

合规资讯周报

每周监管与合规动态

WEEKLY COMPLIANCE BRIEF

2026年8月24日—8月30日

— 上周监管动态汇总 · 六大合规领域 · 朴朴超市业务专题 —

本期导读：六大领域重点动态 19 项 · 通报处罚 10 起 · 朴朴专题 6 项 · 下周前瞻 5 条

目录

一、本周综述	2
二、六大领域动态回顾	2
三、监管通报与处罚汇总	9
四、朴朴超市业务专题	11
五、下周前瞻	13

一、本周综述

1. 个人信息保护专项行动进入“通报+下架”双轮阶段：工信部 8 月 25 日通报 2026 年第 5 批（总第 58 批）26 款侵害用户权益 App / SDK，公安部检测通报 42 款违规收集个人信息移动应用；三部门阶段性数据显示累计核查 2 万余款、督促整改 4000 余款、公开通报 1100 余款、下架 400 余款
2. 食品安全抽检不合格集中于农兽药残留与添加剂超标：浙江（第 27 期，350 批次中 6 批次不合格）、贵州（24 批次，含即时零售渠道）、华阴（5 批次）三地通告密集发布，龙眼、生姜、黄鳝、荷兰豆、螺丝椒等生鲜品类为主要风险点
3. 平台资质审核责任被实质追责：兴国县市监局对美团外卖区域运营方开出没收违法所得 1.6 万元并处罚款 5 万元罚单，原因是未对入网餐饮商户经营资质作实质性审查，导致商户超许可范围长期销售冷食类菜品
4. 价格与宣传红线再现双 5 万元罚单：生鲜肉类“现杀”“M5 和牛”虚假宣传案、虚构划线价格欺诈案同期曝光，中秋国庆双节临近，促销展示合规压力持续上升
5. AI 与算法合规进入“标准落地”期：智能客服国家标准 GB/T 47746—2026 与《互联网信息服务多渠道分发服务管理规定》均于 9 月 1 日施行，本周为最后准备窗口

二、六大领域动态回顾

1. 数据合规

■ 工信部通报 2026 年第 5 批（总第 58 批）侵害用户权益行为的 App（SDK）

2026-08-25 | 工业和信息化部信息通信管理局

原文链接：https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_33983657

【要点】根据中央网信办、工业和信息化部、公安部联合发布的《关于开展 2026 年个人信息保护系列专项行动的公告》，工信部组织第三方检测机构抽查，共发现 26 款 App 及 SDK 存在侵害用户权益行为并予通报，主要涉及违规收集个人信息、强制频繁过度索取权限、信息窗口乱跳转等问题。通报明确：整改落实不到位的，将依法依规组织开展相关处置工作。

解读：通报已常态化至总第 58 批，监管关注点从“是否收集”转向“最小必要+权限频率+跳转干扰”。App / SDK 需同步核查第三方 SDK 清单、权限弹窗时机与频次、隐私政策与实际行为一致性。

■ 公安部检测发现 42 款移动应用违法违规收集使用个人信息

2026年8月 | 公安部计算机信息系统安全产品质量监督检验中心

原文链接: https://so.html5.qq.com/page/real/search_news?docid=70000021_4766a96b12e52052

【要点】经检测，42 款移动应用存在一项或多项违法违规收集使用个人信息情况，集中为 8 类：未公开收集使用规则（10 款）、未经用户同意收集（27 款）、告知与实际不一致（1 款）、未列明向第三方提供情况（4 款）、申请权限时未同步告知目的（10 款）、超出必要范围收集（7 款）、未提供有效注销账号功能（2 款）、未建立并公布投诉举报渠道（2 款）。检测时间为 2026 年 7 月 13 日至 8 月 7 日；上期通报的 35 款经复测仍有 5 款存在问题，相关应用分发平台已予以下架。

