

剑指贴牌乱象 食品委托生产将全过程管控

12月25日,国家市场监督管理总局在回应中指出,“南极磷虾油”事件暴露出企业委托生产加工行为不规范等问题。一些企业借助企业品牌影响力,仅关注销售利润却不对产品质量进行把关,甚至纵容被委托企业制售不合格产品。

“贴牌”生产、加工的合作将实现全过程管控。《办法》清晰界定委托生产范围,明确食品委托生产为受托方按照委托方的要求,从事食品的全部或者部分环节的生产活动,并交付所生产食品的行为。将采取商标许可、特许经营、来料加工、贴牌生产等方式委托生产食品的行为,均纳入监管范围。

《办法》明确了委托双方资质要求。规定委托方必须取得食品生产经营许可证或进行仅销售预包装食品备案,必须具备对受托方生产行为进行监督的能力、能够正常履行食品安全主体责任,不具备规定资质能力的市场主体不得委托生产。受托方必须依法取得相应类别的食品生产许可,同时具备相应的生产能力和食品安全保障能力,不得超出许可范围、生产能力接受委托。

《办法》要求,细化委托双方责任义务。细化委托双方在资质查验、原料查验、标签标

12月29日,市场监管总局制定出台《食品委托生产监督管理办法》(以下简称《办法》),进一步压实委托双方责任,规范食品委托生产行为,着力防范食品安全风险。《办法》自2026年12月1日起施行。

此项新规的出台,与近期引发社会关注的“南极磷虾油”事件不无关系。此前,一款标称“北京同仁堂99%高纯南极磷虾油”的产品经由上海市消保委检测后发现,其宣称磷含量43%,实测值却为0。

识、食品安全自查、检验留样、召回等方面的食品安全责任。要求委托方建立食品安全管理制度,配备食品安全管理人员,对受托方实施监督;受托方对生产行为负责,接受委托方的监督。

《办法》明确规定合同应包含的食品安全相关内容,禁止通过订立的委托生产合同,或者假借订立商标许可合同、特许经营合同等方式,减轻或者免除委托双方自身依法应承担的食品安全责任。

建立食品委托生产报告制度。要求委托双方应当在委托生产合同订立后10个工作日内分别向所在地县级市场监管部门报告,并对报告内容予以明确,同时要求报告内容变更或合同终止,须在10个工作日内报告。

同时,加强属地监管。要求委托双方的属地市场监管部门应当及时将委托生产行为纳入日常监管,对委托生产行为开展监督检查,对相关产品进行监督抽检。委托双方不在同一区域的,一方发现问题应及时通报

另一方同级市场监管部门,确保监管协调联动、无盲区。

针对“南极磷虾油”事件,同仁堂随后致歉并开始自查整改。12月26日,同仁堂集团召开全系统“大监督”工作推进会,针对近期暴露的突出问题,全面部署监督体系升级和专项清理行动。

北京同仁堂集团党委副书记、总经理邱淑兵在会议中强调,为切实维护“同仁堂”品牌声誉,严厉杜绝一切违规使用品牌行为,部

署在全系统范围开展针对贴牌业务、产品质量、商标字号、委托加工、控股控权、电商业务、宣传推广等专项排查行动,要求限期彻底排查到位。

对于《食品委托生产监督管理办法》的出台以及对“贴牌代工”业务后续的管理,北京商报记者联系到北京同仁堂集团,截至发稿该公司暂未回应。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,新规将“贴牌代工”合作双方的责任进一步明确,规避食品行业“贴牌代工”全过程的监管漏洞。头部企业尚且出现了“代工”乱象,说明行业亟须新规出台。新规的发布、实施,将进一步提升食品“贴牌代工”的经营门槛,推动食品行业高质量发展。

据了解,长期以来,国家相关部门密集出台政策,为规范市场划定“红线”。例如在市场准入环节,“注册制与备案制双轨并行”机制不断优化。2016年,《保健食品注册与备案管理办法》正式出台,标志着原来3—5年的保健食品审批时限缩短至3—5个月,新增DHA、氯化高铁血红素等原料纳入保健食品原料目录,既提高企业产品上市效率,也为监管提供明确标准。

北京商报记者 王维祯

X 西街观察 Xijie observation

给AI“搭子”戴上紧箍

张绪旺

人与人社交,越界了要喊停。当AI扮演人,这样的“搭子”更加值得警惕。

国家互联网信息办公室近日发布通知,就《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法(征求意见稿)》,向社会公开征求意见。

监管新规瞄准的,是利用人工智能技术提供模拟人类人格特征、思维模式和沟通风格,并通过文字、图片、音频、视频等方式与人类进行情感互动的产品或服务。

这就是被俗称为AI“伴侣”或者AI“搭子”的新式服务。

无论最火热的语言大模型,还是存在已久的聊天机器人,AI的发展目标都是越来越像人,除了作为生产生活的工具(比如设计旅行方案、制作PPT等),AI在陪聊、咨询、陪伴等情感互动层面,也具备巨大的创新和市场空间。

