

今晚谈

“幽灵外卖”将显形
让“流量”回归“质量”

评论员 张雪飞

“我们要告诫外卖平台,不能只收佣金、不承担责任,不能只管流量、不顾品质,外卖平台必须实实在在担起外卖食品安全‘守门员’的主体责任。”2月26日下午,市场监管总局食品安全总监孙会川在新闻发布会上的这番表态,可谓掷地有声。针对长期以来的“幽灵外卖”乱象,市场监管总局近期制定的新规明确要求:外卖平台应通过实地核查等方式,对外卖商家的商品经营许可证等资质进行实质性审查,并至少每六个月对

商家登记的实际经营地址等信息进行一次核验更新。“幽灵外卖”是指那些线上看似正规,线下实际不存在的店铺。它本质上是无资质、无实体门店或卫生脏乱差的“黑作坊”,在平台伪装成正规商家。他们会使用AI(人工智能)生成的门头或盗用网图、掩盖脏乱差的小作坊真相,或者编造不存在的位置,甚至几十家店共用同一个虚假地址,更有甚者直接伪造许可证或套用、租借别人的证照“借壳上线”。曾几何时,点外卖如同一场赌博,消费者只能看到精美的店铺照片和诱人的菜品图片,明知道菜品图是网上找的,店铺照是AI生成的,也只能抱着开盲盒的心理去碰运气。这种信息不对称,让消费者的每一次下单都带着忐忑。新规的出台,正在将这种“盲盒式消费”转变为“可视化信任”,规定要求外卖网店名称必须与实体门面招牌一致,对于不提供堂食的商家,还必须设置“无堂食”标识,消费者点外卖时,看到“无堂食”三个字,心里就会打个问号,这饭从哪儿做出来的?卫生吗,靠谱

吗?心里有了底,下单时才能作出理性判断。即使标注了“无堂食”,只要干净可口、出餐快,对于有需求的大量上班族,“无堂食”外卖也不是不能接受。反而那些混日子的店铺,一个微波炉一个电饭煲就开起来的料理包加热店,或者屋里一口大锅,几个光膀子大汉在用小铁锹炒饭,地上臭水横流,时不时有老鼠路过……这样的店铺,在新规下会被市场自然筛选掉。“幽灵外卖”挤占的生态位,会让给真正的正规商家。我国外卖市场规模已突破1.4万亿元,占餐饮行业总收入24%左右,如此庞大的市场,如果继续被“流量至上”的逻辑主导,任由“幽灵外卖”横行,透支的将是整个行业的信誉。新规明确了平台的“守门员”责任,要求平台从“流量中介”转变为“品质守门人”,不能只看流量不管质量,给出钱打广告的“幽灵外卖”推流,真正堂食炒菜的店铺却翻几页都翻不到。要让每一次点单都能看见诚信,从吃饱到吃好,从“盲盒”到“透明”,平台的作用至关重要。

京津冀消协组织公开劝谕 规范除醛果冻、除醛仪市场乱象

为切实规范除醛果冻、除醛仪产品市场秩序,依法保障消费者合法权益,北京市消费者协会、天津市消费者协会、河北省消费者权益保护委员会(以下简称京津冀消协组织)近期联合开展系列监督整治工作。联合约谈多家企业以及部分电商平台、MCN机构。同时,向全行业发出公开劝谕,要求落实主体责任,严控虚假广告与误导性宣传。

虚假夸大宣传 健康隐患显现

此前,有媒体报道揭露了除醛仪市场主要存在三个主要问题:一是虚假夸大宣传,宣称“单台覆盖180平方米”“2小时除醛率99%+”等内容,但其数据基于小型密闭试验舱得出,与家庭实际场景差异大;二是隐瞒核心原理及健康风险,将“臭氧”等包装为“活性氧”“超氧”等模糊概念,未明确告知健康危害;三是散布“开窗通风无用”等错误言论,贬低传统除醛方法。相关报道还揭露了除醛果冻市场存在的问题:弱化实验环境,突出宣称“除醛率99%以上”“24小时搬新家”等内容,涉嫌误导消费者;将果冻颜色变化与除醛进度绑定的“可视化除醛”卖点涉嫌欺诈;以“草本精华”等模糊表述隐瞒核心成分,未充分告知强氧化性带来的健康危害及物品腐蚀风险。

整治除醛产品 发布专项规范

基于以上情况,京津冀消协组织联合对电商平台及部分网红达人销售的除醛产品市场开展核查,发现上述问题突出。为此,三地消协联合发出公开劝谕,并提出四项总体要求:一是立即全面自查整改。限期完成电商平台详情页、宣传视频、直播话术等宣传渠道的违规内容清理,彻底删除与实际使用效果不符的夸大表述(单罐覆盖10—20

平方米、24小时搬新家、单台覆盖180平方米、一周拎包入住等);停止传播“开窗无用论”等贬低传统除醛方法的不当言论,客观向消费者普及科学除醛知识;删除无法核实的销量、口碑类涉嫌虚构的信息。二是规范试验数据披露。完整、清晰标注除醛率对应的试验舱体积、试验条件等核心信息,明确区分试验环境与家庭实际使用场景的差异,不得在不全面披露试验数据的情况下,单方面突出“除醛率99%+”等,不得混淆概念误导消费者。三是严格履行主体责任。各企业须严格遵守《消费者权益保护法》等相关规定,坚持诚信经营;电商平台、MCN机构须切实履行监管义务,对入驻商家的宣传内容、资质证明进行严格审核,及时清理违规信息,对整改不到位的商家采取下架、封禁等措施。四是妥善处理消费纠纷。各企业须公开投诉联系方式,对消费者反映的产品质量、宣传不符、使用伤害等问题,主动沟通,依法解决,不得推诿拖延或拒绝处理。

