

上海外卖食品安全社会调查报告

◆上海市质协用户评价中心 / 文

如今，网络订餐和食品网购逐步成为中国部分民众的消费习惯。据第三方咨询机构发布的《2018-2019中国在线外卖行业研究报告》指出，2018年中国外卖用户达到3.58亿人，市场规模突破2400亿元人民币。面对如此规模庞大的市场，如何保障外卖的食品安全成为多方关注的焦点。

目前，上海市已针对外卖食品发布了一系列政策法规，如《上海市网络餐饮服务监督管理办法》、《上海市餐饮服务食品安全监督量化分级管理办法》等，相关管理制度仍在不断完善。

为认真贯彻落实《中共中央 国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见》，大力宣传普及《食品安全法》和《上海市食品安全条例》，了解上海市居民对外卖食品安全的关注度、满意度及维权情况，更有针

对性地提升食品安全质量水平，上海市质协用户评价中心于2019年5月到6月组织开展了本次公益性社会调查。

此次调查采用了在线调查、互联网舆情采集等多种形式，涉及上海市16个辖区，覆盖各类不同人群，共完成有效样本2953份，信度为0.894。

从不同性别来看，女性样本较多，男性占比42.4%，女性为57.6%。

从婚姻状况来看，已婚人群较多，占比66.1%，未婚和其他占比33.9%。

从不同年龄段来看，“26-35岁”的人群占比相对较多，占比为59.9%。



从不同文化学历来看，“本科”人群占比相对较多，达到了61.4%。

不同职业来看，“办事人员和相关人员”、“专业技术人员”相对较多，比例均为23.2%。

从收入水平来看，月收入“5000~10000元”和“10001~15000元”的人群相对较多，分别占总数的41.0%和26.7%。

一、外卖订购概况

1. 外卖的种类

所有种类的外卖中，加工热食（炒菜、西餐、快餐、烧烤等）为最主要的类别，占比92.9%，反应了大众对外卖食品的主要需求。其次为饮品（奶茶、咖啡等），占比66.2%。蛋糕甜点占比48.7%，加工冷食占比45.2%。

2. 外卖的平台

调查发现，“美团外卖”是大众订购外卖食品的首选平台，占比82.0%；其次为“饿了么”平台，占比81.4%，与“美团外卖”几乎不相上下；“大众点评”平台占比为31.74%，位列第三。其余外卖平台（如餐饮品牌自有APP）使用比率相对较低，基本在10%以下（见图1）。

3. 外卖的订购方式

调查发现，外卖APP是目前最主要的订购方式，占比达到90.4%，这与如今智能手机的发展和各外卖平台的日益成熟密不可分。通过微信/QQ等社交平台订购外卖的人群占比为5.9%，位列第二，表明社交平台功能的不断综合化也为大众订购外卖食品提供了便利。网络订购、电

话及短信订购等相对传统的订购方式使用相对较少，分别占比2.8%和0.9%。

4. 订购外卖的频次

在所有参与调查的订购外卖人群中，“每月6~10次”的人员占比最高，达38.5%；其次为“每月3~5次”，占比为26.3%；“每月11~20次”的人群，占比达18.6%，表明外卖已经深入部分消费者的日常生活（见图2）。

5. 外卖的价格区间

从订购外卖的价格区间来看，

大部分受访者订购的外卖价格在“20~40元”，占比达61.1%；其次为“40~60元”占比为29.3%，位列第二。这也集中体现了当前消费者对外卖价格的接受水平。

6. 订购外卖的原因

至于订购外卖的原因，“没时间做饭”排在第一位，占比90.3%。“换一家就行（换换口味）”和“不会做饭”占比分别为32.3%和12.9%。由此可见，外卖食品已经成为不少消费者生活的一部分，消费者对其存在一定的依赖性。

