



堂食用鲜肉外卖用冻肉 堂食现炒外卖预制菜 堂食分量足外卖缩水

同一家饭店,外卖堂食大不同

一线调查

□ 本报记者 韩丹东

“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,一边利落地剪开包装,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《法治日报》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。

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分钟就能出锅”。

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,超极吃货红包7.5元),平台仅补贴3.5元。“不参加活动没流量,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,谁能较真儿?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。

河北某麻辣烫店老板向记者展示平台页面:同类店铺最低客单价已降至12元,“不用冻品,不缩减分量,根本做不到这个价”。

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。消费者难以同时对比食材、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,维权成本远超收益,导致多数消费者选择沉默。

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%,同时投诉率下降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。

漫画/高岳

□ 本报记者 张守坤

近日,“女子连续一周被邻居冒用地址点外卖”登上热搜榜:上海一位网友发现邻居多次将外卖地址填成她家,并趁无人时取走。该网友张贴提示后,邻居竟准时在门口拦截外卖。面对质问,对方轻描淡写回应称“可能不小心点错了地址,改一下不就好了”。

这并非孤例。《法治日报》记者调查发现,生活中故意将快递、外卖收货地址或电话填写成他人信息的情况时有发生,动机五花八门,可能带来意想不到的麻烦和法律风险。

填错地址原因几何

记者在社交平台上检索发现,不少网友反映,发现有故意填错快递外卖地址的情况。

江苏的李女士发现家门口多次出现姓名、电话不符的快递,快递有时很快有时次日会“自动消失”,且为同一人所为,这让她觉得“诡异”。

贵州的余女士则遇到外卖员敲门送餐,结果发现订餐人另有其人。沟通发现,同楼层一位独居女生因担心安全问题才将地址填成余女士家,该女生表示以后会改正。

还有人故意填错地址,是为了省配送费,或为了方便取快递。

天津某饭店配送员李先生就常遇到顾客的“小聪明”:为了规避三公里外的配送费,故意填写一个离家四五百米的地址,待配送员抵达错误地点后,再电话要求“反正离得不远,您给我送过来吧”。“距离不远也就算了,太远或对方不愿付费,我们就退款。遇到多次恶意这么干的,干脆不卖了。”

在广东广州,某超市老板成先生深受其扰。由于超市靠近小区入口,而唯一的快递驿站设在小区中部,不少人图省事直接将收货地址写成超市,一些老年人也因不熟悉扫码取件而如此操作。快递员有时未通知便将包裹堆放在超市门口。

“给我们添了不少麻烦,有时拆开才发现不是自己买的东西,还得重新包好。”成先生多次张贴告示声明“非快递暂存点”,但效果甚微,最后不得不连续一个月坐在门口拦截错误快递,才让故意填错地址的几户人家“偃旗息鼓”。

“天降”快递怎么处置

面对这些“不请自来”的快递外卖,社交平台上有人建议“收下吃掉”“拿来就用”甚至“直接丢弃”。但也有不少人担忧,“不是自己的东西,能够随意处理吗?”

北京瀛和沈阳律师事务所高级合伙人刘国照指出,随意处理他人财物可能构成“不当得利”,物品的真正权利人有权要求返还或索赔。

那么应该如何正确处理?刘国照建议:首先,仔细核对订单上的姓名、电话和地址,避免因信息相似(如门牌号相近、姓名同音)而误收。一旦确认送错,应立即联系配送员,说明情况并告知物品位置,要求对方尽快取回重新配送,在此过程中可录音存证。在配送员取回之前,接收人有责任妥善保管物品,避免损坏或丢失。即使对方表示“不要了”,也应尽量通过平台或配送方进行确认,并按平台指引处理,切勿直接据为己有或随意丢弃。

对于故意填错的地址或电话,如果对方后来又让快递员或外卖员将其放到“正确位置”,快递员或外卖员是否有相应义务?

“快递员和外卖员不负有该义务。”北京理工大学法学院教授孟强说,快递员或外卖员与寄件人、订餐用户之间分别构成服务合同关系。用户提供真实、准确的地址和电话信息是其核心义务,故意填错信息导致无法按约送达,属于用户方的根本违约行为。在此情况下,配送员既无法定义务,也无合同约定义务为用户的错误买单。当然,如果双方能够达成新的合意,例如用户同意额外支付费用或满足其他条件,配送员基于变更后的合同则有义务执行。

故意填错,责任几何?孟强分析,故意填错地址信息,可能面临多重法律责任。在民事责任方面,若频繁冒用地址干扰他人私人生活安宁,根据民法典,这侵犯了他人的隐私权及个人信息权益,被侵权人有权要求停止侵害、消除影响、赔礼道歉。若造成经济损失还可要求赔偿。此外,向快递公司、商家或外卖平台提供虚假信息本身也构成违约,若因此造成损失(如物品丢失、争议处理成本等),相关主体有权向填错信息的用户索赔。在行政责任层面,如果此类行为情节严重,扰乱公共秩序或干扰他人正常生活,还可能依据治安管理处罚法受到相应处罚。

如何减少“张冠李戴”

那么,因未及时取走而导致错误送达的物品丢失,责任应由谁承担?

