

# “互联网 +”食品模式、安全监管困境与策略研究

纪杰<sup>1,2\*</sup>

1. 重庆工商大学社会与公共管理学院 重庆 400067

2. 重庆工商大学人口发展与政策研究中心 重庆 400067

**【摘要】**“互联网 +”食品是把互联网和食品两个不同的行业融为一体所产生的一种新业态,与传统实物市场相比,“互联网 +”食品市场呈现出交易网络性、准入门槛低、信息不对称等新特征,也导致“互联网 +”食品安全监管出现了交易监管空白、消费维权困难、行业制度缺失、监管能力受限等新问题,传统的“审、查、罚”监管方式已无法适应“互联网 +”食品安全监管的需求。本文在分析“互联网 +”食品模式、安全监管困境的基础上,提出了运用互联网思维和互联网技术的“以网管网”思路,以期创新“互联网 +”食品安全监管策略。

**【关键词】**互联网 + ; 食品安全 ; 以网管网

中图分类号:R197 文献标识码:A doi:10.3969/j.issn.1674-2982.2018.05.005

## “Internet +” food model, safety supervision dilemma and countermeasure strategy

Ji Jie<sup>1,2</sup>

1. Social and Public Administration School, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China

2. Center for Population Development and Policy Research of CTBU, Chongqing 400067, China

**【Abstract】**“Internet +” food is a new form of business emerged after the integration of the two different industries of internet and food. Compared to the traditional physical market, there are some new characteristics such as trading network or network of transactions and accuracy, low access threshold, asymmetric information and so forth in the “internet +” food market. This also leads to new problems, namely the transaction regulatory gaps, difficulties in protecting consumer rights, lack of protected industry system, and limited regulatory capacity. The traditional “trial, investigation and punishment” supervision mode has been unable to meet the needs of “internet +” food safety supervision, which is also another problem which occurs thereof. Based on the analysis of the “internet +” food model and safety supervision dilemma, this paper puts forward the idea of “using a network management network” which employs internet thinking and internet technology in order to upgrade the “internet +” food safety supervision countermeasure.

**【Key words】** Internet + ; Food safety ; Network management network

截至2016年12月,我国“互联网 +”食品交易额高达700亿元,年均增长速度为43.9%。随着我国居民生活方式与消费方式的转变,“互联网 +”食品有着广阔的前景,预计到2020年,我国“互联网 +”食品占电子商务的市场份额将在0.5% ~ 0.6%之间,市场规模有可能扩大到1500亿~1800亿元。<sup>[1]</sup>“互联网 +”食品是互联网和食品是两个不同的行业融为一体之后所产生的一种新业态,是对

传统食品行业的流程再造,然而由于网络交易的虚拟性和信息不对称,消费者只能得到卖家的口头承诺,而据《2016网络食品消费蓝皮报告》显示,超九成消费者担心食品安全问题。<sup>[2]</sup>与传统实物市场相比,“互联网 +”食品市场呈现出交易网络性、准入门槛低、信息不对称等新特征,食品安全问题更加突出,网购食品也变成了“碰运气”、“撞机会”。显然,面对“互联网 +”食品这一新的经营模式呈现出新特征,

\* 基金项目:2016年度重庆市社科规划年度项目(2016YBSH037);重庆市技术预见与制度创新专项重点项目(CSTC 2017jsyj-zdcx BX0023);重庆市教委人文社科重点项目(15SKG091);第二批重庆市高等学校青年骨干教师资助计划

作者简介:纪杰,男(1979年一),副教授,主要研究方向为食品安全与供应链。E-mail:1075404715@qq.com

迫切需要创新监管思路,以应对互联网时代食品安全监管领域新问题。

## 1 “互联网+”食品模式分析

### 1.1 “互联网+”食品经营模式

“互联网+”食品经营模式众多,主要包括电商平台型、物流企业型、线下超市型、社交平台型四种模式。电商平台型提供专门的平台或 APP,具有先天的流量优势,品类丰富,以“泡沫保温箱+低温水袋”的方式为消费者提供配送服务,又可以分为以天猫、淘宝、一号店、苏宁、京东等为代表新近开拓食品

领域的综合型电商平台,以中粮我买网、三只松鼠等为代表的垂直型电商平台,以美团外卖、饿了么为代表的外卖型电商平台;物流企业有自己的物流配送体系,并依托物流优势大力发展生鲜产品冷链物流,顺丰优选则是该模式的典型代表;线下超市型则依托门店优势,发展线上服务,拓展营销渠道,主要提供农产品及生鲜,沃尔玛、永辉超市则是该模式的代表;社交平台型则依托朋友圈、微信群、qq 群中发送采购食材、制作过程、销售状况和心得体会等相关的图片和文字,面向“熟人”提供自制食品。