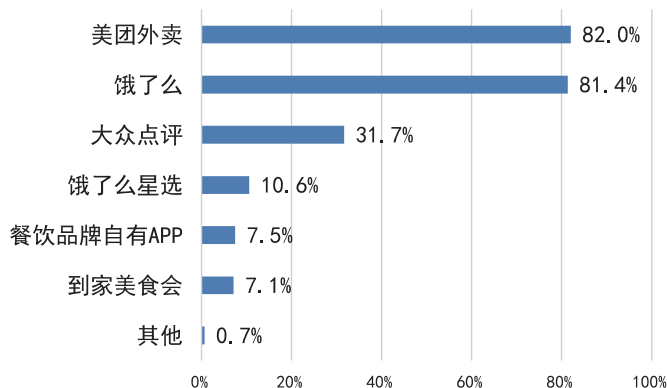


图1 选择订购外卖的平台

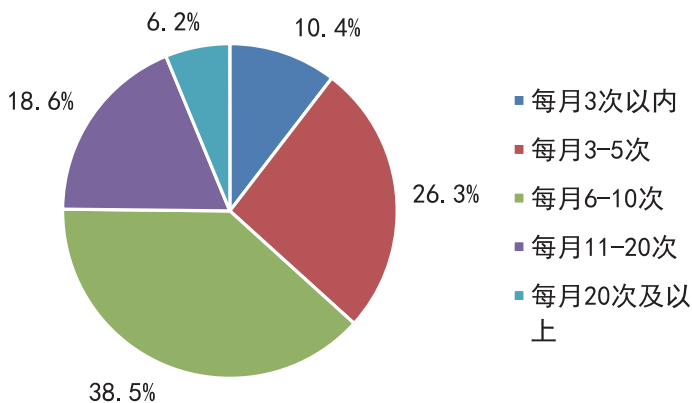


图2 订购外卖的频次

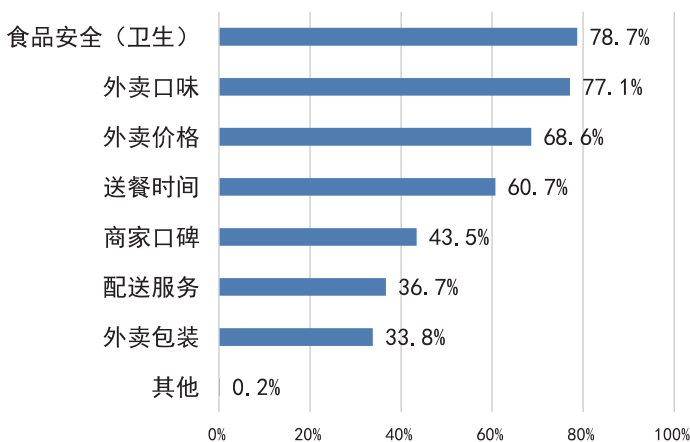


图3 订购外卖时关注的主要因素

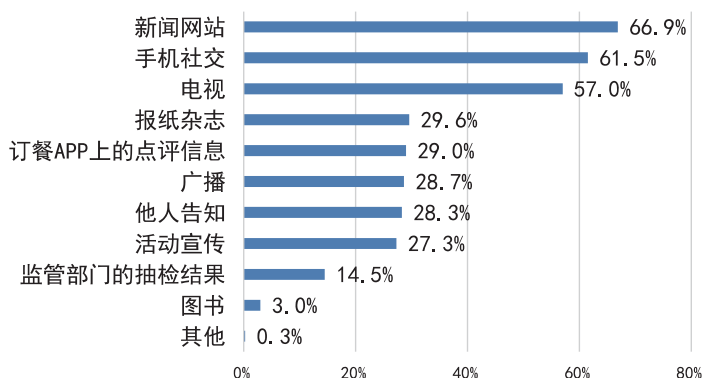


图4 外卖食品安全信息的获取途径

37.7%和51.2%，关注度的累计占比高达88.9%（见图3）。

从对外卖食品安全信息的关注度看，“外卖食品的保质期”和“外卖食品的来源”是受访者最为关注的两个方面，占比分别为76.7%和70.7%。对“食品包装”和“商家资质”的关注度也均超过60%，体现出受访者对于食品安全信息的关注。从外卖食品安全相关信息的获取途径看，“新闻网站”、“手机社交”和“电视”是三种最主要的获取途径，占比分别为66.9%、61.5%和57.0%（见图4）。

在食品安全相关政策的关注度方面，通过对《上海市食品安全条例》、《上海市餐饮服务食品安全 监督量化分级管理办法》、《上海市网络餐饮服务监督管理办法》和《上海市市场监督管理投诉举报处理程序规定》4个政策的认知度进行调查，发现受访者对以上政策的认知度总体来说相对较低，均在70%以下。其中，《上海市食品安全条例》的认知度相对较高，熟悉和了解的人群占比为65.0%（见图5）。

