

网上能买到网红奶茶同款配方?

专家:涉嫌侵权或欺诈

■袁璐

“天天排队去买的喜茶,竟然网上有卖号称同款的企业配方?”市民雷女士日前发现,不少电商平台上都有企业公然出售企业奶茶配方的全套资料,包括鹿角巷、喜茶、一点点、奈雪、coco等当下时兴的网红奶茶,“总共17个品牌的配方,全套下来不到50元,还能享受一对一指导,这是真的吗?”

调查发现,这些“内部配方”来源渠道存疑。喜茶相关负责人则表示,“售卖官方内部配方的谣言一直都存在,不法分子打着各种品牌旗号,哪个热门就贴上哪家品牌的标签,希望公众不要被这种噱头谣言所蒙骗。”

老板要求 “996工作制” 你该怎么办?

律师为你解读

■温婧

互联网行业的“996工作制”话题持续发酵。所谓“996工作制”,即早9点上班,晚9点下班,一周工作6天。对此,律师表示,企业让员工加班需要支付相应的加班费,且不论是否支付加班费,也要遵守《劳动法》中的工时制度,强制要求员工“996”属于违法行为。

不加班就完不成绩效
任务压顶员工主动加班

据调查,在互联网行业,员工普遍一天工作时间在10个小时左右,软件开发等核心部门加班最为严重,“996”或者“10·10·6”是家常便饭,遇到新项目上线、系统更新等状况,更需要泡在公司。

还有员工表示,公司虽然不强制下班时间,也不强制打卡,但会为员工背上严重的KPI(业绩考核)负担。

某大型互联网公司的软件工程师表示,大多数时候是压力太大、工作任务多所致,“事情太多做不完,不加班就完不成绩效。”

还有员工表示,“基本上正常上班时间,活肯定是做不完的。根本不用打卡,大家都很拼命。”

餐补车补变相鼓励加班

有些公司不要求加班,但会变相鼓励加班。比如,一些公司会提供“餐补”,如果加班到9点,公司发放15元的夜宵餐补;还有的公司提供“调休”,如果加班到比较晚,或者周末加了班,可以选择一天补休。

还有的员工表示,公司以“福利”的形式变相鼓励加班。比如将免费晚餐的时间安排到19点,这就在无形中推迟了晚餐时间、延长了下午的工作时间;还有的公司开通快车企业账户,在晚上9点半之后用该账户打车且出发地是公司,才可以享受免费打车服务,这样就变相鼓励了员工加班。

加班客观降低时薪

据调查,绝大多数公司都没有“加班费”一说。这就代表着员工每天工作10小时乃至12小时,如果其工资不变,其时薪就会随着工作时间的延长而减少。根据BOSS直聘的数据,去年北京、上海、深圳、广州、杭州等多个城市的互联网行业员工,其平均薪资都过万。

假如某月薪1.5万元的员工,按照22天工作制来说,日薪为681元,按照8小时工作制,其时薪是85元;然而按照12小时工作制,其时薪为56元。如果每周工作6天,每月工作26天,其日薪就是576元,“996”工作制下,其时薪就是48元,比正常下班的员工的85元时薪少了近一半。

“网红奶茶”同款配方热销

笔者打开雷女士发现的网红奶茶配方售卖的产品链接,看到该产品月销量达611笔,销量可观。据商家介绍,只需49.9元就可购买含鹿角巷、喜茶、一点点、奈雪、coco、米芝莲等17个品牌在内的产品配方,包括饮料、甜品、果汁、小吃等。“现在加盟费很高,不是每个创业者都有那么多资金,我希望可以帮到更多的人开店。”该名店主表示,购买配方产品的顾客大多是想要自己开奶茶店却又不想加盟的人。

这种网络销售网红奶茶企业配方的现象并非个例。笔者看到,在淘宝、闲鱼等电商平台,均

有大量关键词为“网红奶茶配方教程”的产品出售,不少月销量破百。一些店家展示的网盘链接里还含有原料采购清单、进货渠道、设备清单等,还建有多个培训群提供指导以及更新服务。值得注意的是,在多家店铺中,笔者看到,不同店铺出售的各家奶茶内部配方资料封皮基本相同。

不过,也有不少买家对这些奶茶配方的真假提出质疑。“店家提供的视频和文字版对不上,用视频版发现没有具体材料的比例,按照文字版做出来的材料比例也对不上,杯子装不满,这个所谓的官方资料是真的吗?”一名买家留言称。

