

# 外卖平台“新国标”发布实施,治理“幽灵外卖”、规范平台收费和促销行为、保障外卖小哥权益…… 不得强制商户促销和配送员超时劳动



扫码看视频

今年上半年,外卖平台竞争加剧,平台企业之间非理性竞争导致了明显的负外部效应,出现了诸如市场价格信号失灵、平台内商户利益受损、餐品服务质量降低以及食品浪费等一系列问题,引起广泛关注。

12月2日,《外卖平台服务管理基本要求》国家标准发布实施。针对外卖平台服务管理中的突出矛盾和关键短板,该标准将如何引导外卖平台规范服务管理行为,提升服务质量?记者采访了国家市场监督管理总局相关负责人。

## 区分“平台价格促销”与“商户价格促销” 平台不能强制商户参与促销

针对社会广泛关注的外卖平台非理性竞争,此项国家标准将如何规范?国家市场监督管理总局相关负责人表示,部分外卖平台以过度“补贴”等方式开展竞争,大量平台内商户也被裹挟其中,陷入“不参与没流量,参与没利润”的困境。对此,标准给出了比较系统化的引导性规定。

区分“平台价格促销”与“商户价格促销”。标准提出平台价格促销是“由外卖平台发起和出资的”,相应成本应当由平台自身承担,平台既不能将商户的补贴包含在一起,对外宣传超大补贴体量吸引用户,也不能通过任何方式将成本转嫁给商户或配送员。标准提出在宣传页面和支付结算页面,都要显著区分平台价格促销和商户价格促销,既保障消费者的知情权,也让促销行为更加透明。

规范促销宣传行为。商户通过竞价排名、付费置顶等方式推广商品,平台应明确标记为“广告”,供消费者识别;不能采用隐藏部分费用、宣传“零元购”等夸张标签、过度重复推送等手段开展营销活动。

保障商户自主权。标准提出要充分保障商户经营的自主权,一方面平台不能通过各种方式强制或者变相强制商户参与促销活动;另一方面,平台应充分保障参与平台价格促销商户的自主定价权。对未参与平台价格促销的商户,平台不能采取降低自然搜索排序、限制流量等行为进行限制。

多措并举形成合力。标准除直接限制非理性竞争行为外,还通过提高外卖餐品质量、在算法中为配送员“降速”以及加强消费者权益保护等多个方面形成系统性合力,促进外卖行业市场竞争回归理性。

## 将平台向商户收取的费用统一为三大类 让商户清楚知道“收的什么费,收多少费”

针对很多餐饮商户反映的平台收费不透明不合理的问题,此项国家标准有什么规定?国家市场监督管理总局相关负责人表示,标准在法律法规规章等要求基础上,从多维度对外卖平台收费行为进行了细化和补充。

统一收费项目。针对行业内收费项目繁杂、名称众多、规则不清等问题,标准在收费项目设置上,将平台向商户收取的费用统一为技术服务费、配送服务费和推广服务费三大类,并要求平台简化收费规则,让商户清楚知道“收的什么费,收多少费”等关键信息。

规范收费行为。标准提出平台应将收费合规纳入平台合规治理体系,通过列举“因非商户原因取消订单仍收费”“强制商户购买服务或参加活动并收费”等不合理收费情形,进一步规范平台收费行为。

加强信息披露。在收费信息公示上,引导平台以显著方式公开收费规则等关键信息,并向商户提供真实、完整的结算明细,提升平台收费透明度。在收费规则调整上,对平台提出严格的程序性要求,确需新设收费项目的,要充分征求意见并公示,还应设置合理过渡期,保障商户的知情权与参与权,避免对其经营造成不利影响。

评估服务效果。针对商户重点关注的平台推广服务花样多、收费高、扣费不透明等问题,标准提出平台应保障推广服务规则简洁明晰、通俗易懂,向商户清晰公示,并提供相应的问询渠道。提出平台应当为商户免费提供评估推广服务效果的工具,以便商户进行合理决策。

## 一图读懂

### 商户管理



问题	标准关键内容
“幽灵外卖”	<b>入驻条件:</b> 商户应提供带有门店定位的“一镜到底”视频,平台应根据视频核验定位信息与商户证照的一致性。 <b>信息审核:</b> 准入审核与动态审核;监测到潜在风险时,触发动态审核机制。 <b>运营管理:</b> 配送员地址校验、标识“堂食”标签等。
“爆单”	<b>鼓励平台为商户提供“爆单”预警,</b> 并同步提示消费者“商户繁忙”状态,引导消费者理性下单。

### 价格行为



问题	标准关键内容
平台多收费、乱收费	<b>收费项目:</b> 收费项目为技术服务费、配送服务费和推广服务费三类。 <b>收费信息披露:</b> 向商户提供真实、完整的结算明细,列明各项费用组成、费率比例及实际到账金额。
非理性竞争	<b>平台价格促销:</b> 成本由平台自行承担,平台不得向商户转嫁成本,也不得为商户参与平台促销活动设置不合理前置条件。 <b>商户价格促销:</b> 保障商户自主权,平台不得强制或者变相强制商户参与促销活动,也不得干预其促销力度。