二、调查主要结论

1. 受访者对外卖食品安全最为关注，但对食品安全政策认知程度不高

调查结果显示，在订购外卖食品时，受访者最关注的是“食品安全（卫生）”问题，占比达78.7%；其次才是外卖口味，占比77.1%。从对食品安全的关注度看，“非常关注”和“比较关注”的人群占比分别为

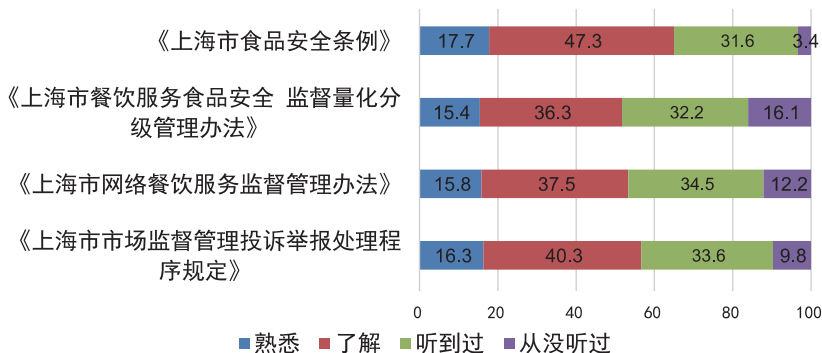


图5 受访者对4个食品安全相关政策的关注度

2. 近三成受访者曾遭遇“问题”外卖，“过度添加”成为外卖食品安全最大担忧

调查结果显示, 29.6%的受访者曾收到过存在食品安全问题的外卖, 51.4%的受访者从未收到过质量不安全的外卖, 还有19.0%的受访者不清楚自己所点外卖的安全性。

在所有外卖食品中可能存在的安全问题中, 受访者对于“过度添加”的关注度最高, 占比79.1%, 表明外卖加工食品中, “过度添加”成为受访者最大的担忧。排名第二和排名第三的问题为“食品超过保质期”和“食源性疾病”, 占比分别为65.5%和54.8%, 这两类食品安全问题直接影响人体健康并可能在短期内迅速致病, 因此也格外受到重视。此外, 受访者对于送餐人员的健康状况、送餐人员的不规范运输引起的食品安全问题也存在一定担忧(见图6)。

3. 受访者对外卖食品送餐服务态度满意度较高, 对食品卫生满意度一般

调查发现, 受访者对外卖食品的满意率为75.3%。在外卖服务过程中, 受访者对于“外卖送餐人员的服务态度”最为满意, 满意度为79.49。相较于其他方面, “外卖的食品卫生”满意度最低, 为72.28(见图7)。

通过不同人群特征分析发现, 已婚人士对于外卖食品的满意度最高, 为76.27; 未婚人士对外卖食品的满意度较低, 为71.91。本科学历的人群对于外卖食品的满意度较高, 为75.79; 博士及以上高学历人

