

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 外卖食品安全责任保险发展问题研究——以“饿了么”平台“食无忧”产品为例

研究生姓名: 王邦大

指导教师姓名、职称: 王振军、教授

学科、专业名称: 应用经济学、保险专硕

研究方向: 社会保险理论与政策

提交日期: 2022年6月5日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 王邦文 签字日期： 2022年6月5日

导师签名： 王邦文 签字日期： 2022年6月5日

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 王邦文 签字日期： 2022年6月5日

导师签名： 王邦文 签字日期： 2022年6月5日

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

**Research on the development of takeout
food safety liability insurance -- Taking
"Food worry-free" products of "ELEME"
platform as an example**

Candidate:Wang Bangda

Supervisor:Wang Zhenjun

摘 要

随着互联网的高速发展，网络餐饮业紧跟步伐，如今，越来越多的人开始通过外卖平台来订餐，外卖食品与公众生活日益密切。与此同时，外卖的食品安全问题逐渐凸显，使消费者生命财产受到损害。外卖食品安全责任保险作为外卖餐饮市场上预防食品安全风险的一种手段，逐渐被公众关注。2015年1月，《关于食品安全责任保险试点工作的指导意见》出台，文件对食品安全责任保险试点工作进行指导，外卖行业也被纳入到首批试点行业中，在该保险中，商家的食品安全风险被转移到保险公司，受害者可以从保险公司得到经济补偿。外卖食品安全责任保险的良好发展，对于解决外卖市场上食品安全问题、保障外卖行业健康发展、维护社会稳定均具有重要意义。

本文运用案例分析法、对比分析法、文献研究法，根据目前外卖食品安全责任保险的发展现状，分析出该险种发展所面临的挑战和机遇。然后选取外卖食品安全责任保险开展过程中的典型案例：“饿了么”平台与中国太保合推的外卖食品安全责任保险产品“食无忧”，总结出有利于应对该险种发展所面临挑战的做法以及不足之处。随后对国外开展食品安全责任保险的经验进行总结，分析出对我国外卖食品安全责任保险发展的启示。

根据前文的分析，提出针对性发展建议：确定强制投保模式、优化理赔服务、完善保险条款、加强核保承保工作、加强产品创新、健全食品安全监管体系、完善食品安全信息交流机制。希望可以为保险公司和外卖平台更好地开展外卖食品安全责任保险提供参考、促进外卖食品安全问题得到良好解决，从而保障外卖行业健康发展和消费者合法权益，维护社会稳定。

关键词：外卖食品安全 责任保险 问题研究 “食无忧”产品案例

Abstract

With the rapid development of the Internet, the online catering industry keeps up with the pace. Now, more and more people begin to order meals through the takeout platform, and takeout food is increasingly close to public life. At the same time, the food safety problem of takeout has gradually become prominent, causing damage to consumers' lives and property. As a means of preventing food safety risks in the takeout catering market, takeout food safety liability insurance has gradually attracted public attention. In January 2015, the guidance on the pilot work of food safety liability insurance was issued. The document guides the pilot work of food safety liability insurance. The takeout industry was also included in the first batch of pilot industries. In this insurance, the food safety risk of merchants was transferred to the insurance company, and the victims can get economic compensation from the insurance company. The good development of takeout food safety liability insurance is of great significance to solve the food safety problems in the takeout market, ensure the healthy development of the takeout industry and maintain social stability.

This paper using the methods of case analysis, comparative analysis and literature research. Analyzes the challenges and opportunities faced

by the development of takeout food safety liability insurance . Then select a typical case in the development of takeout food safety liability insurance: "ELEME" platform and China Pacific Insurance jointly promote the takeout food safety liability insurance product "Food worry-free", and summarize the practices and deficiencies conducive to dealing with the challenges faced by the development of this insurance. Then it summarizes the experience of foreign countries in carrying out food safety liability insurance, and analyzes the enlightenment to the development of takeout food safety liability insurance in China.

According to the above analysis, targeted development suggestions are put forward: determine the compulsory insurance mode, optimize the claim settlement service, improve the insurance terms, strengthen the underwriting work, strengthen product innovation, improve the food safety supervision system, improve the food safety information exchange mechanism. It is hoped that it can provide reference for insurance companies and takeout platforms to better carry out takeout food safety liability insurance, and promote the good solution of takeout food safety problems, so as to ensure the healthy development of takeout industry and the legitimate rights and interests of consumers and maintain social stability.

Keywords:Food safety of takeout;Liability insurance;Research of

problem; Product case of "Food worry-free"

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景及研究意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究意义	1
1.2 国内外文献综述	2
1.2.1 国外文献综述	2
1.2.2 国内文献综述	3
1.2.3 文献评析	4
1.3 研究内容与研究方法	5
1.3.1 研究内容	5
1.3.2 研究方法	6
1.4 研究创新与不足之处	6
2 相关概念与基础理论	7
2.1 相关概念	7
2.1.1 责任保险	7
2.1.2 食品安全责任保险	7
2.1.3 外卖食品安全责任保险及功能	8
2.2 相关理论基础	9
2.2.1 食品安全责任保险公益性理论	9
2.2.2 食品安全责任保险合同特定性理论	9
2.2.3 市场失灵理论	10
2.2.4 顾客满意度理论	10
2.2.5 逆向选择与道德风险理论	11
3 外卖食品安全责任保险发展现状分析	12

3.1 外卖食品安全责任保险发展现状	12
3.2 外卖食品安全责任保险发展所面临的挑战	13
3.2.1 外卖食品安全责任保险相关法律制度不完善	13
3.2.2 保险公司、外卖平台与商家之间存在信息不对称	14
3.2.3 外卖食品安全责任保险产品种类数量少	14
3.3 外卖食品安全责任保险发展机遇分析	16
3.3.1 外卖食品安全责任保险具有潜在市场需求	16
3.3.2 外卖食品安全责任保险政策的支持	21
3.3.3 保险科技和行业精英助力发展	22
4 外卖食品安全责任保险产品典型案例分析	24
4.1 “食无忧”产品介绍	24
4.1.1 产品背景	24
4.1.2 产品介绍	25
4.2 投保情况分析	26
4.3 理赔情况分析	28
4.4 产品条款分析	30
4.4.1 免赔条款分析	30
4.4.2 费率制度分析	30
4.5 核保承保分析	31
4.6 风险防控分析	32
4.7 案例总结	33
5 国外食品安全责任保险发展经验借鉴	35
5.1 美国食品安全责任保险发展经验借鉴	35
5.2 欧盟食品安全责任保险发展经验借鉴	36
5.3 日本食品安全责任保险发展经验借鉴	36
5.4 对外卖食品安全责任保险发展的启示	38
6 研究结论与对策建议	39
6.1 研究结论	39

6.2 对策建议	39
6.2.1 确定强制投保模式	39
6.2.2 优化理赔服务	40
6.2.3 完善保险条款	41
6.2.4 加强核保承保工作	43
6.2.5 加强产品创新	43
6.2.6 健全食品安全监管体系	45
6.2.7 完善食品安全信息交流机制	45
参考文献	46
后 记	50

1 绪论

1.1 研究背景及研究意义

1.1.1 研究背景

2009年，外卖平台开始在国内兴起，随着互联网的发展，依托于网络订餐的外卖行业迅速发展，使外卖成为了人们继做饭和堂食之后的第三种日常饮食方式。但由于消费者与商家无接触，对外卖食品的生产制作过程无法了解，外卖的食品安全问题也逐渐产生，严重影响了消费者的生命财产安全，不利于外卖行业的健康发展和社会稳定。由于外卖食品安全问题涉及范围巨大，政府应积极采取措施应对，解决外卖行业的食品安全问题、保障消费者合法权益和外卖行业的健康发展，从而维护社会稳定。

为更好地应对食品安全问题，2015年1月，《关于食品安全责任保险试点工作的指导意见》出台，文件中对食品安全责任保险的试点工作进行了指导，并鼓励食品企业积极投保食品安全责任保险，外卖行业也被纳入到首批试点行业中。同年4月，国内某些外卖平台开始推行外卖食品安全责任保险，平台与财险公司合作推出相关产品，并鼓励本平台的商家进行投保，外卖行业的食品安全问题得到初步解决。

随后的几年中，国家多次出台关于外卖行业食品安全问题的法律法规和政策文件，对平台和监管部门提出了工作要求，并多次鼓励食品商家购买食品安全责任保险。外卖平台和与其合作的财险公司也对相关产品进行不断的更新优化，在解决外卖食品安全问题的同时，推动了外卖食品安全责任保险的发展。

1.1.2 研究意义

1.1.2.1 理论意义

虽然外卖行业在不断推广外卖食品安全责任保险，但实际上，该险种相比较与传统的食品安全责任保险，两者存在一定程度的差异。加上该险种起步较晚的

原因，国内关于它的研究也起步较晚，还未形成较为完整的研究体系，在前辈们对于食品安全责任保险的研究基础之上，本文在研究中注重外卖平台在该险种中发挥的作用以及相应产品的实施情况，在现有相关的研究体系中丰富了研究内容，因此本文的研究具有一定的理论意义。

1.1.2.2 实践意义

外卖食品安全责任保险具有有效转移外卖食品安全风险和事故预防的能力以及提高外卖商家预防风险的意识，提高外卖食品安全事故对消费者损失的经济补偿，有助于外卖行业的健康发展和社会稳定。在实践方面，虽然外卖食品安全责任保险已经在一些外卖平台上进行，然而由于相关法律制度不完善，信息不对称，产品种类数量较少，使其发展受阻，不利于解决外卖食品安全问题。本文以“食无忧”为例，分析了该产品的实施现状和成效，并总结出不足之处，结合相关理论与国外食品安全责任保险的发展经验提出了相应的改进措施，有助于外卖食品安全责任保险健康可持续发展，从而更好解决外卖食品安全问题，因此本论文的研究具有一定的实践意义。

1.2 国内外文献综述

1.2.1 国外文献综述

在食品安全问题上，Fred Gale（2008）认为，中国政府以及社会各界逐渐重视食品安全问题，对食品行业制定的条件也逐渐严格，然而如果和发达国家相比，严格程度还是比较低。不仅如此，餐饮用户们不太能接受相关企业为了减少食品安全事故而采取的做法，因为这会使经营成本上升从而需要用户支付更多费用。Cogan（2016）对 12.8 万名住院患者进行统计分析，发现几乎有三千多人的死因为食源性疾病，食源性疾病能够引起很多严重的负面影响：美国每年因食源性疾病引起的成本约为 777 亿美元，这一笔支出在食品安全问题上的总支出占据约百分之七的比重。

在政府对食品安全问题的应对上，Loureiro M.L(2008)表示食品安全监管存在很多不足之处，导致很难进行食品安全分析，从而不利于食品安全问题的解决。

Waimea(2011)提出美国的法治体系健全程度有待提升,这使得餐饮公司不愿意重视食品安全问题,导致容易发生频繁的食品安全事故,对消费者维权产生不良影响。

在食品安全责任保险方面,Caswell, J.A(1991)曾研究推行食品安全责任保险的益处,并提出该险种具有的几种功能,促进餐饮店铺加强食品安全管理,并提高其法律意识和社会责任感,因此能够减少饮食风险,对社会具有重要作用。

对于食品安全责任保险存在的信息不对称问题,Akerlof(1970), Rothschild and Stiglitz(1976)早就对逆选择行为进行了分析,提出这是源于市场中的信息不对称;H lmstrom(1979), Shavell(1979)探讨了道德风险行为。Michael(2006)认为保险容易受到道德风险的影响。只要通过计算索赔数据和经验费用增加保费,或者增加续约和条款开发限制,就可以有效降低道德风险。

1.2.2 国内文献综述

目前我国食品安全责任保险的发展相对滞后,探索其发展滞后的原因非常重要,对我国食品安全责任保险的可持续健康发展具有重要意义。娄永飞(2016)提出我国食品安全相关的法治建设、监管体系需要完善,同时产品较少,影响了该险种的进一步推行。李倩倩(2011)表示,餐饮用户以及商家群体中存在缺乏保险意识的问题,这在一定程度上对食品安全责任保险的发展产生负面影响。张瑞刚(2019)认为食品安全责任保险制度发展不健全影响了该险种的发展,并提出应从提高消费者维权意识和企业认知度、强化监管、实行强制投保、浮动费率制度、信息共享五个方面完善我国的食品安全责任保险制度。

在发展模式上,当今还没有相关法律法规进行确切的规定,从长期来看,发展模式对险种的推行具有非常重要的意义。学界对此也有各种不同的看法。原也(2015)分析了食品安全责任保险强制推行的必要性。李婧媛(2012)提出,“强制+自愿”模式值得考虑,这种模式是“政策+商业”的结合,可以充分利用我国政府具有较强号召力的优势。曹斯蔚(2021)提出强制投保模式分类瞄准,重点对产业链条靠后企业进行强制投保。

在食品安全责任保险的承保问题上,前辈们也发表了各自的看法。李新天(2012)认为,首先要采取“强制+自愿”模式,在此基础上,根据各种影响因素

将投保人进行分类,比如所有的儿童食品企业应该投保,成为投保人。李芳和王煜(2015)从现实的角度考虑,找到了一种低消耗的承保方法,即在已有注册登记准入制度的食品商家中选择投保人。

保险产品的费率决定了产品在未来能否盈利,科学的费率可以使其健康发展。国内学者对食品安全责任保险费率的制定各抒己见。肖振宇、唐汇龙(2013)认为,食品制造商所面临的食品安全风险值得被重视,并且应该实行浮动费率制。李华(2012)认为,费率制定应该考虑五个因素,一是食品特点和风险程度;二是生产水平和质量控制水平;三是食品销售额;四是食品市场范围;五是食品厂商过去的事故记录。

