



“餐食中有异物、食物洒漏、没有按时送餐、平台未设订单取消选项、商家不主动提供发票……”在网络外卖订餐中，你遇到过这些问题吗？随着互联网的不断发展，尤其是O2O模式的快速普及，网络外卖订餐服务规模不断扩大，随之也带来了许多消费维权问题让人困惑。

网络外卖订餐问题多多 今天你中招了吗？

□本报记者 博雅

自今年央视“3·15晚会”曝光无资质店铺入驻主流网络外卖订餐平台以来，媒体披露出一些网络外卖订餐服务企业，存在用厕所洗手池洗菜、一次性餐盒重复使用、假证黑店平台订餐等问题，引发了消费者对网络外卖订餐服务质量的担忧。为更好地了解国内网络外卖订餐服务行业现状，中消协于7月至9月开展了“2016年网络外卖订餐服务体验式调查”活动，昨天通报的调查结果如下：相对于线上订餐、线下等待的维权问题，线下送餐服务及送餐质量体验部分存在的问题相对突出。

线上体验——支付方式和订单取消让人堪忧

线上体验部分指从打开APP应用程序到下单完成，包括测试取消订单整体流程。体验员通过线上实际下单的模式对线上部分进行测试和评价。从本次体验结果来看，在线上体验环节，主要在APP使用、支付方式和取消订单等方面存在一定不足。

部分应用程序存在不稳定性

在本次网络外卖订餐服务体验中，17.3%的体验员在使用订餐APP应用程序中发现，部分页面出现闪退、打开时间长、在操作运行时出错等问题，影响消费者体验感知。如，8月29日体验员体验“美团外卖”应用程序打开无反应；9月2日体验员体验“美团外卖”时应用程序出现闪退情况。

部分平台支付方式种类偏少

本次体验中，12.5%的体验员认为平台在付款方式方面便捷性差，主要反映的问题是，部分支付界面的支付方式种类偏少，不支持常见的银行卡等支付方式，给消费者支付带来不便。如，“百度外卖”在全国范围内支付方式只有百度钱包和支付宝两个选项，这远远不能满足对支付方式多样性的选择。另外，部分体验员还反映在支付时，体验到支付系统存在不稳定的情况。

部分平台不能取消订单

在取消订单体验环节中，体验员发现部分平台没有取消订单选项。本次体验中，53.4%的体验员反映无法取消订单，比例较高。对于商家“不能取消订单”的理由说明，体验员认为其说明有合理性的评分为54分，评分相对较低，这表明总体而言，平台及商家拒绝消费者退订的理由存在很多不合理的方面。如，7月20日体验员体验“美团外卖”时出现下单2分钟后商家以菜已经在配送中为由，拒绝了体验者的退单申请；8月21日体验员体验“饿了么”平台时遇到商家以下次优惠为由拒绝退单。

线下等待——外卖送达不及时困扰消费者

线下等待部分指从下单到体验员收到外卖之间的各个流程。从本次体验结果来看，在线下等待体验环节，主要在外卖送达不及时方面存在一定不足。

部分商家不能及时送达餐食

由于餐食有时效性，消费者对于平台商家送餐及时性要求较高。在本次体验中，送餐及时性细项得分仅为82.4分，17.5%的体验员反映网络外卖订餐平台未按照系统显示时间送达餐食。如，9月13日体验员在体验“百度外卖”时遇到线上订单显示已送达，实际线下外卖并没有送达；9月15日体验员体验“百度外卖”，平台显示餐食预计送达时间为13:09分，实际送达时间为13:23分，累计超时14分钟。

部分送餐人员服务意识薄弱

目前，网络外卖订餐服务是通过送餐人员与消费者面对面接触来实现的。本次体验中，体验员对于送餐人员的服务态度评分为66.6分，评分相对较低。体验发现，部分平台商家送餐并非平台统一安排人员，而是由商家自行安排，加之人员业务培训不足，部分送餐人员服务意识薄弱、主动性较差。如，8月30日体验员在体验“百度糯米”时遇到送餐人员服务意识较为薄弱，

只顾自己打电话，不理睬体验员询问的情况；9月8日体验员在体验“美团外卖”时遇到送餐人员随意性较强，不使用规范服务用语，且出现服务全过程没有下车的情况。

线下体验——食品卫生安全亟待重视

线下体验部分指从体验员收到餐食到食用完（含开具发票等）的各个流程。从本次体验结果来看，主要在网络外卖订餐食品包装随意性、外卖食品质量卫生性、发票开具普及性、店铺资质合规性等方面存在一定不足。

部分餐食外包装存在破损

在本次体验中，部分平台及商家因包装把关不严导致餐食包装破损、食物撒漏、串味等现象影响消费者食用的现象情况较多。体验员对于餐食外观完整性得分仅为66.7分，得分较低，需引起重视。如，8月20日体验员在体验“美团外卖”时遇到店铺外卖食品洒漏较为严重，影响实际食用的情况；9月8日体验员体验“口碑外卖”时遇到店铺外卖包装不密封，导致食品撒漏较为严重；9月12日体验员在体验“饿了么”平台时，出现了外卖包装不规范，食品洒漏较为严重的现象。

