

小龙虾店违规使用「草酸」为何屡禁不止？

《经济参考报》沈汝发 陆华东

当下正值小龙虾上市季节，许多小龙虾店食客爆满。近期，江苏省南京市一家“网红”小龙虾店因违规添加草酸作为清洗剂被曝光，引发广泛关注。记者调查发现，这一现象并非个案。

违规添加草酸清洗小龙虾会对消费者健康造成危害。然而商家此类行为为何屡禁难止？

“网红”龙虾店违规使用草酸清洗小龙虾

近期，位于南京市玄武区仙鹤门新天地广场三楼的玄武区康搞虾餐饮店，被市场监管部门查出违规使用草酸清洗小龙虾。

这是一家“网红店”，在某外卖平台上评分高达4.9分，月销量1000多份。记者近日走访发现，该店铺已经关门停业，门上张贴着“商铺招租”的告示。

据南京市市场监督管理局相关负责人介绍，此前玄武区玄武湖街道组织应急管理、消防、城管和市场监管等部门在仙鹤门地区开展联合检查时，接到关于该商户使用草酸清洗小龙虾的举报。“经查，涉事商家确实使用草酸清洗龙虾，现场查获未开封的草酸1瓶及空瓶3个。”

针对这一情况，玄武区市场监管局执法人员当场对商家下达《责令整改通知书》，监督商家销毁经草酸清洗过的小龙虾，责令其停业整改，并将其从外卖平台下架。因涉嫌使用不符合食品安全标准的洗涤剂，市场监管部门已对涉事商家立案调查。

国家加工食品及食品添加剂质量检验检测中心专家表示，用草酸清洗的小龙虾，食用后草酸会与人体内的钙元素结合形成沉淀，无法被吸收只能排出体外。若草酸使用量过大，可能加重肾脏负担，严重时会导致肾结石，对消费者健康构成威胁。

记者在现场看到，该店铺仅经营外卖业务，不设堂食，厨房环境脏乱。该店负责人表示：“正在接受市场监管部门的整改，店铺已被强制下架，员工全部遣散，店面也开始转让。”

草酸洗虾现象普遍 监管面临多重挑战

食品安全法明确规定，食品生产经营者使用的洗涤剂、消毒剂应当对人体安全无害。国家对食品用洗涤剂实施工业产品生产许可证管理，直接用于清洗食品的洗涤剂属于A类产品，应在产品最小销售包装上标明产品类别。

此次被查处的商家使用的草酸产品上没有A类标识，严禁用于食品清洗。该店主坦言，6月以后小龙虾钻入淤泥，虾体较脏，人工清洗成本高且效率低，“使用草酸清洗剂属于行业潜规则”。

记者调查发现，小龙虾店使用草酸清洗并非个案，近年来多地都曾查处类似违规行为。广州、西安等地都曾曝出一些不法商贩使用草酸清洗小龙虾。记者在西安一处水产批发市场小龙虾商户暗访看到，该商户清洗龙虾使用的一个瓶子标签上写着草酸AR分析纯，净含量为500g。后来，经过专业人士辨认，这瓶试剂是一种做实验专用的草酸。

知情人士介绍，清洗速度快、效果好是商家违规使用草酸的主要原因。“加入草酸后，小龙虾倒进水盆时泡沫直冒，店家只需简单捞洗，水就会变浑浊，再用清水过两遍，看起来就很干净。”

南京市市场监管部门相关负责人表示，草酸价格低廉且去污效果好，一些不法商户因此违规使用。被查处的店主称其草酸是从网上购买的。

记者在电商平台搜索“小龙虾清洗”“洗虾粉”时，发现相关商品中包含草酸。业内人士指出，草酸作为工业用途的清洗剂和添加剂并非禁售商品，部分不良商家直接网购，卖家通常不问用途，导致事前监管困难。而事后追责时，部分网店是“皮包公司”，注册地与实际经营地不符，甚至联系方式虚假，难以追查。

基层市场监管人员反映，受限于检测设备、人力和资金，难以及时发现问题。“即使发现违规行为，若未造成严重后果，几千元的罚款也难以形成有效震慑。”

多措并举保障食品安全

2019年，国家市场监管总局办公厅在关于使用草酸清洗小龙虾有关问题的复函中明确指出，从小龙虾加工过程看，使用草酸作为消毒剂缺乏工艺必要性。使用“草酸AR分析纯”清洗小龙虾应依据食品安全法相关规定予以处罚。

南京市市场监管局表示，已在全市范围内部署专项排查，重点检查小龙虾集中交易场所和网红餐饮店是否存在购买、销售、赠送、使用“洗虾粉”等违法违规行为，指导相关食品经营主体规范使用食品洗涤剂。

近年来，违规使用食品清洗剂、添加剂问题频发。近期，南京另一家以售卖凉皮凉面为主的网红餐饮店，被查出在凉皮中违规添加防腐剂脱氢乙酸钠。市场监管总局负责人近日表示，今年上半年，全国市场监管部门完成食品安全监督抽检263.9万批次，检出超范围超限量使用食品添加剂的不合格食品1.2万批次，主要问题是超范围超限量使用二氧化硫、甜蜜素、脱氢乙酸等。

