

# 外卖平台服务“新国标”征求意见,规范平台收费、商户入驻等问题 平台促销成本不得变相或直接转嫁商户

记者 张子慧 济南报道

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)》公开征求意见,外卖平台服务管理迈入“新国标”时代。新规聚焦公众最关心的食品安全、商户经营负担、骑手权益保障等问题,针对性划定规范红线。它能否精准解决民生痛点,为外卖行业注入新活力?对此,法学专家表示,征求意见稿的出台,标志着外卖平台监管正式迈入精细化治理阶段。

## 整治“内卷式”竞争等问题 有效维护市场竞争秩序

今年以来,外卖平台企业为争夺即时零售流量入口,反复发起“百亿补贴”“大额神券”等外卖大额补贴活动,“外卖大战”在一定程度上加剧了餐饮市场“内卷”。

市场监管总局会同有关部门,多次对饿了么、京东、美团等外卖平台进行集中约谈,直指当前外卖行业竞争中存在的突出问题,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。

在此背景下,征求意见稿聚焦当前外卖平台服务管理中存在的突出矛盾和关键短板,针对社会广泛关注的“内卷式”竞争、平台收费不透明不合理、“幽灵外卖”、配送员权益保障不足等热点问题形成标准条款。

征求意见稿通过优化平台收费规则与促销规则、明确与落实平台对商户的管理责任、保障配送员权益,促进外卖行业规范发展,维护市场公平竞争秩序,保障多元主体权益。

针对平台收费规则不透明、不合理问题,征求意见稿明确了收费管理的具体要求,提出平台应规范收费项目、公示收费信息、进行合规审核等。

针对平台“内卷式”竞争问题,征求意见稿明确了对价格促销管理的要求,包括确保促销活动公开透明、促销规则公平合理等,有效维护市场竞争秩序。

## 守牢食品安全底线: 给消费者一份“放心餐”

近年来,食品安全、配送时效与外卖服务质量,日益凸显为平台治理的痛点和难点。征求意见稿针对“幽灵外卖”、商户“爆单”等乱象,从商户入驻、信息审核等方面提出系统要求,严守食品安全底线。

专家介绍,所谓“幽灵外卖”,是指没有营业执照、食品经营许可证等证照,或不具备餐饮经营资质的商户,通过假证、套证、借证等违法违规手段,在外卖平台提供违规餐饮服务现象,此类商户借助虚假证照与地址信息违规上线经营,埋下食品安全隐患。

北京金诚同达(济南)律师事务高级合伙人荣潇表示,针对“幽灵外卖”这一长期存在的行业顽疾,条文明确划定准入红线:入驻商户必须提交真实有效的经营证照,门店实景资料,甚至需提供“一镜到底”的场地定位视频,通过多重核验,确保线上店铺与线下实体的真实性、一致性,从源头阻断违规商户进入市场。

此外,荣潇认为,商户“爆单”引发的连锁问题,也将得到针对性解决。订单高峰期服务能力过载,不仅容易导致餐品制作粗糙、卫生不达标,还可能

### 外卖“新规”要点

#### 筑牢食品安全底线


- ◎强化入驻商户资质审核
- ◎建立接单控制提示机制,通过算法监测订单负荷预警
- ◎要求外卖与堂食食品质量一致

#### 保障骑手权益

- ◎设置连续工作后的强制休息制度与单日接单上限
- ◎以通俗语言公示配送费计算规则,保障骑手休息权与知情权

#### 保障商户权益

- ◎为中小微商户制定费用减免措施
- ◎要求通俗披露费用构成与结算明细
- ◎禁止平台强制商户参与促销、转嫁促销成本
- ◎优惠后成交价不得为零或为负



引发商户、消费者与配送员的矛盾。

对此,征求意见稿创新性引入“接单控制提示”机制,要求平台借助算法,实时监测商户订单承接负荷,一旦出现订单积压趋势,便主动触发预警。如此一来,既提示商户合理调配产能、保障餐品质量,也向消费者同步“商家繁忙”等信息,引导合理预期,在保障经营效率的同时,守住食品安全底线。

## 保障配送员 合理收入与休息权

外卖行业的健康运转,依赖商户、骑手、消费者三方的权益平衡。北京大成(青岛)律师事务所律师许磊波表示,征求意见稿聚焦商户与骑手的核心诉求,通过精准规范,破解其长期面临的困境。

针对骑手权益这一民生焦点,征求意见稿给出系统性解决方案。

聚焦配送员社会保障、劳动报酬、工作时间、职业发展和关怀等关键方面,明确要求平台规范用工关系,建立与工作任务、劳动强度相匹配的报酬机制,保障配送员合理收入与劳动时间;同时通过加强业务培训与职业保障,推动建立公平、合理、可持续的配送员权益保障机制,让骑手群体的付出得到应有回报与尊重。

征求意见稿明确,平台应合理限定配送员的接单时长,避免配送员超时劳动、过度劳累引发健康和安全风险。对于连续接单时间超过4小时的配送员,平台应发出疲劳提示。此外,平台应合理设置同时接单量和单日接单量上限,合理调控配送员的劳动量。

## 禁止使用“零元购” “整单免费”等宣传语

在商户权益保障上,重点破解“促销内卷”难题。此前,平台流量战中,商户常被迫分摊促销成本、丧失促销自主权,利润空间被严重挤压。

征求意见稿明确划定竞争红线:平台价格促销成本,不得变相或直接转嫁给商户,彻底终结商户为平台流量战“买单”的现状;同时严禁平台滥用市场地位,强制或变相强制商户开展促销、干预促销力度,充分保障商户的经营自主权。

