

网络食品、外卖新规落地

平台与商家准备好了吗

新华社北京6月1日电 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?“新华视点”记者对此展开调查。

织密“舌尖责任网”

近年来,网络餐饮业迅猛发展。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,各地监管部门做出多样化有益探索。

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,千千万万的入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。

(记者赵怡宁、王希)



新规落实。新华社发 曹一作

“开门杀”等交通事故赔偿最新司法解释6月底施行

新华社北京6月1日电(记者冯家顺)最高人民法院关于审理道路交通事故损害赔偿案件适用法律若干问题的解释(二),将于6月30日起施行。解释共12条,从责任主体、责任认定、赔偿计算、程序规定等方面作出规定。

关于“开门杀”事故,最新司法解释明确,当被侵权人主张乘车人责任属于该机动车一方责任,并请求保险公司在交强险责任限额范围内以及按照商业三者险合同的约定赔偿的,法院应予支持;保险赔偿后仍不足的,由乘车人、驾

驶人承担赔偿责任。

换句话说,“开门杀”事故中,乘客责任属于机动车一方责任,保险不能任意拒赔,司机和乘客也不能轻易甩锅。

“无偿搭乘”“搭便车”在日常生活中较为普遍。“好意同乘”情形下,发生交通事故该如何划分责任?对于非营运机动车无偿搭载他人,发生交通事故造成搭乘人损害的,根据民法典规定,在机动车使用人没有故意或者重大过失的情形下,应减轻机动车使用人的赔偿责任。

发生事故后,公安交警部门往往会就事故责任作出全责、主责、同责、次责等认定。据介绍,这一认定中的全责、主责,能否直接等同于机动车使用人对搭乘人所受损害具有“重大过失”,进而不能减轻其向搭乘人的赔偿责任,存在不同认识。

对此,司法解释明确,人民法院应当综合公安交警部门作出的认定、事故形成原因、机动车使用人的具体行为等,判断机动车使用人是否构成“故意或者重大过失”。

租车借车出事故,车主有何责任?司法解释明确,被侵权人一并请求机动车使用人与所有人、管理人承担责任的,由使用人承担侵权人应承担的全部责任;所有人、管理人对损害的发生有过错的,在其过错范围内与使用人共同承担赔偿责任。同时明确,上述责任主体实际支付的赔偿费用总和不应超出被侵权人应受偿的损失数额。

也就是说,谁开车谁担责,但如果车主或租车公司存在过错,需要在其过错范围内,与驾驶人承担共同赔偿责任。