

核心阅读

海关总署在巩固已有进口注册制度改革成果的基础上，基于国际共治、风险管理、全程控制、严谨务实的原则，对现行相关规定进行修订，新规主要呈现四大特点，即公开透明、突出安全、更加便利、共商共治。



□ 本报记者 李立娟

进口食品境外生产企业注册管理制度是落实食品安全法要求，强化进口食品源头监管和风险管理的重要抓手。

近日海关总署举行发布会，就新修订的《中华人民共和国海关进口食品境外生产企业注册管理规定》(以下简称《规定》)及配套实施公告进行了解读。《规定》旨在进一步提升进口食品安全监管水平，便利进口食品贸易，相关政策措施将于2026年6月1日起正式施行。

海关总署进出口食品安全局局长李劲松表示，《规定》及相关配套政策的实施，能够持续护航进口食品贸易顺畅，为全球食品安全治理注入新动能，增添新活力，提供新样板。

完善全链条监管责任体系

据介绍，现行相关规定自2022年1月1日起正式实施，四年多来，全球已有178个国家(地区)的9.6万余家食品企业在华注册，在合规供应商的持续增加助力下，输华食品类别从南非的烘焙咖啡豆到乌兹别克斯坦的干坚果，从挪威的三文鱼到新西兰的冷冻水果，多样化水平不断提高，同时带动我国进口食品贸易总额稳步增长，从2021年的1.25万亿元增长至2025年的1.32万亿元。

随着我国对外开放水平不断提高，境外食品生产企业注册申请数量快速增长，海关总署在巩固已有进口注册制度改革成果的基础上，基于国际共治、风险管理、全程控制、严谨务实的原则，对现行相关规定进行修订，新修订的《规定》主要呈现四大特点，即公开透明、突出安全、更加便利、共商共治。

《规定》更加突出不折不扣贯彻落实食品安全“四个最严”(最严格的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责)的政治站位，强化源头管理，全过程监管；更加突出提升进口注册管理现代化水平，将食品安全法关于“预防为主、风险管理”的理念贯穿注册管理全过程；更加突出不断压实进口食品境外主管部门和企业责任，进一步完善责任明晰、链条完整、环环相扣的进口食品安全全链条监管责任体系。

据介绍，海关通过体系评估、口岸查验、后续监管等措施，对进口食品实施从源头到国门的全链条监管，持续防范产品风险。

海关总署进出口食品安全局副局长路军介绍，企业注册是最前置也是最重要的管理手段，对于工艺标准和生产能力相对固定，未发生重大食品安全事件的食品类别，考虑到贸易便利化，海关允许其企业自动延续；对于风险相对较高的产品，海关需要在企业延续注册过程中和出口国官方合作开展必要的审查，以进一步拧紧“安全阀”。

推出四大创新功能

据介绍，《规定》在便利化方面推出四大创新功能：首建基于风险的注册分类管理，通过实施风险分级目录管理制度，实现注册方式、评审程序等管理要求更精准；首

海关总署公布新规强化进口食品源头监管风险管理 合法合规企业进口注册办理将更高效便捷

创企业有效期满自动延续，优化企业有效期管理更高效；首推企业清单式注册，基于食品安全体系互认，试行批量企业注册更便利；首用企业注册智能辅助审批，依托“人工智能+”等新技术，推动实现自动评审，让企业注册更快捷。

谈及《规定》实施后会给申请企业的便利，李劲松表示，《规定》充分考虑与已有注册制度的衔接性，目前全球已注册的9.6万家食品企业的进口食品贸易不受影响，通过《规定》的实施，将会得到更大便利。一是对95%已注册企业实现自动延续注册。根据《规定》及实施公告，仅对肉与肉制品、燕窝与燕窝制品两类食品外的其他食品生产企业，实现有效期到期自动延续，优化企业有效期管理更高效。对于不能自动延续的上述两类企业，《规定》将延续申请的期限由届满前3到6个月放宽至3到12个月，为企业申请延续注册预留更为充裕的时间。二是对已有企业变更更便捷。对于已注册企业需要变更的情形，采取了更加灵活务实的处理方式，主要评估相关变更是否对食品安全卫生管理和防护体系造成重大影响，决定是否予以变更，最大程度保障食品贸易正常开展。

