

□记者 周创 实习生 张雅婷

“万物皆可做盲盒”的风潮已经席卷至餐饮界,我市不少店家顺势推出了多样的“剩菜盲盒”,其中保质期短但价格优惠的“面包盲盒”尤其受到消费者青睐,在相关小程序中原价30元的新鲜面包只要11.9元,19.9元能买到50元的甜点泡芙,双拼披萨半价就能拿下……这些高性价比的“剩菜盲盒”引得不少年轻人指点抢购。

“剩菜盲盒”并非剩菜

“剩菜盲盒”这一说法十分容易让人产生误解,实际上,“剩菜”所指的并非剩菜剩饭,而是“余量食物”。以面包店为例,那些在当天未能销售完的新鲜面包便是“余量食物”,根据货架期要求,它们必须从货架撤下并进行销毁处理。然而这些面包实际上没有过期,仍然可以安全食用。这种处理方式虽然保证了食品安全,却造成了不必要的食物浪费,也给商家带来了额外的经济损失。

面对这个头疼的问题,商家们各有各的看法。在市区榆河路上独立经营一家烘焙房的小杨表示,到傍晚时分,她店内的面包就会开始打折销售,如果到营业结束还有剩余,她会分送给周围的店主朋友。“好好的面包直接扔掉,实在让人感到可惜。”而不远处的一家连锁品牌面包店的负责人则表达了不同的观点。他告诉记者,为了维护品牌价值和照顾客户心态,店内的下架面包不

会选择降价销售,也不允许外流,会严格按照规章销毁。这样的做法能确保消费者利益,也避免可能出现的食品安全纠纷。

“剩菜盲盒”就是一种创新的解决方法。不同于手办盲盒能炒出高价,“剩菜盲盒”是越便宜越受欢迎。商家在相关平台入驻后,可根据店内的实际情况,灵活地推出各种分量和价格的“剩菜盲盒”。顾客通过线上预约,到线下门店自取,能以低价买到心仪的美食。事实上,这种模式也在为碳减排作贡献,相关平台软件数据显示,购买每千克“剩菜盲盒”,可在食品原材料获取、生产加工、分销运输及废弃处理等阶段共减少2.57千克的二氧化碳排放量。

拼手速还得拼手气

8月23日下午1时,在盐南高新区上班的小徐被手机闹钟唤醒,“设闹钟不是提醒午休结束,而是‘剩菜盲盒’开售了。”他迅速打开“惜食魔法袋”小程序,熟练地下单预约,小徐表示,每天的盲盒数量非常有限,一般每家店每日只提供三份。更有些店铺会连续几天不推出盲盒,因此想要抢到心仪的“剩菜盲盒”,不仅考验着手速,更需要一点运气。

“剩菜盲盒”带给食客的新鲜感,也是吸引年轻消费者的一个重要原因。就职于盐都某设计公司的许佳佳(化名)曾认为“便宜没好货”。直到她看到同事在朋友圈晒出购买“剩菜盲盒”的经历,“每次开出的东西都不一样,也不是那种廉价袋装面包,我感觉之前可能误会它了。”许佳佳分享说,她已经连续一个月,每天蹲点抢购“剩菜盲盒”,就为了体验启封揭晓的惊喜。

时刻。

有人低价捡漏,也有人不幸踩坑。“剩菜盲盒”内容与所售卖盲盒的商家每日剩余的食物种类和销售情况有关,因此盲盒内食物种类并不能保证。“剩菜盲盒”的领取时间一般在晚上8点之后,刚下班的小徐到店领取了预约的盲盒,简单翻看后他苦笑道:“今天的盲盒开得不太理想,我对榴莲的气味很敏感,偏偏盲盒里的三个甜点中有两个都是榴莲蛋糕。”除了盲盒的不确定性,有时消费者会收到不喜欢的食物,更让人担忧的是食品安全隐患。现烤面包通常没有明确的保质期标签,消费者只能依靠气味和口感来判断其新鲜度。小徐向记者透露,他曾几次买到“剩菜盲盒”里的面包已经冷藏过,不仅无法判断是否过期,口感也大打折扣,最终只能遗憾地将其丢弃。

面包盲盒平台用户评价(截图)



既是实惠也是营销

在新消费浪潮中,玩具、图书、零食等产品仿佛贴上“盲盒”的标签,就能掀起年轻消费者的抢购欲望。在这样的背景下应运而生的“剩菜盲盒”,不仅是对传统消费模式的一种创新,更是商家与消费者寻求互利共赢的一次有益尝试。

不少商家在了解“剩菜盲盒”销售平台后积极参与。目前,国内“剩菜盲盒”的线上售卖平台主要有惜食魔法袋、趣小袋以及袋走PACK-AGE等,盐城市内入驻平台的餐食类型大多为烘焙类食品,如面包、贝果等。据盐都区某入驻商家的店员反馈,“剩菜盲盒”的折扣一般情况下都是原先标价的3至5折,可达成本价甚至更低。此外,“剩菜盲盒”平台上的取餐模式为线下自取,这为消费者和商家都节省了不少配送成本。

不过,由于“剩菜盲盒”尚处于起步阶段,入驻商家较少,食品品类也很单一,在减少食物浪费和减轻商家损失中的实际效果并不明显。南金鹰的一家甜品专门店仅在线上推出少量盲盒套餐,而线下门店则维持原价销售。该店店长坦言:“盲盒更多是一种营销宣传的手段,卖多了就会影响日常销售。”金鹰商圈内的另一家面包店负责人在接受采访时也表达了相似的看法。她认为,在店铺运营稳定后,每天的面包销售量相对固定,因此不会造成太大的浪费。当谈及是否考虑推出盲盒产品时,这位负责人明确表示,鉴于店内销量一直不错,目前还没有计划加入盲盒平台。

据了解,国家市场监督管理总局于2023年6月15日印发了《盲盒经营行为规范指引(试行)》,为盲盒经营划出红线,推动盲盒经营者加强合规治理。其中第五条对食品盲盒的安全作出明确规定,食品、化妆品,不具备保障质量安全和消费者权益条件的,不应当以盲盒形式销售。“剩菜盲盒”能否变成一种可持续的消费模式,还有很长的路要走。