

“史上最严”外卖新规正式施行 治理“幽灵外卖” 守护“舌尖安全”

2026年6月1日,被业内称为“史上最严”的《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》(以下简称“新规”)正式施行。新规聚焦网络餐饮全链条食品安全监管,对网络餐饮服务经营者落实主体责任作出了全面、系统的规定和指引,针对“幽灵外卖”、后厨环境脏乱、餐品配送污染等群众关切的民生痛点,划定刚性监管红线,标志着餐饮外卖食品安全治理迈入新阶段。

新规正式施行至今近一个月,消费者点外卖时能看到什么新变化?具体执行中是否面临新困境?面对新规落地过程中的困境,我们又该如何破局?



从“盲选”到“透明”,平台标识全面上线

新变化

打开美团外卖APP,消费者在商家列表页可以直观看到绿色的“堂食店”标签和“明厨亮灶”标识。点击带“明厨亮灶”标签的店铺,可以查看后厨实时直播,直观地看到后厨环境、人员操作等动态。暂未开通的商户,也会在显著位置用灰色字体标注“无明厨亮灶”。淘宝闪购、京东秒送也对商家是否是堂食店和是否有“明厨亮灶”进行了标识。

这一变化的背后,是新规的刚性要求。新规明确,专门从事外卖服务、不提供堂食的外卖商家必须在其主页面显著位置设置“无堂食”标识,外卖网店名称必须与实体经营门面招牌名称保持一致。同时,消费者点外卖最担心的就是店铺后厨的卫生状况——食材是否新鲜、操作是否规范、环境是否整洁,过去这些完全处于“盲区”。针对这种情况,新规大力推行“互联网+明厨亮灶”。

已落实该项举措的商户,须在主页设置对应链接标识,监控视频资料留存期限不少于十四日;平台也要在商户列表页统一标注“有明厨亮灶”“无明厨亮灶”区分标识,以公开透明倒逼餐饮商户规范食品加工操作。

“这不是在‘贴标签’,而是补齐经营信息。”一位经营了10年的外卖店主说,顾客关心“有没有堂食”“能不能看后厨”的背后,真正关心的还是商家的食品安全与卫生状况。“以前更多靠商家自律,现在食品安全做得好坏,顾客在平台上直接能看到,做好食安也是一块‘招牌’。”

消费端的感受最为直接。成都市民刘女士工作日午餐基本靠外卖,以往下单时总担心选到卫生不达标、经营资质存疑的店铺,只能反复翻看商家评价,选餐过程十分纠结。“现在平台店铺信息一目了然,绿色‘可

堂食’字样、‘明厨亮灶’实时观看入口全部展示在店铺首页显眼位置,点餐过程既省心又安心。”

配送环节同样迎来升级。新规要求外卖出餐须规范使用食品安全封签,使用“开启后无法复原”的封口包装,防止餐饮食品在配送过程中受到污染。事实上,食安封签作为外卖配送关键角色,不仅可以防范餐品中途被拆、保障消费者用餐安全,还有助于厘清餐损、丢餐责任。“配送时,偶尔会出现包装口意外打开的情况,如果遇到了较真的消费者便是件麻烦事。”外卖骑手小杜说,如今只要封签完好,就能证明配送途中没有私自打开过餐品。多名外卖骑手均认为,新规中对于食安封签的严格要求对骑手利好明显,能够从源头减少与消费者的纠纷。

声音

网友闫立成

食品安全是民生底线,也是法律红线。“幽灵外卖”的存在提醒我们:无论技术如何进步、业态如何创新,都不能让消费者为看不见的风险买单。每一份外卖的背后,都应该有一家看得见、找得到、查得实的实体店,这不仅是对法律的遵守,更是对每一个普通人的尊重。

网友晓章

驱散“幽灵外卖”的阴霾,需要监管的雷霆手段,更需要平台的守土有责。当无人机、大数据织成数字天网,当违规成本远超过违法收益,那些躲在暗处的“幽灵”才会失去隐身衣,老百姓的餐桌才能真正安全。

网友吴伊静

新规建立了从警告到淘汰的梯度处置机制,特别是“禁止重新注册”“列入黑名单”等措施,切中了要害。但要让这套机制真正起作用,还需要跨平台的信息共享。如果一个商家在一个平台被拉黑,转头就能在另一个平台上线,那“黑名单”就成了摆设。这就引出一个更深层次的问题,外卖食品安全不能只靠单个平台各自为政,而需要建立行业级的信用信息共享机制,让违规者“一处失信、处处受限”。

网友胡杨

广大小微商户,是市场经济的毛细血管,他们常常面对“一合法经营就难以以为继”的困境。对于“一址多店”这样的线上新业态,是否可以作出更合理的规定呢?