解读：复测未过关即下架，说明“通报—整改—复测—下架”闭环已经跑通。企业须建立整改台账与复测预演机制，避免同一问题重复出现。

■ 2026 年个人信息保护系列专项行动取得阶段性成效

2026年8月 | 中央网信办、工业和信息化部、公安部

原文链接: https://www.cac.gov.cn/2026-08/19/c_1788889479389148.htm

【要点】专项行动开展以来成效数据：累计对 2 万余款 App、SDK 个人信息收集使用情况开展核查检测，督促 4000 余款完成合规整改，公开通报 1100 余款存在违法违规问题的 App、SDK，对 400 余款采取下架等处置处罚措施；针对个人信息处理规则未明确用于广告、用户画像、未提供个性化广告关闭选项等问题，对 1000 余家企业机构的产品开展核查检测；在教育、交通、卫生健康、金融等领域摸排 9 万余家企业机构，发现并督促整改隐患 1.2 万余个。下一步将推进国家网络身份认证公共服务推广应用。

解读：“个性化广告关闭选项”“用户画像告知”被单列点名，是零售电商会员营销场景的高频风险点，需优先自查。

■ 《网络数据安全风险评估办法》进入施行首月

2026-08-20 施行 | 国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部（第 24 号令）

原文链接: https://www.cac.gov.cn/2026-08/20/c_1788889498173657.htm

【要点】办法自 2026 年 8 月 20 日起施行。重要数据处理者应当每年度开展风险评估；重要数据安全状态发生重大变化可能造成不利影响的，应及时对变化部分开展评估；鼓励一般数据处理者至少每 3 年开展一次。触发专项评估的五种情形包括：数据泄露事件、系统重大升级改造、业务重大调整、数据跨境流动、合作方重大变更。

解读：本周为办法施行后首个完整工作周。企业需完成数据分类分级并识别是否构成“重要数据”，同步排定年度评估计划与五种触发情形的专项评估响应机制。

2. AI合规

■ 首个智能客服国家标准 GB/T 47746-2026 将于 9 月 1 日实施

2026-09-01 实施 | 国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会

原文链接: <https://std.samr.gov.cn/gb/search/gbDetailed?mode=p&id=wbR61EUQvtA%3D>

【要点】《顾客联络服务 人工与智能客户服务协同要求》是我国首个聚焦人工客服与智能客服协同机制的国家标准。主要包括：对智能客服和人工客服的服务范围提出明确分配；强调当用户需要人工介入时，应能顺利找到人工客服；明确经营者对智能客服回复内容的责任，不应以“AI 回答不代表公司立场”“算法生成内容不具备法律效力”等理由拒绝履行承诺。

解读：直接约束零售电商客服体系：需提供清晰、可达的转人工入口，并对智能客服的承诺性回复建立内容审核与责任归属机制，不得将 AI 作为免责借口。

■ 人工智能生成合成内容标识要求持续加严

2026年8月 | 国家互联网信息办公室等主管部门

原文链接: https://www.cac.gov.cn/2025-03/14/c_1748783087675395.htm

【要点】生成式 AI 对外提供服务的四项硬性要求持续强化：训练数据合法合规，生成内容全量审核以拦截违法、歧视、虚假内容，用户输入不私自用于模型训练，生成内容须添加 AI 标识。微短剧领域同步要求：使用人工智能技术生成、制作的微短剧，须在每集明显位置添加提示标识。

解读：凡面向公众输出的 AI 生成图文、营销素材、客服话术均需落实标识与审核，营销素材生产流程应增加“AI 标识+合规复核”节点。

■ 生成式人工智能服务与算法备案持续扩容

2026年8月 | 国家互联网信息办公室、地方网信部门

原文链接: <https://beian.cac.gov.cn/>

【要点】截至 2026 年 7 月，全国已有超过 474 款大模型完成备案。企业自主研发或在开源模型基础上微调形成自有权重的大模型，须履行上线备案；仅调用第三方大模型 API、自身不涉及研发训练的，可依法进行算法备案与大模型登记。备案完成后应在对外服务显著位置标明备案编号并提供公示信息链接。

