

消费舆情热点五月一六月报

【事件概况】

据媒体报道,5月底,蓝蛙餐饮管理(上海)有限公司北京朝阳门分公司因违反食品安全法,被北京市朝阳区市场监督管理局罚款12万元,并没收违法所得252元。

处罚事由显示,当事人存在使用发黑变质的食品原料牛油果的情况;当事人经理确认之前存在舆情所描述的员工在洗菜池清洗墩布,擦拭刀具的抹布擦拭垃圾桶存在抹布混用,从业人员操作不规范等问题;当事人油炸食品、冰箱、冷库温度记录、报损记录、清洗消毒不规范。

今年315期间,媒体记者卧底蓝蛙(北京悠唐购物中心店)发现,该门店制作沙拉的水果有发黑发烂的;超过保质期的蔬菜依然能用,食材有效期标签随意更换;抹布不做区分,擦完刀具擦垃圾桶;海鲜池里放完拖布桶再洗菜。

此次事件在引发网友关注讨论的同时,也吸引了央广网、新京报、中国网财经等媒体的跟进报道。数据分析显示,截至6月10日,该事件网络上的信息量达21991,客户端和微博成为热度最高的媒体渠道和平台,媒体报道和网友评论主要围绕“蓝蛙、罚款、卫生、食品安全”等关键词展开。

【事件概况】

6月上旬,据媒体报道,浙江台州乐逸影城有限公司因侵害消费者权益的行为被罚3100元。据悉,该公司自2022年12月开始不免费为消费者提供3D眼镜,并在经营场所内通过张贴海报等方式告知消费者可通过办理影院会员的方式免费借用3D眼镜或者现场购买3D眼镜,涉嫌构成消费侵权行为。此外,近期株洲、无锡等地多所影院同样因不提供免费3D眼镜被罚。这些影院的行为都被认为是违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》中的相关规定,涉嫌构成了消费侵权。

此次事件在引发网友关注讨论的同时,也吸引了光明网、中国消费者报、白鹿视频等媒体的跟进报道。数据分析显示,客户端和微博成为热度最高的媒体渠道和平台,媒体报道和网友评论主要围绕“3D眼镜、影城、免费、侵权”等关键词展开。

【媒体视角】

视角一:企查查财经等媒体报道了近日浙江台州某影城因侵害消费者权益的行为被罚3100元的事件。据悉,该公司在经营场所内通过张贴海报等方式告知消费者可通过办理影院会员的方式免费借用3D眼镜或者现场购买3D眼镜。

热点事件之一:

蓝蛙餐厅因使用变质食材等问题被处罚

【媒体视角】

视角一:央广网等多家媒体报道了蓝蛙餐饮管理(上海)有限公司北京朝阳门分公司因违反食品安全法,被罚款并没收违法所得的情况。该餐厅用于制作沙拉的部分水果并不新鲜,其中有牛油果出现黑色腐烂现象,后厨里已过保质期的袋装蔬菜仍然在使用,甚至还在随意更换保质期标签的情况,后厨卫生状况也令人堪忧。

视角二:有媒体报道了蓝蛙公司此前也曾因健康权纠纷被起诉。并且,该公司共和新路分公司还曾因自制南瓜牛油果沙拉抽检不合格,被罚款5万元。此次因食品卫生问题被罚款已经不是初犯。

视角三:有媒体报道了卫生问题被曝光后蓝蛙餐饮管理(上海)有限公司的回应,称涉事门店将主动进行停业整改,针对门店食品安全问题进行全面彻查;公司内部对其他门店同步开展定期

及飞行检查,深入开展食品安全风险隐患排查;再次对所有门店员工进行食品安全培训,严令门店按照标准流程操作,一经发现违规操作,公司将对相关人员严肃处理。此外,更对餐饮行业相关乱象进行了盘点及背后缘由的分析总结。

【网民观点】

@全球手作搬运:太可怕了,给曝光的记者点赞,希望这样的餐厅越来越少,消费者都能吃到干净卫生的饭菜。

@creepyyye: 还是少在外面吃吧,太不安全了,多多少少都有问题。

@haha: 这都是见钱忘义,搬起石头砸自己的脚。

@小散-connie: 他家贼贵,真对不起这个价钱。

@拜拜雪公主rita: 这么贵的消费,都不能保证卫生安全。

@Ars_胤玄: 我希望每天都是315,可以吗?

