

聚焦平台收费、促销行为等重点问题 外卖平台服务“新国标”要来了

覆盖食品生产、铁路餐食等领域

食品安全新标准 守护“舌尖上的安全”

今年的“外卖大战”成为全民参与的活动,热闹背后,潜藏着诸多问题——平台收费如何计算,成了一笔“糊涂账”;平台“烧钱”内卷,成本转嫁到商户身上;热门店铺是否真实,是否存在“幽灵门店”;配送员的配送时间,被系统算法锁死……

9月24日,市场监管总局组织起草的《外卖平台服务管理基本要求(征求意见稿)》正式面向社会公开征求意见。困扰外卖行业已久的核心痛点,如今有望迎来统一的解决标准。

文件有四方面亮点:明确收费规则以保障商户权益;厘清促销责任并叫停“内卷”;引入一镜到底视频严审商户核资质,守护公众“舌尖上的安全”;首次在国家层面提出限制配送员接单时长、优化算法,系统性保障其基本劳动权益。



如何持续筑牢“舌尖上的安全”防线?国家卫生健康委、国家市场监督管理总局近日公布32项食品安全国家标准和2项标准修改单。

消费者特别关心的食品生产规范、铁路餐食、生乳、灭菌乳等关键领域均有明确规定,旨在进一步完善从农田到餐桌、从原料到终产品、从普通人群到特定人群的食品安全国家标准体系。

一 生产环节再扎“篱笆”

新修订的食品生产通用卫生规范作为食品生产领域的基础性标准,引入了更严格、更细致的管理要求。“新标准将‘预防为主、风险管理、全程控制’的原则落到实处,对食品生产过程的风险管理进行了系统性完善和提升。”国家食品安全风险评估中心标准二室助理研究员国鸽介绍,新标准增加了对寄生虫控制和致敏物质管理的要求。

食品受到蛔虫、绦虫、弓形虫等寄生虫的污染,可能引发食源性疾病,影响消费者健康。此次公布的新标准要求对可能存在寄生虫污染风险的食品,应确保相应的控制措施能发现和杀灭寄生虫及其虫卵。

食物过敏是影响消费者健康的重要因素,严重的食物过敏可能危及生命。致敏物质的管理除了规范标识之外,在食品生产过程中做好致敏物质管控尤为重要。

新标准强调在生产过程中要妥善贮存和使用含致敏物质的原料、半成品和成品,避免交叉污染。同时要避免不含致敏物质的产品与含致敏物质的产品以及含不同致敏物质的产品共线生产,并要求对食品生产人员和食品安全管理人员开展致敏物质管理知识的相关培训等。

此外,新标准还对厂区环境、虫害管理、人员健康、工作服管理、微生物监控等细节提出更明确的要求,旨在全面提升食品生产的卫生控制水平。

二 守护旅途“一碗饭”

新制定的铁路旅客列车餐饮服务卫生规范为列车上的“一碗饭”立下规矩。

新标准明确,铁路旅客列车餐饮服务主要包括餐车内现场加工餐食、铁路旅客列车冷链供应餐食以及铁路旅客列车网络订餐食品。

针对每种形式,新标准都提出了具体的安全管控要求。如,旅客列车冷链餐食生产需具备自动化包装生产线和速冷设备,加工日期要精确到“时和分”;网络订餐需在列

车到站前1小时开始加工,加工完成至配送至旅客列车的时间不宜超过30分钟;餐车严格按操作规程加工制作各类食品,烹饪必须烧熟煮透,食品中心温度应达到70℃以上。

郑州铁路卫生监督所主任医师王增朝表示,标准旨在突出源头控制,推行净菜上车,规范冷链加工配送等技术要求,进一步提高食品安全管理水平,保障亿万旅客途中饮食安全。

三 提供更多元乳制品选择

本次修改单主要对生乳及灭菌乳的酸度进行了修订。

“生乳酸度是衡量生乳新鲜度的重要指标之一。随着我国奶畜养殖产业不断发展、奶畜养殖水平不断提高、冷链储运等条件持续改善,有必要修订现行标准酸度指标以满足行业发展需要。”国家食品

安全风险评估中心标准二室副研究员陈潇说。

专家表示,此次修订使标准更符合我国奶业现状,既保障了养殖场(户)的利益,促进了产业健康发展,也通过更科学的指标引导,为消费者提供更优质、更多元的乳制品选择。

四 特殊人群需求得到关注

在特殊医学用途配方食品领域,新修订的特殊医学用途配方食品通则进一步拓展了产品的广度和深度。

通则新增部分营养调整型全营养配方食品,调整特定疾病全营养食品,细化非全营养配方食品等产品类别。同时完善全营养配方食品的营养成分含量、检测方法以及非全营养配方食品的配方要求、适用人群等。

