

对扫码点餐要进行

扫码 监督

对扫码点餐,不少消费者都心存疑虑,且持警惕的态度。实际上,针对扫码点餐的相关问题,舆论也已经展开过多次讨论。中国消费者协会曾发文评析“扫码点餐”,强调“扫码点餐”不应成为“单选题”,“消费便利”不能变成“消费烦恼”。中消协指出了扫码点餐的问题也即侵权风险点所在,回应了公众关切。

在互联网时代,“扫码”已经成了一种重要的消费程序、支付路径,商家以提升运营效率、为消费者提供便利为目的,依托新技术对交易程序进行智能设计,属于经营自主权的范畴,但智能化的交易程序或服务程序必须守住法律底线,能为消费者带来权益增量,带来更多获得感,带来更好的消费体验,而不能以剥夺减损消费者的权益为代价。

一些商家关闭了人工点餐模式,只提供扫码点餐服务,这就意味着关注公众号或使用小程序、注册、扫码等流程成了必过的消费硬门槛,成了唯一的消费前置条件,消费者失去了选择传统点餐模式的机会。扫码点餐成“单选题”,违背了商业惯例,与传统消费方式不符,给消费者带来不便,尤其是对老年人不太友好,等于给老年人挖了一条数字鸿沟。这种

做法设定了不公平、不合理的交易条件,涉嫌强制交易,侵犯了消费者的自主选择权和公平交易权。

在扫码点餐的过程中,消费者要提供不少个人信息,其中不乏隐私信息。《消费者权益保护法》第二十九条规定:经营者收集、使用消费者个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意。

日前,国家互联网信息办公室等四部门联合印发《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》,明确餐饮外卖类App(或小程序)只可收集注册用户手机号码、收货人姓名(名称)、地址、支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。令人担心的是,很多餐饮经营者收集消费者信息都违背了“最少够

用”的必要性原则,也没有征求消费者的意见,涉嫌过度收集个人信息,且存在着滥用、泄露、丢失消费者信息的风险隐患。

一些商家在强推扫码点餐服务的同时,也撤掉了传统纸质菜单,消费者只有扫码关注餐厅后才能看到具体菜单,知晓菜品价格。菜单承载了餐饮服务的主要信息,直接影响消费者的知情权和选择权,消费者不能在第一时间直观地查看菜单和价格,就失去了消费决策的重要参考依据。

扫码点餐可以成为一项“扫码便利”,但不能沦为“扫码障碍”“扫码侵权”。餐饮商家应该坚持传统点餐和扫码点餐两种模式并行,由消费者自主选择点餐模式,同时,餐饮商家必须依法依规恪守信息收集底线,摒弃超范围收集使用消费者个人信息行为,健全信息保护机制。

市场监管、网信、消协等部门也应以更具体的方式采取有效措施规范扫码点餐行为,明确扫码点餐的操作标准、可行方式、信息保护范围,划出扫码点餐的服务禁区,通过约谈、查处、曝光、警示甚至公益诉讼等方式,给扫码点餐打上“扫码监督”的烙印,倒逼商家自律,维护消费者权益。
(据《北京青年报》)

价格一路上涨 品牌一路下滑

京城最后一家“狗不理”关门

3月30日上午,位于大栅栏街31号的狗不理包子前门店已经大门紧闭。附近商家的工作人员说,狗不理这家门店已经关店近半个月。

官方解释 合同到期或将重张

对此,狗不理集团方面回应称,目前正在结构调整,该店停业是因为合同到期。“装修完之后可能会重新开业,具体还要等进一步通知。”狗不理集团工作人员说。前门店是狗不理北京总店,也是北京地区最后一家门店。去年9月,狗不理王府井店曾被网络博主吐槽“两屉包子100元钱”“感觉酱肉包里全是肥肉”,因为口味、价格和卫生等各方面的问题陷入“差评风波”。随后狗不理集团发布声明称,该店系集团改制前的加盟店,并立即解除与该店加盟方的合作。

经营状况 天津之外已无分店

前门店停业后,目前狗不理在天

津之外已经没有分店,然而,天津地区门店也正面临着较大幅度的收缩。根据大众点评信息,目前天津地区食品街店、津湾店、河东店等多家狗不理门店均已经显示为“暂停营业”状态。此外,据天眼查信息显示,天津狗不理餐饮管理有限公司经营状态已于3月17日变更为注销,注销原因为决议解散。

随后,狗不理集团曾就此事进行澄清,称这家公司是集团旗下狗不理餐饮连锁武清店的注册公司,因经营达不到预期,集团决定关闭并注销该店,此事并非网传“天津狗不理注销”“狗不理决议解散”。但实际上,狗不理集团近年来的经营状况确实不尽如人意。

原因分析 定位不清服务缺位

“狗不理”始创于1858年,是国家商务部认定的首批中华老字号之一,天津狗不理包子在北方地区甚至与全聚德烤鸭齐名。2015年10月,狗不理集团旗下的天津狗不理食品

股份有限公司挂牌新三板。

但随后几年里,狗不理因为品牌定位不清和服务意识淡薄受到食客诟病,经营状况和顾客口碑一路下滑,并于2020年5月从新三板退市。“高端化”的定位是导致狗不理走向经营困境的主要原因之一。

