

行业协会牵手美团、饿了么等外卖平台

# 我省餐饮业网络订餐谋新局

市场看点

□ 本报记者 李文明

疫情期间，餐饮外卖平台给消费者用餐和餐饮企业销售提供了极大便利，但外卖平台的抽成最近也成为热议话题。

2月下旬，几家外卖平台在朋友圈、微博上被餐饮消费者质疑，餐厅酒店也纷纷现身，对外卖平台抽成太高提出异议。餐饮企业称，20%-25%的抽成使得自己无利可图。

作为对餐饮企业的呼应，山东省餐饮与住宿行业协会（以下称“山东省餐饮协会”）于2月17日向美团、饿了么等外卖平台递交了《关于餐饮外卖平台全面降佣的建议函》。这份建议获得了兄弟省相关协会的声援。全国各地近40家餐饮协会纷纷对外卖平台高佣金提出质疑，呼吁外卖平台降低抽成。

如何化解餐饮企业与外卖平台之间的矛盾？4月20日下午，山东省餐饮协会会长张文魁约见了美团点评山东政府事务有关负责人，就共同推进山东餐饮业健康发展进行商讨。

张文魁向美团递交的《山东省餐饮与住宿行业协会与美团点评集团战略合作协议》提出，通过双方的合作，规范餐饮行业网络订餐秩序，保证食品安全，提高餐饮产品质量和服务水平。

张文魁表示，山东省餐饮行业协会将通过山东省餐饮行业网络订餐联盟，让更多的餐饮企业加入网络订餐，并进一步拓展网络订餐、网络订厨、网络订（客）房等业务，同时，美团在“春风行动”的基础上，对山东地

区优质餐饮外卖商户继续加大扶持力度。

记者了解到，针对当前疫情，美团于3月3日推出了“春风行动”计划，并在济南推出了全省第一个“暖心餐饮·泉城春风”行动。3月9日，美团再推“春风行动”升级版，宣布包括打造“安心”消费标签、5亿元消费补贴以及外卖返佣金等措施，同时启动10亿元商家经营补贴，助力百万商户复工复产。济南鼎厨疫情前堂食火爆，疫情来袭堂食受到严重冲击。“春风行动”为其助了一臂之力，目前外卖日均超过80单。该店经理介绍，目前店内午高峰的美团外卖营业额占到了80%，订单量甚至超过了疫情前的水平。

张文魁表示，近两年，我省的外卖平台订餐快速发展，2018年营收达到600亿元。2019年，山东省餐饮营收增长10%以上，网络外卖平台交易额也水涨船高，达到800亿元。2015年至2016年，外卖平台推广之初，佣金在3%-5%。而到2019年年底，外卖平台佣金比例平均已经超过20%。

他认为，高佣金不利于餐饮行业的健康发展，一个直接的负面效应就是可能使一些企业为降低成本而降低食品质量。

美团方面则表示，美团通过网上平台大大提高了餐饮企业的营业收入，为企业带来规模效应，同时，通过外卖，餐饮企业减少了堂食服务，这方面的成本有较大降低。目前，美团收取的外卖佣金也仅能保本运营。希望双方的合作能够在双赢的前提下展开。

张文魁说，山东省餐饮协会与美团、饿了么合作的根本诉求，是希望借助网络订餐平台，推动山东餐饮企业的健康和可持续发展，保证餐饮的质量和品质不断提升，为山东餐饮业赋能。为实现上述目标，山东省

餐饮协会正在制订网络订餐山东地方标准，规范网络平台订餐行为。同时，为降低配送成本，协会正在与顺丰商谈，整合目前多家外卖平台资源，实现同一店铺、同一订购点的配餐统一配送，降低配送重复率。他估算，经过整合，可使餐饮配送成本降低30%以上。



