

原标题：消费者身边 到底藏了多少“鬼秤”？

记者调查消费领域缺斤少两问题

- 街边三轮车上卖特价榴莲，现场称出9.6斤的榴莲回家一称只有6.2斤；火锅店里标注120克的毛肚实称只有82克，标注200克的牛肉实称只有142克
- 记者近日通过大量走访调查了解到，从线下到线上，从生鲜到熟食，从路边摊到品牌店，都存在不同套路、不同程度地缺斤少两现象，“鬼秤”隐藏其间
- 对于商家使用“鬼秤”、缺斤少两的行为，有明确的法律规制，商家不仅要承担相应的民事责任，还可能受到警告、罚款乃至吊销营业执照等行政处罚
- 打造法治化治理模式，立法上完善惩罚性赔偿规则，执法上加强监管形成合力，司法上加大惩治力度，同时强化商家守法经营意识和消费者自我权益保护意识，破除这一破坏市场秩序的顽疾

法治日报记者 张守坤 韩丹东 周斌

标注120克的毛肚实称只有82克，标注200克的毛肚实称只有126克；标注200克的牛羊肉，有的店实称为172克，有的店只有142克……这是今年2月，在某短视频平台粉丝超1500万的博主“superB太”去上海多家火锅店体验时记录下的一幕。

“我并没有特意选择哪个品牌的火锅店，这5家火锅店都是同一天去体验的，其中只有一家够分量，其他4家都存在缺斤少两的现象。没想到火锅店缺斤少两问题那么严重。”“superB太”近日接受《法治日报》记者采访时回忆说，商家面对质疑，用各种理由推脱，比如食材上有水，切肉师傅是新来的，食材升级菜单没有及时更新等。

“superB太”的遭遇并非特例。记者近日通过大量走访调查了解到，从线下到线上，从生鲜到熟食，从路边摊到品牌店，都存在不同套路、不同程度的缺斤少两现象，“鬼秤”（做了手脚的电子秤）隐藏其间。

多位受访专家说，解决“鬼秤”及缺斤少两问题，应打造一个法治化治理模式，立法上完善惩罚性赔偿规则，执法上加强监管形成合力，司法上加大惩治力度，同时强化商家守法经营意识和消费者自我权益保护意识，破除这一破坏市场秩序的顽疾，营造诚信经营的良好氛围。

水产店路边摊鬼秤频现

六斤榴莲称出近十斤重

“泰国金枕榴莲，特价19.9元/斤。”前不久，江苏省常熟市居民刘蓓蓓（化名）下班回家路上，看到街边三轮车上卖榴莲的小摊贩打出了这样的促销广告。感觉价格比超市便宜了不少，她就停下来挑了一个。

一称重，9.6斤。老板很热情，说帮她把榴莲皮剥了，如果发现里面的肉坏了，现场包换。“我当时还觉得老板的心真好。但因为想试试用榴莲壳煲汤，就没让老板开榴莲，结果到家后，我妈一上手就说分量不对，一称只有6.2斤。”刘蓓蓓说。

刘蓓蓓提上榴莲赶回去准备找摊主理论，发现人早已不见了。她把自己的经历发到了网上，立即引来一堆人吐槽，很多人都说自己也上过同样的当：摊主现场开榴莲，把榴莲壳留下，回头消费者哪怕发觉分量不对，也无法证明存在问题。

还有网友说，摊主用的是“鬼秤”，自己曾经带着秤去买路边摊上的榴莲，摊主根本不卖给他。

采访中，多位消费者均称自己遇到过“鬼秤”，“鬼秤”在生活中比比皆是。

来自山东临沂的吴云告诉记者，今年3月，他到青岛某夜市一家海鲜摊买海鲜时发现，前面的顾客没点多少却价格不菲，轮到他时，他跟老板开玩笑道，“你的秤准吗”？老板毫不犹豫地肯定说肯定准。

他迅速掏出手机就往秤上一放，显示超220克，而其手机实际重量为170克左右。老板的脸瞬间“黑”了下来。

吴云告诉记者，有了这次经历，他出门买东西都会随身带个电子秤，前两天在地铁口买草莓时发现，2斤的草莓只有1.7斤。摊主瞟了他一眼，补了一堆草莓。

“随身带个电子秤，比和人讲价管用多了，但这么做的人在生活中还是少数。”吴云说，特别是路边摊、集市摊、夜市摊，流动性强，人们也不会常去，可能不知不觉就被一些不良商家坑了，事后想要维权很难，而且往往差的钱也不算多，很多人也就懒得追究了。