外卖食品安全方面,张源(2015)提出,下单的用户和外卖店铺之间存在信息不对称,用户们没有渠道来接触相应店铺的食品制作,更不能亲自去看,唯一的办法是通过外卖的外观和味道来猜测,所以,在外卖食品的安全问题上,外卖平台需要格外重视。还有入驻到平台店铺数量过多,平台审核质量不高等情况,同样会导致外卖食品安全事故的增加。李佳洁(2018)认为导致外卖食品安全问题的原因有多种:外卖平台对于入驻店铺的审核质量有待提升,因此要尽可能避免外卖店铺违法违规经营的情况;目前国内的相关法律政策不多,在对网络餐饮的监管中存在“灰色地带”。

外卖食品安全责任保险方面。蔡桥桥、陈敏(2018)分析了目前外卖食品安全责任保险发展所面临的挑战,一方面是该险种产品存在不足,另一方面该险种的普及宣传工作还不到位。孙宏涛、朱星羽(2016)提出外卖食品安全责任保险应该采用强制投保模式,并分析了实行该模式的必要性和可行性。引入外卖食品安全责任强制保险是对消费者权益保护的有力手段,也有利于外卖平台的发展。目前政府食品安全监管压力较大,可通过食品安全强制责任保险来进行一定程度的缓解。

1.2.3 文献评析

综上所述,目前食品安全责任保险的相关研究较为充足:从相关产品设计(费率厘定和承保原则)到发展模式再到相关制度的研究都有较多成果。由于网络餐饮行业发展不久,针对外卖行业食品安全责任保险的研究较少,主要集中于对产

品数量和强制性投保模式的研究上,对具体的产品研究较少。因此,本文借鉴前辈们已有的成果、结合行业特点,用于对外卖食品安全责任保险产品的分析,总结出有利于该险种发展的措施和不足之处,并结合国际食品安全责任保险的发展经验,提出有利于外卖食品安全责任保险发展的合理建议。

1.3 研究内容与研究方法

1.3.1 研究内容

本文在阐述了外卖食品安全责任保险相关概念和理论基础上,关注“饿了么”平台与财险公司合作推出的“食无忧”产品,通过对该产品投保情况、理赔情况、保险条款、核保承保工作和风险管控的现状分析,结合外卖平台在“食无忧”产品中所发挥的重要作用,总结出有利于应对该险种发展中所面临挑战的做法和不足之处。随后总结了美国、欧盟、日本在该险种发展模式的做法和可借鉴之处。基于上述研究,对外卖食品安全责任保险的发展提出合理建议。

本文主要分为6个章节:

第一章是绪论,主要介绍本文的研究背景和研究意义;对国内外相关研究进行综述;介绍本文研究内容与研究方法。

第二章介绍了外卖食品安全责任保险的相关概念及理论基础,作为本文的研究基础。

第三章分析了外卖食品安全责任保险的发展现状并得出外卖食品安全责任保险发展面临的挑战和机遇。

第四章选取了外卖食品安全责任保险发展中的典型案例:“食无忧”产品,对产品运行中的投保情况、理赔情况、保险条款、核保承保、风险防控共五个方面作出详细分析,归纳出有利于应对该险种发展中所面临挑战的做法以及不足之处。

第五章对美国、欧盟、日本的食品安全责任保险发展经验进行分析,并总结出对我国外卖食品安全责任保险发展的启示。

第六章根据前文分析,提出相应的发展建议,以便促进外卖食品安全责任保险的发展,更好地服务外卖行业和消费者。

1.3.2 研究方法

案例分析法：为了更好发展外卖食品安全责任保险，本文选取了外卖食品安全责任保险发展中的典型案例：“食无忧”产品，对产品在运行中的投保情况、理赔情况、保险条款、核保承保、风险防控共五个方面作出详细分析，归纳出有利于应对该险种发展中所面临挑战的做法以及不足之处。

文献资料法：本文采用多个渠道如书籍阅读及资料查找，对关于食品安全责任保险的文献进行学习，然后认真分析了该险种在网络餐饮行业中的推行情况、在相关法律政策中进行考证，为本论文的研究奠定了理论基础。

比较分析法：本文通过对国际上一些发达国家和地区在开展食品安全责任保险的措施进行比较分析，结合前文案例中分析出的不足之处，总结出适合我国外卖食品安全责任保险发展的启示。

1.4 研究创新与不足之处

创新之处：当前，关于食品安全责任保险的研究多集中于传统食品行业，本文选取了网络餐饮这一特定行业，因此，本文在研究对象上进行了一定程度的创新；此外，在外卖食品安全责任保险的相关研究中，国内多数学者把研究重心放在其发展模式及产品数量上，本文的核心在于分析“食无忧”产品在面临外卖食品安全责任保险发展挑战与机遇时，采取的一系列有效措施，并总结出其中的不足之处，以此提出有针对性的对策建议，因此，本文在研究内容上有一定程度创新。

不足之处：目前我国外卖食品安全责任保险起步较晚，本文在进行研究时，能够获取的产品数据信息比较有限，研究数据可能会与真实市场情况存在一些偏差，导致本文所提出的发展建议在适用性上有所欠缺。

2 相关概念与基础理论

2.1 相关概念

2.1.1 责任保险

责任保险是财产保险的一种,是指当被保险人应对第三者承担该有的经济赔偿义务时,保险人会进行承担。其中有三个要点:责任保险的保险标的是被保险人所受到的民事赔偿责任;保单中约定赔偿限额;责任保险保的是过失行为,并且对第三者造成了生命财产损失,非过失行为导致的赔偿义务不在保险范围内。责任保险在承保形式上不唯一:首先可以是附加险,比如汽车保险中的车载货物掉落责任险等。其次也可以当做主险单独承保。责任保险共有三大类,除了较为常见的公众责任保险以外,还有产品责任保险和职业责任保险两种形式。作为本文的研究对象,外卖食品安全责任保险是属于产品责任保险的一个特殊险种。

责任保险和其他类型的保险有共同的特点,都有风险分散机制。这种风险分散机制是基于以保险人作为中心和大量被保险人根据互助原则所产生的。这类保险本质上是被保险人之间的互助机制也是被保险人之间损失再分配的体现。

2.1.2 食品安全责任保险

食品安全责任保险属于责任保险。若用户遭遇食品安全事故,该险种可以对其提供经济补偿。《食品安全责任保险试点工作指引》指出该险种是一种广泛应用于发达国家和地区食品安全管理的管理机制。《指导意见》中的定义为“为以被保险人对因其生产经营的食品存在缺陷造成第三者人身伤亡和财产损失时依法应负的经济赔偿责任为保险标的的保险”,包含餐饮商家由于工作的疏忽,使得在食品的制造、加工和包装过程中出现不可食用的异物或食品变质而造成食品安全事故的一种保险;消费者可以据此提出索赔申请,保险人按照合同约定核实赔偿后承担相应的赔偿责任。如果是由于被保险人的故意行为或出现除外责任条款中规定的情况所导致的食品安全事故,保险公司不承担赔偿责任。

在一般民事责任案件中,侵权人应承担赔偿责任。食品安全责任保险承保人

在处理食品安全事故时，应当遵守保险合同规定的责任和义务。保险公司应当按照保单的约定赔偿第三者而不是相关商家。由于食品商家面临赔偿风险，一旦遇到严重事件，可能会无力赔偿，保险公司解决了这个问题，并保障了受害者获得补偿的权利。

2.1.3 外卖食品安全责任保险及功能

外卖食品安全责任保险属于食品安全责任保险，是“食责险”在外卖行业中的推广，但和传统“食责险”存在一些差异，差异主要体现在这一类保险产品由保险公司、网络食品第三方交易平台（外卖平台）、外卖商家、消费者四大主体参与，即比传统的食品安全责任险多了一个主体：网络食品第三方交易平台。平台在该险种的发展中具有重要作用。

外卖食品安全责任保险和传统“食责险”具有的功能存在某些差异，但大致相同：

首先，外卖食品安全责任保险具有“社会稳定器”的功能。它涉及保险公司、外卖平台、外卖店铺、外卖用户共四方主体的利益。保险公司负责产品的研发和经营，外卖食品安全责任保险的发展可以提高公司的经济效益与社会形象；外卖平台鼓励所驻商家进行投保，外卖食品安全责任保险在本平台的顺利运行可以提升平台形象和竞争力，吸引更多商家入驻，带来经济效益；外卖商家投保外卖食品安全责任保险，食品安全风险可以得到有效转移，也可以提升其店铺声誉；外卖食品安全责任的发展可以维护外卖用户的生命财产安全。外卖食品安全责任保险使四方受益，有利于维护社会的安稳。

其次，外卖食品安全责任保险具有“经济助推器”功能。由于互联网的高度发达，如果发生外卖食品安全事故，将立即在互联网扩散，因此，外卖食品商家可以说是在时刻被关注着。若外卖食品商家遭遇食品安全事故，首先要对消费者进行索赔，因此承受经济上的损失，然后在互联网的扩散下，声誉受损后果非常严重，商家恐怕还会背上债务，可是如果食品外卖商家购买该保险，就能够在一定程度上避免这种事件。外卖食品安全责任保险对外卖商家的好处在于：在保障范围内一旦出险，保险公司会和消费者协商理赔事宜，能够有效缓解投保商家经营压力，同时避免商家和消费者的矛盾加剧，从而减轻外卖商家声誉因事故而遭受

的负面影响。这一点在帮助商家在竞争激烈的食品行业中保证稳定的经营状态中作用显著。外卖食品安全责任保险使外卖食品行业健康发展、负责运行的公司获得经济利益。因此，该险种可以促进经济发展。

最后，外卖食品安全责任保险具有“消费者保护伞”的功能。很多消费者在遭遇外卖食品安全事故时会进行维权，一般首先联系外卖店铺，然后到相关政府机构进行维权，可如果事情非常重大，造成损失巨大，也会为政府带来一定的经济压力。此外，当前社会环境下，受害者的维权过程依然比较艰难。此时，外卖食品安全责任保险可以发挥作用，帮助受害者维权，使其得到经济补偿。

2.2 相关理论基础

2.2.1 食品安全责任保险公益性理论

食品安全责任保险具有显著的公益性特征。因为若发生重大事故，造成的负面影响很大，而且影响范围很广，甚至会损害许多人的生命健康，从而使社会稳定和谐受到很大程度的负面影响。这种负面影响主要体现在：严重的食品安全事故往往伴随着巨额的民事责任赔偿，相关企业或商家会面临巨大的赔偿压力，如果相关企业或商家经济水平有限，通常无法负担这种巨额赔偿，从而面临倒闭的结局。如果出现这种局面，相关消费者的生命财产安全在受到严重损害后却领取不到合法合理的经济补偿，这种事件不利于维护社会治安。由于该险种具有风险分担的功能，若企业或商家购买了食品安全责任保险，他所面临的食品安全风险就会分散到整个餐饮行业，如果发生了严重食品安全事件，也不会对被保险人造成致命打击，避免破产。而被保险人所承担的民事赔偿责任将由保险公司解决，为相关受害者提供合理合法的经济补偿。可以保障食品商家的可持续发展，从而为食品行业提供风险保障，对社会安稳也能提供一定程度的保障。

这为本文要进一步发展外卖食品安全责任保险、解决外卖食品安全问题，保障外卖行业健康发展、维护社会稳定的研究目的提供理论支撑。

2.2.2 食品安全责任保险合同特定性理论

食品安全责任保险的合同有其特殊之处：由于该险种保障的是食品安全，而

食品安全涉及范围广，出现事故后需要承担的法律 responsibility 重大，因此对该险种推行的各个环节都有较为严格的规定，比如费率、风险管理、核保理赔等。但是由于参保的餐饮店铺在营业方式和情况上差异很大，所以保险费率肯定会有很多差异，各不相同。作为组成保险合同的极其重要的部分，由于保险费率以及保费的各不相同，每一款相关保险合同都很特殊，几乎每一款合同都会有特别约定的条款，并且不会像机动车交通事故责任强制保险合同那样，采用固定统一的格式合同。而现有的外卖食品安全责任保险产品同质化严重：同一个外卖平台的所有外卖商家购买同一种产品；不同平台间的产品高度相似。

这为下文中外卖食品安全责任保险应加大产品创新，以满足不同外卖商家保险需求的观点提供理论支撑。

2.2.3 市场失灵理论

由于古典的思想市场理论存在一些不能令人满意的地方，一些学者提出了市场失灵理论，该理论认为，完全竞争市场的确资源配置效率最高，能够达到帕累托最优，但是在现实中，完全竞争市场并不存在，由于存在着垄断、外部性、信息不完全和公共物品等因素，仅依靠市场无法实现资源配置的高效率，即无法达到帕累托最优。从而提出要想实现资源配置效率最优，必须由政府参与进来进行经济调控。

食品安全责任保险由于具备非竞争性与不充分的非排他性，属于准公共物品，因此，在“食责险”运行过程中，需要政府部门的参与。这为本文关于政府部门对策建议的提出提供了理论支撑。

2.2.4 顾客满意度理论

1965年，Cardozo 首次提出该理论——把客户满意度和营销理论相结合。Cardozo 认为顾客是否会对某一商品进行二次消费的行为，受到他们对于首次购买行为的满意度影响，若满意，则会再次购买。此后，越来越多的学者加入该理论的研究，并得到一系列成果，其中认为产品质量和服务质量会对顾客满意度产生较大影响：若产品质量或服务高于消费者购买前的心理预期，那么消费者

会在此次购买行为中感到满意。而针对服务质量，包含了服务环境、员工服务态度、服务效率、沟通能力等多方面。一个企业若要吸引新顾客、留住老顾客，必须对顾客满意度给予足够的重视，如此才能有利于企业的长期可持续发展。

在外卖食品安全责任保险产品的实际推行中，消费者们对于该险种产品服务质量的满意度同样重要：若消费者满意度低，则会对该险种不以为然，在订餐时不以商家是否投保该险种为选择依据，如此一来，商家的投保行为无法为自身带来实际利益，因此不愿续保，即使面临“强制”投保的规定，该险种也难以获得商家的认可，不利于产品的推行、创新，从而影响该险种的进一步发展。

