

同一家饭店,外卖堂食搞“双标”

“您有新的外卖订单,请及时处理。”当外卖提示音响起,河北廊坊某烤串店老板张先生熟练地拿起订单小票,对照着从冰柜里翻找烤串。“肉串、淀粉肠、豆腐干、鱼豆腐、香芋头、茄子……”他一边轻声核对一边利落地拆开包装,备好货送往厨房。不到一刻钟,一名身着蓝衣的骑手将外卖取走了。

然而,当时张先生身旁的另一个冷藏柜里,却整齐码放着色泽鲜亮的现成烤串。面对记者的疑惑,他指了指记者桌上的烤串:“这是新鲜的,您放心吃。”接着又掂了掂手中的冷冻串说,“这些是外卖用的,不一样”。

记者近日调查发现,不少餐饮店都在实行堂食和外卖的“双标”策略。受访专家指出,这种利用信息不对称进行差异化经营的行为,已构成对消费者知情权、公平交易权的系统性侵犯,亟须从司法、平台、监管等方面构建协同治理体系。

据法治日报



图源:法治日报

堂食与外卖存在“双标”

记者走近上述烤串店的冷藏柜观察,里面的烤串显得格外新鲜:羊肉带着血丝,切块均匀,泛着新鲜的光泽;蔬菜清洗干净,毫无蔫态。

“客人来店里,肯定得用新鲜食材。羊肉串用的是当天现宰的羊肉,连蔬菜都是现洗现烤。你闻这香味,新鲜羊肉和冻肉烤出来完全不一样。”烤串店老板张先生说。

而外卖订单则截然不同:统一使用冷冻肉,先油炸再电烤,8分钟内即可完成接单到打包的全流程。张先生介绍,“冷冻肉提前腌制,加了不少香料,就算配送后口感变差,顾客一般也吃不出来”。

实行堂食和外卖“双标”策略的远不止这家烤串店。记者在北京、天津、河北多地走访发现,这种做法相当普遍。

在多家主打“现炒”的小碗菜店铺,记者通过外卖下单后观察到,服务员直接从冷藏柜取出预制菜包装,加热后倒入餐盒。而当记者在堂食点同样的菜时,看到厨师现场翻炒。

曾经经营快餐店的李先生透露,红烧肉、糖醋排骨等“硬菜”外卖单几乎全靠预制菜,“15元的荤菜套餐,用新鲜食材根本做不出来,预制菜加热5分钟就能出餐”。

辅料差异同样明显。天津某菜馆老板坦言,堂食炒菜用压榨花生

油,外卖则改用桶装调和油;堂食米饭选用当年新米,外卖则使用价格低廉的陈米。

价格差异也是“双标”的表现之一。记者走访20多家店铺发现,酒水饮料是外卖加价的重灾区。多家店铺的可乐、雪碧等瓶装饮料,外卖价格比堂食高近50%,且普遍标注“单点不送”。

以张先生的烤串店为例:可乐堂食3元,外卖5元;淀粉肠堂食5元,外卖5.18元;豆腐干3串堂食7.5元,外卖8.94元。

分量与加工流程的“缩水”则更具隐蔽性。记者在某川菜馆点同一道“鱼香肉丝”,堂食分量明显大于外卖。外卖餐盒底部被设计成凹陷状,视觉上难以察觉差异。该店厨师透露,“外卖分量比堂食少20%至30%是行规”。

加工方式也大相径庭。张先生向记者演示:堂食烤串需炭火慢烤15分钟,刷三次酱料;外卖则先油炸定型,再电烤2分钟,刷一次预制酱料,“口感肯定有一定差别,但能保证30分钟内送达”。

值得注意的是,外卖餐具的安全隐患尤为突出。记者收集的20份外卖餐具中,12份塑料餐盒存在变形或异味问题,8份一次性筷子有毛刺或霉点。相比之下,堂食餐具虽非绝对安全,但至少经过清洗消毒流程,视觉观感更可靠。

成本压力与监管难题

记者采访多名商家和业内人士得知,外卖与堂食的“双标”现象,是平台、商家、消费者多方博弈的结果,背后交织着成本压力、规则漏洞与监管难题。

“不搞双标,就活不下去。”这是记者采访时听到最多的一句话,部分平台设置的抽成机制是重要推手。

张先生算了一笔账:一份30元的外卖套餐,扣去平台抽成、包装费、食材成本和人工水电成本,净利润仅5.5元至7元;而堂食同样套餐净利润可达12元。“某平台抽成几乎年年涨,不加价就得亏本”。