类似的经历，北京的孙静（化名）也曾遇到过。孙静家住在北京东四环外，附近有一个海鲜市场。她去买过3次海鲜，每次都遇到了缺斤少两现象——前两次是“鬼秤”，一次买回家称发现有问題，还有一次直接在市场用公平秤发现有问題，找商家退了90元；第3次是袋子里装了很多水，倒完再称分量少了不少，最终商家退了她20元。

“想要买个海鲜不被坑，太难太累了。”孙静感慨道。

除了街边小贩、海鲜水产店，火锅、麻辣烫等不少店铺都会标注食品重量或称重计算价格，记者近日拿了新买的厨房秤随机走进天津市和平区一商场内的麻辣烫店，点菜后发现重量差约10%。

麻辣烫店内的电子秤显示记者选的菜重420克，而记者用自己的秤称完后发现，重量仅为385克。记者注意到，店里用的电子秤并没有质检标签。

面对记者对分量的疑问，老板显得有些慌乱，眼神不住地向正在用餐的顾客瞥去。随后，老板在店里找了四五个取菜盆，在电子秤上来回调试，最后解释说：“今天周六，我让孩子过来看会店，他可能不知道电子秤怎么用，按到什么键了……”重新计量后，食材重量为380克。

来自安徽宿州的孙俊经营一家活禽鲜鱼宰杀店多年，他告诉记者，他去专卖店购买电子秤时，就有商家问他要不要调秤，把秤拆卸重装程序后，就可以变成“鬼秤”：“单价重量总价都是对的，只要按顺序按几个键，1千克的砝码放上去就会显示1.1千克，甚至更多，重新启动又会恢复正常。”

孙俊说自己只想踏踏实实做生意，没有选择“鬼秤”，但身边存在“鬼秤”现象，特别是活禽鲜鱼现杀，使用“鬼秤”不容易被发现，因为“宰杀处理后，谁还知道原先到底重多少，完全‘死无对证’，轻个几百克是常有的事”。

孙俊说，在进鱼的时候他观察到，电子秤是正常的时候，屏面靠左第一、第二两个亮的小格左角都有小三角，要是第二个格没有小三角，很可能这台电子秤就被做了手脚。但如果不是内业人员，几乎不会注意到这点。

线上购物缺斤少两常见

生鲜水果零食为重灾区

随着电商平台、直播带货的兴起，线上消费成为人们生活的重要组成部分。记者调查发现，线上购物缺斤少两的问题也很普遍，其中生鲜水果、零食等为重灾区。

在黑猫投诉平台，记者以“缺斤少两”为关键词进行搜索，有超过4500条相关投诉，不少与网购零食有关。为此，记者近日在某电商平台的4家不同店铺下单了4份零食，3月13日收到所有零食后称重发现，其中3款存在缺斤少两。

具体为：某品牌500克菠萝蜜干实称406克、某品牌500克巴旦木实称430克、某品

牌500克猪肉脯实称443克。以上重量都是在未去包装和袋内干燥剂的情况下进行的称重，如果算净重则相差更远。值得注意的是，这些店铺在介绍页面都写着“×年老店”，有两款零食显示已拼10万+件。

让人感到有些意外的是，当记者拍照向3家店铺客服反映缺斤少两的情况后，3家店铺都很痛快地提出赔偿差额。但当记者称希望可以按照消费者权益保护法第五十五条获得3倍赔偿（不足500元按500元）时，对方均表示不接受。

记者向电商平台反映情况后，对方来电表示将把商家缺斤少两行为记入诚信考核，并根据平台规定对商家进行流量限制和处罚。同时，帮记者申请了退款不退货的售后服务。

实际上，在社交平台，有大量消费者反映网购缺斤少两问题，极端情况有“买了4斤糖果，到手发现只有1.5斤”“下单两斤野菜，到手只有一半重量”等。记者注意到，直播带货被广为诟病。

说起在直播间购买大虾的经历，来自江苏徐州的陈先生就气不打一处来。前段时间，他进入某品牌官方旗舰店的直播间，看到主播正在介绍一盒长度为30厘米至40厘米的大虾，号称净重3斤，足量发货。看到价格实惠，他就下了单。

收到货后，陈先生把虾带包装上秤称重，只有2斤6两。要是去掉包装和里面的碎冰，估计还得少2两。“这样缺斤少两，明摆着欺骗消费者。”他把称重图发给客服，客服回应称，生鲜在运输过程中的水分会减少，损耗在所难免，出库前的重量是3斤，不予赔偿。

“你这不是糊弄顾客嘛！做生意起码的诚信在哪里？”见陈先生“不依不饶”，客服最终同意补差价。

“4两虽小，但寒了消费者的心。”陈先生对记者如是说。

来自北京的小张是一位网购达人，他告诉记者，自己在直播间购物吃过不少亏，说5斤到手4斤，说4斤到手3斤，诸如此类是常有的事，向客服反映，有时能补差价，有时以“5斤是毛重”推脱，有时则置之不理。

