

外卖新规实施,要求商家显著设置是否有堂食、是否开通明厨亮灶功能

平台 AI 识别假堂食 骑手成“移动哨兵”

近日,一些消费者在美团外卖 APP 上浏览商家时发现,可以直接看到商家是否具备堂食条件、是否已开通明厨亮灶功能,信息一目了然,选择更有底气。

国家市场监督管理总局发布的《网络餐饮服务经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》6月1日起实施。按照规定,外卖商家应显著设置是否有堂食、是否开通明厨亮灶功能,外卖平台提供标识技术支持,对商家的堂食经营情况和明厨亮灶情况进行展示。

据了解,美团通过恳谈会等方式广泛征集商家意见后,对商家经营信息标识功能进行升级,目前已在广东深圳、浙江杭州、四川成都、安徽合肥等城市测试。自新规施行日起,美团支持商家自主设置“有/无堂食”“有/无明厨亮灶”等标识,商家上传相关凭证,经过交叉验证审核后,标识会在美团外卖商家列表页、商家主页面显著位置展示。

发布堂食标准 展示明厨亮灶

外卖是否放心的关键,并非有没有堂食,而是商家能否规范经营,愿不愿意公开透明地展示食品安全信息。

5月28日,京东外卖宣布启动“堂食看得见”行动,并发布行业最严堂食认定标准:只有拥有稳定、持续、与后厨隔离的就餐区域,且就餐区面积占比大于50%的门店,才会被认定为堂食餐厅。该标准本月1日起全面上线打标。

为保障打标准确性,京东外卖还将上线“堂食判官”系统,商家、骑手、消费者均可通过该系统拍摄上传门店视频或照片,由 AI 识别并分析门店就餐区域占比,辅助判断其是否符合堂食标准。京

东外卖同时披露,按照上述标准,在平台非即提门店中,堂食餐厅占比超过97%。

美团去年2月率先启动“明厨亮灶阳光厨房”计划,为开通后厨直播的商家提供“明厨亮灶”专属标识,让消费者在点外卖时就能直观看到后厨的实时操作画面。截至2025年12月底,平台已接入明厨亮灶商户40万家,过半商家日常稳定开播。目前美团平台上近200万商家已上线“堂食店”标识。此次,美团方面则是重点针对此前未覆盖到的商家,支持商家通过自主设置标识的形式,对堂食情况和明厨亮灶情况进行透明展示。

“这不是在‘贴标签’,而是补齐经营信息。”一位经营10年的外卖店主说,顾客真正关心的还是商家的食品安全与卫生状况。“以前更多靠商家自律,现在食品安全做得好坏,顾客在平台上直接能看到,做好食安也是一块‘招牌’。”

“我们美食城有公共就餐区,算有堂食还是无堂食?”“我是商场里的小吃店,希望出一个商场专属的标识。”……根据不同商家的店型特征,美团通过10余场商家恳谈会、“食安评审官”话题讨论等广泛征求意见,不断丰富门店页的环境和信任标签,如“商场店”“商业街店”“美食城店”等标识也将逐步上线。

除了标识功能,美团还在行业率先推出“一镜到底”“透明橱窗”“食安专栏”等多个透明化举措,全链条覆盖商家入驻、经营巡检、治理公示环节,让商家环境、餐品制作更具透明化和可视性,提升消费者的获得感、安全感和满意度。

美团外卖食品安全负责人表示,商家把从门头到后厨的经营场景真实、完整展示出来,本身就是一种可视化的承诺,有助于门店获得消费者信任和订单。

启用治理大模型 AI 审核虚假门店

点外卖时,消费者最担心的是“线上看着像个正规店,线下却不是那么回事”。一些商家通过 AI 生成等方式弄虚作假,怎样加强识别与审核?