2017年,天津狗不理集团有限公司董事长张彦森曾公开表示,要打破“老字号就是便宜”的思维。高端路线之下,狗不理动辄十几元至几十元一只的包子开始被食客抛弃,零售业务反而成为这家老字号餐饮企业的主要营收来源。2019年全年,速冻包子贡献的营收是线下门店的两倍多。

高端路线之下,狗不理动辄十几元至几十元一只的包子开始被食客抛弃,零售业务反而成为这家老字号餐饮企业的主要营收来源。

从做热气腾腾的包子起家一路成长为天津美食名片,到门店口碑迅速下滑、仅靠速冻食品挑起重担,百年老字号的发展之路也让不少人感到惋惜。

(据《北京晚报》)

<<<上接 08—09 版

老掌柜张夺标经常说:“人生在世,忠义有信为本,不管是在家里边,还是在外边,要活的有骨气,有声响,这样才对得起祖宗。”陈杰认为,忠,就是要对企业忠诚,对品牌忠诚;义就得讲义气,守信用,不能坑蒙拐骗或者偷工减料。这句话还是山西临汾后人记录保留下来。

所以说六必居传统的配料配方,一直延续到现在,并且入围国家级非物质文化遗产保护名录。2019年,杨银喜师傅被认定为六必居酱菜制作技艺国家级代表性传承人,他现在仍然指挥着一个团队在南苑的生产车间来做传统技艺的酱菜生产。

传承风味 发现营养

其实六必居仅仅做酱,就分两个重要工艺:第一个是制糍;第二个是发酵。过去制糍是馒头蒸好了,晾凉了以后找一个制糍室,专门把馒头码到一层一层的架子上,给它创造一个温度和湿度,让它长毛,那个过去叫制糍。天然制糍当然各种菌都有,都在上面长毛,这叫做制糍。经过21天以后,制糍完成以后,然后把毛刷净,用木锤敲碎,搁在缸里面用盐水一泡开始发酵。

但是如今生产环节不能受季节影响,每年只生产一批,那样保证不了市场需求,所以食品生产的要求不断严格,有些工艺也必须与时俱进。现在制糍48小时就可以完成,而且都是使用很纯正的米曲霉菌种,酱品发酵也只是需要30天就成熟了。不过陈杰一直向公司建议,要把传统制糍、蒸馒头、踩黄豆,记录下来,传承下去。

一说到酱腌菜,很多人都有误解,总觉得不健康,没有营养。但是从另一个角度来看,中国酱腌菜有几千年历史了,如果有毒有害的食品,又怎么会延续到现在?

陈杰表示,只要科学生产、食用酱腌菜就没问题。比如说咸菜,一般认为里边有亚硝酸盐,亚硝酸盐是致癌物,摄入过量能够对人体造成危害。但其实亚硝酸盐也是合规的食品添加剂,肉食品加工就要用。亚硝酸盐过量食用后会转化成亚硝胺,这才是致癌物。为了防止亚硝酸盐含量超标,第一,蔬菜要腌新鲜的;第二,腌菜的水质一定要清洁干净;第三,用高盐抑制亚硝酸盐的形成。同时,在腌制过程中7—10天左右的时候,是亚硝酸盐含量的峰值,避开这段时间食用,就不会对人体造成危害。

陈杰说,蔬菜经过腌制以后,维生素C等成分损失了,但粗纤维不损失,并且吸附了酱汁里的营养成分。而纯天然的晒酱,有十几种氨基酸在里面,对人体有益。甚至至于,由于甜面酱是用面粉在淀粉酶的作用下生成活性糖葡萄糖——对糖尿病人都没有危害。

传统工艺能保证过去的纯正的酱菜色香味形,但是生产周期长,产量比较低。所以要把老字号发扬光大,工业化是必须的。工业化能在减轻工人劳动强度基础上提高产量和效率,扩大销售半径。有一年六必居给罗布泊野骆驼科考队赠送了一批瓶装八宝菜。队员们把这些八宝菜搁在沙漠里埋了一年以后再去挖,打开瓶一尝,说跟刚开始拿来的是一样,这就说明工业化生产的酱菜产品,质量还是过硬的——这也说明传统手工作坊式酱菜生产已经成功地实现了机械化和现代化。

与此同时,在传承的基础上,随着生产工艺的进步,人们口味的变化,六必居的酱菜也在向低盐、低糖、低色、微酸和便捷化、方便化、营养化方面发展,开发了各种风味的速食酱菜,让消费者食用更方便。近年来,公司重点聚焦在酱和醋,开发了六款酱,分别是老北京炸酱、素炸酱、牛肉酱、蒜蓉酱等;醋也有六款,包括龙门米醋、凉拌醋、饺子醋等。为适应消费者的营养需求,按照药食同源的理念开发出了黑蒜,从云南洱海地区采集大蒜,经过120天自然发酵出健康物质,具有抗氧化、抗衰老的功效。