她说，现在选购商品时一定要留个心眼，不但要听主播怎么说，更要仔细看商品介绍，最好认真看下评论区。按照她的指引，记者进入一个出售水果的直播间，一款5斤装沙瓤西红柿，主播说得天花乱坠，而评论区最新评论不乏“重量不够！仅有4斤！”“缺斤少两！骗人的”等评价。

除了分量不足外，记者发现，直播间里的生鲜水果还存在尺寸、规格方面的“缺斤少两”——很多直播间销售的水果会分小果、中果和大果三种规格，且在商品详情页标注每个规格的具体克重，如小果50克起、中果70克起、大果110克起，价格也随之增长。

然而，不少在直播间下单大果的消费者收到货后却发现，大果里混装着不少中果或小果，甚至大多数都是中小果。

来自湖北武汉的陈晓（化名）前几天在某直播间下单了一箱牛油果，选择的规格是“单果140克至180克，一箱8颗”。收到货后，他感觉这些牛油果明显比直播间展示的小了一圈，称重后发现每颗都只有100克左右。“这是明目张胆的欺骗行为。”陈晓气愤地说道。

“果子很小，不像直播间说得那么大”“买的大果，发的‘乒乓球果’”……在该直播间评论区里，消费者发泄着对商家的不满。

依法规制仍然屡禁不绝

维权行为少违法成本低

记者梳理发现，对于商家使用“鬼秤”、缺斤少两的行为，有明确的法律规制，商家不仅要承担相应的民事责任，还可能受到警告、没收违法所得、罚款乃至停业整顿、吊销营业执照等行政处罚。

北京高界鹏凯律师事务所主任张仲凯说，商品缺斤少两，显然侵害了消费者合法权益，涉嫌违反消费者权益保护法、广告法、反不正当竞争法等相关条款，直播带货存在缺斤少两问题，还涉嫌违反《网络直播营销行为规范》。

“营销时夸大宣传，交付时缺斤少两，这不仅与民法典关于弘扬社会主义核心价值观、民事主体从事民事活动应当遵循诚信原则，禁止实施欺诈等法律精神相背离，也违反了电子商务法、消费者权益保护法、网络直播营销管理办法（试行）等法律法规和政策，严重侵害消费者知情权、选择权和公平交易权，扰乱了正常的市场秩序。”中央民族大学法学院教授段威说。

记者注意到，不少电商平台针对商家缺斤少两等不良行为推出系列处理措施，比如限制该商家店铺（包括关联店铺）账户资金提现，对店铺商品做下架或屏蔽链接处理，商品不会在搜索首页出现；情节严重的终止与该商家的合作，清退该店铺，并向市场监管部门反映。

执法部门也在积极行动。如3月6日，福建厦门八市海鲜市场的一户商家，因为缺斤少两被执法部门挂黄牌警告。

然而，“superB太”近日去实地探访发现，这个海鲜市场里，依旧有一些商家存在缺斤少两行为：一家榴莲摊主在“superB太”掏出电子秤后直接生气表示不卖了，另一家付钱后再称发现少了300克，而市场的公平秤就在这家店对面。一家海鲜店售出的海鲜在旁边的公平秤上发现少了250克，店家被告知后立马补上。

为何哪怕被黄牌警告，哪怕公平秤就在附近，一些商家依然选择“暗度陈仓”？

在中国政法大学副教授朱晓娟看来，这与消费者的“宽容”有一定关联——发现缺斤少两后，很多消费者往往因为金额不大而放弃投诉、维权；有些消费者告知商家后，商家进行补偿或给予一些优惠券，消费者通常息事宁人。这让一些商家有恃无恐。

华东政法大学经济法学院教授任超分析说，缺斤少两最明显的特征是单次数额较小，因此很难被消费者发现。即便被发现，商家也会以误差等为借口补足，大部分消费者也不会为这点“小事”追究到底。特别是一些火锅店、麻辣烫店，往往是选好食材直接下锅，消费者缺少反映时间。而流动摊位对需要长期诚信经营形成商誉的依赖性较弱，大多数为“一次性生意”，有人持有坑到就是赚到的想法。

“就监管而言，一方面基于前述的原因，缺斤少两的套路具有隐秘性，数额小，流动性大，监管部门难以发现，难以取证；另一方面，即便发现查处，现行规范体系下惩罚力度有限，与获利相比，违法成本低，商家也很容易卷土重来。”任超说。

