

点份外卖，连选口味都要收费了？

对于这一“隐形刺客”，外卖平台称只能向商家建议却无权干涉



报料平台：齐鲁壹点情报站
报料热线：13869196706

为群众办实事

记者 陈晨

不少消费者在点外卖时，遇到过“包装刺客”，近日，济南市民张女士在点外卖时，遇到了“口味刺客”。她点的奉天玖福记熏拌鸡架，口味为必选品，每种口味收费1.8元。张女士介绍，自己此前点过几次同样的餐品，从没被收过“口味费”。1.8元虽然不算多，但张女士认为连选什么口味都要收费，着实有点冤。对此，商家表示，口味费是加盟公司的统一规定。外卖平台则表示，只能向商家反馈和建议，无权干涉。

张女士告诉记者，她已经有一个月左右的时间没有订过外卖。前几天中午家里没什么食材，为了方便，她决定订个外卖。

“我以前订过几次这种鸡架，觉得挺好吃的，就想再订这家。”张女士告诉记者，像往常一样，她点了一份大份的熏拌鸡架，价格为28.8元，又选了两份0元试吃的新品。等她结算时，手机页面跳转到了选择口味处，并提示“未选必选品”。这时张女士发现，可选择的三种口味，每种都要收费1.8元。

“以前从来没有收过口味费，现在连选什么口味都要收费了？”张女士觉得有点冤。

这一单外卖免配送费，但有3元的打包费，减去店铺活动



某商家的外卖点餐页面显示，选择口味需要额外付费1.8元。 平台截图

券5元，她一共需要支付26.8元。张女士特地查看了一下自己7月底订的同样的外卖，当时只支付了24.8元，“上一单店铺优惠了7元，即使再加上2元，也只有26.8元。”

9月12日，记者以消费者的身份致电该商家，询问口味费问题。商家工作人员表示约一个月前该店的外卖鸡架开始收取口味费，“我们是加盟店，这是公司统一要求的，现在全国所有的加盟店都这样”。

工作人员表示，同样一份大份熏拌鸡架，外卖平台上是28.8元，消费者到店里购买只需要花15元。即使贵了接近一倍，但商家表示，自己赚到的钱不如消费者去店里买赚到的多。“从外卖平台订，我们赚得不多。”商家说。

这位商家建议，如果方便，消费者还是直接到店里购买，“这样你们可以少花钱，我们赚到的钱也多”。

至于店里为何开始收取口味费，该工作人员表示自己也是不支持的，“很多消费者都对这个有意见，现在外卖一天能少卖20单”。商家表示，自己也曾向加盟公司提出过异议，但没什么效果，“公司说是因为利润低，这么做提高一下利润”。

在一个社交平台上，有消费者反映了跟张女士同样的问题。一位网友晒出订单，显示锅底每份要收费1.98元，“以前不能理解餐位费，现在叫个外卖连口味都收费”。还有一位网友晒出的订单截图显示，麻辣香锅的口味费要5到6元，“包装费4元，配送费1元”，如此算下来，这位网友点一份麻辣香锅，在商品外要多支付至少10元。

9月12日，记者致电外卖平台客服热线，一位客服人员表示，口味费是商家自行设定的，平台只能向商家反馈和建议，无权干涉。

做成花束、当作礼金……

“刮刮乐”何以成为年轻人新宠

近来，“刮刮乐”逐渐成为年轻人送礼新潮流，不仅出现了“刮刮乐花束”“刮刮乐礼盒”，甚至直接被用来充当礼金。不仅如此，社交平台上有关“刮刮乐”的“挑战”活动也不计其数。为何年轻人喜欢用“刮刮乐”送礼？记者进行了调查。

记者 王贝艺 见习记者 周小涵

“刮刮乐”成社交工具

不只自己“图一乐”，“刮刮乐”日渐成为年轻人送礼的又一新选。“女子过生日闺蜜送10万元刮刮乐”“高校教师节给老师送刮刮乐”“一公司七夕送2000余员工定制刮刮乐”等话题热度持续不减。更有甚者，直接将“刮刮乐”当作礼金。一段时间来，社交平台持续涌现有关“新人结婚好友随刮刮乐”等话题，由此可见，“刮刮乐”俨然成为不少人用来社交的“工具”。

不仅如此，“刮刮乐”爱好者还把“刮刮乐”“玩”成了“花”。万象城一花店工作人员介绍，今年开始，店里陆续接到了许多制作“刮刮乐花束”的订单。“自己买‘刮刮乐’，我们帮忙包装成花束。”店员说，“一般都包10张或者15张‘刮刮乐’，

我们再用花束点缀。会收取手工费，80元左右，花束另算钱。”

宽厚里一彩票摊位摊主乔先生今年也“被迫”拓展出了制作“刮刮乐”花束的业务。“今年情人节有老客户过来问我能不能把‘刮刮乐’包成花，之前从来没人问。”乔先生说，“我们是找人帮忙做的，卖了两捧。”

