

只能点套餐有最低消费 自带酒水收取“酒具服务费”“试酒费” 去饭店订个中秋团圆饭太“难”了



□ 本报记者 赵丽
□ 本报见习记者 丁一
□ 本报实习生 万鹏

“中秋节一家人想去饭店吃个团圆饭，菜比平时贵了不说，还不能自己点餐。”近日，北京市石景山区居民张先生向《法治日报》记者反映：他家附近的几家饭店，对中秋节团圆饭预订都设了“霸王条款”，有的只能点套餐，有的设置了最低消费。“饭店这么干是否违法？”

中秋节将至，一家人聚在一起吃一顿团圆饭是非常幸福的事。除了在家做之外，很多人选择去饭店订一桌美食。第三方平台数据显示，今年中秋节团圆饭预订非常火爆，主题团购套餐订单量同比增长超90%，其中，上海、北京、杭州等5城的预订最旺。

然而，记者调查北京40家饭店发现，如张先生所言，绝大多数饭店在中秋期间订餐都设置了包间费或服务费等，一些饭店只有套餐提供，且禁止自带酒水，不少饭店设置了价格不等的最低消费，一系列“规定”让消费者“头疼”。

多位受访专家表示，饭店经营者因成本问题收取一定的费用是合理的，但如果以变相的方式收取高额不合理的费用，则侵害了消费者的知情权和选择权。监管部门应强化监管和查处力度，消费者也应保留好证据，积极维权。

只供套餐不可单点 最低消费仍然存在

张先生告诉记者，他家附近有一家他常去的平价饭店，本想在那个中秋节订餐，结果被告知：中秋节和国庆节当天不能单点菜品，只能选套餐。套餐分888元、1288元和1588元三种。

“价格比平时贵点也能理解。但我家就5口人，套餐的量根本吃不完，其中不少菜也不是自己和家人喜欢吃的。”张先生说，后来他去附近另外两家饭店问了，都存在只能点套餐、设置了最低消费等问题，最终只能作罢，“决定在家做团圆饭”。

这个中秋节，仅提供套餐的饭店并不在少数。连日来，记者随机调查了北京40家饭店的中秋节团圆饭预订情况，其中有7家饭店表示顾客当天只能选择由饭店配好的套餐，不能自主点餐，另外，有5家饭店设置了价格不等的最低消费额度，有39家饭店都有一定比例的包间费或服务费等。

如四世同堂（德胜店）表示订包间只能点2388元起的套餐；程府宴（南长街店）明确表示不能单点并提供了6款套餐作选择；秀儿湘舍（五棵松店）为8人提供了2166元和2399元的两种套餐。

北京餐饮行业一位业内人士向记者透露，在节假日尤其是中秋、春节这样的传统节日，推出套餐甚至只提供套餐，已成为不少饭店的“潜规则”，原因主要有：节假日用餐人数多，饭店人手紧，推套餐方便后厨备料，好计划，有条理；套餐比单

点有更大的利润空间。北京理工大学民法研究中心主任孟强说，如果套餐消费只能在固定的价格内进行消费，而且提供的套餐可供选择的种类很少，无法满足消费者需求的话，则侵犯了消费者自主选择商品或服务的权利。

在中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江看来，饭店只提供套餐而不能单点菜品，属于变相的设置“最低消费”，侵犯了消费者的自主选择权和公平交易权，也涉嫌违反食品浪费法，因为该行为可能会导致消费者超量点餐，造成浪费。

实际上，早在2014年，商务部、国家发改委发布的《餐饮业经营管理办法（试行）》已明文规定：“禁止餐饮经营者设置最低消费。”

但记者调查发现，不少饭店仍在设置各种形式的“最低消费”。在上述40家饭店中，有5家饭店对中秋团圆饭设置了每人200元至1200元不等的最低消费额度。

如悦江南（西国贸店）表示中秋订餐需要达到10位至12位的3200元至3400元的最低消费；徽商宴（北苑店）称中秋夜点餐需达到8位1800元、10位2000元的最低消费；新荣记（建国门外大街店）则表示需要达到人均1200元以上的最低消费标准。

