

多次违章或入黑名单全行业禁业

广州外卖骑手新规落地调查

- 交通规则对一些外卖骑手来说几乎形同虚设,超速、逆行、闯红灯等行为,简直成了部分外卖骑手的标配。公开数据显示,2023年全国发生外卖骑手交通事故1.2万宗,其中有近半数是因为逆行造成
- 广州出台新规,对一周内有3次以上违章行为的外卖骑手实施全行业停单一天以上限制;在一个周期(3个月)内违章次数超过10次的骑手,或将列入黑名单,实行全行业永久禁业
- 以压实平台企业主体责任为切入点,督促平台完善绩效考核和派单安全机制,合法合理设定电动自行车配送时限、路线,补充优化配送人员工作程序,强化动态监测核销

□ 本报记者 章宁旦

红灯亮起,外卖小哥阿坤立刻刹住电动自行车;与此同时,旁边几名外卖骑手无视红灯,直接快速冲过马路。

这是《法治日报》记者近日在广东省广州市天河区与体育东路路口见到的一幕。“新规出来之前我很少闯红灯,但超速行驶很难避免;新规出来后,每次跑单我都会想到要控制车速。”已经做了近4年外卖骑手的阿坤告诉记者,新规倒逼自己更加遵守交通规则,但他也直言:如果新规得到严格执行,大多数同事的收入可能会明显减少。

阿坤所说的新规,是指前不久出台的《广州市网约配送行业公约》(以下简称《行业公约》),为配合该公约的出台,广州市市场监督管理局会同有关部门深入开展电动自行车安全隐患全链条整治行动,对一周内有3次以上违章行为的外卖骑手实施全行业停单一天以上限制;在一个周期(3个月)内违章次数超过10次的骑手,或将列入黑名单,实行全行业永久禁业。

“设立违规次数累计制度,是一个机制上的创新,对于违章外卖骑手具有一定的震慑作用。”广东省体制改革研究会执行会长彭彭说,从治理角度看,该新规踏出了实在的一步,而后续成效,取决于多部门联合执行以及网约配送平台的配合。

逆行超速闯红灯 成部分骑手标配

傍晚时分,位于海珠区的中大布市场熙熙攘攘,电动自行车川流不息。这里是全国最大的几个布料市场之一,也是广州电动自行车最集中的几个区域之一。记者注意到,车流中身穿外卖服的骑手的车速明显快过拉布料的电动自行车。

由于不少商户会经营到晚上七八点,加上该区域靠近居民区与高校,因此这一带晚上外卖业务十分繁忙。

在瑞康路与逸泉路路口,记者看到一名外卖骑手疾驰而来。趁着他停车的间隙,记者问他为什么新规出来了还要超速行驶。

该外卖小哥愣了愣,回答道:“没事,现在查得不严。”说完匆匆离开了。

在布匹市场开档口的周小姐告诉记者,在她印象中,骑电动自行车的各种人群里,外卖骑手是骑得最快的。

“有一次,我开车来上班,碰到一名外卖骑手与汽车抢道,在路口右拐时摔倒了,连人带车滑了很远,差一点就被后面的汽车轧到。”周小姐回忆说,那名骑手是从她后面超车过去的,而她当时开车的车速大约是50公里/小时。

