

遏制餐饮浪费,从“半份菜”做起

秦丹

昨天,中消协等八家单位发布联合倡议,杜绝“舌尖上的浪费”,其中提到要积极推广“小份菜”“半份菜”,减少浪费等。

提倡推广“小份菜”“半份菜”,是减少餐饮浪费的好“抓手”。当下,在自由而丰富的平台点餐体验中,往往伴随着巨大的浪费。有的菜,送到后并不合口味,成为浪费;有的菜,份量太大吃不掉,成为浪费……更有一些传统经营的单位食堂、一些酒店的餐厅,都存在因为菜量大而引发的浪费问题。

消费者减少餐饮浪费,从“精致”的消费者做起。中国消费者协会等八家协会、学会、商会发出的倡议,其中提倡厉行节约,指出厉行节约是餐饮经营者的法定义务、餐饮经营者应履行制止浪费

的提示义务、提升外卖场景餐饮品质、减少食物浪费等,经营者有义务反对浪费,而消费者有责任不浪费。

对重点推进“网络点餐明示食品重量体积”等举措,经营者可以在点餐环节推出“分量自动提醒”功能,而消费者要知情、监督、选择,对诱导过度消费的行为,消费者除了用脚投票,也要勇于“大声”说不。

事实上,一半以上的食物浪费产生于大型餐厅、食堂等餐饮服务行业。杜绝婚宴、大型餐饮场所的浪费,要出台更加精细化、人性化的管理办法。除了办法管理,还应工具有管理,比如规定取主餐“小碗”的容量,餐盘的直径等等。

推行“小份菜”“半份菜”,在遏

制餐饮浪费的同时,其实也并不会影响消费。对经营者而言,消费者看到菜的份量少了,就可能多一点两道菜,其实花销并不一定减少。但对消费者而言,选择权增加,一方面本身就会避免浪费,另一方面,如果因点“半份菜”而不断强化环保节约意识,也会对社会和环境增益无穷。

在餐饮消费的节约示范方面,公众人物、公职人员一定要身先垂范。公开播出的短视频,对以暴饮暴食等方式引流餐饮倡导过度消费的,平台要出手清理,管理部门要对平台进行监管。通过精细化、人性化的管理手段杜绝餐饮浪费是必须的,但同时,浪费是可耻行为这一判断,也理应为公众广泛接受。



■ 热线上午开通

本报记者 王军 摄

“市场监管局长接热线”行动上午启动

直击消费者“急难愁事”

本报讯(记者 房浩)“3·15国际消费者权益日”即将到来之际,今天上午9时30分许,上海市市场监管局、12345市民服务热线、新民晚报社连续第四年发起“市场监管局长接热线”行动,市市场监管局一级巡视员胡浩率先接听市民来电。与此同时,新民晚报“新民帮帮忙”开启连续三天的3·15消费维权直播,直击“消费急难愁事”,助力“提振消费信心”。截至11时,12345市民服务热线已接市民消费诉求880件。

李女士就打进电话,反映她因家中漏水,购买了一桶265元的防水胶,但桶装上的产品二维码却扫不出来,怀疑商家售卖三无产品,希望管理部门协调予以退款。“好的,我们马上跟进,一定给你一个满意答复。”胡浩随即派工单派至浦东高桥市场监督管理所,工作人员当场启动调查处置流程。

随后,又有两位市民打进热线,分别反映电脑维修店不明码标价索要高额修理费以及在超市购物遭遇“反向抹零”事件,胡浩一一记录后,

均派单至相应市场监管部门,要求迅速调查核实,坚决查处违规行为,维护消费者正当合法权益。

去年8月1日,新修订的《上海市消费者权益保护条例》正式施行,对新型消费业态经营者的义务作出特别规定。上午10时,市市场监管局消费者权益保护处处长谢家傲做客“新民帮帮忙”直播间,对新《条例》展开专业解读和亮点介绍。比如,针对近年蹿红的网络“直播带货”,《条例》明确规定,网络直播营销平台应当加强对直播间内链接、

二维码等跳转服务的信息安全管理;直播间运营者应当标明直播间内链接、二维码等跳转所对应的商品或者服务的实际经营者,直播间运营者未标明实际经营者的,应当对消费者合法权益的损害承担相应的责任。对于“盲盒经济”,《条例》规定,经营者采取随机抽取的方式向消费者销售特定范围内商品或者提供服务的,应当以显著方式公示抽取规则、商品或者服务分布、提供数量、抽取概率等关键信息。同时鼓励随销平台应当加强对直播间内链接、