国家食品安全风险评估中心应用营养一室主任方海琴介绍,该标准与今年3月发

布的特殊医学用途婴幼儿配方食品通则标准相衔接,将为不同年龄患者的特殊营养需求提供有力保障。肿瘤全营养配方食品在特殊医学用途配方食品通则的基础上,进一步细化了特医食品产品类别和具体技术要求,为广大肿瘤患者提供更好的营养支持。

食品安全无小事,标准建设无止境。截至目前,我国已累计发布食品安全国家标准1725项,包含2.3万余项指标,涵盖340余种食品类别。(新华社)



一 商户减负:平台抽成、收费透明化

平台收费项目多、计算规则复杂,是许多外卖商户特别是中小商户的痛点。《要求》的亮点之一,就是对平台收费进行了细致规范。

文件明确,平台面向商户的收费项目主要限于三类:技术服务费、配送服务费和推广服务费。且不能随意变更或新设收费项目,这从源头上遏制了平台通过创造新收费项目来增加商

户负担的可能性。

值得注意的是,文件要求平台持续、显著地公示所有收费规则,甚至将技术服务费的计算公式((商品实际金额+商户其他收费-商户价格促销金额)×费率)以规范性附录的形式公之于众。这意味着,商户今后可以对每一笔订单的费用进行核对,彻底告别“糊涂账”。

根据《要求》,在这三项收费

内容中,推广服务费的透明度也进一步提升。文件要求平台保障推广服务规则通俗易懂,并公示推广服务包含的所有工具和具体类目,以及每种流量推广工具、广告服务的具体计费标准和计费所依据的指标。平台还将免费为商户提供评估推广服务效果的工具和真实信息,包括但不限于推广点击量、推广点击转化率、推广投资回报率等。如此

一来,商户投在推广上的每一笔投入,都能清晰看到转化效果几何。

文件还列举了九类明确禁止的“不合理收费”情形。其中,“因非商户原因取消订单仍收费”“收取推广服务费但未实际提供服务”“强制商户购买服务或参加活动并收费”等条款,直指商户长期诟病的潜规则,为商户经营自主权提供保障。

二 公平竞争:厘清促销责任,叫停“内卷”

火热的外卖补贴大战中,平台看似“烧钱”让利,但部分成本实际转嫁给了商家,《要求》着力厘清促销活动中的责任边界。

具体来看,文件将促销分为平台价格促销和商户价格促销。根据定义,平台价格促销是由平台发起和出资的让利行为,文件明确,此种促销不应要求商

户或配送员进行分摊,或通过推广工具捆绑、临时上调服务收费等方式,将促销活动成本变相转嫁给商户或配送员。

文件规定,平台不得将“商户同步促销”“不在其他平台经营”等作为商户参与其促销的前提条件,有望保障商户的多平台经营自主权,防止排他性竞争。

至于商户价格促销,《要求》也明确指出,由商户自主选择开展,平台不得通过明示或暗示给予商户流量倾斜、承诺优先配送、同步开展平台促销等方式强制或者变相强制商户开展价格促销活动,保障商家自主权。

在此部分,还可以看出《要求》对市场价格秩序也颇为重

视,提到了平台促销活动优惠后,不应使得商品实际成交价格为零或为负;平台不应通过任何方式强制或变相强制商户按照其制定的促销规则开展价格促销,使得商品实际成交价格低于商品成本;在促销活动宣传时,平台不应使用“零元购”“整单免费”“全额减免”等词语。

三 食品安全:一镜到底,封堵“幽灵外卖”

商家没有相关营业执照也没有门店照片,或者用干净明亮的假照片糊弄……针对“幽灵外卖店”问题,除了目前外卖平台商户普遍展示的门店资质、门

脸、后厨等信息之外,文件还引入了新的技术监管手段,即要求商户录制并上传包含门面、后厨等场景的一镜到底视频,且视频需带有真实地理位置信息,以便

平台核验其线上门店与线下实体店地址是否一致或真实。

除了准入时的严格审核,《要求》还建立了动态审核机制,平台每月对不低于5%的商户进

行抽查,并对证照变更、收到投诉、出现食品安全风险等情形的商户启动即时审核,实现对商户经营状况的持续监控,筑牢网络餐饮的安全底线。

四 权益保障:限定配送员接单时长,调度算法考虑路况和爬楼等

为保障广大配送员的合法权益,《要求》对平台算法和管理规则提出了具体的人性化要求。

文件明确提出,配送员每日接单时长原则上不超过8小时,接单时长达到8小时后,平台应发出是否继续接单提示,在配送员自主确认继续接单的情况下,平台也应合理设置配送员8小时外的接单时长;同时,连续接