因此，本理论为本文分析“食无忧”产品理赔服务状况以及针对性对策建议的提出提供了理论指导。

2.2.5 逆向选择与道德风险理论

学界通常将逆向选择定义为“事前信息不对称所导致的市场资源配置失衡的状态”，从保险投保的角度来说，投保人在投保时会故意隐藏涵盖高风险的相关信息，以此来选择对自己最有利的保险合同，在外卖食品安全责任保险推行中，外卖商家通过平台向保险公司投保，也会存在逆向选择行为。

最初的“道德风险”是一个跨越经济学和哲学学科的概念，于上世纪八十年代被提出：若合作的一方不需要负担所有的责任，可能会为了效用最大化而作出一些利己行为。道德风险产生的根源是市场中的信息不对称。

道德风险问题普遍存在于各种经济活动中。2001年诺贝尔经济学奖的获得者 Stiglitz 在分析保险市场时看到：在美国一个学校，学生们的自行车总是被偷，被偷的可能性大约是百分之十，这时，有几位颇为聪明的学生共同成立了一种关于自行车被盗的保险，其以保险标的的 15% 作为保费。常规来说，这几位学生大概能够赚取约 5% 的利润。然而经过一段时间的运作后，这几个学生发现自行车被盗的比率很快便增加至甚至超出 15%。这是为何？这是因为学生们投保后，就不会过于关注单车的安全问题。在这款保险中，即使车被偷了，投保人也不须自负全部风险，导致他们对单车安全问题不够关注，这种行为被称为道德风险。

这为本文在对“食无忧”产品推广当中所存在的逆向选择和道德风险问题分析提供了理论支撑。

3 外卖食品安全责任保险发展现状分析

3.1 外卖食品安全责任保险发展现状

据国家统计局统计，2020年，我国责任保险保费收入为901.13亿元，而财产保险保费总收入为13583.69亿元，责任保险保费所占比重仅有6.63%，与全球平均值15%^①还存在一些差距。目前，暂时没有针对外卖食品安全责任保险保费收入的相关统计，但是通过责任保险保费收入，可以看出我国责任保险发展较为缓慢，而外卖食品安全责任保险作为责任保险的一种，同样存在较大的发展空间。

近些年来，美团外卖和“饿了么”外卖已经占有我国绝大部分的外卖市场，如图3.1所示，可知我国网络订餐平台市场份额情况，截至2020年第一季度，美团市场份额约67.3%，“饿了么”市场份额约26.9%，“饿了么”星选（原百度外卖）大约是4.0%，美团和“饿了么”共占据94.2%的市场。所以，本文认为可以通过美团和“饿了么”的“食责险”推行情况来了解我国外卖食品安全责任保险的整体概况。



图 3.1 外卖市场份额

资料来源：前瞻产业研究院

2015年4月，美团外卖和“饿了么”均宣布推行外卖食品安全责任保险：

^① 资料来源：百度百科

美团外卖与众安保险、“饿了么”与人保财险和上海誉好数据技术有限公司进行合作分别推出相应的保险产品。消费者通过美团外卖或者“饿了么”APP点餐，如果在吃饭时遇到食品安全问题，可以通过APP上的售后通道提交索赔申请。

美团外卖与众安保险合作推出“放心吃”。用户如果在用餐时遭遇了由在美团APP订购的餐品所引起的致病就医等情况，通过向该保险公司上传医院开具的诊断材料或其他相关材料，即可获得理赔。于国内这是首例保险产品与互联网食品领域相结合的案例，这次合作通过对高新技术的运用，对国内食品安全监管手段进行了一定程度的创新。“饿了么”推出了“外卖保”，与“放心吃”产品大致相同，且“饿了么”对于出现食品安全事故的投保商家会进行追查处理，“外卖保”产品在初期的宣传口号就是：让用户放心叫外卖。

3.2 外卖食品安全责任保险发展所面临的挑战

3.2.1 外卖食品安全责任保险相关法律制度不完善

目前，我国在食品安全相关领域已经拥有了《保险法》、《食品安全法》、《侵权责任法》、《产品质量法》等多部法律法规，但受制于各方因素，如今还没有独立的《产品责任法》。并且，《保险法》尚未对食品安全责任保险的具体内容作出明确的法条；虽然“食品”被包含在当前被《产品质量法》所定义的“产品”范围之内，但在产品责任领域，该法律尚没有对严格责任原则进行明确规定。新修订实施的《食品安全法》对食品侵权行为加大了惩罚力度，侵权行为及其严重的侵权者甚至会受到相关法律的处罚。但由于消费者维权途径较少，食品安全事故无法从根本上避免，《食品安全法》只是对侵权者有威慑作用。

在食品安全责任保险方面，相关的政策规定等依然很少，目前国家对食品安全责任保险的投保模式：强制投保模式或自愿投保模式没有较明确的规定。对于食品安全强制责任保险，尽管在学界内呼声较高，且有一些相关的研究成果，但在新修订的《食品安全法》并没有体现出来。没有明确的发展模式，必然会导致外卖食品安全责任保险的发展缓慢。

3.2.2 保险公司、外卖平台与商家之间存在信息不对称

随着互联网的不断发展，外卖市场规模的扩张从未停止，而入驻外卖平台的主力军，已经不再是刚开始大型的连锁餐饮企业，已经转变为中小微规模商家。据美团外卖发布的《2020年中国餐饮外卖中小商户发展报告》指出，中小规模的店铺数在美团外卖中已经超过8成。而这些中小微商家的实体店铺遍布城市，甚至可能在小胡同小街巷中，若相关政府部门要到实地调查，工作难度会很大。此外，在互联网的高曝光下，可以看到还有不少滥竽充数的商家，在平台注册店铺时提供虚假地址，甚至存在着连实体店铺都没有的商家注册外卖平台的情况，监管部门的工作难度也因此大幅增加，这样对于这些商家的卫生状况、营业资质和食品质量等情况很难进行监督与核查。加上外卖点餐在线上 and 线下均涉及很多方面，如果发生食品安全事故，责任不容易确认。在这种信息不对称的情况下会产生外卖商家的逆向选择和道德风险问题，从而不利于外卖食品安全责任保险的发展。

3.2.3 外卖食品安全责任保险产品种类数量少

目前的外卖食品安全责任保险产品只有两款，分别是美团外卖与众安在线保险公司合作推出的“放心吃”和“饿了么”与太平洋保险公司、中国平安合作推出的“食无忧”。并且这两款产品存在严重的同质化现象：保障范围几乎一致，保费、保额相差不大。随着外卖产业规模的快速增长，我国外卖食品安全责任保险产品的种类和数量相比之下显得非常稀少，而产品种类、数量不足，不利于该险种对外卖商家经营风险、平台用户合法权益的保障，从而不利于外卖食品安全责任保险的发展。

造成产品种类、数量较少的原因主要有三个方面：外卖食品商家对产品创新需求不足、多因素制约保险公司产品创新、平台没有充分发挥角色功能。

1. 外卖商家存在侥幸心理，对外卖食品安全责任保险产品的创新需求低。这种侥幸心理在两个方面体现的非常明显：首先，商家认为自己的店铺不会遇到外卖食品安全事故。商家在经营过程中对外卖食品加工的各个环节所存在食品安全风险认识不足，且缺乏风险防范意识，侥幸的认为不会发生外卖食品安全事件。

其次，因为消费者维权通道比较少，保险意识薄弱。在消费者协会以外，几乎没有专门对食品安全进行追责的机构和维权途径，这使得外卖商家产生可以避免被处罚的侥幸心理，并且没有正确认识出现外卖食品事故的后果^②。所以，商家觉得即使遇到外卖食品事故，也无需进行高额赔偿甚至不需要承担赔偿责任。如果消费者们对于外卖食品安全责任保险缺乏了解，在订餐过程中不重视商家对该保险的投保情况，那么外卖商家的投保行为不会为其带来可观的收益，更加影响商家们投保积极性，加上平台已经有了强制投保的相关举措，商家为降低成本更加不愿去接受新的外卖食品安全责任保险产品。所以，外卖商家对于外卖食品安全责任保险产品的创新需求不足。

2. 多因素制约保险公司产品创新。因为外卖食品种类繁多，各自存在差异、且商家规模各不相同，需要关注的食品安全责任风险也不同，所以保险公司在产品创新过程中必须考虑到多种投保人面临的各类不同的责任风险，在这一过程中会消耗掉大量的人力、物力和财力，并且财产保险公司若要进行外卖食品安全责任保险产品创新，则需要承担巨大的风险，同时加强了保险公司招募行业精英的要求。与此同时，因为众多网络外卖食品商家对外卖食品安全责任保险产品创新的需求不足，致使保险公司对于该险种的预期利润持有消极态度，使得保险公司对外卖食品安全责任保险的产品创新产生消极态度，不利于该险种的产品创新。此外，产品创新还会受制于行业精英数量、技术水平等各方因素，导致财险公司发展该险种的进程缓慢，从而导致产品种类、数量较少的局面。

3. 在外卖食品安全责任保险中，外卖平台扮演着“中间人”的角色：与财险公司合作，从而推出能够服务平台中外卖商家的外卖食品安全责任保险产品；与入驻商家合作，对商家进行补贴（“饿了么”为食品外卖商家补贴0.5元/日），减轻了商家们尤其是新入驻且客流量比较小的商家的经营压力，有助于他们的长期稳定的经营。由此可见，外卖平台在外卖食品安全责任保险的发展中发挥着极其重要的作用。但是就目前来看，“饿了么”已经实行“食无忧”的强制投保模式，虽然美团外卖也是强制投保，但都引起了不少商家的不满。在两大平台激烈

^②介宇婧. 我国食品安全责任保险发展研究——以中国太保与“饿了么”合推食品责任保险为例. [D]. 沈阳: 辽宁大学, 2019, 06.

竞争的情况下，若一方平台继续与保险公司合作推出新的产品，可能会面临商家退出转而入驻另一家平台的情况，使本平台利益受损，且新产品的推行不会为平台带来实际的利益。因此，平台与保险公司在新产品的研发上，合作意愿较低。

而在外卖食品安全问题非常严峻的今天，现有外卖食品安全责任保险产品的保障范围不足以保护消费者的合法权利，若发生严重的外卖食品安全事故，在保险公司依合同进行赔偿之外，外卖商家仍然要承担巨大的赔偿压力，不管在经营成本方面，还是对于商家店铺名誉方面的损害都是非常大的，这也不利于外卖商家乃至整个外卖行业的良性发展。因此，外卖平台对于研发新产品的合作意愿低其实是对这个问题没有进行足够的认识，不愿承担起相应的责任。

3.3 外卖食品安全责任保险发展机遇分析

3.3.1 外卖食品安全责任保险具有潜在市场需求

1. 我国外卖市场规模不断扩大。外卖行业的发展呈现出良好的趋势，从 2015 年 1250.3 亿元的交易额，增长到 2020 年的 6646.2 亿元。高速发展的外卖行业，推动了线上线下的融合，促使餐饮行业实现数字化升级。而作为连接消费者和外卖商家的纽带，外卖平台的发展开始走向多样化和个性化，不断满足消费者对于高品质生活的需求。高品质生活意味着越来越多的消费者开始考虑饮食组合，如流行的“轻食主义”和“减肥餐”等，而追求高品质生活的消费者们促进了外卖餐饮业的进一步发展。如图 3.2 所示，2020 年外卖产业交易额就已经突破六千亿元大关，约为 6646.2 亿元，同比增长了约 15%，并且据相关机构预测，外卖产业在未来的规模会越来越大。

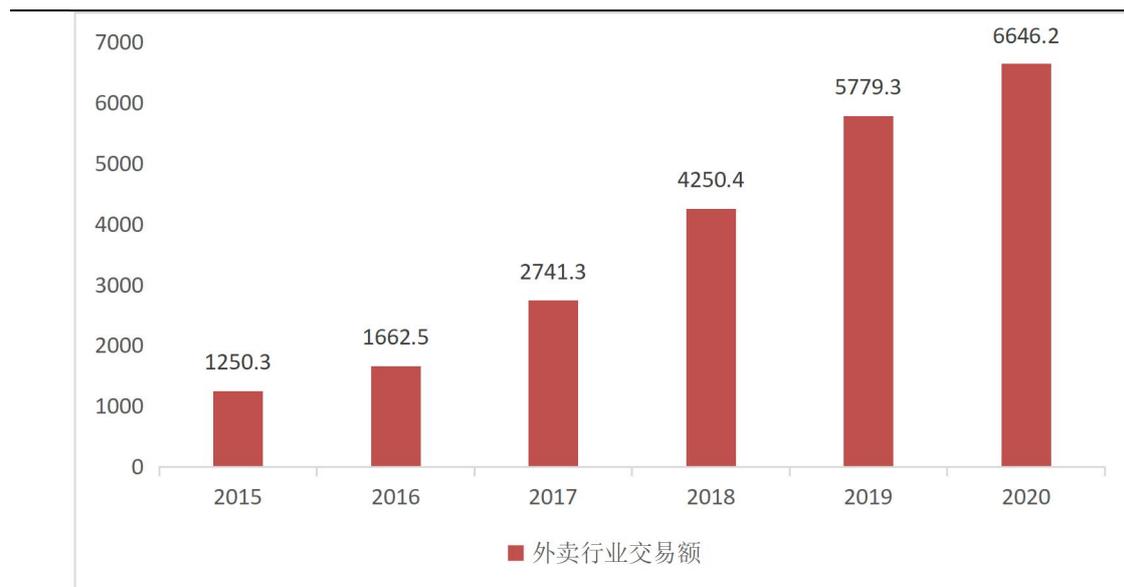


图 3.2 我国外卖行业交易额情况

资料来源：前瞻产业研究院

在外卖行业不断高速发展的同时，外卖行业在餐饮业中的比重也在不断上升。据前瞻产业研究院公布的相关数据，2015 年的食品业收入为 32310 亿元，2020 年该数值提升到 39527 亿元。外卖行业在餐饮业中的比重在 2015 年约为 3.87%，截止 2020 年，比重已经增长到 16.81%。全国外卖用户也由 1.14 亿增长至 4.19 亿。如图 3.3 为近年来外卖行业收入占餐饮业收入比重。