表 1 “互联网+”食品经营模式

模式分类	模式特点	产品类型	代表企业	
电商平台	综合型	提供平台,吸引厂家入驻,具有流量优势	食品全,品类丰富	天猫、淘宝、一号店
	垂直型	专注食品和生鲜,自行配送,具有区域性特征	农产品、粮油、生鲜	中粮我买网、三只松鼠
	外卖型	大数据技术具有效率和准确性,自建送餐团队	快餐	美团外卖、饿了么
物流企业	依托物流优势发展生鲜产品冷链配送	生鲜及其配送服务	顺丰优选	
线下超市	依托门店优势,发展线上服务,拓展营销渠道	农产品及生鲜	沃尔玛、永辉超市	
社交平台	利用朋友圈、微信群、qq 群等打造“熟人经济”	自制食品	—	

### 1.2 “互联网+”食品价值链模式

“互联网+”食品涉及流程环节众多,导致食品安全问题的“无知”和“无良”影响因素<sup>[3]</sup>,分散在整个“互联网+”食品价值链之中。而“互联网+”食品价值链则是指从采购原材料开始到制成中间产品及最终产品、最后由电商平台把食品送到消费者手中的一个由供应商、制造商、电商直到最终用户所连成的整体功能网链结构<sup>[4]</sup>,包括上游供应方、中游供应方、电商平台、物流和消费者,其中上游供应方是整个“互联网+”食品市场的基础,指用于食品经营者

的所有材料,包括由农业龙头企业、农业合作社、种植/养殖户等;中游供应方包括食品制造商、食品经销商、快餐店、家庭式自制食品经营者等;第三方平台主要包括电商平台、线下商超、社交平台等,是“互联网+食品”的核心环节;物流包括干线配送和末端配送两个环节,其中干线配送多依赖第三方物流,末端配送则依托自建物流或第三方物流;终端消费者进入第三方平台查看商品信息、下单、付款、收货,体验消费后平台接受反馈点评,通过消费者的评价影响更多用户,形成口碑传播。

