

“互联网+明厨亮灶”线上巡检让后厨卫生清晰可见

线上点好单，直接切换后厨看直播

我身边的变化

□ 本报记者 孙天骄

“您有新的外卖订单。”清脆的提示音响起，接单机器应声“吐”出一张小票。厨师利落地将其贴在外卖窗口，转身开始备餐。透过明厨窗口，后厨的情况一目了然；而在线上，点开这家店铺的外卖点单界面，后厨画面正在被实时直播，从拿取食材到烹制装盒，每一个环节都清晰可见。

这是《法治日报》记者近日在北京市朝阳区一家饭店后厨目睹的真实一幕，也是“互联网+明厨亮灶”实践中的一个生动缩影。

今年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》，提出推动平台和商户实行“互联网+明厨亮灶”，强化无堂食外卖监管和社会监督。

当前，“互联网+明厨亮灶”实践状况如何？还有哪些需要发展完善之处？记者进行了实地探访。

商家：有底气不怕“直播”

10月24日15时许，北京市朝阳区双桥万达广场内，某饭店的午间就餐高峰期刚过，后厨员工正在准备迎接晚间就餐高峰。

“这家店是4月新开的，5月就加入‘明厨亮灶’了，是集团里第一个上这系统的店。”店长国先生指着后厨的摄像头，语气里颇有几分自豪。顺着他指的方向，记者看到，两个摄像头分别对准操作区和备餐区，静静运转，记录后厨的每一个细节。

此时，员工正把腌好的肉用保鲜膜封好，整齐放入冰箱。“所有货物必须离地15厘米，全程佩戴口罩，这些细节通过监控都能看见。”国先生说，“有一次，顾客反映肉里有头发，认为是后厨在操作中掉下来的，我当场调取了监控画面，厨师全程戴帽戴手套，排除了操作中掉落的可能，最后顾客也接受了这个说法。”

国先生还与记者分享了另一次令他印象深刻的互动。今年夏天，一名顾客点了炸鸡外卖，通过监控看到操作台前无人，便致电询问为何还没开始制作。当时上一锅刚售罄，员工正准备制作下一锅。“我立刻跟顾客说，您看监控，等会儿炸的就是您那一份。”

电话那头的顾客乐了，后来成了店里的回头客。国先生感慨地说：“‘明厨亮灶’不仅是监督工具，还可以拉近商家与顾客的距离。卫生与安全全程透明，让顾客放心，我们也更加自律。”

不过，国先生也指出，目前“后厨直播”人口比较隐蔽，很多顾客并不知道这一功能。“如果能将直播入口设置在点餐页面显眼位置，顾客下单前先查看卫生状况，对商家来说也是展示的好机会。”

在北京市亦庄龙湖天街的一家饭店，记者正好碰到店长杨先生和几个店员围在一起查看手机上的“违规提醒”。

这是美团外卖平台“明厨亮灶”AI巡检系统发来的一条“墙体地面脏污”违规提示，饭店直播画面因此被暂停。杨先生仔细查看提示后随即反应过来：“应该是煎盘上的肉渣没有及时清理，被AI检测到了。”他立刻拿起抹布擦拭操作台，其他几名员工也迅速清理地面。

“我们坚持现点现做，高峰期油渍难免飞溅到台面，如果等打包后再清理，就可能被摄像头抓拍而判定违规。”杨先生说。

收拾完毕，烹饪留下的痕迹被清理干净。几分钟后，平台系统自动抓拍画面，判定合规，直播得以恢复。

记者看到，该店后厨操作台上的工具摆放整齐，员工们都戴着双层帽子和口罩。员工郭女士告诉记者：“杨店长每天都跟我们说，全国的顾客都可以通过镜头看到后厨的情况，任何细节都不能马虎。”

谈及“明厨亮灶”带来的变化，杨先生坦言：“每天我都能通过手机看到店内情况，员工们也更自觉。”不过他也提到，“午晚高峰订单集中，有时候刚烹饪完一批餐食，没来得及清理就被判定违规，希望AI判断可以更准确、更灵活一些”。

平台：呼吁更多商户加入

记者查阅多家外卖平台发现，目前，仅有部分平台上线了“明厨亮灶”功能。用户可以在App首页点击入口，查看附近已开通直播的商户。

在某外卖App首页，记者点击功能专区的“明厨亮灶”按钮后，随机跳转进入相关界面。用户可以选择身份是商家还是顾客。商家点击按钮可进一步完善信息开启直播；用户则可以选择推荐商家开通“明厨亮灶”，填写相关信息后，平台会与商家联系。

