

# 饭店只能“扫码点餐”，店家打的啥算盘

## 可节省成本、搜集个人信息用于“精准营销”，消费者担心隐私泄露

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点  
首席记者 戚云雷  
实习生 刘欣欣

**顾客：**  
**有餐厅扫码点餐成“标配”**  
**不关注公众号无法点餐**

12月23日中午，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者来到济南经四路商圈的一家面馆。刚走进店里，一名工作人员就让记者扫码点餐。记者询问是否能人工点餐，工作人员称可以人工点餐，不过需要在点完餐给他们转账支付。

随后，记者又来到泉城路商圈。在宽厚里一家餐厅，服务员明确表示，店内没有纸质菜单，需顾客扫描座位上的二维码点餐。记者扫描后直接进入了该店店铺同名公众号的关注页面，需点击“关注”后方可进行下一步操作。

“我们会比较喜欢扫码点餐，更自在一些，看到弹出关注公众号的页面也会感觉不舒服，但不关注就点不了餐，没有办法。”一名正在就餐的市民表示，他很支持扫码点餐这种方式，但是希望不要以关注公众号为条件，且关注公众号后就等于向商家暴露了个人信息，之后还会收到各种广告推送，让人不堪其扰。

虽然一些餐饮店只提供扫码点餐一种点餐方式，但仍有相当部分的餐饮店既有扫码点餐，也向顾客提供现场菜单和人工点餐。“我们首先推荐顾客使用扫码点餐，感觉大部分顾客也都更喜欢这种方式。”世茂广场一家餐厅的服务员告诉记者，如果顾客不想用手机操作，或者一些年龄大的顾客不会操作的话，他们也会提供纸质菜单，并帮助顾客完成点餐。

记者走访还发现，除了餐厅，很多茶饮店也都推出了扫码点餐服务，大部分是以“免排队”为由推荐顾客扫码下单，也有的是打着优惠或限时免配送费的旗号诱使顾客扫码点餐。不过，顾客在扫码登录小程序后，系统均会要求顾客授权微信昵称和手机号等个人信息。

**商家：**  
**扫码点餐省人工成本**  
**关注公众号可推送优惠**

扫码点餐对一些不会使用智能手机的老年人来说非常不友好，更重要的是，不少市民担心扫码点餐后个人信息被泄露。既然扫码点餐引起这么多质疑，为什么商家还要强行推广呢？

当下，越来越多的餐饮店推出“扫码点餐”服务，有些餐饮店只有扫码点餐，不提供现场菜单和人工点餐，甚至强制顾客扫码关注公众号才能点餐，引发不少消费者反感。近日，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走访了济南多家餐饮店，发现仍有不少餐厅只提供扫码点餐，有的餐厅扫码后会弹出公众号关注页面，只有关注后才能继续点餐。这背后隐藏了什么秘密吗？对消费者有没有风险？



一些商家以扫码点餐对顾客有诱导性质。

延伸阅读

## 餐厅仅提供“扫码点餐”涉嫌侵害消费者权益

餐饮行业“扫码点餐”乱象由来已久，也一直被消费者诟病。事实上，国家相关监管部门也注意到了该问题。

今年3月25日，中消协点名“扫码点餐”乱象时表示，餐厅仅提供“扫码点餐”涉嫌过度收集消费者个人信息，侵害了消费者的公平交易权，不提供现场菜单有损消费者的知情权，技术进步应当让消费者享受发展红利，而不是成为经营者商业欺凌的工具。

山东舜翔律师事务所律师王建华表示，根据《消费者权益保护法》，消费者有接受服务的自由选择权，商家不能强制或限制绑定一些条件。原本商家提供多种点餐方式，但只能扫码点餐后，虽然消费者也能选择，但只剩下关注或不关注的选择，限制了消费者的选择权。

