

三部门规范互联网平台价格行为 保障消费公平

本报讯 杜雨萌 日前,国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办联合发布《互联网平台价格行为规则》(以下简称《行为规则》)。《行为规则》共计七章29条,规定了平台经营者、平台内经营者实施价格行为应当遵守的规范。

上海国家会计学院金融系主任叶小杰认为,《行为规则》的出台标志着我国平台经济价格监管进入精细化、常态化的新阶段,其核心作用在于重塑平台、商家与消费者之间的权责关系,推动市场转向以质量和服务为核心的良性发展轨道。

国研新经济研究院创始院长朱克力表示,在平台经济从“规模扩张”转向“质量跃升”的关键阶段,《行为规则》的出台为行业发展划定了清晰边界,将产生多维度的深远影响。例如,在商业模式创新层面,《行为规则》通过规范竞争秩序、强化质量约束,引导平台企业转向以产品品质、服务升级、技术创新为核心的价值竞争模式,推动直播电商、即时零售等新兴业态向“规范提质”转型;在高质量发展层面,《行为规则》打通“供给端—经营端—监管端—消费端”的质量闭环,既通过强化平台主体责任提升全

链条质量管控水平,又通过优化消费维权机制增强用户信任,为行业可持续发展筑牢根基。

从内容上看,《行为规则》一是规范价格竞争秩序。根据现行法律法规规定,细化实化监管要求,为平台经营者、平台内经营者提供明确的价格行为指引,推动形成优质优价、良性竞争的市场秩序。二是保护经营者自主定价权。完善对平台内经营者自主定价权的保护规定,明确平台经营者不得对平台内经营者的市场价格行为进行不合理限制或者附加不合理条件。三是保护消费者合法权益。落实明码标价制度,推动动态定价、差别定价等规则公开,规范免密支付、自动续期、自动扣款等服务,更好保护消费者的知情权、选择权。

进一步来看,《行为规则》第四章将经营者价格竞争行为细化为6条规范,重点围绕维护价格竞争秩序、明确价格诚信要求等方面,提出经营者不得实施低价倾销、价格歧视、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等不正当价格行为。

“通过明确价格竞争的‘红线’与‘底线’,既遏制了平台经济中限制商户自主定价权、大数据杀熟等问题,又为合法合

规的价格竞争留出空间,为全球数字经济治理提供了兼顾发展与规范的中国方案。”朱克力表示。

国家发展改革委有关负责人称,《行为规则》对平台经营者、平台内经营者的市场价格行为提出了细化监管要求,落实这些要求客观上需要一定时间。为此,《行为规则》实施日期定为2026年4月10日。在《行为规则》印发后到实施前这段时间,国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办将组织主要平台经营者逐项对照监管要求进行自查,重点开展以下工作:

一是落实关于规范平台经营者价格行为的规定。平台经营者应当全面梳理内部合规制度中的相关条款,对照《行为规则》规定予以细化完善,特别是落实好保护消费者合法权益和平台内经营者自主定价权、规范平台经营者收费行为等规定,并在日常经营中认真执行。

二是完善关于平台内经营者的制度规则。平台经营者应当对照《行为规则》关于依法自主定价、明码标价、价格竞争行为等规定,相应修改完善涉及平台内经营者的市场价格行为的平台规则,并为平台内经营者落实监管要求提供必要

的支持。

三是加强制度宣贯。平台经营者应当积极向平台内经营者宣传《行为规则》和相关平台规则的新要求,做好解释说明工作,推动平台内经营者自觉规范价格行为,共同构建有序竞争、公平竞争的良好平台生态。

同时,国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办将指导有关行业协会采取多种措施加强行业自律,共同抓好《行为规则》落实。

朱克力认为,随着此次《行为规则》的出台,预计将带来三重积极影响。一是净化市场竞争环境,遏制不正当价格竞争乱象,为中小经营者营造公平参与竞争的空间,激发市场创新活力;二是保护消费者合法权益,有效防范大数据杀熟、虚假打折等行为,让消费者在价格透明、竞争公平的环境中受益,提升消费信任度;三是引导平台行业转型,推动平台企业将资源投入技术创新、服务升级、品质提升等核心竞争力建设,促进行业从规模扩张向质量跃升转变。同时,明确的规则也为平台企业提供了清晰的合规指引,降低合规成本,助力行业实现长期健康发展。

牛肉丸配料含量最高的不是牛肉

根据预包装食品标签国家标准,配料表内的原料按占比高低依次排列,直观反映产品原料构成情况。然而调查发现,部分火锅肉丸的产品名称,与其配料表中标注的实际含量最高的原料难以对应。例如,标称“牛肉丸”的产品,配料表首位实为猪肉;标注“墨鱼丸”“章鱼丸”的产品,核心原料却是鱼糜等,与消费者对产品名称的直观认知形成偏差,可能影响其购买判断。