个别餐食不符合卫生安全

在本次体验中，体验员反映收到的外卖餐食有异物影响正常食用的情况，虽然平台和商家在售后环节进行了事后弥补，但对消费者而言，卫生安全是网络外卖订餐服务的核心，平台和商家应当引起足够的重视。如，9月9日体验员在体验“美团外卖”时遇到肉食生蛆等严重等食品卫生安全问题；9月20日体验员在体验“饿了么”平台时发现毛发等异物。

七成平台商家不开具发票

在本次体验中，超过七成的体验员反映，平台商家均无法开具正规发票。平台商家不主动提供正规发票，或消费者索取后也不提供，既涉嫌违反国家相关财税法规，也影响到消费者对自身合法权益的保护。如，8月30日体验员在体验“饿了么”平台时出现外卖人员以没有带为由拒开发票；8月30日体验员在体验“百度糯米”时遇到线上明确备注要求开发票，但实际仍没有开具发票的情况；9月3日体验员在体验“大众点评网”时遭遇线上要求开个人发票，但线下没有开具发票的情况；9月20日体验员在体验“美团外卖”时出现店铺明确表示没有发票的现状。

不提供，既涉嫌违反国家相关财税法规，也影响到消费者对自身合法权益的保护。如，8月30日体验员在体验“饿了么”平台时出现外卖人员以没有带为由拒开发票；8月30日体验员在体验“百度糯米”时遇到线上明确备注要求开发票，但实际仍没有开具发票的情况；9月3日体验员在体验“大众点评网”时遭遇线上要求开个人发票，但线下没有开具发票的情况；9月20日体验员在体验“美团外卖”时出现店铺明确表示没有发票的现状。

无资质商家入驻外卖平台

在本次实地暗访体验中，仍发现个别平台准入审核不严，出现无资质商家在平台线上登记，在线下无证经营的情况。如，9月22日体验员体验“饿了么”平台线上登记信息显示为“土豆片肉夹馍店”，在线下实际是个街边移动式食品小摊位，并不具备相应经营资质。

■维权建议

强化平台和入驻商家的审核

针对网络外卖订餐服务涉及环节较多的情况，中消协建议，政府相关部门之间要建立监管执法协调机制，强化对平台和入驻商家在资质审核、服务提供、消费者个人信息保护等方面的监督管理，杜绝无资质、信誉低、服务差的商家入驻平台，加大对平台和商家违规行为处罚力度，督促行业企业诚实守信、依法经营，让消费者享受安全、放心、舒心的平台订餐服务。

一方面，中消协希望平台商家，一要提高餐食包装、配送设施等标准和质量，优化平台操作，加强对配送人员的培训和管理，为消费者提供规范化、人性化的服务；二要加强从业人员的资质审核和培训教育，增强服务的规范化和主动性，用规范化服务满足消费者的用餐需求，让消费者享受安全卫生的订餐服务。

与此同时，中消协提醒广大消费者：一是要增强自我保护意识，查看平台相关资质，关注平台和商家的信用，选择正规的餐饮单位订餐，并尽量对餐饮单位进行多方了解或实地考察；二是要主动索取订餐发票或有效票据，发现餐食洒漏、食物过期变质以及送餐严重超时、服务态度恶劣等问题时，要留存相关证据，依法维护自身权益。

企业网站虚假宣传 工商查处罚款5万

随着互联网技术的快速发展，市场经济已逐步融入了网络的属性，网络商品交易日益成为经济发展新的增长点。然而，为了在市场竞争环境中抢占市场份额，一些经营主体违背诚实信用的原则和公认的商业道德，借助网络实施虚假宣传，扰乱网络市场竞争秩序，损害人民群众的合法权益，怀柔工商分局日前就查处一起利用企业网站虚假宣传案件。

【典型案例】

2016年4月，怀柔工商分局执法人员检查怀柔某公司网站发现，该公司在其网站宣称：“公司成立于2010年4月”、“公司总部设在北京，基地设在湖南长沙，在光明村800亩基地拥有3万平方米办公研发基地”、“2013年底已获得美国纳斯达克预上市资格”、“公司拥有三个分子公司”、“多次获行业创新品牌、省信用等级AAA级企业等荣誉”。经执法人员调查，该公司成立于2015年3月，未设立分子公司，且其宣称的研发基地、上市资格、取得荣誉均为虚假内容。该公司行为属于利用互联网进行虚假宣传的违法行为，执法人员依法责令其停止违法行为，消除影响，并处罚款5万元。

【工商提醒】

公司宣传要如实表述自身优势及产品优势，不能虚构、夸大事实。宣传与事实不符的虚假信息，一方面使企业的诚信受到质疑；另一方面也对消费者和合作方造成了侵害，将受到相应的处罚。企业在开展宣传活动时，要增强主体责任意识，仔细审查宣传内容与实际是否相符，避免一时疏忽造成虚假宣传，而受到法律制裁。

【法律链接】

《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第一款规定：“经营者不得利用广告或者其他方法，对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传。”

《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十四条第一款规定：经营者利用广告或者其他方法，对商品作引人误解的虚假宣传的，监督检查部门应当责令停止违法行为，消除影响，可以根据情节处以一万元以上二十万元以下的罚款。

怀柔分局 姜继平



怀柔工商专栏