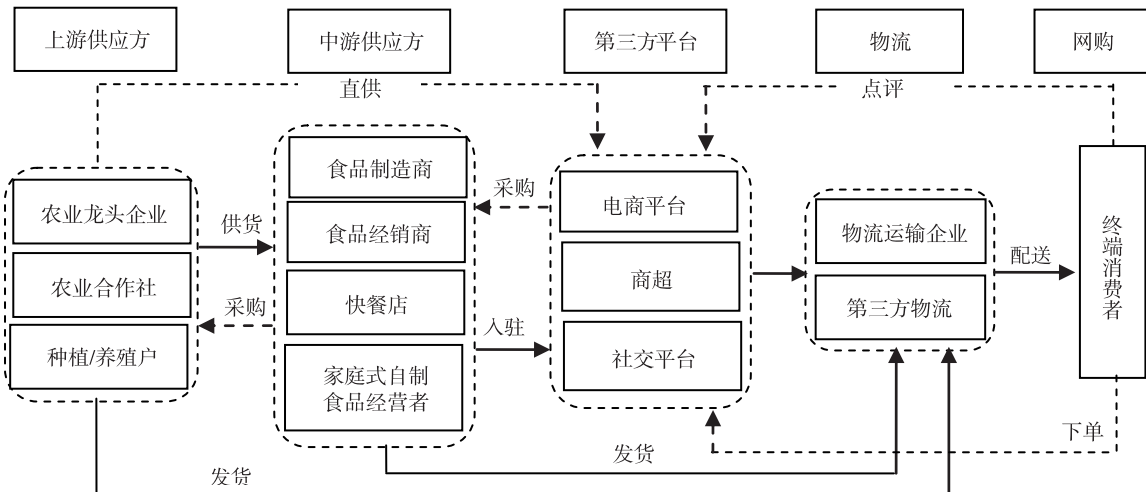


图 1 “互联网+”食品价值链

## 2 “互联网+”食品安全监管困境

### 2.1 “互联网+”食品安全监管新特征

#### 2.1.1 交易网络性

“互联网+”食品从本质上改变了原来食品行业的销售渠道,使得整个交易过程中网络优势得以体现,节约了传统实物消费所占用的时间成本,获取了更多的食品信息需求和消费体验,使交易完全实现网络化。由于电商具有虚拟性、开放性、跨地域性及海量信息的特点,因而“互联网+”食品市场也呈现出支付与食品交易相分离、信息与食品实体相分离、食品与电商平台相分离、交易双方物理空间相分离的特性<sup>[5]</sup>，“鼠标加车轮”模式为消费者带来方便的同时,也增加了甄别食品经营者或制造者的资质、信誉等方面困难,对食品的原材料来源、配料清单、保质期等信息更是无从获得,“互联网+”食品交易网络性,成为食品安全监管最典型的特征。

#### 2.1.2 准入门槛低

虽然《网络食品安全违法行为查处办法》对入网食品经营者应取得许可证、网售婴幼儿乳粉还应公示产品注册证书,以及特殊医学用途配方食品中特定全营养配方食品不得进行网络交易等做了明确规定,但第三方平台对入网食品经营者缺少实质性的约束和管理,因而开设程序较为简单:一般是由食品经营者提出申请,提交电子身份注册信息,预收保证金等程序就准予在网络开店经营,对经营者真实身份核实、卫生许可证、食品流通许可证、经营范围、食品来源渠道、食品安全检查等都不予仔细核查<sup>[6]</sup>,也鲜有经营者主动办理健康证明或定期进行健康体检。

#### 2.1.3 信息不对称

“互联网+”食品可很好的将食品的价格信息得以凸显,但食品安全信息供给不足。在传统实物市场中,消费者可以通过食品的形状、品牌、产地等搜寻产品特征判断其质量,而消费者做出网购食品的决策往往依靠食品购买的人气或前期体验后的反馈,消费者面对电商平台提供的色泽上乘、包装精美的食品图片、夸张介绍和描述、食品人气、累计评价等信息,同时还存在不同程度的“刷单”行为,无法剔除商家的粉饰,存在信息失真的风险。此外,新修订的《食品安全法》虽然赋予了第三方交易平台的管理责任,但是当前许多第三方交易平台缺乏必要的专业性和独立性,提供的食品质量信息对公众来说接受度可能偏低。

### 2.2 “互联网+”食品安全监管新问题

#### 2.2.1 交易监管空白

虽然第三方平台拥有“质量认证”和“安全保障”两大食品安全管理体系,可对食品上游供应方进行严格把控,但新修订的《食品安全法》将第三方平台界定为互联网食品药品经营活动中为双方或多方提供网页空间、交易规则、交易撮合、电子订单等服务,供交易双方或多方开展交易活动的信息网购系统<sup>[7]</sup>,而第三方平台需要满足持续性、稳定性等,且需要支持网上支付结算等功能,这导致在社交平台出现的购物账号不在“第三方平台”的界定范围之内,也不在工商、质检管理范畴之内,因而大量家庭式自制食品网店、朋友圈、微店等暂时都还处于无监管的“真空”地带。

#### 2.2.2 消费者维权困难

传统食品交易是实体店消费,监管模式基本是事后监管,只要消费者保留相关收据、凭证,一般维护合法权益都会得到合理解决,而“互联网+”食品交易最大的特点就是缺乏实体店,这导致消费维权有一定难度,主要表现在:一是网购违法行为线索发现难。网购具有虚拟性、开放性、跨地域性及海量信息的特点,传统监管方式无法实现对互联网的有效监控;二是网购违法行为分析取证难。网购经营违法行为的证据基本以硬盘存储的数据、网页、聊天记录等电子数据形式存在,易删除、易修改、易破坏、易加密,难获取、难分析、难固定的“四易三难”问题长期困扰违法行为取证;三是网购违法行为定性难。网购违法行为用现有的法律法规难以准确解释,造成定性难。<sup>[8]</sup>

#### 2.2.3 行业制度缺失

新修订的《食品安全法》强化了交易第三方平台的法律义务,《网络食品安全违法行为查处办法》也突出强化了平台和经营者义务,但均未明确规定第三方物流企业进行食品贮存、运输、配送要取得食品经营许可,存在明显的法律制度缺失,第三方物流企业往往把食品视同普通物品贮存、运输和配送,忽视了贮存、运输和装卸食品的容器和工具对食品的影响,也忽视了非食品生产经营者应当依法履行的法律义务;同时,物流运输企业也未建立进货查验记录、索证索票等相关的食品安全管理制度,既无符合食品安全标准的运输工具、贮存设施,又无专职的食品安全管理人员,食品与普通物品同储同运,交叉污染现象严重,食品变质问题时有发生。