对于新申请注册的企业，《规定》推出以下四方面便利：一是申请更加便捷，注册申请方式由原来的“官方推荐注册”和“企业自行申请注册”优化为均由企业提交申请，对于纳入需官方推荐注册的进口食品目录内的食品，企业可以在获取主管当局出具的检查报告及推荐函后直接向中方提交申请；二是申请材料更加简化，企业身份证明文件不再局限于营业执照，也可提交官方出具的证明，“生产类型、生产能力”等注册信息调整为必要时提供；三是信息反馈更加快捷，企业注册进展直接通过系统通知到企业，并通报境外主管当局；四是增设“清单注册”快捷通道，对已有良好合作基础并就进口注册事宜达成双边约定的国家和地区，企业还能享受到“清单注册”所带来的注册快捷通道。

“相信《规定》实施后，合法合规的食品企业的进口注册办理将更加高效便捷。”李劲松说。

加强全球食品安全共治

《规定》公布过渡期内，海关总署与主要贸易伙伴相关部门保持密切沟通，已通过“一带一路”海关食品安全合作会议、中国—北欧国家海关检验检疫对话会、中国—东盟卫生与植物卫生措施部长级会谈等多边渠道，面对面为57个国家(地区)的食品安全主管部门人员和代表900余人进行专题宣介。

此外，海关总署设立专班，通过技术性贸易壁垒协定和实施卫生与植物卫生措施协定中国国家通报咨询中心收集、答复各方意见和咨询，陆续发布配套实施公告等文件，优化升级进口食品境外生产企业注册管理系统，让各利益方顺利实施《规定》，共同促进输华食品贸易健康发展。

“国际共治”是进口注册的原则之一。特别是，《规定》第十七条、十八条新增“清单注册”模式，是中国海关在“国际共治”原则下推动的一项重要的制度创新，主要适用于已与中方签署食品安全合作文件，已有良好合作基础的国家和地区，目的是通过加强全球食品安全共治，优化注册评审流程，便利企业注册申请，提升贸易便利化水平。

李劲松表示，满足第十七条列明条件的国家(地区)可与海关总署就具体“清单注册”产品类别、推荐方式、后续监管要求、问题沟通机制、退出机制进行约定，制定更加个性化的注册管理要求。双方达成一致并签署相应合作文件后，该国家(地区)主管当局可依约定向海关总署提供符合条件的企业清单等材料，海关总署依约定对清单内企业实施批量化注册及管理。将原有的企业一报一批改成签署协议后可批量化注册管理。同时，清单注册也不影响企业通过原有的官方推荐或自行申请的注册渠道。

“参与‘清单注册’的国家(地区)主管当局依约定履行监管责任，确保清单中企业符合注册管理要求，并配合海关总署开展抽查和评估，协同提升企业注册的治理能效。”李劲松说。



宁波机场海关依托“亲清直通车·企需关应”之“蓝天通达”服务品牌赋能空港发展，开辟生鲜专属“绿色通道”，推出“专人专责、加班保障、精准高效”的定制化服务，最大限度提升通关时效，降低生鲜损耗。图为近日，关员对进口生鲜开展查验。 本报通讯员 胡波波 摄

产品供给更加丰富 质量认证更加全面 我国绿色消费市场规模稳步扩大

□ 本报记者 丁一

开展绿色消费是顺应消费升级趋势，培育消费新增长点的有力举措。商务部把落实大规模消费品以旧换新政策作为推动绿色消费的重要机遇，在政策设计上对高效率的绿色家电、绿色家居、绿色建材和新能源汽车等予以补贴，进一步激发绿色消费需求，畅通绿色消费循环。绿色商品消费增长带动绿色消费市场规模稳步扩大，绿色产品供给更加丰富，绿色消费的模式不断创新，绿色消费的环境持续优化。

近日，商务部公布了2026年1至2月我国消费市场情况。数据显示，我国消费市场稳健增长，向新向优。其中，智能、绿色产品消费需求旺盛，消费品以旧换新政策对智能、绿色产品带动作用明显。2024年至2025年，全国报废汽车回收1767.3万辆，年均增速45.8%；二手车交易3968.6万辆；规范拆解废旧家电及手机约5300万台，年均增速约12%。

促进绿色优质农产品消费

近年来，绿色优质农产品越来越受消费者青睐，绿色优质农产品消费需求快速增长已成为农产品供给体系升级的重要动力。

2026年1月，商务部等9部门发布的《关于实施绿色消费推进行动的通知》将“加大绿色农产品供应”作为第一条。

2025年7月，农业农村部会同国家发展和改革委员会、商务部等10部门印发了《促进农产品消费实施方案》同样将“优化绿色优质产品供给，满足多层次消费需求”作为重点方向。该方案按照优化供给端、创新流通端、激活市场端的政策思路，提出了9个方面23项具体举措，安排专项资金用以激发绿色优质农产品消费活力。