【事件延伸】

继“半天妖烤鱼”爆出后厨乱象之后,又一“网红”餐厅蓝蛙也因食品安全问题被处罚。这家餐厅虽然在网络上拥有众多粉丝和好评,但是在卫生方面存在着严重的问题,如食材过期、设备清洁不彻底等。根据网友们的吐槽不难看出,该餐厅的商品定价并不低,然而其产品质量远超匹配不上更高的收费水平,不免令消费者感到失望和愤怒。

一家又一家的“网红”餐厅因食品安全问题被处罚,也告诫商家,互联网时代通过营销打造“网红”“爆款”固然重要,但是真正不忘初心,坚守做生意的原则和道德底线,严把质量关、安全关,才是一个有良心的品牌最应该追求的目标。只有保证了顾客的健康安全,才能赢得他们真正的信任和支持,否则,一次又一次的安全卫生问题只会累积消费者的负面印象,“网红”变“网黑”,最终将被市场所淘汰。

(二月)



□ 本报记者 卢岳

随着2023年高考结束,毕业旅游高峰期来临。途牛旅游网截至目前预订数据显示,今年暑期毕业游在高考结束后第一周即6月11日-17日迎来第一波出游热潮,并将从端午假期开始正式进入出游高峰,18-22岁的高考生和大学生成为这个假期的出游“主力军”。

从预订数据来看,来自上海、南京、北京、天津、苏州、杭州、广州、深圳、武汉、沈阳等地市民的亲子游、毕业游热情更为旺盛。在出游距离的选择上,国内长线游成为亲子游、毕业游等客群更青睐的选择,出游人次占比达61%,其次为周边游和出境游,出游人次占比分别为22%和17%,这一占比随着暑期逐渐临近后周边游订单预订高峰的到来,预计将有较为明显的变化。出游天数方面,今年暑期,更多亲子游、毕业游用户选择了4-6天的出行行程,4-6天行程出游人次占比为50%,其次为7天及以上和1-3天的行程,出游人次占比分别为31%和19%。

国内长线游方面,西南、西北方向的云南、贵州、新疆、甘肃、青海等地更受亲子游、毕业游用户的欢迎。其中,毕业游用户以打卡网红城市、景点、博物馆、美食等目的为主,如淄博、大理、张家界等目的地以及成都熊猫基地、北京环球影城、上海迪士尼乐园、陕西历史博物馆、南京博物院等景区,且此类用户更多选择独自旅行或与同学、好友结伴出行,家长随行的比例较小。周边游方面,主题乐园备受各年龄段用户的青睐,如上海迪士尼乐园、北京环球影城、珠海长隆海洋王国、三亚亚特兰蒂斯水世界、常州中华恐龙园等主题乐园收获了众多本地及周边城市用户的订单。出境游方面,更多毕业游用户选择前往泰国、马尔代夫、新西兰、印度尼西亚、越南等海滨度假目的地。

记者看到,作为疫情防控政策调整后的第一个毕业季,2023年的毕业游市场在“热力十足”的同时,也呈现出新特点、新需求。途牛定制游负责人赵静在接受记者采访时表示,总体来看,毕业生经历阶段性考试后,开启“说走就走的毕业旅行”成为不错的放松方式。数据分析结果显示,中高考毕业生更偏爱国内长线,其次是周边主题乐园和出境海岛游,同时同学结伴的多家庭组团游是近期较热门的出游方式。

业内人士表示,今年暑期集中释放了近年来因疫情被压制的出行需求,因此对于高中及大学毕业生群体而言,更希望在毕业游中获得强体验感。“相对于传统的打卡逛景点,他们更愿意对新奇、具历史感或更富有挑战的活动进行尝试,这也让旅行社和在线旅游平台开启新旅游体验的挖掘和尝试。”

“毕业游群体除了热衷打卡淄博、大理等网红城市外,‘文博游’也成为一大趋势。”途牛牛人专线导游陈鹏表示,听讲解成为看展“标配”,参与文博跟团游的客人也趋向年轻化,“年轻人看展的方式不再局限于拍照打卡或走马观花,带着求知的心态听专业的讲解,探寻展览背后的文化内涵,成为年轻群体满足精神需求的新方式。”