## 2.2.4 监管能力受限

传统的食品生产、流通到交易整个过程,食品监管部门可以通过现场监督检查、抽样检验等多种方式对食品生产、经营活动进行规范,而对于“互联网+”食品市场而言,由于交易的网络性,商家注册身份的信息真伪、“互联网+”食品经营者的经营范围、地址、货源、账户信息等都有可能被有意隐藏,这对食品安全监管人员的互联网技术水平提出较高的要求。此外,传统模式下的食品安全监管按照行政区划划分,而“互联网+”食品交易双方物理空间相分离的特性,也对食品安全监管人员的稽查执法方式和手段提出了更高的要求。

## 3 “互联网+”食品安全监管策略研究

### 3.1 “互联网+”食品安全监管思路

从农田到餐桌,“互联网+”食品产业环节众多而分散,而庞杂的监管任务与有限的监管资源矛盾突出,使得传统的“审、查、罚”监管方式<sup>[9]</sup>,根本无法实现精细化监管,导致产生大量安全监管漏洞。实际上,“互联网+”食品是对传统食品行业的一次行业改造,但不管是综合型电商平台或是垂直型电商平台,仅仅是改变了原来食品行业的销售渠道,更多的是解决食品销售环节问题,“互联网+”只是一个工具,但同时也为解决“互联网+”食品安全监管提供了一种思路,构建“以管网”的“互联网+”食品安全监管思路:契合“互联网+”食品安全监管的新特征、新问题,充分借鉴“开放、共享、协作”的互联网思维<sup>[6]</sup>,让“社会共治”成为监管新模式;广泛运用电子追溯、网络应用、数据挖掘等互联网技术,让“智能监管”成为监管新常态,从而实现“互联网+”食品安全监管的全流程和精细化。

### 3.2 “互联网+”食品安全监管对策

#### 3.2.1 充分借鉴互联网思维

首先,以“开放”的思维监管“互联网+”食品。“开放”意味着公开、便捷,因此,食品生产经营者和监管部门应公开经营者的许可信息,充分公开食品的规格、含量、成分、生产者、保质期、产品标准、添加剂、生产许可证等信息,另外有关“互联网+”食品的抽检情况、经营者的信用记录等官方信息也应公开,由第三方平台在网页的固定位置嵌入显示,防止经营者掩盖不良记录。

其次,以“共享”的思维监管“互联网+”食品。

“共享”意味着分享、免费,因此各种信息的主管部门应通过数据接口共享相关信息:营业执照、生产经营许可证、日常抽检结果、违法行为查处、信用评级等由市场监管部门提供;商品信息、合格证信息、批号等由食品生产厂家提供;安全风险预警由食品风险监测机构提供;商品使用评价信息由消费者提供;食品生产标准由国家标准局提供<sup>[6]</sup>。同时通过论坛贴吧、微博微信、门户网站等,提供消费者表达诉求的渠道,扩大网购食品安全信息披露的内容,包括食品抽检、召回、公众教育和参与、重大事故调查处理结果等信息,弱化信息不对称。

最后,以“协作”的思维监管“互联网+”食品。“协作”意味着互动、互补,因此要充分发挥网购消费者、行业协会、第三方检测机构、新闻媒体等多方力量协同监管,实行多方共治。因此,应合理界定多元监督主体边界,其中网购消费者的边界是举报、监督、参与决策和表达诉求;行业协会的边界是制定行业标准,签订自律公约;第三方检测机构的边界是产品质量认证、质量检测、信用评估和风险评估等;新闻媒体的边界是曝光违法行为,舆论引导企业自律并对公众和企业宣传教育等。

#### 3.2.2 广泛运用互联网技术

首先,探索建立电子追溯系统。探索以数字证书为首的电子标识,以此链接食品制造者或经营者的注册号、经营范围、法定代表人等信息来判断其主体资格是否合法,增加网络交易的保障;运用二维码技术构建供应链溯源体系<sup>[10]</sup>,建立起食品从产地到餐桌的“履历”,实现“互联网+”食品产业全环节、全链条、全覆盖的信息可追溯体系;利用第三方交易平台在数字信封、数字签名等技术优势,以及网络交易和支付的信息留痕特征,形成“互联网+”食品交易链条的可记录、可追溯体系,破解网购违法行为线索发现难、网购违法行为分析取证难等问题。