为开展5·20世界计量日系列主题宣传活动，宣传计量在经济社会发展中发挥的重要支撑和保障作用，增强计量工作的社会影响和宣传推广，4月28日，部分主流媒体记者走进山东省计量科学研究院进行调研采访。图为媒体记者在参观机器人自动检验装置。

记者了解到，近两年，山东省的餐饮业发展迅速，2018年，全省餐饮营收3995亿元，跃居全国第一。行业协会与网络订餐企业的合作将使山东餐饮业获得新动能，迈上高质量发展的快车道。

□ 记者 杨润勤 报道

为加强执法监督，规范执法行为，促进依法行政，根据《山东省行政执法监督条例》《市场监督管理执法监督暂行规定》等法规，省市场监管局日前制定出台了《山东省市场监督管理执法案卷评查办法（试行）》（以下简称《办法》）。

## 山东省药监局 成立6个区域检查分局

□ 通讯员 梁振兴 记者 杨润勤 报道

本报济南讯 山东省药品监督管理局6个区域检查分局日前相继挂牌，标志着山东省药监机构改革取得重大进展，省级药品监管力量进一步增强，对于保障山东省药品质量安全、促进产业发展等具有重要意义。

为进一步加强药品生产环节监管，山东省委编办批复同意设立山东省药监局区域检查第一、第二、第三、第四、第五、第六检查分局，其中，第一分局监管区域为济南、泰安、德州、聊城；第二分局监管区域为青岛、潍坊；第三分局监管区域为淄博、东营、滨州；第四分局监管区域为烟台、威海；第五分局监管区域为临沂、枣庄、日照；第六分局监管区域为菏泽、济宁。

作为山东省药监局派出机构，区域检查分局的主要职责包括：承担所辖区域内药品、医疗器械、化妆品生产环节以及药品批发、零售连锁总部、互联网销售第三方平台的现场检查、复查工作，查处相关违法行为。

## 我省出台市场监督管理 执法案卷评查办法

□ 记者 杨润勤 报道

为加强执法监督，规范执法行为，促进依法行政，根据《山东省行政执法监督条例》《市场监督管理执法监督暂行规定》等法规，省市场监管局日前制定出台了《山东省市场监督管理执法案卷评查办法（试行）》（以下简称《办法》）。

《办法》将评查标准分为基础标准审查和文书规范标准审查，规定评查结果应当向被评查单位书面反馈并督促整改，被评查单位要在规定时间内进行整改，并书面报告整改措施和整改结果。在案卷评查中发现被评查单位作出的行政行为违法或者不当的，将按照《市场监督管理执法监督暂行规定》《山东省行政执法监督条例》的规定监督处理。

## 聊城构建全链条 质量基础技术服务平台

□ 记者 杨润勤 通讯员 郭辉 李兆敏 报道

本报聊城讯 日前，聊城市开展制造业质量提升行动，着力构建全链条质量基础技术服务平台。

该项行动将组织实施高端装备制造、新能源汽车、有色金属及金属深加工、绿色化工等产业集群规划编制，集中抓好100个重点工业项目建设。

今年，聊城市将推动整合质量基础设施资源，加强食品药品、计量、质检等技术支撑能力建设，以鲁西质检中心为依托，加快提升全市质量基础设施建设水平，构建“标准、计量、检验检测、认证认可”全链条“一站式”质量基础技术服务平台。同时，加强对检验检测认证机构的监管，严厉打击违法检验检测认证活动，不断提升技术支撑能力和水平。

# 食安济南优品名产大客厅将启幕

推动食品安全共建共治共享

□ 记者 杨润勤

通讯员 商海春 报道

本报济南讯 济南市市场监督管理局将建设食安济南优品名产大客厅，全力打造“食安济南”升级版。

记者在4月24日召开的济南市市场监管局建设食安济南优品名产大客厅座谈会上了解到，食安济南优品名产大客厅的总体设想和

建设规划为：利用区块链技术，创新食品生产流通监管和电子商务集成应用模式，通过建设食安济南优品名产大客厅食品安全综合服务平台，巩固提升国家食品安全示范城市建设成果，推进全市食品安全治理体系和治理能力现代化，全力打造“食安济南”升级版。实行市场化运作模式，将大客厅纳入智慧城市建设统筹规划，整合企业、媒体、消

