

填补无堂食外卖监管盲区

根据有关数据,“海量”外卖中,约三成出自无堂食外卖

海量商家涌入无堂食外卖市场的同时,行业经营管理参差不齐、食品安全信息不透明、市场无序竞争等风险随之暴露

地面满是油污、食材厨具等杂乱摆放、上身赤膊的师傅大汗淋漓地炒菜,在“您有新的外卖订单”的催促声中,将外卖快速打包交给一旁等待的快递小哥……这是记者在重庆某无堂食外卖集中点看到的场景。

近年来,作为餐饮行业新业态,方便快捷、价格实惠的无堂食外卖在电商平台的助力下快速发展。记者采访发现,因数量众多、缺少监管标准,部分无堂食外卖处于监管盲区,消费者难以获知食品制作过程等信息,存在食品安全隐患。

受访专家和业内人士建议,应加快完善无堂食外卖管理规范,加大食品安全执法检查力度,强化电商平台管理责任,让无堂食外卖健康有序发展,保障群众“舌尖上的安全”。

无堂食外卖难监管

日前,《瞭望》新闻周刊记者走访部分无堂食外卖集中区域看到,一些商家卫生状况堪忧。重庆华宇·北城中央汇小区临街商铺大部分是无堂食外卖商家,卤味、炒饭、粥等品类繁多。行走其中,路面油污遍地,垃圾桶随意摆放。多数无堂食外卖门店仅一个厨房,往里看去,各种食材、厨具、储物箱等放置杂乱,灶台烟机上油渍斑斑。

临近饭点,商家们忙碌起来。一些店铺门前,店员直接在垃圾桶旁处理食材,便于扔垃圾;多数师傅炒菜时未佩戴口罩,加上天气炎热、设施不全,有的师傅赤膊“上阵”。

一位外卖小哥长期在这里取餐,当记者询问他这些店铺的卫生状况时,他说:“能不那么就别点,实在要点,尽量选有堂食能看见的店更好。”

在重庆龙湖新壹街商场等无堂食外卖集中地,记者同样发现了厨房分区分类管理不到位、食材和垃圾桶摆放在一起、师傅不规范加工食材等卫生管理问题。

无堂食外卖店面租赁、装修、人工等成本低,通过线上平台接单能快速便捷地完成食品加工与配送,成为迅速发展的餐饮新业态。相关券商研究报告显示,估算2015~2024年10年间国内餐饮外卖市场规模从1250亿元增至约1.5万亿元,外卖渗透率从2015年的4%提升至2024年的26%,截至2024年12月,国内外卖用户规模增至5.92亿人。根据有关数据,这些海量外卖约三成出自无堂食经营店,即无堂食外卖。

海量商家涌入无堂食外卖市场的同时,行业经营管理参差不齐、食品安全信息不透明、市场无序竞争等风险随之暴露。近期,江苏、甘肃等地监管部门查处了多个无堂食外卖商家使用草酸清洗小龙虾、加工销售混有异物的不合格食品等案件。无堂食外卖给监管部门带来了新的治理挑战。

这一挑战背后,受多重因素影响。

——点多面广,商家变动频繁,管理难度较大。有餐饮业人士告诉记者,实体餐饮店有固定经营场所和从业人员,监管部门和消费者可以较为便捷地对其进行监督。

多数无堂食外卖只需租用一个小门店或者在居民区就可以办起来,点多面广、比较隐蔽,商家往往只在电商平台上公开营业执照、地址等基本信息,食品加工过程脱离消费者和监管部门的视线。有些地方还会出现实际经营地址与登记地址不一致、伪造食品经营许可证的情况,催生出“幽灵外卖”。

此外,重庆市市场监督管理局餐饮服务监督管理处相关负责人介绍,据初步统计,重庆市从事餐饮外卖的经营者约6万家,其中无堂食外卖约占30%。由于竞争激烈,无堂食外卖经营周期仅1~2个月,淘汰率高,有的经营者不做了又没注销证照。

种种情形交织叠加,导致监管部门难以精准掌握行业底数,卫生状况和食品安全多靠商家自觉,监管工作面临挑战。

——准入门槛低,从业者缺乏安全意识。记者了解到,无堂食外卖投资成本不高,5万元左右就能做套饭、麻辣烫等快餐餐品,不少从业者没有烹饪经验,也可以快速入行,食品安全意识淡薄。

重庆市渝菜烹饪研究院院长蔡顺林表示,据初步统计,重庆餐饮行业从业人员中接受过系统烹饪培训的不到30%,不熟悉餐饮食品安全标准,不懂得怎样在实际工作中依规开展操作。

——行业处于扩张期,竞争激烈,劣币驱逐良币引发恶性循环。有无堂食外卖商家反映,加强食品安全管理,能提升消费者信任度,带动短期订单量上升,也势必推高运营成本。那些忽视食品安全管理的商家反而凭低价、低成本占据优势地位,易形成劣币驱逐良币的现象,削弱无堂食外卖行业的可持续发展潜力。

无堂食外卖店重庆“厨大仙”为了让消费者看得到,吃得放心,自去年起打造“外卖透明化厨房”,在电商等网络平台进行后厨直播。“我们使用新鲜食材、可降解餐盒等,贯彻绿色健康理念。”该店负责人表示,该经营模式的难点在于需要投入大量资金用于平台推广,否则店铺流量就上不去,加之外卖平台普遍抽取高额佣金比例,看似每个月销售额、订单量可观,实际扣除各项成本后仍难实现盈利。“我们原本有五家店,现在就剩一家了。”