据农业农村部市场与信息化司司长雷刘功介绍，在促进绿色优质农产品消费方面，农业农村部从推动产销精准对接，强化品牌引领消费和推进农文旅融合消费方面发力。

在推动产销精准对接方面，聚焦“产得好、卖得好、效益高”目标，搭建产销对接平台，举办中国国际农产品交易会，36个大中城市联合开展“菜篮子”产品消费促进活动。同时，深入推进“互联网+”农产品出村进城工程，越来越多的绿色优质农产品实现了产地直销。

产品供给更加丰富 质量认证更加全面

在强化品牌引领消费方面，倡导绿色生产，注重产地环境保护，以绿色、有机、名特优新和地理标志农产品为重点，持续增加绿色优质农产品供给，增强供需适配性。截至2025年底，农产品“三品一标”认证登记总数超过8.8万个，绿色食品原料标准化生产面积达205亿亩。

“我们推动农业品牌目录转化为消费目录，培育农业品牌精品。当前，1400多个农产品区域公用品牌、2000多个企业品牌和2300多个绿色优质产品品牌被纳入目录重点培育。此外，为推进农文旅融合消费，我们连续举办中国农民丰收节金秋消费季，引导各地开展丰富多彩的季节促消费活动，累计带动绿色优质农产品销售超过1600亿元。”雷刘功说。

下一步，农业农村部将统筹发展科技农业、绿色农业、质量农业、品牌农业，按照绿色消费推进行动具体部署，增加绿色优质农产品供给，实施农业品牌提升行动，常态化开展消费促进活动，推动释放绿色优质农产品消费潜力。

质量认证提供更优质产品

产品质量认证处在丰富绿色产品供给前端。鼓励消费者购买获得绿色产品认证的产品和有机产品，首先要健全认证体系，持续扩大认证覆盖面。

2025年12月，国家市场监督管理总局联合商务部等10个部门印发了《绿色产品认证与标识管理办法》，按照“产品目录、评价标准、认证规则、产品标识”四统一的原则，进一步规范绿色产品认证活动和标识使用，推动制度体系从单一标识管理向认证全链条监管转变。

“我们充分发挥质量认证加强质量管理，提高市场效率，维护市场秩序的基础性制度作用，不断丰富绿色供给，引导绿色消费。联合相关部门统筹推进我国统一的绿色产品制度体系建设，与相关部门共同建立电器电子产品有害物质限制使用、绿色建材、绿色快递包装等绿色产品认证制度。”国家市场监督管理总局认证监管司司长姚雷介绍。

“持续增加绿色产品、有机产品的有效供给，帮助消费者实现‘盲选’和‘优选’。在绿色产品方面，已覆盖电子电器、家具、建材等122种与消费者密切相关的产品，发放有效认证证书近4万张。”姚雷介绍，“获得认证，意味着这些产品资源能源消耗少，污染物排放低，易回收处理，健康安全以及质量品质高。”

营造放心消费环境 大力提振消费信心

2025年全国12315平台为消费者挽回经济损失43.5亿元

□ 本报记者 万静

2025年国家市场监督管理总局坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署，把优化营商环境作为提振消费和监管为民的重要抓手，一体推进消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效，持续增强消费者获得感，助力经济社会高质量发展。

实施优化消费环境三年行动

2025年2月，市场监管总局等五部门联合印发《优化营商环境三年行动方案(2025—2027年)》(以下简称《行动方案》)，统筹30个部门推进149项细化措施、部署48个地区试点17项重点任务，破解消费维权堵点，带动消费环境整体优化。

《行动方案》提出，到2027年，消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效、消费环境共治、消费环境引领等五大行动深入开展，供给质量不高、市场秩序失范、维权效能不足等问题得到系统治理，商品、服务质量显著提高，消费风险明显降低，消费纠纷源头治理效果显著，经营者诚信意识普遍增强，消费便利度、舒适度、满意度大幅提升，全国消费环境明显优化。

《行动方案》明确，在实施消费供给提质行动方面，提升实物消费质量、改善服务消费品质，创造更多消费场景，在实施消费秩序优化行动方面，严守消费安全底线，整治市场交易环境，规范市场竞争秩序，完善综合治理机制；在实施消费维权提效行动方面，强化消费纠纷源头解决，强化消费纠纷行政调解，强化消费者权益司法保护，创新消费纠纷多元化解决；在实施消费环境共治行动方面，落实企业主体责任，推动行业自律，加强消协组织建设，强化社会监督引导；在实施消费环境引领行动方面，突出创新引领，注重标杆带动，鼓励区域先行，深化国际合作。

