

《“光鲜门店”AI造,点外卖当心被忽悠》后续

“问题店”正整改,“李鬼店”仍招摇

平台、部门介入,被曝光门店撤掉AI照片或停业整顿 记者调查:期待真心改,别再换“马甲”



扫码看视频

8月4日,本报此前报道的长沙部分外卖商家使用AI生成图当作门头照、小作坊伪装堂食店情况有了新进展。其中,一家门店更换了AI生成的缩略图及后厨照片,另一家处于歇业调整状态,还有部分涉事外卖店已闭店。

8月1日,三湘都市报记者走访长沙部分实体门店后发现,一些在外卖平台上“光鲜亮丽”的店铺,有些甚至没有正规门头,有的门店现场照片与平台上传的后厨照片不一致。更令人咋舌的是,一些标榜“绝无预制菜”“堂食餐厅”的店铺,店内却摆放着大量微波炉,更无顾客用餐区域(详见本报8月2日A03版)。

目前,被曝光的问题门店虽已整改或歇业,但长沙其他外卖门店是否仍存在类似乱象?外卖平台上“假堂食”“AI生成门头照”等问题究竟如何才能根治?

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 仝若楠
通讯员 万家忻

涉事门店撤掉AI门头缩略图
但仍有同名门店在使用

8月4日,三湘都市报记者注意到,在一外卖平台上,此前被曝光的“回家湖南菜·现炒无预制(蔡锷北路店)”已将之前的AI门头照更换为普通小图,后厨照片也更换为现场照片,但仍为厨房局部画面。此前该店在平台提供的后厨照片与记者现场走访情况不一致。同时,在另一外卖平台上,这家店的标签由“堂食餐厅”更新为“即提堂食”,但名称中依旧包含“16年堂食老店”。

“即提堂食”为线下有固定客流,支持客户现场选购带走,这类店铺类似于食堂,可承接小企业大批量订单。”一外卖平台客服表示,即提堂食不要求商家上传店内堂食照片,但对环境卫生安全还是会进行把控。

不过,在部分外卖平台上,与该店同名,但经营位置不同的其他三家门店仍在继续使用此前AI统一生成的虚假门头照以及“堂食餐厅”的标签。有意思的是,这三家门店的后厨照片使用的也是同一张,而这张照片正是此前蔡锷北路店所使用的非真实后厨照片。

相关部门责令门店闭店整改,并对平台开启监管

此前曝光的利用AI虚假图片伪装成堂食场景的“膳嘉家·拌饭(开福店)”在三个外卖平台均已无法检索到,一平台显示“已打烊”。同样,“辣三鲜·绝无预制菜(五一店)”在一平台也显示“已打烊”。

8月4日,记者致电“辣三鲜·绝无预制菜(五一店)”。该店店员透露,该店不再经营“现炒菜品”,目前正在闭店并进行换品,打算售卖炸鸡。“膳嘉家·拌饭(开福店)”店员则表示,近两天已停业,“在休息,搞店内的一些东西,明后天可能会重新营业”。

对此,其中一外卖平台客服表示,此前记者反馈的门店问题目前均已介入处理,“只要门店不营业就代表平台已介入,让门店下线外卖订单,但是门店是否线下营业不确定”。

8月5日,长沙市开福区市场监督管理局工作人员告诉记者,“膳嘉家·拌饭(开福店)”的违规图片已经下架,目前店铺在停业整顿,整顿后方可开业。该工作人员表示,开福区市场监管局会继续对平台进行监管并约束商家,“商家应该上传符合现场的照片后,才能在平台上架提供外卖服务”。

此前,外卖平台客服称,平台的门店审核是交给机器,多次审核不通过才会由人工再次审核。对于这类“假堂食”“AI照当门店照”的现象,客服表示,只能由消费者在投诉链接中多次上传反馈,平台会在第一时间处理。



涉事门店整改后上传的后厨照片。



长沙开福区一门店与线上AI生成的门店图片不符。



多家“回家地道湖南菜”外卖店使用同一张照片当作后厨照片。

让消费者放心下单
“守门人”应担起责任

这场“假堂食”的曝光,更像一场未完成的清理。问题门店歇业或整改,与其说是乱象的终结,不如把它看做一个追问的开始:在外卖平台的规则里,究竟谁该为这些AI造假、虚假宣传买单?

这其中,客服的回复反映出了当前平台治理的窘境——本应是“守门人”的平台,把责任交给了机器,再把监督重担推给了消费者。消费者打开外卖软件,期待的是一份安心的餐食,而非一次“找茬游戏”。

当“AI生成门头照”“小作坊冒充堂食店”操作成为行业潜规则,不能仅仅依靠消费者在吃到“货不对板”的餐食、发现门店货不对板后,花时间上传证据、反复投诉去改变。这本质上,是让消费者为平台的失职买单,用顾客的时间、精力甚至健康,为平台的监管漏洞兜底。

“下线订单”“打烊状态”的背后,是真整改还是暂避风头?是彻底清理还是换个“马甲”重来?没有透明的流程,没有明确的追责,消费者的信任只会一次次“狼来了”中逐渐消磨。

平台手握商家数据和直接的交易链路,理应承担起“第一责任人”的角色:用更严格的人工复核替代“机器放水”,用技术手段识别AI生成的虚假图片,用明确的处罚规则让商家不敢造假。当平台真正把“审核”从“被动应付”转为“主动筛查”,把“事后处理”变为“事前预防”,才能让AI技术回归正途,让“假堂食”失去生存的土壤。

消费者需要的不是“出了问题再投诉”的权利,而是“下单时就放心”的底气。这场关于外卖乱象的治理,不该让消费者冲在最前面。平台主动扛起责任,才是终结乱象的关键。毕竟,守护舌尖上的安全,从来不是消费者的“兼职”,而是平台必须写进规则里的“天职”。

记者手记

链接

市场监管总局拟出台新规
加强食品销售连锁企业监管

记者8月5日从市场监管总局获悉,市场监管总局近日起草了《食品销售连锁企业落实食品安全主体责任监督管理规定(征求意见稿)》,向社会公开征求意见。

据介绍,征求意见稿共34条,重点明确了各级管理事权、风险防控要求及法律责任,旨在加强食品销售连锁企业食品安全监督管理,压实企业总部、门店等食品安全主体责任,主要有三方面内容:

一是确定各级管理事权。对食品销售连锁企业实行分级分类管理,食品销售连锁企业总部、分支机构和门店的食品安全监管工作,分别由省级、市级、县级市场监管部门负责。

二是突出总部管理责任。细化食品销售连锁企业总部“日管控、周排查、月调度”制度落实要求,要求总部加强从业人员、采购、配送等环节管理,及时处置发现的问题,健全风险隐患防控机制。

三是强化全链条风险防控。要求食品销售连锁企业建立基于食品安全风险防控的动态管理机制,结合实际制定食品安全风险管控清单,实施覆盖总部、分支机构、仓储及配送中心、门店等全链条的食品安全风险管控。 ■据新华社