今年3月,美团食品安全 AI 大模型“星眸”全面升级,应用范围从主要聚焦后厨识别,扩展到商家入驻审核、门店真实性核验、后厨环境预警等多个环节,建成一套覆盖全流程的智能识别系列。“星眸”日均巡检后厨1400万余次,推动超5万个常见共性问题有效整改。

在门店真实性核验方面,“星眸”可以审核全量商家上传的门口图和一镜到底视频。AI 会判断商家上传的门口照片和门店名称是否一致。例如,商家入驻时会上传门头图,而在平台日常巡检中,也会时常要求商家上传门店实拍图,“星眸”会自动对比二者是否一致,及时发现异常情况。目前,这项能力已应用在全量外卖商家的日常巡检中,已触发超25万次门头一致性对比。

AI 生成假门头图,是当下外卖食品安全治理的又一挑战。

对此,“星眸”新增 AI 门头图识别能力,并接入审核流程。若商户上传疑似 AI 制作的门头图,系统将自动拦截,直接阻断问题图片上线。截至今年2月底,已有超45万张 AI 生成的门头图在入驻审核环节被“星眸”主动拦截。

线上线下交叉验证上,美团已形成“平台主导+社会共治”的食品安全巡检体系,既包括业务经理巡检、商家自检、AI 巡检和第三方飞检,也通过食安共治机制邀请骑手和消费者参与线下巡检,提供有效线索将获得激励。这套体系的

特点在于交叉校验——平台拍到的、商家上传的、AI 识别出的,再加上骑手和消费者的现场反馈,相互验证,最终指向消费者最关心的问题:门店是不是真的存在,线上线下是不是一回事,后厨够不够干净。过去一年,美团累计开展线下巡检130余万次,推动超过2.4万商家完成门头及后厨问题整改。

投放食安签 骑手上报潜在风险

在社会共治上,美团“骑手随手拍”“食安评审官”机制已全面铺开,全国首个“食安政企共治平台”已上线运行,可滚动更新上报食安线索,支持在线协查。

今年2月,淘宝闪购宣布引入外卖骑手“随手拍”作为流动治理的补充力量,让城市骑手在送餐配送过程中成为食品安全的“移动哨兵”,及时发现并上报证照异常、环境脏乱、地址不符等潜在风险。同时会持续建设“3+1+AI”食品安全共治体系。该体系以三大核心机制为基础:“+1”是指骑手“随手拍”创新机制,证照异常、环境脏乱等问题更易被发现与处置;“AI”则深度赋能,贯穿门头图和证照识别、后厨直播巡检等全链路。

记者了解到,去年6月,淘宝闪购就在黑龙江齐齐哈尔、江苏扬州、北京、福建福州等地启动新入驻商户实地核验、“一镜到底”视频核验试点,今年6月起覆盖全国所有新签商户。

数据对接方面,淘宝闪购已主动对接全国31个省级市场监管部门的证照核验系统。平台还在全国30多个城市投放超过1000万张食安封签,确保餐品封口安全、方便且符合标准。

据6月2日《南方都市报》

□新华社记者 周玮

“村字号”,乡土中国的新IP

初夏的黔东南,草木葱茏,山野向荣。2026年贵州“村超”冠军赛热浪升腾,这场持续出圈的乡土赛事,仅揭幕战就带动榕江旅游综合收入达8600万元。

从“村超”“村BA”到“村晚”“村T”再到“村画”“村播”,无数目光聚焦乡土热闹,一个追问随之而来:遍地开花的“村字号”,是一时流量狂欢,还是藏着乡土文化焕新的内生力量?