单4小时系统应发出疲劳提示并暂停派单;平台不应通过算法、冲单奖等活动强迫或变相强迫配送员超时劳动,这为配送员的劳动强度设定了明确的“天花板”。

同时,文件要求平台优化调度算法,综合考虑路况、天气、爬楼等因素,且平台规划配送推荐路线算法不应推荐逆行、禁行等

违规路线。文件还特别指出在计算配送时间时,电动自行车的平均时速应按不超过15公里/小时核算。这意味着系统派单应更符合实际路况,而非“极限施压”,更符合现实交通状况和人性化需求,避免“逼着骑手违章”。

在社会保障方面,《要求》强调符合劳动关系的,平台应为配

送员按时足额缴纳社会保险;如果不符合确立劳动关系情形的,已试点职业伤害保障的平台要为配送员缴纳相关保障费,同时鼓励配送员参与养老保险制度。

此外,《要求》还特别提到,平台、用工合作企业不应将扣款作为配送超时等情况下的主要处罚方式。

(21世纪经济报道)

互联网平台企业涉税信息 10月1日起报送 平台及商户隐匿、拆分收入将受处罚

10月1日起,按照国务院发布的《互联网平台企业涉税信息报送规定》(以下简称《规定》)有关要求,互联网平台企业将首次正式报送平台内经营者和从业人员的身份信息、收入信息。

平台内经营者 需依法办理经营主体登记

据了解,目前有的平台内经营者实际开展了互联网销售业务,但并未按规定办理市场主体登记,也未依法进行纳税申报,既逃避市监、税务等部门管理,又滋生了产品质量差、消费者维权难等问题,扰乱了正常市场秩序。

按照电子商务法规定,除个人销售自产农副产品、家庭手工业品,个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动等法定情形外,均应当依法办理市场主体登记。

平台内经营者和从业人员 需如实办理纳税申报

“按照网络交易监督管理办法等细化规定,个人从事网络交易活动,年交易额超过10万元,应当按照规定办理经营主体登记。同一经营者在同一平台或者不同平台开设多家网店的,需将各网店交易额合并进行计算。”国家税务

总局税收科学研究所所长黄立新介绍,平台企业有提醒平台内经营者依法登记的义务,平台内经营者也有在其网店首页显著位置公示营业执照信息的义务。

税务部门提醒,平台内经营

者和从业人员应当如实汇总在各平台及线下其他渠道取得的全部销售收入,按规定时限完成纳税申报,不得将本应归属于同一纳税主体的收入,通过变更店铺经营主体、关联交易、更换提现账号等方式,分散至多个纳税主体,通过违规拆分收入达到偷逃税款的目的。若未如实按规定进行纳税申报,将承担相应的法律责任。

“《规定》的实施,将有效遏制平台及平台内经营者虚开发票、不开发票、隐瞒收入等行为。”中国人民大学财政金融学院教授朱青认为,税务机关可利用这些信息与平台内经营者申报信息进行比对,识别不实申报的风险,并依法进行处理处罚。

假平台、假业务等违法行为 需加以遏制

近年来,个别不法分子成立假平台、利用平台开展假业务,从

事虚开发票、偷逃税等违法活动,骗取地方政府财政返还,进一步加剧“内卷式”竞争,不利于全国统一大市场建设。

中山大学法学院教授杨小强认为,从近年税务机关查处的多个案件分析看,有的平台与高收入者串通,将高收入者“包装”成平台上的灵活就业人员,并将其线下取得的工资、奖金、利息、股息、红利、劳务报酬等大额收入通过平台进行资金结算,协助资金支付方违规取得发票,进行增值税抵扣和所得税列支,扰乱了经济税收秩序,影响了法治公平的竞争环境。

专家表示,《规定》落地后,平台企业需常态化报送涉税信息,这样会促进平台内经营者和从业人员收入信息的显性化,从源头防范上述违法行为,将有助于促进线上线下税负公平,遏制违规招商引资行为。

(法治日报)