
中午到店取餐的外卖骑手


包河区金地国际城部分外卖商家环境堪忧


天珑广场地下一层的外卖商家聚集地

## 图片不相符，位置不一致，卫生不咋地

# 表里不一：合肥外卖商家“双面记”

本报记者 文/图

点外卖近年来日渐成为广大年轻人喜欢的生活方式，餐饮商家、互联网平台纷纷瞄准商机，大力开拓外卖市场。生意火了，暴露的问题也多了起来。近日，有市民反映，合肥部分外卖商家在外卖平台上的门店图片与实际情况不符，真实的情况堪忧。记者进一步调查发现，除了图片不符外，还有不少商家的店名、实际位置也与展示的不一致，部分外卖商家聚集地环境卫生不容乐观。


记者在天珑广场看到，餐饮厨具被外卖商家随意摆放在角落



外卖商家上传图片与实际店面大相径庭



图片与实际店面大相径庭

## 记者调查：多个外卖商家上传虚假门店照片

5月20日，记者在位于合肥市蜀山区的天珑广场发现，这里许多外卖商家在外卖平台上传的图片与实际情况不符，还有部分商家平台上展示的图片完全是虚假的。一家名为“虾德贵蚌埠虾王”的外卖商家，其在外卖平台上登记的地址为合肥市蜀山区潜山路天珑广场地下室A商-1092号。图片中，门店装修环境优雅，有多个堂食座位。而实际上该商家不仅没有堂食座位，且环境堪忧，小龙虾半成品被随处摆放，烹饪菜品的厨师也未按照规定佩戴口罩。记者在饿了么平台上发现，“虾德贵蚌埠虾王”在合肥市共有4家外卖店铺，另外3家分布在庐阳区、包河区、瑶海区，且4家上传的均为同一张大堂照片。

在饿了么平台，记者注意到一家名为“鮨食寿司(政务区店)”的外卖商家在该平台上传了两张图片，其中一张展示“鮨食寿司”店铺招牌，木质背景搭配发光字体；另一张图片中，工作人员正在操作台前制作寿司，背景中能看到其他顾客。而当记者根据饿了么平台上的地址找到“鮨食寿司(政务区店)”后发现，该商家所在门面没有堂食，仅入口上方有店名招牌。

记者在采访中注意到，有外卖商家在面对“能否堂食”等问题时显得十分警惕。5月20日中午，记者以消费者身份联系了位于合肥市包河区金地国际城2号公寓157商铺的外卖商家“台北小栈煲仔饭(金地店)”。在饿了么平台上，该商家上传了两张门面及大堂的照片。当记者询问能否堂食时，该商家工作人员随即反问记者身份，并表示直接在饿了么平台上下单即可，对记者的问题则始终没有正面回答。随后，记者前往“台北小栈煲仔饭(金地店)”所在地址发现，该商家并无门面或大堂，仅将一处商铺改造成操作间，入口上方挂着商家的名称，周边地面上仍有油污、污水等未清理。

在“台北小栈煲仔饭(金地店)”隔壁是一家名为“bigbear韩国炸鸡(马鞍山路店)”的外卖商家。在饿了么平台上，该商家同样上传了两张门面及大堂的照片。“那是我们之前的店面，在后面那条街，现在搬过来了，只做外卖。”当记者问及上传的照片时，该商家一名工作人员向记者说道。记者探访发现，金地国际城公寓的商铺有着大大小小十余个外卖商家，这些商家和“台北小栈煲仔饭(金地店)”一样，没有门面和大堂，仅将商铺改造成为了操作间。

记者还在美团外卖平台上发现，此处多个外卖商家仅在该平台的商家页面中上传一两张食物照片，标记为“堂食照片”，但多个外卖商家均向记者表示其只做外卖。除了图片与实际不符外，记者发现不少外卖商家在店名上也存在误导。如合肥市包河区一家名为“徐孃孃肉酱拌面(曩街店)”的外卖商家，其实际位置则与曩街有1公里的距离。类似现象随处可见：名为“三丰特色炒饭炒面(银泰店)”的外卖商家实际位置为联投中心F栋220号商铺；名为“盖东来土豆茄子饭(融创茂店)”的外卖商家实际位置为联投中心F栋202号商铺；还有不少蜀山区天珑广场内的外卖商家在外卖平台上会把自己标注成“万象城店”。

## 平台回应：处罚措施要视情况而定

对于合肥市民反映京东外卖部分标注堂食餐厅的商家与实际情况不符，记者从京东方面获悉，京东外卖已下线涉事外卖商家。京东方面表示，已开展全民共建品质外卖活动，号召全民对不规范行为开展监督。

5月20日，美团外卖官方客服向记者表示，商家在入驻时必须提供营业执照、食品经营许可证以及实体店面的门脸图和餐厅环境图，不做堂食可以不提交餐厅大堂照片，证照上的地址必须与实体店的地址一致，还要上传店主手持身份证正反照片。

拍摄的门脸图和店内环境图有什么样的具体要求？“门脸图的拍摄要求是要与申请的店铺名称一致，店内环境图与实际情况一致。”该名客服说道。

如果商家上传虚假图片，外卖平台会通过审核吗？上述美团外卖客服称，上传假照片不能过审，照片上传之后会有专门的市场经理上门核验相关信息，相关证明材料必须真实。随后，记者向其询问，如果消费者发现外卖商家的照片与实际情况不一致，向平台投诉后，会有什么样的整改措施？该名客服表示，商家违反相关规定会对其进行处罚，但具体怎么处罚要视情况而定。

## 记者手记：食品安全不应有盲区

按下手机屏幕上“确认支付”的那一刻，多少人曾对着APP里装修精致的门店图想象过实际的后厨场景？在“图片仅供参考”的背后，实则是消费者对食品安全的隐忧。

如今，当外卖成为城市生活的“刚需”，手机屏幕成为连接商家和消费者的唯一渠道，我们需要确认：平台审核的“门脸图”是否真能挡住虚假？商家标注的店名是否沦为误导消费者的噱头？那些未被镜头捕捉的角落，是否藏着被忽视的食品安全红线？

记者在采访过程中找到的每一处外卖商家，都像撕开一层精心包装的糖纸：商家线上展示的堂食雅座，线下不过是堆放半成品的狭窄操作间；线上上传的门店照片，线下却不见踪影，还把油污留在了未清理的地面……

记者不禁要问：在这一层层信息不对称的帷幕下，究竟还向消费者隐藏了多少盲区？其实，我们每一个拿起手机点外卖的消费者，都有权知道入口的食物生产于怎样的环境；我们应当要求，商家展示的“面”与实际的“里”不应隔着厚厚的壁障。消费者期待的不仅是整改，更是整个行业对“诚信经营”理念的重新塑造——让手机里的菜单不再是“照骗”，让外卖真正成为“便捷”与“安心”的代名词。