

新消费
激活新动能

文/图 羊城晚报记者 黄颖琳

“走进天河区国六宝肉菜市场，早餐店热气腾腾，肉菜档口不时传来吆喝声。这里，有赶着吃完早餐开工的上班族，有拎着拖车来买菜的老人家，也有骑着车的外卖小哥，为大家的口腹之欲忙碌。”这是小张“逛100个菜市”计划的最新一站。在她眼中，逛菜市和逛公园一样，是抽离工作之外的体验。

打开小红书，搜索“菜市场漫游指南”，相关话题浏览量高达1.1亿。当年轻人开始把菜市场列入City-Walk（城市漫步）目的地，他们到底在逛些什么？或许，在于人间烟火，在于芸芸众生。菜市场是触手可及的“附近”，人们从中感受四季流转与人情温度。更重要的是，近年来，越来越多菜市场通过叠加休闲、社区服务、文化展览等业态，颜值和功能双重焕新，升级为“15分钟生活圈”核心节点，同时也增加了社交和文化属性，成为当代“复合型公共空间”，由此实现民生与商业的共生。

“菜市场漫游指南”浏览过亿，为何年轻人爱上这口烟火气？

这届年轻人立下Flag：
要逛100个菜市场

打卡：当菜市场成为CityWalk新宠

传统观念里，逛菜市场本是中老年人的日常，但如今，年轻人的面孔也渐渐多了起来。在小红书上，“菜市场漫游指南”相关话题浏览量已过亿。90后的小张在广州从事品牌行业，她给自己制定了一个名为“逛100个菜市”的计划，目前已打卡超过30个，如棠德综合菜市、上社肉菜市场、员村市场、石牌菜市场、体育东市场、侨怡苑肉菜综合市场、龙津市场等。

谈及最近一次Market Walk（逛菜市），小张向记者分享：“起初只是被国六宝肉菜市场的名气吸引过去的，进去之后发现，它更像一个小小的街市，先看到早餐店，接着是服装店、理发店、按摩店，走到市场中段，肉菜档口才集中些。”

对她来说，逛菜市和逛公园一样，主打一个体验，可以暂时逃离工作节奏。“虽然不常做饭，但只要路过菜市场且时间允许，都会进去看看。我属于买得少、逛得多，看得多的人，有时候一

次意犹未尽，还会专门再找时间去一次，好好感受和体会。”“每到一座新的城市，必去的地方是菜市场，可以感受不同地域的市井文化和生活气息。”大学生阿诚调侃自己为“菜市场游民”，他举例说，“之前去过福建南平市的仙阳市场，那些摊主都很热情亲切；去了潮州的枫春市场，和朋友尝试了蚝仔烙、炒粿条；还去了云南的弥勒菜市场，各种各样的蔬菜水果一起摆放，看了心情都能高兴起来。”

此外，阿诚还喜欢到菜市场附近街道闲逛，用相机捕捉一些路边小摊的鲜活面孔和故事，发布在社交平台上。正如汪曾祺老先生在《食道旧寻》中提到：“买菜，也多少是运动。我是很爱逛菜市场的。到了一个新地方，有人爱逛百货公司，有人爱逛书店，我宁可去逛菜市场。看看生鸡活鸭、鲜鱼水菜，碧绿的黄瓜、通红的辣椒，热热闹闹、挨挨挤挤，让人感到一种生之乐趣。”



东山肉菜市场“彩色走廊”



大塘生鲜市集蔬菜区上扬的标语网感十足



越来越多菜市场融入文化和旅游元素，在方便附近居民买菜的同时，也成为体验文化、品味历史的打卡地

消费新观察

羊城晚报财经评论员 威耀祺

据新华网报道，市场监管总局将推动建立完善生产经营单位食品安全风险隐患内部报告奖励机制，发挥食品从业人员“内部知情人”作用，鼓励其主动参与监督。

意见指出，食品从业人员可通过“全国食品安全内部知情人举报系统”，选择向所在单位或市场监管部门报告风险隐患；生产经营单位相关负责人收到报告后，需及时组织核查，核查属实的要尽快整改到位，依据隐患大小给予报告人员不同程度的奖励，对报告重大隐患的予以重奖。

对消费安全来说，就是一句实话，内部爆料有奖。

究其原因，食品安全外部监督太难太慢太表面。因为企业生产都是关起门操作，后厨也不会给你完全公开。食品生产流程中的添加剂使用、卫生管理等风险点往往具有隐蔽性，外部监管难以及时发现。一线员工作为“内部知情人”，能够穿透组织壁垒提供精准线索。如有的国家推行内部举报人保护制度，就使企业自查率提升40%，印证了内部监督的有效性。