违章行驶,害人害己。前不久,荔湾区的吴女士在西华路走斑马线时,被一名外卖骑手撞到了腰。报警后,交警在后台查询发现,这名骑手在这之前已有3条违章记录。

抢道、逆行、超速、乱穿马路、人行道上闯红灯——记者梳理近年来涉及外卖骑手的多起交通事故,发现其中很多外卖骑手存在上述违章行为。

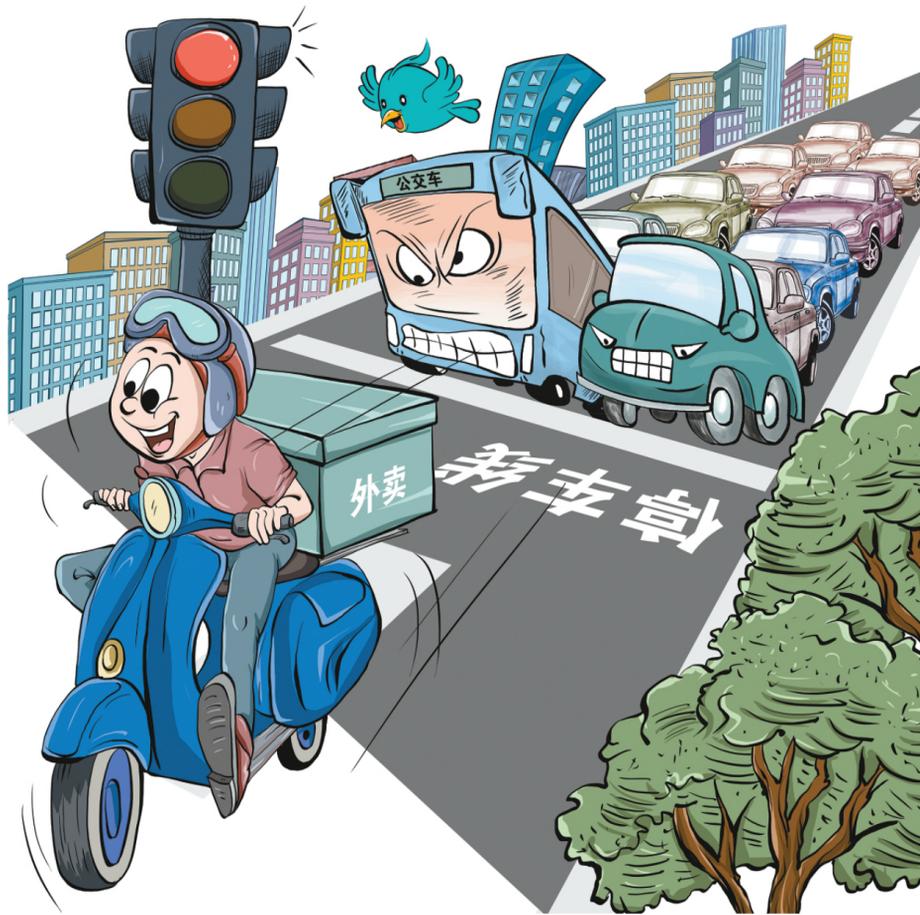
“一只手扶着车把,一只手划着手机看订单,也是外卖骑手很常见的危险动作。”市民赵先生对记者说,驾驶汽车看手机属于违章行为,如果被摄像头拍到会被处罚,骑电动自行车看手机是不是也应如此?

在网上,很多网友表示自己遭遇过外卖骑手擦身而过的惊险时刻。有网友称:交通规则对一些外卖骑手来说几乎形同虚设,超速、逆行、闯红灯等行为,简直成了部分外卖骑手的标配。

公开数据显示,2023年全国发生外卖骑手交通事故1.2万宗,其中有近半数是因为逆行造成。在广州,2021年全市网约配送行业交通违法行为量为1.3万宗,同比上升278%。2023年广州电动自行车交通事故同比上升63%。2024年以来,广州共查处外卖电动自行车各类违法行为超过12万宗。

“市民观察到的外卖小哥骑电动自行车速度快,可能是车主去改装店进行了改装的缘故。”在去年7月广州举行的电动自行车通行管理措施的听证会上,广东省自行车电动车行业协会工作人员如是说,“国标限速25公里/小时是否能满足外卖配送行业需求,还需进一步探讨”。

对此,广州市公安局交警支队副队长梁明昌表示,不宜对外卖配送行业做出特殊通行安排。



记者注意到,针对外卖配送行业交通事故,近年来广州有关部门始终关注并大力整治,其中包括部门联动执法,曝光外卖平台、约谈平台负责人,但相关乱象依然无法禁止。

不超速就会超时 需多方合力解困

“闯红灯、逆行、超速都不安全,我们都知道这一点,可如果不这样做,有时候订单就无法按时送到,我们也存有侥幸心理,道路上违规的交通骑手那么多,总不至于大的交通事故就发生在我头上。”

服务于越秀区某平台的外卖小哥阿贵对记者坦言,是通过违章行驶来提高收入,还是不违章而忍受收入减少,是外卖骑手心中最大的难题。

记者在采访中,发现新规被行业和不少媒体视为解决外卖骑手违反交通规则的一剂猛药,但不少外卖小哥则流露出悲观的情绪:担心收入会受到影响。

据了解,为配合《行业公约》开展的整治行动,将所有在广州登记上牌的外卖行业电动自行车(行业蓝牌)均列为整治对象,整治工作重点是压实平台责任,督促配送企业按照电动自行车最高速度25公里/小时合法行驶可完成配送任务的标准,设定配送时限、路线;同时,配送企业要补充优化配送人员使用电动自行车及蓄电池的工作程序,强化动态监测核销。