解读：“自研/微调=备案，纯调用=登记”的界线明确。企业需先梳理 AI 功能清单判定路径，再决定备案或登记，避免误判导致流程返工。

3. 算法合规

■ 算法备案五类算法覆盖调度决策，明确含外卖派单与运力调度

2026年8月 | 国家互联网信息办公室

原文链接：<https://beian.cac.gov.cn/>

【要点】依据《互联网信息服务算法推荐管理规定》，需备案的算法包括生成合成类、个性化推送类、排序精选类、检索过滤类、调度决策类五类。其中调度决策类算法明确涵盖外卖派单、网约车调度、物流调度等场景。具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者、深度合成服务提供者须履行备案及变更、注销手续。

解读：即时零售的派单、路径规划、运力调度算法落入调度决策类范围，需评估备案义务；商品推荐、搜索排序则落入个性化推送与排序精选类。

■ 《互联网信息服务内容多渠道分发服务管理规定》9月1日施行

2026-09-01 施行 | 国家互联网信息办公室

原文链接：https://www.cac.gov.cn/2026-05/29/c_1781795864412597.htm

【要点】规定明确互联网信息服务内容多渠道分发服务机构（MCN）不得为未满十六周岁的未成年人提供网络直播发布相关服务；为年满十六周岁的未成年人提供服务的，应当核验身份信息并征得其父母或者其他监护人同意。同时要求服务机构依法核实互联网用户公众账号生产运营者身份，建立规范的直播商品选品机制与纠错机制，禁止混淆视听、误导公众等行为。

解读：直播带货与达人合作须同步建立选品机制、纠错机制与合作方身份核验台账，并排查未成年人出镜风险。

4. 平台合规

■ 市场监管总局部署开展 2026 年中国公平竞争政策宣传周活动

2026-08-28 | 国家市场监督管理总局（国务院反垄断反不正当竞争委员会办公室）

原文链接：<https://www.samr.gov.cn/jzxts/index.html>

【要点】市场监管总局发布《关于开展 2026 年中国公平竞争政策宣传周活动的通知》，部署全国公平竞争政策宣传周相关工作，强化公平竞争政策宣传倡导，推动经营主体合规经营。

解读：宣传周通常伴随地方配套检查与合规宣讲，平台经营者可借窗口期完成内部竞争合规培训与平台规则复核。

■ 外卖平台区域运营方因未实质审查入网商户资质被处罚

2026-08-25 | 兴国县市场监督管理局（兴市监处罚〔2026〕263号）

原文链接：<https://finance.sina.com.cn/stock/aigc/bwdt/sjzjxzc/2026-09-01/doc-iniqhfk1570282.shtml>

【要点】赣州邦康网络科技有限公司作为美团外卖平台在兴国区域的运营方，未按要求对入网餐饮服务提供者的经营资质进行实质性审查，导致入网商户的资质许可与上架菜品审核脱钩、日常动态管控失效，三家未取得冷食类食品经营资质的商户长期在外卖平台销售冰凉粉、凉皮、凉面等冷食类菜品。本次涉案冷食类菜品总货值 213572.53 元，公司获取违法所得 16017.94 元。依据《网络餐饮服务经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》第三十七条、《食品安全法（2025 修正）》第一百三十条第一款，没收违法所得并处罚款 5 万元。

解读：本案将平台责任从“形式审核”推进到“实质审查+动态管控”：资质许可须与上架品类逐项匹配，且需持续复核。生鲜即时零售的品类许可映射、供应商资质到期预警应作为专项整改项。

■ 《互联网平台反垄断合规指引》八类风险示例作为平台自查基准

2026年8月 | 国家市场监督管理总局

原文链接：https://www.samr.gov.cn/xw/mtjj/art/2026/art_0c2b9a3a8af6427582ae8430a056cb45.html

