

# 电动自行车新国标落地追踪

12月1日，新修订的强制性国家标准《电动自行车安全技术规范》实施过渡期正式结束，旧国标电动自行车全面停售。

当前电动自行车市场情况怎样？新标准带来哪些变化？“新华视点”记者进行了采访。

## 新车型正在铺货 市场存观望情绪

“12月1号，我们开始全部切换到新国标车辆的销售。”在广州天河雅迪电动车销售店内，上市不久的新国标产品摆满展厅。店主曾秀章介绍，店铺已经上架5款新国标车型，基本存量在50台左右。

近日，记者走访北京、广州、南京等地多家电动自行车销售门店，看到雅迪、台铃等品牌门店内已在销售新国标车型，铺货正在推进。

但也有一些品牌门店内空空如也。北京一家九号电动车门店销售人员说：“旧国标车型已全部售出，新国标车型近期会陆续到货。”

记者了解到，本次修订的新标准已于9月1日正式实施。9月1日以来，全国电动自行车生产企业均已不再生产旧标准车辆，切换产能开展新标准车辆设计生产。

台铃集团执行总裁孙木楚介绍，公司新国标产品正在加紧生产中。新车涉及研发、开模、供应商量产、整车厂生产等过程，存在磨合过程。目前行业内产品还未大量上市。记者了解到，截至目前，全国有30多个主流品牌企业的约600款车型通过了3C认证，产能逐步提升。

在消费端，不少受访消费者和商家持观望态度。门店销售人员反映，和往年同期相比，近几天进店咨询买车的顾客有所减少，购买意向也较低。

在曾秀章看来，背后原因一方面是在旧国标车型去库存阶段，一系列清库存促销活动加持下，购买需求提前释放。另一方面，新标准调整较多，许多消费者还处于犹豫观望中，“接下来，我们会根据新车型情况、政策要求进行讲解，帮助消费者更好了解产品。”曾秀章说。

售价上涨也是各方频繁提及的话题。记者发现，在售的部分新国标产品较此前类似款式，价格有几百元到千元不等的涨幅。

新日电动车销售公司副总经理韩剑秋介绍，新标准对防火阻燃性能、车身结构安全性、刹车性能等提出更严格的要求，在一定程度上带来成本上升，涨价也会对一些消费者产生影响。

“目前新国标还处于消费者接受的过渡期。”广东省电动车商会执行会长蓝世有预计，明年随着更多新产品陆续上市，“以旧换新”等相关政策启动，新国标电动自行车或将获得更多市场认可。

## 新国标多重升级 多项调整受关注

记者在北京一家电动自行车门店内看到，新国标产品的车把手、车身上印上3C标志，车身结构和一些部件材质都发生了变化。

新标准修改完善近200个重要指标条目，究竟带来哪些变化？

防火性能大幅提升是一大亮点。

工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼介绍，通过优化电动自行车防火阻燃技术指标，塑料重量占比限制在整车重量的5.5%以下，能够起到延缓火灾蔓延速度、降低燃烧强度以及减少火灾发生时有毒气体释放量的效果。

新标准推动增加续航、提升产品的实用性。

星恒电源股份有限公司相关负责人介绍，新标准将铅蓄电池车型整车重量限值调整至63公斤，公司相关产品可以加大电池容量，续航提升到60公里左右。此外，不再强制安装脚踏骑行装置、鼓励安装后视镜和转向灯等。

提升用车安全性是另一变化。

新标准通过完善电池组、控制器、限速器防篡改技术

指标和检测方法，增加互认协同功能，落实“一车一池一充一码”，从技术上大幅提高非法改装门槛；通过增加对蓄电池状态等关键安全信息的动态监测要求，便于消费者及时识别异常情况并加以处理，有助于提升车辆安全水平。

新标准实施以来，一些调整也引发社会热议。

部分新上市的电动自行车没有设计后座，是否因为新标准禁止电动自行车带小孩？

中国电子技术标准化研究院安全技术研究中心副主任任鹏林介绍，新标准的指标与能否搭载儿童并无直接关联。目前，我国绝大部分省份均通过地方立法形式明确了电动自行车不允许搭载成年人，但部分地区允许搭载一名儿童。



据悉，新标准并未修改旧标准关于车辆鞍座长度不应大于350毫米的规定。当前，通过3C认证的大部分新标准车型均可安装儿童安全座椅，此类产品已在各电动自行车门店上市销售。