平台收费不透明、隐性成本高企,也是长期困扰外卖商户的“心头病”,更是制约中小商户发展的关键瓶颈。征求意见稿从多维度作出明确规范,为商户成本减负提供制度支撑。

许磊波表示,征求意见稿从收费公示、成本承担、促销规范三方面形成闭环管理:在收费信息公示上,针对平台保底费等常见形式,要求公开适用条件、收费标准、保底金额等关键信息,让商户告别“收费糊涂账”;在促销成本承担上,明确平台促销成本需自行承担,不得要求商户或配送员分摊,也禁止通过推广工具捆绑、临时上调服务费等方式变相转嫁;同时对促销价格与宣传作出刚性约束,强调优惠后成交价不得为零或为负,且禁止使用“零元购”“整单免费”“全额减免”等宣传语,以防扰乱市场价格秩序与认知。许磊波认为,这些要求直击商户成本痛点,将切实为商户“减负松绑”。

## 外卖监管开始精细化治理 实现不同利益方共生共赢

相比于同类国际标准,这一标准有何新意和亮点?从征求意见稿看,更侧重于对主体行为的规范,聚焦外卖行业中平台、商户、配送员等多元主体间的行为协同,填补现有标准在主体关系协调层面的空白,推动多元主体利益诉求协调一致,进一步促进外卖行业的规范发展。

中国人民大学食品安全治理协同创新中心研究员孙娟娟表示,这一标准通过整合食品安全、公平竞争、劳工权益等不同维度的监管要求和合规管理来优化外卖行业生态,实现不同利益相关者的共生共赢。

业内表示,为外卖平台服务研制“新国标”有助于回应社会关切,推动行业尽快形成公平、有序、可持续的格局,提升消费者信任度与行业整体形象。

“征求意见稿的出台,标志着外卖平台监管正式迈入精细化治理阶段,围绕食品安全、权益保障、经营秩序三大核心维度展开规范,且与《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等现行法律法规有效衔接,后续需依托多部门协同合作推动落地。”山东大学法学教授刘经靖表示。

### 果然財經

记者 张志恒 济南报道

## 高德邀餐饮商家免费入驻

### 外卖江湖风云又起?

9月23日,高德地图官方公众号发布信息,正式邀请全国餐饮商家免费入驻高德,并免除1年的入驻费。

记者随后采访了几位餐饮店老板得知,这几天他们已接到了高德打来的电话邀请。“记得三四年前入驻过一次,也在上面做了团购套餐,但当时没掀起太大水花,目前还是先观望一下吧。”负责某连锁品牌的运营经理全女士说。而经营着两家甜品店的许先生则表示,应该会入驻:“对店铺的曝光量有好处。”

数据显示,2025年国内餐饮市场已进入存量竞争红海,全国餐饮相关企业存量接近1700万家,门店总数接近800万家,上半年新开门店302万家的同时,闭店数量也高达296万家,净增仅6万家。而高德的突袭,恰如一颗投入沸水中的石子——其“扫街榜”已覆盖全国300余个城市的87万家餐厅,此次免佣政策的推出,又掀起了新波澜。

### 0元入驻后,享受哪些权益

带着疑问,记者向高德地图打去了咨询电话。据客服介绍,商家若想参与“烟火好店活动”,需先完成店铺在高德APP的入驻流程,店铺成功入驻后,将在高德地图上正式显示。值得注意的是,该活动明确推出“免一年年费”的优惠政策,但关于常规状态下的年费标准,客服表示,因活动为新推出,具体金额需商家入驻后,与专属客户经理进一步沟通确认。

在商家最为关心的活动权益方面,客服介绍,“烟火好店活动”提供四大核心支持。

首先,商家可免费领取最高价值4800元的店铺权益,助力门店获得更多线上流量;其次,活动会为入驻商家持续发放吃喝玩乐专享补贴红包;再次,高德地图将官方邀请顶级美食达人,为商家店铺进行深度探店,并通过线上渠道进行推广;最后,针对有收银设备升级需求的商家,若目前使用小白盒或扫码枪收款,可零元申请原价1800元的收银设备套餐,实现收银系统的免费升级。

### 高德入局后,会引发新一轮“大战”吗

今年的餐饮市场竞争激烈,商家受年费、佣金的挤压,利润有限,而高德免去首年的年费并给予流量补贴和设备支持,或引发一波入驻的潮流。

高德1.7亿日活用户中,半数有出行找餐饮需求,“导航—找店—消费”闭环,分流了即时消费需求。业内人士认为,高德的这项免年费邀请入驻活动正值国庆假期到来,从哪个端口打开的用户多,谁就是赢家。短期内可能会出现补贴大战,美团可能对商家也推出例如减年费、降佣金的措施,饿了么也有可能与高德地图联动,搞双平台优惠活动。

从长期来看,平台或从佣金转向增值服务收费,高德评价体系或倒逼行业规范,市场可能从“双雄争霸”走向“多元制衡”。

不过,外卖大战的走向,取决于两大变量。一是高德能否突破“流量≠交易”瓶颈,其交易场景尚在搭建,需快速补齐支付、售后等短板,否则难以实现流量转化。

二是补贴退潮后,商家能否“增收”。若高德无法构建可持续的赋能体系,仅靠短期补贴,商家或“入驻即流失”,难以支撑长期竞争。

业内人士表示,高德宣布全国餐饮商家免首年年费并配套流量补贴的举措,并非孤立的 market 行为,而是在餐饮行业存量竞争白热化与本地生活格局僵持的双重背景下,阿里系对现有市场秩序的精准冲击。这一动作不仅会直接激化平台间的资源争夺,更可能触发行行业在流量规则、商家服务、盈利模式上的深层变革。