

大门店实则小作坊

外卖店铺照片如何造假？

月销量7000+的外卖店铺，在平台上展示的门店照片宽敞明亮，实地探访却是地下室中深藏的简陋厨房操作间？近日，#原来外卖店铺照片可以造假#登上微博热搜，引起网友热议。

“点外卖还是点可以堂食的好。”“点外卖只点连锁店品牌。”对此，不少网友震惊之余开始出谋划策，然而这些建议又是否真的有效？记者对外卖店铺进行了探访。

门店照片造假：
看似大门店 实则小作坊

点外卖之前先看一下商家照片，是不少消费者筛选外卖的重要参考之一。比起没有提供门店照片的商家，这些能够清晰展示门面状况的店铺更能够让消费者放心下单。

然而，店铺照片并不能成为消费者的“安慰剂”。

近日，记者走访了一家店名为“云南过桥米线”的店铺。平台登记信息显示，该店位于北京市东城区某胡同21号，在平台上展示的照片中，该门店门面招牌为黑底白字，设计精致，店内堂食场地宽敞整洁。

然而记者根据地址找到该店时，却只看到一个简陋的外卖窗口，其内部明显没有堂食场地，只有一人身穿厨师服坐在窗口旁，简易招牌也与平台照片大相径庭，名称亦不完全相同。

对此记者致电该商家在外卖平台登记的电话，该商家表示：“店内不能堂食。”

毫无疑问，该门店在外卖平台上的照片存在造假行为。那么，该图片是如何通过审核的呢？

对此，记者以入驻商家的身份向某外卖平台客服咨询。该客服向记者表示，根据审核要求，商家在入驻时必须提供实体店铺的门脸图和店内环境图。而对于门脸图的拍摄要求，客服称：“门头照片和申请的店铺名称一致就可以。”

此前，有媒体报道称，其记者利用其他业主的身份信息以及有明显PS痕迹的营业执照、食品经营许可证和门店照片，顺利通过了某外卖平台的资格审核。



北京市朝阳区定福庄某处的“幽灵外卖”。

品牌餐饮能否逃过“幽灵外卖”？

“每次点外卖都会选有门店照片的，结果这都可以造假。”“这种虚假的‘安全感’让我更害怕。”对于外卖店铺照片造假，有网友表示了忧虑。也有网友建议，点外卖尽量点连锁品牌，至少可以保障门店照片不会欺诈。

那么，选择品牌连锁是否就万无一失呢？

在某外卖平台上，有多个商家地址登记为“北京市朝阳区定福庄北街甲15号院7号楼三层301”，记者随即走访了该处。

记者在调查中发现，该地址一楼为一家生鲜超市，此外并无明显餐饮店标识，然而不断进出的外卖员暴露了其中的秘密：跟随轻车熟路的外卖员乘坐电梯至3层，昏暗的灯光下楼层被三条通道分割，记者在这里并没有找到所谓的“301室”，但每一个走廊两边都是各类“幽灵外卖”的厨房操作间。

炸串、炒饭、麻辣烫、凉皮、紫菜包饭、新疆炒米粉……除各色小吃外，这里还聚

集了原切牛扒、日料寿司、潮汕生腌、越南粉、滋补炖汤等店名看似“高档”的外卖店铺，一些店铺的食物原料已堆积到了门外。

除个体店外，这里的“幽灵外卖”还不乏曼玲粥店、三米粥铺、私町 Osaka 食堂、牛约堡等连锁加盟品牌。其中，曼玲粥店与三米粥铺的标识被贴在了同一个外卖厨房门外。

记者注意到，在外卖平台上，这些店铺有的不仅提供了虚假的堂食场地照片，甚至还显示有到店评价。记者点开多个店铺的到店评价，发现其配图仍然是外卖照片。

根据外卖平台上的公示信息，这些“幽灵外卖”提供的营业执照和食品经营许可证全部一致，来自“北京动冠科达科技有限公司”。天眼查 App 显示，北京动冠科达科技有限公司注册资本为10万，经营范围包括技术推广服务、出租商业用房、餐饮服务、零售食品等，参保人数仅为2人。

“舌尖上的隐患”应如何监管？

近年来，网络餐饮市场发展迅猛，也催生了一批忠实的“外卖族”。然而，与后厨可能暗藏脏乱差等问题的实体店相比，连门面都看不见的外卖同样让人提心吊胆。

“不知道之前，坦然大方地吃；知道之后，战战兢兢地吃。”有网友无奈评论道。

根据《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》规定，网络餐饮服务第三方平台提供者应当对入网餐饮服务提供者的食品经营许可证进行审查，登记入网餐饮服务提供者的名称、地址、法定代表人或者负责人及联系方式等信息，保证入网餐饮服务提供者食品经营许可证载明的经营场所等许

可信息真实。

早在2017年，“幽灵外卖”便不断被曝光，然而长期以来这一乱象仍难以根除，成为外卖行业的顽疾。平台入驻门槛低、“幽灵外卖”地址隐蔽等因素，成为市场监管困难的重要原因。

一名外卖平台的内部人士表示，对于门店照片造假、“幽灵外卖”等乱象，平台会定期进行内部检查，一些明确是明厨亮灶的商家，也会在算法上进行优先推荐。“消费者在发现时也可以及时进行举报，平台会进行核实处理。”

（据中新社7月3日电）



外卖商家上传平台的门面照片(上)与实际门面照片(下)的对比。