

因“一泡尿”判赔220万 是代价也是教训

今年 3 月，一则海底捞火锅店内有人“向火锅小便”的短视频引发舆论广泛关注。近日，上海市黄浦区人民法院一审判决，唐某、吴某及二人的父母，向海底捞方面赔礼道歉；唐某父母、吴某父母赔偿餐具损耗费和清洗消毒费 13 万元，赔偿经营损失和商誉损失 200 万元及维权开支 7 万元，共计 220 万元。其中，唐某、吴某有个人财产的，从本人财产中支付赔偿费用，不足部分由唐某父母、吴某父母赔偿。

家长没教的,法律会管

从维护社会公德的角度来看，这一判决也积极回应了社会关切，引领了价值导向。两名 17 岁年轻人的举动，不是一时糊涂的“恶作剧”，而是对公共卫生、商业信任和社会文明底线的公然挑衅。

行政拘留的处罚，220 万元的赔偿，既是昂贵代价，也是深刻教训，具有深远的警示意义。

未成年人身份绝非“免责金牌”，“还是孩子”这种话，无法成为推诿责任的借口。司法实践表明，当未成年人的行为足以显示其辨别能力时，法律追责的链条便会启动，不但其本人要担责，监护人也要承担责任，这有助于遏制部分青少年有恃无恐的放纵心态，预防和减少未成年人违法犯罪行为。

从法院的判决看，两名未成年人故意实施的向火锅内小便，并且上传网络的行为，既荒唐又无耻，而且社会危害巨大，主观恶意明显，不能用

对保护营商环境有示范意义

今年 3 月事件发生之后，上海警方依法行政拘留了两人。按照现代法治原则，民事责任是民事责任，行政责任是行政责任，乃至还有可能的刑事责任。该拘的拘，该赔的赔，民事赔偿、行政拘留并不冲突。不能因为之前已经被拘留了，就减少赔偿。年龄不是免责金牌，满足法律规定的条件，既要赔偿，又要执行拘留，不要心存幻想，以为有钱就可以免“坐牢”。

法院判决以事实为依据，以法律为准绳，依法判决受害方获得合理的赔偿。虽然本案侵权的行为看似比较“小”，不像暴力打砸、故意伤害那样的激烈。但是，这样的荒唐行为在被网络病毒式传播之后，引发了消费者广泛的反感，也对涉事企业的商誉造成严重的损害，企业退赔消费者后损失巨大。

220 万元的赔偿是怎么算出来的？其中不仅包含企业对相应时段消费者的全额退款、餐具损耗和消毒等

未成年人“心智不成熟”来开脱。法院认为，两人“在清楚知晓视频公开后可能产生的网络传播效应及负面社会影响的情况下，仍积极追求或放任相应视频公开传播，主观上均有过错，构成对财产以及以侮辱方式对名誉的共同侵权”。这一行为既污染了餐具、就餐环境，也给公众造成强烈的观感不适，对企业造成了严重损失。

更重要的是，判决突出并强化了监护人在未成年人教养中不可推卸的关键角色，父母若在平时缺失了对子女最基本的道德教育，没有培养其规则意识和敬畏之心，那么法律和社会舆论，就会以严厉和昂贵的方式，为他们补上这堂迟来的“责任课”。本案的一审判决也在警示“家教”的价值所在：爹妈不管的，法律会管；爹妈不教的，社会会教。这不仅是对当事家庭的警示，更是对全社会家庭教育责任的唤醒。

可计算的费用，法院还认为，该侵权行为的负面影响具有持续性，短期内仍会造成企业经营收入减少。也就是说，难以量化的、无形的后续经营损失和商誉损失，此次也被考虑在赔偿之内，司法实践切实看到了企业经营的软肋、痛点，并在合理范围内给出支持。面对不文明消费行为，这笔账没有被“拉偏架”、糊涂带过，而是公平公正、依法维护企业的合法权益，以司法实践保护营商环境，可见此次判决有着严肃的示范作用。

这个判决也给遇到类似问题的企业，提供了一个明确的应对模板。企业的正当经营如果受到侵害，不姑果断采取维护商誉损失的措施，付出的经济代价事后再去找作恶者索赔。法院会支持包括商誉损失在内的合情合理的索赔主张,这对于企业的合法经营、对于营商环境，都是最好的呵护。

综合澎湃新闻新闻、南方都市报、红星新闻、极目新闻等

（业勤 整理）

期待新国标拨开“零添加”迷雾

□ 王琦

一组数据显示，市场上酱油产品标注“零添加”字样的超过 400 种，“零添加”到底是什么都没添加，还是没有添加特定物质？食品标签新国标发布近半年，目前酱油产品整体质量如何？近日，有媒体对此进行了采访调查。今年 3 月，国家卫健委会同市场监管总局发布新的国家标准，明确预包装食品不允许再使用“不添加”“零添加”等用语对食品配料进行强调。新国标将于 2027 年 3 月 16 日正式实施，给企业设置了 2 年过渡期。