专家建议，要严厉打击食品添加剂、清洗剂滥用行为，切实保障消费者“舌尖上的安全”。监管部门应建立“吹哨人”奖励机制，加大对违规商户的惩处力度。电商平台应承担主体责任，建立黑名单制度，对违规商户实施永久封禁。



涉事小龙虾店铺的厨房脏乱不堪。沈汝发 摄

打赏先把眼擦亮

《人民日报海外版》霍曼含

网络时代，打赏很常见。读小说、看直播、点外卖，都能通过打赏额外付费，表达赞许、感谢。

打赏乱象也不少。中央网信办2025年“清朗”系列专项行动，重点提到“整治网络直播打赏乱象”，包括利用高额返现吸引打赏、情感伪装诱导打赏、低俗内容刺激打赏，未成年人打赏等。

诱导打赏的套路有哪些？如何避免打赏行为失控？记者进行了采访。

网络打赏为啥“上头”？

4个月，30万元，全部花在打赏主播上——对于27岁的青岛女孩小魏来说，这一切始于一个夜晚。

当晚，她偶然点进一个直播间，随手刷了个小礼物。没想到，主播不仅念出她的ID道谢，还主动回关聊天，这让她一下“陷了进去”。随着礼物越刷越多，她成了“榜一大姐”，主播愈发殷勤，除了在直播间给予特殊关注，还时不时私聊嘘寒问暖。

小魏每月工资不过万，但每当主播打PK，恳求她“上票”，她就忍不住“哐哐刷礼物”，有时一晚刷掉大几千元，事后又后悔万分。

记者在消费者服务平台“黑猫投诉”上检索“打赏”，得到10174条结果，涉及直播、游戏、交友等多类平台，投诉理由包括诱导非理性打赏，未成年、老年人打赏以及配偶私用共同财产打赏等。

打赏为啥让人“上头”？

在平台提供的PK、榜单等机制下，“假恋爱”“卖惨”“私发私密照片”“承诺高额返现”等各类诱导手段，令人眼花缭乱。

浙江省心理卫生协会秘书许诚威认为，与物理成瘾机制相似，打赏后主播与平台给予的反馈，不断刺激大脑分泌多巴胺，感到满足越来越难，人就越陷越深。而且，这种打赏互动让观众“移情”，把主播看作自己的亲人、爱人、朋友等，以满足在现实中渴望而又无法获得的某种情绪或关系。

大额打赏能否追回？

除了诱导手段五花八门，不少网络打赏纠纷还有一个特点：金额巨大。

日前，多名网红主播因参与“验资PK”，被平台强制停播。PK规则简单粗暴：每轮要求粉丝在60秒内刷够价值10万元的礼物，未达标的受罚，过关则继续加码。这样的“验资PK”，单场直播能完成12轮，累计金额逾百万元。

北京互联网法院法官毛春联告诉记者，近三年审结的近700件未成年人非理性消费引发的游戏充值和直播打赏退款纠纷，案件平均标的额超过8万元。

但这些出手阔绰的打赏者，很多不具备相应经济实力。为了打赏，有人欠下高额网贷，有人花掉全家生活费，甚至家人看病的救命钱。

这样的冲动大额打赏，能追回吗？

投诉平台上，退款成功的案例，大多为未成年人消费。相关法律规定：当代理人不予同意或追认打赏行为时，未成年人打赏无效。

但如何核实打赏确系未成年人实施，实践中存在一定难度。北京市第四中级人民法院立案庭庭长张勤缘介绍，若未成年人与家长使用同一账号，且打赏内容不具有明显未成年人操作偏好时，每笔款项的真实打赏人难以界定，导致有时无法全部返还。

对于成年人的网络打赏，司法实践中一般认定为消费行为——平台提供直播间运营、场所等服务，主播提供才艺表演等服务，网络服务合同即时成立。仅以“非理性”或“冲动消费”为理由申请退回，通常得不到支持。

不过，当打赏资金来源于违法犯罪活动，或主播通过假公益、编造悲惨故事、赌博等手段诱骗打赏，可能涉嫌洗钱、诈骗等犯罪行为，有助于钱款退还。

乱象整治从哪着手？

整治“套路打赏”，平台发挥作用很关键。

北京大学法学院教授薛军指出，对于以低俗、欺骗、诱导等方式进行的打赏活动，平台应当承担管控责任。

国家广电总局明确规定，直播平台需设置单次、单日及单月打赏上限。若未执行限额规定或纵容大额打赏，或受行政处罚。

清华大学新闻与传播学院副院长张静同时提醒，打赏本身是正常消费现象。优质的演艺直播等网络内容，能够满足大众的精神需求。主播等新型就业群体的正当收入不应被污名化，对于打赏的管控应尊重市场规律。

因此，动员监管机构、主播、用户等参与者，建立长效管理机制，尤为重要。

监管应进一步精细化，根据产品或服务的行业范围、内容导向、付费模型、主播行为、用户年龄等，分级分类管理；平台、经纪公司等应加强提醒与正向引导，鼓励理性消费与优质内容创作，以良币驱逐劣币。

对于未成年人群体，家长、学校、社会应联手行动，引导形成良好上网习惯和正确消费观。不能仅依靠平台退款，而弱化或忽视了监护和教育义务。