他向记者透露,一些平台的满减、折扣活动成本实际上多由商家承担。在张先生的烤串店,记者注意到一笔22.9元的外卖订单显示,商家需补贴11.5元(含配送费4元、超级吃货红包7.5元),平台仅补贴3.5元。“不参加没流量,参加了就只能从食材上抠成本”。

还有商家认为,平台的配送时效和评分机制进一步加剧“双标”。某连锁品牌区域经理透露,平台规定“一定时限内送达率”必须达95%以上,否则降权限流。“外卖现做根本来不及,只能用预制菜。差评多了店铺就完了,只能在食材上动手脚保证不出错、口感稳”。

北京一位餐饮店老板坦言,预

制菜成本仅为现制菜品的60%。以糖醋排骨为例,现制需排骨150克(成本约8元),预制菜仅需5元,且省人工。“一家日均百单的店,用预制菜每月能省约1.5万元。”

外卖交易的“非现场性”让商家有了操作空间。张先生直言:“顾客不在现场,看不到后厨,用冻品还是鲜品,谁能较真?投诉也难有证据。这种信息差可能让诚信商家吃亏,别人用预制菜降价抢单,你用鲜品就没生意。”在此背景下,行业容易陷入恶性低价竞争,商家不断压缩成本,最终牺牲品质。

记者采访得知,也有一些商家为了谋取最大利益而故意“双标”。

受访专家指出,维权困境也间接助长了“双标”。

“外卖与堂食的时空分离,使取证极为困难。消费者难以同时对食材、分量,更难证明商家存在故意欺诈。”北京威诺律师事务所律师付昭华说。

须构建协同治理体系

受访专家指出,堂食与外卖“双标”绝非简单的经营策略,而是触及法律底线与市场秩序的系统性风险,需从司法、平台、监管三方面构建协同治理体系。

“‘双标’本质是一些经营者利用信息不对称,系统性侵犯消费者知情权与公平交易权。商家隐瞒食

材来源(如预制菜冒充现制)、加工方式(如冷冻复热),违反消费者权益保护法关于消费者享有知悉商品真实情况权利的规定,也违反了电子商务法的信息公示义务。”付昭华说。

他进一步分析,隐蔽加价、重复收取包装费等行为,违反价格法关于“明码标价”的规定,构成消费者权益保护法意义上的“不公平交易”。尽管消费者权益保护法规定“退一赔三”,但因面临“三无困境”(消费者无便捷知情渠道、无有效对比证据、无足够诉讼动力),该制度在实践中难以激活。

云南民族大学教授王启梁说:“单个消费者维权难,集体诉讼又缺乏机制,导致法律威慑力不足。平台绝非单纯的‘技术中介’,而应承担‘守门人’责任。”

他建议,平台可以要求商家清晰、显著标注商品属性,如“预制菜”“冷冻复热”“现场制作”等。某试点平台数据显示,强制标注后,预制菜订单量下降23%,同时投诉量下降67%,说明透明化有助于建立合理预期。

“平台的抽成机制、配送时效、评分标准等算法应公开,避免‘暗箱操作’压迫商家。”超时罚等规则的威慑力不应超过法律规定,高佣金需与服务质量挂钩。”王启梁说。

他还提出规范化包装收费,平台需制定统一标准,禁止强制捆绑、重复收费。

付昭华的建议是提高违法成本,对于多次违法的商家,可适用“退一赔十”,并纳入失信名单;建立跨部门信用档案,将行政处罚、投诉记录、司法判决等信息联通,实施“一处违法、处处受限”;推广“明厨亮灶”线上化,让消费者实时查看外卖加工过程。

“可以建立‘吹哨人’制度,鼓励外卖骑手、内部员工举报违法商家,给予奖励。”王启梁说,当冻品伪装鲜肉成为潜规则,当包装费接近甚至超过食材成本,不仅伤害消费者,也会损害整个外卖行业。唯有打破信息壁垒、提高违法成本、重塑监管体系,才能让外卖与堂食回归“同质同标”,让消费者吃得放心、吃得公平。

网上“一键搬店”,无缝复制开分店?

