

预制菜销售中消费者知情权保障研究

吴 意

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月7日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月25日

摘 要

本文聚焦预制菜销售中消费者知情权保障缺失问题, 基于消费投诉热点事件及中国消费者协会维权舆情数据, 揭示餐饮领域普遍存在的销售预制菜不告知现象。研究指出三重困境: 消费者对预制菜认知不足导致信任危机, 法律未强制标识引发经营者隐瞒行为, 维权举证难与监管缺位形成制度壁垒。借鉴澳大利亚、意大利等国司法经验, 提出系统性保障路径: 立法层面明确预制菜主动告知义务及食品信息公示制度; 监管层面建立全国统一标识规范与溯源体系; 救济层面通过过错推定原则减轻举证负担, 协同公益诉讼、小额诉讼完善多元解纷机制。研究旨在构建“科普宣传-强制标识-司法救济”三位一体治理框架, 促进预制菜产业透明化发展。

关键词

预制菜, 消费者, 知情权

A Study of Safeguarding Consumers' Right to Know in the Marketing of Prepared Dishes

Yi Wu

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 7th, 2025; accepted: Jul. 28th, 2025; published: Aug. 25th, 2025

Abstract

This study addresses the deficiency in safeguarding consumers' right to know regarding pre-made dishes in food services. Analyzing representative news and consumer complaint data from the China Consumers Association reveals pervasive infringements in the catering sector. Three structural dilemmas are identified: insufficient consumer awareness triggering trust crises; operators' concealment practices induced by the absence of mandatory labeling laws; and institutional barriers comprising high evidentiary burdens for litigation and regulatory gaps. Drawing on judicial precedents

from Australia and Italy, the research proposes a systematic safeguarding framework: legislatively, clarifying the obligation to proactively inform about pre-prepared dishes and a food information disclosure system; regulatorily, implementing nationwide standardized labeling and traceability systems; judicially, adopting presumption of fault principles to alleviate consumers' burden of proof, while enhancing alternative dispute resolution through public interest litigation and small claims procedures. The study aims to construct a tripartite governance framework integrating "public education-mandatory labeling-judicial relief" to advance transparency in the prepared dish industry.

Keywords

Prepared Dishes, Consumer, Right to Know

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近期, 高价婚宴近七成为预制菜的事件成为社会关注的热点, [1]引发了民众、相关专家和学者对预制菜的热议讨论。相关专家表示, 根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条、第九条, 饭店在未告知消费者的情况下, 使用了预制菜, 这侵害了消费者的选择权和知情权。2023年根据调查与网络舆情, 中国消费者协会发布了第三季度消费者维权舆情热点, 其中排在首位的问题是预制菜不够透明, 存在侵权的隐忧。[2]由此可以看出, 在现行环境之下, 消费者对于预制菜知情权得不到保障的问题尤为突出。

2. 预制菜的市场情况

预制菜, 是以一种或多种食用农产品及其制品为原料, 使用或不使用调味料等辅料, 不添加防腐剂, 经工业化预加工(如搅拌、腌制、滚揉、成型、炒、炸、烤、煮、蒸等)制成, 配以或不配以调味料包, 符合产品标签标明的贮存、运输及销售条件, 加热或熟制后方可食用的预包装菜肴。[3]

随着外卖行业的发展, 市场上的大部分餐饮企业为了实现在短时间内快速出餐, 降本增益, 纷纷使用预制菜。2022年我国预制菜市场规模约4000亿元, 预计2026年突破万亿规模。截至2022年12月29日, 我国共有7.59万家预制菜相关企业。[4]预制菜目前在市场的销售渠道主要在零售和餐饮领域。电商平台对预制菜的销售管理较为规范, 产品包装通常清晰标注生产厂商、执行安全标准、食品营养成分表等信息, 且平台退换货与售后服务机制为消费者提供保障。此外, 商品信息在购买链接中标明也方便监管部门的检查, 对消费者的知情权并未构成侵害。但在传统餐饮服务中, 消费者无从知晓所选择的商品和服务信息, 在被问及是否销售预制菜时, 餐饮企业普遍选择隐瞒使用预制菜的情况。[5]