近期,在北京Olé精品超市朝阳大悦城店内看到,一款标称多鱼食品(深圳)有限公司制造的四海鱼蛋“漱尿牛肉丸”,其配料表排在前三位的为猪肉、牛肉、鸡肉。

同日,在某电商超市里销售的一款海霸王肉丸产品,其图文详情页面品名显示为“漱尿牛肉丸”,配料表前三位为猪肉、鸡肉、牛肉,商家称“本页面展示的配料表为最新版”。

此外,一些名称含有“墨鱼丸”“章鱼丸”等字样的产品,配料表中排名靠前的原料也并不是墨鱼、章鱼等品种。

在某电商平台上,一家名为“金玉手工鱼丸”的店铺里销售的多款鱼丸,图文详情页面配料表显示前两位为猪后腿肉、鳗鱼肉,而产品宣传图片中却用较大字体标注“鱼肉含量≥85%”。一家名为“潮汕牛佳鲜肉丸店”销售的章鱼丸,客服介绍称“这是咱们家的潮汕手打章鱼丸,肉含量高达96%以上”,查看其配料表发现,排在前两位的为鱼糜、章鱼肉,且未标明鱼糜的成分。喜得佳旗舰店里销售的一款“墨鱼丸”,店铺客服展示的配料表显示前几位为鱼糜(鱼肉、白砂糖、三聚磷酸钠、焦磷酸钠)、猪肉、饮用水、墨鱼。泰福食品企业店里销售的章鱼丸,经向客服核实,其配料表显示前三位为鱼糜、章鱼、猪肉。

此外,标注具体鱼肉含量的鱼丸产品占比不高。即便有产品标注了相关含量,标注的方式也各不相同。例如,有的

选火锅丸子先查配料表

进入冬季,火锅成为不少消费者的餐饮选择,其中各式丸子凭借多样风味、食用便捷,成为火锅餐桌上的热门食材。面对市场上琳琅满目的肉丸产品,消费者该如何选择?据发现,有些肉丸产品存在名不副实的情况。对此,专家提醒,选购火锅肉丸类食材时不能只关注产品名称,还需查看配料表,甄别食材品质与成分。



标注“鱼糜含量”,有的标注“鱼糜+鱼肉+猪肉含量”。

除了肉丸产品名不副实外,蟹肉棒等产品也存在用产品名称误导消费者的现象。不少蟹肉棒等产品的配料表显示不含蟹肉。

执行标准不一

针对上述现象,中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅分析认为,使用价格较低的鱼糜、鸡肉、猪肉等低价原料替代高价的纯肉类或海鲜,是商家控制成本的主要手段。

在调查中发现,市面上多款丸子类

产品,其产品分类归属及执行标准号各不相同。除了有的企业标注执行企业标准外,市售肉丸大多执行两个行业标准,即《肉丸》(SB/T 10610)和《速冻调制食品》(SB/T 10379)。据了解,这两个标准对于产品包装的规定中并未涉及名称、成分。

朱毅表示,执行标准不一或是造成目前一些肉丸产品名称与用料不对应、鱼肉含量标注口径杂乱的主要原因。目前追求高品质的肉丸会选择执行《肉丸》(SB/T 10610)并标明等级;主打风味的肉丸,多选择门槛更低的《速冻调制食品》(SB/T 10379)。鱼糜制品无最低鱼糜含量要求。地方标准如《汕头牛肉丸》

(DBS44/005-2024)规定,牛肉含量要超过90%。综合来看,目前肉丸产品的真材实料程度,更多依赖于企业标准和品牌信誉。

北京红枫律师事务所主任律师黄启瑞表示,相关产品“名不副实”现象的核心问题在于产品名称未清晰反映其真实属性,涉嫌侵犯《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予消费者的知情权。

上海市消费者权益保护委员会认为,肉丸等产品名不副实,导致消费者的知情权与选择权无法得到有效保障,也不利于行业有序竞争和提质升级,呼吁国家相关部门完善标准,加强监管促进公平竞争。

选购要关注配料表

“肉丸名不副实”已成为消费者选购相关食材时须重点关注的问题。市场监管部门建议消费者在选购时关注包装上的配料表,优先选择正规厂家生产的产品。

挑选肉丸时应选择预包装产品,优选含肉量高制品,火锅肉丸的含肉量有明确标准:执行《肉丸》(SB/T 10610)时,特级肉丸含肉量不低于65%,优级不低于55%,普通级不低于45%;执行《速冻调制食品》(SB/T 10379)时,速冻调制肉丸中鸡肉或猪肉含量不低于10%,牛肉或羊肉不低于8%,其他肉类不低于8%。

此外,要关注配料中的肉类组成。以牛肉丸选购为例,依据广东省汕头市牛肉丸地方标准,只有牛肉含量占比超90%的产品,才具备“汕头牛肉丸”的称号资格;若牛肉含量未达90%,则仅能称为“汕头风味牛肉丸”,其品质与正宗汕头牛肉丸存在明显区别。

市场监管部门特别提醒,市售肉丸普遍存在脂肪和钠含量高的问题。部分肉丸的钠含量超过500mg/100g,长期食用可能增加健康风险。建议通过正规渠道选购,重点关注营养成分表中的热量和钠含量,避免购买零散手工制作或裸露销售的肉丸。