那么，惩罚性赔偿能否成为解决缺斤少两的利剑？

记者调查发现，想适用惩罚性赔偿并非易事，记者就所购商品缺斤少两，希望得到3倍赔偿向商家所在平台寻求帮助，平台以自己不是监管部门，无法要求商家作出赔偿为由，拒绝提供帮助。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江告诉记者，并非向市场监管部门提出申请就一定能获得赔偿，根据《侵害消费者权益行为处罚办法》，需要证明经营者提供商品或服务存在欺诈行为才能申请3倍赔偿。

“欺诈一定侵犯了消费者知情权，而侵犯消费者知情权不一定是欺诈，有可能是商家无意标注或计算错误所致。如果监管部门调查或法院判决认定商家存在欺诈行为，则根据具体情况进行赔偿、退换货处理等。”陈音江说，根据电子商务法，平台的主要责任在于审核商家资质，监督商家所售商品质量安全等，顾客维权的，平台

应当履行协助义务，如果明知或应知商家存在侵权行为仍不采取相应措施才承担责任。

重点监管结合长期整治

法治化治理模式破顽疾

如何解决“鬼秤”现象，减少缺斤少两问题发生？

朱晓娟认为，流动摊贩的管理是市场监管中的一个难点，从性质上看，如果其常态化经营，则属于商事主体，应该依法办理市场主体登记，通过把好登记入口关、抽查监督关以及事后追责关，预防缺斤少两的情况；如果是流动摊点，消费者通过支付可以识别摊贩的相关信息，发现缺斤少两等问题，可以向市场监管部门举报。

任超说，就消费者而言，需要增强自我权益的保护意识，掌握基本识别“鬼秤”的方法，如在购物前留意计价秤是否粘贴有“强制检定合格证”等信息，在活禽宰杀等缺斤少两高发区，尽量在市场的公平秤上进行复称后宰杀，发现缺斤少两及时保存证据，并积极的投诉与举报。就消费者协会而言，需要充分发挥自身职能作用，畅通投诉渠道，维护消费者合法权益。

“广大消费者要摒弃‘多一事、不如少一事’‘怕麻烦’等心理，勇于、善于拿起法律武器，维护自身合法权益，首先需妥善保存证据，然后依法、及时采取行动。”段威说，建议完善立法，让消费者协会等组织在净化市场环境、维护交易秩序、保障消费者权益中发挥更大作用。

“市场监督管理部门作为综合执法部门，不仅需要及时受理消费者投诉，健全完善‘投诉—处理’机制。更需要充分发挥行政机关的主动性，严厉打击违法行为，遏制市场缺斤少两的不良之风，推动重点监管与长期整治相结合。即需要定期开展专项整治活动，重点关注流动摊贩以及市场中的电子计价秤是否存在未经检定、检定不合格或者超过检定周期使用，未设置公平秤等情况，还需要持续跟进监管，避免出现执法队伍前一秒离开，后一秒‘鬼秤’便‘春风吹又生’的现象。”任超说。

对于直播间销售商品缺斤少两问题，北京天驰君泰律师事务所高级合伙人饶伟说，直播平台承担着管理者的职责，如果平台能够从主播的行为中直接获得经济利益，则承担较高的注意义务，应当对内容的真实性负责，反之则承担一般注意义务。“目前多数平台属于盈利性平台，其应当加强监管制度，对于产品的质量把好关，设置相应的惩罚机制，对于广告发布者的违约责任可以相应提高，同时履行好对产品的检查或抽检，保证产品质量，源头减少缺斤少两现象产生。”

他还建议，进一步规范主播行为，增强主播和MCN（主播合作的第三方商家或中间机构）机构的法律意识，对主播和MCN机构进行常态化法治宣传；平台应颁布严格的禁止性和违约性条款，规范约束主播和MCN机构的行为，加强监督管理，对于违法违规的直播行为，应当给予警告和惩戒；完善投诉等售后机制，针对消费者的投诉，建立完善的服务通道，及时处理相关投诉、举报，给予消费者良好的售后服务。

在段威看来，网络直播营销等商业行为对灵活就业、拉动消费、促进经济等发挥了积极作用，要打造一个法治化治理模式：立法方面，适度扩大消费者保护组织职权，及时完善惩罚性赔偿规则，切实维护消费者合法权益；执法方面，各级各类监管部门积极作为，形成合力，行业自律组织增强规范功能，形成全方位、立体式监管体系；司法方面，努力提升司法机关消费者权益保护专业化水平，适时推进消费者公益诉讼制度扩大适用；守法方面，商家强化守法经营意识，社会参与提升监督水平，让违法行为无所遁形。

受访专家一致认为，破除缺斤少两这一破坏市场秩序的顽疾，不能仅仅依靠消费者自身或者某一部门的单一力量，而需要强化社会共治，形成“消费者积极行权，社会团体加以辅助，行政机关主动监管”等多位一体的诚信计量运行机制，才能有效破除套路，营造诚信经营的良好氛围。

来源：法治日报