至于一些扫码点餐系统的供应商根据用户数据进行“精准画像”的行为，王建华认为，这种行为涉嫌过度搜集消费者个人信息，商家过度搜集消费者信息确实不妥，国家相关部门也关注到了该问题，但具体怎么认定，商家搜集顾客信息利用到什么程度才能被认定是违法，目前还没有明确的法律依据。

值得注意的是，针对餐饮店强制扫码点餐乱象，相关平台也已开始出手整治。12月19日，腾讯向开发者推送了关于自查“扫码点餐强制关注公众号”问题的通知，要求平台提醒开发者自查是否存在“扫码点餐强制关注公众号”问题，并及时进行整改。平台将于2022年1月17日开始对此类问题进行核查，违规公众号将被限制二维码打开公众号能力。

据济南一家餐饮店的负责人张为(化名)介绍，他们店内既有扫码点餐的方式，也可以人工点餐。当初之所以上线扫码点餐，主要是想省人工费，因为如果店内全是人工点餐，无形中增加了很多人工成本。

事实上，张为一开始并不喜欢扫码点餐的方式，因为顾客通过纸质菜单点餐可以随意挑选菜品，没有什么顾虑，而扫码点餐一结束，系统就会计算出菜品总价，有些顾客一看总价超出了消费预期，就会再减去一些菜。

“这两年餐饮业确实不好干，房租、人工成本都在涨，为了尽可能地省钱，我们就上了扫码点餐系统。”张为说，使用了扫码点餐系统后他发现，扫码点餐除了能为商家节省人工成本，对消费者也提供了一定的方便，比如有些顾客喜欢慢慢研究菜单，如果服务员在边上反而会让顾客觉得不自在。

“一开始顾客扫码后不关注公众号也可以点餐，后来为什么让他们关注呢？是为了让顾客成为店里的粉丝，然后通过公众号可以发布一些促销活动。”张为说，如果通过门店的粉丝群发促销活动肯定免费，但通过团购平台和大V发布就要收费，相比之下，让顾客关注门店公众号直接推送促销活动是最省事的。

那么，顾客在扫码关注公众号后，个人信息会不会泄露呢？张为告诉记者，他们让顾客扫码关注公众号，是想增加粉丝，然后给顾客推送优惠信息，让顾客再来消费，至于顾客的个人信息，他们既没办法获取也看不到。如果顾客担心个人信息泄露，完全可以在消费后取关公众号或者解除授权。

“客观来说，商家让顾客关注公众号，他也获不了利。有些餐饮店只有扫码点餐的方式，不提供纸质菜单和人工点餐，就是为了省钱。”张为表示。

**调查：**  
**商家摘取搜集个人信息**  
**可能会与其他公司共享**

从商家角度来说，扫码点餐既可以节省人工成本，又能让顾客成为粉丝以推送优惠信息。那么，扫码关注商家公众号点餐后，顾客的个人信息是否会泄露呢？

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者以“扫码点餐系统”为关键词在网上搜索，发现有大量销售扫码点餐服务系统的供应商。在一家供应商的网站上，可以看到该品牌直接宣称“强制关注公众号才能

点单，为公众号强力引流”。而另一家供应商的网站上，号称自家的小程序“不仅仅是收银、点餐，更是入会的入口，留住80%的线下客流”，还能“与会员营销完美结合，精准画像，精准营销”。

随后，记者联系了其中一家扫码点餐系统的供应商。据一名销售人员介绍，扫码点餐分为小程序和公众号两种，目前公众号点餐已经慢慢被淘汰了，目前他们公司主要在推小程序点餐，不需要关注扫码就可以直接点餐，还可以自由添加会员储值，发放优惠券等多种功能。“登录小程序需要授权，基本上顾客扫码后就会点击允许授权，这样就成为你的会员了，你会有顾客的联系方式和姓名。”该工作人员称。

在经四路商圈一家茶饮店内，记者扫描桌上二维码登记该茶饮品牌的小程序后，在个人主页里找到了隐私条款。可以看到，在“信息的摘取/搜集类型”一栏中，商家要求顾客在注册电子账户时提供姓名、性别、出生日期、联系电话、电子邮箱等个人信息。