3. 消费者知情权的法律基础

消费者知情权是指消费者在消费的过程中有权要求经营者提供商品或服务的信息, 据此作出理性的决策, 即做出是否购买、如何购买的决策, 最终实现理性消费, 并保障消费者自身人身财产安全的一项集实体性与程序性的权利。该项权利改善了消费者的劣势地位, 在一定程度上平衡了消费者与生产者、经营者之间的信息不对称, 有利于实现和谐稳定的消费秩序。[6]

《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条赋予了消费者向经营者获取所购买或使用的商品或服

务的基本信息的权利。其中的基本信息包括商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分等详细信息。从制定该条款的目的出发，消费者只有掌握了商品的信息才能确定是否购买。因此是否为预制菜这一信息关系到消费者的购买意愿，消费者有权要求经营者告知。其次，《中华人民共和国食品安全法》第五十四条、第五十五条进一步细化了餐饮服务提供者的信息披露义务，在贮存食品时明确标注食品名称、生产日期、保质期、生产者名称及联系方式，倡导公开加工过程，公示食品原料及其来源等信息，便于消费者、有关监管机构快速全面了解食品情况。

4. 消费者知情权保障受阻的原因分析

4.1. 消费者对预制菜了解不足

消费者对于预制菜的了解不足，成为制约其知情权实现的重要障碍。长期食用预制菜是否会对人体造成伤害？预制菜是否具备营养价值？针对这些问题，企业乃至监管部门尚未形成统一、科学的解答框架。根据相关调查，消费者拒绝购买预制菜的主要原因集中在食品安全领域的担忧，尤其是对食品添加剂的长期积累效应缺乏理性认知。^[7]尽管《中华人民共和国食品安全法》明确规定食品添加剂的使用需符合国家标准，但公众对“防腐剂”、“增鲜剂”等术语的负面联想仍根深蒂固。这种刻板印象源于传统饮食文化对现炒现做的偏好，以及对工业化食品生产流程的陌生感。此外，信息不对称进一步加剧了消费者的焦虑。经营者披露的信息往往过于专业化或冗杂，消费者难以从中提取关键内容。例如，预制菜标签可能包含复杂的成分表和工艺说明，但缺乏对添加剂种类、功能及安全剂量的通俗解释，导致消费者无法做出理性选择。值得注意的是，消费者对添加剂的“色变”心理不仅源于信息缺失，也与社会传播中的谣言和误导性宣传有关。正规企业生产的预制菜添加剂均符合国家标准，且部分企业已采用天然保鲜技术减少人工合成添加剂使用。然而，这类科学解释在公众认知中常被简化为“添加剂 = 有害”，导致消费者对预制菜产生过度排斥。这种认知偏差，既阻碍了预制菜行业的规范化发展，也使消费者知情权的保障陷入“信息供给不足 - 信任缺失 - 需求萎缩”的恶性循环。

4.2. 预制菜标识缺失

预制菜因外观与现炒菜品相似，消费者难以肉眼分辨，同时经营者普遍不告知使用预制菜情况，^[8]导致消费者既无法识别菜品属性，又在察觉口感差异后因菜品已消耗而难以维权。这一现象背后，经营者隐瞒行为的经济动因值得剖析。首先，标识成本与效率悖论构成直接障碍。尽管法律尚未强制披露预制菜信息，但主动标注需投入额外资源——菜单设计需增加分类标识，员工需培训应对咨询，甚至需调整运营流程。而预制菜的工业化优势若被公开，可能削弱消费者对“现做现炒”的价格溢价期待，影响利润空间。与此同时，消费者对预制菜的“污名化”偏见进一步加剧隐瞒动机。当前社会普遍将其与“不新鲜”、“添加剂多”等负面标签关联，商家担忧标识后客源流失、差评率上升。尤其在竞争激烈的餐饮行业，商家更倾向于通过“模糊化营销”维持客群信任，而非承担公开透明带来的市场风险。然而，现行法规未覆盖餐饮场景的预制菜标识义务，行业标准与监管体系尚未完善，导致商家默认隐瞒。经营者在缺乏约束下，更倾向将成本控制与利润置于消费者知情权之上。

