙江、广东、重庆、湖北、辽宁等6个省(市)54家生产单位抽查54批次产品,抽查发现2批次产品安全项目配光性能不合格。

(十一)过滤式消防自救呼吸器。在广东、江苏、浙江、上海等4个省(市)17家销售单位抽查17批次产品,涉及广东、浙江、湖南、江西、山东等5个省份17家生产单位,抽查发现2批次产品安全项目一氧化碳防护性能不合格。

(十二)手提式干粉灭火器。在福建、安徽、广东、浙江、山东、河南等15个省(市)77家销售单位抽查96批次产品,涉及浙江、江苏、广东、河南、福建、山东等16个省(市)96家生产单位,抽查发现4批次产品不合格。其中,有4批次产品第一主要组分含量不合格、1批次产品灭火剂充装总量误差不合格、1批次产品筒体爆破压力不合格,均为安全项目。

(十三)危险化学品包装物(金属桶、罐)。在江苏、广东、天津、湖北、湖南、辽宁等14个省(市)35家生产单位抽查35批次产品,抽查发现11批次产品不合格。其中,有8批次产品耐跌落性不合格,2批次产品跌落试验不合格,1批次产品气密试验不合格,均为安全项目。

(十四)眼镜架。在江苏、广东、辽宁、吉林、福建、黑龙江等9个省份102家销售单位抽查160批次产品,涉及广东、上海、江苏、浙江、福建、北京等10个省(市)160家生产单位,抽查发现13批次产品不合格,均为产品尺寸偏差不合格。其中,有1批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监

管部门处理。

(十五)眼镜镜片。在江苏、浙江、福建、广东、上海、安徽等8个省(区、市)171家生产单位抽查171批次产品,抽查发现14批次产品不合格。其中,有3批次产品垂直棱镜偏差不合格、2批次产品耐光辐照不合格、1批次产品明示透射比(截止波长)不合格、1批次产品光透射比不合格、1批次产品棱镜度不合格,均为安全项目;7批次产品厚度偏差不合格、2批次产品镜片尺寸不合格、1批次产品散射光不合格。

(十六)家用燃气灶。共抽查381批次产品,其中在浙江、广西、重庆、江苏、上海、天津等16个省(区、市)263家销售单位抽查318批次产品,在广东、浙江、上海等3个省(市)63家生产单位抽查63批次产品。抽查共发现48批次产品不合格,其中:有10批次产品涉嫌无证生产,1批次产品涉嫌假冒,已交由属地市场监管部门处理;有21批次产品干烟气中CO浓度不合格、6批次产品燃气导管不合格、1批次产品燃烧器的熄火保护装置不合格,均为安全项目;31批次产品热负荷不合格、10批次产品热效率不合格。

(十七)校服。在广东、浙江、福建、上海、山东、江苏等6个省(市)55家销售单位抽查57批次产品,涉及浙江、广东、福建、山东、江苏、上海等8个省(区、市)57家生产单位,抽查发现2批次产品纤维含量不合格。

三、有关要求

针对本次产品质量国家监督抽查发现的问题,各有关省级市场监管部门要按照《产品质量法》《产品质量监督抽查管理暂行办法》等有关要求,迅速组织做好监督抽查结果处理工作,并及时将处理情况录入e-CQS系统。对不合格产品,要依法采取查封、扣押等措施,严禁生产销售;涉嫌假冒、无证生产的,要通过现场检查、询问情况、查阅合同发票等方式调查取证,查清违法事实,从严从快从重处置。对不合格产品生产销售单位,要明确整改要求,严格督促落实整改措施,及时组织复查。对连续两次抽查不合格的,要开展现场检查和跟踪抽查或约谈,依法严肃处理,并实施重点监管。违法行为涉嫌犯罪的,要及时移送司法机关。要督促抽查不合格生产销售单位落实质量安全主体责任,按要求配备质量安全总监和质量安全员,建立符合本单位实际的质量安全风险清单,落实日管控、周排查、月调度工作制度。总局将对抽查结果处置情况加强跟踪督办,并视情通报。

附件:1.2024年笔记本电脑等17种产品质量国家监督抽查不合格产品及生产销售单位名单

2.产品质量国家监督抽查连续两次抽查不合格生产单位名单

(附件1-2略,详情请登录市场监管总局网站)