相比政府抽检等传统监管

企业自律不会自动自觉
奖励内部曝光黑心货早该如此

方式，内部举报具有靶向性优势。因为监督成本高昂，监督不到位，不精准，这已经成为市场监管中普遍的弊病。内部报告机制可优化资源配置，将有限监管力量集中于高风险领域。

这样一来，企业就得更加自律，对于构建企业的约束也就有了内生动力。奖励机制将食品安全与企业内部治理绑定，倒逼企业完善质量管理体系。

有资料显示，美国《食品安全现代化法案》要求企业建立员工举报渠道后，相关企业食品安全违规率下降约25%，显示制度

设计能产生行为引导作用。

不过，也要注意相关副作用。如果不正视甚至可能让一项机制走向消亡。一个是举报者权益保障困境，遭遇职场报复是最常见的。因为一旦被揭发，能知道内情的人员随之也可能身份暴露。同时，举报人本身也可能是违法的长期参与者，人身安全与法律制裁的双重压力，会严重阻碍举报的发生。为了保护举报人，相应该以举证责任倒置规则，才有可能减轻举报人维权负担。

此外，恶意举报也是一个必然的副产品。作为“牛马”的某些员

工举报老板这不好那不好是很容易的。那么举报奖励制度也要建立分级评估机制，设置专家委员会对举报线索进行专业评判。

从近年来曝光的食品安全问题来看，内部网上爆料已经超过一般的媒体发现和部门抽查，成为了主流。多少消费者就是因为看了这些爆料，而提升了自我防范意识。因此“内部知情人”政策的推出势在必行。尤其是对预防重大食品安全事故的举报，更是要给予重奖且上不封顶，才能让内部人监督这股力量真正爆发出来。

健身、婚介、摄影……
当心这些“消费套路”

广州市场监管部门出手整治

羊城晚报记者 詹淑真 通讯员 穗市监

扫雷

“霸王条款”“赖账不退”“卷款跑路”……个别商家的违法操作，严重损害消费者的权益。广州市场监管部门持续加大预付式消费领域整治力度，近期面向社会公布6起预付式消费领域典型案例。



摄影行业普遍采用“预付费+预约制”模式（图文无关） 新华社发

“霸王条款”现形记

“霸王条款”套路深，遇到请坚决说不！

广州某健身有限公司
利用格式条款排除或限制消费者权利案

2023年9月，海珠区市场监管局在日常监督检查中发现当事人涉嫌违反《合同行政监督管理办法》相关规定。

经查明，当事人向消费者销售私教训练课程时，合同中“甲方在签订本协议前，有权在乙方教练名单中自由选择私人教练，一经选定，甲方不得随意要求更换……”“……因甲方自

身身体原因或其他原因导致训练过程中受到伤害的，乙方不承担任何责任”，含有排除或限制消费者依法自主选择服务权利、免除或者减轻经营者造成消费者人身伤害依法应当承担责任的內容。

当事人的上述行为违反了《合同行政监督管理办法》第七条第一项、第八条第三项的规定。

2024年7月，依据《合同行政监督管理办法》第十八条、第十九条和《中华人民共和国行政处罚法》第二十九条的规定，海珠区市场监管局依法作出警告、罚款30000元的行政处罚。

“爱情买卖”藏陷阱

近年来，婚介行业迅猛发展，但也存在诱导签订高额服务合同、设置模糊的限制性条款拒绝退款、机构登记地址与实际经营地分离等个别乱象。

广州市某信息技术有限公司
故意拖延退还服务费用案

2023年10月，天河区市场监管局根据线索对当事人经营场所进行执法检查。

经查明，当事人不在登记地址实地经营，执法人员多次发出询问通知书，其均未接受询问调查。经消费者配合调查，查明消费者郑某某、黄某某、张某分别于2023年4月16日、2023年4月15日、2023年4月21日与当事人签订了《会员服务合同》。

在消费者提出退款诉求后，经双方协商，当事人与消费者郑某某、黄某某、张某分别签订了《合同解除协议》和《VIP会员服务合同》终止协议》，约定在签订协议后90个工作日内退还18000元、25483元和11760元。但当事人自约定期满后之日起超过十五日均未给上述消费者退款，故意拖延履行退还服务费用义务，未退还费用共计55243元。

当事人的上述行为违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第八条第二项的规定。2024年3月，依据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十四条和《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条的规定，天河区市场监管局依法作出警告、没收违法所得55243元、罚款55243元的行政处罚。

“卷款跑路”遭重罚

当前，摄影行业普遍采用“预付费+预约制”模式，但由于抗风险能力弱、逃废成本低和合同责任规避等问题，个别无良商家动了“卷款跑路”的念头。

广州市某摄影有限公司
故意拖延及无理拒绝退还服务费用案

2024年9月，番禺区市场监管局发现当事人投诉工单数量异常猛增，对当事人的经营场所进行执法检查。

经查明，当事人采取预收款方式，先向消费者收取摄影款，后由消费者预约时间进行服

务。然而，当事人停止营业导致不能向消费者提供既定服务，也无法退回先前的预收款。

同时，消费者曾向当事人提出补足商品或退还服务费用的合理诉求，但当事人仅以一张《歇业说明》回应，故意拖延或无理拒绝合理退款要求。上述行为违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第十条的规定。2025年1月，依据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十四条和《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条的规定，番禺区市场监管局依法作出罚款160000元的行政处罚。



大塘生鲜市集设置“食文化”展览