专家：
理性购买，切勿沉迷

为何用“刮刮乐”送礼如此流行？

“我很享受‘刮’的过程。”市民李先生觉得，自己更看重“刮刮乐”带来的“情绪价值”，通过“刮一刮”释放压力，增添生活的乐趣。中奖更好，不中也

没事。“刮的时候很解压，中不中奖也是不确定的，有种开盲盒的感觉。”李先生说。市民陈先生认为，“刮刮乐”礼物“有创意且趣味性十足”，“自己动手

‘刮’，很有参与感”。

同时，也有人表示担忧。“‘刮刮乐’毕竟有不确定性。中奖也是有概率的，当作份子钱，万一人家啥也刮不到怎么办？”市民董小姐说。

山东大学哲学与社会发展学院教授王忠武表示，由于当下“刮刮乐”相对比较流行，“刮刮乐”礼物进而成了一种消费时尚。他同时认为，“刮刮乐”礼物的出现是一种市场行为，是商家迎合消费者需求的一种销售手段。

不仅如此，“刮刮乐”礼物风靡当下，互联网也起到了推波助澜的作用。记者搜索发现，社交平台上，秀“刮刮乐”礼金的朋友圈、帖子不计其数，不少人因此“跟风”选择。

“偶尔用‘刮刮乐’增添生活的趣味，这种行为还是很合理的。”王忠武同时提醒，无论是出于何种原因，购买“刮刮乐”都应当理性，切勿沉迷。

记者 史安琪

30元。“这种笔30元/支，要想抽到自己心仪的角色，有难度。”记者探访时发现，不少文具盲盒的外包装上，存在信息不全的情况。记者买了四支中性笔和一块橡皮，其中只有一支中性笔封面写明生产厂商、合格证及生产日期，其他商品均信息不全。

对于文具盲盒，商家均表示，顾客不能提前看里面的文具是什么样子的，也不能退换。但文具不同于普通玩具摆件，还得能正常使用，如果质量出现问题，但不给退换该怎么办？对此商家解释，因为盲盒只能拆一次，所以售出后就不给退换了。

“我感觉不是很值这个价钱，但孩子喜欢就得买。”学生家长孙女士称，孩子班里很多人都会买，自己孩子没有就感觉心里不平衡。”

“其实，这就中了商家的套路。”浙江工商大学经济统计专业博士生滕蔓洲表示，文具盲盒属于卖方市场，而其厂商属于垄断者，厂商追求利润最大化，其生产过程中根据价格弹性、边际收益、价格歧视等手段抬高售价，使价格偏离市场均衡点。“厂商为文具盲盒赋予学生心理满足、社交互动等附加价值，所以价格虚高。”滕蔓洲说。

山东财经大学经济学院教授庞晶则表示，因为现在大部分文具盲盒的销售渠道还是校门口小卖部，所以所售物品质量一定得有保证。“监管部门加强监督，销售渠道把好关，同时家长正确引导孩子的消费观。”庞晶称，文具就要回归其本身价值，不要被附加价值带偏。

据了解，今年市场监管总局继续部署在全国范围内开展儿童和学生用品安全守护行动。公开数据显示，自2019年守护行动开展以来，各地市场监管部门累计检查儿童和学生用品生产企业、重点商超和批发市场41.7万家（次），监督抽查儿童和学生用品9.4万批次。

济阳垛石街道： 走进沿街商铺 开展垃圾分类宣传活动

近日，垛石街道办事处走进辖区沿街商铺，开展了垃圾分类进店入户宣传活动。

活动中，工作人员通过发放垃圾分类宣传单的方式，向商户宣传垃圾分类知识，树立绿色环保意识。通过讲解，不少商户纷纷表示会积极配合垃圾分类工作，养成良好的卫生习惯。此次宣传活动增强了商户对垃圾分类知识的全面了解，在潜移默化中加强了商户的分类意识，提升了垃圾分类的准确率，进一步推动了辖区垃圾分类工作的高效落实，同时也有助于提升沿街商铺的环境卫生情况。（张燕）

文具穿上盲盒“外套”，身价高出四倍

专家建议文具回归其本身价值，不要被附加价值带偏

山东财经大学经济学院教授庞晶则表示，因为现在大部分文具盲盒的销售渠道还是校门口小卖部，所以所售物品质量一定得有保证。“监管部门加强监督，销售渠道把好关，同时家长正确引导孩子的消费观。”庞晶称，文具就要回归其本身价值，不要被附加价值带偏。

据了解，今年市场监管总局继续部署在全国范围内开展儿童和学生用品安全守护行动。公开数据显示，自2019年守护行动开展以来，各地市场监管部门累计检查儿童和学生用品生产企业、重点商超和批发市场41.7万家（次），监督抽查儿童和学生用品9.4万批次。

聊城开发区开展 临时用地专项核查

为进一步规范临时用地管理，维护良好的用地秩序，近日，聊城市自然资源和规划局经济技术开发区分局对辖区内临时用地开展专项核查。本次核查采取逐宗内业资料检查和外业现场勘查的方式进行，内容涉及宗地现状、是否改变用途或部分改变用途、是否超出批准范围、是否超期占用等内容，共核查临时用地8宗，涉及面积61652平方米。下一步，聊城市自然资源和规划局经济技术开发区分局将以本次核查为契机，进一步加大对临时用地的监管力度，对存在用地项目，立即组织整改，在确保临时用地在保障建设项目建设施工等方面积极作用的同时，严格规范临时用地办理和用途管制，促进辖区土地依法依规和节约集约、高效利用。（记者 张超 通讯员 高静雯 王彩霞）