企业分类规范 堵住风险漏洞

除上述总体要求外,京津冀消协组织针对除醛果冻企业提出专项要求:如实披露产品成分及除醛原理,标注全部核心成分,禁用“草本精华萃取”等模糊表述;宣称“母婴安全”须附权威资质的第三方检测报告及科学依据;明确变色化学原理及颜色变化与甲醛分解量的关联,杜绝“可视化除醛”误导。明示风险及禁忌,以醒目方式列明“远离织物、金属”“橱柜内使用需开门”等要求,不得隐瞒强挥发性危害。

针对除醛仪企业提出专项要求:如实披露核心除醛原理及健康风险,以醒目方式将“活性氧”“超氧”等模糊表述统一规范为“臭氧”“O₃”等正式用语,完整披露健康风险及安全使用标准;清

晰明确标注“强效模式仅限无人、无宠物环境使用”“使用后需开窗通风再进入”等使用禁忌,确保消费者安全操作。生产企业须加强全流程质量管控,确保产品臭氧释放浓度符合国家安全标准,主动公示具备资质的第三方检测报告。

消费提示 警惕虚假宣传 仔细查验评估

针对除醛果冻、除醛仪市场现状,京津冀消协组织发布消费提示,呼吁消费者牢记“理性认知、仔细查验、依法维权”原则,规避消费陷阱。理性看待宣传,摒弃“速效迷信”。开窗通风仍是除醛基础手段,专业机构治理可作为辅助。对“24小时搬新家”“单台覆盖180平方米”“高效除醛99%+”等绝对化表述需高度警惕。

购买前仔细查验。核对产品标签是否明确标注核心成分(如避免“草本精华”“活性氧”等模糊表述)、技术原理;要求商家出示完整第三方试验报告验证效果;认准正规厂家、生产许可证号,坚决抵制无厂名厂址、无执行标准、无合格证的“三无”产品。

留存凭证依法维权。购买时需索要发票、保存电商交易记录、宣传页面截图等凭证。若发现产品存在虚假宣传、质量问题或使用后出现不适,及时向企业所在地行政管理部门或消协组织投诉举报。

京津冀消协组织将组建专项监督小组,持续跟踪相关企业的整改情况,对逾期未整改或整改不到位的企业,视情况采取公开披露、公开劝谕、向行政机关反映建议以及提起公益诉讼等措施,坚决维护消费者合法权益。同时,京津冀消协组织将继续加强与媒体的合作,加大对除醛产品市场的监督力度,开展科普宣传,引导消费者树立科学的除醛认知,共同推动除醛产品市场规范健康发展。 记者 张艳

一中心完成极高危手术 为衰竭心脏装上“临时发动机”

日前,天津市第一中心医院心血管内科成功完成了一例极高危、极复杂的冠脉介入手术。在一种被称为CorVad的介入式左心室辅助装置(也称“人工心脏”)的辅助下,在患者心功能近乎衰竭的状态下精准施术,将这位曾经历过肝移植、脑梗死等重重磨难的患者从死亡线上拉了回来。这也是国内上市后首例介入式左心室辅助下的高危冠脉介入手术。

66岁的张先生(化名)曾接受过肝移植手术,患有脑梗死并导致肢体活动不便,还伴有下肢深静脉血栓和乙肝病史。入院前三天突然出现剧烈的胸闷、憋喘,甚至在深夜无法平卧呼吸。

患者在家人的陪同下来到医院后,经检查发现,除患者心脏泵血功能衰竭外,造影显示,他心脏的三根主要供血血管都存在严重狭窄,最核心的“左主干”狭窄甚至高达90%,有些血管已经完全闭塞。此外还有多器官功能脆弱。结合他的肝移植病史和严重的肺动脉高压,这场手术就像是在“豆腐”上雕花,任何一点血流动力学的波动都可能引发全身性的崩溃。

面对这种常规手段几乎“无解”的困境,心血管内科卢成志团队提出了一个大胆且精密的方案:预防性植入CorVad介入式左心室辅助装置。

什么是CorVad?卢成志医生介绍,可以把它想象成一个极其微小的“高效水泵”。医生通过大腿根部的股动脉,将这个装置送入左心室,它能主动把血液从心脏抽出来,送往全身器官。在手术最关键、最危险的时刻,它能接管心脏的工作,保证大脑、肾脏等重要器官的供血。并且可以降低心肌的耗氧量,让已经疲惫不堪的心脏得到喘息,为医生处理复杂血管争取宝贵的“安全窗口期”。

手术台上,CorVad装置以每分钟1.9升的流量平稳运行。在这一强大后盾的支持下,即便在医生扩张血管、放置支架的危险瞬间,张先生的血压也始终维持在正常范围内。卢成志医生先后在张先生的右冠状动脉、回旋支、前降支及左主干等多处严重狭窄病变处成功进行了球囊扩张或植入支架,手术过程非常顺利,术后造影显示,原本几乎堵死的血流重新恢复了正常的灌注速度。

“如果没有这个‘人工心脏’的支持,这类手术的术中循环崩溃风险极高。”卢成志表示,“CorVad的应用让我们能更从容地处理复杂病变,有效避免了恶性事件的发生。”

术后,张先生恢复良好,原本苍白的脸色逐渐红润,心脏功能的改善让他和家人重新看到了生活的希望。

记者 信华