



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

编委会

江单 张华勇 黄浩
李增勇 龚德贤 张邦
毛 齐明利 董哲

顾问 | 邓飞 方智平

李凌
社长兼总编辑 | 江单
执行社长 | 黄浩
副社长 | 李增勇 龚德
贤
执行总编辑 | 张华勇
副总编辑 | 朱文强 王
维 张存猛 王芳

采访中心

主任 | 董哲
编辑中心
主任 | 罗阳
评论新闻中心
主任 | 董哲 (兼)
经济新闻中心
主任 | 许平安
区域新闻中心
主任 | 潘利求
文旅新闻中心
主任 | 许平安 (兼)
群众工作中心 (内
部)
主任 | 张学江
国际新闻中心
主任 | 黄浩 (兼)
融媒体中心
主任 | 罗明荣
新闻影像中心
主任 | 古风
品牌战略中心
主任 | 罗文
营商环境研究中心
主任 | 黄开堂
副刊编辑中心 / 《思想
者》编辑部
主任 | 唐吉民

驻境外记者

驻澳门记者 | 王强
驻台北记者 | 李冰洁
驻东京记者 | 向建国
驻新加坡记者 | 毛周
驻新德里记者 | 黄朝
驻阿拉木图记者 | 周
璐
驻耶路撒冷记者 | 贺
友
驻纽约记者 | 罗韵诗
驻开罗记者 | 吴志刚
驻莫斯科记者 | 朱可
夫
驻奥斯陆记者 | 向建
军
驻伦敦记者 | 邓联辉
驻巴黎记者 | 卢伟平
驻巴西利亚记者 | 尹
志强
驻堪培拉记者 | 欧阳
子

外卖起送价别成“狮子大开口”

原本想通过外卖平台给母亲在某老字号餐厅点两道特色凉菜，最后竟然足足点了一桌子“硬菜”——据4月25日《法治日报》报道，家住北京市西城区的一位消费者最近经历了一次被动点餐，为了凑够这家餐厅150元的起送价，她最终点了5道菜。不少消费者都在点外卖时遇到过由于点餐单价未达到起送价标准，最终不得不再多要点一些来凑单的问题。

对于外卖起送价，很多消费者都有过被动凑单的无奈感——本来想选择的只是某一两种餐品或相关特色招牌餐品，但由于这些餐品的

价格低于商家设定的外卖起送价，消费者不得不违背自身意愿再选择其他餐品凑单。而实际上，消费者对凑单的餐品并不怎么感兴趣、需求度不高，如此，既会在一定程度上增加消费者的支出，也可能造成食品浪费现象。

进而言之，如果商家设置的外卖起送价过于“任性”，还可能触碰法律底线。从法律上来说，餐饮商家有反食品浪费的义务，我国反食品浪费法明确，餐饮服务经营者不得诱导、误导消费者超量点餐。如果外卖起送价标准高于多数消费者的单次点餐实际需求价格，让凑

单“保送”成为一种普遍现象，某种角度上就可能产生“诱导、误导消费者超量点餐”的负面效果，这也就背离了反食品浪费的精神。而变相迫使消费者超出正常需求购买不需要的餐品，还涉嫌侵犯消费者的自主选择权、公平交易权。

商家设置外卖起送价，并非全无道理，因为商家的外卖销售收入中包含了平台扣点、骑手配送费、外卖餐具费用以及红包折扣等各个环节的支出。如果商家不设定外卖起送价，或设置的起送价过低，就会导致小额订单增多，而小额订单利润有限，有

的甚至可能难以覆盖运营成本，导致商家“赔本赚吆喝”。

我国价格法规定，经营者定价应当遵循公平、合法和诚实信用的原则；经营者应当努力改进生产经营管理，降低生产经营成本，为消费者提供价格合理的商品和服务。也有专家表示，“起送价并非完全不能设置，但必须结合售卖商品价格合情合理设置”。

可见，要想解决这一问题，有关部门还需充分听取外卖平台、商家、消费者等多方意见，在考量商家相关餐品或服务价格、经营成本等因素的基础上，引导商

家把外卖起送价设置在合法合理的范围内，让外卖起送价能够在商家正常盈利、消费者合法权益以及符合相关立法精神和初衷之间做出平衡。对于明显过高的外卖起送价，有必要用约谈、调查、限期整改、发布消费警示等手段进行干预，要求商家增强自律意识，规范营销行为。在外卖已成诸多人的“生活必需品”的现实语境下，起送价的问题确实值得进一步探讨和规范。