页面下方清晰列出记者定位地址附近已开通“明厨亮灶”的店铺。随机点进一家，店铺头像位置即显示正在直播的“明厨亮灶”标志。记者查看时正值就餐高峰，不少店铺后厨画面中店员的操作忙而不乱。每完成一个步骤，店员都会顺手清理操作台，全程佩戴口罩和手套。

美团外卖食品安全专员刘佳告诉记者，自2018年9月起，美团外卖逐步建设商户后厨直播系统，并于今年启动“明厨亮灶”专项计划，设立相关专区，将“阳光厨房”推向全国。截至今年9月中旬，已有30万家商户、3000余个连锁品牌及6万家连锁门店参与。

“平台数据显示，开通‘明厨亮灶’对商家经营有显著的正面影响。”刘佳说，参与商户的订单订单量最高增长达5%至86%，消费者投诉率下降23%，开通直播的商户复购率最高提升12%，客单价提高8%。

某餐饮品牌合伙人聂先生指出，“明厨亮灶”增强

了顾客信任，提升了忠实用户数量。以今年7月为例，其品牌整体曝光人数环比增长35.8%，用户好评中“放心”“干净”“卫生”等关键词占比从原先的12%提升至35%。

另外一家拥有1200家门店的某餐饮集团代表认为：“透明厨房不是成本，而是‘看得见的品牌资产’。”“‘明厨亮灶’正在全行业逐渐形成示范效应。近期，中国烹饪协会联合美团外卖向全行业发出《提升食安管理 打造放心外卖》的倡议，鼓励餐饮商户主动向消费者公开操作过程，并提议外卖平台为接入后厨直播的中小商户提供流量支持。我们希望，未来有更多商户主动加入‘明厨亮灶’的队伍。”刘佳说。

政府：实时监管督促整改

事实上，近年来，多地政府相关部门早已成为“互联网+明厨亮灶”的推动者和实践者。

广东省广州市市场监督管理局在2023年起就指导推动“互联网+明厨亮灶”建设，消费者只要点击外卖App中的“明厨亮灶”版块，就可以通过手机实时查看点单商家后厨的情况。

江苏省常州市2023年出台《常州市网络餐饮服务食品安全管理若干规定》，推行网络餐饮服务食品加工制作现场实时公开，推动入网餐饮服务提供者在第三方平台、自建网站的餐饮服务经营活动主页面显著位置，以视频形式实时公开食品加工制作现场。

湖南省长沙市2022年印发《长沙市“互联网+明厨亮灶”智慧监管建设三年行动方案（2022—2024

年）》，将“明厨亮灶”人工远程实时监看平台升级为“互联网+明厨亮灶”智慧监管信息化平台。

“现在不用应付上门检查，也不用写烦琐的报告，只需整改后把情况上传至系统就好。”长沙市开福区某民办幼儿园负责人感慨道。

此前，该幼儿园食堂工作人员因未佩戴口罩作业，被“互联网+明厨亮灶”智慧监管信息化平台抓拍识别，当日便收到平台推送的信息。该幼儿园立即整改并责成食堂工作人员按规定规范佩戴口罩作业，两小时后将整改情况上传至平台，形成完整的处理闭环。

长沙市开福区市场监督管理局餐饮服务安全监管科科长曹景锋介绍，目前全区已有188家餐饮单位、750路视频信号接入“互联网+明厨亮灶”智慧监管信息化服务平台，该平台能借助AI识别多项违规行为并作出提示。

“从行业到监管部门，大家通过提升覆盖率、互联

互通率，落实主体责任的重要性，建立长效机制，让‘互联网+明厨亮灶’真正成为食品安全的重要保障手段之一。”曹景锋说。

采访中，曹景锋直言，尽管目前存在设备维护、系统使用等方面的挑战，但他相信，随着AI技术不断进步与完善，未来“互联网+AI+明厨亮灶”对食品安全的保障将更加精准高效。

漫画/李晓军

让“阳光”照亮网络餐饮后厨每一个角落

□ 邓晶

当前，外卖已融入群众日常生活，而在网络餐饮井喷式增长的同时，食品安全问题也日益凸显——后厨卫生不透明、加工操作不规范等，时刻威胁消费者的健康。

今年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》，明确提出要加强网络订餐线上线下一体化监管，推动平台和商户实行“互联网+明厨亮灶”，强化无堂食外卖监管和社会监督。

