

网络食品、外卖新规落地 平台与商家准备好了吗?



商户接入美团食安大模型“星眸”，巡检内容覆盖后厨识别、环境预警等多个环节。(受访者供图)

6月1日,《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》开始施行;此前,《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》已于5月20日落地。两部新规“会师”,分别对准外卖和网络食品两大领域,切准消费者对食品安全的担忧疑虑。

两部新规发布已过去数月,新规从“纸面”走向执行,平台和商家准备好了吗?记者对此展开调查。

织密“舌尖责任网”

近年来,网络餐饮业态迅猛发展。然而,点一份外卖很简单,点到一份“放心外卖”是消费者更关心的。有的商户地址虚假、资质造假,平台管理链条存在一些漏洞。与此同时,网络食品假冒伪劣、虚假营销等问题时有发生,影响人民群众食品安全和消费信心。基于此背景,两部新规直击痛点,织密责任之网,让平台、商家、监管部门三方责任落实落细。

两部新规公布以来,多项条款备受关注。

——压实平台主体责任。平台提供者应当明确负责食品安全管理的机构,配备食品安全总监、食品安全员等管理人员。平台提供者主要负责人对

本平台食品安全工作全面负责。

——信息必须透明。入网餐饮服务提供者的网店名称应当与实体经营门面招牌名称一致,不提供堂食服务的,应当在其主页面显著位置设置“无堂食”标识。

——审查实质化。平台提供者应当通过实地核查等方式,对入网餐饮服务提供者的食品经营许可证等经营资质证书进行实质性审查,防止任何单位和个人使用虚假或者他人的经营资质入网提供餐饮服务。

——从细节处抓安全。入网餐饮服务提供者应对餐饮食品进行包装、封口,并保证封口开启后无法复原,防止餐饮食品在配送过程中受到污染。

平台“守门”出实招

新规对外发布以来,落地情况如何?

记者采访发现,各大平台正在推进资质审核与过程管控的“能力升级”。

一方面,加强审核,把好“入口关”。审核虚设,曾为“幽灵外卖”提供了滋生土壤。京东外卖相关负责人介绍,为将“幽灵店铺”拒之门外,带有地理定位的“一镜到底”视频审核将商家入驻审核通过率控制在40%以下。拼多多则对营业执照、食品经营许可证等资质启动新一轮核验,对不符合要求的店铺,从限制流量、限制经营再到清退,逐级加码处理。

另一方面,充分利用创新手段,让技术成为“千里眼”。美团外卖产品部负责人介绍,美团自主研发的食安大模型“星眸”,已覆盖后厨识别、环境预警等多个环节,当前日均后厨巡检超1400万次。淘宝闪购则将AI监管贯穿从建店到经营全链路,用以提升风险识别精度与处置效率。

监管部门也在同步发力,以

“软指导”与“硬约束”相结合的方式,进一步织密监管之网。“此前我们已召开外卖平台企业行政指导会,指导外卖平台全面梳理现有制度、流程等,查找差距和漏洞,抓紧全面自查整改。”市场监管总局餐饮食品安全监督管理局相关负责人说,“接下来,我们将指导各地严肃查处一批重点案件,清退和下线一批违规入网店铺,强化对违法行为震慑力度”。

与此同时,各地监管部门作出多样化有益探索。上海市推出网络餐饮电子证照核验应用,打通监管部门、平台和商户之间的信息链路,对入网餐饮经营者证照进行官方核验。河北沧州、衡水和山东德州三市共建网络餐饮食品安全跨区域监管执法协作机制,加强联络会商与数据共享,提升线索移送和案件协查效率。

中国人民大学公共管理学院教授刘鹏认为,新规明确平台主体责任,倒逼行业告别“重流量轻安全”,将有力推动合规经营、优胜劣汰,助力行业高质量发展。

社会共治齐亮剑

平台入网商户众多,新规从源头入手,细化入网商户行为规范,让商户实实在在担起合法合规的责任。

对标新规,千千万万的人网商户正在经历一场“自我体检”。北京市东城区一家外卖店铺的张老板告诉记者,为通过平台系统实时检查,他将后厨里里外外擦拭了几遍。“现在明厨亮灶的摄像头盯着,垃圾桶不加盖都会被AI巡视到,不及时整改还影响店铺流量。”他说。

像张老板这样整改自查的商家不在少数。在江西南昌新打造的无堂食外卖示范街区里,所有商户均已在外卖平台公示实体店和后厨实景影像,并按要求加挂“无堂食”标识,做到信息全公开、过程全透明。