对于新标准关于时速25公里“超速断电”的要求，部分消费者担心会导致高速行驶时出现急刹车。

“这是对标准条款的错误理解。”何鹏林说，新标准增加了车速超过时速25公里时电动机应停止提供动力输出的要求，“这不会导致车辆正常行驶时突然刹车。这一条款是在前期大量实验数据基础上科学制定的，能有效确保行驶的流畅性和骑行人的安全。”

近日，部分自媒体发布了符合新标准车辆安装金属材质鞍座的视频。

对此，何鹏林说，新标准并未要求电动自行车安装金属鞍座。相关条款对弹性软垫材料的燃烧特性作出规定，“制定此条款的目的是减少座椅的着火隐患，降低火灾发生时的危害程度。”

据何鹏林观察，目前绝大多数通过3C认证并上市销售的新标准车型均使用发泡材料座椅，能够达到防火阻燃要求，也可保证用户的骑行体验。



▲12月1日，上海市中心一家电动自行车销售门店内停放了多辆待返厂旧国标电动自行车（手机照片）。该门店工作人员表示，新国标车辆预计月底才有存货。

■9月28日，广西贺州市公安民警对“鬼火少年”驾驶改装电动自行车“飙车炸街”等行为采取执法行动。

电动自行车市场恰处新旧国标交替的阶段，非法改装现象普遍存在，让交通出行“步步惊心”。 据新华社

## 多措并举保障消费者权益

近日，各地市场监管等部门组织执法人员对电动自行车销售门店加强巡查，推动新国标落地见效。

记者在多个购物平台搜索发现，有商家在销售旧国标的“零公里二手电动自行车”，这些全新的旧国标电动自行车已提前上牌，消费者只需过户就可上路。受访法律人士认为，类似行为利用规则漏洞进行灰色操作，扰乱市场秩序。消费者需提高警惕，购买此类产品可能存在权益无法保障的风险。

广州市市场监督管理局产品质量处处长窦鹏介绍，已加大对电动自行车销售门店的日常检查，严禁销售旧国标车辆，组织开展新一轮的质量抽检，加强新国标车辆的质量监管，实施电动自行车全链条追溯；同时也加强了对电商平台的监测。业内人士提出，有关方面可根据实际情况，推动存量旧国标车辆有序消化，切实保护消费者和商家合法权益。

如何选购产品质量更有保障的电动自行车？

市场监管总局认证监管司一级巡视员李春江提示，消费者要注意3C认证标识，这表明电动自行车经过指定认证机构的认证，符合强制性国家标准要求，可以放心购买和使用；还需核对随车附带产品合格证上的产品型号、整车编码等信息参数是否与实车一致。

此外，如需进一步核实产品合格证真伪和3C认证证书是否有效，可扫描产品合格证上的二维码或登录全国认证认可信息公共服务平台查询确认。

新华社“新华视点”记者 周圆 胡林果 郑生竹  
(新华社北京12月4日电)

日前，中国药品价格登记系统正式上线，国家医保局同步发布相关公告，9家国内外头部药企完成首批药品价格登记。

这一独立于省级医药采购平台的全新价格系统，将给企业、患者等带来哪些影响？记者采访了相关专家和业内人士。

## 提供国家参考定价 助力解决“出海”定价难题

“中国药品价格登记系统是应对医药创新发展新形势的全新探索，是企业构建全球化、多元化价格体系的展示平台。”国家医保局副局长施子海说。

放眼全球，一些国家和地区在药品准入时，往往要求其提供原研国的价格作为国际参考定价。然而以前，我国药品缺乏权威认证的价格信息，导致海外市场参考中国市场的价格时，难以找到可靠的定价依据。

2025年以来，三生制药与辉瑞公司签订双抗创新药海外授权协议、恒瑞医药与葛兰素史克达成创新药海外授权协议、信达生物与武田制药就双抗等创新药达成合作……我国创新药出海迎来爆发式增长。

在此背景下，创新药的国际化需要构建全球化的价格体系，需要权威的价格认证体系。

“我们的一款创新药想进入巴西市场，对方要求提供中国市场价格证明，但当时药品已纳入医保，医保支付价格较低，其他非医保渠道的价格又没有凭证，这让我们一度陷入被动局面。”一家药企负责人回忆道。

