



日前,国家市场监管总局对外发布《食品委托生产监督管理办法》,进一步规范食品委托生产行为,加强监督管理,保证食品安全。新规将于2026年12月1日起施行,这为食品生产经营企业留下了近一年的准备与调整期。

当前,中国食品委托生产市场规模已达数千亿元,从老字号到新消费品牌,轻资产运营的“品牌-代工”模式已成为行业常态。它在提升产业链效率的同时,也滋生了监管的“灰色地带”。一旦出现问题,双方陷入谁来承担责任的拉扯中,其长期代价是公众信任的流失与市场秩序的紊乱。此次新规的核心,在于用系统性规则破解这一困境。它构建了覆盖“合同-生产-标签-召回”的全链条管理体系,而其最锋利的“刃”,无疑是斩向权责错配的委托方食品安全负责制。

“贴牌”≠“甩手” 新规出台 全面规范食品委托生产

□ 华西社区报记者 杨春梅

■ 新规则定食品安全“最终一棒”

近年来,部分品牌方将生产环节完全外包后便做起了“甩手掌柜”,重营销而轻品控。一旦发生产品安全问题,往往陷入“品牌方称只授权贴牌、生产方称按订单制作、销售方称对实情不知”的罗生门,责任在链条间悄然消解。

2025年12月13日,上海消保委的检测便将这类隐患再度推至公众视野:一款名为“北京同仁堂99%高纯南极磷虾油”的产品,宣称磷脂含量达43%,实测值却为0。该事件引发舆论哗然,并直接触发了监管关注。2024年12月25日,市场监管总局明确指出,此事暴露出企业委托生产加工行为不规范等问题。

近年来,从知名零食到婴辅食品,代工模式下的抽检不合格事件频频发生,成为品控失守的典型缩影。这些事件共同揭示出行业长期存在的监管软肋:当责任链条上的主体各自为政、相互推诿时,最终的风险与代价,往往由

处于最末端的消费者无声承担。

新规最根本的革新,在于从制度上确立了“委托方对食品安全负总责”的核心原则。这彻底堵上了品牌方以“轻资产运营”或“仅提供商标授权”为由规避主体责任的后门,将其法律身份从“许可方”重塑为必须深度介入并掌控全链条的“第一责任人”。

与此相匹配的,是委托方主体资质的收紧。新规明确抬高了准入门槛,要求委托方必须具备与其产品风险相匹配的实质性监督能力。这意味着,不具备独立品控体系与专业能力企业,将不再被允许进入委托生产领域,从而在源头驱动行业的结构性净化。

■ 重塑食品产业的“命运共同体”

对于委托方(品牌方),新规彻底改变了“贴牌”的商业计算公式。其成本内涵已从显性的加工费与授权费,扩展至隐性的合规体系建设、全过程监督。这意味着,过去那种依靠

渠道和营销快速扩张,却对生产链条“失控”的轻资产模式难以为继。一场基于真实质量管控能力的行业洗牌在所难免。

对于生产方(受托方),新规在加码其生产过程主体责任的同时,也通过“双标注”等透明化机制,赋予了其从幕后走向台前的历史性机遇。合规、优质的工厂得以将自己的名称与地址,从晦涩的供应链信息变为直面消费者的品牌标识,从而赢得市场信任,实现价值跃升。

长远观之,新规的核心效力在于扭转行业的根本驱动逻辑。它通过明晰且严厉的责任分配,推动产业竞争主轴从“低成本扩张”转向“高可靠性竞争”。

业内人士指出,新规是一次系统的“责任编程”,通过压实品牌方“总责”这一核心代码,驱动产业链上每一个参与者重新校准自身行为。推动中国食品产业告别对“贴牌”规模幻象的依赖,真正驶入依托内在品质、创新与信誉的高质量发展轨道。



图片由AI生成