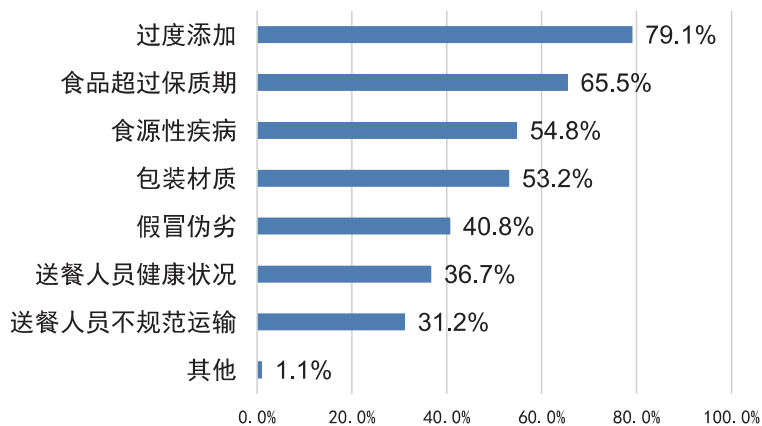


图6 受访者担忧的外卖食品中的安全问题

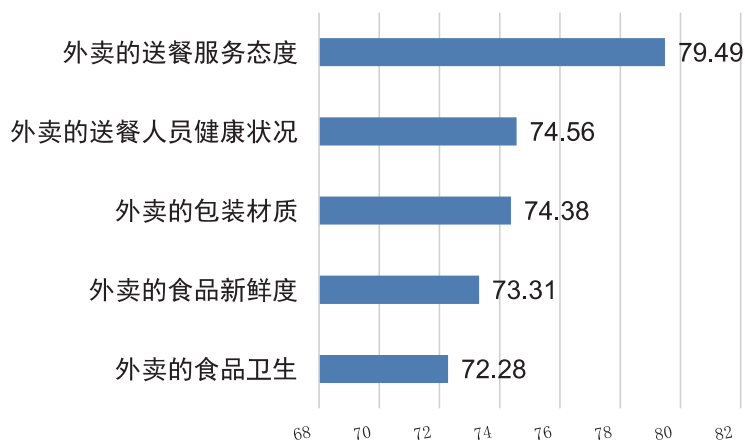


图7 受访者对所订购的外卖在不同维度的满意度

群对于外卖食品的满意度最低, 仅为63.89。从不同职业人群角度上看, 个体户、小摊主对于外卖食品的满意度最高, 为81.28; 公务员、自由职业者的满意度相对较高, 分别为79.92和79.80, 位列二三位; 下岗/失业/待业、离退休人员的满意度相对较低, 分别为66.07和58.00。

4. 投诉处理结果差强人意, 受访者维权意识不足

调查结果显示, 仅有58.4%的

受访者在收到存在食品安全问题的外卖后进行了投诉, 仍有41.6%的受访者选择不作为。在所有投诉的原因中, 排名第一的是外卖“不卫生, 存在异物”, 占比64.3%; 第二是外卖“食物不新鲜”, 占比为63.9%; 第三是外卖“包装太差, 造成污染”, 占比30.9%。

从投诉方式上看, 72.2%的受访者选择通过外卖平台投诉, 54.9%的受访者选择直接致电商家

投诉,仅有9.6%的受访者选择向食品药品监督管理局投诉。从投诉的处理结果上看,53.4%的受访者收到商家的道歉和赔偿,34.8%的受访者收到商家的道歉,因此收到道歉的受访者总占比为88.2%,总体良好。但仍有10.8%的受访者投诉后,商家不予理睬。1.8%的受访者投诉后,商家矢口否认,拒不道歉。从受访者对投诉处理的满意度上看,受访者对于投诉处理的满意率为65.6%,低于对外卖食品的满意率(75.3%)。

三、思考与建议

针对4个调查结论,本次调查从外卖商家、第三方平台、消费者和主管部门4个不同视角提出相应建议。

1. 外卖商家:严格遵守食品安全管理规范,恪守职业道德

一是完善食品加工运营资格。严格按照《上海市网络餐饮服务监督管理办法》要求进行相关备案,并保证信息真实可靠,取得合法资质。这是商家合法经营、树立良好口碑形象的前提条件。

二是保障外卖食品加工的安全性。外卖商家应严格按照《食品安全法》、《上海市食品安全条例》、《食品经营许可管理办法》等法律法规明确的条件和要求制作食品。调查结果表明,“食品安全卫生”是消费者订购外卖时最为关注的问题,“过度添加”是消费者对于食品安全的最大担忧。因此商家应该严格遵守相关法律法规,确保外卖加工食品的安全健康。

三是加强对送餐人员的培训和管理。按照食品安全相关规定,加强

对送餐人员的培训和管理,包括送餐人员健康证明、包装材料和包装温度相关要求等。消费者不仅对外卖食材和加工制作安全心存担忧,对送餐人员的健康状况、配送的规范性也存在顾虑,因此需要商家加强对送餐人员健康和配送的监管。

四是提升以质量为先的发展理念。调查显示,餐饮品牌自有APP使用者的满意度为71.05,低于总体满意度74.8。因此,餐饮企业领导应提升质量理念,加大对基层的培训力度,树立良好的企业形象,带动外卖行业规范发展。

2. 第三方平台:加强对外卖商家的监管,完善投诉和处理的通道

一是完善平台外卖食品安全管理制度。第三方平台应根据《上海市食品安全条例》、《网络食品安全违法行为查处办法》等规定建立外卖商家入网标准,加强对餐饮服务提供者的准入管理,建立外卖商家食品安全信用评价体系,对外卖商家进行信用评价并将结果予以公示。