普遍设立包间费用 “开瓶费”有新名目

一些饭店对消费者自带酒水收取“开瓶费”的问题被长期诟病。记者调查发现，今年预订中秋团圆饭，“开瓶费”以各种新名目存在，且水涨船高。

如念禾居（东马匠胡同店）表示，中秋节晚宴消费者自带酒水，需要收取每瓶50元的开瓶费；到了鲁采LUSTYLE（琨御府店）和程府宴（南长街店），开瓶费变为“酒具服务费”和“试酒费”，每瓶服务费用均为200元。甚至有饭店的开瓶费达到了每瓶300元。

业内人士告诉记者，一些饭店之所以收取高额“开瓶费”，实际上就是为了变相限制消费者自带酒水，因为酒水是餐饮行业的重要盈利点之一。但按照消费者权益保护法，饭店禁止消费者自带酒水是不合法的，于是一些饭店就开始琢磨“开瓶费”。

与“开瓶费”相比，包间费或服务费则更为常见。在上述40家饭店中，39家饭店都对中秋团圆饭订餐设置了包间费或服务费。其中，29家饭店明确提出了收取10%至15%的服务费，另外10家则表示收取10%的包间费或100元至200元的包间使用费。美锦酒家（航天桥店）的服务人员说，15%的服务费是系统自动生成的。

除包间费和服务费外，北京宴（丰台总店）和淮香园（正大中心店）还要收取每位15元的餐位费。

有5家饭店将包间费或服务费与最低消费“捆绑”，称如果达到最低消费则不需要收取包间费或服务费。

如霄云苑包间的最低消费为1500元，并要收取15%的服务费。烹小鲜中餐厅·东升凯莱酒店称6位至8位的包间如消费满1500元则免收15%的服务费。

提前告知保障权益 监管力度有待加大

事实上，餐饮服务在我国早已存在多年。根据《中华人民共和国价格法》中的有关规定，服务业经营者为提供服务向消费者收取服务费，应当根据双方合同约定，按照履行服务合同所需程度收取，并且在价格清单等场明码标价。

每个行业、每个地区的服务费用标准也有所不同。在盛行按人头计算“茶位费”的广东地区，收费在20元/人以内的“茶位费”，也是“服务费”的一种。而高档餐厅的服务费，通常为消费总价的10%至15%，明确标注在菜单和账单上。

孟强认为，收取一定的服务费是合理的，但应当事先明确告知消费者，如没有主动告知则存在侵犯消费者知情权的问题。若收取费用不合理则属于严重侵犯消费者权利，违反消费者权益保护法，也违反了民法典的规定。

在陈音江看来，应当具体问题具体分析：一方面收取服务费应当让消费者在消费前对收费的方式、标准、服务的内容充分知情；另一方面应当保障消费者的选择权，由消费者决定是否接受该服务。

然而，不少消费者向记者反映，往往是用餐结束后看账单，才发现多了一项“服务费10%”，如果询问服务员“为何事先没有告知有服务费”，对方会拿出菜单，指向菜单底部一行小字“加收10%服务费”，字号远小于菜单正文。

有律师认为，现在有些餐饮业收取的服务费，属于开瓶费、包间费的变种。因为开瓶费等不合理收费被有关部门明令叫停后，又穿上“新马甲”，以改头换面的形式出现，这是有些餐饮企业在搞“上有政策、下有对策”。

在受访专家看来，消费者权益保护法规定了消费者有获得公平交易的权利，公平交易权的一项内容是价格合理。而如何判断价格是否公平合理，是一个复杂的问题，因为餐饮业是一个门槛较低、充分竞争的行业，价格由市

场调节，由经营者自主制定。“这个问题的关键在于要提前告知消费者。”孟强认为，经营者收取服务费应当提前告知消费者，告知方式应当清晰明确，确保消费者知悉。经营者是否切实履行了告知义务，应当以消费者是否实际获悉为判断标准。