■工日

算命网红被拘，网络算命也不是法外之地

据中国警察网安徽公安消息，日前，安徽阜阳算命博主“宜和宽哥”因在社交平台宣传封建迷信内容、扰乱社会秩序，被行政拘留15天。

网络算命也要被行拘？大概很多网友会发出这样的疑问，原因很简单，这样的“业务”在网上并不罕见。而“宜和宽哥”被行拘，也是再一次划清红线，网络算命并非法外之地。

《治安管理处罚法》

明确规定，禁止利用邪教、会道门、迷信活动，扰乱社会秩序、损害他人身体健康。《互联网信息服务管理办法》第十五条也规定，禁止互联网信息服务提供者制作、复制、发布、传播宣扬封建迷信内容的信息。

可见，“宜和宽哥”已越过了法律红线。“宜和宽哥”刘某柱的算命业务包括所谓运势、驱邪、看病、给逝去的亲人超度等。

这些事实已经构成了扰乱社会秩序，损害他人健康——试想，找他“看病”的病人，耽误治疗的风险有多大？对此，人们应有鲜明的认知，不能将封建迷信一股脑地包装成“传统文化”。

原本所谓的“算命先生”服务范围有限，很难突破乡土圈层，但如今借助网络，却能极大地扩充“客源”，访问人数呈几何级数增加；加之利用现代科技

的运算能力，各种荒诞不经的测算都可以一键生成。

这都让网络算命的“算力”极大提升，恶劣影响也可能成倍扩大。因此，行拘头部算命网红之外，更要防止封建迷信和现代技术合流，改头换面坑害消费者。

其实从以上描述中，也能看出网络算命的荒诞。哪有大师“神通”，不过是几串代码的随机匹配罢了。正如

有人调侃：算命网红算得到自己被抓吗？而类似的执法行动，也是给网络算命“祛魅”。

人们如果真的想把精力投入到现实的生活中去，理解了现实生活的分量，自然也就不再相信这种神神叨叨的呓语了，网络算命也就失去了它的存身之地。

■柳早

“扫码关注”不能成为霸王条款

你是否遇到过这样的情形：消费后想要开具发票，商家表示“不关注公众号就无法开具发票”；去餐厅吃饭不仅只能通过线上扫码点餐，而且点餐小程序甚至可能要求用户同意隐私协议并授权自己的信息，才能使用完整的服务……

近年来，随着线上扫码支付方式日趋普及，在提供更快便捷支付渠道的同时，也给消费者带来新的“堵点”——在停车缴费、出具发票、餐厅点餐等消费场景中，消费者往往都会被要求扫二维码，否则就不能实施下一步操作，让本意是为了方便

的“二维码”硬生成了“拦路虎”。

这种带有强制意味的扫码关注，背后有着怎样的利益考量？商家通过这种做法，首先可以获得大批阅读量和关注量，进而用大量的广告和信息推送等方式，吸引消费者更多关注和再次光顾，实现将“流量”转化为“销量”。更有甚者，一些商家可以借此进行大量引流，把公众号养“肥”，进而用来高价售卖变现。显而易见的是，这种带有强制意味的扫码关注，对商家而言是有利的，而对消费者来说，却是平添烦扰。更值得注意的是，这种做法背后，一些敏感个人信息

可能被非法获取，进而增加隐私泄露、被营销信息骚扰，甚至遭遇电信网络诈骗的风险。

这种“扫码关注”合法吗？《互联网用户公众账号信息服务管理规定》明确规定，公众账号信息服务平台应当规范公众账号推荐订阅关注机制，未经互联网用户同意，不得以任何方式强制或者变相强制订阅关注其他用户公众账号。此外，根据消费者权益保护法相关规定，收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。经营者收集、使用消费者个人

信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。也就是说，无论是带有强制意味的扫码关注这一做法本身，还是在此过程中的过度索权获取、滥用以及泄露消费者个人信息等行为，既背离了法治精神，也有违相关法律规定，属于限制消费者的霸王条款。

治理带有强制意味的扫码关注，维护消费者合法权益，需要多方联动综合施策，形成协同共治合力。对商家而言，应增强自律意识，创新消费模式、营销宣传公众号本无可厚非，但不能违背消费者意

愿、损害消费者权益。有关部门应加强监管力度，建立联合执法和监督机制，严格落实二维码的使用识别标准，严控公众号平台对用户信息的强制收集；针对违背消费者信息安全意愿乃至滥用个人信息等行为，可设立并完善线上线下的消费者侵权投诉渠道，建立长效机制，惩治侵犯消费者个人信息的行为。消费者应增强自身权利和防范意识，对侵犯个人信息的行为说“不”，积极维护自身的知情权、选择权和公平交易权。

■人日