图 3.3 外卖业收入占餐饮业收入比重

资料来源：中国共享经济发展报告（2021）

由于疫情影响，2020年线下餐饮业发展遭遇困难，餐饮业收入出现首次下降，与此同时，线上餐饮服务需求增加，2020年网上外卖收入不降反增，占全国餐饮业收入的比例约为16.81%。根据中国互联网络信息中心发布的第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，随着网络的普及，截止到2020年3月，在网民中外卖用户的普及率达到了44.0%，外卖已经与消费者密不可分。

与此同时，随着互联网的发展，智能手机也普及开来，使用者从2017年的7.35亿人增长到2020年的9.27亿人，并且在未来还会继续增长，如图3.4为我国智能手机用户数量统计与预测。

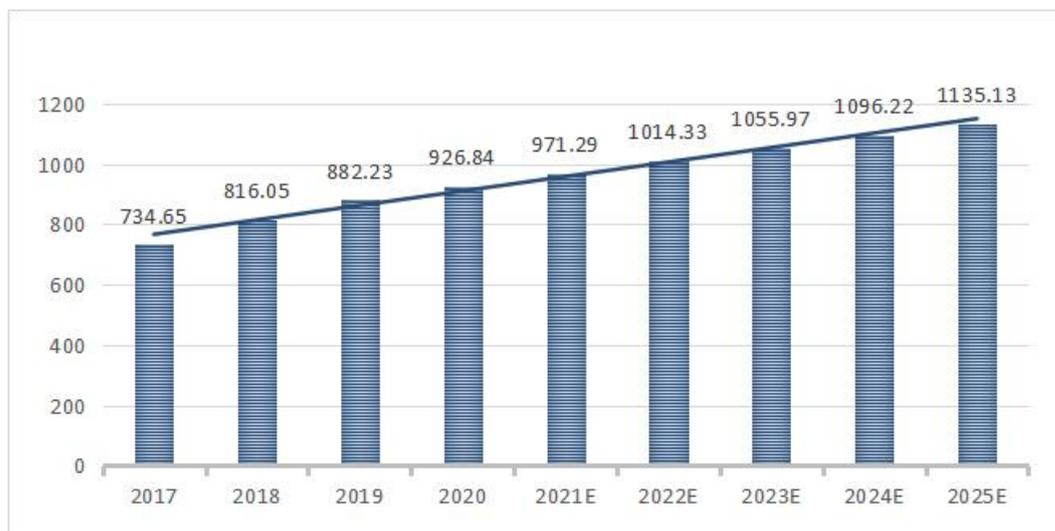


图 3.4 我国智能手机用户数量统计与预测

资料来源：艾媒数据中心

智能手机用户在逐年增长的同时，外卖行业规模、外卖收入占餐饮业收入的比重也在不断上升，这意味着餐饮用户们对于网络订餐（外卖）的需求在逐步增加。并且从2020年开始，在经历了新冠疫情的冲击后，人们对于疫情防控的意识进一步提升，加上相关部门、机构和商家鼓励消费者减少堂食，未来消费者对于外卖点餐的需求会进一步加大。

2. 外卖市场食品安全问题更加突出。与传统零售消费者行为相比，外卖点餐的便利性也导致了许多的食品安全问题，如无法知道该店是否为三无店、外卖的袋子是否干净、外卖商家店铺的装修环境是否符合标准等，消费者在等待用餐时难以看到商家制造食品的流程，不能保证质量是否达标。虽然外卖食品既舒适又快捷，而且“你想吃的东西可以通过移动应用程序来完成”，但每个环节都

存在很多风险，可能存在的风险有：食材采购、食材储存、食材处理、食品的制作、订购和配送过程，这些环节中可能出现的风险如下：1. 食品材料因延迟时间过长而不新鲜；2. 储存过程中被有毒物质污染的食品对人体有害；3. 食品添加剂、含有蓖麻油、增塑剂和其他有害物质的非法香料用量不当；4. 食品生产环境不符合规定、配送过程中储存不当和其他做法的原因；5. 卫生条件不达标，没有合法营业执照或健康许可证。

例如，据新浪新闻中心报道，来自郑州市管城回族区的万女士曾在网络平台上诉苦，她曾在外卖平台上从一家餐厅下单了酸辣土豆皮和熟肉菜，并在进食三小时后出现了上吐下泻的情况，很有可能已经导致了食物中毒。相关媒体对此进行了跟踪了解，发现该外卖商家非法经营，在平台中提交的营业执照是假的，上传到平台运营环境的照片与实际情况相差甚远。这家商店的厨房里满是油，要炒的蔬菜没有清洗，环境很脏。但是，外卖平台上这个店铺的好评情况相比其他商家要好得多。类似的情况在外卖平台上并不罕见。

还有外卖料理包事件，许多媒体发现有公司在出售所谓的食品包装。消费者通过外卖平台下单，收到的似乎是外卖商家刚刚做好、送达的美食、肉类和蔬菜，但事实上，有些外卖食品是提前做好密封在包装袋里的。为了节省时间和原料，外卖商家购买这种外卖料理包，商家只需把料理包打开包装放进微波炉加热几个步骤即可完成食品制作。新闻曝光后，有些媒体直接在自媒体渠道上发布暗访的内容，通过内容可以明显看到还有很多外卖商家都存在偷工减料，店铺环境脏乱差等问题。频繁的食品安全事故进一步削弱了消费者对外卖食品安全的信心。

通过外卖点餐取消了商家与消费者直接接触的环节，因此消费者只能通过平台了解到一点商家的信息，无法证实其营业资质的真伪，更是无法得知其原材料的新鲜程度与制作的食物是否符合卫生标准等食品安全等信息。媒体已经曝光了很多外卖平台商家制作食品的真实环境与在平台提交的照片严重不符的现象。消费者只能通过食物的包装和味道等来分辨外卖食品的安全性，这是远远不够的，食品是否安全应该检测原材料是否安全、制作过程是否卫生、配送过程是否卫生，但消费者对此一无所知，因此也无法判断所点外卖的安全性。并且一旦发生食品安全问题，消费者通过投诉等途径进行维权的过程很复杂，会花费很长时间，往往不能得到满意的结果。

3. 外卖平台对于食品安全风险的管控能力有限。近些年，网络媒体对外卖食品安全事件的频繁曝光，引起了社会各界对此问题的重视，政府也对外卖行业加强了监管。在此背景下，各大外卖平台也投入了大量的人力物力对注册商家的资质进行严格审核。在美团外卖的做法是：通过建设“商户入网经营电子档案系统”全程监管本平台的商家，该系统由主要的三个环节组成，一是对注册商家的经营资质进行审核，二是要求商家必须通过实名认证才能进入平台，三是对追踪退网商家的经营记录。除此之外，美团外卖与地方监管部门建立商家经营信息共享平台，用于协助部门的监管工作，进一步提高了入驻商家的资质门槛。同时，通过关联送餐员的送餐路径，外卖店铺的位置可以被美团平台和消费者找到，通过核对登记信息可得知注册商家信息的真实状况，提高了平台审核工作的工作质量，有效防范了非法商家入驻的风险。“饿了么”的做法是：商家必须提供生产经营许可证和安全生产许可证等证书才能获得入驻的资格，平台会公示其实际位置与环境照片以供消费者参考，并且永久保存入驻商家的经营资料和交易记录。此外，“饿了么”开创线上线下同步审核的模式，在线上，将商家上传的相关信息照片和地方监管部门同步的信息进行比对，在线下，平台会有日常巡查和定期抽检，派出审核人员线下实地考察入驻店铺的真实情况。只有通过了审核的店铺，才能够继续在“饿了么”开门营业。

然而，配送平台采用倾斜定价策略，给消费者提供补贴，向入驻商户收取费用。这种模式增强了入驻门店与平台之间的利益一致性。商户的业务利润直接影响到平台佣金，因此平台可能会产生纵容不合格商户来获取利润的行为。

其次，虽然平台对外卖食品安全制定了严格要求，但监督力度远远不够：比如在配送环节，要求配送人员定期和定点清洗外卖盒，但配送人员在路上有脏的和损坏的外卖盒并不罕见；配送人员将掉在地上的食物捡起来，像无事发生一样送出去，或者配送人员偷吃外卖餐食的现象以前在新闻中出现过。

最后，外卖平台也存在严重的寻租现象。2017年3月15日广东消费者权益日晚会上曝光出平台现状，违法经营商家通过向黑中介支付几百块钱能够完成在平台的注册和营业，通过支付几百块钱就能隐瞒住将公共厕所作为经营地址的违法行为。向黑中介支付一点钱，也能够使环境差的商家在平台的审核畅通无阻。甚至用公共厕所和停车场注册店铺地址，也能顺利通过平台审核。此外，还有一

些没有外卖业务资格的企业借用证书进行注册并伪造其业务资格。如今，当提到“外卖”这个词时，大多数人的第一反应是“不健康”、“不卫生”等等。可见，外卖食品安全问题，只靠平台自身的食品安全管控是远远不够的。

外卖食品安全责任保险能够转移外卖食品的安全风险，同时，它可以为消费者提供更快的维权渠道，更好地保护消费者的合法权益，激励外卖商户规范经营，有利于外卖市场的可持续发展。随着外卖行业的发展，对于外卖食品安全责任保险的需求会不断上升，根据上文可知，目前外卖食品安全责任保险规模较小，因此，市场对于该险种的潜在需求是存在的。

3.3.2 外卖食品安全责任保险政策的支持

在网络餐饮业，目前，该险种主要由政府和保险公司来推广，政府主要出台相关文件鼓励购买，保险公司通过开发创新产品来做销售推广。公众的食品安全事关民生，因此，政府需要指导外卖食品安全责任保险的发展。

2015年1月，食品安全责任保险制度建立，体现在中国保险监督管理委员会等多部门联合印发的《关于开展食品安全责任保险试点工作的指导意见》中，该文件提出提供专项支持以及政策优待鼓励食品企业进行投保。此外，在对地方工作检查时，也会参考该险种在地方的推行效果。不仅如此，在2015年出台的《食品安全法》中也提到对商家积极投保的提议。同时规定外卖平台应承担起对入驻商家的审核和监督工作。

2017年9月5日，《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》发布，强调外卖商家所上传的经营信息必须与真实情况相符。第二年7月，《餐饮服务食品安全操作规范》提出外卖平台必须有工作机构负责食品安全。次年5月，在食品安全方面，中共《关于深化改革加强食品安全工作的意见》强调外卖平台要承担相应的责任，要做到餐饮店铺提交信息与真实情况的同步、餐饮相关工具的质量、应当仔细审核，确保所有的入驻商家全是拥有实体店铺合法经营资质的。2019年10月，《中华人民共和国食品安全法实施条例》强调了外卖平台在食品安全上的监管责任和义务。如表3.1为近些年我国相关食品安全责任保险的法律或文件。

表 3.1 食品安全责任保险相关法律或文件

时间	相关法律或文件	相关内容
2015. 1	《关于开展食品安全责任保险试点工作的指导意见》	鼓励企业投保食品安全责任保险,将外卖行业纳入第一批试点行业
2015. 4	《食品安全法》	外卖平台有责任监管商家
2017. 9	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》	外卖商家上传经营信息必须与真实情况相符
2018. 7	《餐饮服务食品安全操作规范》	外卖平台应建立负责食品安全的专门岗位
2019. 5	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	外卖平台要承担食品安全责任
2019. 10	《中华人民共和国食品安全法实施条例》	强调外卖平台有监管食品安全的责任和义务

资料来源：百度百科整理

近年来,我国出台了一系列有关相关的法律法规。虽然起步较晚,但总体而言,国家积极支持外卖食品安全责任保险的发展。在政策上,鼓励保险公司和外卖平台共同推出外卖食品安全责任保险。因此,外卖食品安全责任保险的发展在政策上占有积极态度。

3.3.3 保险科技和行业精英助力发展

首先,外卖行业的扩张其实是高新技术助力实体经济的发展,在互联网高速发展的时代背景下,不断进步的互联网技术被保险公司运用到外卖食品安全责任保险的发展上。以“饿了么”外卖平台为例,2017年7月,“饿了么”在外卖食品安全责任保险产品上与中国太平洋财产保险公司、蚂蚁金服建立起明确的分工机制,“饿了么”提供注册商户和提供投保指引的工作由“饿了么”完成,蚂蚁金服完成互联网风险识别的工作、保险公司完成理赔工作。“饿了么”联合中国太保研发的外卖食品责任保险产品运用了高新技术:“人工智能”、“大数据分析”等。曾经的线下理赔如今只须在线上就能完成,在线上理赔通道,用户按

照要求提供相应材料后等待结果即可。这种模式提升了保险公司的工作效率，也使消费者更加轻松，这种良好局面正是得益于保险科技的助力。

其次，目前与外卖平台合作推出相关产品的都是实力较为雄厚的大型财产保险公司：截止目前，人保财险、平安财险、太保财险、众安财险曾经与外卖平台合作推出过外卖食品安全责任保险产品，据百度百科整理，这几家财险公司在我国的财产保险公司排名中的前几位，具有充足的资金保障，根据 2020 年原保费收入，四家公司排名分别为第 1、第 2、第 3、第 10 位。大型的财险公司内部拥有大量的保险专业人才，不管在保险理论方面，还是行业实践能力上都非常优秀，有了行业精英人才们的大力支持，外卖食品安全责任保险一定可以更好发展。为提高市场竞争力，有不少保险公司与科技公司联手，有高新技术的加持，这为外卖食品安全责任保险的发展提供了机会。因此，在保险科技和保险专业人才方面，外卖食品安全责任保险的进一步发展存在着机遇。