### 配送员权益保障



问题	标准关键内容
配送员权益保障不足	<b>劳动时间控制:</b> 平台应合理限定配送员接单时长,建立连续接单后的疲劳提示与强制休息机制,强调平台不得通过算法、冲单奖励方式等强制或者变相强制配送员超时劳动。 <b>调度算法优化:</b> 调度算法应综合考虑路况、天气、爬楼等因素,科学规划配送路径;计算配送时间时,电动自行车的平均时速不应超过15公里/小时。 <b>配送员权益保障:</b> 在要求平台落实相关责任的同时,明确用工合作企业的责任,与平台保持一致。应落实合规用工、社会保障、劳动报酬分配、职业发展与关怀等方面的相应责任。

### 投诉、申诉及处置



问题	标准关键内容
商户申诉难	<b>商户申诉:</b> 平台需明确违规认定与处理程序,商户申诉应在3小时内响应、4日内完成复核。
配送员申诉难	<b>配送员申诉:</b> 平台应明确配送员申诉渠道、程序及时限,同时简化流程材料。
消费者投诉难	<b>消费者投诉:</b> 平台应建立消费者投诉分级分类响应机制,涉人身及重大财产安全投诉第一时间人工响应,同时参与在线消费纠纷解决机制。

## 细化门脸照、环境照、后厨照等具体要求 加强商户入驻管理

消费者普遍担忧“幽灵外卖”。标准将如何保障外卖食品安全?国家市场监督管理总局相关负责人回应:国家在食品安全方面制定了一系列监管要求。

加强入驻管理。首先,平台要设置专门的团队和人员,通过人工或者技术手段对商户提供的信息进行审查,如果不符合入驻要求,则不能上线经营。其次,标准对商户入驻外卖平台提出了统一的要求,除了提交必要的资质信息外,进一步细化了门脸照、环境照、后厨照等具体要求,并且要求商户录制并上传真实的、带有门店位置信息的连续拍摄无剪辑视频。最后,平台应对商户提交的堂食区域信息进行审核,审核通过后,要在显著位置为商户标注带有“堂食”字样的标签,以便消费者识别。

强化运营管理。平台要公示商户有效的经营资质,充分保障消费者知情权。要加强食品安全风险识别,当出现客诉集中、实际经营地址与登记地址不一致等情况,需进一步核实信息并采取相关措施。同时,外卖平台应对商户信息进行抽查和监测,每月抽查比例不少于5%,不断加强对商户日常运营的动态审核。

推进“互联网+明厨亮灶”。商户应积极配合实施“互联网+明厨亮灶”,通过采用视频监控联网,将餐饮食品加工制作的关键过程实时公开。鼓励平台为商户实施“互联网+明厨亮灶”提供相应支持。

## 优化平台调度算法,缓解配送时间压力 逐步提高配送员劳动报酬,保障休息权

针对外卖配送员权益保障不足的问题,将如何保障配送员权益?国家市场监督管理总局相关负责人表示,外卖配送员作为新就业形态劳动者的典型代表,标准从多方面要求加强其权益保障。

首先,优化平台调度算法。标准提出,平台要综合考虑路况、天气等因素优化调度算法,科学规划配送路线和配送时长。如果驾驶电动自行车进行配送时,计算时长的平均速度应不超过15公里/小时。对于商户出餐慢等导致超时的订单,应对该订单以及受影响的其他订单进行补时,以缓解配送时间压力。

其次,逐步提高配送员劳动报酬。标准提出,外卖平台、用工合作企业应不断完善与配送员工作任务、劳动强度相匹配的劳动报酬分配机制,按时足额发放。配送员在法定节假日、恶劣天气、夜间等情形下工作的,平台、用工合作企业应发放补贴或工作补助。平台、用工合作企业不应将扣款作为配送超时、消费者差评等情况下的主要处罚方式。

再次,保障配送员休息权。标准提出平台要合理限定配送员接单时长,建立疲劳提示机制,并强调平台不得通过算法、冲单奖励等方式强制或者变相强制配送员超时劳动,切实维护配送员休息权。在设置全勤奖等时,也应保障配送员平均每周至少休息一天。

最后,加强用工合作企业管理。当前外卖行业采取用工合作是普遍现象,对此标准也作出了相应安排。标准提出平台应加强对用工合作企业的管理。用工合作企业在配送员管理、社会保障、劳动报酬分配、职业发展与关怀等方面应当落实相应责任。涉及配送员重大利益的管理规则发生变化时,用工合作企业应充分听取平台、工会以及配送员代表的意见。

■据人民日报客户端