



中老两党两国最高领导人共同宣布启动“中老友好年”

为新形势下两党两国关系发展擘画蓝图

据新华社电 2月5日,中共中央总书记、国家主席习近平复信老挝人民革命党中央总书记、国家主席通伦,共同宣布将2026年确定为“中老友好年”并启动系列庆祝活动。

习近平指出,中老两国是山水相连、世代友好的好邻居、好朋友,是志同道合、命运与共的好同志、好伙伴。近

年来,双方以互利共赢谋发展,以团结协作迎挑战,在涉及彼此核心利益问题上坚定相互支持,为两国人民带来实实在在的福祉。我同通伦总书记、国家主席多次举行会晤,就深化中老命运共同体建设达成重要共识,为新形势下两党两国关系发展擘画蓝图。

习近平强调,一元复始,万象更新。中老关系正处于历

史最好时期,迎来广阔发展前景。中方始终从战略高度和长远角度看待中老关系,愿同老方以庆祝中老建交65周年暨“中老友好年”为契机,赓续传统友谊,深化务实合作,加强战略协作,推动中老命运共同体建设走在国与国关系的前列,为促进地区和平稳定与发展繁荣作出更大贡献。

通伦在致习近平的新春贺信中表示,在习近平总书记、

国家主席的亲自关心和引领下,老中传统友谊更加牢固,政治互信日益深化,全面战略合作成果丰硕。我将指导老方各部门与中方合作办好老中建交65周年暨“老中友好年”系列庆祝活动,打造高标准、高质量、高水平的老中命运共同体,持续推动两国关系及各领域务实合作在新时期迈向新高度,为构建人类命运共同体作出示范。

进一步规范网络交易行为

国新办发布会介绍市场监管服务经济高质量发展情况

2574.5万

2025年,全国新设经营主体2574.5万户,在营活跃企业数量同比增长9.8%,占全部企业的比重提高了4.7个百分点。

2646万

2025年,修订《市场监督管理投诉举报处理办法》,市场监管系统共接收投诉举报2646万件,为消费者挽回经济损失43.5亿元,全年共召回消费品823.6万件,统一销毁侵权假冒伪劣商品3683吨。

综合新华社

消费环境、平台治理、信用建设

2月5日,国新办新闻发布会聚焦市场监管服务经济高质量发展情况,国家市场监督管理总局副局长、国家标准化管理委员会主任邓志勇,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,国家市场监督管理总局网络交易监督管理局司长朱剑桥,国家市场监督管理总局标准技术管理司司长刘洪生现场直面热点问题,详解2026年政策发力方向,一系列提振消费、护航市场的实招硬招即将落地。

99%

2025年,全国食品安全监督抽检不合格率为2.74%,多批次抽检不合格企业数量同比下降了57%;国家药品抽检合格率保持在99%以上;在工业产品质量国家监督抽查中,16种产品的不合格率下降超过10个百分点。

4929

2025年,共突破产业链关键技术瓶颈21项,填补产业急需质量技术空白71项;新建国家计量基准14项、国家标准物质1139种;发布国家标准4929项,同比增长56%;完成检验检测促进产业优化升级重点项目20个,有力支撑了产业链供应链韧性和安全水平的提升。

1.46万

2025年,组织开展公平竞争审查抽查,敦促有关政策制定机关对妨碍统一市场和公平竞争的政策措施进行整改;查处医药领域系列垄断案件,推动涉案药品大幅降价;查办各类反不正当竞争案件1.46万件。综合整治“内卷式”竞争,加强对重点企业的成本调查、价格检查和约谈指导,有效推动“价格战”“补贴战”及时降温。

将出台放心消费主体培育等政策文件

市场监管总局2025年牵头开展了优化消费环境三年行动,请问目前行动进展如何?

邓志勇介绍,中央经济工作会议坚持内需主导、建设强大国内市场,市场监管总局始终把优化消费环境作为提振消费的重要抓手。2025年启动了优化消费环境三年行动,目前已取得了阶段性成效。

在激发消费潜能方面,发布家电、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。制定《关于深入推进消费纠纷多元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。

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,让消费者有感可及。

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,下一步将如何发力治理?

