

麦当劳外卖烫人 包装安全预警

7月8日下午,影视明星安以轩通过其微博发长文,吐槽了半个月前点麦当劳外卖却因为外卖包装的问题被烫伤的经历。随后,麦当劳中国就此事回应了安以轩,表示此次事件中涉及的产品并非麦当劳内地的产品,也已经向相关市场转达提醒,杜绝此类事件再次发生。尽管当下被外卖烫伤只是个案,但此次事件也是对外卖包装安全的一次警醒,尤其是在垃圾减量、精简包装的背景下,如何平衡好减量和安全确实是值得餐饮企业思考的问题。

麦当劳中国回应

在安以轩的微博长文中,详细描述了点麦当劳外卖,但因为热奶茶从包装纸袋中掉出打翻,导致烫伤,并且烫伤部位仍有伤疤。安以轩也在长文中流露出她身为孕妇被烫伤的后怕,并且在文中@了麦当劳官方微博,希望麦当劳能就此事作出相应整改。

随后,麦当劳官方微博主体麦当劳中国在长文下作出回应称,对于安以轩的经历感到万分抱歉,并表示,由于安以轩提及的麦当劳并非内地麦当劳产品,麦当劳中国已向相关市场转达提醒,杜绝此类事件再次发生。

麦当劳中国还表示,在中国内地,麦当劳有相关操作规范防止饮料打翻,如为外带饮料加装塑料袋。麦当劳将引以为戒,一如既往严格执行安全服务标准。

北京商报记者注意到,在这条评论下也已经有大量网友回复,其中很多网友表示,内地麦当劳饮品外卖都是用的塑料袋而非纸袋,为了防撒漏也做了双层杯盖的处理。另外,也有大量网友表示虽然内地麦当劳与安以轩所在地的麦当劳并非同属一个运营主体,但麦当劳中国能够出面道歉的态度不错。但也有网友认为,因为同是麦当劳品牌,此次事件虽然并非内地麦当劳所为,但对品牌仍

会造成一定影响。

引发外卖包装安全关注

外卖撒漏其实是在外卖产品配送过程中经常出现的情况,但此次安以轩被烫伤的事件也引起消费者对于外卖包装安全的关注。这对于外卖已经成为常态化业务的餐饮行业而言确实是值得思考的问题。

在一位不愿具名的餐饮业专家看来,外卖包装安全包括两个方面,一方面是外卖包装的食品安全,另一方面就是此次事件代表的问题。这对于外卖业务越来越重要的餐饮企业而言确实是新的课题。外卖包装的食品安全问题是企业发展外卖业务的底线,选择符合食品卫生安全相关规定的包材是开展外卖业务的必要条件;但此次事件反映出的外卖包装的安全问题也同样应该受到消费者和餐饮企业的高度关注。正如安以轩在微博文中提到的一样,如果烫伤的是孩子,如果孕妇因此遭遇不测,后果不堪设想。因此,此次事件应该成为发展外卖业务的餐饮企业的警示,尽可能用更完善的包材及包装方式或者包装流程避免此类事件的发生。

“尤其是在当下,提倡垃圾减量、外卖环保的大背景下,如何平衡好外卖环保以及包装安全是餐饮企业正在面临的课题,尽管纸质包装相比塑料包装更加环保,但确实也存在此次事件中的这类安全隐患,餐饮企业应当引以为戒。”上述餐饮业专家说道。

上游推动完善外卖包材

此前,西贝等知名连锁餐饮企业都已经尝试过采用更环保的包材去替代现有的外卖包材,但在尝试过程中也发现了各种问题,致使许多餐饮企业迟迟难以在升级包材方面有实

质性的进展。

西贝在尝试用水溶性塑料袋的过程中却发现,这类包装袋虽然十分环保,并且也符合食品卫生安全的相关规定,但在餐饮包装方面的普适性却严重不足。这类包装袋只能盛装一些温度较低、重量较轻的产品,如果温度较高,或者有汤汁的产品不慎撒漏,这种袋子就会溶解,所以并不是非常适合绝大多数中餐企业。”西贝莜面村副总裁楚学友在接受北京商报记者采访时说道。

另据一位中式快餐品牌的相关负责人介绍,中式正餐在外卖包装方面存在的问题较多,因为它们的菜品更加多样,并且为了保证品质,包材要具备较好的保温性能,多数菜品有汤汁,因此对包装盒的密封性也有比较高的要求。而快餐企业在这方面也存在一定的难题,因为中餐的特点本身就是油比较多,因此就算餐饮企业有意愿采用环保包材,但市面上现有的产品并不能满足企业保障外卖产品品质的需求,因此推动行业包材升级应当从上游开始,让上游企业针对餐饮企业的需求设计、研发产品,这样才会对行业起到推动发展的作用。