【要点】《互联网平台反垄断合规指引》以示例方式列举八种平台垄断风险：平台间算法共谋、组织帮助平台内经营者达成垄断协议、平台不公平高价、平台低于成本销售、封禁屏蔽、“二选一”行为、“全网最低价”和平台差别待遇，引导平台经营者加强平台规则审查和算法筛查，构建全链条合规管理制度。

解读：“全网最低价”与“低于成本销售”与零售促销话术和补贴策略直接相关，需将营销文案与补贴规则纳入反垄断合规审查清单。

5. 产品合规（食品安全）

■ 浙江省市场监管局发布食品安全监督抽检信息通告（2026 年第 27 期）

2026-08-26 | 浙江省市场监督管理局

原文链接：<https://news.foodmate.net/2026/08/751795.html>

【要点】本期组织抽检粮食加工品、食用油脂及其制品、调味品、肉制品、乳制品、蔬菜制品、水产制品、餐饮食品、食用农产品等 17 类食品 350 批次样品，合格 344 批次、不合格 6 批次。不合格项目：食品添加剂超标——龙眼（二氧化硫残留量）2 批次、白芷（二氧化硫残留量）、猪皮冻（苯甲酸及其钠盐）；农兽药残留超标——番薯（噻虫嗪）、黄鳝（五氯酚酸钠）。不合格产品已责成属地采取下架等措施控制风险，并要求 3 个月内报告核查处置情况。

解读：二氧化硫残留与农兽药残留为生鲜品类高频不合格项，前置仓入库快检与索证索票需覆盖这两类指标。

■ 贵州省市场监管局检出 24 批次不合格食品，即时零售渠道被直接点名

2026年8月 | 贵州省市场监督管理局

原文链接：<https://www.ccn.com.cn/Content/2026/08-21/1419551315.html>

【要点】本期检出 24 批次不合格食品，涉及刺梨原汁、毛尖绿茶、黄桃干、菜籽油、山奈、馒头等。其中盘州市忆隆食品经营部销售的山奈，二氧化硫残留量 0.218g/kg（标准规定不得使用），标称渠道为“美团（手机 App）；网店名称：美团鲜达菜场（鸿福市场店）”。另有菜籽油酸价超标、馒头检出甜蜜素（不得使用）。已责成属地开展核查处置，督促下架、召回。

解读：即时零售线上店铺被直接标注为抽样单位，意味着线上渠道与线下门店承担同等追溯责任。需核对平台内商品与线下批次对应关系，确保一键下架与召回链路可用。

■ 华阴市市场监管局通告 5 批次食品监督抽检不合格（2026 年第 7 期）

2026年8月 | 华阴市市场监督管理局

原文链接：<https://www.huayin.gov.cn/zfxxgk/zdxx/spaq/2094673437683228674.html>

【要点】组织抽检餐饮食品、淀粉及淀粉制品、调味品、豆制品、糕点、肉制品、乳制品、食用农产品、蔬菜制品等 188 批次，检出 5 批次不合格：荷兰豆（噻虫嗪、烯酰吗啉超标）、生姜（噻虫胺超标）、生姜（噻虫胺、噻虫嗪、二氧化硫残留量超标）、螺丝椒（噻虫胺超标）、凉粉（铝的残留量超标）。检验依据为 GB 2763—2026《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》与 GB 2760—2024《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》。

解读：GB 2763—2026 新限量标准已实际适用于抽检判定，供应商承诺函与自检标准需同步更新至最新版本。

■ 生鲜肉类虚假宣传案被处罚 5 万元

2026-08-25 | 烟台市市场监督管理局（烟市监处罚〔2026〕153号）

原文链接：https://www.yantai.gov.cn/col/col103297/art/2026/art_0abb07047cc34c3096265839085b536f.html