方式,维护消费者的合法权益。

上午11时,市消保委副秘书长唐健盛“接棒”直播,盘点2023年上海市消保委3·15系列发布。

明后两天,“新民帮帮忙”还将分别邀请沪上知名媒体人陆兰婷、上海善法律师事务所高级合伙人秦裕斌律师走进直播间,公布和点评汽车、房产、装修、培训、网购、美容、预付卡等多个领域记者调查的重磅“实锤”,为消费者发声、助消费者维权。

局长接热线,阿拉等依来!消费急难愁,新民帮帮忙!

“100英寸索尼8K电视机”竟小了一半

“白菜价”网购到了疑似三无产品,退货退款困难重重

宣称8K100英寸 承诺原装进口

去年12月,邹阿姨被知名网购平台上的“网络直播带货”吸引:“索尼8K”“防爆平板100英寸智能网络+蓝光护眼”“活动秒杀价1999元”……平台商家“康少的网店65”在视频画面中清晰展示的内容,无一不“激发”着“购买的冲动”。

“一开始我还不相信,同款的电视机市场价动辄就是几万元。我反复向客服确认,他们口口声声承诺‘索尼8K官方旗舰店’‘整机原装进口’,还给了我一个再优惠价1995.8元。”邹阿姨讲,看着商品下面“已拼10万+”的标注,她终于按捺不住“激动的心”,买下了电视机。

下单后,邹阿姨又与客服多次沟通,一再询问:“我年纪大了视力不好,想买清晰的大屏电视机,是8K吗?支持语音操作吗?能投屏吗?能无线联网吗?能免费调试吗?”面对这一连串的问题,客服又是信誓旦旦地给出了“肯定的答复”。最后,客服强调,必须填写好售后卡拍照过来,才能享受售后服务;给5分好评,才能从3年换新机升级为5年换新机。

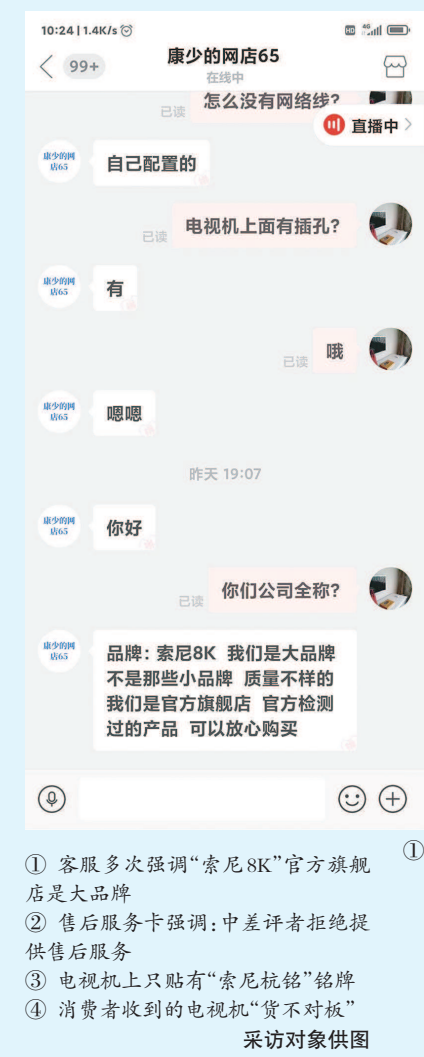
尺寸缩水一半 疑似三无产品

几天后,这台“100英寸索尼8K进口原装电视机”送到了邹阿姨家中。但打开外包装后,邹阿姨越看越不对劲,“好心情一下子都没了,心一下子全凉了!”

首先,这台电视机的实际大小只有152厘米×91厘米,相比一般100英寸电视机221.37厘米×124.52厘米的面积,缩水近一半。

市民邹阿姨向“新民帮帮忙”反映,自己在知名网购平台上花1995.8元购买了一台“100英寸索尼8K电视机”,平台显示这台卖到“白菜价”的抢手货火爆到“已拼10万+”!