4.3. 消费者维权不畅

在餐饮消费领域，预制菜因其快速、便捷的特点而被广泛使用。然而，当消费者发现其支付现炒菜价格却购得预制菜时，往往因维权成本高昂、耗时过长而选择放弃司法救济，转而以投诉或网络曝光为主要维权手段。这一现象在司法实践中得到印证：在中国裁判文书网中以“预制菜”为关键词检索，仅有 1 件涉及预制菜告知义务的诉讼案件，而在中国消费者协会公布的消费者投诉热点事件中，预制菜相关投诉

却位列首位。[2]这种“诉讼冷”与“投诉热”的反差，揭示出消费者维权的结构性困境。本文认为，消费者不愿提起诉讼的核心障碍在于司法程序的现实成本。首先，举证责任分配制度构成显著门槛——原告需证明商家存在违法行为、该行为直接导致损失，且两者间存在明确因果关系。对普通消费者而言，论证预制菜相较于现炒菜在营养价值上存在显著差距，亦存在极大的技术难度和举证困境，这一点已在美国新泽西州地区法院的一起集体诉讼判决中得到印证，该案中原告即因未能充分证明违法行为、损失及其因果关系而败诉。[9]再者，我国现行法律尚未明确规定商家负有主动告知顾客其售卖商品为预制菜的强制性义务，导致此类行为的法律定性存在模糊空间，法院在审理相关案件时亦缺乏统一裁判标准。同时，当前的行政监管主要聚焦于食品安全领域[10]，尚未延伸至消费信息告知义务层面，进一步削弱了消费者的司法救济信心。

5. 消费者知情权的保障路径

5.1. 利用各方渠道，加强科普宣传

消费者作为预制菜产品的需求端，对于预制菜准确、全面的理解将有利于预制菜的销售。调查显示，消费者了解预制菜的主要渠道是线下(如超市、饭店、商家广告)，占比 35.38%；其次为抖音、快手等新型平台(19.49%)和淘宝、拼多多等传统电商(18.77%)；通过电视、报纸等传统媒体了解的占比较低，不足 27%。[7]对此，市场监管总局应牵头制定预制菜科普指南，建议企业在抖音或快手等平台发布含原材料溯源、添加剂合规对照及冷链温控日志的标准化内容，同时平台需对认证内容给予流量加权；同步推进线下商超设置透明操作区，每周三或周六开放盲测体验对比现制菜口感，并在餐饮门店部署溯源终端供查询原料检测报告；此外，商务部应积极鼓励企业将预制菜与本地特色相结合，打造预制菜高质量品牌，形成预制菜特色产业链。[11]文旅部门可在景区设立“非遗工坊”，通过直播央厨生产与区块链配方存证深化消费者信任。

5.2. 明确标识体系，落实各方监管

鉴于当前法律未明确定义商家对预制菜的告知义务，可借鉴比较法经验。国外预制菜行业发展迅速，澳大利亚联邦法院判决预制面包宣传为“新鲜烘焙”损害消费者利益，意大利法院认为使用冷冻菜品不告知构成贸易欺诈罪，法国政府要求商家标注“自家制作”。[9]据此建议构建三级标识体系：首先要求餐饮经营者在菜单的菜品名称右侧标注“预制”字样，如“鱼香肉丝·预制”；其次对包装类预制菜实行“一菜一码”制度，按照国家标准生成溯源二维码，消费者扫码可实时获取原料产地证明及冷链物流温度曲线；同时建立协同监管机制，市场监管部门将标识合规性纳入随机抽查项目，行业协会制定预制菜标识操作指引并开展星级认证，而对未标注或虚假标注行为实施“首违责令改正、再违列入经营异常名录”的阶梯处罚。