4 外卖食品安全责任保险产品典型案例分析

近些年,我国外卖行业经历了激烈的竞争和融资、合并。最终由美团外卖(腾讯持股)、“饿了么”(阿里巴巴持股)两家平台脱颖而出,据前文可知,两家平台共占据外卖市场 94.2%的份额。“饿了么”相应政府号召,为外卖食品安全责任保险的发展不断采取行动,不仅与规模较大的保险公司合作发布了外卖食品安全责任保险产品,满足平台商家对风险转移的需求,而且充分利用高新技术,开发了“食安服务”APP。并且将每年 3 月份定为食品安全月,在月内会进行大规模的检查 and 该险种的宣传活动。同时,在“饿了么”APP 上可以查看到最新的“食无忧”产品信息,更好地帮助消费者和外卖商家了解和接受外卖食品安全责任保险。因此,本文选取“饿了么”与平安产险、众安产险共同发布的外卖食品安全责任保险产品“食无忧”为典型案例进行分析。通过对案例的分析,总结出有利于应对该险种发展所面临挑战的做法以及不足之处。

4.1 “食无忧”产品介绍

4.1.1 产品背景

自 2015 年 1 月《指导意见》发布,4 月份,“饿了么”平台便积极尝试外卖食品安全责任保险,和中国太平洋保险公司联合宣布“饿了么”平台的首个外卖食品安全责任保险产品“外卖保”出台,“外卖保”自推出后,经历过数次更新优化,本文根据百度百科相关资料整理,“外卖保”更新优化情况大致如下:

2015 年 4 月,“食无忧”产品的前身:“外卖保”推出,这是由“饿了么”与中国太保合作推出的。关于这款产品,平台高管罗宇龙曾作出解释,平台有专门的工作人员负责此款保险产品,并提醒用户投保后的商家在店铺名称旁边都有“外卖保”标记。如果消费者需要经济补偿,需要提供相关资料,比如在平台规定中的医疗机构所出具的诊断记录等能够证明消费者是因为外卖食品导致食源性疾病的相关证明材料,赔偿标准为每人 200 块钱(仅包括门诊消费者),如果消费者需要住院,补偿标准为每人 1000 块钱。在理赔时效方面,平台要求必须订单送达后 24 小时内才有效。并且,只要消费者在有“外卖保”字样的店铺中

遇到食品安全问题，平台会有专门的员工进行追查并处理相关商家。在 20 多万商家入驻商家中，“外卖保”最初是只为高品质餐厅提供保障服务，在以后的发展中，会逐步覆盖到普通餐馆。

2016 年，“外卖保”扩大保障范围：出现无法食用异物、餐品和图片差别过大、食物中毒。这次依然是“饿了么”与中国太保联合推出的。

2017 年 3 月，“饿了么”再次发力，与蚂蚁金服、中国太保、国泰保险联合，开发出快速理赔渠道，使消费者的理赔过程更加方便快捷。这次更新先后在杭州、北京、广州、深圳四个地区进行试点工作，于同年 7 月在全国范围内普及。在这次联合中，三家公司各司其职，“饿了么”提供了大量的客源即入驻商家大并积极鼓励商家购买外卖食品安全责任保险；互联网风控工作由蚂蚁金服开展；最终的理赔服务则由太保产险来承担。此外，这款产品理赔时效进行了新的规定：出现无法食用异物或食品腐烂事故的，理赔申请须在订单付款后两天内提交；致病就医事故若需要理赔，申请须在订单付款后的 15 天内提交。

4.1.2 产品介绍

“食无忧”吸取了“外卖保”的推行经验，在上款产品的基础上进行了进一步的更新，主要在三个方面：首先是对保额的提升，食品变质理赔额度为 1000 元、食品存在异物理赔额度为 1000 元、致病就医理赔额度为 3000 元；其次是对理赔时效进行了进一步的规定：发生食品变质或存在异物类问题需在订单送达后的 48 小时（2 天）内提交；发生治病就医类的问题，需在订单送达后的 27 小时内前去公立医院就医，并在订单送达后的 360 小时（15 天）内提交；最后对赔付金额标准有了更加详细的说明：对餐品内有异物的、餐品变质的，赔偿受损失餐品的实付费用，对于致病就医类事故暂时没有公布明确理赔标准。如表 4.1 为“外卖保”与“食无忧”产品信息比较。

表 4.1 “外卖保”与“食无忧”产品信息比较

产品名称	合作保险公司	保费	适用商家	保障范围	理赔时效	保险额度

续表 4.1 “外卖保”与“食无忧”产品信息比较

外卖保	中国太平洋保险公司		品牌饭馆和餐厅	致病就医	订单送达后 24 小时内	门诊 200 元/人 住院 1000 元/人
食无忧	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司、众安在线财产保险股份有限公司	0.5 元/天	所有餐饮类外卖店铺	食品变异	订单送达后 48 小时内	1000 元
				存在异物	订单送达后 48 小时内	1000 元
				致病就医	订单完成后 27 小时内去公立医院诊治，理赔申请于 15 天内提交	3000 元

资料来源：百度百科与“饿了么”平台资料整理

可以看出，“食无忧”在适用投保人范围、产品保障范围、理赔时效、保险金额上都有了不同程度优化。适用商家范围扩大到所有提供食品销售的商户意味着所有的“饿了么”用户在点餐时都有机会享受到“食无忧”的食品安全保障。而保障范围的扩大也使“食无忧”的保障更加全面和实用：不只是生病，即使是外卖食品中存在不可食用异物也可以让消费者获得理赔补偿。

4.2 投保情况分析

在“外卖保”阶段，产品的投保模式为商家自愿投保，“食无忧”推出后也实行了一段时间的自愿投保模式，但由于投保率过低无法为大多数外卖商家提供外卖食品安全责任风险保障，“食无忧”于 2019 年逐步实行“强制”投保的模式：新开的店铺必须投保“食无忧”后才可以开门营业；老店铺若没有投保则会被暂停营业，需要投保后恢复营业，且不能中途退保。因此，外卖食品安全责任保险已经保障了所有的“饿了么”的餐饮外卖店铺。

而外卖平台实行外卖食品安全责任保险强制投保的措施有一定的合理性，由上文可知，目前仍然有很多外卖商家对食品安全问题不够重视或者存在侥幸心理，

不愿意主动投保，因此在实行强制投保措施之前，该险种的投保率比较低，如表 4.2，以北京为例：截止 2019 年 3 月份，由“饿了么”平台筛选页面可以查到各地区附近外卖商家的投保数量，以朝阳区望京嘉美中心、中关村和慈云寺为例，共有 4172 家外卖店铺分布在望京嘉美中心附近，其中有 1600 家购买了“食无忧”，可以算出该地区附近的商家投保率约 38.3%；4640 家外卖店铺分布在中关村附近，其中有 1858 家参保，大约有 40%的投保率；5769 家外卖店铺分布在慈云寺周围，其中 2651 家参保，大约有 45.9%的投保率，三个地区大约有 41.8%的平均投保率。

表 4.2 望京嘉美中心、中关村、慈云寺附近外卖店铺投保概况

送餐区域	外卖商家数量	投保商家数量	投保率
望京嘉美中心	4172	1600	38.3%
中关村	4640	1858	40%
慈云寺	5769	2651	45.9%

数据来源：介宇婧. 我国食品安全责任保险发展研究——以中国太保与“饿了么”合推食品责任保险为例.

据相关研究表明^③，在经济发展比较好的地区，由于当地的人均收入比较高，享受到的社会福利也更加完善，对该地区保险业发展可以起到很好的促进作用，不管是个人还是企业，对保险的理解更加深刻，保险意识相对较强，使其保险需求相对充足。但是从北京地区的投保率可以看出，即使是北京这种经济非常发达的城市，平均投保率也只有大约 41.8%，这说明“强制”投保外卖食品安全责任保险对于当前投保率的贡献是非常大的。

因此，就目前来说“强制”投保的措施能为四方主体带来利益：不管是对于外卖商家经营风险的转移还是对消费者人身安全的保障都是具有非常重要的作用的，并且保险公司能够得到较多保费收入，为外卖平台带来良好的口碑。

^③ 董大鼎. 我国保险业发展的区域差异及影响因素研究[D]. 重庆：重庆工商大学, 2017, 05.

4.3 理赔情况分析

首先，“食无忧”拥有较为便捷的理赔通道，如果消费者在用餐过程中出现食品安全事故，在平台规定有效理赔时间内，消费者只需在订单页面找到该笔订单，点开订单后就可以看到“食品安全问题理赔”入口。进入入口后，消费者按照理赔页面的要求选择自己所遇到食品安全问题的类型，然后根据不同类型的要求，提供不同的证明材料。填写完相关信息后，理赔人员会对用户提交的订单信息以及相关证明进行确认，若审核通过，用户的支付账户就会收到相应的理赔款，整个过程中，消费者不需要和相应的商家解除，有效避免了食品安全纠纷。



图 4.1 “食无忧”理赔界面

资料来源：“饿了么”平台整理

虽然饿了么“食无忧”已经拥有理赔通道，但是对于理赔时效要求较为严格，若保险公司审核理赔材料的时间超过了理赔时效，则用户申请失败，无法获得理赔服务。此外，“食无忧”没有公布相关的理赔标准，对于用户的理赔申请，是否承赔以及理赔金额的确定都是不透明的。这种情况会导致用户理赔体验差，影响用户对于外卖食责险产品的满意度，比如，我们经常可以在网络平台上看到一些消费者对于外卖食品安全责任保险理赔体验的吐槽：

首先，一些用户对理赔时效不满，理赔申请提交后迟迟得不到保险公司的处理结果。2021年9月27日，消费者“地降”向黑猫消费者服务平台投诉太平洋

保险（投诉编号 17355150401），9月22日该用户点了一份饿了么蓉蛙（东晓南胜汇里店），用餐时在餐品里明显可以看到有一条虫子。该用户随即进行了“食无忧”理赔申请且上传了理赔材料。按平台规定是在2-5个工作日内审核完成处理。但是直到28日，理赔材料还没有审核完成，该用户虽然努力与太保产险客服联系，始终没有等到结果通知，在投诉页面未见到保险公司的正面回应。

不仅如此，一些用户投诉“食无忧”理赔标准不合法，因为平台以及保险公司从不向消费者明确该理赔结果的相关理由。不论是理赔被拒还是理赔金额都有消费者表示存在疑问。2020年8月22日，匿名消费者（投诉编号 17350612504）向黑猫消费者服务平台投诉饿了么客户关怀，对“食无忧”赔付标准存在疑问，该消费者当天在邱维碧红满天米线（桃州名都店）下单一份米线，在外卖在吃出一条虫子，然后通过理赔通道申请保险理赔，理赔结果为赔付3元（订单实付金额），该消费者对理赔金额不满，再次申请理赔，被以重复理赔为由拒绝。该消费者认为发生此类事故，不能只赔付3元，由此存在不满。

出现保险公司对于用户提交的理赔材料审核超时，48小时内未能审核完成导致理赔失效，以及对拒赔和赔付金额较低没有回应的情况，主要有两个原因，首先是与用户的沟通工作不够完善：用户理赔过程受阻或失败后便到投诉平台进行投诉，这正是和用户沟通不到位导致的；其次，这是由于保险公司在“食无忧”产品上的理赔流程和理赔标准不够完善：首先是核赔阶段，这是理赔的审核阶段，该阶段主要是审核消费者提供的申请材料。以材料和保险条款来确定是否属于保险责任，从而确认是否需要保险理赔，这一个阶段需要在保险公司承诺的2-5个工作日内审核完成。然后是承赔阶段，《食品安全法》有明确规定，若商家存在食品安全问题，用户不仅可以索赔相关经济损失，还能依法要求商家承担额外赔偿责任，最高为10倍的经济损失。而现有“食无忧”对于属于保险责任的理赔申请，只是赔偿该订单实付金额，而实际上，消费者在外卖平台下单时常常有红包的使用，有些红包是需要消费者额外购买的，也是点餐的成本之一，因此订单的实付金额甚至低于消费者在该订单上的实际花费。正是由于以上两个原因，导致理赔服务引起消费者不满，而消费者满意度较低影响了外卖食品安全责任保险的进一步发展。

4.4 产品条款分析

4.4.1 免赔条款分析

在“食无忧”产品中，是没有免赔条款、免赔额的存在，消费者在就餐过程中如果遇到外卖食品安全问题，可以直接通过平台上的理赔入口进行理赔申请操作，按照平台提示提交相关信息和证明材料即可，通过对申请材料的审查，如果保险公司认定该情况在保障范围内，就会对受害者进行一定的经济补偿。这样一来，消费者遇到外卖食品安全事故所带来的赔偿责任可以完全转移到保险公司头上，不会对商家带来额外的经济压力。对于已经投保了外卖食品安全责任保险产品的商家来说，这可能会产生道德风险：他们对外卖食品安全问题不够上心，有所松懈，使得该险种防灾防损功能遭受一定程度的削弱。

4.4.2 费率制度分析

保险费率一般有两种模式，分别为固定费率制和浮动费率制。保险费率是保险费非常重要的一部分。保险产品的价格其实就是保险费率，一个险种能够在未来保持可持续健康发展，保险费率是其中一个非常重要的影响因素。因此，合理的保险费率制度对外卖食品安全责任保险的发展尤为重要。目前，“食无忧”的保费为固定的1元/天，在平台的补贴下，商家实际支付保费0.5元/天。“食无忧”实行的这种固定费率制度制定起来比较简单，对人力财力的消耗较低，可以减轻保险公司在产品研发中的成本，在该险种的推行初期，这种费率制度有其存在的合理性。

