

菜单上的图片鲜亮诱人,实际饭菜却与图片大相径庭—— 看图片让人想流哈喇子 菜上桌才知啥叫不靠谱

□记者 赵玉杰 实习生 陈晓佳 通讯员 李玮 文/图

菜单上诱人的洋葱牛肚,分多量大、色泽鲜亮,让人垂涎不止,可端到餐桌上的菜品却与图片大相径庭,不仅量少得可怜,而且只有洋葱没有牛肚……近日,有市民反映:一些餐馆、饭店为招揽顾客,将菜单上的图片制作得鲜亮诱人,而实际的饭菜却与图片上所显示的相差甚远,和餐馆理论,老板却称“图片仅供参考,以实物为准”,这让消费者颇感窝火。

顾客:菜单经常忽悠人

前日晚,家住芳林路的孟先生约几个朋友吃川菜,菜单上颜色鲜艳的毛血旺,端上来后却成了暗红色。据了解,孟先生遇到的问题并非个例,不管是小饭店,还是高档酒店,都越来越重视菜单的精美。即使是路边的快餐店、面馆,其墙上也贴有让人垂涎三尺的图片,可实际的饭菜却在颜色和分量上都大打折扣。

5日,记者在学院路一家饭店看到,菜单上土豆牛肉盖浇饭的照片色泽鲜亮,大块的牛肉让人垂涎三尺,便点了一份。可等服务员将饭端上来才发现,盖浇饭中土豆少得可怜,大块牛肉变成肉末零零碎碎地“藏”了起来。而同桌另一位朋友点的鸡蛋炒面与实物差距更大,图片上显示的整个鸡蛋在现实中却被打碎“埋”在炒面里。

采访中,记者了解到类似的情况时有发生:菜单上色泽鲜艳的菜肴,端上桌来却蔫蔫的;有的不仅颜色与菜单配图不一样,甚至食材、分量也完全不同。不过,如果您留意察看,会注意到一些规模较大的饭店会在菜单隐蔽的地方标注“仅供参考”,而中小规模的饭店则很少标注。



一饭馆门前摆放的宣传图片

饭店:菜单图片美化现象很普遍

“我们的菜单和餐厅里张贴的图片是在苏州制作的。”一饭店负责人透露,菜单照片美化的现象在餐饮行业很普遍,有的餐厅菜单图片并不是实物照片,而是饭店委托复印店、打印店从网上精挑细选而来的。“有条件的饭店还会找专业的摄影师拍照、修图,在餐饮行业这是尽人皆知的促销手段。”该负责人说。

在洛阳师范学院附近的一家复印店,得知记者需要制作菜单图片,一名店员表示,只需把菜单和标价写出来就可以了,其他不用管,他们可以根据顾客需要配图片。“图片可以在网上找。”该店店员称。龙门大道一家复印店的老板说,如果饭店没有菜品的照片,可以在网上找找看。

据了解,目前餐馆菜单图片的制作大致有两种材质:喷绘和写真,图片可根据餐馆、饭店老板的要求制作。一般设计一份精美的菜单需花费100元至几百元,如果找摄影师拍摄、修图则要花费更多。

专家:商家须提前告知

对于餐厅菜单图片与实物不符的情况,《消费者权益保护法》中的相关描述为:经营者如故意隐瞒真实情况,或者提供虚假信息时,才能认定为消费欺诈。对此,大进律师事务所律师称,餐馆展示的图片与实物不符,而事先并没有告知消费者,属于商家的一种误导行为。如果菜品分量明显不足,还可构成欺诈。但如果商家在菜单上标明了“图片仅供参考,以实物为准”等字样,则视为事先告知了消费者,就不能认定为消费欺诈。他表示,依据《消费者权益保护法》,消费者享有知情权、公平交易权,当消费者的合法权益受到损害,可以拿起法律武器,维护自身的合法权益。

市工商局一名执法人员表示,他们在执法过程中也遇到过菜单中饭菜的图片与实物不相符的情况。消费者如遇到类似的情况,可以直接与商家交涉,如交涉未果,可以拨打消费者申诉举报电话12315维权。

三八节将至,商家纷纷搞促销抢商机,相关人士提醒—— 低价面前莫冲动,当心“美丽陷阱”

□记者 赵玉杰 通讯员 李玮 魏芳

3月5日,记者走访发现,不少商家为迎接三八妇女节纷纷推出了较大力度的促销活动。市工商局工作人员提醒,市民购物要擦亮双眼,以防遭遇山寨货、假折扣等。

事件一: 仿制品冒充正品低价出售

去年三八节,市民王女士逛街时,看到凯旋路一家女装店打出某品牌产品“三八折特卖”的招牌。由于该品牌服装很有名气,王女士随即进店选购。“当时店主肯定地表示,衣服都是从厂家直接拿的,还有些是出口转内销的,保证和其他商场专柜里的一模一样。”王女士说,当时她看到一件售价700多元的皮衣款式与大商场售价2000多元的皮衣很像,于是,禁不住诱惑,便当场买走了这件皮衣。