【要点】烟台彩海食品有限公司在天猫平台注册的“鲜旗舰店”销售“内蒙吊龙牛肉”“澳洲原切 M5 谷饲牛排安格斯进口和牛”两款产品时使用“现杀”“M5 和牛”进行宣传。经查，澳洲牛排没有分级认证、牛吊龙为统一宰杀批量采购后发货，当事人存在与商品实际情况不符的话术进行宣传，构成虚假宣传行为。依据《反不正当竞争法》第二十五条第一款、第三十五条，罚款 50000 元。

解读：生鲜肉制品的“现杀”“原切”“M5”“安格斯”等分级与产地话术须有认证文件支撑。商品详情页、直播口播、短视频素材应统一纳入宣传合规审核。

6. 价格合规

■ 虚构划线价构成价格欺诈，酒店被警告并罚款

2026-08-26 | 宝鸡市太白县市场监督管理局（太市监处罚〔2026〕18号）

原文链接：https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faic%2Fbwdt%2Fsjsjxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfqk1566527.shtml&finpagefr=w_110

【要点】陕西青峰峡悦豪假日酒店有限公司在抖音平台上架房源时使用虚构划线价：平台划线价采用“客房门市挂牌价+所有附赠服务原价累加”的方式核算并由第三方平台标注，但线上线下均从未以标注的划线价完成真实交易，部分房源历史成交价远低于标注划线价，构成利用虚假价格手段诱导交易的价格违法行为。依据《价格法》第四十条第一款，给予警告并处罚款 1000 元。

解读：虚构被比较价格（划线价/原价）无真实成交支撑即构成价格欺诈，且线上线下口径须一致。零售电商的划线价、参考价、历史低价展示均适用同一认定逻辑。

■ 多起“不正当价格行为”案件被责令改正并警告

2026年8月 | 毕节市七星关区市场监督管理局

原文链接：https://www.qxggs.gov.cn/xzzf/xzcf/202609/t20260901_90801918.html

【要点】七星关区市场监督管理局 2026 年 8 月行政处罚信息公开显示，贵州万和工程招标代理造价咨询有限责任公司毕节分公司、贵州信泰项目管理咨询有限公司等主体因“不正当价格行为”，依据《价格法》被责令改正、立即停止不正当价格行为并给予警告。同批公开的处罚还涉及侵犯注册商标专用权、以不合格产品冒充合格产品、使用未经检验特种设备等。

解读：价格类案件以“责令改正+警告”为主要处置方式，但会形成公开的行政处罚记录，对企业信用与招投标资格产生连带影响。

■ 《互联网平台价格行为规则》平台价格合规要求持续对照落实

2026年8月 | 国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办

原文链接：https://gbdy.ndrc.gov.cn/gbdyjcjd/202512/t20251220_1402519.html

【要点】《互联网平台价格行为规则》共 7 章 29 条，自 2026 年 4 月 10 日起实施，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：一是规范价格竞争秩序，细化监管要求；二是保护经营者自主定价权，明确平台经营者不得对平台内经营者的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。