那么，在加收服务费上，商家告知的正确打开方式是什么？“应当是提前告知。”北京律师常莎列举了4种主要方式：在消费者打电话订餐的时候电话告知；在消费者进店的时候，领位服务员口头告知；在消费者点餐的时候，服务员口头告知；最重要的是，在菜单上菜品的价格旁，用同等字号同等字体，列明服务费比例，“对书面收费内容的字体字号、书写位置等，口头告知的时间、场合等，具体细节不好界定，因为消费场景很丰富，实际情况都不一样，不好用一套规则来统一限定”。

值得注意的是，2014年初，最高人民法院在向《中国消费者报》的回函中表示，餐饮业制定的“禁止自带酒水”“包间设置最低消费”，均属于餐饮业经营者利用其优势地位，作出的加重消费者责任的不公平、不合理的规定，违反了相关法律规定，属于“霸王条款”，消费者可请求法院确认“霸王条款”无效。

而时至今日，这些“霸王条款”仍然存在，且在中秋节期间多发。孟强说，店家单方作出的规定属于一种“格式条款”，提供格式条款的一方必须遵循公平原则来确定双方之间的权利和义务，不得利用格式条款制造不公平的结果。而对于格式条款的内容，商家需要对消费者进行提示或说明，否则消费者有权主张该条款不成立。

“如果商家提供的格式条款存在不合理地免除或减轻自己的责任，不合理地加重消费者的责任，限制消费者的权利，在这种情况下这些格式条款是无效的。作为消费者遇到这种格式条款，‘霸王条款’的情况，有民法典和消费者权益保护法‘撑腰’。”孟强说。

对此，陈音江表示，餐饮业经营者应当诚信守法的经营，不设置一些不合理的收费标准。而对于确实需要收取一定费用的服务，需要提前制定公平合理的收费标准，明码标价，让消费者在充分知情的情况下自主选择。

对于监管部门来讲，应当加大日常监管的力度，尤其是收到消费者投诉后，不仅要解决消费者的投诉问题，还要依法对相应的违法违规问题进行深入调查和查处。监管部门也应当通过事前公开的约谈或告诫来提醒经营者合规经营。

“在消费者权益有可能受到侵害的情况下，消费者首先要固定证据，然后与商家谈判或者向消协举报和寻求帮助，或者向市场监管部门投诉，向法院起诉，有效维护自己的合法权益。”孟强说。

孟强说，在消费者权益有可能受到侵害的情况下，消费者首先要固定证据，然后与商家谈判或者向消协举报和寻求帮助，或者向市场监管部门投诉，向法院起诉，有效维护自己的合法权益。

漫画/高岳

破解数字时代老年人社交困境

□ 本报记者 张守坤
□ 本报实习生 陈昊轶

“智能手机太方便了，随时可以和你打视频，还可以看短视频，买东西，时间很快就打发了，可就是太卡了。”在北京工作的安徽人王辉前不久回老家看望姥爷，老人拿着手机对他说。

王辉随手点开一个App，发现页面底部全是广告，右下角有一个很小的关闭标志，一不小心没点上就显示“开始下载”。“姥爷一看没关上就慌了，手忙脚乱地点按，于是出现了更多的弹窗，下载了更多没用的App。”

近年来，为应对“数字鸿沟”，我国加快推动App适老化改造：在微信上用“大字版”模式聊天、看新闻，用“长辈模式”买车票、交电费……越来越多的“银发族”通过App享受数字生活的便利。

然而，《法治日报》记者近日调查发现，适老化模式的名称繁多，比如“大字版”“简易版”“老年模式”“长者模式”等；App内页字号小；广告多、弹窗不易关闭等现象依然困扰老年人，“银发族”专用App尤其是社交类App目前仍然缺乏。

受访的业内人士建议，推进App适老化改造，需立足老年人群体的实际社交需求，优化界面设计、简化操作流程，同时提供语音导航和语音输入功能，真正解决老年人的痛点，提升老年人的获得感。