尤其在未成年人和老年人市场,情感互动类AI拥有比工具类AI更早一步的商业变现能力。甚至在年轻人维度,也出现了“虚拟伴侣”“赛博恋人”等个性化服务。

“搭子”是近些年流行于各个年龄层的新兴社交关系,它浅于朋友,重于同事,主打细分领域的精准陪伴。但在现实社会,找到合适的“搭子”并不容易,AI的拟人化进化和情感互动功能的突进,“虚拟搭子”无疑为满足新社交需求提供了更丰富的可能。

不过,相比早期AI弱智能状态和弱情感的“逗乐子”属性,经历了大模型淬炼的AI,具备了更强更大类人的互动能力,有鲜明的人格特征和情感指向。

以往,人是主导者,AI只是玩具,只是缺陷明显的“假人”。如今,在不少用户眼里,AI和人的关系可能完全反转。尤其对于甄别能力有限的未成年人和老年人,AI俨然具备了权威性和真实度,其输出的思维和情绪会极大地影响人类用户的决策。

复旦大学等机构今年1月发布报告显示,有13.5%的年轻人选择向AI虚拟人倾诉自己的心事,这一比例甚至高于父母亲人(10.4%)。在11253名受访者中,“愿意向AI虚拟人诉说自己的烦恼”比例达到了37.9%。“虚拟人可以给我足够的情绪价值”是认同比例最高(58.3%)的原因。

用户对AI的“迷信”一旦形成,越界的AI“搭子”不仅可能导致信息泄露、财产损失的实质伤害,还会在情感层面遭遇伦理道德风险。由于多数AI的设计初衷是迎合和放大人性需求,用户对其过度的情感依赖,反而可能强化固有的情绪倾向,使正向情绪更亢进,让负面情绪更沉沦。

“应当具备用户状态识别能力……发现用户存在极端情绪和沉迷的,采取必要措施予以干预”“不得提供模拟老年人用户亲属、特定关系人的服务”“应当显著提示用户正在与人工智能而非自然人进行交互”……新规在诸多细节化监管层面提出了要求。

说到底,AI“搭子”要有边界感,AI提供者要有敬畏心。

11月签发量增超两成 一张“出海”证书背后的经济韧性

12月29日,中国贸促会发布的数据显示,今年11月,全国贸促系统累计签发原产地证书、ATA单证册、商事证明书等各类证书79.16万份,同比增长21.6%。其中,非优惠原产地证书签发金额为321.09亿美元,同比增长1.37%;签证份数为40.24万份,同比增长13.05%。优惠原产地证书签发金额为97.07亿美元,同比增长30.93%;签证份数为32.75万份,同比增长38.36%。RCEP原产地证书签发金额为8.98亿美元,同比增长20.33%;签证份数为34789份,同比增长30.01%。

据了解,原产地证书是出口商应进口商要求而提供的、由公证机构或政府或出口商出具的证明货物原产地或制造地的一种证明文件,其既是商品进入国际贸易领域的“经济护照”,也是商品出口享受目的国(地区)优惠关税待遇的必要凭证。中国原产地证书主要分为非优惠原产地证书、优惠原产地证书、RCEP原产地证书三大类。

在中国贸促会新闻发言人王文帅看来,今年11月全国贸促系统签发各类证书的数据表现,充分印证了我国外贸保持持续增长的良好态势,展现出较强韧性。

“优惠原产地证书的签发金额、份数连续保持双增长,充分表明我国各项外贸支持政策落地见效,有效激发外贸活力,广大企业也通过开拓新兴市场、调整产品结构、提升产品竞争力等多种方式为保持外

贸增长注入了强劲动力。”王文帅表示。

数据显示,今年前11个月,全国贸促系统签发往共建“一带一路”国家原产地证书499.36万份、商事证明书55.96万份。据介绍,今年以来,中国贸促会组织出访团组407批次,其中赴共建“一带一路”国家228批次,覆盖42个国别和地区。明年,中国贸促会将组织中国企业家代表团赴共建“一带一路”国家出访,全国贸促系统也将组织中国企业“千团出海”行动。

值得注意的是,近年来,中国贸促会在国际标准化工作中的参与度逐步走深。王文帅介绍,按照《国家标准化发展纲要》关于提升标准化对外开放水平的具体部署,今年以来,中国贸促会一手抓标准化国际合作,另一手抓标准化服务企业。

在抓标准化国际合作方面,中国贸促会推动ISO批准我国新承担联络中心和数字营销2个技术委员会,推动发布展览活动术语、在线住宿预订、共享经济提供者审核等3项ISO国际标准,其中展览活动术语国际标准吸收链博会相关创新模式,在发布一周后,便直接等同转化为英国国家标准;与联合国国际贸易中心、世贸组织等机构合作,推出全球贸易服务平台中文版和WTO中小微企业贸易服务平台中文版,为企业一站式贸易标准信息;推动贸易发展与标准合作组织(ODCCN)在中国设立东亚地区协调办公室,并将《贸易发展与标准合作倡议》成功纳入2025

