

# 看着诱人闻着香 扇贝竟然靠“组装”

4分钱的壳配3毛钱的肉，“组装烤扇贝”可获3倍利润

炭火“刺刺”作响，蒜蓉香气弥漫街头，15元6个的蒜蓉粉丝烤扇贝堪称美食街“流量担当”。然而记者调查发现，这些看似肥美的烤扇贝，多数并非新鲜扇贝现烤，而是由冷冻贝肉与廉价扇贝壳组装而成的“拼接品”。



组装的扇贝，扇贝壳呈现均匀的靓丽橙红色，内外颜色无差异。

## 果然財經

记者 张志恒 济南报道

### 15元6个的烤扇贝 壳肉分离藏猫腻

在济南某美食街的摊位前，记者以15元购买了一份6个装的蒜蓉粉丝烤扇贝。仔细观察后记者发现：扇贝壳呈现均匀的靓丽橙红色，内外颜色毫无差异，内侧更是光滑得近乎发亮。用筷子夹起贝肉，松散的肉质瞬间与贝壳分离，入口后只有浓重的腥咸味，丝毫没有新鲜扇贝的鲜甜。

随后记者在另一家夜市摊位购买了10元5个的同类产品，其扇贝壳呈现自然的红白渐变，贝肉旁边还有较为完整的裙边，味道吃起来比较新鲜。两个摊位的产品价差不大，但品质差异显著，同样形状的扇贝肉，但壳的颜色大相径庭。当记者询问摊主贝肉是否为新鲜扇贝时，前一家摊主含糊其辞：“都是冻品，新鲜的哪有这价格？”后一家则坦言：“我们用的是半壳冻贝，成本会高一点，但口感也更好。”

社交平台上，不少消费者也分享了类似体验。有网友表示：“怪不得每次吃烤扇贝都是壳肉分离，原来根本不是一体的。”还有消费者疑惑：“扇贝壳怎么越看越像统一批发的，颜色花纹都一样？”

4分钱壳+3毛钱肉 利润超3倍

从事小吃行业多年的杨先生向记者揭开了组装扇贝的盈利模式。“市面上一些烤扇贝都是‘壳肉分离’组装的，用的是栉孔贝肉搭配帆立贝壳，成本会很低。”他向记者算了一笔账：单独批发扇贝壳和扇贝肉，再配上粉丝和蒜蓉调料，单个成本仅0.5元左右。若以10元5个的价格售卖，单个售价2元，利润率高达3倍以上。

记者在淘宝搜索发现，售卖“烧烤专用扇贝壳”的店铺超过50家，颜色涵盖红、黄、白等多种色系，规格从6—8厘米到10—12厘米不等，最便宜的折算仅4分钱一片。某热销店铺显示，其10—12厘米的白色扇贝壳月销超2000单。客服向记者表示，均为天然贝壳，使用之前浸泡几分钟再洗刷干净即可。而在冻品批发市场上，冷冻扇贝肉的价格更是低廉，20元/斤的冻贝肉可分出七八十个，平均每个不到3毛钱。

同时记者了解到，相较于“纯组装”产品，部分商家会选择成本稍高的冷冻“半壳贝”。某冻品批发商告诉记者，常用的半壳贝分两种规格：6—7厘米的300元/360个，折合0.83元/个；8—9厘米的850元/200个，折合4.25元/个。“半壳贝是预开壳处理的，适合对品相要求高的商家。”记者走访市场发现，新鲜扇贝根据品种和规格不同，价格多在8元—30元/斤之间，成本更加高昂。

如何分辨你吃的是不是“组装扇贝”呢？杨先生说，首先看贝壳外观，组装扇贝常用的统一批发贝壳，颜色过于均匀、内外侧光滑度一致；而新鲜扇贝或半壳冻贝的贝壳，多有自然的红白渐变、深浅不一的纹路，边缘还可能带有细微的海洋附着物痕迹。再留意贝肉细节，组装贝肉大多形状单一、肉质松散，很少带有完整的裙边；新鲜或半壳冻贝的贝肉则形态更饱满，裙边完整且有自然的褶皱，用筷子轻捏时能感受到明显的弹性。



烧烤扇贝壳 烧烤用蒜蓉粉丝白色大扇贝壳蒸扇贝  
200+家装生活党看过



烧烤用蒜蓉粉丝白色大扇贝壳蒸扇贝夏威夷半壳大  
¥9.9 100+人付款

日均1元、甚至0元就能租到车？线上汽车租赁平台的这类醒目宣传，让不少消费者心动不已。然而记者调查发现，低价租金背后，基础保险费、服务费、手续费等隐性费用层层叠加，标注价与实际支付价往往相差悬殊。企查查数据显示，国内现存汽车租赁相关企业已达89.21万家，市场蓬勃发展的同时，“低价诱租”引发的消费纠纷也持续走高，成为行业亟待破解的难题。