弹窗多不易关闭 各类优惠券霸屏

为解决老年人使用智能移动设备时面临的操作困难等问题，工业和信息化部于2020年印发《互联网应用适老化及无障碍改造专项行动方案》（以下简称《方案》），决定从2021年开始互联网应用适老化专项行动。《方案》公示了首批适老化改造App名单，涵盖新闻资讯、社交通讯、生活购物、金融服务、旅游出行、医疗健康等类型的手机软件。

今年9月以来，记者选取多款社交类App进行适老化模式试用发现，这些应用的适老化设计命名多样化，有“关怀模式”“长辈模式”“关爱模式”等，但没有一个软件会在下载完成后首次打开时即刻出现弹窗，提醒用户可以进行“长辈模式”的切换。一些App适老化模式切换在操作界面显眼处，比如右上角；还有些App则需用户自行寻找，路径较为复杂；更多App的“设置”按钮是一个不起眼的图标，没有任何文字提示，老年人很难找到。

切换成适老化模式后，记者注意到，有些App只是加大了字体，其他功能并没有变化，也没有优化操作；有些App则删减不必要选项，仅保留主要功能，使界面更加简洁，但这类App的页面设计较为简陋，显示商品服务少，老年人需要不停地滑动、翻页，才能找到所需内容。

也有些App的适老化模式将人工电话沟通放在第一位，深受老年人欢迎。比如铁路12306，在其“爱心版”中，最显眼的两个功能入口分别是“在线订票”和“电话订票”。

记者调查发现，还有一些社交App适老化模式里有不少“套路”，比如，有的App在页面布局上给老年人“设绊子”，一不小心触碰到“悬浮窗”进入广告界面；有的App页面“垃圾功能”多，各种“优惠券”霸占屏幕中央，有诱导借贷之嫌，返回页面时也不易操作；有些App适老化模式沦为“一张皮”，页面看似字体变大、设计简洁，但点击之后就返回标准页面；有些App仅在一级界面设置大号字体，二级界面又恢复了正常字号……

在北京中征律师事务所高级合伙人、中华志愿者协会“老年维权志愿使者”张晓霞看来，适老化是我国大力倡导的一项积极权利举措，目前改造名单中的App取得了一定的积极成效，但App量大更新快，整体上适老化进程还有待加强。从企业层面来讲，减少对适老化改造的持续投入，适老化并非App开发的核心内容，部分企业仅进行了初步改造，缺少对适老化问题的深度调研；从监管层面来讲，适老化规范缺失，仅有纲领性原则政策，缺少可供执行的具体规则，同时缺少相应惩戒机制，无法起到有力的监管。

“在适老化改造过程中，还存在许多难点。各公司改造标准不统一，对适老化内容尚未有统一标准，老年人面对不同标准，不同称呼往往无所适从，进而放弃使用；其次，改造内容不彻底与不完善，工信部发布的规范中明确提到，禁止适老化改造的App出现广告弹窗，但部分App会在二级窗口以其他形式出现弹窗，同时部分App的功能设计、功能词汇、术语等还是更加符合年轻人的使用习惯，老年人群体在理解上存在困难。”张晓霞说。

她认为，App适老化改造的监管和保障体系尚未形成也是一个问题，导致老年人群体易被网络诈骗、虚假广告诱导，企业也难以凭借自觉性持续投入适老化改造。

老人专用App少 社交需求难寄托

运动打卡、初步穿搭、摄影大片……在某款

本想关弹窗却下载了大量无用App

社交App适老化现状调查

App上，记者看到不少热衷于社交的老年人在上面发布各类动态。

这个App被称作“老红书”，操作比较简单：传好图片和文字，就可直接一键排版，调整字体，再配上风格相近的音乐，旅行风、运动风还是文艺风都轻松搞定。在其推荐广场，还能看到山水风光、高青花鸟图，各种诗词和文章也不少。

记者注意到，该App经常会发起主题活动，比如“最佳旅游路线”“春季写生”等，一方面能够吸引众多爱好者参加活动，发布活动主题图文等内容，另一方面以此为契机，组织有共同兴趣的网友在现实里一起玩，有同龄人做伴，也能慰藉生活的孤独感。