但固定费率制有其局限性，他只适用于比较特定的范围：风险因素少和出险率低的险种，很明显，外卖食品安全责任保险作为风险因素和出险率较高的险种，不适合用固定费率制度：虽然保险公司和外卖平台都会定期对平台入驻商家进行食品安全检查，但绝大多数的时候，食品安全是靠着商家的主动维护，食材的采购、处理、烹饪、外卖食品的存放、包装都会存在着食品安全风险，商家在维持食品安全时，在各个环节都要投入不少的人力和财力，成为商家经营的一部分成本。

众所周知，信息不对称广泛存在于保险产品当中，外卖食品安全责任保险也不例外：由于保险公司和外卖平台无法时刻监督外卖商家的经营情况，从而导致外卖商家在食品安全问题上的道德风险行为：外卖平台拥有非常多的店铺且每家店铺的经营情况各自都不一样，这种现实情况下，固定费率的使用有较大的不合理性，对于投入了大量食品安全成本的商家来说是不公平的。在本来就能保证食品安全的情况下，却要缴纳固定的保费，其缴纳的保险费和那些不注重外卖食品安全的商家一样，从而引起心理上的不满，而这类外卖商家可能会为了降低经营成本而私自减少对于外卖食品安全维护的投入，从而导致外卖食品安全问题的增多；而对于那些资质较差，不愿付出过多成本用于维护食品安全的外卖商家来说，则会很乐意投保，并且更加肆无忌惮，因为他们缴纳的保费和那些对外卖食品安全维护投入很大的商家一样，这样一来，这类商家的外卖食品安全风险并没有得到很有效的控制。因此，固定费率制度下，外卖食品安全责任保险的防灾防损功能会被减弱，消费者外卖所存在的饮食安全风险并不能被很好地预防。

4.5 核保承保分析

目前，“食无忧”实行的是强制投保的措施，所有入驻“饿了么”平台的外卖商家，必须在投保“食无忧”后才可以开门营业，所有入驻平台的食品外卖商家都可以提交投保申请。

由于外卖商家众多，保险公司对于商家的核保工作多依赖于平台对于商家所掌握的信息，在这种情况下，会在外卖商家中产生逆向选择和道德风险。

逆向选择问题：2017年3月15日广东消费者权益日晚会上曝光出平台现状，违法经营商家通过向黑中介支付几百块钱能够完成在平台的注册和营业，通过支付几百块钱就能隐瞒住将公共厕所作为经营地址的违法行为。这一类外卖餐厅在店铺地址环境、食品安全等级、商家经营资质等方面存在着各种问题，这类餐厅如果主打外卖经营，通过购买“食无忧”把外卖食品安全责任风险转移到保险公司，这会对保险公司带来经营损失，并且这类投保行为，不会对外卖食品安全问题有所改善，该险种的防灾防损功能也没有充分发挥。

道德风险问题：即使店铺的外卖食品安全事故发生率增加，商家依然可以对“食无忧”进行投保，将风险转移到保险公司，因此即使是合法合规的外卖餐厅，

在购买了“食无忧”保险产品后，由于保费的支出增加了外卖商家的经营成本，而商家经营中的外卖食品安全责任风险已经被转移到保险公司上，可能会为了降低经营成本而减少原本在维护食品安全上的支出，使得店铺的外卖食品安全风险增加。笔者曾经遇到过一个外卖商家，在这家点的外卖中出现鸡肉没有做熟、带血的情况，笔者向商家反映问题后，商家没有作出任何实质性的补偿行为，只是让笔者去申请“食无忧”理赔。这类为了增加出餐速度而减少烹饪时间，导致食品夹生的商家，也为保险公司带来了经营损失，并削弱了该保险的防灾防损功能。

4.6 风险防控分析

2015年4月发布，于同年10月1日生效的新《食品安全法》作出明确规定，外卖平台要准确记录入驻商家，承担起相应监管责任，并且能够检查入驻商家的相关营业资质，法规中还提到了用户合法权利相关内容。这些要求实际上参考了市场准入式监管，外卖平台可以合法行使相关权利并承担一定的责任。

在此背景下，2017年3月1日，“饿了么”推出了一款能够与监管部门进行信息交流的APP——“食安服务”，“饿了么”通过APP把检查到的有违法经营可能的店铺信息上传，且该信息与监管机构共享，“食安服务”目前已经可以管理到所有上海的入驻商家；同时把3月定为食品安全月，期间会有大规模的自查自纠行动，在行动中，平台会派出数千名工作人员对入驻商家突击检查，检查人员会对商家的经营资质、食材质量、食品制作环境和流程等信息进行检查。如若出现非法经营、食材变质严重或食品制作存在严重安全问题的，即刻做下线处理，警告并督促商家做整改，整改通过审核后才可继续营业；对于出现过食品安全事故且重犯的，永久拉黑，不允许再在平台上注册营业。在行动中被处理过的商家，会在平台中向社会进行公示。

“食安服务”APP的推出，加强了“饿了么”平台中食品安全风险管控信息交流，与监管部门的信息同步可以使外卖商家更加注重自家店铺的食品安全问题。通过对风险源头的控制，可以在一定程度上降低出险率，降低保险公司的赔付压力，有利于外卖食品安全责任保险的健康发展。

4.7 案例总结

根据以上分析，“食无忧”产品在实施中创新了外卖食品安全责任保险的发展模式，为应对该险种发展中存在的挑战进行探索，并产生一些有利的经验参考：

1. “强制”投保+保费补贴模式使四方受益。外卖平台规定“强制”投保模式，在商家保险意识比较薄弱的情况下，规定商家必须投保“食无忧”，极大的提升了投保率，使外卖商家的经营风险、消费者的食品安全损失得到保障。同时通过保费补贴的形式，减轻“强制”投保为外卖商家带来的经营成本增高的压力。所以，“强制”投保+保费补贴的模式在一定程度上实现了外卖食品安全责任保险中保险公司、外卖平台、外卖商家、消费者四方受益的局面。有利于外卖食品安全责任保险的发展。

2. 解决信息不对称难题。每年3月份的食品安全月活动，以及“食安服务”APP的上线使外卖平台在更好掌握商家经营信息的同时与监管机构实现信息同步，完善了对商家的监管，在一定程度上解决了外卖食品安全责任保险发展中存在的信息不对称问题，有利于该险种的发展。

3. 利用保险科技助力发展。自2015年4月“外卖保”上线以来，“饿了么”不断利用保险科技进行产品优化。“饿了么”在与保险公司合作推出“食无忧”产品的同时，先后与上海誉好科技股份有限公司、蚂蚁金服等进行合作，由科技公司为“食无忧”提供技术支持，曾经的线下理赔如今只须在线上就能完成，在线上理赔通道，用户按照要求提供相应材料后等待结果即可。这种模式提升了保险公司的工作效率，也使消费者更加轻松，在保险科技的有力支持下，“食无忧”得到不断的优化，使得外卖食品安全责任保险更好更快的发展。

同时“食无忧”在实施过程中还存在一些不足之处：

1. “强制”投保缺乏法律依据。对于食品安全强制责任保险，尽管呼声较高，但在新修订的《食品安全法》并没有体现出来。关于建立食品安全强制责任保险制度的工作，如今还在理论探讨和开展试点的阶段，发展较为缓慢，法律对外卖食品安全责任保险开展是使用强制模式还是自愿模式的选择也未曾说明。因此，外卖商家们对于平台要求的“强制”投保模式接受度和认可度较低，不利于外卖食品安全责任保险的进一步发展。

2. 理赔服务有待优化。在与申请理赔消费者的沟通上，保险公司和“饿了么”

现有做法均有不足之处：无法及时解答消费者对于理赔结果的疑问；理赔申请效率较低导致理赔申请超时失效；赔付金额引起消费者质疑。影响了消费者对于外卖食品安全责任保险的信任程度，不利于外卖食品安全责任保险的发展。

3. 保险条款有待优化。“食无忧”在保险条款上存在的问题有两点：没有设置免赔条款、实行的固定费率制度有较大的局限性。保险条款在产品中具有非常重要的作用，若保险条款存在问题，可能会导致该有的防灾防损功能遭到削弱，不利于外卖食品安全责任保险的发展。

4. 核保承保工作有待加强。核保是保险公司严把风险入口的第一道关，是承保的前提，是保障保险公司稳定经营的条件。这个阶段中，保险公司会对商家的经营情况、店铺卫生情况等能够影响食品安全的因素进行调查和分析，而现行“食无忧”产品中，保险公司对商家是否承保往往取决于外面平台对商家的信息掌握，若外卖平台对商家资格审查出现漏洞，保险公司就会承保到高风险的外卖商家，造成不必要的损失，不利于进一步开展外卖食品安全责任保险。

5. 风险管控须进一步强化。在食品安全的监管方面，虽然“饿了么”采取了一系列措施，取得了一定的成效，但是力度较小：“食安服务”APP只能覆盖上海地区的餐厅且只有安卓系统的手机可以下载、食品安全月时间固定且持续时间不长。这会影响到食品安全的监管效果，从而不利于外卖食品安全责任保险的发展。

6. 产品创新力度较小。虽然“饿了么”始终在与保险公司加强合作，对“食无忧”进行更新，但只是小幅度的优化，所有的产品都是围绕着比较基础的外卖食品安全风险展开的且保额较低。若发生较为严重的致病就医类事故，保额无法覆盖商家的赔偿责任，商家依然会面临较大的赔偿责任，这意味着外卖食品安全责任保险未能发挥应有的分散商家风险的功能，从而削弱商家对该保险的信任程度，不利于该险种的发展。

5 国外食品安全责任保险发展经验借鉴

由于外卖食品安全责任保险起步较晚，缺乏可借鉴的成果，但其是食品安全责任保险在外卖行业的一种推广，因此本文借鉴国外发达地区食品安全责任保险的发展经验，并总结出对我国外卖食品安全责任保险发展的启示。

5.1 美国食品安全责任保险发展经验借鉴

美国拥有的《产品质量法》中，对食品安全问题有详细的说明和规定，并且覆盖到食品制作各个环节的商家。这为食品安全责任保险在美国的良性发展提供了可能性。由于法律较为健全和严格，在食品制作的各个环节，所有商家都会考虑到自己可能面临的食品安全问题，一旦发生风险，自己则会面临非常高昂的赔偿费用；正因如此，美国食品行业各个流程的相关企业负责人都会主动购买食品安全责任保险，用以转移风险，减轻自己的赔偿压力，如今，美国的食品安全责任保险已经拥有约 95% 的投保率。

有三个较为明显的特征体现在美国的食品安全责任保险中：

首先，法治建设比较完善。用户们拥有非常畅通的维权通道和维权意识，如果发生食品安全问题，相关商家几乎不会存在能够侥幸逃脱，避免承担法律赔偿责任的可能。这样一来，可以促使相关商家主动投保。也是这个原由，使得美国食品安全责任保险有较好的发展。

其次，严格责任原则。美国曾经使用过很多责任模式，上世纪中页，美国确定了严格责任原则。该原则是指若用户的生命安全和财产因食品安全问题受到损失，不需要提供针对食品提供商违法违规的相关证明材料，但相关商家必须依法对受害者赔付高额补偿产。这使得受害者举证难的困境得到一定程度的缓解，以更大的力度对用户的合法权利进行保障。

最后，建立惩罚性赔偿制度。在美国，有相关法律对食品安全作出严格的赔偿规定，并包括惩罚性的赔偿，如果发生食品安全问题，相关的商家要承担极其高昂的经济补偿责任。这会对商家造成非常大的经济压力。如果相关商家想要保证自己家店铺经营的可持续性，则必须找到分散食品安全风险的方法，这时该险种的作用就体现出来，商家通常都会通过投保来转移风险，并且受害者也能够通

过相关的保险公司获得合法合理的经济赔偿。

5.2 欧盟食品安全责任保险发展经验借鉴

在《欧共体产品责任法指令》颁布之前，欧盟国家几乎都是采用过失责任原则，而该法令的出现，使得成员国们开始采用严格责任原则，在某种意义上说，这部法令明确了欧盟地区的产品责任保险制度。而由于欧盟的成员国们大多都有较为良好的福利制度，对于百姓的食品安全问题也高度重视，所以把食品安全责任保险作为一种工具，从而对国家的福利制度作出进一步完善。

关于食品安全责任保险发展模式，欧盟地区的特点在于：

首先，拥有完善的监管制度。这套制度体系主要包括两个方面。第一，建立监管部门，该部门归欧盟总部管理，主要负责欧盟国家在食品安全上的问题检测和信息共享，并提出相应解决措施；第二，设立统一的风险测评体系，欧盟国家们都可以使用。

其次，风险防控和食品安全问题追溯体系的构建。欧盟地区成员国们将各国食品安全数据共享，并非常重视成员国之间的沟通。风险防控体系的构建使得欧盟成员国们可以对食品安全风险有一定程度预测能力并提前做好防控工作。追溯体系的构建则可以在安全事故发生事后起到作用，快速查到出险原因，并对风险因素进行分析判断，从而可以不断完善食品安全体系。

5.3 日本食品安全责任保险发展经验借鉴

日本政府吸取美国对产品责任的措施和力度，并逐步发展产品责任保险，在此之前，因产品安全问题而受到生命财产损失的日本用户们，面临着针对产品企业存在违法生产行为的举证责任，这使得消费者们的维权过程非常艰难；日本的《制造责任法》与 20 世纪九十年代发布，确定了严格责任原则的使用。

日本在食品安全责任保险发展中的做法大致有三个方面：

首先，建立多方共同监督体系。日本的食品安全问题就是依靠这种体系来进行监管的，这是一种多个政府机关共同监管的措施，并且其中会有一个机构负责他们的统筹工作。于欧盟和美国的模式相比，这种体系具有独特的优势：以更加整体的格局对食品安全进行监控，不会由某一个机构的视角所限制。同时有专门