“事实上,在如今这个难以平衡的情况下,国内多数餐饮企业已经非常重视外卖包装安全的问题,正如麦当劳中国在针对此事事件回应的配图中所展示的,多数餐饮企业其实在热饮外卖方面做了很多防撒漏的措施,例如加盖防撒漏杯盖,例如星巴克的防撒漏杯扣,例如咖啡品牌为外卖、外带场景经常使用的杯托等等,这些方式都是为了保证外卖热饮的安全,并且很有效果,因此在上游未能完善的当下,餐饮企业也应当从此次事件中吸取经验教训,通过规范化包装流程和培训等方式强化企业员工及配送员对于外卖包装安全的重视。”上述餐饮业专家表示。

北京商报记者 郭诗卉

直播买到山寨机? 规范带货还很远

北京商报讯(记者 陶凤 王晨婷)直播带货大热的同时,也出现了不少的“坑”。7月8日下午,北京互联网法院就审理了一件主播被告欺诈的案子。

原告王某某诉称,2019年5月28日,王某某在快手直播间观看直播,主播许某某手持手机向直播间粉丝售卖,并介绍称手机原价一万多元,由于手机使用数月,四五千就可出售,并推销称有购买需要的添加快手主页资料中的微信号联系。王某某通过微信转账购买。

但在收货后,王某某认为涉案手机为仿冒、山寨机,要求退货退款。许某某回复称自己也是被骗,退货需要等下家,后将王某某拉黑。此后,王某某向快手公司官方投诉反映,快手官方给予的答复为“判定和解失败,已对对方账户作出处理”。几天后,王某某发现该主播仍在直播,后多次联系快手公司,官方均作上述答复。

2019年12月1日,王某某按照快递单上的地址,请假赴成都市许某某所在单位维权,发现其已离职,维权未果。王某某诉至法院,请求判令被告许某某退一赔三,共计16000元,并由被告许某某、被告快手公司赔偿维权合理开支共计2924.89元。

7月8日,北京互联网法院对该案进行开庭审理,各方当事人在庭审中围绕“被告许某某是否应被认定为经营者”“被告许某某是否实施了欺诈行为,是否应承担相应责任”“被告快手公司是否应当承担相应的法律责任”展开了激烈辩论。

类似纠纷并不罕见。据中国消费者协会6月29日发布的“6·18”消费维权舆情分析报告;“6·18”期间消费者对于直播带货类的吐槽信息有11万多条。消费者反映的直播带货问题主要有:部分主播涉嫌过度宣传产品功效;产品质量货

不对板,利用直播兜售“三无”产品、假冒伪劣商品等。

在互联网分析师杨世界看来,直播带货从货物供给、流量供给到收货服务,存在生态性的问题。其实目前的直播带货,绝大部分是为了清库存或者给经销商分销,业绩看着特别喜庆,但整体水分较大,从经济复苏角度考虑的话,还有待观察。此外,对主播来说,不管是明星还是网红,都可以说是流量变现的一种方式,在具体资质审核上欠缺,因此卖假货的问题也由来已久。

中国消协有关负责人表示,直播带货平台多、主体多、方式多、涉及商品或服务种类多,需要明确权利义务主体,尽快步入法治轨道。

不过,作为“新零售”的主要载体,直播带货也在逐步走向正规。7月1日,中国广告协会发布的《网络直播营销行为规范》(以下简称“规范”)正式施行。这也是直播营销行业首个行业性自律规范,将为从事网络直播营销活动的各类主体提供行为指南。

《规范》要求,主播在直播活动中,应当保证信息真实、合法,不得对商品和服务进行虚假宣传,欺骗、误导消费者。

但其作为行业性自律规范,能发挥多大的作用仍有待观察。直播带货距离真正的法治轨道,或许还有一段距离。杨世界告诉北京商报记者:从法律规范来说,宏观上来说建议搭建信用体系,来规范整体的互联网大环境、大市场;此外,对直播带货这个链条上的参与者都要有约束。比如平台加强审核力度,如果发现有问题是否有处理方式或处罚措施;主播虽然可能自己不知道,但是否要承担一定连带责任。在售后服务上,也建议最大程度建立售后服务反馈机制,比如在工商局建立专门的绿色通道等。”

广告

数据
DATA

打开数据之门

寻找辅助产业钥匙 构建赋能行业平台

订阅方式

全年订阅特惠价 **240元/年**

订阅全年赠送全年数字版

零售价: **22元/期** **55港币/期(港币)**
数字版: **88元/年**

银行汇款

开户银行: 华夏银行北京东单支行

开户名称: 北京经联互动科技有限责任公司

银行账号: 10257000000739923

邮局订阅

国内邮发代号 2-558

订阅热线

010-64101980

扫码订阅

