



一块钱,日常生活中让人不太在意,却可能成为事关消费者知情权的大事。

近日,永辉超市因“强迫消费者购买商品或者接受服务”,被上海市徐汇区市场监督管理局没收违法所得8059.2元,罚款32235.8元。事情的原由,就是其在自营的微信小程序“YH永辉生活+”的送货上门订单中,未征得消费者同意,直接对每笔订单收取1元包装费。

8月12日,三湘都市报记者走访调查发现,超市的到家业务中,不经消费者同意直接收取包装费的行为并不鲜见,沃尔玛、屈臣氏等多个商家都存在类似情况。未征得同意,向用户收取包装费的行为合理吗?消费者又该如何维权?

■记者 黄亚苹 实习生 刘会欣 黄依婷 周芷如

无视消费者的选择权和知情权,永辉超市送货收取1元包装费被罚 强收包装费,长沙仍有商家这么玩

调查

长沙也有商家将包装费设置为“必选项”

永辉超市自2018年10月入湘至今,已陆续在长沙、岳阳等地开出8家门店。目前,该品牌仍在湖湘大地积极拓展版图。

8月10日,永辉超市发表致歉声明称,对这一处罚决定“诚恳接受并立即整改”。在上海消保委喊话应向消费者退回已收取的该笔费用后,永辉超市表示对于违规收取包装费的20.148万笔订单,将按每个订单1元的补偿方式,发放至用户永辉生活小程序账户内。

8月12日,三湘都市报记者登录“YH永辉生活+”小程序尝试下单时发现,未滿38元订单将收取6元基础配送费,曾强制收取的1元包装费已取消。

在市场监管部门的行政处罚面前,永辉超市认错整改。那么,在线上到家、外卖业务发展得如火如荼的长沙,情况又如何呢?

8月12日,三湘都市报记者逐一打开了多个提供外卖服务的零售商线上平台发现,在长沙,也存在着将“包装费”

设置成强制收费项目。

如,在由沃尔玛、山姆会员商店、华润万家提供的“到家”服务小程序上,除未达到免邮门槛的基础配送费外,用户需支付每笔0.5元-1元不等的包装费。

在屈臣氏小程序内,用户选择“送货上门”服务时需支付1.5元包装费,附带的包装费说明解释称,该费用包含了购物袋、拣货、打包等费用。

同时,记者还发现,除了零售商,默认的包装费在不少入驻外卖平台的餐饮商户设置中存在。

三湘都市报记者尝试在奈雪的茶小程序“奈雪点单”上进行外卖下单。在选择饮品进入订单结算程序后,页面默认显示“包装费1元”被计入订单总价。而茶颜悦色、果呀呀等品牌则在商品详情页上设置了“保温袋”这一必选项,收费金额为1元。

随后,记者在入驻一外卖平台的鲁哥饭店(富兴店)上下单一饭一菜并进入结算页面后,则被默认收取了“打包费2元”。



律师说法

强制收取不需要的包装费不可取

“可以确认的是,上述超市小程序直接默认收取包装费的行为是不合法的。从监管部门给出的处理理由不难看出,1元的包装费显然违反了消费者的知情权,有时购买东西,在根本不需要包装的情况下,商家仍强行收取包装费用,就有些不合理了。”湖南芙蓉律师事务所合伙人律师钟文科表示,若超市存在上述行为,消费者可根据《湖南省消费者权益保护条例》第六十三条,向经营者主张购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍作为赔偿。

“在超市结账时,是否购买塑料袋由消费者自行决定,且可以根据商品数量选择型号、价格不同的塑料袋。若购物小程序及APP没有让消费者自行选择,这属于侵犯了消费者的自主选择权。”省消保委副秘书长张前认为,商家在向互联网转型升级中存在诸多成本压力,因此,在不违反现有法律的情况下,商家可合理收取购物袋的成本费用,关键应该让消费者做选择。

张前认为,若消费者遇到商家强制收取包装费的行为,可向各级消费者委员会或12315投诉、举报,省消保委也会在收集有关投诉后,建议商家优化商品包装服务及收费规则。



湘股透视

上市后首次单季亏损 盐津铺子“挖人”转型?

本报8月12日讯 上市以来从未亏损过的盐津铺子,曾是二级市场上的“大牛股”,今年5月份以来股价一路下跌,截至8月12日收盘,其股价为61.58元,较2020年10月的高位已跌去了145%。股价下跌市值缩水的背后发生了什么?

7月14日晚,盐津铺子披露2021年半年度业绩预告,预计今年上半年净利润4500万元-5500万元,同比下降57.68%-65.38%。而公司今年一季度的净利润为8203万元。也就是说,盐津铺子二季度亏损了2700万元-3700万元。这也是盐津铺子上市以来首次出现单季度亏损。对于业绩下滑,盐津铺子有提到,公司低估了社区团购等新零售渠道对传统商超渠道的影响。

中报业绩预告一出,股价应声下跌。7月15日、16日、19日、20日,盐津铺子连续4个交易日跌停,股价从95元暴跌至69元,市值蒸发超过42亿元。

为了稳定股价,盐津铺子紧急抛出一系列举措:召开投资者调研电话会议稳定信心、公司董监高推出5000万元增持计划“护价”。

8月10日晚,盐津铺子再出“大招”,聘请卫龙食品前副总裁张小三担任公司副总经理一职,负责公司大营销全渠道运营管理。

以商超销售为主的盐津铺子,目前正面临着商超渠道销售增长乏力的阵痛,按照规划,公司已启动布局全渠道的转型。

盐津铺子相关负责人表示,公司原有的优势商超渠道仍在推进,张小三的加入,将在很大程度上弥补流通渠道,也就是便利店系统的短板。目前,公司的一些产品已在加速推出不用称的定量装,方便顾客按包、袋购买,将触角延伸至零售末端。新兴渠道方面,社区团购渠道正在培育,公司在湖南主要与头部平台兴盛优选合作,外省则通过经销商入驻多个平台。

■记者 潘显璇

声音

是否选择付费包装,应由消费者自己决定

点外卖,被默认收取打包费,你怎么看?

长沙市民范小姐就认为,商家收取包装费是“羊毛出在羊身上”,若取消“包装费”相应成本可能会变相添加至商品价格内。市民李先生表示,如果商家额外提供了包装服务,愿意付费,“但得征得同意,‘我愿意’和‘你必须’是两回事。”

果呀呀副总经理刘晗煜对三湘都市报记者解释称,其外卖平台上收取1元保温袋费用,使用的保温袋成本则超过2元,这一举动是夏季的“无奈选择”,“饮品多为冰沙、冰饮,夏季炎热,如果不使用保温袋,高温配送的结局可能是冷饮变热饮,从而影响消费体

验。”她表示,一旦气温转凉,就将取消这笔收费,“也将和消费者做好解释工作”。