的统筹部门，不会出现多个机构合作困难反而不利于监督的局面。在这种体系的运行下，用户们在食品安全问题的维权上有了更加完善的处理方案，首先会有消费者厅对维权诉求以及食品安全相关信息和证据进行收集，然后会对信息的真实性进行验证，若验证属实会对相关企业提出处罚意见，意见上传到决策机构，为决策机构最终决定处理方案提供参考，并且在众多相关的监督机构中，他们分工明确，各司其职。本国农产品从最初到收割环节一直到最终的售出以及食品安全等问题，全部由农林水产省负责监。在进出口方面的工作主要是厚生劳动省承担，在风险管控方面的责任由食品安全委员进行监督和指正。

其次，严格的风险分析体系。日本在制定相关法律文件时，非常重视食品安全的风险管理，并且日本建立起了一套完整的针对食品安全风险的分析体系，包含了四个方面，从风险因素到食品判断再到风险管理以及最终的相关数据资料共享，在这个过程中，食品安全委员发挥重要作用。该机构有 7 位成员组成，而在上述的整个周期中，会组建高达十六个的成员小组分工合作，他们会使用各种方法来获取相关的数据资料，比如面向社会征集等，并且会针对相关情况和当地政府沟通交换意见。

最后，为了使食品安全责任保险快速在相关行业普及，日本利用团购保险的方法。这种方法可以通过保费有所优惠的特点吸引相关商家进行投保，从而达到了为这些商家分散经营风险的目的。

表 5.1 国外食品安全责任保险模式总结

模式类型	主要特征	优点	缺点
美国模式	通过严格的高额补偿来促进参保	较高的投保率，受害者能获得高额经济补偿	容易出现责任保险危机
欧洲模式	福利体系的辅助工具以及完善的监管制度	使福利体系更加完善，有利于民生	补偿额度相对不高
日本模式	是政府监督的一种补充	以政府的监督为主	食品商家缺乏投保动力

资料来源：道客巴巴在线文档分享平台

可以看出，美国通过严格责任原则和惩罚性赔偿的规定大幅提高了食品安全责任保险的投保率，使消费者的合法权益得到保障，而这些举措之所以能达成

效果，得益于美国浓厚的法治氛围；欧盟地区拥有比较完善的福利制度，对于食品安全责任保险，则非常注重监管体系的建设，有利于事后追责；日本则以政府为主导，完善监管体系和风险评析系统，可以帮助政府分担监管压力。

5.4 对外卖食品安全责任保险发展的启示

根据对以上三个地区的模式发展特点，结合“食无忧”产品实施的现实情况，本文共有三点启示：

第一、浓厚的法律氛围是外卖食品安全责任保险发展的基础。该险种之所以能在美国高度发展，主要得益于浓厚的法律氛围，由于严格责任原则、惩罚性赔偿、消费者法律意识较强等原因，消费者如果遇到食品安全问题，会主动也能够采取维权措施，让涉事商家承担相应的法律责任，以此促进商家投保。商家大规模的投保使保险公司更加注重产品的开发和完善，从而促进了险种的发展。而我国法律氛围相对较差，正是导致商家产生侥幸心理，从而导致相关产品种类数量少以及保险公司疏于对产品的完善，最终影响外卖食品安全责任保险发展的重要原因之一。

第二、完善的监管制度是维护外卖食品安全责任保险良性发展的有力手段。欧盟地区食品安全责任保险发展的成功之处在于拥有合理的监管制度，若发生食品安全事件，可以通过这种制度查到相关商家，以便于消费者的维权或法律惩罚。通过上文分析可以看到，我国监管部门、平台和保险公司对于食品安全的监管存在不足之处，不利于维护外卖食品安全责任保险的发展。

第三、食品信息交流机制是外卖食品监管的有力工具。在日本的食品安全责任保险发展中，这种机制把政府和社会各界联系起来，食品安全信息共享，实现全社会对于食品安全的共同监督。在我国外卖食品安全责任保险的发展中，相关的信息交流机制尚有不足之处，急需改进，以此为外卖食品监管提供有力工具，从而维护外卖食品安全责任保险的发展。

6 研究结论与对策建议

通过上文分析,结合目前外卖食品安全责任保险的发展环境,可以看出,浓厚的法律氛围、合理的监管制度、完善的信息交流机制是目前外卖食品安全责任保险发展所急需的条件,结合前文对于“食无忧”产品的分析,得出本文的研究结论并提出具有针对性的对策建议。

6.1 研究结论

本文研究结论如下:

我国目前关于外卖食品安全责任保险的法律氛围较差,主要体现在两个方面,首先没有明确的发展模式,其次消费者维权意识薄弱,并由此导致保险公司疏于对产品的开发和完善:“食无忧”的理赔服务中,保险公司在与用户沟通、承赔核赔方面有待优化;保险条款设计存在不足,主要体现在没有免赔条款和固定费率制方面;核保承保工作需要强化;现存产品种类数量过少,在未来无法更全面的保障外卖市场的安稳发展且不利于外卖食品安全责任保险的发展,需要加大产品创新,来适应外卖行业不断扩大的市场规模。同时,食品安全监管体系、食品安全信息交流机制有待完善。

6.2 对策建议

6.2.1 确定强制投保模式

目前世界上主要有两种投保方式:第一,立法规定相关的食品商家和保险公司,商家必须购买食品安全责任保险,相关保险公司也必须对其进行承保,这是一种强制投保的模式;第二,食品商家与保险公司可以根据自身的经营情况来考虑是否需要购买食品安全责任保险或对某家食品企业进行承保,法律中不会对他们做出强制性的规定,这是一种自愿投保的模式。他们都是为了帮助相关商家转移经营风险、并让用户们的合法权利得到更好保护,但是在能够满足的投保需求上有所区别:自愿模式通常是根据企业和保险公司自身的需要来决定,他可以从更多更全面的角度对企业进行保障;强制模式以保障商家的常见且不是很严重的

风险为主。如表 6.1 整理了两种模式的共同点与不同之处。

表 6.1 两种投保模式的共同点与不同点

投保模式	共同点	不同点
自愿模式	都是为了帮助相关商家转移经营风险、并让用户们的合法权利得到更好保护。	1. 采取自愿投保的方式； 2. 可以满足多层次的保险保障需求，尤其是较高层次的保险保障需求
强制模式		1. 所有商家强制投保； 2. 以满足基础层次的保险保障需求为主

资料来源：刘中华.《食品安全强制责任保险发展及制度构建》.2012：27-28

根据前文分析，目前该险种产品不多，并且是以满足基础层次的保险保障需求为主的，符合食品安全强制责任保险在保险需求层次上的特征。

并且，在我国台湾地区，对于食品安全责任保险已经确定了强制投保的模式：在《食品卫生管理法》中有关于我国台湾地区食品安全责任强制保险的规定，并且明确了强制保障的范围和保额，该规定对于用户的人身安全高度重视。

结合台湾地区的发展经验，由于目前外卖食责险产品种类数量有限，且现有的产品费率和保额都比较低、以满足基础层次需求为主，因此要通过立法的方式进行强制投保的规定。同时进行普法教育宣传活动，另社会各界更快更好地熟悉相关法律法规，强化食品安全意识、法律意识、保险意识。

6.2.2 优化理赔服务

1.加强沟通。在保险公司作出理赔决定之后，若用户主动联系客服表达对结果存在疑问和不满时，应该及时沟通，让用户了解相应原因，以使用户通过其他渠道进行维权。在现有的理赔流程中，应该加强外卖平台的客服人员与消费者进行沟通的工作，如果消费者依然存在不满或疑问，则应该及时通知保险公司，保险公司应该设置相关客服岗位，由专业客服对用户疑问进行解答。

2.加强核赔。在理赔环节中，核赔是非常重要的一个环节，保险人可以在这个环节中对出险情况进行调查取证和分析判断，根据保险合同中关于保险责任、保险期限的相关规定，来决定此次事件是否需要理赔。由于这个环节会直接影响到保险公司在该险种中的经营利润，从而对公司的长期发展尤为重要，所以相关的工作人员必须非常谨慎。首先，要核对事故中食品企业负责人的身份，然后对事故发生的原因、地点、时间等等细节进行查勘，并协助相关监管部门进行调查和信息交流。以此来核实是否符合合同中的保险责任，若认定为保险责任，需要对事件中的经济损失进行大致估算并上报公司。其次，核赔工作人员需要对食品安全事故相关信息仔细核实，避免遭遇保险欺诈或道德风险。最后，在工作中，应该充分发挥保险科技作用，比如人工智能、大数据分析等，以此来提高工作效率和受害者在理赔服务中的体验感。

3.完善承赔环节，在经历过核赔，明确了保险责任后此，保险人需要对受害者的人身财产损失进行相应的补偿，通常保险公司会把补偿款发放到受害者支付账户，对于理赔金额的确定却没有明确的说明，使受害者对此存疑。针对这个问题，保险公司可把理赔原则、补偿标准进行公示，不仅在外卖食品安全责任保险合同中体现出来，还可以通过外卖平台、保险公司微信公众号等自媒体平台对消费者进行保险知识科普，让更多的消费者理解保险理赔的相关专业知识，以此来减少受害者收到理赔款后的存疑情况。

6.2.3 完善保险条款

6.2.3.1 设置免赔条款

免赔条款是指在食品安全事故发生之后，即使经过核赔确认了保险责任，但保险公司不会对所有的保险责任进行补偿，而是有一定额度的免赔，也就是免赔额，而免赔的这一部分金额，由事故相关的投保商家自身支付。这种条款可以有效地防止投保商家的道德风险行为。这种规则同样适用于外卖食品安全责任险，在保险公司和外卖平台、投保商家存在信息不对称的情况下，免赔条款的设置，可以促进外卖商家的食品安全风险管理，如果发生外卖食品安全事故，外卖商家需要自负保险单约定的固定或比例的赔偿，保险公司只对这以外的部分承担赔付

保险金的责任，对于不予赔偿的金额，外卖商家必须自己承担。这可以在很大程度上减少外卖食品安全事故的发生，并保证了外卖食品安全责任保险防灾防损功能的发挥。

6.2.3.2 实行浮动汇率制

鉴于我国外卖行业现状以及食品安全的重要性，浮动费率制虽复杂但更加实用。为满足外卖行业的不断发展以及对于外卖食品安全责任保险需求不断增加的发展要求，浮动费率制会更加的合理。

在浮动费率制中，费率的调整受到很多因素的影响，比如外卖商家店铺本身的食品安全风险等级，出险率以及出现后的损失严重程度，而店铺的食品安全风险等级又会受到多方因素影响，比如实体店铺的经营环境、店铺负责人的食品安全意识和法律意识、食品制作卫生条件等等。财险公司在制定费率时，应该充分考虑这些因素。同时，对于费率的调整还要明确四项原则：充分性原则、公平合理原则、灵活稳定原则、促进防损原则。

首先，充分性原则是考虑到了保险公司的保费收入，这笔收入需要保证保险公司能够进行正常的运行，从容能够长久稳定的发展。

其次，公平合理性原则中，外卖食品安全责任保险的费率制定需要严格按照相关的参考因素来制定，确保商家所面临的费率时科学的合理的，既能帮助商家达到经营风险的转移目的，也不会对商家造成过大的成本压力。

再次，稳定灵活性原则是指虽然费率采用了浮动的形式，保险公司可以对其进行相应的调整，但费率也必须保证相对稳定性，不可以频繁多次的调整改变，为投保商家造成不必要的麻烦，也能够保持保险公司守信的良好形象，若影响费率制定的因素发生了较大改变，保险公司在根据具体情况进行费率的灵活调整，维持浮动汇率应有的功能。

最后，促进防损原则。防灾防损功能是财产保险的一项重要派生功能，而浮动汇率制是财产保险发挥这项功能的重要保障，因此，在外卖食品安全责任保险的费率制定中，也应该遵守促进防损的原则，主要表现在通过费率的调整，要能够增强对应食品商家的食品安全意识。在实际操作中，若投保商家的风险程度较低，出险率和出险后对消费者造成的损害不高，则可以灵活调低对该店铺的费率。

相反,对风险等级、出险率较高和出险后造成过严重后果的店铺,适当增加费率。

6.2.4 加强核保承保工作

保险公司应该对外卖商家的经营风险有所了解,然后确定并通过风险系数来决定是否对其承保,跟据前文分析可以得知,影响外卖商家风险系数的因素有很多。由于外卖商家都在外卖平台注册,且平台有规定的食品安全检查活动,因此,保险公司可以加入其中,并扩大活动的次数和范围,同时对于检查结果和高风险商家、违规经营商家进行信息共享,更有利于对商家的风险系数的判定。对于风险系数较高的外卖商家可延期承保,并及时通知商家和其所在平台,令其限期整改,待风险系数降低到满足可承保条件时进行承保。

6.2.5 加强产品创新

根据上文分析,导致产品种类与数量较少的原因很多,同时涉及到该险种的多个主体,因此应该增强外卖食品安全责任保险各方主体意识,以此来推进该险种产品创新从而促进险种发展。

6.2.5.1 消除外卖商家侥幸心理

针对商家存在侥幸心理的两个方面,应该从商家保险意识和消费者维权意识两个方面进行增强。

对外卖商家要提高外卖食品安全责任保险的宣传力度,必须要让店铺负责人对食品安全风险有充分的认知,并要求商家承担起社会责任。让食品外卖商家对外卖食品安全责任保险拥有足够的理解,理解该险种的功能以及在商家经营过程中对他的保障作用,然后更好地接受外卖食品安全责任保险,并期待新款产品的推出。

同时也要对消费者进行宣传教育,监管机构可以通过官方网站和媒体账号进行宣传,以此来强化用户们的保险意识和维权意识;外卖平台也应该充分发挥作用,在平台首页设置消费者维权专栏,通过专栏向消费者普及法律维权知识,保

