

汉堡节上海站“黄牛”出没 加价几十元买到的汉堡还是冷的



近日,在上海万象城 L1 户外开展的“HOCH 汉堡节全国巡展·上海站”备受市民喜爱,热门摊位排队动辄超过 1 小时。然而,活动的高热度下,一些人员以“不用排队”“现货”为口号,在线上、线下招揽客户,并加价售卖他们提前排队买的汉堡等食品。消费者加价数十元拿到的,往往是已经透着凉意、不知何时出炉的汉堡……



“黄牛”制造焦虑,忽悠消费者

11月28日起,上海万象城 L1 户外开展“HOCH 汉堡节全国巡展·上海站”,官方报道显示,该活动集结了来自全国 24 座城市的超过 35 个汉堡品牌,开幕 3 天,累计客流已达 50 万人次,售出汉堡数量突破 13 万份,活动热度可见一斑。

然而,随着活动热度的高涨,一些消费者却深受“黄牛”倒卖汉堡的困扰:“这帮黄牛(本来)1 个人排队,不知什么时候挤进来 7 个人。”“全是黄牛,关键散客也不争气,都找黄牛买。”“摊前就有黄牛倒卖,加价,甚至(价格)翻倍。”……

有消费者表示,其遇到的“黄牛”,是从价格、排队时间方面入手,诱使消费者购买:“忽悠我们鳗鱼堡原价 80 元,他只卖 120 元,但其实店铺只卖 58 元。忽悠我们牛肉堡原价 45 元,他只卖 80 元,其实店铺原价 38 元。忽悠我们至少要排队 1.5 个小时,事实上 40 分钟就能买到。”

消费者小邓(化名)告诉记者,她 11 月 30 日参加汉堡节时,也发现有“黄牛”在夸大排队时间制造焦虑:“像我排的‘屠夫’品牌的汉堡,1 小时左右就能排到,‘黄牛’说最起码两小时,给人造成要排很久的样子,有些人不想排这么长时间的队,就买他们的了。”

小邓还表示,除了直接拎着汉堡袋在队伍旁边大肆吆喝的“黄牛”,还有一些人员会拿着保温箱在一边售卖,“听买的人说,拿到都是冷的了,而且也不知道是不是隔夜的。”

“汉堡节已经规定了高峰期 1 人限购 2 个,可是规定一出,我就刷到‘黄牛’招兼职的帖子了。”小邓刷到的帖子,标题为“上海汉堡节代排兼职,50 元/小时大学生兼职日结”,具体“工作内容”显示:“主要负责汉堡节现场排队占位、协助传递排队信息,偶尔帮忙整理排队秩序。”

出于对加价倒卖行为的反感以及对食品安全的重视,尽管想节省排队时间,小邓最终也没有选择购买“黄牛”手上的汉堡,“我最后找了一个搭子,我去排两个‘屠夫’,她去排两个‘3Q’品牌的汉堡,我们再交换一个。这样汉堡不加价,还热乎着呢!”

一个汉堡动辄加价数十元

12月3日下午,新闻晨报·申度新闻记者以消费者身份来到汉堡节现场实地探访。

尽管是工作日,但记者在现场看到,热门汉堡品牌的摊位前大排长龙。与此同时,一些手里拎着五六个汉堡袋的人员,就在队伍旁边吆喝“汉堡现货”“不用排队”。

记者在活动现场走了短短几百米,至少

有十几人向记者推销汉堡,他们有些拎着大量的汉堡,有些则只是拿着一个空汉堡袋,示意他们“有货”,不用排队。

其中,两名年龄较大的人员,甚至直接到路中央试图拦住记者进行推销,记者委婉拒绝后,其中一名人员仍跟着记者,并一路询问“需要几个汉堡”,快步走了几十米后,记者才将人甩掉。

此外,在社交媒体上,记者也看到了一些“汉堡节代排”帖子,号称“绝对新鲜出炉,热乎的”“到了就取”“所有牌子都可以代排”。

记者随即以普通消费者身份找了一个“代排”,表示要一个“3Q”品牌的汉堡。“代排”报价 138 元,称到了现场就可以拿。记者到现场和“代排”接上了头后,只见“代排”打开一个白色的泡沫保温箱,从中拿出一个“3Q”品牌的汉堡袋递给记者。

拿到汉堡后,记者触摸发现汉堡已经是温凉的状态。此外,该汉堡为“3Q”品牌的“独家焦糖鹅肝牛肉堡”,原价 88 元,说也就是说,“代排”加价了 50 元出售给记者。

记者还在“饿了么”平台查询到一个名为“上海汉堡节”的商家,“3Q 焦糖鹅肝牛肉堡”标价达 188 元,相比原价加价了 100 元。该商家上架的“屠夫猫王汉堡”高达 158 元,而记者实地排队“屠夫猫王汉堡”,发现原价仅 49 元。

