

记者探访外卖餐饮线下门店——

## 无堂食标识更需高食安标准

为进一步加强网络餐饮服务食品安全监管,市场监管总局研究起草《网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者落实食品安全主体责任监督管理规定(征求意见稿)》,目前正向社会公开征求意见。

平台应对无堂食商家加注专属标识并公示取餐地址,强制实施“互联网+明厨亮灶”……文件中的多项举措,被视作保障消费者知情权,以及治理行业乱象的猛药。在外卖平台点餐时,消费者对店铺能否提供堂食为何尤为介意? 外卖餐饮店的现实状况,与理想差距还有多远?



平台上连锁“粥店”店上传的图片  
该粥店的实际店面



枣营附近一米线店的平台“实景图”

该米线店的实际店面



(CFP)

## 本想到店堂食

## 却见档口扎堆

陈女士工作繁忙,仅在周末有空时偶尔下厨,平日餐饮基本依赖外卖解决。为了调节口味,她会有意识地寻找一些没吃过的店,也自认在这方面积攒了一些经验——想要尝试新店时,先查看外卖平台上的店面图片,优先挑选能够提供堂食的。再按照店名,通过点评软件进一步查询顾客评价,最大限度避免“翻车”。

“每天点外卖,都是先点看看有没有堂食。”和陈女士一样,常点外卖的小刘,最喜欢的是一家店的盖饭和另一家店的沙拉。有一天,他下班时间比较早,于是决定干脆不点外卖了,直接去店里堂食一次。而当他进入外卖平台查询具体地址时,却惊讶地发现,两家店铺位置竟然一样!

“或许是一家美食城里的不同店面?”抱有疑惑的小刘,来到了店铺所在地——北京东直门附近的一座大厦。他走到店铺标明的三层,却并未看到想象中的美食城,而是几条狭窄通道。内里布局如同学生宿舍般,分成一个个隔间,标注了每家外卖的名字。算下来店铺得有十几家,做好的餐食放在窗口,由骑手直接取走。小刘常点的两家店,也是以这样的形式经营着。

本来想到店里堂食,看到的却是扎堆的无堂食外卖,小刘心里有些失望。事后,他没有再点过这两家外卖,连带着在通道内看到的几家曾点过的外卖店,也一并被他“拉黑了”。

不过回想起来,小刘表示倒没太看出网传小作坊的那种“脏乱差”,为什么自己对无堂食外卖如此抵触呢?“一方面环境跟预期有落差,另一方面,店开在这里,说明是要尽量节省成本的。场地成本肯定是节省了,食品原料、人工的成本会不会也节省呢? 这些都不好说。相比之下,我还是更信任有堂食的店,可能是心理因素吧。”

## 平台“店铺实拍”

## 频现“货不对板”

为照顾消费者的这种认知情绪,不少商家会将“店铺实拍”上传到外卖平台。不过记者调查发现,目前依赖平台图片来判断商家有无堂食,可能并不靠谱。一些所谓的“实拍”,其实是来路不明的假照片。

最近,陈女士点了一单锅贴,顾客普遍评价味道不错,但配图基本都是打包好的外卖。“他家也有堂食,为什么没人在店里吃呢?”带着她的疑惑,记者来到锅贴店的线下地址——北京市丰台科技园核心区丰科万达金街。这里总共三层,粥、面、烧烤……各式招牌次第排列,工作日下午两点多,用餐高峰已过,但门外广场上依然有诸多骑手不时进出,忙着取餐。

很快,记者找到了这家锅贴店,和平台上贴出至少有三组木质桌椅的“大堂”图片不同,眼前的锅贴店内只有几组货架,并无堂食区域。经细细比对,记者发现其墙面、地砖与图片均不相符,足可证明是一张假图。

此处商业街档口聚集,是否还有类似“货不对板”的情况? 记者在外卖平台上依次搜索,很快发现了一家炸鸡店,其“堂食图”为宽敞的多排木质桌椅,而眼前店面除了简单的操作间,以及柜台上层层叠叠的打包盒外再无其他。该炸鸡品牌不止一家店面,记者搜索到另一家店面,其上传的门面图片明显是AI生成,更“不走心”的是,店牌右侧还有“厦门总店”的字样。

