

近年来,以互联网为依托的各种团购快速发展,日常用品、果蔬生鲜、熟食餐饮等均可在相关平台找到团购选项。平台通过运用大数据、人工智能等先进技术手段,分析目标人群,使得消费者可以在团购和拼单中获得更大的优惠力度,但在一些领域,火热的团购背后也存在一些风险。

消费者吐槽 商家叫“苦”

低价团购“大餐”火热背后存隐患

近期,各网络平台上涌现出低价团购“大餐”,这些“大餐”都有一个共同点——价格便宜,甚至出现了“100元7斤小龙虾”“1元吃甜品”“99元吃8个菜”之类的低价套餐。可问题也随之而来,消费者对于低价团购品质服务缩水、存在隐性消费门槛等投诉质疑频出;不少餐饮从业者则抱怨夸张的低价团购带来了恶性竞争。打折的大餐如何才能破局?

实惠团购好像变了味

“今天的特价餐饮最低一折购”“品牌餐饮热门套餐六折起购”……在价格优惠的基础上,低价套餐兼以昂贵食材、精致菜品、高档环境等噱头,具有很强的诱惑力,消费者纷纷抢购“超值”餐券,但到兑换时体验却不如理想,上菜慢、分量少、质量差等问题令“优惠福利”大打折扣。

有媒体报道,消费者段女士购买过多次团购套餐,她发现,以前实惠的团购好像慢慢变了味。“刚开始听说这种团购优惠券时,我是抱怀疑态度的,后来听说一些商家为了引流确实会卖这样的优惠券,我自己使用过程中发现虽然价格优惠,但是类似团购的优惠券很多都是有限制的,比如节假日不能用,有些还会限制用餐时间,部分商家会把这种限制条件放在很不显眼的地方,令人不易察觉。”段女士说。

温先生也买过多次餐饮团购券,到店核销时发现会有一些隐形消费。他说:“比如有另外的调料费、纸巾费、茶水费,更有甚者要求我交清洁费用。但是这些费用在买券的时候是没有告知我的。还有就是商家团购券上的照片和店里的实物很多时候是不相符的,最离谱的一次,我买的套餐里有一个油焖大虾,图片里看起来色香味俱全,结果上菜的时候只有三四个干瘪的干虾。”

餐饮商家的低价团购优惠在宣传上有的突出精选食材,有的主打菜品精致,有的强调用餐环境,但都离不开“低价”二字。记者注意到,在不少团购平台,消费者对团购餐饮的评价中“实惠”



王洋 摄

“方便”等关键词出现频率较高,但也有消费者指出,“到店消费有限制,要仔细阅读使用规则”“有些产品外送和到店消费是不同的”。

重庆渝中区市场监管局解放碑所所长张载荣表示,网络团购具有价格优势,但也存在一些弊端,如团购信息难辨真伪、售后服务得不到保障、容易出现纠纷等。

商家或陷入“两难”境地

餐饮行业的毛利率不低,但是经营成本也很高,诸如房租、人工等占比较大,导致净利润有限。团购的本意是将零售变批发,实现薄利多销,让品牌获得更多向用户展示产品、鼓励用户到店体验的机会,整体的引流属性大于交易属性。“内卷”的价格,进一步加剧了餐饮行业的人越来越多,大家都非常卷,当有餐饮商家用低价团购活动抢客时,我们这些商家就会被裹挟,不得不跟进上线低价团购产品来稳住客流,导致市面出现了一些非常夸张的团购价格,我们就会陷入‘不降价影响生意,降价影响利润’的‘两难’境地。”赵京桥说。

在反不正当竞争法中,明确“经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者”。在消费者权益保护法中,也有类似的要求。有餐饮负责人表示,希望政府职能部门能够介入,引导餐饮行业开展良性竞争,加大对虚假宣传、不正当竞争等违法行为的打击力度,切实保障消费者的合法权益。

保证质量,那肯定是有亏损的,如果别的餐饮商家一直是这种超低价格,对我们的客流量肯定是有影响的,时间长了容易造成顾客的流失。”田女士说。

某餐饮公司的负责人易先生坦言,很多线上平台会将优惠、低价团购作为品牌展示的权重项,超低价团购在餐饮业态中蔓延,实际上也扰乱了市场秩序。“如果我们不上线类似的低价团购产品,就得不到优先推荐,生意就会受到影响。团购的初衷是好的,可以将零售变成批发的薄利多销,但随着做餐饮行业的人越来越多,大家都非常卷,当有餐饮商家用低价团购活动抢客时,我们这些商家就会被裹挟,不得不跟进上线低价团购产品来稳住客流,导致市面出现了一些非常夸张的团购价格,我们就会陷入‘不降价影响生意,降价影响利润’的‘两难’境地。”易先生说。