朱剑桥介绍,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,也面临着诸多的挑战。2025年,市场监管部门坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署,坚持监管规范和促进发展并重,突出问题导向,治标与治本相结合,平台经济生态治理取得了重要进展。

重点整治平台规则和收费突出问题。聚焦平台经济领域突出问题,部署开展了约谈整改和排查整治,有力纠治“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,切实保护中小商家和广大消费者的合法权益,我们还联合国家网信办发布《网络交易平台规则监督管理办法》,出台了《网络交易平台收费行为合规指南》,制定《关于推动网络交易平台企业落实合规管理主体责任指导意见》,着力健全平台经济监管的长效机制。

重拳打击直播电商乱象。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”等头部主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。联合国家网信办发布了《直播电商监督管理办法》,进一步强化直播电商的常态化监管。

着力规范外卖平台非理性竞争。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,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。发布实施《外卖平台服务管理基本要求》国家标准,来帮助平台优化管理、提升服务,促进多方共赢发展。

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来完善平台经济监管,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。

研究修订《公平竞争审查条例》配套实施办法

当前统一大市场仍然面临地方保护和行政垄断的问题,针对这些问题,下一步如何精准施治?

姚雷介绍,拆掉了“篱笆墙”,才好修“快车道”。今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:

在严格执法办案方面,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。对突出问题精准识别、督促整改,对严重违法行为强化惩戒震慑,保持高压态势。加强局地协同和专业支撑,压实属地办案责任,进一步增强执法的精准度和有效性。

在加强源头治理方面,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。加大人员培训力度,加快数字技术赋能,进一步提升审查标准化、规范化水平。持续开展政策措施抽查,做好公平竞争审查举报处理,强化监督约束,推动制度深入实施。

在注重合规建设方面,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。聚焦重点领域主动强化合规指导,常态化风险预警,适时通报执法案例、制发工作建议、作出合规提示。持续加大公平竞争执法案件公开曝光力度,明确红线底线,以案释法、以案促治。

积极拓展信用应用场景

对企业来说,信用是一项非常重要的无形资产,也是消费者购买产品的重要依据。下一步如何利用信用建设推动企业发展?

邓志勇介绍,信用监管是市场监管的基础性工具,也是推动经济高质量发展的重要抓手。截至2025年底,国家市场监督管理总局累计归集经营主体各类信用信息154.6亿条,实现跨部门共享数据122.7亿条,通过制定实施《企业信用数据项要求》国家标准,既精准勾勒企业的信用画像,也促进信用数据在金融信贷、政务服务等领域的广泛应用,有效降低制度性交易成本。

信用风险分类监管。国家市场监督管理总局对全国6400多万户企业实施了企业信用风险分类管理,实现对高风险企业问题发现率超过85%,对低风险企业则“无事不扰”。同时,将1.49万户严重违法失信企业列入“黑名单”,通过年报数据分析识别治理大型企业拖欠账款问题,做到宽严相济、靶向施策。

优化信用服务。国家市场监督管理总局深入实施信用提升三年行动,推出“年报服务月”“信用修复服务年”等活动。截至2025年底,累计为4579万户经营主体修复信用,指导1800多万户经营主体合规经营,这种“寓服务于监管”的模式,增强了经营主体的获得感,有效激发了各类经营主体活力。

发挥信用导向作用。信用水平是反映宏观经济健康程度的重要指标,我们持续推进经营主体信用体系建设,形成了6大类、19项创新试点成果,编制发布中国企业信用指数,2025年该指数达到162.66,较上年增加3.89,印证了我国企业整体信用水平提升,也反映出经济强劲的内生动力。

2026年,将持续深化信用监管改革,不断提升监管的精准性和有效性,积极拓展信用应用场景,促进信用要素向优质企业集聚,让“知信”“守信”“用信”成为各类经营主体的坚定共识。