此外,还有一家主打“现熬粥”的连锁店,其平台“实拍图”显示,堂食区域至少有六组桌椅。记者在现场看到,该档口实际上仅有操作区域,货架满满当当,员工的外套只能搭在门把上,袋装蔬菜直接置于门外地面,并无堂食空间。

与此类似的是,枣营附近一家米线店,从“实景图”上看,其应位于一个商场内,有不少顾客正在堂食区域就餐。可当记者来到实际地址,却在一处居民院的平房内见到这家店。它面积不大,没有堂食区域,门口放置着一个

架子供骑手取餐,内里挡得严严实实。

有的店铺,则是在宣传上和消费者玩起了心眼。北京东二环附近,一家售卖蛋糕的门店,商家页挂着一个“品牌故事”介绍。点开之后,能看到两张犹如店铺实景的宣传图,有很大的产品外摆和展示区。但记者来到店铺实际位置,发现这家蛋糕店除了招牌几乎没有任何装潢,面积也很小。别说外摆区了,消费者想看看都进不去,因为全都是操作间。

## 信息查看受阻

## 后厨直播下线

除了“实拍图”造假,记者在使用外卖平台调查过程中,还发现了一些从操作方面可进一步优化的空间。例如,某平台在点击相应商家店名后,即可查看商家所承诺的各项资料内容,其中有一项即为“亮证经营”。

然而,点击查看商家证件并不容易——要经过繁琐的验证工序,例如将一些指定图案从一大堆图案中分辨出来,并拖拽到相应区域等等。记者按提示完成任务并提交后,页面却显示“您的访问过于频繁,请休息一下再来”。而事实上,此时是记者第一次尝试查看商家证件,丝毫谈不上“过于频繁”。经再三尝试,记者终于成功查看到商家证件,但仅查看了四五家,系统即提示“无法查看”。信息公开如此不畅,无疑给消费者查看确认环节带来阻碍。

此次“征求意见稿”中,还提出了“互联网+明厨亮灶”的要求。平台提供者应为入网餐饮服务提供者“互联网+明厨亮灶”视频信息上传和页面展示等事项提供技术支持,并留存相关信息。通过这种举措,即便店铺不能提供堂食,消费者也可随时查看后厨制作情况,对消除疑虑无疑可以起到积极作用。

在外卖平台上,记者确实看到了一些店铺显示有“直播”板块,但目前很多点击后却无法顺畅播放。例如一家川湘菜档口的“后厨直播”,点击后显示“该商户后厨摄像头正在线下维护/升级/检修中,平台将积极联系商户尽快恢复视频信号”。(《北京晚报》)

手记

## 让“无堂食”不再“脏乱差”

和小刘的想法类似,在不少消费者心中,“无堂食”意味着脏乱差,因而避之不及。此次新规的出台,被视作对消费者知情权的有力保护。

不过记者发现,也有不少声音表示质疑——只要象征性摆上一两张桌椅,是不是就能算“堂食”呢? 那跟“无堂食”有什么本质区别? 事实上,记者也确实在探访中见到了类似状况,真要花心思规避“无堂食”标识,商家们总有办法。

在呼吁进一步明确什么叫“无堂食”的同时,我们也应看到,人们介意“无堂食”,本质还是在担心食品制作过程不透明、不卫生。假设后厨操作一样规范标准,是送到大堂用餐,还是打包外卖送出,又有什么差别呢?

因此,“无堂食”的标识不能一加了之,更长远的做法是通过后续监管和引导,提升相关商家的服务水平,向堂食餐厅“看齐”,从而让消费者逐渐接受并认可,不再将关注重点放在有没有堂食上。

今年6月,重庆发布《无堂食外卖经营服务规范》,这也是全国首个聚焦无堂食外卖全链条服务的团体标准。明确了无堂食外卖、食安封签等关键术语的定义,直面外卖行业痛点。随后,杭州发布《无堂食外卖聚集区管理规范》,创新提出了一系列管理要求,包括专职食品安全管理员配备、入驻商户资质审核、共享粗加工间和厨房及小哥驿站设置等。各地的纷纷探索,无疑将对外卖食品安全产生积极正向的促进作用。(魏婧)