解读：动态定价、差别定价规则公开与免密支付、自动续期规范，是零售 App 的高频整改点，需核查相关规则是否已向用户明示。

三、监管通报与处罚汇总

时间	监管机构	涉及对象	违规事由	处置措施	来源
08-25	工业和信息化部	26 款 App、SDK	违规收集个人信息、强制频繁过度索取权限、信息窗口乱跳转	通报并责令整改（2026 年第 5 批，总第 58 批）	原文链接： https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_33983657
08月	公安部（计算机信息系统安全产品质量监督检验中心）	42 款移动应用	未公开收集使用规则、未经同意收集、超范围收集、未提供有效注销功能等 8 类问题	通报；上期 35 款复测 5 款未整改已下架	原文链接： https://so.qq.com/page/real/search_news?docid=70000021_4766a96b12e52052
08-25	兴国县市场监督管理局	赣州邦康网络科技有限公司（美团外卖区域运营方）	未实质审查入网餐饮商户资质，致 3 家商户超许可销售冷食类菜品（兴市监处罚〔2026〕263号）	没收违法所得 16017.94 元 + 罚款 5 万元	原文链接： https://finance.sina.com.cn/stock/aigc/bwdt/sjzjxzc/2026-09-01/doc-iniqhfqk1570282.shtml
08-25	烟台市市场监督管理局	烟台彩海食品有限公司	生鲜肉类虚假宣传（“现杀”“M5 和牛”无分级认证）（烟市监处罚〔2026〕153号）	罚款 50000 元	原文链接： https://www.yantai.gov.cn/col/col103297/art/2026/art_0abb07047cc34c3096265839085b536f.html
08-26	宝鸡市太白县市场监督管理局	陕西青峰峡悦豪假日酒店有限公司	虚构划线价构成价格欺诈（太市监处罚〔2026〕18号）	警告 + 罚款 1000 元	原文链接： https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faigc%2Fbwdt%2Fsjzjxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-iniqhfqk1566527.shtml&finpagefr=w_110

时间	监管机构	涉及对象	违规事由	处置措施	来源
08—25	昭通市昭阳区市场监督管理局	昭通市昭阳区小满商贸有限公司	未履行进货查验记录制度+经营超过保质期食品（云市监昭处罚〔2026〕236号）	警告+没收违法所得 1 元+罚款 500 元（罚没合计 501 元）	原文链接： https://cj.sina.com.cn/article/norm_detail?url=https%3A%2F%2Ffinance.sina.com.cn%2Fstock%2Faigc%2Fbwdt%2Fsjzjxzc%2F2026-09-01%2Fdoc-initqhfqk1569719.shtml&finpagefr=w_110
08—26	浙江省市场监督管理局	6 批次不合格食品（龙眼、白芷、猪皮冻、番薯、黄鳝）	二氧化硫残留量、苯甲酸及其钠盐、噻虫嗪、五氯酚酸钠超标	下架控制风险、3 个月内报告核查处置情况	原文链接： https://news.foodmate.net/2026/08/751795.html
08月	贵州省市场监督管理局	24 批次不合格食品（含即时零售线上店铺山奈等）	二氧化硫残留量、酸价、甜蜜素等超标	下架召回、立案查处	原文链接： https://www.ccn.com.cn/Content/2026/08-21/1419551315.html
08—19	毕节市七星关区市场监督管理局	贵州万和工程招标代理造价咨询毕节分公司等	不正当价格行为（违反《价格法》）	责令改正、立即停止+警告	原文链接： https://www.qxggs.gov.cn/xzzf/xzcf/202609/t20260901_90801918.html
08月	四川省简阳市人民法院	倒卖业主信息案被告人	倒卖 9.4 万条业主个人信息	有期徒刑 4 年 6 个月+罚金 30 万元	原文链接： https://www.sichuanpeace.gov.cn/azsf/20260901/2998633.html

本周处罚统计小结

1. 本周通报处罚覆盖个人信息、平台资质、食品安全、价格欺诈、虚假宣传五大类，呈“行政执法+司法惩处”双线并进态势。
2. 个人信息领域为本周最密集板块：工信部 26 款 App/SDK（第 5 批，总第 58 批）与公安部 42 款移动应用相继通报，违规收集、超范围收集、未提供有效注销功能为高频问题；上期通报 35 款复测仍有 5 款未整改被下架，整改闭环已成硬性要求。