隐私条款中称，当顾客使用电子账户时，品牌方有可能自动接收并记录顾客的浏览器和计算机上的信息，其中可能包括“cookie中的信息、软件特征信息以及您访问的网页记录、搜索服务时输入的关键字等信息”。

那么，品牌方搜集这些信息做什么用呢？隐私条款中解释，顾客接受服务的相关信息会保存在数据库中，某些情况下品牌方会将这些信息进行综合趋势分析，或结合其他与品牌方的服务相关的合法使用，以供改善服务之用，例如评估服务设施、客户偏好和广告策划等。

值得注意的是，隐私条款里还提到，品牌方还有可能会与其他关联公司、合作伙伴或供应商共享、储存或处理顾客的个人信息。

从上述某茶饮品牌的“隐私条款”中就可以看出，一旦消费者授权注册了该品牌的电子账户，也就意味着签下了一份不公平的协议，必须接受诸多不平等的条款，授权给商家的个人信息安全自然也无法得到保障。因此，市民关于扫码点餐后个人信息泄露的担心并不是多余的。

扫码下载齐鲁壹点找记者 上壹点  
编辑:蓝峰 美编:陈华 组版:洛菁

# 汇英豪·同心赢未来

## 桑乐集团2021年春雷庆典暨表彰大会盛大召开

12月24日，汇英豪·同心赢未来——桑乐集团2021年春雷庆典暨表彰大会在山东济南鹤华国际酒店盛大召开。桑乐集团领导班子，各行业嘉宾以及经销商代表参加了本次春雷大会。

集团常务副总经理冯磊做集团运营管理报告。报告中，他从集团经营业绩、品牌、产品、厂商关系、新零售营销等几个方面为切入点，详细阐述了桑乐发展方向和发展重点，进一步明确了三大板块战略思想。他强调，大家要坚定信念，鼓足干劲、合力攻坚，让桑乐品牌焕发更强大的生命力。

集团副总经理张兴东做新产品动态报告。他表示，无论是品牌、产品、技



术还是服务，桑乐都实现了全方位的升级，崭新的桑乐将给大家带来更多惊喜。其次，在“双碳”经济时代，我们要依托集团核心产业的优势，创造出新的战绩，更要借助好桑乐平台优势，把

电器、家居、卫浴做大做强，全面推进家电家居融合发展。

大会上，桑乐隆重发布桑乐卫浴品牌战略。桑乐卫浴品牌的发布，进一步拓宽了集团产业布局，为集团今后的发展提供了更广阔的市场空间。近几年来，桑乐大动作频出，在董事长王雪广的带领下，桑乐正演绎着飞速裂变的传奇。从桑乐电器品牌发布到桑乐家居品牌发布，再到桑乐卫浴品牌发布，实现了从单一发展太阳能行业延伸到电器、家居、卫浴行业的重大跨越。同时，在国家“碳达峰”“碳中和”的利好政策下，桑乐将紧抓机遇，顺势而为。

面对庞大的消费市场，桑乐以桑乐

太阳能、桑乐电器、桑乐家居三大板块布局产业，不断扩展产品品类，深耕行业市场。在即将迎来的2022年，桑乐准备充足，推出春雷新品矩阵，其中涵盖热管承压一体机、阳台壁挂太阳能智能wifi水箱、空气能变频整体式冷暖机、空气能低温机、电热水器、燃气热水器、厨房电器、生活小家电、家居、卫浴等众多硬核产品上市，用极致爆品引燃市场，为经销商锁定新年胜局。

砥砺前行时代，铸就新辉煌。2021年，桑乐在践行“三大板块”中奋力拼搏，全速前进。2022年，桑乐也将以全新的姿态，乘势而上，与全国经销商携手一起，同心赢未来，成就全新2022！