但万万没有想到,网络直播带货中“花好稻好”的“索尼8K官方旗舰店”“大品牌放心买”“整机原装进口”,竟然都是“货不对板”的“满口忽悠”。收到的电视机不仅尺寸大大缩水,还高度疑似“三无产品”;不给5分好评就不能享有售后服务。更让人郁闷的是,退货退款“难于上青天”,消费者被折腾到“几乎崩溃”。



采访对象供图



采访对象供图

- ① 客服多次强调“索尼8K”官方旗舰店是大品牌
② 售后服务卡强调:中差评者拒绝提供售后服务
③ 电视机上只贴有“索尼抗眩”铭牌
④ 消费者收到的电视机“货不对板”

机假冒点”,而这台电视机的收件地址“就是这个地方”,一时间邹阿姨心头更是疑云丛生。

而邹阿姨最无法接受的是,客服反复强调要拍照回传的“售后服务卡”封面上竟然用大字体写明:“中差评者本店拒绝一切售后服务!中差评视为买家放弃一切售

后服务。请买家慎重选择自己给出的评价。”“我活了这么大年纪,不能说瞎话,更不会去骗人!”尽管客服百般

解释“产品是欧美版的”,还许诺拿出网购平台500元的购物券作为“和解红包”,但邹阿姨对此一口回绝,“我坚持退货,不愿意意味着良心给他们5分好评。”

店铺就要关闭 权益如何保障

记者在线上联系了“康少的网店65”,提出了“电视机是不是整机原装进口”“所谓的‘索尼抗眩’与索尼之间到底有何关联,是否获得索尼公司授权”等疑问,而对对方要么称“回答不了”,要么就“回怼”一句:为什么要回答你?你买了没有?

记者又向网购平台了解情况,但得到的只是“核实有违规行为的商家,将计入店铺考核”的所谓“办结结果”。

而在邹阿姨这边,关于退货的多次协商更是陷入了耗时费力的“拉锯战”中。“康少的网店65”和网购平台都“态度强硬”:客户必须将电视机自行退回,而且还要垫付保价费用,确保途中不能损坏。

无奈之下,邹阿姨问遍了所有物流快递公司,但对方均表示,液晶电视尤其是大屏幕的电视机是“易碎品”,他们无法上门取件运送。“当初商铺是大批量发货,而且还和物流公司签了免责合同。现如今我是单件退货,谁都不愿意接这样冒险的活,这不是存心刁难嘛!”眼看着“问题电视机”就要“砸在手里”,邹阿姨是胸闷不已。

在“新民帮帮忙”的不断介入下,事情总算有了转机:商辅委托快递公司上门取件,快递费保价费均由商辅承担,不再由客户垫付。在好不容易完成了“艰难的退货流程”后,邹阿姨拿回了全额退款。

虽然邹阿姨的问题得到了解决,但记者发现:“康少的网店65”已清空了商铺的简介内容,页面显示:该店将于近期关闭,如有售后问题请及时处理。店关了,一连串的疑问由谁给出明明白白的答案?“已拼10万+”的消费者,又该由谁来保障他们的权益?对此,“新民帮帮忙”将继续关注。

本报记者 王军 实习生 吴致远

上海市市场监管局公布侵害消费者权益典型案例

医美「刷单炒信」 全家盲盒违规

2022年,本市市场监管部门查办了侵害消费者权益案件。昨天,上海市市场监管局公布了一批典型案例,涉及服装、食品、房产、医疗美容、电商等与民生紧密相关消费领域和线上线下等多种消费形式。其中,虚假宣传、“刷单炒信”、价格欺诈、违法盲盒、个人信息保护等违法行为“上黑榜”。

2022年,本市市场监管部门查办了侵害消费者权益案件。昨天,上海市市场监管局公布了一批典型案例,涉及服装、食品、房产、医疗美容、电商等与民生紧密相关消费领域和线上线下等多种消费形式。其中,虚假宣传、“刷单炒信”、价格欺诈、违法盲盒、个人信息保护等违法行为“上黑榜”。

蚕丝制品能“延缓衰老”?

