

市场监管部门将出台放心消费标准

2月5日,国务院新闻办公室举行新闻发布会,市场监管部门相关负责人介绍市场监管服务经济高质量发展情况,并答记者问。会上,国家市场监督管理总局副局长、国家标准化委员会主任邓志勇表示,2025年,全国市场监管系统有力维护和促进形成强大国内市场,支撑经济增长和推动高质量发展取得明显成效。下一步,市场监管总局将以放心消费集聚区建设为载体,出台放心消费标准、放心消费主体培育等政策文件,培育一大批带动面广、显示度高的放心商圈、放心市场、放心景区,让消费者可感可及。



重拳打击直播电商乱象

近年来,平台经济快速发展,直播电商、外卖等新业态极大便利了百姓的生活,但也存在一些以次充好、以假乱真、非理性竞争等问题。

对此,国家市场监督管理总局网络交易监督管理司司长朱剑桥表示,平台经济作为社会经济的重要组成部分,近年来在快速发展的同时,也面临着诸多挑战。2025年,市场监管部门坚持监管规范和促进发展并重、治标与治本相结合,平台经济生态治理取得了重要进展。

针对平台经济领域突出问题,市场监管部门部署开展了约谈整改和排查整治,有力纠正“仅退款”“强制运费险”“全网最低价”等规则滥用、规则制定不合理以及执行不透明等问题,有效遏制平台乱收费、乱罚款等现象。

针对假冒伪劣、虚假营销等直播电商突出问题部署开展了专项整治,依法查处成都快购科技有限公司违法案件,同时指导地方依法查处“太原老葛”“大LOGO”等头部直播虚假宣传的典型案件,集中发布了四批30件直播电商领域的典型案例。

针对去年以来外卖行业出现的“口水仗”“补贴战”等扰乱市场竞争秩序的问题,市场监管部门对主要外卖平台企业加强调研指导,及时开展行政约谈、划出监管红线,推动外卖平台规范促销、理性竞争、守法经营。

朱剑桥表示,下一步,市场监管总局将继续从压实平台主体责任、健全监管制度机制、强化监管执法约束、加快智慧能力建设等方面完善平台经济监管,统筹运用挂牌督办、提级管辖、指定管辖等机制手段,组织查办并曝光一批网络交易的典型案例,进一步规范网络交易行为、维护公平竞争秩序,推动平台经济在服务高质量发展大局中发挥更大作用。

北京商报记者 和岳
图片来源:视觉中国

培育带动面广放心商圈

当前,我国正持续加力提振消费。2025年,市场监管总局牵头开展了优化消费环境三年行动,邓志勇介绍,目前已取得了阶段性成效。

在激发消费潜能方面,市场监管部门发布了家电、家具、服装等大宗消费品以及体育健身、文化旅游、餐饮等服务消费国家标准210余项,制定和推广养老服务标准体系、旅游服务质量评价体系、汽车维修服务质量评价模型、家政服务信用体系,持续提升服务品质。相关部门建成充电基础设施1932.5万个,县乡村商业物流配送网点达到3万个,“一刻钟便民生活圈”8132个,不断丰富消费场景。

在破解消费痛点方面,部署开展守护消费“铁拳”行动,重点查处群众反映强烈的儿

童玩具质量安全、非法改装电动自行车、电商领域商标侵权、霸王条款、幽灵外卖等违法行为,大力查处羽绒服以次充好、制售伪劣燃器具、开展加油站计量作弊集中执法行动,查办相关案件7.2万起。聚焦减少消费风险,召回消费品823.6万件、充电宝139.8万台。查办网络不正当竞争案件1932件、罚没7152.9万元。

在改善消费体验方面,联合发起“异地异店退换货倡议”,在“消费查”平台公示线下无理由退货单位21.4万家,修订出台《市场监督管理投诉举报处理办法》,完善行政调解等程序,提升消费维权效能,规制恶意索赔、防范制度滥用。同时,制定《关于深入推进消费纠纷化解工作的指导意见》,促进消费纠纷多元化化解,全国12315投诉公示平台的公示率上升到98.4%,多地探索在消费集聚区的公共电子屏上公示投诉信息,从源头减少消费纠纷。

邓志勇表示,下一步,市场监管总局将以放心消费集聚区建设为载体,出台放心消费标准、放心消费主体培育等政策文件,培育一大批带动面广、显示度高的放心商圈、放心市场、放心景区,让消费者可感可及。

严格限制例外规定适用

北京商报记者从会上获悉,过去一年,市场监管总局开展整治滥用权力排除、限制竞争专项行动,立案调查、办结案件数量同比分别上升34%和32%。各级市场监管部门对拟由本级人民政府出台的重要政策措施开展审查,修改调整1.2万余件,有力保障相关重大政策措施符合全国统一大市场和公平竞争要求,政府行为尺度更加统一规范。