针对市场的新需求,旅游市场也及时推出新产品、新服务,以打动年轻消费群体。记者看到,相对围绕“亲子游”群体的研学风潮,今年的毕业游产品同样文化气息满满。莫高窟壁画临摹、阳关出关仪式、洞穴露营、恒温地心历险、南洋理工上课等,让不同喜好的年轻出游群体拥有多样选择,也让原本的简单出游,变得更富内涵和体验。

毕业游需求集中释放 【强体验感】旅游产品走俏

热点事件之二:

多所影院因不免费提供3D眼镜被罚

眼镜,涉嫌构成消费侵权行为。

视角二:此前已有媒体对电影院观看3D电影却不免费提供3D眼镜的情况进行过实地走访,发现某些电影院需要通过租赁或购买的方式获得3D眼镜,对此商家称是因为疫情防控的需求,考虑到影院在眼镜清洁消毒等方面存在不少问题,为保障消费者健康不再免费提供3D眼镜。而对于3D眼镜的收费提示,记者发现也不是每个影院都能做到简洁透明。

视角三:有媒体通过采访业内法律人士,对此事件做出评论,认为3D眼镜是观看3D影片不可或缺的基本条件,提供3D眼镜是观影服务不可分割的组成部分。消费者按照3D电影的票价购买了观影服务,影院经营者就应当依约向消费者提供满足观影要求的全部服务,包括向消费者提供符合卫生要求的3D眼镜等观影设施,影院不得强制或者误导租售3D眼镜。收费服务必须做到明码标价,严禁强制或误导消费。

【网民观点】

@想不到名字了累了:啊这?我一直以为都是必须买的。

@遇见x: 很多地方都要求购买。

@路过的卡布达队长: 原来这样不行啊,我都不知道买了多少副了……

@阡陌堂落: 不提供3D眼镜就不需要卖3D的票价啊。

@压力是多de: 去饭店吃饭,老板说这个碗要自己买,你觉得合理吗?

@高昊然: 我记得以前都是免费发的呀,检票后工作人员拿着一个大筐发,结束在出口收回。

@拼命三娘007: 能够循环利用的东西为什么要收费?

@丫丫 and 喵喵: 我一直都是自带3D眼镜,好像我们这儿几年前就只卖不租不发了,说是怕消毒不严传染结膜炎什么的。

【事件延伸】

笔者注意到,早在三年前,就有媒体专门针对看3D电影要自费购买3D

眼镜进行了讨论,指出电影院这种行为是将自身应当承担的服务义务拆开来,转嫁给消费者并加重消费者负担,属于典型的“不平等格式条款”,已涉嫌违反《消费者权益保护法》。三年以来,查询媒体报道就会发现,电影院因不免费提供3D眼镜被立案调查、罚款的事件时有发生。

根据网友们对此次处罚事件的讨论不难看出,看3D电影需要自费购买3D眼镜的现象还是普遍存在,甚至对很多消费者来说这已经成为一件很正常的事情,他们并没有意识到自己的合法权益已经受到了侵害。

对此,笔者认为,一方面应该从多领域进行宣传,将相关的法律法规及维权方式科普到位,鼓励更多消费者知法懂法,依法维权;更重要的是,有关部门应该加强监管,对违规影院及监督巡察,指导相关影院规范经营行为,更好地保障消费者权益,不能让心存侥幸的不法商家在消费者的“盲点”上“蹦迪”。

(二月)

热点事件之三:

长城汽车举报比亚迪污染物排放不达标

【媒体视角】

视角一:中国新闻网、北京商报等大量媒体报道了长城汽车实名举报比亚迪油箱不合规,污染物排放不达标事件及比亚迪的回应,并对争议的权利。比亚迪汽车还表示,产品及相关检测符合国家标准,在国家权威机构通过认证。

从内容上看,长城汽车与比亚迪汽车的两份声明并不“对位”。在长城汽车的举报声明中,直指比亚迪产品“采用常压油箱,涉嫌整车蒸发污染排放不达标的问题”,但在比亚迪汽车的回应中则将矛头直接指向检测标准等问题,也让外界对于“常压油箱”问题更加关注。

5月底,有业内人士撰文称,“长城汽车举报比亚迪油箱不合规一事,政府主管部门已经介入调查,相信事情很快能弄清楚。”