费者等力量，集品牌推介、智慧追溯、大数据监管、线上线下营销于一体，推动食品安全共建共治共享，提高全市食品安全水平。

同时，运用云计算、大数据、物联网、移动互联网等新一代信息技术，整合综合监管、风险预警监测、舆情监控、信用信息、信息发布、明厨亮灶等，实现食品安全信息化治理，促进市场监管、商务、教育、农业

等部门监管效率的提升，打造涵盖食用农产品基地、加工企业、商超、餐饮单位等网上“食安济南”服务平台。

另外，突出多种实用功能，实现“食安济南”品牌展示及线上经营功能，促进行业自律，释放政策红利，自动生成济南美食地图，打通食品全产业链条监管部门信息数据壁垒，实施动态监管。

# 共建共享“好品山东”

□ 山东省市场监督管理局党组成员、副局长 田治颖

山东作为经济大省、制造业大省，已进入高质量发展新阶段，市场竞争由数量扩张和价格竞争逐步转向质量提升和差异化竞争。处于新发展阶段的山东需要一个共同的目标愿景，来激发各方的创新创业热情。今年的《省政府工作报告》明确提出，共建共享“好品山东”。形成“好客山东·好品山东”品牌体系，助力“鲁字号”产品和服务赢得口碑、开拓市场、品行天下。在经济、文化、社会服务领域打造“好品山东”，既符合山东实际，也具有坚实基础，可谓恰逢其时，正当其势。山东是市场主体大省，总数已经突破千万户，位居全国第二，且市场主体结构持续优化，产业结构日趋合理，经营活跃度日益旺盛，生命周期不断延长。省委、省政府高度重视质量品牌建设，开展质量提升行动，国家标准化综合改革试点，完善质量品牌工作综合推进机制，成效不断显现。全省工业产品质量合格率、食品抽检合格率，均保持在96%以上；药品抽检合格率达到99.6%；全省地理标志商标连续9年居全国第一；海尔、青啤、海信、潍柴、张裕、东阿阿胶6个品牌入围2018中国品牌价值百强榜，数量全国第三；中国专利金奖、商标金奖数量均居全国前列。山东营商环境不断改善，制度供给破立立新。省委、省政府先后出台了“非公经济10条”“国企改革10条”“实体经济高质量发展45条”“民营经济35条”“支持企业家干事创业25条”等富含“真金白银”的政策，让干事创业逢山开路、遇水搭桥、左右逢源。全省以“一次办好”改革为突破口，大力实施优化营商环境10个专项行动，打造“审批事项少、办事效率高、服务质量优、群众获得感强”的一流营商环境。根据国务院第五次大督查营商环境调查反馈，山东企业开办、不动产登记、工程建设项目审批、用电报装、用气报装等5项指标排名均居全国前列。山东12个市入围2019中国城市营商环境百强榜。全国首个、也是唯一一个以新旧动能转换为主题的综合试验区落户山东。这些都是“好品山东”的厚植土壤。

## “好品山东”的支撑是品牌

习近平总书记强调，要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。“好品山东”离不开优质品牌的支撑。品牌是质量、竞争与信誉的重要标志，是经营者参与市场竞争的重要资源。推动山东经济高质量发展，建设现代化经济体系，品牌建设发挥着不可替代的重要作用，需要打造一大批国内领先、世界知名的品牌，通过增强企业、区域和城市的核心竞争力，形成产品品牌、企业品牌、区域品牌、行业品牌谱系。产品品牌是企业竞争力的根本，比单纯的质量包含更多的价值趋向、人文精神和个性创新。区域品牌有特定的历史、文化、地理或产业背景，如青岛的家电、烟台的苹果、寿光的蔬菜以及众多的地理标志产品等，都是知名的区域品牌，对推动区域经济发展具有重要意义。山东有着完整的产业结构、产业集群，提升行业标准、团体标准有助于行业品牌的创建。“全国质量强市示范城市”是城市品牌的形式表现，实现高质量发展已经成为新常态下城市发展的必然选择。以质量弥补发展短板、拓展发展空间，推动城市经济迈向中高端水平。济南市以“匠心铸就，品质泉城”作为质量精神；东营市以“生态黄河口，质量赢未来”为质量精神；烟台市着力发挥品牌作用，推动供需结构升

