



称重缺斤少两、食品混入异物、专供款规格缩水…… 量贩零食店消费乱象调查

左为超市购买
右为零食店购买

网友吐槽 部分渠道专供款规格缩水

近年来,量贩零食店凭借平价优势快速拓展门店,成为不少市民选购休闲零食的主流选择。同时,不少消费者在社交平台晒出消费踩坑经历,各类消费争议层出不穷。

记者梳理线上投诉案例,并实地走访多地多家头部量贩零食门店调查发现,光鲜平价的表象之下多重消费乱象滋生,除渠道专供款规格缩水、散装称重缺斤少两等隐性消费陷阱外,食品发霉变质、混入虫体异物等卫生安全问题频发。而消费者遭遇问题依法维权时,又屡屡遭遇商家推诿扯皮、压低赔偿标准、转嫁责任给生产厂家等阻碍。低价外衣下的量贩零食店,质量与售后漏洞亟待规范整治。

记者检索社交平台相关讨论看到,不少消费者晒出多款食品、饮品的实拍对比图,吐槽量贩零食店存在规格缩水的问题。

从价格层面来看,不少网友测算量贩零食门店的商品后发现,部分商品折算每克、每毫升单价后,实际性价比并不占优。据媒体报道,从超市和零食量贩店买回来的两瓶康师傅茉莉蜜茶:一瓶是线下商超常见的500毫升装,售价2.3元;另一瓶来自零食量贩店好想来,售价只便宜了1毛钱,容量却缩减到了468毫升。按照单位容量计算,500毫升的商超版本每毫升价格反而低约2.1%。不少消费者认为,商家售卖外观高度相似的定制款,利用消费者只看标价、忽略净含量的购物习惯,营造极高性价比的假象,这种变相减量的销售模式,在许多消费者眼中带有误导性。

比起规格缩水带来的隐性差价,散装零食计量不准的问题带给消费者的感受更为直观。今年3月,一位网友称在“零食很忙”门店购买散装零食时,初次称重结算68.77元,复称后金额仅38.31元,前后差价超30元。根据该网友发布的图片显示,单价每公斤70元的脆升升薯条散称重量复称由0.106公斤变至0.022公斤,价格也随之由7.42元变至1.54元。此外,该网友还一一列举了其购买的其他散称商品。消费者维权时,店长称,称重偏差并非故意,仅同意全额退回零食货款。该网友后续向品牌总部投诉,最终获赔300元。

针对网友反馈的散装称重误差问题,记者连日走访多家连锁零食店,其店员均表示自己店内从未出现过该情况,称重误差应该多是店员称重操作过于匆忙,没有规范称好,或者店员忘记将秤盘归零,绝大多数门店都不会故意虚标重量。不过,也有不少网友认为,散装称重区域消费“踩雷”概率较高,平时不敢轻易选购散装食品。



“零食渠道限定”系列产品

记者体验 散装零食易产生价格误导

7月16日,记者实地走访了上海好想来、零食很忙的两家门店,以及安徽蚌埠的一家赵一鸣量贩零食店,以普通消费者身份比价、采购,并就计量相关争议向店内工作人员进行询问。

走访过程中记者留意到,店内大众熟知的品牌饮品,同等容量产品售价大多与普通商超基本持平,部分单品还存在小幅优惠。以店内售卖的康师傅冰红茶为例,好想来门店在售规格为468毫升,售价2.2元;联华超市同款常规规格为500毫升,售价3元,折算单位体积单价后,零食门店这款饮品价格更低。另一款农夫山泉水溶C100的445毫升规格在零食很忙、好想来门店售价4.5元,商超同款售价4.8元,零食店存在小额价格优势。不过,记者对比了一款盒马在售同款元气森林气泡水发现,赵一鸣售卖的元气森林气泡水规格为439毫升,售价3.9元;盒马超市在售元气森林气泡水为480毫升,售价3.5元,经折算单毫升单价,盒马在售产品性价比相对更高。

整体来看,店内标准化大牌瓶装饮品价格有低有高,散装称重零食则容易给消费者带来价格上的认知混乱。记者在普通小型超市花费1.5元购买了一包卫龙牌魔芋爽,净含量为18克,而在好想来门店同款规格魔芋爽,计量方式则为散装称重,没有标注单包净含量,令消费者无法做出直接的单件售价对比。还有多款商品外包装与商超常规款高度相似,但实际产品规格存在明显差异,商品是否真正实惠,需要消费者仔细核对规格、单价后才能判断。

食品安全 所售零食被曝存在卫生隐患

食品安全与卫生隐患是大量消费者集中吐槽量贩零食门店的又一大核心问题。记者检索黑猫投诉等平台发现,各类量贩零食连锁品牌相关的食品质量投诉数量繁多。投诉内容主要集中在零食出现变质发霉,食品内混杂塑料碎屑、虫子等各类异物,门店售卖过期食品等情况。

7月17日,广东汕头市民蔡先生向记者讲述了自己的维权遭遇。7月13日晚间,他在当地一家赵一鸣零食店购买上好佳鲜虾片,食用时发现食品内混有蟑螂。蔡先生当即留下证据并通过品牌线上客服反馈问题。客服起初仅给出退款并补偿5元的处理方案,蔡先生对此难以接受,后续客服表示会同步厂家加强品控,又提出单品10倍补偿的解决方案,蔡先生最终也没有收下这笔赔偿。

长春市民高先生也遇到了食品内含异物的问题。他在当地好想来门店购买雪梅海乡乌梅条,食用过程中发现食品内存在虫体残肢。高先生第一时间向门店反馈问题,沟通时商家质疑虫子是消费者自行放入食品中,反复沟通后仅给出单品10倍赔付的方案,对于高先生提出的整单4倍赔偿诉求并未认可,双方未能达成一致。7月12日,高先生向市场监管部门反映该问题,工作人员告知其会在7天内安排专员对接跟进。

记者调查发现,不少遭遇食品安全卫生问题的消费者希望能够依据食品安全法第148条“不足一千元按一千元赔付”的法规标准进行索赔,但多数门店会以多种方式拒绝。有的商家仅愿意赔付几十元或是全额退还货款,有的要求消费者先寄回问题食品证物,后续便不再跟进处理,还有商家将食品问题推诿为消费者自身保管不当。

回应

两大品牌客服 答复整体相近

7月18日,记者就渠道专供款规格混淆、散装称重争议、食品卫生质量三类问题,分别致电赵一鸣、好想来两大品牌客服热线,两家客服工作人员给出的答复整体相近。

针对散装称重相关争议,双方均回应,门店电子秤会开展定期统一校验,消费者若对称重结果存疑,可到店复称,出现相关问题门店会妥善处置。

针对渠道专供款外观与商超在售同款

高度近似、规格存在差异,极易误导消费者的问题,两家客服均表示,消费者可仔细核对货架价签区分不同规格产品,同时也会将相关建议向上反馈。

针对消费者购买零食吃出异物等食品安全卫生问题,两家客服均说明,消费者如若遭遇此类情况,可及时联系品牌客服,双方会协调处理相关纠纷。

上游财经综合新黄河