其次,普及网络技术应用体系。构建“互联网+”食品安全监管检测系统,实现对食品违禁成分、农药残留、甲醛和各类细菌全方位、多层次的检测和筛选,并借助于有线或无线网络通信技术将实时监测数据传递给监管中心;构建“互联网+”食品安全监管风险评估预警系统,增强食品风险监测数据的传输、分析、评估和处理能力,以降低食品安全事故发生率;构建“互联网+”食品安全监管信息共享系统,利用现有互联网和网络通讯技术建立食品

安全数据共享中心,汇集了数据采集、存储、整合、查询等多元化功能。

最后,尝试运用数据挖掘技术。通过挖掘“互联网+”食品市场消费者质量投诉信息形成“问题食品”大数据,据此掌握问题分布规律和成因,借助数据挖掘技术主动识别,筛查网购食品出现安全问题概率比较高的问题食品,并重点跟踪和监控这些食品,提升监管针对性和靶向性<sup>[11]</sup>;建设数据互联互通平台,实现注册信息和食品经营许可信息在线对比,督促和指导食品制造者或经营者落实主体责任;与电商平台共建关键词词库,借助OCR技术将电商平台中色泽上乘、包装精美的食品图片、夸张的介绍和描述进行高精度、高效率的提取,剔除食品制造者或经营者的粉饰,消除信息失真的风险。

作者声明本文无实际或潜在的利益冲突。

#### 参 考 文 献

[1] 中国产业调研网. 中国食品行业电子商务行业现状调研及发展趋势预测报告 2016[R]. 2016.  
[2] 刘文婷. 网购食品快速增长 九成消费者担心安全[N]. 新华网, 2017-01-13.

[3] 周应恒, 王二朋. 中国食品安全监管: 一个总体框架[J]. 改革, 2013(4): 19-28.  
[4] 潘文军, 王健. 食品安全问题研究: 基于供应链网络视角[J]. 中国科技论坛, 2014(9): 155-160.  
[5] 刘媛媛. 我国网购市场食品安全规制研究[D]. 山西医科大学, 2015.  
[6] 王梅文. 网购食品安全监管策略[J]. 管理观察, 2016(11): 113-119.  
[7] 张卫. 网售食品监管办法将出台将细化第三方平台义务[J]. 中国食品, 2016(13): 152.  
[8] 代大鹏. 网络交易中的食品安全监管研究[D]. 宁波大学, 2013.  
[9] 周应恒, 马仁磊. 我国食品安全监管体制机制设计: 贯彻消费者优先原则[J]. 中国卫生政策研究, 2014, (5): 1-6.  
[10] 赵燕. 依托“互联网+”构建食品安全监管新模式[J]. 经济研究导刊, 2016(2): 152.  
[11] 胡颖廉. 科学监管“互联网+食品”[N]. 人民日报, 2016-06-16.

[收稿日期:2017-09-27 修回日期:2018-03-25]

(编辑 刘博)

#### · 信息动态 ·

## 世界卫生组织和儿基会为在全球卫生机构推广母乳喂养发布新指导

2018年4月11日,世界卫生组织和联合国儿童基金会发布了《成功促进母乳喂养十项措施》新指导,以增进对提供孕产妇和新生儿服务的医疗机构的母乳喂养支持。在两岁之前对所有婴儿进行母乳喂养,每年就可挽救逾82万名5岁以下儿童的生命。

母乳喂养对儿童的终身健康至关重要,并可减少给医疗机构、家庭和政府带来的费用。在出生后第一个小时内进行母乳喂养,可以保护新生儿免受疾病感染并挽救生命。对于部分接受母乳喂养或根本没有接受母乳喂养的婴儿而言,因腹泻和其他感染导致的死亡风险增大。母乳喂养还提高智商、入学准备和出勤率,并与成年人的高收入相关。还可

降低母亲罹患乳腺癌的风险。

这一新指导描述了为促进和支持母乳喂养,各国应采取的实际步骤。其提供直接的卫生系统平台,帮助母亲在孩子出生头一小时内开始母乳喂养,并实施六个月纯母乳喂养。

该指导描述了医院应该如何制定母乳喂养书面政策、工作人员能力以及产前和产后护理,其中包括为母亲提供母乳喂养支持。还建议有限使用母乳代用品、母婴同室、顺应喂养、教导父母使用奶瓶和安慰奶嘴以及在母亲和婴儿出院时提供支持。

(来源:世界卫生组织网站)