此次事件引发了网友热烈讨论和众多媒体的关注报道,数据分析显示,截至6月10日,该事件网络上的信息量达527586,客户端和微博成为热度最高的媒体渠道和平台,媒体报道和网友评论主要围绕“长城、比亚迪、举报、油箱、排放”等关键词展开。

【网民观点】

@乙耳: 长城和比亚迪作为国内两大民营头部车企的典范,更应该好好研发产品获得市场认可,不应该相互内斗搞不正当竞争。

@等别人qswr: 典型的损人不利己,看看自家股票跌的。

和影响力的品牌,甚至曾经有过紧密合作。而此次事件却暴露出两家公司之间存在着激烈竞争和相互攻击的现象。

有汽车制造业业内人士认为,这种举报同行的行为欠妥,反映出当前中国企业普遍存在的问题——缺乏合作精神、过分强调竞争导致相互攻击、忽视自身内部管理等等。这些问题不仅会影响企业发展,还会对整个行业造成负面影响。在这个时代背景下,民族企业更需要注重合作共赢、创新发展以及品牌价值提升等方面的努力,减少“内耗”,共同发展。

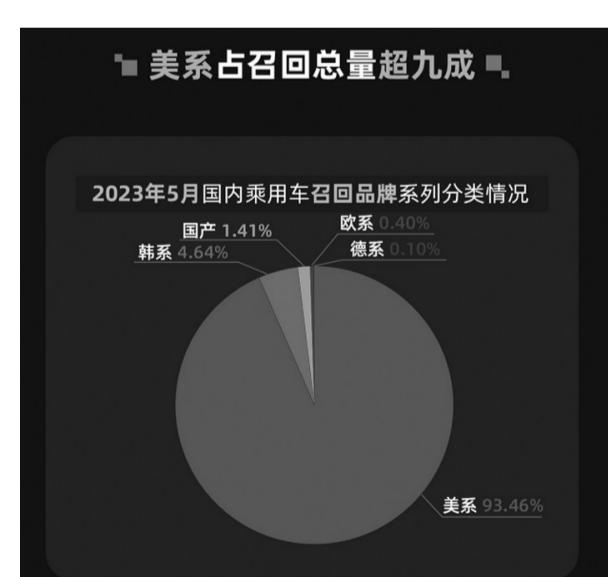
但也有一些网友表示,这种合法的举报行为,有利于企业之间的相互监督。毕竟“是”就是“是”,“不是”就是“不是”,有关部门可以根据举报内容进行检测,如果真的存在问题,及时整改,促使企业更加严格地把好质量关,才是对广大的普通消费者负责。

总之,长城与比亚迪事件的发生值得行业深思。需要反思企业竞争中存在的问题,并努力寻求更好的解决方案,以推动中国汽车产业持续高质量发展。

(二月)

黑猫投诉发布5月国内汽车召回数据:

召回数量环比翻倍 特斯拉召回超110万辆



召回数量占比达到93.46%。特斯拉因“没有允许驾驶员选择能量回收制动策略,同时对驾驶员长时间深度踩下加速踏板的情况可能没有提供足够提醒,以上因素叠加可能增加长时间误踩加速踏板的概率,可能增加碰撞的风险”召回部分进口Model S、Model X、Model 3及国产Model 3、Model Y汽车,共计1104622辆。

近日,黑猫投诉发布5月国内汽车召回数据,数据显示,5月国家市场监督管理总局共发布国内乘用车召回公告13则,涉及召回乘用车总量共计1182036辆,环比2023年4月份增加了116.41%。

其中,美系车召回总量最多,特斯拉、Jeep两品牌共计召回1104720辆,占本月召回总量的93.46%。

从召回原因来看,5月排在前三位的分别是新能源车专用系统、发动机和制动系统。其中新能源车专用系统

起亚、现代因“车辆在出现连杆瓦过早磨损等发动机损坏情况下,发动机若持续运行,可能熄火,甚至发动机起火”召回部分进口现代胜达2.4L汽油汽车,以及21447辆进口现代新胜达2.4L汽油汽车。奇瑞因“集成制动控制器软件问题,当车辆智能大灯在‘Auto’档,驾驶员频繁操作远近光切换且进行制动时,集成制动控制器偶发间歇故障,极端情况下导致制动发硬”召回部分奇瑞瑞虎8 PRO汽车,共计16640辆。