

推销“好吃的”  
要了解监管新规

据新华社北京1月16日电(记者 赵文君)记者16日从市场监管总局获悉,《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》于近日发布,将于2026年3月20日起施行。规定明确了13类不得直播经营的食品,相当于列出“直播禁售食品清单”,凡是在清单上的食品,在直播间里坚决不能卖。

《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》(2025年12月28日国家市场监督管理总局令第120号公布,自2026年3月20日起施行)第十八条:

直播经营的食品应当符合保障公众身体健康和生命安全的要求,直播间运营者、直播营销人员不得通过直播间经营下列食品:

(一)用非食品原料生产的食品或者添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的食品,或者用回收食品作为原料生产的食品;

(二)致病性微生物,农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食品;

(三)用超过保质期的食品原料、食品添加剂生产的食品;

(四)超范围、超限量使用食品添加剂的食品;

(五)营养成分不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品;

(六)腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品;

(七)病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类及其制品;

(八)未按规定进行检疫或者检疫不合格的肉类,或者未经检验或者检验不合格的肉类制品;

(九)被包装材料、容器、运输工具等污染的食品;

(十)标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品;

(十一)无标签的预包装食品;

(十二)国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品;

(十三)其他不符合法律、法规或者食品安全标准的食品。

# 13类食品 在直播间里坚决不能卖



扫码了解更多

直播间销售食品(即梦AI制图)

## 划定“红线” 保障消费者知情权和选择权

随着直播电商食品销售规模不断扩大,食品成为电商直播带货的主打商品之一,为消费者拓展了选购食品的新渠道,同时也存在虚假宣传、假冒伪劣、售卖过期食品等乱象,消费者退货维权难。

针对平台责任落实不到位、风险管控流于形式等突出问题,《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》提出一系列创新性举措,对平台明确了刚性要求,明确13类直播间禁售食品,通过划定“红线”,明确“底线”,更好保障消费者的知情权和选择权。

市场监管总局食品安全总监孙会川表示,平台是食品安全风险防控的关键环节。日常监管发现,有些平台以“主播信口开河,平台束手无策”和“人盯人做不到,靠机器管不住”等说辞来推卸甚至逃避平台责任。

孙会川说,规定向社会释放出鲜明的监管信号:不管是直播间里的货、还是直播间里的人,平台都必须得管;具体管什么、怎么管,平台必须按照规定要求,不打折扣做到位。如果出了问题,平台就要负责到底,使得平台责任从“被动应对”向“主动防控”转变。

## 核验登记运营者资质 对“首播”人员开展培训

杜绝“无资质直播”“无培训上岗”现象。规定明确,平台需要对直播间运营者的主体资质、食品经营许可或备案信息进行核验登记,建立档案并且每六个月更新一次;对于首次开展食品直播的营销人员,必须核验身份信息并组织食品安全培训。

如何确保平台责任落实到位?规定要求,平台必须结合食品类别、交易规模和风险状况,制定食品安全风险管控清单,将直播间运营者资质、禁售食品排查、直播行为规范等,作为重点管控内容。

平台发现食品安全违法行为后,必须立即制止并报告监管部门,同时根据违法情节,采取警示、限制流量、暂停直播、关闭账号、列入黑名单等处置措施;平台接到监管部门通报后,必须及时落实相应的管控要求,坚决杜绝“以罚代管”“放任不管”。

## 细化10项直播行为禁令 严查虚假宣传误导消费

针对滤镜带货、夸大宣传、混淆特殊食品与普通食

品等直播乱象,规定细化了10项直播行为禁令:

不得使用技术手段改变食品真实感官性状;

不得暗示食品具有疾病预防、治疗功能或使用医疗用语;

不得对非保健食品声称保健功能;

不得混淆普通食品、特殊食品、药品;

不得虚假宣传食品产地、成分、功能、适用人群等信息;

不得发布未依法取得资质认定的食品检验机构出具的食品检验信息;

不得以食品安全信息形式发布食品检验数据、结果、报告等;

不得与食品检验机构共同以广告或者其他形式向消费者推荐食品;

不得误导消费者,必须以显著方式提示直接关系消费者身体健康和生命安全的信息;

不得违反法律、法规、规章、食品安全标准规定的其他要求。

## 形成“平台+运营者+营销人员”责任追溯链条

市场监管总局食品安全协调司副司长母兰介绍,规定从解决消费者维权难、举证难出发,为消费者维权提供有力支撑。同时,构建阶梯式处罚体系,既明确法律依据又提高违法成本,形成“平台+运营者+营销人员”的责任追溯链条。

规定要求,直播电商平台在直播页面显著位置设置按键或链接,开通便捷的食品安全投诉举报渠道,确保消费者实时监督、快捷维权。平台接到投诉举报后,需第一时间处理,形成闭环管理;市场监管部门将直播经营食品纳入年度抽检计划,开展监督抽检和风险监测,实现食品抽检“品类全覆盖、风险早发现”。

市场监管总局食品生产经营司司长司光介绍,为确保规定平稳有序实施,直播电商平台要完善直播间准入审核、风险管控清单、违法处置流程等制度,确保平台规则与规定完全衔接;升级技术监测系统,优化智能监测功能,确保能精准识别禁售食品、虚假宣传等违规行为;对平台食品安全管理人员、直播间运营者、直播营销人员开展全覆盖培训,重点讲解禁售食品类别、直播行为规范、责任追究等核心内容。相关经营者需逐项开展合规自查,建立健全内部管理制度,配齐食品安全管理人员,避免违规。