刘国照说,这需要区分“实际收件人”的身份。如果“实际收件人”就是物品的真实购买人,那么未及及时取走导致丢失,损失自然由其自行承担。如果“实际收件人”是代收者(如快递驿站、超市、保安等),情况则不同:若代收是有偿服务,代收点通常需要承担赔偿责任;若是无偿代收,代收人只要证明自身没有重大过失,则无需承担赔偿责任。

受访专家指出,要有效减少用户故意填错地址,避免无辜者受扰,需要各方共同努力。

在刘国照看来,平台层面应完善规则与引导,明确地址填写责任,在下单流程中增加提示,强调“填写真实有效地址是用户义务”,并注明填错地址可能导致的后果(如丢失风险自担、超时配送费等)。设置地址校验机制,对频繁填写非标准地址(如无具体门牌号的公共区域)的用户,进行弹窗提醒或限制,要求补充详细信息。此外,细化配送与代收规则,明确非本人地址的代收责任(如超市、保安处等代收点需确认收件人身份后再交付),并在平台条款中注明“非约定代收点的存放风险由用户承担”。建立信用关联,在显眼位置标注“代存物品超时未取将退回/处理”(如24小时内),并对超时物品主动联系用户,减少积压和丢失风险。

商家与配送方强化沟通与交付规范。配送前确认地址,对于模糊地址(如仅写“××超市”),骑手或快递员可提前电话联系用户,确认是否为本人指定代收点及取件时间,避免盲目配送。明确代收点合作关系,与超市、便利店等建立正规代收合作,签订协议明确双方责任(如代收点需登记取件信息,超时未取及时通知用户),非合作代收点可拒绝存放。若物品在代收点超时未取(如超过48小时),配送方可联系用户提醒,仍未取件的可退回至商家或站点,产生的退回费用由用户承担。

代收点(超市、保安处等)要规范管理,明晰边界。明确代收条件,对非熟客或未提前沟通的“陌生地址快递”,可拒绝无偿代收,或要求用户提前告知并留下联系方式,避免被动承担保管责任。设置存放时限,在显眼位置标注“代存物品超时未取将退回/处理”(如24小时内),并对超时物品主动联系用户,减少积压和丢失风险。

引导用户规范行为,提升用户责任意识,通过平台宣传、订单备注等方式,告知用户“故意填错地址可能导致物品丢失,无法理赔”,引导其填写真实地址或与代收点提前约定。若用户确有代收需求,平台可推广正规代收服务(如快递柜、合作便利店代收),明确收费标准和责任,比“故意填错地址”更有保障。

“快递公司应当严格依法依规办事,因用户自身原因因填错信息导致快递丢失,不能让快递员无辜担责,损失应由用户自负;还可考虑建立黑名单机制,对于多次故意填错地址电话的用户,可采取在一定期限内限制服务,增加配送费等方式进行适度惩罚措施,促使其改正错误。同时要加强普法宣传教育,增强公众的法治观念和道德水准。”孟强补充说。

5名村医的白大褂下竟藏着假药生意

贵州平塘检察行刑反向衔接破监管困局

□ 本报记者 王家梁
□ 本报见习记者 胡特旗
□ 本报通讯员 彭悦

“穿白大褂的村医竟成了假药贩子。”在贵州省黔南州平塘县村医销售假药案中,本应守护村民健康的乡村医生,却利用职业便利贩卖假药,严重危害群众用药安全。

这起案件暴露了基层药品安全监管的薄弱环节。近日,当地检察机关联合市场监管、卫健等部门,通过“个案破题、制度固化”的创新路径,推动刑事司法与行政执法无缝对接,形成“刑事打击+行政监管+公益诉讼”的全链条治理模式。

蒲某龙、蒲某毕均为平塘县村医,2021年至2023年间,二人通过社交账号购买无合法手续的“甲茸壮骨通痹胶囊”“复方川岭定喘胶囊”,利用村民对“赤脚医生”的信任,向周边群众推销,他们将假药销售网络扩展至其他村医,形成“村

医一患者”的销售链条。经鉴定,涉案药品均为假药,而5名村医通过贩卖假药非法获利52元到1万余元不等。

“村医作为基层医疗服务的‘最后一公里’,本应是药品安全的守门人,却因逐利沦为售假者。”承办检察官指出,医务人员利用职业便利售假,不仅直接危害患者健康,更严重破坏基层群众对医疗体系的信任。

2024年3月,平塘县人民检察院对其中2名主犯提起公诉,对3名犯罪情节轻微的村医作出不起诉决定。刑事检察部门同步将案件移送行政检察部门审查。经核实,根据药品管理法相关规定,3名被不起诉人虽免于刑事处罚,但仍需接受行政处罚。根据《人民检察院行刑反向衔接工作指引》,平塘县检察院向市场监管局制发《检察意见书》,建议对3人销售假药行为依法作出行政处罚。2024年7月,平塘县市场监管局对3名村医作出没收药品、违法所得并处罚金的行政处罚(涉及金额共计4.5万余元)。

该案的办理并未止步于行政处罚阶段。平塘县检察院行政检察部门与公益诉讼部门协同联动,由公益诉讼部门对该案依法提起民事公益诉讼,在判决生效后,蒲某龙、蒲某毕一次性支付惩罚性赔偿金人民币5万多元。同时,针对卫生健康部门暴露出的监管漏洞组织召开专题座谈会,明确指出其对乡村医生药品使用监管不到位等问题,并依法制发检察建议。平塘县卫生健康局迅速响应,成立专项整治工作小组,对全县乡村医生执业情况开展全覆盖排查,重点核查药品采购渠道合法性、储存条件规范性等关键环节;并将药品安全管理纳入村医年度绩效考核体系,建立村民监督举报信息化平台等举措,切实筑牢了基层药品安全监管防线。

“这起案件给基层治理提了个醒:特殊职业群体的违法犯罪,需要更精准的监管触角。”承办检察官说,通过此案,村医需定期上报药品采购记录,监管部门加强动态巡查,村民可通过平台实时反馈,让“白大褂”真正成为群众用药安全的