“互联网+明厨亮灶”是一种监管措施，其核心是保障消费者的知情权与监督权，通过视频直播、智慧监管等方式，公开后厨关键环节与食品安全信息。这不仅实现了餐饮服务的“阳光操作”，既方便公众参与监督，也显著提升了政府的监管效能，其深层价值在于，以可视化的透明建立数字时代的餐饮信任，它让制作过程成为消费者可以随时查看的“直播”，打破了后厨与消费者之间“闲人免进”的壁垒，让监督无处不在，透明化的操作保障了消费者的知情权，有效化解了部分外卖的“信任赤字”，推动形成“商家安心经营、消费者放心点餐”的良性循环。

推广“互联网+明厨亮灶”模式，需要政府、平台、商户和消费者多方协同，需要在公共卫生和消费信任的共同驱动下，从“被动监管”转向“主动透明”。

从顶层设计层面，需要强化政策引领与标准制定。有必要从法规层面，强化平台等主体责任，在对入网商户的食品经营许可证等进行严格实质性审核的前提下，推动将“明厨亮灶”作为网络餐饮商户的准入许可或续期条件之一，并率先在连锁餐饮、大型餐饮、单位食堂、网红餐厅、高销量外卖商户中强制推行。同时，将“明厨亮灶”的实施情况与餐饮单位的食品安全等级评定、社会征信体系挂钩，对表现优异的商户，在监管频次、抽检比例上给予优惠，并提供宣传支持；对因“屡教不改”被清退的商户，其他平台同步禁入，防止其“换个马甲”重新上线。

从平台协同角度，需要充分发挥技术优势与流量激励。外卖平台应将接入“明厨亮灶”作为流量倾斜的重要权重，在App上设立相关专区，方便消费者一键查找和选择已接入的商户。平台或第三方技术公司可以为商户提供低成本、轻量化的解决方案，如方便操作的App等，降低商户压力。还应由政府牵头，制定“互联网+明厨亮灶”的统一标准，确保各平台数据与监管系统无缝对接，打破信息孤岛。

从市场驱动层面，应着力构建商户与消费者共赢的生态体系。政府应帮助商户认识到，“明厨亮灶”是塑造品牌、建立信任、提升口碑的绝佳营销工具；通过媒体宣传，让消费者了解“明厨亮灶”是其知情权和选择权的体现，鼓励消费者在点餐时“用脚投票”，优先选择那些敢于展示后厨的商家，形成市场选择压力。还可引入“赛马机制”，让信用成为财富，平台可基于商户的“明厨亮灶”接入情况、监管检查结果等，综合生成一个直观的“食安信用分”，通过流量倾斜、专属频道、优惠券等方式，优先推荐高信用

分的商户，让诚信经营的商户获得更多订单，形成“良币驱逐劣币”的市场正向激励。

从社会共治角度，需营造全民监督的良好氛围。建立便捷的消费者监督举报通道，如开发统一的官方投诉App或小程序，便于消费者发现问题一键反馈；可以邀请人大代表、政协委员、媒体记者、消费者代表等组成“巡访团”，对商户进行随机抽查；还应应对公众普及通过“明厨亮灶”辨别后厨卫生状况、分辨食品安全等级的相关知识，提升全民的食安素养和监督能力。

总而言之，推广“互联网+明厨亮灶”的关键在于推动其从单一的监管要求，转变为能够为商户带来客源、为平台提升信誉、为消费者保障安全、为政府提高效能的共赢模式。通过“政策压实的推力、市场吸引的拉力、技术落地的能力、社会监督的压力”，四力合一，共同构建“政府监管、平台主责、商户自律、社会监督”的四位一体治理新格局，真正让“阳光”照亮网络餐饮后厨的每一个角落。

（作者系北京林业大学经济管理学院教授）

《长安》杂志创刊于1993年，是中共中央政法委员会主管的政治、法律、社会综合类新闻月刊，是党在政法领域的宣传主阵地、主渠道、主平台。

《长安》杂志坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入宣传贯彻习近平法治思想、总体国家安全观和习近平总书记关于新时代政法工作的重要论述，深入宣传贯彻习近平文化思想，全面报道有关平安中国和法治中国建设的一线实践、改革探索和理论思考，是党政干部和法律工作者开展平安建设和法治建设工作的指导手册，广大理论工作者从事法治建设、社会治理研究的信息宝库，人民群众学习法律知识、增强法治观念的生动平台。

长安

讲述政法故事
传播政法声音

线上订阅：
打开微信，扫描二维码，
从中国邮政书报刊总店
页面订阅。



线下订阅：
可到全国各地邮局办理。
邮发代号：2-299
国内统一连续出版物号：CN 11-3295 / D

每册定价12.5元，全年150元

咨询电话：（010）66529988—1410/1422