“按照《行业公约》规定,一个计分周期内出现1次违规,就将面临1天的全行业停业限制。但考虑到《行业公约》的推行需要时间,因此在本次专项整治行动中,按照1周内如果出现3次违章,对该骑手实施全行业停单1天以上限制处罚。”广州市市场监管局相关工作人员表示,根据《行业公约》,如果外卖骑手一个周期内违规超过10次,说明该骑手可能不适合这份工作,到时将被广州全行业网约配送行业列入“黑名单”,在本行业内永久禁业。

“根据《行业公约》内容,如果我在一个平台因为交通违规被停单或者禁业,就等于是在被整个行业停单或禁业,换平台接单是行不通的。这些都倒逼外卖骑手遵守交通规则。”阿贵表示,避免逆行、闯红灯等行为倒不算难,难就难在禁止超速,“按照电动自行车25公里/小时的国标速度送单,很容易超

时。特别是中午高峰时段,餐馆出餐速度跟不上,中间会耽误很多时间,超时几乎是不可避免的,即使平台不扣钱,我们的收入也会因为送的单少而减少。”

长期在天河路商圈送外卖的阿坤说,外卖平台应该优化计费方法。

“我所在的商圈,中午高峰时段,外卖员一下子接十几个单是很常见的,最近两天我在高峰时段送餐,比以往大约少了三分之一,相应的收入也会减少。现在还不知道平台到什么时候会算。”阿坤说,他希望在限速的同时,平台的各种规则也要作相应改变。

对此,广州市市场监管局有关科室负责人表示,要求网约配送企业制定合理的考核规则,努力优化从业环境,不断完善保障制度。

“《行业公约》还明确提出,不得将‘最严算法’作为外卖人员的考核要求,要通过‘算法取中’等方式合理确定订单数量、准时率、在线率等考核要素,根据实际情况适当放宽配送时限。”该负责人说。

据悉,近期市场监管部门已会同公安交警部门,对多个平台骑手站点开展了专项督导检查,督促平台配送合作企业强化日常安全教育培训。

为进一步提升电动自行车及其电池产品质量监管工作,今年国家市场监督管理总局发布公告,将对电动自行车用锂离子蓄电池、电动自行车用充电器实施强制性产品认证,即3C认证管理,自今年10月15日起受理认证委托。2025年11月1日后,电动自行车用锂离子蓄电池、电动自行车用充电器应当经过3C认证方可出厂、上市。

广州市市场监管局目前正在开展相关宣传培训和引导工作,推动企业申请3C认证。预计从明年11月起,对不符合认证要求的电动自行车用锂离子蓄电池和充电器生产、销售、进口等进行查处。”广州市市场监管局相关工作人员说。

正在街面执法的海珠交警大队李警官说,依据相关国家标准,电动自行车电压不超过48伏,电机功率不超过400瓦,如果发现上路的电动自行车电压、电机超标,交警便会以违法改装为由依法扣留该车辆。

记者了解到,广州市市场监管部门与市公安局交警部门系统共治,推动行业协会出台《网约配送行业公约实施细则》,全省首创对违法骑手实施全行业停单封禁惩戒机制。“广州市市场监管局指导广州市道路运输协会完善骑手管理系统,同时与广州市交警和交管所等相关部门的交通违法信息库

多部门协同共治 将新规落到实处

“交警执法必不可少,平台制定更加合理的规则也必不可少,同时法律方面的教育也不能松懈。”对于新规,广州市人大代表曾德雄认为新规要落到实处,需从交警执法、平台规则、安全教育等方面抓起。

记者了解到,广州市市场监管部门与市公安局交警部门系统共治,推动行业协会出台《网约配送行业公约实施细则》,全省首创对违法骑手实施全行业停单封禁惩戒机制。“广州市市场监管局指导广州市道路运输协会完善骑手管理系统,同时与广州市交警和交管所等相关部门的交通违法信息库

□ 本报见习记者 丁一
□ 本报记者 陈磊

“成人女装尺码是不是越来越小了?”天津市和平区的王女士近日去商场买衣服,不禁发出了这样的疑惑和感叹——她看中了件T恤,按照自己的身材买了件M码(160码)的试穿,结果发现根本穿不进去。

类似的情况她已经遇到过多次,自己以前明明一直穿M码,可这两年M码的女装似乎越来越小了,她一度怀疑自己太胖了要减肥,颇为焦虑,可实际上自己的身材和体重这几年没怎么变过。