上海从格贸易有限公司主要销售SILKY MIRACLE品牌的床品、男女睡衣(睡袍)以及家纺等真丝家居用品。2020年7月起,当事人通过微博、微信公众账号和官网先后发布“SILKY MIRACLE 品牌源自英国伦敦,以高级高端真丝制品享誉全球……”“每一缕蚕丝,均经过严格筛选……有效呵护娇嫩肌肤,延缓衰老”等宣传内容。然而,宣传蚕丝制品具有“延缓衰老”等性能无科学依据,品牌“始于2008年”“享誉全球”也与事实不符。该行为构成虚假宣传,市场监管局依法责令其停止,并罚款20万元。

美容机构发布虚假笔记

上海联合丽格医疗美容门诊部有限公司为一家医疗美容机构,为提升网店“联合丽格医疗美容”在某点评网站上的排名,委托王某刷单及发布虚假笔记。王某组织点



采访对象供图

小区电梯超期未检验

2022年2月,普陀区市场监管局对富平路727弄“万里双子座”小区电梯进行检查,发现4台电梯定期检验截止日期为当年1月,但实际检验日期为当年2月9日。调取2月1日至2月8日的监控录像发现,上海沙林物业管理有限公司在电梯未经定期检验的情况下,仍然让居民继续使用。该行为令居民处在不确定的安全隐患中。普陀区市场监管局依法对当事人罚款5万元。

号称原价的“划线价”从未有过

上海市杨浦区汇茂水产店在网上销售五种“蟹卡”团购套餐,并以划线价的形式标出5档“原价”。然而,历史销售记录上,套餐从未以标注的价格销售。执法人员在包装礼盒及宣传册中还发现其印有“百年万记”字样,但当事人无法提供“百年万记”的证明材料。这种利用虚假的价格手段,诱导消费者与其进行交易的行为已违反规定。杨浦区市场监管局依法责令其改正,并罚款15万元。

笔记本电脑“拆封”不能退

2022年下半年,青浦区市场监管局收到50余件消费者投诉,反映上海百补科技有限公司的网店以消费者拆封了笔记本电脑为由,拒绝七天无理由退货。经查,该款笔记本电脑销售页面明确将“拆封”作为不予退换的理由之一,产品总销量超过660台,货值金额超过500万元。

关注消费“隐性侵权”

对此,市消保委认为,产品是否省电是消费者选择不同品牌型号电暖器产品的主要考量因素之一。商家的误导宣传不仅会使消费者做出错误的购买选择,在实际使用中消费者也不能获知真相,无法维护自身合法权益。

根据《上海市消费者权益保护条例》赋予的法定职责,上海市消保委将在上海市消保基金会的支持下,对误导消费者问题突出且销售量较大的一

批电暖器网店启动公益诉讼。

消保委表示,消费领域“隐性侵权”问题值得关注。少数商家利用信息不对称,通过误导消费者获得竞争优势,使细分行业出现“劣币驱逐良币”,陷入“低价低质”怪圈。这种现象不仅对消费者不利,更会严重影响业内企业特别是合规经营的小微企业的正常发展。今年,消保委将在“隐性侵权”问题突出的行业和领域启动系列公益诉讼,正本清源,促进公平竞争,推动消费提质升级。 本报记者 金旻矣

网购数码产品时,无法当面试用,因此《消费者权益保护法》关于“七日无理由退货”规定保障了消费者的“后悔权”,也赋予了消费者基于必要查验商品的权利。当事人的行为已违法,青浦区市场监管局依法责令其改正,并罚款4万元。

奥特曼盲盒未标抽中概率

上海福满家便利有限公司(全家)梅园路店销售“奥特英雄Q”和“奥特ABC”两款盲盒,其中“奥特英雄Q”外包装上标注“稀有款”“超稀有款”,“奥特ABC”外包装上标有“隐藏款”,但抽中概率未以显著方式公示。为规范盲盒市场经营行为,新修订的《上海市消费者权益保护条例》新增了盲盒规范条款,要求采用随机抽取方式销售的经营者必须公示商品抽取规则、抽中概率等关键信息。全家的行为已违反该规定,静安区市场监管局依法责令其改正,并处罚款1万元。

房地产公司进行人脸识别

嘉定区市场监管局对上海骏亭房地产有限公司设立的中骏珑尚营销中心进行检查,发现大厅有4台人脸识别摄像机,对进入人员采集人脸识别信息。当事人采集人脸识别信息时未明示收集、使用的目的和范围,未公开收集、使用规则,也未征得自然人单独同意,且将信息泄露给了第三方,共采集人脸信息20596条,涉及自然人2250个。该行为已违反规定,嘉定区市场监管局依法对其罚款40万元。

本报记者 金旻矣



本版编辑/王 蕾 刘珍华 视觉设计/秦云阳