在如今食品种类繁多的市场中，“零添加”已成为众多产品竞相追逐的营销热点。然而，“零添加”的真正含义究竟是什么？是真正的一无添加，还是仅指未添加某些特定成分？随着食品标签新国标的出台，这一疑问正逐渐得到明确解答，也预示着食品行业将迎来一场关于透明度和诚信的深刻变革。

新国标的颁布，无疑是对当前食品标签混乱现象的有力回应。长期以来，“零添加”等模糊表述在食品包装上泛滥成灾，不仅误导了消费者，还扰乱了市场秩序。新国标明确禁止预包装食品使用“不添加”“零添加”等用语来强调配料，旨在通过规范标签标识，使消费者能够更直观、准确地了解食品的真实成分。这一举措无疑是对消费者知情

权的有力保障，也是推动食品行业健康发展的重要一步。

当然,新国标设定了两年的过渡期。这既体现了政策制定的审慎性，也为企业提供了足够的时间进行调整适应。

与此同时，我们也应清醒地认识到，新国标的实施仍面临诸多挑战。市场上仍存在大量标注“零添加”但未明确具体成分的产品，这些产品往往通过醒目的字体和模糊的表述来吸引消费者眼球，而将关键信息隐藏在不易察觉的位置。这种做法不仅违背了新国标的初衷，也损害了消费者的合法权益。因此，加强市场监管、加大对违规企业的处罚力度、确保新国标得到有效执行，成为应有之义。

除了规范标签标识外，推动食品添加剂的减量行动也是提升食品安全水平的重要途径。近年来，随着消费者对健康饮食的关注度不断提高，减少食品添加剂的使用已成为行业共识。四川、江苏等地启动的食品添加剂“双减”行动，正是对这一趋势的积极响应。企业可以通过加大研发投入、优化产品配方和技术路线、改进生产工艺和生产环境等措施，在保证产品质量和口感的同时，有效降低对食品添加剂的依赖。这不仅有助于提升食品的安全性，也有助于推动食品行业的可持续发展。

“网约护士”需制度护航方能行稳致远

□ 吴学安

给居家卧床的老人定期更换胃管、为正在化疗的患儿打通“生命管道”、为肠癌患者上门护理……“互联网＋护理服务”帮助众多病患家庭解了燃眉之急。江苏自 2019 年起启动“互联网＋护理服务”试点工作以来，不断扩大试点范围、探索服务模式，截至目前，江苏共 466 家医疗卫生机构开展试点工作，提供“互联网＋护理服务”的护士数达 1.8 万人，累计服务超 88 万人次。

护士上门送医，对行动不便的患者来说是一项极大的便利，“网约护士”的出现，也有助于纾解“看病难”问题。截至 2024 年末，全国 60 周岁及以上老年人口 31031 万人，占总人口的 22.0%；全国 65 周岁及以上老年人口抚养比 22.8%。其中，独居和空巢老年人增加到 1.5 亿人左右。虽然尚没有关于家庭医护市场需求规模的权威估计，但中国养老产业市场庞大的规模已经引起关注。

然而，纵观现有的“互联网＋商业模式”，无论是电商、外卖平台，还是共享单车、网约车，都曾经出现过质量问题。眼下，有不少人对“网约护士”这一业态抱有担忧和疑虑：一方面，“共享护士”上门服务突破了目前护士执业的有关规定，处于制度上的模

糊地带；另一方面，是对于安全性的担忧，不仅有对于医疗风险方面的担忧，也有对于医护人员个人安全的担忧。只有推动“网约护士”制度化、规范化发展，以法律法规进行保障，才能给护士们信心，打消部分患者的顾虑，同时也给市场信心。

任何事情都是一把“双刃剑”，“网约护士”的利与弊共存。共享经济本质上是将过剩和闲置的资源提供分享，在当前护士资源整体供应不足的背景下，有无充足的医护资源提供支撑？会否冲击现有的医疗秩序？尤其是在可观经济收益的吸引下，“网约护士”的队伍或将迅速壮大，势必会有一些平台由于监管意识和监管能力的不足，不能很好地履行自身监管职责。

无规矩不成方圆。由于目前“共享护士”行业面临着行业规则和标准缺失的问题，质疑护士资质、医疗安全并呼吁有关部门加强监管的声音，已不断在市场上出现。尤其是医护服务关系患者健康安危，不容出现任何问题。相关部门应当针对“共享护士”这一新事物、新服务，未雨绸缪、提前谋划，加强顶层设计，尽快建立完善“网约护士”准入制度和运营规则，明确监管职责和经营红线，健全配套的责任划分、权益保障和争议纠纷解决机制。