“有一次,我试穿了我孩子160码的T恤,穿上去完全没问题。我几年前买的M码T恤也都能穿。”王女士告诉《法治日报》记者,自己身边不少女性朋友也发现了这一现象。还有网友吐槽,自己92斤塞不进的成年女装,35斤的妹妹穿正好。

受访专家认为,一些商家以小码为噱头称“穿小码衣服是对女性身材的检验”,鼓吹小码女装涉嫌违反广告法,消费者要勇敢地监督商家,对不合理的衣服尺码说“不”;在服装领域,我国发布了相应国家标准,企业应当按照国家标准生产服装。

成人女装尺码越做越小

“今年女装真是小得荒唐。”

在社交平台上,有博主发视频吐槽,在视频中,一名年轻女性展示了其所买的L码夏季女装吊带,可试穿时,身高168cm,体重不到110斤的她完全穿不进去,“之前L码一般54公斤至60公斤的人都能穿,现在的L码怎么这么小?”

浙江杭州的黄女士曾经是小码女装的受众,即便是身材堪称纤细苗条的她也不喜欢如今一些商家推崇的“小码风”。她告诉记者,以前她去店里都是买XS、S码的衣服,可今年夏天去一家品牌店买背心,竟然穿不下M码的。“这些年身材一直没变,没想到女装尺码竟缩水了!”

商家可以按照大众审美和用户需求设计服装,但不能“乱改”尺码,更不应该将缩小尺码作为商业模式推广。”黄女士直言。

王女士对此深有同感:“当下,减肥已经成为女性群体的潮流,商家还要将衣服的正常尺码做小,这会加剧女性的身材焦虑,甚至导致部分女生病态减肥。”

在北京市民张女士看来,一些商家故意将尺码做小,美其名曰“修身”“好看”“穿小码衣服是对女性身材的检验”,实际上导致了女性被“尺码霸凌”。“我近几年体重没怎么变,衣服的尺寸却越来越大,本来穿M码,现在却要穿L码和XL码,有时候都不敢和朋友一起去商场买衣服,无形中产生了身材焦虑。”

有一次,张女士试穿一件L码的衣服,结果还是显小,店员直接呼叫仓库人员拿大号来,让她感觉十分尴尬。不过,她最近发现,大号童装似乎可以成为成人女装替代品——她在某品牌童装店发现,160码的上衣腰围80cm,穿上非常宽松舒适,而不远处的某品牌女装,160码的上衣腰围只有62cm。

不仅是线下品牌店,线上一些直播间售卖的女装尺寸也偏小。山东济南的宗女士说,前段时间她在直播间买了几件衣服,寄到后都穿不下,后来再买衣服,都要在主播给的尺码基础上往大一两码下单。宗女士告诉记者,她测量发现,最近线上购买的XXXL码衣服胸围86cm,腰围77cm,而几年前在专卖店购买的L码衣服胸围88cm,腰围78cm,比XXXL还“大”一点。

记者近日走访了北京东城、西城的几家商场,发现不少商家都将很小的紧身款衣服摆在柜台显眼处。一家写着“辣妹俱乐部”等广告语的商铺,里面各种样式的T恤,连卫衣都很迷你,如一条160码的裙子,其裙子腰部宽度甚至只和女性小臂长度差不多,单边还不到30cm。商家称,来这里买衣服的女性身材都很好。

在某女装店,记者看到一款吊带背心款上衣(160码),经测量腰围仅60cm,且该商店的所有衣服都是均码。当记者提出要给身高近160cm、体重近100斤的朋友挑件衣服时,店员建议买宽松版,以免穿不下。

“进来以为是走进了童装店,这么小的衣服成年女性怎么会穿得进去?”正在该女装店等待女朋友选购衣服的男生说,终于知道自己身材匀称的女朋友为啥喊着要减肥了,“应该和服装店衣服尺码缩水有点关系”。

此外,记者注意到,社交平台上也刮起了一股小码风,“BM(Brandy Melville,一种主打打造够瘦够薄女孩的服装)风”。记者在某社交App上搜索“BM穿搭”,随即跳出不少帖子,如“BM风上身合集”“做一个BM女孩”等。