有人将其归为“网红式出圈”,认为不过是农闲消遣。可纵观当下拔节生长的乡村新景象,这般认知显然失之片面。

“十四五”以来,雨后春笋般涌现的“村字号”文体活动在全国乡村蔚然成风,逐年递增。今天的乡村,“村潮”奔涌,“村味”盎然。从“村马”蹄声哒哒踏出山野豪迈,到“村茶”余香袅袅,延续耕读记忆;从“村戏”古韵流转、温润人心,到“村咖”新潮业态联通邻里……多元场景覆盖科教、体育、文艺、休闲、展销等方面,这已不是文体娱乐的简单叠加,而是重塑乡村文化生态、涵养乡村精神气质的生动实践。

不同于流水线式的文娱产品,“村字号”最珍贵的特质,在于扎根乡土、深植文脉。它的精彩源于乡俗乡情,热度来自民间自发。这份烟火气与真实性,正是其突破圈层、持续走红的核心密码。

面对乡村文化式微的忧虑,“村字号”给出了有力回应:只要唤醒沉睡的基因,传统文化就能在新时代找到新表达。

侗族大歌借由网络飞越山海,被誉为“世界级村歌”;民族风“村T”承载刺绣、蜡染等非遗技艺,惊艳国际舞台;年轻学子怀揣乡愁归来,用新潮说唱演绎古老村史。年轻人的奔赴与创新,让乡



模特在“村T”舞台展示民族服饰。

张金加 摄

土叙事既守得住文化根脉,又跟得上时代潮流,为千年农耕文明注入全新活力。

“村字号”的价值,远不止流量热度,更在润物无声中成风化人、浸润人心,让文明新风吹进千家万户。

安徽淮南,“村歌”唱响真善美、提振精气神;云南永仁,“村棋”赛事融入清廉理念,以棋育人、以文化人;内蒙古鄂尔多斯,“草原村排”以独有方式将各族群众凝聚在一起,传接精彩“同心球”……

乡村振兴,关键在人。“村字号”最坚

实的依托,正在于此:舞台上的聚光灯,对准了村民。

政府搭台、百姓唱戏,从策划到运转,村民们自主参与、协同推进。昔日看客成了主角,在歌声、舞蹈、竞技中守望乡土、实现价值,农民的文化主体性被大大激发。这种蕴藏在乡土深处的首创精神,这种发自内心的文化自信与身份认同,是乡村振兴不竭的内生动力。

当人的活力被点燃,发展的动能便随之释放。这份热情没有止步于赛场和

舞台,而是沿着产业链条延伸拓展,“暖人文”与“乐经济”同频共振,文化流量实实在在地变为产业增量。

翻开去年10月发布的首份《全国“村字号”文体活动情况报告》:2024年,2200余场网络浏览量破10万次的“村字号”带来经济效益130.9亿元,2025年预计超过142.8亿元。“十四五”期间,“村字号”带来的经济效益持续增长,实现从短期流量红利到长效经济增长的跨越。

数据背后,是沉甸甸的获得感:四川雅安“村跑”带旺周边消费,浙江安吉乡村咖啡馆撬动亿元产业,湖南保靖“村厨村艺大晒”吸引八方游客,一幅幅富民图景跃然眼前。公共服务向村覆盖,土特产变身“金招牌”,老民居化身民宿,乡野赛场成为文旅地标……农文旅体深度融合,文化“软实力”撑起发展“硬脊梁”。

一位农村主播说得形象:“‘村超’就像一辆快速行驶的列车,我们所有在榕江发展的电商平台都捏着一张车票。要跟着这辆列车一起前进,实现产销两旺、富足山乡,才算没有辜负这张车票。”

这张车票,是时代赋予乡村的机遇,是文化赋能发展的底气,更是乡土中国自信生长的鲜活注脚。

透过这场持续升温的乡土热潮,我们得以读懂:“村字号”让乡土有热度、农民有舞台、发展有活力,它见证了乡土文化的自觉赓续、乡村发展理念的迭代更新。面向未来,广袤山乡正以此作为支点,撬动更多发展的可能。

传统与现代相拥,物质与精神共进,人文与经济共荣。乡土中国的新IP,勾勒出新时代全民族文化创新创造活力竞相迸发的万千气象,也生动诠释着中国式现代化质朴动人的民生温度与深厚隽永的文明底色。

据6月3日新华社