2025年5月8日，优化营商环境三年行动正式启动。同年10月市场监管总局联合工业和信息化部、公安部等13个部门开展全国“优化消费环境月”活动，通过政策解读、成果发布等形式推进方案落实。

各地引导经营者亮诺践诺，创新信用激励、金融赋能和数字支撑，培育了一大批放心消费商店、网店、餐饮店和放心消费市场、商圈、景区，提升消费品质，改善消费体验，形成规模效应和品牌效应，让放心消费走进千家万户。

2025年11月，市场监管总局联合12部门开展全国“优化消费环境月”活动，组织重点活动31项，主题活动3200余次，组织全国性行业协会发起放心消费倡议，直接参与经营主体56万余家，消费者1.327万人次，让消费者可感可及。

点亮便民服务12315品牌

今年初，市场监管总局修订出台了《市场监督管理投诉举报处理办法》(以下简称《办法》)，健全统一权威、科学高效、便民利企的投诉举报处理体系。《办法》优化投诉管辖，压实平台责任，完善行政调解，强化消费维权，优化举报程序，提升处理效能，规制恶意索赔，防止制度滥用。

据市场监管总局相关负责人介绍，随着商事登记制度改革和“双随机”监管全面推行，处理投诉举报已成为市场监管部门发现违法线索、防控市场风险、解决突出问题的的重要手段。制定《办法》，就是要建立全国纵向贯通、横向互联互通、对内综合支撑、对外协同共治的公众诉求处理体系，突出“互联网+”“大数据+”，有针对性、前瞻性地加强重点监管和信用监管，助力公正监管。《办法》的出台也是为了支撑市场监管执法工作，12315平台的投诉举报将成为违法案件的重要线索来源，通过对平台大数据的动态监测分析，完善“诉转案”机制，实现动态监管、精准监管和有效监管，服务市场监管部门的监管执法工作。

“进一步畅通公众诉求渠道始终是我们工作的出发点。”《办法》与12315“五线合一”同步推进，专门规定市场监管部门已向畅通全国12315平台，12315专用电话等投诉举报接收渠道。当前，12315“五线合一”已经基本完成，绝大多数地区实现12315“一号对外”，全国12315平台已经正式上线运行，并支持网页、App、微信、支付宝、百度等多种便捷的登录方式，与企业法人库关联，消费者可以随时随地向任何一家企业在在线提出投诉举报，并直连属地市场监管部门在线受理和反馈。我们正在逐步将12315专用电话数据归集到全国12315平台，实现12315线上线下一体化。

据悉，2025年全国12315平台接收投诉举报2646万件，12315热线平均接通率提升至92.5%，为消费者挽回经济损失43.5亿元，推动消费纠纷在线快速化解机制扩面增效，累计服务企业27.9万家，源头处理消费纠纷12325万件，消费维权更省心。

“我们将持续完善绿色转型支持政策，健全市场化机制，以实施绿色消费推进行动为抓手，持续扩大认证覆盖面，优化产品供给，强化认证监管，确保认证有效性。”姚雷说。

推动消费者自觉绿色消费

近年来，各类消费场景的绿色化程度不断提升。一次性塑料制品使用量持续下降。商务部会同国家发展改革委公布了《商务领域经营者使用报告一次性塑料制品管理办法》，强化经营主体遵守国家禁限塑相关规定的要求。同时，建立一次性塑料制品报告制度，定期组织各地按时报告塑料制品的使用、回收情况。商务部监测数据显示，2025年上半年环保替代品使用量环比增加26.31%。

餐饮行业绿色转型也在加速，商务部等9部门印发《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》，提出坚决制止餐饮浪费，促进低碳环保发展等工作任务，推动减少餐饮领域一次性塑料制品和包装物使用。

推动绿色消费，关键在于激发消费者的内生动力。在生态环境部科技与财务司司长王志斌看来，首先要让个人绿色低碳行为变得有价值。

以武汉碳普惠平台为例，该平台为市民开设了“个人碳账户”，通过数字化技术自动计算乘坐公交、地铁、骑行、节约用电等11类低碳行为的碳减排量，可以兑换商场和超市折扣券，或捐赠支持长江珍稀鱼类保护等公益项目。目前，平台使用人数已经突破200万，累计记录减排行为超过2400万次，个人减排量累计超过4万吨。