记者 岳致呈 杨涛 济南报道

### 低价噱头藏猫腻： 1元租车实为百元消费

在某租车平台首页，部分车型以红色醒目大字标注“日均0元”“日均1元”，但这些低价标识下方，还附有灰色小字标注的“总价”，两者差距令人咋舌。记者查询发现，一款哈弗H6车型标注“日均1元”，但总价最低需101元。价格明细显示，车辆租赁费经39元优惠后降至1元，而上门取送车40元、基础保险费60元成为主要支出。若选择全额免赔服务，单日费用更是飙升至191元。

更具迷惑性的是一款大众迈腾1.4T车型，其“日均0元”的宣传下方，总价标注为125元。拆解明细可见，车辆原价205元的租赁费经商家优惠后全额减免，但100元基础保险费、30元手续费仅通过租车券减免5元，最终实际支付125元。若叠加尊享服务，单日费用将达205元。记者对比多款车型发现，日均标价越低的车辆，基础保险费定价往往越高，部分高端车型的基础保险费甚至是普通车型的5倍。

“这就是换汤不换药的引流套路。”租车行业资深人士冬女士向记者揭秘，部分商家通过拆分费用实现“低价”假象，“以前租金80元、保险20元，现在改成租金0元、保险80元，总费用没变，噱头更足了”。她透露，目前一些平台基础服务费并无统一标准，这为商家随意调整费用提供了操作空间。

### 淡季竞争加剧： 多款车型“一折”出租

除了隐性收费，租车市场的“淡季竞价”也让价格跌破常规。记者注意到，在某租车平台朗逸车型租两天仅需40元（含基础保险），而海南某汽车租赁公司工作人员透露，国庆期间日均租金三四百元的GL8七座商务车，当前报价低至40元/日，相当于打了一折。“125元/天已经是亏本价了，今年生意特别难做。”某大众迈腾租赁门店工作人员坦言，淡季降价是无奈之举。

冬女士解释，淡季低价的背后是商家的生存压力。“平台之间打价格战，最终压力都传导到商家身上。”她透露，部分商家名下有数十辆待租车辆，每日需承担高额车贷月供，“与其停着亏月供，不如低价租出去赚点流水”。这种心态导致行业陷入恶性竞争，服务质量也随之下降。“洗一辆越野车要50元成本，

现在租金才40元，根本没钱做清洁，上一任租客用得不算脏就直接交车。”

行业业态的变化更让商家雪上加霜。冬女士表示，以往商家可通过“先租后售”盈利，即新车租赁两三年后出售获利，但如今随着二手车价格大幅下滑以及经营成本上升，“今年成都租车市场几乎没人敢买新车，旺季车不够用大家也都不愿意买，就怕淡季砸在手里”。

### 乱象频发引大量投诉： 套路式获利需监管发力

低价租车背后的套路远不止费用拆分。冬女士向齐鲁晚报·齐鲁壹点记者透露，部分不良商家通过多种隐蔽方式获利：线下强制推销高额保险，不购买则面临“天价维修费”。利用GPS定位在消费者还车前故意划伤车辆，借机索要高额车损费和停运费。针对行程紧急的消费者“看人下菜碟”，逼迫其放弃维权直接付费。

这些乱象也导致消费投诉量居高不下：黑猫投诉平台检索租车相关的投诉高达114606条；人民网“人民投诉”平台数据显示，涉及租车消费的投诉量持续走高。其中，“低价诱租”“高价车损索赔”“退改难”成为热点投诉关键词。有消费者投诉，仅因车辆轻微划痕就被扣款1020元，提前取消订单更是被扣除50%费用且不予开发票。

“这类宣传易引发纠纷”，成都汽车租赁协会会长侯大勇告诉记者，协会已联合地方交通部门与平台沟通，打击“0元租”等违规宣传。他认为，行业门槛低导致中小企业占比高，部分小企业为求生存不惜恶意竞争。企查查数据显示，注册资本100万元以内的汽车租赁企业占比33.07%。

山东诚信人律师事务所副主任赵光绪表示，“日均0元”的宣传违反《广告法》，涉嫌虚假宣传和诱导消费。他建议，平台应建立商家黑名单制度，畅通投诉渠道。消费者租车时需留存价格明细、沟通记录等证据，遭遇侵权及时维权。

侯大勇强调，尽管存在个别乱象，但行业整体仍呈欣欣向荣之势，公务用车改革、旅游市场复苏等因素持续带动需求增长。“市场会逐步淘汰不诚信商家，规范经营的企业终将脱颖而出。”他提醒消费者，选择租赁门店时可关注订单量和好评率，避免落入低价陷阱。

## 0元噱头背后藏着哪些陷阱？ 低价租车乱象调查