以中国规模市场份额作为战略购买人，医保价格能让国内患者享受到优惠，但在国际市场上却难以体现创新药的市场价值。

类似的困扰在众多出海药企中普遍存在，制约着创新药产业国际化发展。业内人士表示，客观来看，在国际上对药品实行两套价格是惯例，一套是公开的市场价格，可查可比，一套是保密的医保支付价，用于医保结算。

借鉴国际惯例，国家医保局发起建设中国药品价格登记系统，为企业提供权威、规范、透明的市场价格登记查询服务，药品上市许可持有人可获取登记价格多语种查询凭证，作为权威价格证明。

专家认为，中国药品价格登记系统与国际接轨，填补了国家层面价格信息平台的空白，构建了我国首个经官方授权、依托真实交易数据的药品价格登记公示体系。

对中国创新药企来说，这是打破出海壁垒、撬动全球市场的一个重要价格“支点”。企业在开拓海外市场时，可凭借这份价格证明，充分体现创新药的真实价值，助力其构建全球化的价格体系。

## 定价渠道不同 不改变日常用药价格

很多人会疑惑，中国药品价格登记系统的登记价格和医保价格、挂网价格是什么关系？会不会影响日常用药成本？

据介绍，中国药品价格登记系统独立于各省级医药采购平台。登记价格是不同渠道发现的药品价格，不改变参保和非参保群众的用药价格水平。

“两个平台相互独立、两套价格体系互不影响。”首都医科大学国家医保研究院院长助理蒋昌松说，这既守住了基本医保惠民利民的民生底线，也有助于支持医药企业打开药品价格的市场化空间。

具体来说，各省级医药采购平台的挂网价格，是医保基金对特定交易条件下的支付价格，比如通过谈判、集采等战略性购买，可通俗理解为“医保折扣价”；中国药品价格登记系统的登记价格，是医保结算以外，如民营医院、互联网医院、零售药店、高端医疗机构等渠道真实交易的价格。

从登记流程来看，药品上市许可持有人自愿向平台申报登记创新药和其他药品价格，并提供相关材料和药品价格真实性承诺书。

也就是说，中国药品价格登记系统的登记价格是已经产生的、真实存在的价格。

点击登录“中国药品价格登记系统”网站后，用户可以选择以个人身份、单位用户等不同身份进行注册，查看已登记的伊基奥尼注射液、注射用卡瑞利珠单抗等药品的价格信息。

根据《关于开展药品价格登记查询服务的公告》，受理单位核验企业和药品基本信息、登记价格交易证明等资料后办理登记，建立“一药一档”。药品上市许可持有人根据临床价值、供需关系、竞争格局等因素，可申请调整登记价格。

据悉，中国药品价格登记系统的登记范围从创新药试点起步，逐步扩展至有登记意愿的其他药品。

## 运用价格杠杆 支持创新药加速跑

着眼未来5年，“十五五”规划建议明确提出，支持创新药和医疗器械发展。

业内人士认为，中国药品价格登记系统的上线，是在价格方面为创新药发展提供更多支持，将为创新药企“走出去”与国外药品“引进来”双向赋能。

“全球视野下，各国药品定价模式不尽相同。中国药品价格登记系统赋予企业市场交易价格的认证，将助力企业在全球市场竞争中把握定价主动权。”药明巨诺副总裁樊琳说，中国创新药在全球市场的成功，也会反哺国内研发投入、促进创新。

另一家受访企业负责人表示，技术创新是创新药企的核心竞争力，企业要沉下心来，聚焦核心技术突破，把政策红利转化为研发动力。

同样，对跨国药企来说，这也是深耕中国市场的契机。受访专家分析认为，以往一些跨国药企因担心中国医保价格较低，影响了自己在其他国家和地区的定价，对进入中国市场心存顾虑。中国药品价格登记系统上线后，与医保价格体系独立运行，为跨国药企提供了更灵活的定价空间。

药品价格登记系统上线之前，一系列支持创新药高质量发展的举措已在2025年相继落地——

1月，中国—东盟医药区域集采平台搭建，促进国产药品、医用耗材进入东盟国家；7月，十六条举措出台，从研发支持、医保及商保目录准入等多维度赋能创新药发展；11月，借鉴国际经验，推行医保谈判药品价格自愿保密机制，并探索商保创新药目录更严价格保密规则……