消费者日益增强的环保意识，也在引导企业转变生产方式与服务方式。自带杯具购买饮品享折扣，商场使用100%可降解购物袋，降低一次性用品使用等，已成为零售与餐饮业的普遍做法。绿色产品也不断涌现，比如，完全由可回收材料制造的鞋子，零甲醛、低挥发性有机物涂料的家具等商品。这些产品的制造企业从原材料选用、生产用能、包装设计、末端回收全环节发力，打造了不少“零碳产品”和“绿色工厂”。

全国12315消费投诉信息平台已集中公示2624.5万条投诉，全国公示率上升至98.4%，多地探索把投诉公示在消费第一线，让交易更透明，让消费更放心，引导经营者向上向善竞争。

创新消费纠纷多元化化解体系

激发消费市场活力和内在动力，优化竞争生态和营商环境，是改善消费环境的长久之计。《行动方案》不仅强调问题治理和负面约束，更注重探索激励机制，发挥市场配置资源作用，让市场来选择，让消费者来投票，让经营者从“要我变好”向“我要变好”转变，形成需求牵引供给，供给创造需求的良性循环。

《行动方案》提出实施消费环境引领行动，支持优质的商家和品牌、商品和服务，产业和区域脱颖而出，在国家大力提振消费的过程中赢得自身更大发展，进而提高消费供给侧整体质量，引领“大经营者比学赶超，带动消费环境整体好转。突出创新引领，鼓励各地区、各部门积极创新信用激励、金融赋能、流量扶持等市场化激励，积极完善标准引领、质量支撑、数字改革等基础设施，积极融入提振消费、产业升级、区域战略，对外开放等政策，不断增强经营者获得感，让更多经营者参与进来。突出标杆带动，以“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”自我承诺和“示范带动、对标提升、监测评价、动态管理”机制为牵引，培育放心消费商店、网店、直播网、餐饮店、工厂等单位，发展放心消费市场、商圈、景区等集聚区，发挥提振消费和优化环境的三重集聚效应，突出利企惠企，积极创造更多消费场景，探索跨境电商、跨境旅游等国际合作，打通入境人员消费堵点，进一步激发海内外消费潜力；开展地方保护、市场分割突出问题整治，促进全国消费市场高效畅通和规模拓展。

2025年以来，市场监管总局联合国家发展改革委发布线下异地异店退换货倡议，中消协上线“消费查”平台，已汇聚线下无理由退换货承诺企业超过21.4万家，实现无理由退换货线上可查、线下可感，让“放心消费就上”消费查”深入人心。指导杭州、成都、厦门、南宁、太原、兰州等地探索线下消费“一键和解”新模式，将消费维权嵌入移动支付流程，重塑信任纽带，让消费者离店无忧、放心消费。

京津冀三地消协推出线上“家装安心消费课堂”

本报讯 记者张雪泓 近日，由北京市消费者协会、天津市消费者协会、河北省消费者权益保护委员会联合推出的线上“家装安心消费课堂”系列公益活动在京启动，标志着京津冀消费维权协同机制走向线上线下相融合，成为优化消费环境和激发市场活力的创新实践。

据悉，家装消费链条长、专业壁垒高，行业中长期存在报价不规范、合同不严谨、施工质量参差不齐等问题，这不仅影响消费者权益保障，也制约了市场的健康发展。对此，三地消协组织在持续开展线

下科普活动的基础上，创新推出线上教育模式。该模式依托全国首家跨区域消费维权协作组织“京津冀消费维权联盟”，构建涵盖四大教育板块的数字化课程体系，系统回应家装消费全流程中的常见疑问和盲区。

四大教育板块包括“避坑”与标准教育板块、预算与流程教育板块、选材与安全环保教育板块、维权保障与体验教育板块。首批制作的30期专题短视频采用案例拆解、实操讲解等形式，在“京津冀消费维权联盟”官方抖音号及三地消协组织新媒体平台同步推送。

在同期举行的首场线下互动活动中，行业专家与消费者围绕合同风险防范、环保家装等议题进行了交流。参与活动的消费者普遍表示，此类系统化的知识普及对作出更为理性的消费决策具有实际帮助。

三地消协组织表示，未来，在总结家装领域实践经验的的基础上，会逐步将此类系统化、模块化的消费教育推广至医美、二手车、保险等其他存在专业门槛高、信息不对称特征的重点消费领域，持续筑牢京津冀消费者权益保护的基石，以更优的消费环境助力区域经济高质量发展。