在反不正当竞争法中,明确“经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者”。在消费者权益保护法中,也有类似的要求。有餐饮负责人表示,希望政府职能部门能够介入,引导餐饮行业开展良性竞争,加大对虚假宣传、不正当竞争等违法行为的打击力度,切实保障消费者的合法权益。

(宗禾)

消费维权

团购平台“爆雷” 消费者如何维权?

法官说法

逾期支付结算款,平台要担责吗?

平台需要承担违约责任。平台方与商家就推广和代理销售等事宜成立服务合同关系,平台方有义务依照合同约定与商家进行结算并履行付款义务。如平台未按时足额支付结算款,其行为构成违约,商家有权依照合同约定请求平台方承担违约责任。

法官支持

理性消费 现用现买 勿因优惠而囤货

对于商家而言,首先,要仔细审定合同内容,在与平台签订合同时,特别关注己方义务、对账时间、结算规则、违约责任等方面的内容。其次,要妥善保存相关证据,包括留存相关书面材料,如合作协议、发票、对账单、往来函件等;备份微信聊天、通话视频等沟通记录,进行工作留痕;定期登录商家后台,查看并保存平台生成的订单数据,有条件的话还可使用有时间戳或者区块链技术的第三方存证软件进行录屏取证,以防平台倒闭后关闭数据查询通道。如果已进入诉讼程序,商家最好能积极提供平台方的财产线索,及时向法院申请财产保全,避免出现胜诉后财产权利仍然无法实现的尴尬局面。

对于消费者而言,要树立理性消费观念,在网络平台进行消费,建议现用现买,买后即用,切勿因为价格优惠而大量囤货。购买时应特别关注商品或服务的有效期限、退款条件、争议解决方式等内容。依法维护权益,权益受损时及时联系平台方协商解决,注意留存交易凭证及维权记录;若无法与平台方取得联系,可直接拨打12315消费者投诉热线或市长热线进行举报,联系当地市场监管局、消费者权益保护委员会反映情况,或者采取诉讼方式解决纠纷。

(海峡导报)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局开展计量专项检查活动

为进一步普及计量知识,提高社会对计量的关注度,丰台区市场监管局前往医疗机构、市场、加油站等场所宣贯“诚信计量”理念,对现有的计量设备进行核查,督促商家建立健全计量管理制度,全面开展自我检查工作。引导企业建立诚信计量意识,要求商家签订《诚信计量承诺书》,张贴诚信计量监督海报,从而促进商家诚信经营,为消费者营造“心如意”的消费环境。一是开展计量服务进医院。医院的各项检测结果可靠准确与否,直接影响到医生对患者的诊疗治疗。为此,执法人员前往中康中西结合医院对CT、血压仪等设备进行检查,并对日常维护等制度和强检计量器具档案的建立和落实情况进行了监督。二是开展计量服务进市

场。执法人员对农贸市场、大型商超等在用的电子计价秤开展全面检查,查看是否在有效期内,是否加贴检定合格标志等。

其中发现一家水果店存在计量器具未检定的情况,已没收其计量器具并当场立案调查。三是开展计量服务进加油站。执法人员对在用加油机是否按期进行计量检定,各部位铅封是否完好,是否存在偷换加油机主板或计量芯片等进行检查。

严防利用加油机计量作弊等损害消费者权益行为的出现,确保加油的准确性。下一步,丰台区市场监管局将进一步强化计量宣传工作,树立“民生无小事”的理念,加大涉民生领域计量专项监督检查力度,营造市民关注计量、支持计量、发展计量的良好社会氛围。(周璐)

声音

近段时间,各餐饮电商平台兴起低价团购风,普通套餐打五折、六折很常见,有的团购价甚至低至一折。但问题也随之而来,消费者吐槽一些团购餐质量差、服务严重缩水、存在隐性消费门槛等;不少餐饮从业者抱怨如此低价团购带来恶性竞争,造成“劣币驱逐良币”的后果。