警方:可能泄露商家信息,还可能催生“李鬼”

外卖平台竞争激烈,帮助商家跨平台迅速开店的工具也受到关注,但便捷的背后可能暗藏风险。上海闵行警方最近控制了7名嫌疑人,他们涉嫌利用“一键搬店”软件非法牟利。警方和平台安全负责人提醒,这种软件不但可能泄露商家信息,还可能催生仿冒的“李鬼”店铺,侵害商家和消费者权益。

据中国之声

今年上半年,一家知名外卖平台安全管理部的高级经理王先生介绍,他们检测到异常访问之后,向警方报案。

王先生说:“我们通过平台风控的那个系统,当时是识别拦截到一些商家,它们是存在异常访问的情况。对于这些异常访问的情况,我们深入分析,怀疑是有第三方的恶意软件。于是我们后期将这个软件的情况线索报送给了公安机关。”

警方了解到,餐饮商家如果想

复上传商品的图片、价格、介绍等信息,而通过一些第三方软件,可以迅速复制上传信息,完成开店。

上海闵行公安分局网安支队民警徐宁介绍,正常复制的话可能要花一两个小时,但是使用这个软件只要一两个小时,花小钱,可能几块钱到十块钱,就能实现一个店铺的搬运。

警方调查发现,这样的“便捷操作”,是第三方软件以商户名义访问外卖平台,短时间从服务器大量获取数据来实现。

徐宁说:“它有一个类似于破解

的行为,通过伪造签名,调用接口的方式,一分钟内就可以把店铺的相关数据全部抓取下来。”

闵行分局民警先后前往江西、广东、四川等地,在当地警方配合下控制7名嫌疑人,他们的团队集开发、推广、销售于一体,在网络平台发布广告,以低价诱导商家购买相关软件,累计牟利20多万元。警方以涉嫌提供侵入、非法控制计算机信息系统程序、工具罪和破坏计算机信息系统罪依法对7人采取刑事强制措施,案件还在进一步侦办中。

近日,记者在多个互联网平台仍然可以看到类似软件的广告。

有的突出帮助商家跨平台运营的便捷功能:AI一键搬运功能绝对是您的救星。只需简单几步,您就可以将商品信息,包括菜品名称、价格描述、图片等一键快速搬运,大大节省了您的时间和精力……

也有直接宣称,可以复制同行的店:批量把老店或者同行店铺

商品链接复制到自己店铺,可以用这个搬店工具,不仅支持跨平台搬店,商品价格、详情页、动图、规格等都能1:1复制……我们这个月用这个工具已经复制了几百家店……

闵行警方表示,有餐饮从业者反映,自己经营多年的外卖店铺在其他平台上被完整“复制”,菜品图片、价格都原样照搬,但这并不是他开的分店,之后因为货不对板,引发消费者投诉。

外卖平台安全管理部高级经理王先生认为,首先非法一键搬店的软件会让正常经营的商家苦心设计的一些菜品名称、图片等信息被其他人轻易剽窃走,导致商家自身的利益受到损害。其次就是部分商家利用这个软件做随意窃取复制的行为,去复制成“李鬼”店铺,可能出现以次充好或者货不对板的现象,这个情况是严重侵犯消费者知情权和公平交易权的,扰乱了市场的经营秩序。

上海闵行公安分局网安支队民

警徐宁提醒,即便商家想用这种软件方便自己开分店,在“一键搬店”的过程中,除了店铺商品、图片、标签等信息被一一复制上传,商家用于登录平台的用户名、密码等隐私信息,也会在没有提示的情况下存储在第三方软件的服务器中,影响商家的数据安全。

徐宁表示,要实现搬店的功能,首先要登录商家的账号,然后进行下一步操作。商家的信息被非法收集存储在开发者的服务器中,具有泄露风险,甚至部分信息会被不法分子窃取后实施其他诈骗行为。

对于这样提供“一键搬店”的第三方软件,王先生介绍,平台自身是没有官方认证这种软件的。请各位商家一定要注意,在下载和使用任何应用程序和插件的过程中,要确保是通过官方渠道进行的操作,不要去轻易相信来自非官方渠道的信息。也不要随意点击其他的短信息或者是邮件里面的不明链接,避免被诱导安装恶意的软件。