有老年人评价，该App可以让“银发族”表达自我、结交同好、学习提升，“在一定程度上找到了归属感”。

而在应用市场，记者发现，像这样受广大老年人欢迎的老年社交App少之又少，先前也曾出现过几款专门服务老年人交友的App，但运营不久后因各种原因都下架了。

为何老人社交App在市场上并不多见且很难长期运营？

张晓霞认为，社会大众对老年人群体市场的重视程度不够，中青年人群需求与发展仍是社会关注的焦点，我国逐渐从轻度老龄化进入重度老龄化社会，社会的关注与投入尚未提升到相应高度，社会资源投入不足。

“获取收益始终是App开发公司的重要目标，相较于年轻人群体而言，老年人群体对新事物的感知较为迟钝，更多开发公司尚未理清在老年社交领域流量获取以及现金变现的模式，致使App未能持续投入、更新。老年人线上行为与需求日益呈现出个性化、多元化、精细化的特征，App开发人员主要是年轻人群体，对老年人群体‘触网’的痛点洞悉不明，不能准确把握老年人更加精准化的需求，应用‘适老化’进程较为缓慢。此外，老年人婚恋诈骗、保健品诈骗、电信网络诈骗等类型案件层出不穷，在一定程度上‘劝退了’部分老年人用户。”张晓霞说。

立足需求做设计 出现风险应预警

根据国家统计局公布的数据，2022年末，我国60岁及以上人口28004万人，占全国人口的19.8%，其中65岁及以上人口20978万人，占全国人口的14.9%，老年人口快速增加，将成为今后一段时间的新常态。

如何回应老年人的社交需求，推动社交App适老化进程，让更多老年人搭上数字时代的快车？

一位业内人士结合自己的经验告诉记者，对App的适老化改造应注意以下几点：优化界面设计。老年人的视力和听力会随着年龄的增长而逐渐下降，因此在设计产品时要注意增加字体大小和对比度，使用高清图像和音频文件，避免使用过于花哨的动画效果，确保界面简洁明了。

简化操作流程。老年人对于新事物的接受能力比年轻人要慢，因此在产品设计中要尽可能地简化操作流程，避免过多的操作步骤和复杂的操作方式。

提供语音导航和语音输入功能。老年人使用键盘和鼠标的的能力会随着年龄增长而逐渐下降，因此在产品设计中提供语音导航和语音输入功能，能够帮助老年人更加方便地使用产品。

中国人民大学残疾人保障法律研究与服务中心副主任李静说，现在很多老年人在使用社交App，他们很愿意了解年轻人在做什么，有时候特效玩得比年轻人都要好，因此有些App只需在字体等形式上进行区分即可，内容上不用做过多区分。

“应做好调研工作，切实了解老年人在使用App过程中的具体痛点，要顺应老年人的需求，解决老年人的痛点，而不是迫于政策压力敷衍了事，要秉持问题导向应改尽改，不断优化，而不能只是做样子，走过场，无论是适老化产品服务供给，还是适老化内容呈现与功能设计，都要着眼于满足老年人的真实需求，提升老年人的获得感。”李静说。

她提议，在设计App时，要请老年人来体验从下载到安装使用的一系列过程，比如下载越简单越好，能够一键操作，字体和背景颜色怎么合适。只要是老年人使用的App，就一律拦截广告。投放市场前的验收环节，也应有老年人参与。现在很多App虽然有关怀模式，选择后字体变大，但设置隐藏得特别深，对老年人来说找到很困难，应该把它放在App首页，或者进入App会有相关提示。

“政府层面应出台更为细致的政策规范，提供执行范本，增加相应惩戒机制，对于推动适老化不力的开发公司予以惩戒，设立奖励清单，对积极推进适老化的公司给予相应表彰。还要加强优质内容建设，鼓励适老化内容创作，打击针对老年人的恶意诱导、诈骗、骗互动等行为，提升潜在风险隐私预警响应，收紧广告策略，对违法广告零容忍，并且持续进行老年人关爱宣传，让老年人‘老有所乐’。”张晓霞说。