团购作为一种购物方式,其最基本的逻辑是薄利多销,不少商家给出低于商品和服务零售价的折扣价,以吸引更多的消费者。随着电子商务普及,团购更加便利,其商业价值被越来越多的商家关注。近些年,网络餐饮领域引入团购模式,一些商家借此吸引消费流量、增强消费黏性、宣传商业品牌、抢占或巩固市场空间,成效明显。

不过,餐饮行业竞争日益激烈,许多商家为了流量过度依赖低价团购,让这种营销模式走上一条歧路。今年上半年,各餐饮品牌都使出浑身解数增加收益。除了一些新开餐厅积极通过低价团购引流外,很多知名品牌也被裹挟着加入低价团购大军,设置各类团购套餐,利用在线平台进行“倾销”。但是,玩团购的商家中只有一小部分人获利,大多数餐厅却因此陷入经营困境。有评论称,现在许多餐饮商家陷入一种“分裂”状态,他们一方面正辞辞地痛斥低价团购的危害,另一方面又不甘落后地加入低价团购这台“绞肉机”。

低价团购被称为“绞肉机”,根本原因在于这种营销模式太过追求低价,只传递“价格很低”这个价值点,其结果不外乎两个,要么是因为设置的价格不够低而没有引流效果;要么非常有效,但吸引的大都是价格敏感型客户,他们很难为餐厅提供额外价值。这部分客户习惯于为低价买单,具有典型的“羊毛党”性格,基本不会在该餐厅内增加其他消费,而且,餐厅恢复正常之后,他们一般也不会再次到店消费,成为餐厅期待的回头客。

更重要的是,低价往往意味着低质,而一旦突破了质量底线,任何营销手段都会走入死胡同。曾有餐饮商家上线“66元吃文昌鸡”团购套餐产品,但实际上文昌鸡的采购成本就可能超过60元,若再加上加工等其他成本,卖66元的产品文昌鸡绝对属于“赔本赚吆喝”,若商家此时还想赚钱,那就只能玩猫腻——当价格“内卷”到商家很难获利时,其必然会将相关产品按照低品质、低成本的模式来操作,甚至干起偷工减料、弄虚作假的勾当。

一位餐饮从业者无奈表示,如今是线上营销时代,很多平台基于线上流量的逻辑,会将优惠、低价团购产品作为品牌露出的权重项,如果餐饮商家不上线类似的低价团购产品,便得不到优先推荐,线上流量就会受到很大影响,生意甚至可能一落千丈。如今几乎所有餐饮品牌都在用打折的方式来瓜分流量池,长此以往,消费者便会养成购买低价团购餐的习惯,品质好、服务好的正价餐饮产品将无人问津,进而让更多平台、品牌不得不加入到这场低价团购的内耗中,行业便会掉进恶性的循环。

愈演愈烈的低价团购,背后是菜品、服务质量的下降,是餐饮行业的一种倒退,甚至是餐饮产业的“崩坏”,这种情况必须引起整个行业和相关部门的高度关注和警惕。业内人士指出,餐饮经营者应搞清市场规律,算好低价营销成本账和诚信账,守住商业底线和法律红线。同时,应在优化管理机制、压缩供应链长度上多下功夫。相关部门也要行动起来,联合行业协会、网络平台等加强对虚假宣传、消费欺诈、低价倾销等问题的治理,及时有效处置消费者投诉举报,倒逼、引导商家把低价团购活动拉回正轨。

(中国质量报)

警惕变味的餐饮低价团购

尤伟坚:本人受原告告叶贵琼建林装饰有限公司委托,指派我所律师代理本案,现经审理终结。现依法向你公告送达:(2023)苏0812民初4671号民事判决书。自公告之日起三十日内送达。如不服判决,可在判决书送达之日起十五日内向本院递交上诉状及上诉状副本,上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期不上诉,本院即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院:胡宝军:本院受原告胡宝军、陈冲、纪铁生、纪晓华、纪晓峰委托,现依法向你公告送达:(2023)苏0812民初2010号民事判决书。自公告之日起三十日内送达。如不服判决,可在判决书送达之日起十五日内向本院递交上诉状及上诉状副本,上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期不上诉,本院即发生法律效力。

江苏省淮安市清江浦区人民法院:董胜:本院受原告董胜委托,现依法向你公告送达:(2023)苏0812民初2010号民事判决书。自公告之日起三十日内送达。如不服判决,可在判决书送达之日起十五日内向本院递交上诉状及上诉状副本,上诉于江苏省淮安市中级人民法院。逾期不上诉,本院即发生法律效力。

<p