喜茶回应:“出售配方均为假冒”
“倘若这些出售的资料为真,自己从打工的门店拿出来分享的。而另一名来自上海的卖家也表示,自己在奶茶店工作4年多,熟悉奶茶制作流程,希望通过分享图文视频资料帮助他人开店。笔者看到,不同店铺出售的各家奶茶内部配方资料封皮基本相同。

喜茶有关负责人则回应称,所谓的“内部企业配方”均为假冒。“这种谣言一直都存在的,之所以是谣言,就是因为真实性无法考证。不法分子打着各种品牌的旗号,贩卖配方,早有存在,哪个品牌热门,他们的配方就会被贴上哪个品牌标签。”

那这些卖家肯定侵犯了企业的知识产权。如果配方为假,那这些店家则涉嫌欺诈消费者。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示,一个规范性的餐饮企业对接触到配方的相关人员一定会签订有关的保密协议,员工如果擅自出售有关信息,需要承担相应责任。这意味着,相关企业店里把配方拿出卖,这一行为并非卖家所说的“分享”那么简单。

喜茶有关负责人则回应称,所谓的“内部企业配方”均为假冒。“这种谣言一直都存在的,之所以是谣言,就是因为真实性无法考证。不法分子打着各种品牌的旗号,贩卖配方,早有存在,哪个品牌热门,他们的配方就会被贴上哪个品牌标签。”

伪造证据 违反诉讼诚信: 拘留10天!

■林静

某保为证明其诉求,拿出一份“卖房证明”,证明上表示,该房是陈某以儿子聂某忠名义所购买,房款系陈某亲手支付给王某达,故房产归陈某所有。证明落款处有卖房人王某达签名并捺印。

被告聂某忠辩称,此证明系聂某保伪造,请求鉴定真伪。

承办法官询问聂某保涉案证明是否真实,聂某保信誓旦旦表示证明真实有效。

为查清案件事实,承办法官决定前往王某达家核实相关情况。王某达表示,他从没有写过这样一张“卖房证明”,证明上的签名和捺印均不是他所为,可由鉴定机关鉴定真假。

承办法官再次询问聂某保,严厉告知其伪造证据的严重后果,在法律的威慑下,聂某保承认该“卖房证明”中“王某达”的签字捺印均是系他伪造所为。

法院认为,聂某保提供伪造的证据,妨碍案件审理,扰乱民事诉讼秩序,决定依法对聂某保处以拘留10日的处罚。

在此法官提醒,提交虚假证据既损害他人合法权益,又妨碍法院审理秩序,影响司法,严重侵蚀社会诚信。当事人在诉讼中应该依法举证、如实陈述,如果做出妨碍诉讼的行为,将受法律的严惩。

聂某保诉称,聂某忠并不是涉案房屋的真正购买者,因为当时每位职工只能享受一套集资房,母亲是借名购买,实际出资人是母亲陈某。聂

被偷的“祖宗宝贝” 追回来了

三门公安局破获一起
盗窃600年宗祠文物案

通讯员林利军 记者潘仙德报道 日前,台州市三门县公安局刑侦大队视频专家通过对周边公路上的视频侦查,破获一起文物盗窃案,两件600多年的宗祠文物木雕归原主。

“郑氏宗祠里文物被盗,我们一边对村里有前科人员进行排查,一边对有盗窃古建筑刚刑满释放人员进行排查。”珠岙派出所副所长洪方青说,自从案件发生后,他和同事是吃不好,睡不好,每天工作到深夜,可疑人员一一排查,案件却毫无进展。

“不好,两根柱子上的木雕不见了,仔细一看,是被人用锯子锯走的。”会长郑士培吓得一身冷汗,这可是老祖宗修建的郑氏宗祠,已有600多年,每一件对村民来讲都是宝贝,他赶紧向村干部汇报,然后拨打110报警。

郑氏宗祠是三门县重点文物保护单位,案件发生后,县文物单位和县领导非常重视。副县长、公安局局长程凌杰要求“无盗抢县”专班发布预警,并指示刑侦大队全力协助珠岙派出所侦破此案,防止类似案件再发生。

更糟糕的是,3月25日,浙江范围的郑氏家族派代表前来郑氏宗祠举行隆重的清明扫墓仪式,祖宗的“宝贝”失窃,让高村的村民们感到十分惭愧,他们对小偷深恶痛绝。

“压力很大,自‘无盗抢县’创建以来,我们在控发案上铆足了劲,没想到还是发生了盗窃案,当时村民报警称两件失窃木雕价值在五六十万元,这可是以警以来第一次遇到这么大的案件。”珠岙派出所教导员叶梓良说,为侦破此案,全所民警警民一股劲。