“我净身高170cm,体重不到105斤。”一名看上去很瘦的博主在其账号分享试穿BM风衣服的体验,仍“感觉自己真的很壮,会有想更瘦一些的冲动”。

畸形审美利益导向叠加

女装尺码越做越小,是商家为了节约成本,还是刻意制造“身材焦虑”?受访专家认为,女装尺码越来越小是畸形审美观以及利益导向所致。

“市场调节具有自发性,一些商家故意把女装尺码越做越小,必然是因为有利可图,这是市场选择和某些舆论引导的综合体现。”西南政法大学人权研究院副教授刘秋岑说。

她进一步分析说,一方面,商家尺码越做越小,博主穿小码服装引流,都是因为有点爆点,有人愿意为此买单;另一方面,这些商家和博主通过宣传再次加剧普通人的自我怀疑和焦虑——仿佛全网都是模特身材的人,自己穿不进小码衣服就是不健康、不美,甚至会以不健康的方式盲目减肥,追求所谓“完美身材”。

在上海瀛东律师事务所婚姻家事部主任方洁看来,女装尺码越来越小的根源是当下比较流行的“白瘦幼”审美观。这种审美标准催生了一种“虚荣尺码”的营销策略,它利用消费者迎合所谓主流审美的心理,从而进一步增加小码服装的销量。

在她看来,“白瘦幼”审美观是对男性视角审美的趋同,商家们以小码为噱头,称“穿小码衣服是对女性身材的检验”无疑又站在了错误角度看问题。一些女性消费者因此被不良网络风气PUA(精神控制),从服装的消费者变成了服装的“奴隶”。

“穿小码”是基本的人身权利,鼓吹试穿小码衣服的商业手段,是对穿衣自由的禁锢,对女性身材的“霸凌”。利用“白瘦幼”审美绑架女性,大力营销小码女装,贩卖身材焦虑,违反了企业活动的非歧视原则。”方洁说。

完善制度实行标准尺码

女装尺寸是否有相关标准?方洁介绍说,我国女装服装型号的国家标准经历了几个重要的发展阶段。最早在1981年,依据当时全国人体型测量的数据结果制定了女装型号标准;1991年,相关部门发布了系统的初版服装型号国家标准,该标准是强制执行的;1997年,我国对服装型号国家标准进行修订,改为推荐标准。

“女装服装型号标准最近一次全面修订是在2008年,由《服装型号女子》(GB/T 1335.2-2008)代替之前的GB/T 1335.2-1997,其标准并没有太大变动,依据的人体测量数据仍然来源于之前的测量结果。”方洁说,当服装标准已无法适用女性体型、审美变化,而推荐标准又是商家的参考数据,那么服装尺码标准的“决定者”便逐渐变成了一些追逐市场利益的商家,越来越小的女装便这样产生了。

记者在调查中注意到,随着女装的不断“缩水”,许多女性不堪其扰,甚至出现了一些女性减肥瘦身,只为了能挤进令人咋舌的狭窄尺码衣服的现象。

在刘秋岑看来,要想解决女装尺码问题,就不应该提倡把衣服尺码与身材标准绑定,以此桎梏审美,桎梏社会评价标准,过于追求小码女装,会有越来越多女性为追求极致而不惜牺牲健康,社会应该认可多样的美。

方洁发现,令人欣慰的是,当下社会已经逐渐认识到女装尺码越做越小是一种不合理的现象,很多女性已敢于对小码女装说“我穿不进去,但不是我的问题”。

“应当正视国家推荐标准过于陈旧已无法适应女性体型变化的现状,建议相关部门对全国人体型测量数据进行更新,据此修订服装型号标准。”方洁建议,虽然目前我国并没有针对畸形的服装尺寸进行立法上的规制,但监管部门面对服装尺码乱象可以选择通过试点的方式,对各大流行服装品牌集中要求实行标准尺码,引导和推动服装行业建立更加健康和积极的行业规范。

“当消费者发现服装尺寸已经小到不符合大众身材标准时,可以向市场监管等部门反映,服装尺码的异常化在一定程度上代表着产品质量的不合格,消费者协会等应当主动去发现并解决。”在方洁看来,商家鼓吹小码女装涉嫌违反广告法,严重的甚至涉嫌对消费者的欺诈,对商家涉嫌违反广告法的行为,市场监管部门应当依法查处。对商家涉嫌欺诈的行为,消费者可以通过向市场监管部门投诉和举报的方式进行维权,也可以通过诉讼途径对自己的权利进行维护。

“新修订的妇女权益保障法第34条规定,各级人民政府在规划、建设基础设施时,应当考虑妇女的特殊需求,配备满足妇女需要的公共厕所和母婴室等公共设施。可以看到,现在公共场所中母婴室、女厕所等公共设施的配置越来越完善,女性服装方面的问题也需要社会予以正视,公平合理对待。”方洁说。

漫画/李晓军

穿得进童装,却穿不上同码女装

记者调查成人女装小尺码现象