国家市场监督管理总局价格监督检查和

反不正当竞争局局长姚雷表示,2026年,在破除地方保护和行政性垄断方面,将重点从三个方面发力。

首先,将组织开展专项行动,集中查处一批重点案件,推动废除一批妨碍全国统一市场和公平竞争的规定和做法,全面提升制止滥用行政权力排除、限制竞争反垄断执法质效;其次,将深入实施《公平竞争审查条例》,研究修订配套实施办法,健全重要政策措施审查机制,严格限制例外规定适用,坚决防止出台排除、限制竞争的政策措施;此外,将充分发挥国务院反垄断反不正当竞争委员会办公室作用,加强跨部门风险会商和信息共享,增强政策协同性。

据悉,中国反垄断新媒体平台已于近期上线,将常态化发布反垄断领域重要活动、政策解读、案件信息等内容。

X 西街观察 Xijie observation

有多少红包盛况可以重来

张绪旺

红包惹眼,巨头焦虑,战况激烈,冷暖自知。微信刚封了自家兄弟元年的红包链接,马云现身千问办公地点督战AI军备,红包+AI无疑是马年春节的流量C位。

但平台拿出何种营销策略?用户又喜欢哪种抢红包姿势?在流量、成本、玩法和平台规则的复杂交织下,“重现11年前的微信红包时刻”并不容易,重现“微信红包‘偷梁换柱’”的胜利更不容易——前者是马化腾今年的期望,后者是马云当年的警觉。

红包在AI身上找到了与时代进步的张力,但大厂还没领悟绝杀对手的窍门。似乎,在砸钱——屡试不爽的互联网流量方法论面前,任何技术动作变形,都动摇不了巨头的自信。

这种自信,大概有七成得益于AI各种参数,还有三成,势必有助的成分。

春节是自然年2025和2026的无缝衔接,也是AI全天候竞赛的顺流直下。没有春节这个节点,贯穿整年的AI竞争是胶着的,无论从用户认知还是平台数据,大厂谁也打服不了谁;有了春节这个AI认知的宣泄口,十亿、几十亿砸进去,纵然未必决胜负,总能溅起漂亮浪花。

很多人认为红包大战算账,给大厂水平定高下。最普通的受众,也能从“块儿八毛”或“万元大奖”中给出答案。

金额能反映大厂的魄力,远超当年的金额未必能实现远超当年的效果。即便是当年,金额也从

来没有占据优先级。

产品的价值终究要靠产品说话。微信红包的成功,登上央视春晚是爆点,但早在前一年,即便腾讯和品牌商没有拿出真金白银,网民自发、互发红包已经成功,“支付+社交+娱乐”的产品价值,是它成功的底色。微信红包通过精妙的“社交游戏”,将现实中含蓄的礼尚往来,转化为手机屏幕上充满惊喜与趣味的互动仪式。

同样,支付宝“集五福”的成功,不同的玩法设计,相似的产品逻辑,通过“爱国福”“敬业福”的稀缺性设计和互换、赠予的强社交环节,将个体拉入春节的集体叙事。

成功的红色产品无不深植于对人心人性的洞察,对具体场景的精准创造。但此后数年,让人印象深刻的红色玩法并不多,只能在越堆越高的金钱策略上鏖战到底。而金额堆砌换来的用户数据,往往留不到春天之后。

又一次红包大战,仍旧不能本末倒置,AI是核心,红包只是表象。AI红包不要陷入“为AI而AI”或“红包即目的”的窠臼,设计如能紧扣简单、有趣、利他、情感共鸣等春节社交的核心要素,才可能有机会“重现当年的时刻和盛况”。

缺乏可玩性和强互动的AI红包,即便金额再高,也无法触发传播的裂变和长尾效应。缺乏常态和有效功能的AI产品,即便春节热度再高,也无法实现用户价值的长线留存。

有多少红包盛况可以重来,取决于有多少AI水准经得起检验。

发力“购在中国·京彩四季”品牌 探索“会展+” 北京2026年全方位激活消费市场潜力

2月5日,2026年北京市商务工作会议召开。会议指出,2025年首都商务实现“十四五”圆满收官。2026年,北京将着力提振消费,打造“购在中国·京彩四季”品牌;着力深化“两区”建设,通过制度创新推动产业高质量发展;着力加强服贸会平台建设;着力推动外贸创新发展;着力推动外贸企稳促优;着力推动对外投资平稳发展;着力打造“北京会展”品牌;着力完善商贸流通体系生态。通过聚焦“八个着力”,北京奋力开创2026年首都商务高质量发展新局面。