不少业内专家表示，新上线的药品价格登记系统运用价格杠杆，有望推动好的药品进入中国市场，让更多患者获益。

新华社记者（新华社北京12月4日电）

# 外卖平台“新国标”发布实施

治理“幽灵外卖”、规范平台收费和促销行为、保障外卖小哥权益……市场监管总局近日发布实施外卖平台服务管理基本要求。

市场监管总局网监司有关负责人表示，这一标准旨在引导外卖平台规范服务管理行为，提升服务质量，将进一步推动外卖行业在良性竞争中创新发展。

业内人士表示，作为推动平台经济高质量发展、回应民生关切的重要举措，标准精准回应了当前外卖行业核心痛点，以有效举措引导规范平台收费、规范促销活动、保障劳动者权益等，推动行业从“流量驱动”的无序竞争，转向“服务驱动”的健康生态。

针对“幽灵外卖”等突出问题，守护消费者“舌尖上的安全”。

市场监管总局网监司副局长王丹丹说，标准聚焦平台内商户管理，强化主体责任落实。通过规范商户入驻审核、加强日常运营管理以及推进“互联网+明厨亮灶”等措施，引导外卖平台切实履行食品安全主体责任。

例如，在加强商户入驻管理方面，平台应设置专门的团队和人员，通过人工或者技术手段对商户提供的信息进行审核，除要求商户提供相应证照信息外，还要审核商户实际经营环境，对符合条件的商户要标注“堂食”字样。平台要公示商户有效的经营资质，当出现客诉集中、实际经营地址与登记地址不一致等情况，需要进一步核实信息并采取相关措施。要对商户信息进行抽查和监测，每月抽查比例不少于5%，不断加强对商户日常运营的动态审核。

聚焦平台收费与促销行为，强化竞争秩序规范——

平台经常推出“满减”“折扣”等促销活动，一些中小餐饮商户吐槽“不参与就没流量，参与了就亏本”。

王丹丹说，今年以来，市场监管总局针对外卖行业存在的突出问题，约谈主要外卖平台，明确要求平台企业严格落实法律法规，落实主体责任，维护市场竞争秩序。

针对外卖行业非理性竞争等突出问题，通过标准进一步细化并明确平台收费规则及促销活动管理等要求，引导外卖平台简化收费项目、规范促销行为。

例如，标准区分了“平台价格促销”与“商户价格促销”两种促销方式，明确提出平台价格促销相应成本应当由平台自身承担，不能通过推广工具捆绑、临时上调服务收费标准等方式，将促销活动成本变相转嫁给商户或配送员。

一方面，平台不能通过各种方式强制或者变相强制商户参与促销活动；另一方面，平台不能干预参与活动商户的自主定价权，要求商户开展低价促销。同时，对未参加平台促销的商户，平台也不能采取降低自然搜索排序、限制流量等行为对其经营活动进行限制。

为引导平台理性竞争，标准提出平台要规范竞争行为，不能将商户对消费者提供的补贴作为平台补贴，对外宣传超大补贴体量吸引用户；也不能采用隐藏部分费用、宣传“零元购”等夸张标签、过度重复推送等手段开展营销活动；更不能出现扰乱市场价格认知与正常秩序的行为。

聚焦平台用工管理，强化配送员权益保障——

中国标准化研究院副院长戴新华表示，外卖配送员作为新就业形态劳动者的典型代表，面临着劳动时间长、工作强度大等问题，标准聚焦平台用工管理，从多方面提出相关要求，强化配送员权益保障。

例如，在优化平台调度算法上，标准提出，平台要综合考虑路况、天气、配送难度等因素对调度算法进行优化，科学规划配送路线。因商户出餐慢等情况导致超时的订单，平台对该订单以及受其影响的其他订单进行“补时”，以缓解配送时间紧张带来的压力。

在强化外卖配送员权益保障上，标准提出，外卖小哥在法定节假日、恶劣天气等情形下工作要发放补贴；不将扣款作为配送超时等情形下的处罚方式；合理设置配送员接单时长，建立疲劳提示机制；平台不得通过冲单奖励等方式强制或变相强制配送员超时劳动。

市场监管总局标准技术司二级巡视员蔡彬透露，要紧密结合平台经济与人民群众生活密切相关的特点，强化标准的应用实施效果反馈。下一步，三家主要外卖平台将分别发布执行标准要求的自我声明，强化行业自律和社会监督，共同营造平台经济领域公平竞争的市场环境。

新华社记者 赵文君（新华社北京12月4日电）