3. 平台责任出现实质罚单：外卖平台区域运营方因未对入网餐饮商户资质作实质性审查，被没收违法所得 1.6 万元并处罚款 5 万元，涉案冷食货值 21.36 万元，平台资质审核由形式审查转向实质核查与动态管控。
4. 食品安全抽检不合格集中于农兽药残留（噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠）与食品添加剂超标（二氧化硫、苯甲酸、铝残留），生鲜品类风险突出，即时零售线上店铺首次被直接标注为抽样单位。
5. 价格与宣传类处罚金额集中于 5 万元档：生鲜肉类虚假宣传、虚构划线价价格欺诈两条红线均与零售促销展示直接相关；另有个信犯罪案件判处有期徒刑 4 年 6 个月并处罚金 30 万元，形成强震慑。

四、朴朴超市业务专题

说明：本板块聚焦与朴朴超市（生鲜电商/前置仓即时零售）业务直接相关的监管动态，逐项评估合规风险等级（高/中高/中/低）并给出应对建议。

风险主题	采购	仓储/加工	线上运营	配送	会员营销	用工
平台资质审核	高	中	高	—	—	—
食品安全	高	高	中	中	—	—
价格合规	—	—	高	—	中	—
个人信息	—	—	高	中	高	—
商品宣传	中	—	高	—	中	—
AI与算法	—	—	中	中	中	中

图1：朴朴超市合规风险热力矩阵（按风险主题 × 业务环节）



■ 平台资质实质审查（入网商户与供应商资质核验）【风险等级：高】

涉及业务环节：采购/供应商管理/线上运营/平台治理

影响分析：兴国县市监局对美团外卖区域运营方开出没收违法所得并罚款 5 万元罚单，认定其未对入网餐饮服务提供者的经营资质进行实质性审查，导致资质许可与上架菜品审核脱钩、日常动态管控失效；涉案冷食货值达 21.36 万元。监管已将平台责任从“形式审核”推进到“实质审查+动态管控”，生鲜即时零售的品类许可映射、资质到期预警成为必查项。

应对建议：①建立“经营资质—上架品类”逐项映射校验规则，冷食、生鲜、预包装食品等类目与许可范围强绑定；②搭建供应商资质到期预警与自动下架机制；③对存量商户与供应商开展一轮资质复核，留存实质审查记录以备举证。

■ 生鲜品类食品安全与农兽药残留管控 【风险等级：高】

涉及业务环节：采购/仓储/品控/门店运营

影响分析：浙江第 27 期（350 批次中 6 批次不合格）、贵州 24 批次、华阴 5 批次三地抽检通告密集发布，不合格项集中于二氧化硫残留、苯甲酸、噻虫嗪、噻虫胺、五氯酚酸钠、铝残留，涉及龙眼、生姜、黄鳝、荷兰豆、螺丝椒等生鲜单品；判定依据已切换至 GB 2763—2026 与 GB 2760—2024 新标准。

应对建议：①将二氧化硫残留与农兽药残留纳入前置仓入库快检必检项；②更新供应商准入标准与承诺函至 GB 2763—2026 / GB 2760—2024 最新版本；③完善“一品一码”溯源，确保线上批次与线下实物可一键对应、支持快速下架召回。

■ 价格展示合规（划线价、促销价、动态定价） 【风险等级：高】

涉及业务环节：线上运营/营销活动/商品详情页

影响分析：太白县虚构划线价案认定：以“门市挂牌价+附赠服务原价累加”核算划线价且线上线均无真实成交记录，构成以虚假价格手段诱导交易。同期《互联网平台价格行为规则》要求落实明码标价、推动动态定价与差别定价规则公开。中秋、国庆双节临近，促销价格展示监管将持续收紧。

应对建议：①全面核查 App 内划线价、原价、参考价、历史低价的定价依据，确保有可举证的真实成交记录；②规范“全网最低价”“史上最低”等绝对化用语，纳入反垄断合规审查；③将动态定价、差别定价规则向用户明示，双节大促前完成一轮专项自查。