令王女士苦恼的是,这件皮衣穿了不到一个星期就出现了质量问题,当她再次来到该店时,已是人去楼空。

对此,市工商局相关负责人表示,某些知名品牌正品上市后,一些生产厂家会立即模仿制作,但其使用的面料多为劣质品。一部分终端零售商则把这些价格低廉的仿制品冒充

正品出售,以从厂家直接拿货、号码不全等说法增加其可信度,并且多在节日促销推出,因此很多顾客便会被低价吸引而上当。

事件二: 产品快过期,商家以买赠方式推销

近日,张女士在上海市场某知名连锁个人护理商店购买化妆品时,营业员以“买够200元返60元购物券”为由,说服张女士购买了200元的化妆品。张女士回家拆开包装一看,产品只剩一个多月就到保质期了,而60元的购物券还限定购物种类。张女士觉得上当了,返回该商店要求退货,遭到拒绝,无奈她投诉到市工商部门。后经工商人员调解,该店最终同意调换产品,同时将购物券以现金方式返还消费者。

“粉色节日”期间的大规模促销,如“三八折”、“满就送”等活动刺激着女性的购物欲望,但其中也不乏一些不讲诚信的商家。从事化妆品销售多年的李女士说,为了促进销售,尤其在节假日期间,不少化妆品商家会用低价促销、买赠的方式处理库存,吸引消费者。

李女士称,化妆品的保质期一般是3年,保质期过两年的化妆品通常会低价促销。但很多消费者只对价格敏感,对保质期关注不够。此外,超市通常会将出厂价较高的化妆

品,加价20%左右后卖出,由于零售价格较高,这类化妆品平时销量不大,而在促销期间,超市会把这些化妆品的价格“打回原价”(接近出厂价),给消费者造成一种“超低价”、“超低价折扣”的障眼法,以促进销售。

提醒: 购物前,多比多看多留心

如何才能避开不法商家设置的消费陷阱?市工商局经济检查支队相关负责人介绍,消费者遇到价格特别便宜的“名牌”服饰时要保持冷静,最好能到专柜试穿正品服装,对商品的穿着舒适度、尺码大小都有一定了解后,再去低价店试穿,品质优劣自然一比即知。

此外,对于价位较高的国际品牌商品,也别盲目崇拜,可先上网搜索其相关信息。了解其背景后,便知道很多价格适中的国产商品也具有相同的品质。消费者购买珠宝首饰时最好到正规的名牌珠宝店,并要求销售人员出具国家相关认定证书,同时辨认金、银、铂首饰的标签上是否有汉字标出的规范名称、成分含量及特殊处理工艺,以此来判断首饰的“出身”。购买化妆品时,建议到商场里的专柜选购,如果在个体经营店铺购买,应要求店主出示代销证明或国外代购的票据,以验明商品真伪。

学雷锋很时尚 “雷锋装备” 网上受热捧

□记者 徐翔

近日,随着雷锋的百余张生活照被公开,“潮男”雷锋在人们心目中变得更加立体而亲切。时尚嗅觉敏锐的年轻人纷纷行动起来,用一种时尚的方式再次掀起一股“雷锋热”:雷锋杯、雷锋包、雷锋T恤等一批印有雷锋头像的产品在网上颇受追捧,其中最“火”的当数雷锋帽和雷锋鞋。

昨日,记者在淘宝网搜索发现,与“雷锋装备”相关的网店有300多家,而主营雷锋帽的占了2/3,棉的、夹的、单的一应俱全,售价从十几元到上百元不等。据浙江金华一专营“雷锋装备”的网店老板介绍,该店35元一顶的雷锋帽月销量达351件,最近几天销量增长尤其明显,几乎每天都有20多个订单。很多买家表示是“买了又买”,还有人称是买来送给外国朋友的。

据了解,雷锋帽是雷锋在抚顺当兵时戴的防寒军帽,是中国人民解放军55式冬服中的棉帽。因为在雷锋头像中总能见到这顶帽子,久而久之,凡是双耳帽都被冠以“雷锋帽”之名。记者发现,网上被时尚化后的雷锋帽,告别了军绿色的单一色调,材质上除了全棉、灯芯绒、帆布、尼龙等,还有兔毛、狐狸毛、水貂等高档材质。

除此之外,雷锋鞋也是一些时尚达人追逐的对象。一家网店内,一款两侧印有五角星的雷锋鞋很受欢迎,这款鞋貌似和普通的滑板鞋没什么区别,但是仔细观看后会发现,这款鞋的鞋舌头上印有“为人民服务”的字样。

据了解,“雷锋装备”大多只在网上销售,购买的主力军大多为80后和90后。在我市某公司从事市场营销工作的80后青年小李认为,“雷锋装备”的热销不仅体现了年轻人对潮流的追逐,也反映了大家对雷锋的认可和对雷锋精神的向往。

“这么多人戴雷锋帽、穿雷锋鞋,其实也是对雷锋另一种形式的怀念。每天看到这些东西,能时刻提醒自己主动学雷锋。”小李说。



(网络截图)