年金砖国家工商理事会年度报告等。

在抓标准化服务企业方面,中国贸促会推动成立我国首个以“贸易”命名的国家级标委会——全国贸易管理咨询标准化技术委员会,发布服务外包、电子商务、供应链、合规管理等国家标准12项和团体标准27项;创新“标准化+商事认证+贸易促进”服务模式,今年累计出具出口商品品牌证明书157份、地理标志产品品牌证明书115份,持续推进中国好礼产业促进计划,举办2025中国地理标志品牌合作大会,有力支持中国品牌“走出去”;牵头制定《数字贸易总体原则与关键倡议》等国际标准,连续三年发布《中国贸促会跨境电商重点联系企业名录》等。

据了解,国际标准是全球治理体系和经贸合作发展的重要技术基础。经济学家、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为,中国贸促会深度参与国际标准化工作的重要意义在于提升中国企业产品竞争力。同时,通过国际标准统一降低贸易壁垒,实现贸易便利化。

“下一步,我们将积极加大外贸新业态新模式、绿色贸易、法商融合等领域的标准研制力度,推动《贸易发展与标准合作倡议》融入更多的多双边合作机制,更深入、更广泛、更有效地参与国际标准化工作,助力稳步扩大我国标准制度型开放。”王文帅说。

北京商报记者 程靛

国家发改委:优化重大生产力布局 反对“内卷式”竞争

12月29日,国家发改委创新和高质量发展司在《因地制宜发展新质生产力》的署名文章中表示,坚决贯彻落实因地制宜发展新质生产力的要求。发展新质生产力是一项长期任务和系统工程,要坚持一切从实际出发,具体问题具体分析,因地制宜、分类指导,不断提高发展新质生产力的实践本领和能力。坚持全国一盘棋,优化重大生产力布局,统筹谋划、系统推进重点领域发展,防止一哄而上、重复建设,坚决反对“内卷式”竞争,增强发展新质生产力的整体效能。

近期,国家发改委密集发声“反内卷”。今年12月12日—13日,在全国发展和改革工作会议上,“综合整治‘内卷式’竞争和培育发展新动能”并列提出。同时,会上强调,完善重点行业产能治理和重大基础设施调控,大力培育壮大新兴产业和未来产业,培育壮大若干新兴支柱产业,深化拓展“人工智能+”行动,补齐科技服务业短板,完善低空经济产业生态,深入推进数字经济高质量发展。

12月26日,国家发展改革委在官方微信号上刊发题为《大力推动传统产业优化提升》的文章。国家发改委产业发展司在文中介绍了“十五五”时期传统

产业优化提升的着力点。其中,文章提到,对钢铁、石化等原材料产业,关键在于平衡供需、优化结构。对新能源汽车、锂电池、光伏等“新三样”产业,关键在于规范秩序、创新引领。“十五五”时期,要综合整治“内卷式”竞争,维护公平竞争环境,提高行业集中度,打造全球技术领先高地。

12月29日,国家发改委创新和高质量发展司在《因地制宜发展新质生产力》一文中,再次强调“坚决反对‘内卷式’竞争”,并将其与“优化重大生产力布局,统筹谋划、系统推进重点领域发展,防止一哄而上、重复建设”直接关联。

“内卷式”竞争,作为一种低效率的不公平竞争,让不少行业、企业深受其害,也影响到经济高质量发展。坚决反对“内卷式”竞争,并非单纯限制发展,而是为了增强发展新质生产力的整体效能。

科方得智库研究负责人张新原表示,此次国家发改委提出的“坚持全国一盘棋,优化重大生产力布局”等要求,体现出国家对经济高质量发展的战略导向。防止一哄而上、重复建设,坚决反对“内卷式”竞争,有助于引导资源向关键领域集中,避免低水平同质化竞争,推动产业从规模扩张转向质量提升。这不

仅能增强行业整体竞争力,也为企业留出更多资金用于技术创新和服务升级,符合发展新质生产力的长期目标。这一政策导向有利于形成健康有序的市场环境,促进产业链协同发展。

同时,在苏商银行特约研究员武泽伟看来,此次强调“坚持全国一盘棋”“坚决反对‘内卷式’竞争”的核心在于,文章从国家整体效能最大化的战略高度,统筹规划关键产业的发展方向与空间布局。

“首先,是为了从根本上矫正部分行业因盲目跟风投资、重复建设所导致的资源严重错配和结构性产能过剩问题;其次,政策旨在重塑健康的竞争生态,通过破除地方保护与市场分割,整治低于成本价销售等扰乱秩序的行为,将企业竞争从单纯的价格消耗战引导至比拼技术创新、产品质量与服务的良好轨道上来。最终目标是通过系统性优化,将有限的要素资源精准配置到最具优势和发展潜力的区域与环节,从而提升我国产业在全球范围内的整体竞争力与安全韧性,为新质生产力的蓬勃发展奠定坚实基础。”武泽伟表示。

北京商报记者 刘洋 卓洋