记者与汉堡节主办方核实得知,上述外卖平台链接并非官方授权或合作方,“我们从未在任何外卖平台开设或授权任何线上店铺。此类行为涉嫌商标侵权与不正当竞争,我们已启动法律程序进行取证,并将向相关平台发起投诉,要求其下架处理。”

主办方呼吁消费者拒绝“黄牛”

记者实地走访注意到,不少商家的排队区域都设置了“黄牛食品无保障,加价购买伤

钱包”的提示标语,也有现场工作人员举着“宁可上万门口站,不让黄牛把钱赚”的提示牌,但加价兜售人员依然熟视无睹,甚至在提示标语旁继续推销。

加价倒卖汉堡的现象为何屡禁不止,给活动带来了哪些压力?活动主办方和商场又做了哪些管理和限制措施?

12月3日,“HOCH 汉堡节”品牌负责人陈芊回应记者表示,“黄牛”行为给主办方和参与商户带来了巨大的现场管理压力、舆论压力和品牌声誉压力。

陈芊介绍,为尽可能限制“黄牛”,主办方严格执行“高峰期一人限购两份”规定,并设立多处显眼的提示牌;承诺现场用餐如果是凉的,可以直接给顾客售后替换,劝导消费者现买现吃、拒绝“黄牛”。

“上海万象城增加了现场安保人员的巡逻频次与密度,与此同时,我们主办方要求所有商户员工在发现疑似‘黄牛’闹事行为时,第一时间向主办方报告协调。”

陈芊坦言,上述措施在一定程度上遏制了明目张胆的插队和现场加价行为,但未能根除,部分“黄牛”转为线上预约、线下分散交易,甚至冒充品牌方发布“排队充场”兼职信息,招募人员采买汉堡并汇总到他们手里,识别和取证难度大。

更大的管理难点是,“对于现场徘徊的‘推销’人员,若无实际交易行为,现场安保人员难以采取强制措施。而且‘黄牛’排队并遵守限购的情况下,属于正常消费者购买,商家也很难拒绝他们的购买要求。”

陈芊表示,针对“黄牛”夸大排队时间和虚报商品原价误导消费者的情况:“之后的场次,我们会要求商家在摊位设计时把价格标识放大。我们也会根据实际情况增加一米栏上的相应物料,比如‘此处排队半小时’‘此处排队 15 分钟’等。”

“我们衷心希望并呼吁网络平台能加强

对‘汉堡节’相关关键词的监控,对明确的‘代排’‘加价代购’等违规信息及侵权店铺进行更高效的筛查、预警与下架处理。恳请职能部门加大对活动周边区域的巡查执法力度,对涉嫌违法经营、扰乱公共秩序的行为进行现场查处与打击。”

主办方也再次提醒消费者:“请务必在活动现场的商户展位直接排队购买。所有非现场渠道的加价销售均非官方行为,存在食品安全、无法兑现等诸多风险。抵制‘黄牛’和‘代排’,是保障自身权益、维护活动秩序的最好方式。如遇现场兜售或发现可疑的线上信息,欢迎随时向现场的主办方工作人员举报,或通过官方社交媒体后台留言。”

商场增加固定岗人员加强管理

汉堡节“黄牛”出没的情况,也引起了上海万象城的重视。上海万象城方面表示,“黄牛”行为直接损害了普通消费者的购买权益与体验,扰乱了公平、有序的活动环境,同时经过二次售卖的产品在食品安全上也存在一定的隐患。

“上海万象城在活动开始前,已通过往期活动情况了解到可能存在的‘黄牛’隐患,制作了大批提醒顾客谨慎‘黄牛’的警示牌。同时,安保人员在活动期间,根据整体活动板块进行分区,以区域标准配备安保小组,负责各区域安保与应急处理协作的同时,对明显插队、聚集行为进行劝阻与驱离。”

“随着‘黄牛’聚集明显增多,上海万象城增加了固定岗人员,在‘黄牛’身边举吸睛的诙谐内容警示牌,告知顾客请勿加价购买‘黄牛’的产品。同时,主办方也将增加排队时长的提示牌放置在一米栏处,并督促商家将价格标识放大,以防黄牛单方面夸大排队时长以及价格作为卖点进行售卖。”

晨报记者 姚沁芝



渝水堂

高价收购

红木家具·老家具·字画·扇子·印章·像章·老服装·小人书·紫砂壶·玉器·瓷器·地址:多伦路文化名人街182号(近四川北路) 热线电话:65407260 13601926417 高经理 免费上门服务

上海市虹口区江湾镇街道城市网格化综合管理中心(现更名为上海市虹口区江湾镇街道城市运行管理中心) 遗失银行开户许可证正本,证号为:J2900195553101,声明作废。