险知识。当消费者的法律意识和维权意识得到提高之后，会更加重视维权行为。这种局面下，相关店铺会面临较大的经济赔偿责任，当现有外卖食责险的风险保障已经满足不了商家需求的时候，就会倒逼外卖食品商家对外卖食责险的创新需求，以此激发保险公司对于外卖食责险产品的创新动力。

6.2.5.2 鼓励保险公司进行外卖食品安全责任保险产品研发

据前文分析，有诸多因素导致外卖食品安全责任保险产品数量不多，但背后更根本的原因乃是保险公司缺乏社会责任感，因为外卖食品安全责任保险产品的创新可以更好的保障外卖市场的发展以及外卖用户的人身财产安全。针对此种情况，银保监部门应当向保险公司进行再教育和鼓励，通过开会等方式让保险公司明确自身所承担的社会责任；通过到保险公司实地慰问的方式，以及对在外卖食品安全责任保险产品创新中拥有较为积极态度的公司进行政策上的照顾，比如优先审核该公司相关申请等等，以此种方式来促进保险公司的产品创新。从而推动外卖食责险的产品创新与发展。

6.2.5.3 鼓励外卖平台承担起社会责任

首先，政府部门可以通过专家座谈等方式，邀请现有外卖平台的负责人进行讨论，在外卖食品安全问题的严峻性、外卖行业的良性发展以及外卖食责险产品的创新上达成共识，鼓励平台主动与保险公司合作，以求推出新的外卖食责险产品，同时给予平台一定的政策优惠，比如主动加入“饿了么”食安服务 APP，促进外卖商家食品安全信息共享，从而强化监督。

其次，外卖平台帮助保险公司对新开发的外卖食品安全责任保险产品进行一定的推广，使本平台的食品外卖商家更快地了解、更好地接受新产品。由于现有外卖食品安全责任保险产品是实行强制购买的措施，并且已经对一些基本的外卖食品安全风险有了保障，因此新款产品可以实行自愿购买的原则，经营不同外卖食品类型的商家根据自家店铺的需求来购买合适的外卖食责险产品，在前期平台可以给予一定的补贴以减轻商家经营压力。

6.2.6 健全食品安全监管体系

外卖店铺虽然主打线上经营，但是对应的实体店铺也应该在监管部门的管理之下，因此完善的食品安全监管体系有助于防范外卖食品安全问题的产生，同时有助于外卖食品安全责任保险的良好发展。

首先，应该加强对于食品商家的信息掌控能力，这类工作往往不能只依靠政府部门，监管机构应积极联合保险公司、媒体机构以及社会各界人士，让他们对食品安全问题高度重视，并积极参与监督，可以建立投诉或曝光奖励机制，鼓励消费者、媒体等勇敢投诉违法违规的食品生产行为和相关的商家，一经核实，政府部门在严肃处理商家的同时给予投诉人一定的奖励。

其次，加强对食品商家经营资质的审查工作，政府部门可以牵头，由科技公司提供技术支持，通过人工智能快速识别商家身份，通过大数据分析等技术了解商家过去的经营记录和操作规范。

再次，制定相关的政策文件，并向社会公布，鼓励商家积极防范食品安全问题，同时主动配合相关机构的检查工作。

最后，针对外卖商家的监督工作，外卖平台应该充分发挥作用，在协助相关监管机构工作的同时，增设平台内部针对商家的审核职位，加大人力投入，提升平台内监管人员的职业素养，更好地实现外卖食品安全问题的监管，从而完善食品安全监管体系。

6.2.7 完善食品安全信息交流机制

随着外卖市场的不断发展，规模越来越大，入驻商家数量也越来越多，在以政府主导，社会各界共同监督的体系下，关于食品安全监管的信息交流就显得尤为重要。目前，已经有外卖平台、保险公司、科技公司合作推出外卖食品安全责任保险的情况，因此，可以鼓励相关的企业或平台，开发出能够与政府监管机构以及社会各界的沟通系统。以“饿了么”平台推出的“食安服务”APP为例，该APP仅仅覆盖了上海地区的所有外卖商家，政府应该鼓励其加大投入，逐步扩大覆盖范围，将尽可能多的地区和餐厅纳入其中，同时开发适用于IOS系统的APP版本，并且做好相关的更新工作。

参考文献

- [1] Akerlof, G. The Market for“Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism [J]. Quarterly Journal of Economics, 1970, 84 (3) : 488-504.
- [2] Cogan, J.A.The Uneasy Case for Food Safety Liability Insurance[J]. Brooklyn Law Review, 2016, 81(4) :1495-1553.
- [3] David A. Hennessy, Jutta Roosen, Helen H. Jensen. Systemic failure in the provision of safe food.[J]. Food Policy, 2017(28):77-96.
- [4] Fred Gale, Jean C Buzby.Imports from China and Food Safety Issues [N].U.S:Department of Agriculture,Economic Reaserch Service,Economic Information Bulletin , 2009(52).
- [5] Havinga Tetty. Private Regulation of Food Safety by Super-markets[J]. Law&Policy, 2020,28(4): 515-533.
- [6] H lmstrom, B. Moral Hazard and Observability[J]. Bell Journal of Economics, 1979, 10(1) : 74-91.
- [7] Kinsey J. Will Food Safety Jeopardize Food Security [J]. Agricultural Economics, 2019(32): 149-158.
- [8] Loureiro M L. Liability and food safety provision Empiri-calevidence from US.[J]. Internatioinal Review of Lawand Economics, 2008 (28) : 204-211.
- [9] Michael G. Faure. Economic Criteria for Compulsory Insurance.[J]. The Geneval Papers,2018(31): 149-168.
- [10] Peter H , Vermeer E, Zhao J. Biotechnology and Food Safety in China: Consumers' Acceptance or Resistance?[J].Development and Change, 2017,37(1):227-253.
- [11] Shavell, S. On Moral Hazard and Insurance[J]. Quarterly Journal of Economics, 1979, 93(4):541-562.
- [12] 曹晨. 网络外卖食品安全监管的困境与出路 [J]. 食品安全导刊, 2019. 15 (9) :15.
- [13] 蔡元正. 网络外卖食品安全监管的困境与出路 [J]. 法制博览, 2017 (3) :32-35.

- [14] 曹斯蔚, 中国食品行业特征与食品安全责任保险机制设计——基于信任品理论[J]. 保险研究, 2021(01):95-103.
- [15] 陈金玲, 吴纬地. 关于我国食品安全责任保险的思考[J]. 法制博览. 2016(2):45-46.
- [16] 党昭昭. “互联网+”背景下食品安全监管问题研究——以武汉高校外卖订餐为例[J]. 法制与社会. 2017(7):71-72.
- [17] 狄一珂. 关于食品安全责任险问题探讨[J]. 现代营销: 经营版. 2019(110):145-146.
- [18] 董大鼎. 我国保险业发展的区域差异及影响因素研究[D]. 重庆: 重庆工商大学, 2017, 05.
- [19] 方扬. 风险交流机制在互联网食品安全监管中的应用[J]. 行政与法. 2016(08):92-99.
- [20] 樊大彧. 外卖食品安全:要监管也要自治[J]. 农产品市场, 2017(17):31.
- [21] 封俊丽. 网络食品市场中的柠檬问题探讨[J]. 商业经济研究. 2016(04):122-124.
- [22] 封俊丽. 信息不对称视角下网络食品市场的各主体行为博弈分析[J]. 华北水利水电大学学报(社会科学版). 2016(03):47-50.
- [23] 冯海静, 郎爽, 杨志超, 等. 互联网+外卖食品的安全问题[J]. 食品安全质量检测学报, 2018, 9(16):4218-4222.
- [24] 介宇婧. 我国食品安全责任保险发展研究——以中国太保与“饿了么”合推食品责任保险为例[D]. 沈阳: 辽宁大学, 2019, 06.
- [25] 姜紫萱. 外卖食品安全问责机制的法律规制探究[J]. 现代食品, 2020(48):132-135.
- [26] 李芳, 于海纯, LI, 等. 我国食品安全责任险作用研究[J]. 保险研究, 2017(1):101-107.
- [27] 李华. 我国食品安全强制责任保险制度的构建[J]. 商业研究, 2012(421):189-193.
- [28] 李倩倩. 我国食品安全责任保险探析[J]. 西南农业大学学报(社会科学版), 2011, 9(7):1-4.

- [29]李倩媛.我国食品安全责任保险的模式选择[J].商场现代化,2012(693):14.
- [30]李珂.分享经济视域下互联网外卖食品安全风险法律问题研究[J].法制与经济,2019(11):2.
- [31]李芳,王煜.食品安全责任保险模式研究[J].保险研究,2015(9):51-64.
- [32]张鹏,李江华,李佳洁.网络餐饮服务第三方平台参与食品安全社会共治的路径探索[J].中国食物与营养,2018,24(2):29-32.
- [33]李新天.食品安全责任保险二元结构论*[J].政法论丛,2012(4):72-78.
- [34]刘增金.上海完善网络外卖食品安全保障机制的对策建议[J].科学展望,2020(2):85-93.
- [35]娄永飞.我国食品安全责任保险发展研究.[D]西宁:广西大学,2016,06.
- [36]马基瑞.我国外卖 O2O 推广食品安全责任保险问题研究[D].乌鲁木齐:新疆财经大学,2017,06.
- [37]庞贝贝.网络外卖食品安全监管研究[D].太原:山西大学,2020,06.
- [38]史超群.天津市宝坻区外卖食品安全的监管问题研究[D].北京:军事科学院,2019,05.
- [39]孙一鸣.经济学视角下网络订餐食品安全监管研究[D].晋中:山西农业大学,2019,06.
- [40]孙宏涛,朱星羽.外卖配送平台需要强制保险[J].现代食品,2016-12-15:110-111.
- [41]王卫峰,蒋馥宇.网络订餐平台的赔付机制探究——以新《食品安全法》为背景[J].法制与社会.2016(39):76-77.
- [42]王秋晨,蔡燕萍,马逍逍.外卖食品强制责任保险可行性研究[J].现代食品,2020.15(14):47-49.
- [43]王叶婷.餐饮外卖 O2O 食品质量安全与保障管理体系研究[D].石家庄:河北经贸大学,2020,06.
- [44]武贤凯,姜方桃,薛晶晶.“互联网+”外卖食品供应链安全监管体系研究[J].合作经济与科技,2019(7):166-168.
- [45]解鹏.风险管理框架下合肥地区外卖食品安全监管研究[D].合肥:安徽大学,2017,06.

- [46] 肖振宇, 唐汇龙. 食品安全责任强制保险设计研究[J]. 保险研究, 2013(4):83-88.
- [47] 易瑞雪. 外卖 O2O 食品安全责任保险方案设计与推广[D]. 郑州: 河南财经政法大学, 2020, 06.
- [48] 于芳妮. 网络订餐:安全是“软肋”[J]. 经济. 2016:68-70.
- [49] 袁雪, 孙春伟. 论我国食品安全责任保险制度的构建[J]. 2016(1):72-78.
- [50] 原也. 食品安全强制责任保险制度研究[D]. 太原: 山西财经大学, 2015, 06.
- [51] Zhimei Gao¹, 蔡桥桥, 陈敏. 外卖食品安全责任风险及消费者对食品责任保险的认知——基于西安市实践调研分析[J]. 金融经济, 2018(20):100-103.
- [52] 郑梦灵, 吴莲莲, 周耘竹, 万鹏程, 张开. 发展我国食品安全责任保险的建议[J]. 食品安全导刊. 2015.6(18):44-45.
- [53] 祝阳. 互联网外卖食品安全的多元治理研究[D]. 沈阳: 沈阳农业大学, 2020, 06.
- [54] 张瑞刚, 孙媛. 我国食品安全责任保险制度研究[J]. 保险研究, 2019(10):97-104.
- [55] 张瑞刚, 孙媛. 我国食品安全责任保险的博弈分析[J]. 河南工学院学报, 2020, 28(03):42-48.
- [56] 张源. 美团外卖网站责任风险分析及保险条款设计[J]. 经贸实践, 2015(09):40-43.
- [57] 张志祥, 石岷然. O2O 平台上外卖食品安全问题的研究[J]. 食品工业, 2017. 38(1):218-22.
- [58] 赵博. 论我国网络餐饮外卖食品安全法律规制的完善[D]. 北京: 对外经济贸易大学, 2017, 06.

后 记

光阴似箭，在母校我的研究生学习生活过得充实且圆满，3年的时间转眼即逝。在母校我有幸遇到了我的恩师们，在恩师们的悉心教导下，我们增长了学识，拓展了视野，让我在这3年的学习生活里收获颇丰。在母校的3年时光中，我也结识了许多挚友，不论在学习上还是生活中，我们同甘共苦，他们也是我一生的财富。

在即将毕业的时间，我想对我的恩师们、同学和朋友们表达我最真诚的敬意与感谢。尤其要感谢我的导师，师父在学术的研究上一丝不苟，同时对待学生细心负责。在选题、开题、中期调整、修改和定稿的论文全过程中，师父都一直高度重视，及时指出论文存在的不足并提出修改建议，这才使我能够顺利答辩和毕业。疫情期间，师父不忘记时常与我们交流，了解我们的学习情况和健康状况，及时的疏导我们。在学业上，师父传授给我保险领域的专业知识，拓宽了我的知识面；在生活上，师父讲述他的人生经验，让我受益良多。

感谢我亲爱的同学和朋友们，是你们让我在距离家乡千里之外的母校感受到了友情和快乐。那些有趣的校园生活是印在我脑海里终生难忘的回忆。

最后，我要感谢我的父母。由于他们对我的言传身教与无私养育，我才能完成自己的学业、步入母校校园、结识到这么多可爱的恩师和同学朋友。

千言万语也无法充分表达我激动的心情，感谢出现在我生命中的你们！