多维激活市场潜力

2026年,北京在提振消费领域将以打造“购在中国·京彩四季”品牌为核心,从多维度精准发力。北京将深入实施提振消费专项行动,抓好政策增量、活动效果、服务消费、新型消费、传统焕新,通过持续优化商品和服务的品质、品位、品牌,同步提升消费者体验的安全、便利、舒适程度,全方位激活消费市场潜力。

北京还将着力打造“北京会展”品牌,按照首善标准、国际视野、创新驱动、融合赋能的定位,发布实施会展业高质量发展三年行动方案,深化“一场一策”实施,分级分类加强服务,吸引更多国际会议展览项目在京举办,探索“会展+”多元业态融合,完善会展业发展生态,以会展经济带动消费扩容提质。

回顾2025年,北京消费市场早已不止于“规模增长”的单一维度。在政策试点与落地方面,北京成功获批国际化消费环境建设、消费新业态新模式新场景、有奖发票等5项试点城市。在消费场景与活动创新上,搭建“京彩四季”促消费活动体系,推动文旅体深度融合,链接“超现场”“票根经济”等新型消费形态,丰富消费供给。此外,2025年北京入境游客增长39%,全市旅游人次和收入再创历史新高,数字消费、绿色消费、健康消费蓬勃发展,服务消费

增长5%,消费结构持续优化。

平台承载进出口功能

2026年,北京将以更高水平开放推动商务工作高质量发展。会议指出,北京将着力深化“两区”建设,通过制度创新推动产业高质量发展。北京加快推动出台服务业扩大开放3.0方案,同步开展小切口政策创新,谋划自贸试验区联动发展区,提升综保区发展质效。

服贸会平台也将聚焦专业化、国际化、市场化水平提升,丰富展览展示内容,提升论坛会议品质,实施全链条管理。

在推动外贸创新发展方面,北京重点服务构建与新质生产力发展相适应的外贸产业体系,培育“新三类”等出口优势商品,建设内外贸一体化综合服务平台。不久前,北京举办“共享大市场·出口中国”北京国际精品荟活动,扩大优质消费品和先进技术设备进口。

同时,北京统筹推进《电子商务协定》高质量量试出成效,争创国家服务贸易创新发展示范区,培育国家数字贸易示范区,助力服务出口规模扩大。

在吸引外资与对外合作方面,分产业、分领域召开外资企业圆桌会,以优质服务促进企业再投资,持续打造“投资北京”国际影响力品牌活动;对外投资领域将做深做强北京海外综合服务平台,引导企业合理有序开展供应链跨境布局,同时拓展航空枢纽国际航线,加强现代物流骨干网络建设,吸引更多优质外资项目落地,优化京港、京澳全方位合作机制,促进京台交流合作。

近年来,北京开放型经济已形成多平台协同、多领域突破的格局。2025年,“两区”建设成效显著,国家服务业扩大开放综合试点示范评估中连续四年排名第一,自贸试验区提升战略行动方案印发实施,全国首个以新质生产力

为主题的亦庄综合保税区开关运作,天竺综保区罕见病药品进口额居全国首位,制度创新与功能提升双轮驱动,开放能级持续增强。

外贸数据也再创新高,2025年全市货物出口、服务出口分别增长3.8%、10.6%,其中“双自主”企业货物出口占比超三成,知识密集型服务贸易占比超六成,出口结构不断优化,高附加值产品与服务出口竞争力显著提升。外资引进方面,北京在2025年全面落实外商投资准入前国民待遇负面清单管理制度,出台推动总部企业高质量发展的若干措施,2025年新设外资企业同比增长19.5%,对外经济合作平稳发展。

完善商贸流通体系

2026年,北京市商务工作将始终把保障和改善民生作为重要落脚点。在商贸流通体系建设上,发挥北京“两场”桥头堡作用,稳步推进“6+4”物流基地和农产品批发市场建设,强化物流基础设施支撑,同时引领电商品质化数智化发展,提升商品流通效率与供给质量,确保民生商品供应稳定、便捷可达。

此外,2026年北京将持续扎实做好春节等重要节点的市场保供工作,确保民生商品价格稳定、供应充足,奋力拼出一季度“开门红”,以商务工作实效保障群众美好生活需求。

2025年,北京民生保障网不断织密。会议内容显示,在便民设施设施建设上,北京累计建成850个“一刻钟便民生活圈”,实现城区全覆盖。北京入选现代商贸流通体系试点城市、零售业创新提升试点城市,2025年新开业面积超150万平方米,新投入使用会展场馆23.6万平方米,新落地首店1068家。商业供给更加丰富多元,满足市民多样化消费需求。在物流与市场保供方面,北京市加强物流基地和农产品批发市场设施建设,为商品高效流通提供硬件支撑。

北京商报记者 刘卓瀛