

剑指“幽灵外卖”“低价内卷”等

为市场立新规 专家解读外卖平台“新国标”

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……市场监管总局近日发布实施外卖平台推荐性国家标准《外卖平台服务管理基本要求》。

市场监管总局网监司有关负责人表示,这一标准旨在引导外卖平台规范服务管理行为,提升服务质量,将进一步推动外卖行业在良性竞争中创新发展。

业内人士表示,作为推动平台经济高质量发展、回应民生关切的重要举措,标准精准回应了当前外卖行业的核心痛点,以有效举措引导规范平台收费、规范促销活动、保障劳动者权益等,推动行业从“流量驱动”的无序竞争,转向“服务驱动”的健康生态。

针对“幽灵外卖”等问题 守护消费者“舌尖安全”

市场监管总局网监司副司长王丹丹说,标准聚焦平台内商户管理,强化主体责任落实。通过规范商户入驻审核、加强日常运营管理以及推进“互联网+明厨亮灶”等措施,引导外卖平台切实履行食品安全主体责任。

例如,在加强商户入驻管理方面,平台应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核,除要求商户提供相应证照信息外,还要审核商户实际经营环境,对符合条件的商户要标注“堂食”字样。平台要公示商户有效的经营资质,当出现客诉集中、实际经营地址与登记地址不一致等情况,需要进一步核实信息并且采取相关措施。要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。

聚焦平台收费与促销行为 强化竞争秩序规范

平台经常推出“满减”“折扣”等促销活动,一些中小餐饮商户吐槽“不参与就没流量,参与了就亏本”。

王丹丹说,今年以来,市场监管总局针对外卖行业竞争中存在的突出问题,约谈主要外卖平台,明确要求平台企业严格遵守法律法规,落实主体责任,维护市场公平竞争秩序。

针对外卖行业非理性竞争等突出问题,通过标准进一步细化并明确平台收费规则及促销活动管理等要求,引导外卖平台简化收费项目、规范促销行为。

例如,标准区分了“平台价格促销”与“商户价格促销”两种促销方式,明确提出平台价格促销相应成本应当由平台自身承担,不能通过推广工具捆绑、临时上调服务收费等方式,将促销成本变相转嫁给商户或配送员。

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,平台不能干预参与活动商户的自主定价权,要求商户开展低价促销。同时,对未参加平台促销的商户,平台也不能采取降低自然搜索排序、限制流量

等行为对其经营活动进行限制。

为引导平台理性竞争,标准提出平台要规范竞争行为,不能将商户对消费者提供的补贴作为平台补贴,对外宣传超大补贴体量吸引用户;也不能采取隐藏部分费用,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;更不能出现扰乱市场价格认知与正常秩序的行为。

聚焦平台用工管理 强化配送员权益保障

中国标准化研究院副院长戴新华表示,外卖配送员作为新就业形态劳动者的典型代表,面临着劳动时间长、工作强度大等问题,标准聚焦平台用工管理,从多方面提出相关要求,强化配送员权益保障。

例如,在优化平台调度算法上,标准提出,平台要综合考虑路况、天气、配送难度等因素对调度算法进行优化,科学规划配送路线。因商户出餐慢等情况导

●针对“幽灵外卖”问题

标准提出了平台内商户入驻条件,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。在运营管理方面,校验配送员地址、对商户标注“堂食”等。

●针对平台多收费、乱收费等问题

标准明确了平台收费项目为技术服务费、配送服务费和推广服务费三类。平台应该向商户提供真实、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。

●针对平台促销活动

标准明确了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。为保障商户自主权,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。

●针对强化配送员权益保障

标准提出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。平台调度算法应综合考虑路况、天气等因素。

致超时的订单,平台对该订单以及受其影响的其他订单进行“补时”,以缓解配送时间紧张带来的压力。

在强化外卖配送员权益保障上,标准提出,外卖小哥在法定节假日、恶劣天气等情形下工作要发放补贴;不将扣款作为配送超时等情况下的处罚方式;合理设置配送员接单时长,建立疲劳提示机制;平台不得通过冲单奖励等方式强制或变相强制配送员超时劳动。

市场监管总局标准技术司二级巡视员蔡彬透露,要紧贴平台经济与人民群众生活密切相关的特点,强化标准的应用实施效果反馈。下一步,三家主要外卖平台将分别发布执行标准要求的自我声明,强化行业自律和社会监督,共同营造平台经济领域公平竞争的市场环境。

健全争议处理机制 畅通维权渠道

针对外卖行业“投诉慢”“申诉难”等问题,标准引导平台建立健全消费者权益

保护体系,完善消费者、商户、配送员等多元主体投诉、申诉及处置机制建设,畅通维权渠道。标准明确,加强消费者权益保护,自动续费等服务必须提前用醒目的方式提示消费者。

中国标准化研究院评估所政府治理研究室主任张欣亮表示,平台收集消费者个人信息应当合理、适度,确保消费者知情同意;未经同意,不得向消费者发送商业性信息或者拨打商业性电话。

标准明确,平台应建立投诉分级分类响应机制,涉及人身及重大财产安全的投诉,要第一时间人工响应并及时解决,同步参与在线消费纠纷解决机制,提升维护消费者权益的时效性。

针对商户申诉难,平台需明确违规认定与处理程序,商户申诉需在3小时内响应、4日内完成复核,收费争议的需在7日内反馈结果。

此外,标准还提出,平台应明确配送员申诉渠道、程序及时限,同时简化所需材料,避免“举证难”。

本版稿件据新华社、央视新闻

外卖平台“新国标”亮点



栗娟制图