5.3. 畅通救济途径，强化制度协同

针对预制菜消费中消费者维权困境，应从立法、司法、监管及救济机制多维度构建全链条治理体系。立法层面在《中华人民共和国消费者权益保护法》第 20 条增设“餐饮服务提供者应在菜单显著位置标注预制菜品”的强制性义务，建立健全食品信息公示制度。司法层面可考虑由最高人民法院发布举证规则指引，对未履行告知义务案件适用过错推定原则。行政监管须突破食品安全单一范畴，推行预制菜标识制度，细化标识的内容和形式。[12]多元救济途径需强化消费者组织职能，积极推行对群体性侵权提起公益诉讼，基层法院设立 15 日审限小额速裁庭并配套“维权证据包”。例如，2025 年最高人民检察院发布一起检察机关督促履行预制菜食品安全监管职责行政公益诉讼案。[13]通过事前义务设定、事中监管介

入、事后举证优化与救济创新的系统性协同，方能破解维权成本高、举证难、规则模糊等结构性障碍，实现餐饮消费市场的透明化治理。

6. 结语

预制菜作为经济发展的新蓝海，在销售的过程中存在侵害消费者知情权的法律隐患。且其作为半成品或者成品食物，在实现方便、快捷的同时一定程度上丧失了新鲜度和口感，同时易存在安全问题。此外，预制菜的特性与我国居民追求新鲜、健康的食品观念不相符，因此，绝大多数消费者对预制菜存在误解、食品经营者普遍不告知使用预制菜的情况、消费者维权不畅等问题接踵而至。要想让预制菜行业行稳致远，食品经营者应当履行告知义务，标注商品或服务的信息，打造预制菜品牌，让消费者对象预制菜形成一个正确、理性的认知。其次，政府、司法部门等各方主体要加快健全食品标识体系，疏通消费者维权渠道。

参考文献

- [1] 江德斌. 高价喜宴近 7 成是预制菜, 何以令人不爽? [EB/OL]. <https://www.workercn.cn/papers/grrb/2023/06/07/5/news-5.html>, 2025-06-01.
- [2] 中国消费者协会. 2023 年第三季度消费维权舆情热点[EB/OL]. <https://www.cca.org.cn/Detail?catalogId=475800865030213&contentType=article&contentId=521578502819909>, 2025-06-01.
- [3] 市场监管总局, 教育部, 工业和信息化部, 农业农村部, 商务部, 国家卫生健康委. 关于加强预制菜食品安全监管, 促进产业高质量发展的通知[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6940808.htm, 2025-06-01.
- [4] 人民网研究院. 预制菜行业发展报告[EB/OL]. <http://yj.people.com.cn/n1/2023/07/10/c440911-40031856.html>, 2025-06-01.
- [5] 中国青年网. 江苏省消保委: 餐厅如使用预制菜应尽到明示、提醒义务[EB/OL]. https://t.m.youth.cn/transfer/index/url/news.youth.cn/gn/202309/t20230914_14790554.htm, 2025-06-01.
- [6] 孙毅. 食品消费领域消费者知情权法律保护研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国政法大学, 2011.
- [7] 金亮, 王希龙, 丁相江, 等. 消费者对预制菜的认知情况研究——基于 277 份线上问卷结果分析[J]. 中国商论, 2023(19): 95-99.
- [8] 赵晨熙. 进一步加大力度保障消费者知情权[N]. 法治日报, 2023-02-07(7).
- [9] 李思韵. 使用预制菜未告知对消费者知情权的侵害及相关保护制度——以西方发达国家法律判例与实践操作为例[J]. 产业创新研究, 2023(5): 112-114.
- [10] 熊明. 关于加强预制菜监管的立法思考[J]. 民主法制建设, 2024(2): 36-38.
- [11] 广东省人民政府办公厅. 关于印发《加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》的通知[EB/OL]. http://www.gd.gov.cn/zwgk/gongbao/2022/9/content/post_3904803.html, 2025-06-01.
- [12] 杨睿. 法律规范构建与消费者权益保护: 预制菜行业法治化的“两驾马车” [J]. 西南石油大学学报(社会科学版), 2025, 27(2): 83-96.
- [13] 最高人民检察院. 最高检发布“检察机关加强民生司法保障”典型案例[EB/OL]. https://www.spp.gov.cn/xwfbh/wsfbh/202502/t20250220_684426.shtml, 2025-06-01.