随后,民警乘胜追击,在宁海县将另一名盗窃嫌疑人抓获,并在其家中搜出高村郑氏宗祠里两件被盗的木雕。

经查,盗窃嫌疑人史某和葛某宁海人,驾驶员潘某江苏人,他们对3月23日晚在郑氏宗祠盗窃木雕一事供认不讳。

民警通过现场勘查,发现

长兴开展特种设备安全 专项监察执法检查



4月上旬以来,针对特种设备突发情况多、操作人员安全意识不高等情况,湖州市长兴县市场监管局深入开展特种设备安全专项监察执法检查,对发现安全隐患的企业下达特种设备安全监察指令书,责令整改。图为近日该局特种设备安全监察执法人员在一家特种设备使用单位检查锅炉。

通讯员孙建新、程桑桑

摄影报道

学步车、游泳脖圈…… 热销育儿用品 谨防“踩雷”

叮当作响的学步车、透明可爱的游泳脖圈、各色图样的儿童床围……在婴幼儿家庭,这些育儿用品“出场率”很高。不过近三年来,儿童因床围窒息身亡的案例屡见报端。调查发现,育儿用品消费中存在隐患,一方面动辄上万销量的商家不提示风险,另一方面家长也普遍存在侥幸心理,业内专家表示,一旦发现某育儿用品存隐患,应及时避免以免追悔莫及。

学步车、游泳脖圈等网上热销

“帮妈妈解放双手,不让孩子输在起跑线。”在某声称为英国品牌的婴儿用品天猫店中,笔者看到,其售价在100多元的婴儿学步车月销超过4000笔。“安全”一词在其商品介绍页被反复提及,声称配套安全脚垫、防滑安全带以及宝宝防摔枕等,并打出了“儿科医生推荐使用”的宣传语。仔细浏览销售学步车的多家网店可以发现,“防O型腿”、“防侧翻”、“多功能”等是介绍的关键词,无一家标注安全警示。

随着亲子婴儿游泳馆遍地开花,塑胶充气的游泳脖圈也十分走俏。笔者看到,这些游泳脖圈造型大同小异,经过简单充气后

套在婴儿脖子周围使用,天猫一家店的月销量达到1.5万笔。这些热销的游泳脖圈无一例外地强调产品光滑无毛刺,采用食品级环保PVC材料,舒适度甚佳。为了显示其产品的亲肤程度,有商家还贴出了游泳脖圈在果冻布丁周围的配图,称脖圈有着“超柔软爽滑的体验”。

儿童床围更是被很多育儿家庭视为“刚需”,天猫上“兔某乐”品牌的月销量达到3.5万笔。需指出的是,笔者注意到,国内家庭常用的床围与被欧美儿科学会多次“点名”的婴儿床围并不是同一类产品。相比欧美家庭用于独立婴儿床的小床围,在电商平台月销破万笔的此类床围均是用于成人1.5米至2米的大床,包含金属调节杆、金属固定管、安全锁扣带等多个部件,更像是床护栏。由于拼合面积更大,这对床围的稳定性及与床垫的紧密贴合度提出了更高的要求。

但笔者发现在天猫销量前五的儿童床围介绍页,均反复强调自身产品安全,并无任何说明或小字提醒家长可能在安装中存在的安全问题。

商家都说自己产品无安全隐患

网上热销的育儿用品是否

真的安全?这是不少妈妈在选购时常常冒出的念头。“今年1月,江苏无锡一个婴儿骑着学步车从五六米高度差的手扶电梯上滚落,至今让我心有余悸。”住在沿海赛洛城的石女士表示。笔者则询问了多个商家,面对可能存在的安全隐患,这些热销的学步车是否有相应的安全措施?

至于游泳脖圈和儿童床围,商家们更是不断强调设计合理就能避免安全隐患的发生,并列举出各种“独家”的材料选用、结构设计等。但笔者在走访中发现,不少商家在产品介绍页做出了列表对比,展示出“市面上其他产品”与自身相比存在的不足:“很多父母反馈宝宝游泳时容易哭闹或者不舒服,是因为游泳脖圈内圈生硬,宝宝不舒服,或者不够平稳,容易呛水,加上材质不安全,危害宝宝健康”、“一些游泳脖圈虽然能托起宝宝,但里圈过窄,无凹道,外圈扁平,容易挤脸”、“其他店铺的床护栏缝隙大,容易掉下去,存在安全隐患”,而这些展示恰恰提醒了消费者,这类产品可能存在安全问题。

浙江消费维权网



被找回的失窃宗祠文物。