除了商家自身的整改自查,社会共治的力量也被吸纳进来,延伸监管触角,为食品安全增添保障。外卖骑手直接接触外卖商家,最了解其日常经营情况。北京、广西、浙江等多地聘用其担任食品安全监督员,外卖骑手在取餐、配送途中,可通过手机随手上报证照异常、环境脏乱等问题。

普通消费者的力量同样不容忽视。江苏省淮安市推出了覆盖全市的网络订餐有奖举报机制,举报可通过12315热线等多渠道提

交,建立起全民监督的共治格局。

然而,记者在采访中也发现,新规落地仍面临挑战。目前,各大平台逐步推出“无堂食”标识选项,但有外卖店铺老板坦言:“打上了‘无堂食’标识,就好像让消费者觉得我家的菜不够干净一样,很担心影响销量。”“无堂食外卖的认定标准还需清晰界定。”刘鹏说,其中涉及区分纯外卖店、有限堂食等不同情形,明确标注边界,才能避免平台和商家认知混乱、推诿扯皮。

针对商家顾虑,多家平台正通过分类标签和流量倾斜等方式,将“无堂食”从“减分项”转化为“合规经营加分项”。

此外,新规虽已将笼统规范细化为可核验、可问责的具体准则,但在执行过程中,各地仍需针对具体情形细化监管要求。“例如,平台资质核验及实地核验标准,各地需要根据自身情况进一步明确核查流程、核验清单和判定标准。”刘鹏说。

新规落实在于久久为功。两部新规的落地,是在外卖与网络食品业态规模不断扩大的情况下,进一步压实食品安全责任的探索。只有各方持续用力、协同发力、查漏补缺,才能让消费者点得放心、买得安心、吃得舒心。(新华社)

福彩+苏超,第二现场双倍火热!

5月30日晚,无锡福彩再次开启“社区+第二现场”双线联动。东亭东璟家园小区广场上,便民服务与足球观赛同步上演;南禅寺销售厅及全市多个户外商圈点位,则用游戏、竞猜、抽奖点燃球迷热情。

傍晚6点,小区广场的义剪摊位准时开张。理发师手起剪落,为社区老人和孩子免费打理发型。一旁的刮刮乐小卖场里,“好运十倍”“喜相逢”吸引居民随手刮开惊喜。互动抽奖区不时传来笑声,定制雨伞、水杯等小礼物接连送出。晚七点四十分,大屏上苏超比赛开始——无锡队(江阴主场)迎战南京队。居民们围坐一起,为家乡球队呐喊。中场休息时,主持人抛出福彩知识问答,答对的邻居当场领走小礼品。

福彩站点招募 最高补贴2.5万元

根据省福彩中心统一部署,现启动2026年度无锡新增销售网点激励活动。即日起至9月30日,首批95个签约网点可享省中心专项激励补贴,单店最高达2.5万元。现诚邀具备公益情怀、精通营销、怀揣创业热情的伙伴加入。

销售网点建店类型包括新型渠道专营网点、传统专营网点和兼营渠道网点。新型渠道专营网点主要包括福彩销售专柜、福彩主题形象店、福潮店、户外销售亭等位于城市繁华商圈、旅游景区、产业园、交通枢纽等人流量较大区域的福彩专营

终端哨响,无锡队0:0战平南京队,全场攻防拉满,气氛高燃。

同一时间,南禅寺销售厅主阵地热闹非凡。“点球大战”小游戏前围满了人,众人纷纷在竞猜卡上下预测,猜中赛果即可赢100元刮刮乐。完成打卡的市民还参与了现场抽奖。玉祁唐平湖夜市、万象城室外广场、梅村璟隆广场、湖滨商业街河西走廊、高新万达广场一楼中庭、显云街外摆夜市等户外观赛点也同步直播比赛。不少球迷感叹:“看球有氛围,竞猜有奖励,这个晚上过瘾!”

从社区广场到商圈夜市,从便民服务到足球狂欢,无锡福彩正用一场场“接地气、聚人气”的活动,让公益更有温度、让看球更有氛围。

网点。传统专营网点主要包括位于城区主干道、居民区周边、乡镇等地的福彩专营网点。兼营渠道网点主要包括在知名电影院、咖啡馆、茶馆、书店、餐厅、便利店、超市、烟酒店等地开设的福彩兼营网点。

报名时间:周一至周五(上午8:30至下午4:30);报名地点:无锡市福利彩票发行中心(无锡市槐古路1号)。咨询电话:市区:82820269,82822202;江阴市:86001912;宜兴市:87962026;锡山区:88202331。详情请关注无锡福彩微信公众号。