二是加强对外卖商家的过程监

管。第三方平台应按照法律、法规、规章和食品安全标准的要求,定期开展针对外卖商家经营食品的抽样检查,对于不合格的商家责令其整改,并进行复查,对整改不合格的商家予以从平台上剔除。调查显示,30.9%的受访者因为“包装太差,造成污染”而投诉。因此,第三方平台应携手商家努力改进外卖配送和包装(如塑料袋),杜绝外卖食品二次污染。

三是不断完善消费者的投诉通道。“通过外卖平台投诉”是消费者首选的投诉方式。因此,第三方平台应该加强对投诉模块的运营和管理,提升投诉处理服务水平,督促外卖商家及时处理投诉问题;尝试建立消费预赔金制度,投保食品安全责任险,加强对消费者投诉的回访,提升消费者对投诉维权的满意度。

3. 消费者:增强食品安全和维权意识,关注政策法规

一是关注对食品安全知识的学习。消费者应该加强对食品安全知识的学习,包括食品安全问题的识



别、食品安全信息的追踪、食品安全风险的应对等各个领域,提高对全社会食品安全问题的关注度,不断加强食品安全领域的素养,提升食品安全认知水平。

二是增强消费者自身的维权意识。调查显示,41.6%的受访者在收到问题外卖后选择不作为,因此消费者的维权意识有待提升。消费者应积极学习《上海市市场监督管理投诉举报处理程序规定》赋予消费者的权利,增强消费者自身的权利意识和责任意识。在遇到“问题”外卖时高度重视,积极投诉和举报,主动参与并协助第三方服务平台和管理部门共同监督外卖商家进行问题整改,并提出合理的改进建议。

三是提升食品安全政策的敏感性(知晓、了解法规政策)。消费者应多关注《中共中央 国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见》、《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》、《上海市食品安全条例》、《上海市餐饮服务食品安全 监督量化分级管理办法》、《上海市网络餐饮服务监督管理办法》等国家和地方法律法规制度,充分利用新闻网站、手机社交和新闻软件、电视、报纸和杂志等多种途径和手段,积极获取食品安全政策的最新发布信息,提升对政策的敏感性。

4. 主管部门:创新监督管理方式,加强宣传与社会建设

一是完善信用管理制度,健全监督管理机制。主管部门一方面应分别针对外卖商家、第三方平台建立食品安全信用档案,对外卖商家和第三方平台的备案信息、日常监督检查信



息、违法查处信息、约谈及整改信息等进行记录并持续更新。建立外卖商家、第三方平台的信用评价制度,加强对信用记录、信用评价信息的公开公示。同时与市级信用平台有效对接,加强对外卖商家和第三方平台的有效监管,对失信行为进行联合惩戒。另一方面,应完善“互联网+食品”监管、抽样检测、投诉举报等食品安全监督相关政策,健全监督管理机制,为加强监督管理提供政策支持。

二是推进食品安全共治,保障外卖食品安全。加强对外卖餐饮活动的监督检查,在外卖食品的加工过程安全监管中,可创新监管方式,进一步完善社会监督网络,引导外卖商家打造“阳光厨房”,通过视频直播或者监控系统,对厨房操作间进行监控,向消费者展示整个食物加工过程,保障外卖食品加工的质量。在监管过程中发动行业协会、消费者多方参与,联合联动,共同推进网络外卖食品安全社会共治体系建设。此外,应加强外卖送餐人员健康

和规范配送的抽查,保障外卖餐饮食品配送安全。

三是重视公众宣传教育,提升安全认知水平。借助上海市食品安全宣传周等契机,积极开展各类食品安全宣传活动,集中展示食品安全制度建设成果,动员全社会关心、支持和参与食品安全工作。针对外卖中的食品安全问题,以社区为单位,积极开展外卖食品安全问题识别、风险应对、政策学习等方面的培训、讲座或座谈会,不断提升公众对于外卖食品安全的认知水平。

四是提升社会服务水平,解决公众实际需求。加强对各街道、各社区外卖食品安全宣传人员的部署,对社会服务人员进行集中培训,不断提升外卖食品安全宣传人员的服务水平。通过对社区实地考察,合理布局开设“白领食堂”、“农民工食堂”、“学生食堂”、“老年食堂”等特殊人群食堂,在一定程度上解决部分人群的就餐压力,分担外卖食品安全带来的风险,为公众生活提供切实便利的服务。☑