## “好品山东”的底蕴是品行

我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，党的十九大这一重大判断敏锐把握住了关系全局的历史性变化和执政取向。叫响“好品山东”既符合时代要求，也是现实需要。古人讲，小胜靠智，大胜靠德。“好品山

级，全市共有山东名牌产品180个，省服务名牌53个，省长质量奖6个，中国驰名商标92件，形成了品牌群体。

## “好品山东”的追求是品位

消费升级、市场下沉引发日益增长的多元化需求和消费。长期以来，我省消费具有模仿型排浪式特征。进入经济发展新阶段，这一特征的消费告一段落，个性化、求异化、多样化消费风生水起，创新供给激活需求日趋明显。通过“好品山东”建设，不断释放消费潜能，使消费继续在推动经济发展中发挥基础作用。品牌的核心要义是创新，通过产品创新，彰显品牌差异性；通过服务创新，提升品牌价值。因此，“好品山东”建设，把高端、高品质的追求，体现到产品、经营、管理、创新、人才、营销等全链条、全环节，以创新促进供给结构改善，更好满足消费者日益增长的多元化需求；以创新为驱动，以先进技术为支撑，推进增品种、提品质、创品牌、提品位，让“好品山东”体现山东经济大省地位，努力向“微笑曲线”的高端攀升。

## “好品山东”的壮大要靠营商环境

简政放权、放管结合、商事制度改革，正在有力激发和释放市场主体活力。“双随机、一公开”监管深入推进，守信联合激励和失信联合惩戒机制初显成效。深入推进审批服务便民化，启动实施政务服务“一网一门一次”改革，着力解决企业和群众反映突出的“办事难、办事慢”“多头跑、来回跑”等问题。政府甘当企业的“保姆”和“店小二”，企业需要时无处不在，不需要时无声无息。一是丰富好内涵、搭建好平台、拟定好政策。二是激发“好品山东”的活力。包括压减企业开办时间，推动产品生产许可“瘦身”，提高知识产权注册便利化水平，让新企业、新产品、新发明更快地进入市场，厚植品牌培育生长的土壤。三是营造“好品山东”的发展环境。创新监管方式，打击假冒伪劣和侵犯知识产权行为，加强反垄断和反不正当竞争执法，强化网络和广告市场监管，更好地发挥市场监管职能，激励创新，保护品牌。四是夯实“好品山东”的质量基础。好品来自好质，好质必靠强有力

的技术基础做支撑，这就需要政府这只看得见的手在计量、标准、认证、检验检测和市场监管上搭平台、定规则、严监管，大力推广科学的质量管理模式和方法，推动企业走优质发展、以质取胜之路。鼓励企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度，激励和倒逼各行各业提高质量水平，引导并加速优质品牌成长。