网友胡栖安

“有无堂食”不能让平台各说各话,诸如有无持续稳定的就餐区域、就餐区域面积占比多少可以认定等等,要有明确的标准;店铺地址不能任由商家自说自话,应该与实际经营地址与经营资质证书载明的经营场所是否一致,确保展示信息与实际相符;在实施“明厨亮灶”的过程中,也应通过技术检测保障信号、设备稳定在线,将政策落实到位。针对上述问题,或还需进一步出台细则或强化线下纠偏、加大惩戒力度,确保政令畅通。政策落地从来不是一蹴而就的,每一次“问题暴露”都是制度完善的契机。相关部门都应该及时收集现实中遇到的问题,并建立纠错机制,同时加强多方联动——商户的问题,就由商户自行整改;平台的疏漏,平台应主动作为;监管部门则通过日常巡查,不断发现问题,跟进整改效果。

标识藏得深、封签执行有参差,执行层面仍有短板

新困境

新规落地带来积极变化的同时,执行层面仍然存在短板。

“无堂食”标识普遍存在感薄弱。新规落地后,外卖平台标签“落地”情况成为消费市场关注热点。点开美团、京东秒送、淘宝闪购三大主流外卖平台发现,“可堂食”“明厨亮灶”标签上线覆盖面广、展示醒目,相比之下,新规重点要求的“无堂食”标识出现标注少、藏得深、跨平台标注有差异三大问题,还有部分商户处于无任何标签的模糊地带,消费者仅凭平台标注难以分清门店是否有堂食。

食安封签、餐箱消杀等有待细化落实。有媒体记者多次下单实测后发现,新规落地总体向好,但依然有部分商家未使用外卖封签。更令人担忧的是配送环节的卫生管理。新规提出,配送人员应当保持个人卫生,使用安全、无害的配送容器,保持容器清洁,并定期进行清洗消毒,保证配送过程中食品不受污染。然而,从实地调研情况来看,餐箱消杀条款落地效果难以尽如人意。在一家落实

了该要求的外卖站点,骑手每天到岗报备后须拍摄餐箱清洁视频上传才能出车。但多数骑手没有统一约束,餐箱清洁全凭个人习惯。多名骑手坦言,日常很少对餐箱做清洗消毒,若是配送过重口味菜品,箱内残留异味会长久不散。

商家的配合度也存在参差不齐的情况。新规要求入网餐饮服务提供者应在主页面显著位置持续展示经营资质、实体经营门面、实际经营地址等信息。走访发现,多数店铺信息公示完整清晰,但也有部分商家存在侥幸心理,且仍有商户对新规的知晓度不足、存在后厨监控接入率低等问题。调查还发现,部分标注“明厨亮灶”的商户直播摄像头并未对准后厨,而是对准打包区甚至空墙,有的点开以后直播画面无法显示,多次点开仍然无法观看,这让“明厨亮灶”的“含金量”打了折扣。

监管层面同样面临挑战。6月15日,深圳开展打击“幽灵外卖”统一执法行动,查到南山城中村时,发现一家名为“大麦现做海

鲜”的店铺注册地址大门紧闭,实际却在数公里外另一家“金牌现做海鲜”店内接单出餐,执法人员当场查获自己下的订单出现在别家店里的铁证,并发现涉事店铺通过APP篡改骑手取货地址、使用过期食材。据悉,深圳此次行动覆盖全市11个区(新区、合作区)的78个街道,现场立案查处39宗违法行为,并同步查处其他相关案件114宗。随后,深圳市市场监管局依法对美团、淘宝闪购、京东外卖三家平台驻深运营机构负责人进行约谈。这说明,即便新规已落地半月,“幽灵外卖”并未彻底消失,全链条治理仍需继续发力。

此外,新规还赋予骑手“食安监督员”的新身份。新规明确提出,倡导配送人员参与社会监督,发现入网餐饮服务提供者存在食品安全违法行为时应及时举报。但骑手的监督积极性有待激发,多数骑手尚未将监督视为自身职责的一部分。“我们大多都只想安稳做好本职配送,专心跑单挣钱,没有多余精力参与举报工作。”一位骑手表示。

