

# 习近平会见加拿大总理卡尼

新华社电 1月16日上午,国家主席习近平在北京人民大会堂会见来华进行正式访问的加拿大总理卡尼。

习近平指出,去年10月,我们在韩国庆州会见,开启了中加关系转圜向好的新局面。双方就恢复和重启各领域合作深入探讨,取得积极成果。中加关系健康稳定发展符合两国共同利益,也有利于世界和平稳定和发展繁荣。双方要本着对历史、对人民、对世界负责任的态度,推进构建中加新型战略伙伴关系,推动中加关系迈入健康、稳定、可持续的发展轨道,更好造福两国人民。

习近平就中加关系提出4点意

见。一要做相互尊重的伙伴。中加建交55年来,两国关系历经风雨,跌宕起伏,留下宝贵历史经验和现实启示。中加两国虽然国情不同,但都应该尊重彼此主权和领土完整,尊重各自选择的政治制度和发展道路,坚持国与国正确相处之道。二要做共同发展的伙伴。中加经贸关系的本质是互利共赢,双方都从合作中受益。中国高质量发展、高水平开放将持续为中加合作提供新机遇、拓展新空间。双方要在促进合作上多做加法,在负面清单上多做减法,以更深入、更广泛的合作不断拉紧共同利益纽带。三要做彼此信任的伙伴。民心相通

是最基础、最坚实、最持久的互联互通,双方要鼓励两国教育、文化、旅游、体育、地方等各界加强交流合作,便利人员往来,厚植民意基础。四要做相互协作的伙伴。一个分裂的世界无法应对人类面临的共同挑战,出路在于维护和践行真正的多边主义,推动构建人类命运共同体。中方愿同加方加强在联合国、二十国集团、亚太经合组织等框架内的沟通和协调,共同应对全球性挑战。

卡尼表示,加拿大与中国友好交往历史悠久,两国经济高度互补,拥有广泛共同利益,充满机遇。加方愿同中方构建强劲可持续的新型战略伙伴关系,

为双方人民带来更多福祉。在习近平主席领导下,中国经济迅速发展,科技创新成就显著,为世界经济提供动力。加方重申奉行一个中国政策,致力于同中方相向而行,相互尊重、携手努力,在经贸、能源、农业、金融、教育、气候变化等领域拓展和加强合作。多边主义是世界安全稳定的基石,习近平主席提出全球治理倡议具有重要意义。面对变幻莫测的国际形势,加方愿同中方密切多边协调,维护多边主义和联合国权威,共同维护世界和平稳定。

会见后,双方发表《中国和加拿大领导人会晤联合声明》。(董雪)

市场监管总局发布新规

## 13类食品在直播间里坚决不能卖

规定将于2026年3月20日起施行

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,市场监管总局近日发布的《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》提出了一系列创新性举措,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。据悉,新规将于2026年3月20日起施行。

### 压实平台责任 杜绝“放任不管”

市场监管总局食品安全总监孙会川表示,平台作为直播电商活动的重要载体,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。

规定将直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构全部纳入监管范畴。

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。

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、食品经营许可证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。“做食品的”如果开直播,必须要有相应资质;如果是“纯带货的”,就必须要加强选品把关,谁都不能糊弄消费者。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”。

### 明确“红线” 细化禁止性规定

为切实保障公众身体健康和生命安全,规定划定“红线”,明确了13类直播间禁售食品,其中包括用非食品原料生产、添加有毒有害物质的食品;致病性微生物、重金属超标食品;过期、腐败变质、霉变生虫食品;病死毒死或检疫



(CFP)

不合格的畜禽水产肉类及其制品;无标签预包装食品;国家明令禁止生产经营的食品等。

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,重点解决虚假宣传和误导消费等问题。

例如,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。

消费者在直播间购买食品时,常常遇到维权难、举证难。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。

例如,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,确保消费者实时进行监督、方便快捷维权。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”;监管部门的技术监测记录资料可作为行政处罚的电子数据证据。

市场监管总局食品生产经营司司长光介绍,规定将于2026年3月20日起施行,为做好过渡期衔接、确保规定平稳有序实施,直播电商平台要按照规定要求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。(新华社 赵文君)



## 儿童微短剧岂能“少儿不宜”

孟雅檀

选用年仅11岁的女童饰演“替嫁新娘”,剧情还包含7岁被迫嫁人、15岁生子等严重违背伦理的设定,充斥大量“养成系”“大婚圆房”等成人化隐喻。近日,一儿童微短剧引发众怒,很多网友表示此剧毫无底线,令人作呕。据报道,该剧目前已被多个平台下架。

儿童题材逐渐成为微短剧新宠,但儿童微短剧过度成人化显然是拍过了头。比如,有的微短剧让孩子扮演太监、宫女、皇上等人物,上演儿童版“宫斗”;有的让孩子演绎权谋算计,上演大家族夺权复仇的荒唐戏码;有的则不断重复“霸总”套路……

直接复制成人剧本,让片酬较低的孩子上阵表演,对制作方来说可以大幅节约成本。用镜头包装的“小网红”,长

着小孩脸、说着大人话,可以形成反差感,甚至可以吸引更多受众。但制作粗糙、情节低俗的儿童微短剧,既可能让表演儿童入戏过深、形成不良价值观,更污染屏幕内外风气。长此以往,儿童类微短剧创作水平谈何提升。

孩子不是流量经济的道具,岂能让“成人化”儿童微短剧霸屏。1月8日,广电总局发布《管理提示(儿童类微短剧)》指出,儿童类微短剧相关作

品要遵循儿童身心发展各阶段规律和特征,确保人物言行、故事情节契合相应年龄段的认知能力、生活经验和道德准则。这既是对微短剧创作价值的校准,也是为了保护未成年人的健康成长,制作方和平台应该对照“大纲”改剧本了。

儿童类微短剧不可走入火魔,遏制其“成人化”倾向,成风化人的儿童微短剧才能越来越多。