监管逐步加强

重庆大学经济与工商管理学院教授廖成林表示,作为高速发展的餐饮新业态,传统的行业标准和监管方式已难以适应无堂食外卖的发展需要。新消费形势下,消费者更加重视消费体验和食品安全,外卖行业和电商平台应主动应变,从数量竞争向品质提升转变。

近期,一些地方已加快探索无堂食外卖聚集区规范化管理,出台无堂食外卖经营服务规范标准,加大对无堂食外卖抽检监管力度,重点严查食品安全、打击查处“幽灵外卖”等。

创新监管模式。浙江省市场监管部门对无堂食外卖聚集区进行“六个统一”的“组团式”管理,促进无堂食外卖商家提升食材储存、加工、制作管理水平。据统计,浙江省共摸排无堂食外卖聚集区161个,涉及无堂食外卖商家3040家,已完成14个无堂食外卖聚集区规范化治理。山西省太原市则采取视频监控、AI“喊话”等方式,随时对外卖店发出提醒。

同时,一些地方加大专项检查力度。陕西省渭南市市场监督管理局出台《渭南市“无堂食”外卖食品安全监管工作指导意见》,明确要求县级市场监管部门对网络餐饮服务第三方平台、无堂食外卖提供者每年至少进行一次全覆盖现场检查等。

近期,咸阳市市场监督管理局对环境卫生差、违规经营的18家无堂食网餐饮经营户,督促外卖平台下架处理;对整改合格并达到要求的商户,经审核后恢复其线上经营资格;对整改后仍不符合要求的,将责令停业直至吊销食品经营许可证。

制定行业标准。今年7月1日,重庆市市场监督管理局发布的《无堂食外卖经营服务规范》(下称《规范》)正式实施,这是全国首个针对无堂食外卖行业的团体标准。该

标准从明确无堂食外卖等关键术语、从业者准入门槛、食品加工制作、外卖配送、网络餐饮服务平台职责等方面对无堂食外卖经营服务进行了细致规定。

“《规范》是外卖经营者的管理‘工具书’,有利于商家降本增效、提升经营管理能力和食品安全意识。”参与制定《规范》的蔡顺林说。

《规范》实施后,无堂食外卖行业出现了积极变化,部分商家进行规范化运营,如安装视频设备公开食品制作全程、加强厨房卫生管理等。

重庆市渝北区岸西餐饮店主营炸鸡柳等外卖轻食,走进该店厨房,记者看到烹饪区、分餐区、储存区标识清晰、干净整洁,厨房内安装了高清摄像头。“厨房卫生状况的改善得益于新标准发布。”店铺负责人孙超说,以前不太懂厨房分区和管理,曾被消费者投诉。市场监管部门积极宣传《规范》后,给予商家明确指导。比如食材在冰箱里分类存放,把洗菜切菜和分餐区域用挡板隔开,不用大改造又能避免交叉污染。有顾客在订单备注里说,“看得到厨房卫生状况和加工过程,吃得放心”。

平台合力赋能。近年来,外卖平台意识到食品安全是行业发展的基石,开始加强对商家的监管。美团、饿了么等平台同步上线“明厨亮灶”“透明厨房”等专区,接入数千家商家,保障了消费者权益和食品安全,顾客复购率大幅提升。

记者从美团获悉,2024年美团共处置外卖商家违规问题4.5万个,同比提升41%,但仍有部分商户缺乏规范意识。为此,美团今年以来建立违规商家公示机制,加强商家入网审核和线下专项巡检,对实际经营场所与资质载明地址不一致的商家,立即采取下线处理,严重违规商家将会列入高风险名单。

多管齐下堵住监管漏洞

一些地方积极探索无堂食外卖监管方式初见成效,但从全国层面看,该行业监管难、覆盖面小等堵点仍有待进一步破解。

首先是完善行业强制性标准。重庆市餐饮行业协会秘书长肖春兰表示,《规范》属于倡导性地方团体标准,无堂食外卖经营服务尚无专门的强制性标准,比如经营场所分区布局、清洗消毒等设备配备、食品加工操作规范等都需要加强,行业管理整体改善还需要时间和多方努力。在《标准》执行方面也应加大力度。

其次进一步明确平台监管职责。受访业内人士表示,外卖商家信息集中在电商平台展示,平台在食品安全保障上既有主体责任,同时对商家的监管也更加便利。目前,平台对商家资质审查、线下巡检的责任尚不明确,对“幽灵外卖”和食品安全问题,平台是否应承担连带责任还存在争议。

最后,保障消费者知情权。部分电商平台采取了公开外卖后厨视频、公示违规商家等举措,但力度有限,大部分无堂食外卖商家的食材采购、食品加工等信息仍处于不透明状态,消费者没有渠道获取这些信息,外卖是否安全卫生仍像开盲盒一样存在不确定性。

廖成林等受访专家和业内人士建议,针对当前无堂食外卖的新特点,应进一步规范无堂食外卖经营管理,一方面可考虑出台无堂食外卖食品安全的强制性规范或标准,为行业立规矩、划红线,引导无堂食外卖提高经营管理水平。

另一方面,加大无堂食外卖执法检查力度,鼓励消费者举报投诉,坚决打击“幽灵外卖”等违法行为,对于违法违规的商家可加大曝光力度,提高失信违法成本。

重庆市市场监督管理局餐饮服务监督管理处相关负责人表示:“监管部门将加大对无堂食外卖的执法检查力度,依法依规要求存在问题的商户进行整改,对整改不到位的将进行处罚。”

此外,还应进一步强化外卖平台责任,除了公开商家证照、地址等基本信息外,还应公开商户食材采购、后厨卫生、食品加工等信息,对监管商家不到位的平台进行约谈和处罚。

《瞭望》新闻周刊记者 周凯 郑世昌