## “好品山东”的创建要靠主力军

过去40年，我省产业的技术与质量持续提升，但品牌建设相对落后。从2010年到现在，一直仅有海尔和青啤入选世界品牌价值500强；中国品牌500强中，我省入选41个，仅为北京的43%、广东的46%。习近平总书记指出：“要引导企业突出主业、降低成本、提高效率，形成自己独特的比较优势，发扬‘工匠精神’，加强品牌建设，培育更多‘百年老店’，增强产品竞争力。”品牌作为质量、服务与信誉的重要标志，其突出特征是强调提升产品和服务的质量，实现差异化经营。一是强化企业主体责任。督促企业对产品质量保障措施进行承诺公示，切实履行缺陷产品召回和质量担保责任。引导企业建立健全质量安全责任制和产品质量事故报告制，推动质量责任落实到每一个环节、每一个岗位和每一名员工。二是加强企业全面质量管理。引导企业完善全员、全过程、全方位的质量管理体系，推动生产经营模式变革和流程再造。三是深入开展质量提升行动。支持企业加强与国际优质产品的质量对标，瞄准先进标杆实施技术改造，开展质量提升关键技术攻关。围绕重点行业、产业集聚区，加大对中小企业的帮扶力度，打造独特的比较优势，形成一批“小巨人”企业。

## “好品山东”的实现要遵循路径

山东正面临着新旧动能转换、高质量发展的重要机遇期：新动能正在成长、结构正在优化、动力正在增强、生态正在改善、数据正在做实、国家战略平台正在集聚。一是创新引领。惟创新者进，惟创新者强，惟创新者胜。通过产品创新，才能造就品牌差异性；通过服务创新，方能提升品牌美誉度。国家知识产权

局明确支持山东建设中国（山东）知识产权保护中心；支持山东建设知识产权运营体系、打造对外开放知识产权新高地。我省的“春笋”行动计划，每年选择具有创新潜力的1000家企业进行重点帮扶，已初见成效。二是标准领跑。“好品山东”是一个集成体系，必须从质量着眼、从标准入手。要去低端产能，就要有基本的质量标准作为门槛；要迈向中高端，就要有较高的质量标准去引领。我省标准制定数量多，但先进标准占比偏少，如承担国际标准化组织8个，仅列全国第6位，名牌企业专利向标准的转化率仅为2.06%，而广东则为32.3%。三是质量领先。质量是企业立身之本。当前，人民日益增长的美好生活需要，很大程度上是对高质量产品和服务的需要。尽管这几年我省产品与服务品牌得到极大丰富、品质得到较大提高，但中高端产品供给过剩、中高端产品供给不足、假冒伪劣产品屡禁不止问题依然存在。近期山东召回的几批缺陷产品也印证了这些问题。我省中小微企业已达226万户，占全部企业的84.5%，中小微企业已成为质量提升的重点。要让小微企业做到既要小而精、小而优，又要小而特、小而强，让隐形冠军铺天盖地抓质量，就能为社会提供更多更优的产品和服务。四是品牌领军。品牌塑造的目标是凝聚人心。品牌一旦树立起来，就成为质量的象征，只有抓住品牌质量，才能抓住市场、抓住未来。围绕产品、企业、产业、区域品牌，地理标志品牌全领域打造品牌谱系，已成为当务之急。持续实施品牌高端化培育，聚焦质量高、效益高、诚信度高、美誉度高、关联度高，真正把我省的制造优势、规模优势，转化为质量优势、效益优势、竞争优势。五是文化领航。山东是齐鲁文化的发祥地，齐鲁文化蕴藏着巨大的发展能量和凝聚力，为“好品山东”的塑造和传播提供了取之不尽、用之不竭的素材和渠道。把优秀传统文化提炼出来赋能“好品山东”，既融合现代文明成果，又与高质量发展战略协同，“好品山东”就会成为另一张山东的亮丽名片。六是政府领导。“好品山东”的最终打响还有一段慢工出细活的历程，也需要以工匠精神持之以恒锻造锤炼。但作为公共品牌，政府要确定好顶层设计，以非营利法人主体进行公共品牌策划、注册、推广，明确品牌所有者、使用者、监督者的权利和义务。充分发挥质量强省及品牌推进领导小组成员单位的作用，把“好品山东”与政府质量工作考核、质量提升行动结合起来，把品牌保护与打击侵权结合起来，共同推进和打造“好品山东”，不断彰显“好品山东”的特质，推进质量强省建设。