AI赋能、骑手“哨兵”、政企共治,共建治理新格局

新合力

面对新规落地过程中仍然存在的短板,多方力量正在形成合力,推动治理走向纵深。

技术赋能,AI成为“不打烊的监管员”。借助AI大模型,外卖平台正快速提升图像识别、后厨预警等能力。据报道,美团前段时间升级了“星眸”食品安全治理大模型,应用已从后厨识别延伸至商家入驻审核、门店真实性核验、后厨环境预警等环节。这表明,新规提到的加大巡检力度、识别虚假门店等,AI都可以参与其中。目前,“星眸”食安大模型已拦截超45万张AI生成的假门头图,日均巡检后厨1400万余次,推动超5万个常见共性问题整改。淘宝闪购也研发并开源了面向餐饮、零售门店的风控治理垂直领域大模型“白泽”,支持商家通过上传“一镜到底”的视频,来为其进行“可堂食”打标。“白泽”能根据视频内容及店铺相关信息,综合判断店铺是否具备真实堂食环境,通过跨帧一致性分析识别视频真伪,防止用静态图片或AI生成视频蒙混过关,确保消费者获得真实的服务体验。京东秒送将上线“堂食判官”系统,商家、骑手、消费者均可通过该系统拍摄上传门店视频或照片,由AI识别并分析

门店就餐区域占比,辅助判断其是否符合堂食标准。

群防群治,骑手化身“食安监督员”。新规赋予骑手“食安监督员”的新身份,为激发骑手的监督积极性,多地已开始探索。湖北咸丰为首批35名外卖骑手颁发聘书,让骑手正式“持证上岗”,成为该县首批食品安全社会监督员;江苏南京也上线“随手拍”小程序,并聘请1720名外卖骑手担任食品安全监督员。内蒙古呼和浩特正式推行外卖骑手食品安全“随手拍”奖励制度,构建起“骑手一线巡查、线索实时上报、部门快速处置”的共治新模式,明确骑手可实名举报餐饮后厨环境卫生差、使用过期变质食材、无证无照经营等各类食品安全隐患,监管部门核实立案后给予5元至5万元分级奖励,重大食品安全违法行为最高奖励5万元。市场监管总局也已印发通知,在全国范围内部署开展“骑手协力 共护食安”网络餐饮食品安全共治活动。骑手不再只是奔波在路上的配送员,更是守护食品安全的流动“哨兵”。

政企协同,从“形式审查”转向“实质管理”。新规明确外卖平台应当至少每六个月

对外卖商家登记的实际经营地址、经营资质等信息核验更新一次,保证上述信息与实际情况相符。北京星权律师事务所副主任甄景善认为,新规带来的最大变化是推动网络餐饮监管转向实质安全。原先平台往往做线上证照形式审核,难以真正排查假证、地址挂靠等问题,监管也以事后查处为主;现在新规将“无堂食”强制标注、资质实质性审查、“明厨亮灶”全覆盖三项要求法定化,构建起事前预防、事中管理、事后追责的全链条体系。新规还支持各平台共享商户违法线索与处置信息,推动建立跨平台失信黑名单联动管理机制。商务部研究院副研究员洪勇建议推动监管部门、平台企业、技术机构和社会公众协同联动,形成一个社会共治的智慧治理体系。

新规让消费者有了“看得见”的选择权,为行业划定了合规底线,落地至今,成效与问题并存,这也是网络餐饮行业走向成熟的必经之路。不过,当越来越多的消费者用订单为“明厨亮灶”“可堂食”投票,藏起来的“幽灵外卖”终将无处遁形。

(综合《工人日报》《南方都市报》《法治日报》等)

新闻多一点

如何让“幽灵外卖”无处遁形

新规落地,越来越多的消费者学会了“点餐三部曲”:一看证照,二核地址,三找“明厨亮灶”。

不过,消费者的体验并非全是掌声,许多消费者表达了更深层的期待。

银川市学生家长王磊建议,平台应该把“使用食安封签”设置为商家接单的前置条件,“现在大部分商家都用了食安封签,但还有个别店‘忘记’贴封签,给孩子吃的,哪怕一单没贴,我都担忧。”

银川市民王女士说:“我吃了外卖后第二天腹泻,想申请理赔时发现,需要提供订单送达后27小时内公立医院开具的食源性疾病诊断证明。隔了一夜,根本来不及开证明。”她希望设置更合理的理赔时间限制,让维权渠道更加畅通。

经常点外卖的李晓婷则提出,“现在查‘幽灵店’,主要是靠消费者举报和监管部门检查。查到了就罚,查不到就继续开。能不能用技术手段提前预警?”李晓婷建议,平台要强化入网审核义务,监管部门应该连通平台数据,对频繁变更地址、证照核验存疑的商户实施“实时预警”和“触发式”线下核查,“不能等出了问题再去找,要让它开不了店。”

(据《宁夏日报》陶涛)