■ 个人信息保护（App 违规通报 + 风险评估办法施行） 【风险等级：中高】

涉及业务环节：会员体系/线上运营/客服/营销推送

影响分析：本周工信部与公安部合计通报 68 款违规应用，8 类问题中“未经同意收集”“申请权限未同步告知目的”“超范围收集”“未提供有效注销功能”高发；“个性化广告关闭选项”“用户画像告知”被专项行动单独点名。同时《网络数据安全风险评估办法》已于 8 月 20 日施行，重要数据处理者须每年开展风险评估，另有五种情形须触发专项评估。

应对建议：①逐项核对隐私政策与实际收集行为一致性，补齐第三方 SDK 清单与共享目的；②提供个性化推荐/广告的便捷关闭入口；③完成数据分类分级，识别是否构成“重要数据”，排定年度风险评估计划与专项评估触发响应机制。

■ 商品宣传合规（生鲜肉类宣传话术）【风险等级：中高】

涉及业务环节：线上运营/商品详情页/直播与短视频营销

影响分析：烟台彩海食品在电商店铺以“现杀”“M5 和牛”宣传吊龙牛肉与澳洲牛排，因澳洲牛排无分级认证、牛吊龙为统一宰杀批量采购，被认定与商品实际情况不符，构成虚假宣传，罚款 5 万元。该案与朴朴生鲜肉禽品类的宣传场景高度重合。

应对建议：①建立分级、产地、加工方式类宣传话术白名单，凡涉“现杀”“原切”“M5”“安格斯”“有机”等均需留存认证文件；②商品详情页、直播口播、短视频素材统一纳入宣传合规审核；③开展存量商品详情页排查，限期整改无依据话术。

■ AI 与算法合规（智能客服国标+调度算法备案）【风险等级：中】

涉及业务环节：客服体系/配送调度/线上运营

影响分析：智能客服国家标准 GB/T 47746—2026 于 9 月 1 日实施，要求划分智能客服与人工客服服务范围、保障转人工入口可达，并明确经营者对智能客服回复内容负责，不得以“AI 回答不代表公司立场”拒绝履约。同时算法备案五类中的调度决策类明确涵盖外卖派单与运力调度，生成合成类、个性化推送类、排序精选类亦覆盖推荐与搜索场景。

应对建议：①对标国标优化客服转人工路径，建立 AI 回复内容的承诺审核与责任归属机制；②梳理 AI 与算法应用清单，判定派单调度、商品推荐、搜索排序的备案或登记路径；③对所有对外输出的 AI 生成营销素材落实内容标识与合规复核。

五、下周前瞻

- 9 月 1 日起《互联网信息服务内容多渠道分发服务管理规定》施行：MCN 与直播营销须建立规范的选品机制与纠错机制，核验公众账号生产运营者身份，严禁为未满 16 周岁未成年人提供网络直播发布服务，涉及直播带货业务须同步自查。
- 9 月 1 日起智能客服国家标准 GB/T 47746—2026 实施：客服系统须提供便捷转人工入口，并对智能客服的承诺性回复建立审核与责任归属机制，不得以 AI 生成为由拒绝履约。
- 中秋、国庆双节临近，价格促销监管将集中发力：建议提前完成划线价与真实成交记录核对、促销规则公示、绝对化用语清理，以及“全网最低价”类条款的反垄断合规复核。
- 关注欧盟《数字服务法》外溢效应：8 月 31 日欧盟委员会将 ChatGPT 列为“超大型在线搜索引擎”、Reddit 与 Roblox 列为“超大型在线平台”，要求于 2026 年 12 月 31 日前全面履行强化合规义务，涉及跨境业务与 AI 服务商需评估平台责任传导。
- 持续跟踪《大型个人信息处理者个人信息保护规定》正式出台节奏与“守门人”义务口径，同步推进《网络数据安全风险评估办法》首个年度评估排期，并跟进国家网络身份认证公共服务的对

接可行性。

— 本周报由自动化任务每周生成，内容基于公开网络信息检索整理，仅供参考 —