

“剩菜盲盒”为何受到年轻人欢迎

民生关切

Min Sheng Guan Qie

记者 孙佳丽 通讯员 崔宁

晚上10点多，宁波大学附近的一家面包店准备打烊，收银台前却站了好几名顾客。他们是为了这家店的“剩菜盲盒”来的。

“剩菜盲盒”中的“剩菜”并不是指吃剩的饭菜，而是商家超量生产却无法销售完的食品，类似“临期食品”。

记者在几个专门售卖“剩菜盲盒”的小程序上看到，提供“剩菜盲盒”的商家大多是烘焙蛋糕店和咖啡店，盲盒数量大多在5份以内，抢完就下架。

一家专门发布“剩菜盲盒”信息的平台表示，购买“剩菜盲盒”的，基本上是年轻人，且回头客特别多。“买上瘾了”“超值”“环保”“好玩”等是他们评价中的关键词。

“剩菜盲盒”好在哪儿

“剩菜盲盒”为何能俘获年轻人的心？

“剩菜盲盒”给出了一条在随机与未知中，寻觅钱包与胃“双向奔赴”的更优路径。

价格，是决定“剩菜盲盒”能否热销的关键因素。

“推出‘剩菜盲盒’，一方面是为了扩大宣传，另一方面可以让顾客用更低成本尝试我们的饮品。”南塘老街岩野咖啡馆主理人陈庆梁说。

他告诉记者，目前，宁波市场上的一杯美式咖啡的价格普遍在18元以上，叠加优惠后至少需8.8元。若是购买他家的“剩菜盲盒”，消费者只需花费5.9元，便可获得一杯美式咖啡或特调果味饮料。

从店内客流看，这样的价格颇具诱惑力。

“剩菜盲盒”还成了年轻人应对消费纠结情绪的一种调适方式。

晚上7点多，素昧平生的“上班族”常乐与王璐在“YOLO”泰式简餐相遇了。相遇的原因，正是



商家正在准备“剩菜盲盒”。

(崔宁 摄)

放在她们面前的两份“剩菜盲盒”。

常乐收获的是一份咖喱肉末饭。让她颇感惊喜的是，厚厚一层肉末占据了饭盒的“半壁江山”，另一半则是一个漂亮软嫩的溏心蛋，品质、卖相、口味、分量都不错。“第一次尝试‘剩菜盲盒’，这份套餐我只花了14.9元，不到原价的一半，性价比很高！”常乐一下子就被“种草”了。

收到猪脚饭的王璐，情绪稍显平静。“剩菜盲盒”让“选择困难”的她不用为“这顿吃什么”而犹豫，她只需要把决定权交给商家，准点拆盲盒即可。

就如“薛定谔的猫”，在打开盒子之前，一切皆有可能。

“剩菜盲盒”本质是惜食

“剩菜盲盒”的概念是舶来品。这些年，“惜食魔法袋”“趣小袋”“袋走PACK-AGE”等国内平台也开始经营“剩菜盲盒”这门生意。

部分在平台上销售“剩菜盲盒”的受访商家表示，“剩菜盲盒”并不意味着食物不新鲜，只是当天没卖完的部分食物，通过另一种方式带给需要的人。

这也意味着，越来越多原本可能被浪费的食物，正在更快速地点

成它的原始使命。

每天一早，“YOLO”泰式简餐主理人Masa便会准备当天的食材。可不管如何精打细算，“剩饭剩菜”总会或多或少出现，这令她十分苦恼。

“虽然剩下的量不多，但我既不想卖隔夜菜，也不想浪费食物。”今年夏天，Masa开始使用“剩菜盲盒”销售平台，“有剩菜的时候，我就会估算好，上架相应的份数。若是没有，也不会刻意上架”。

由“00后”毛君媛经营的“慕禾咖啡馆”在卖咖啡的同时，还售卖蛋糕。“最初，我每日会推出8款蛋糕，没办法在当天全部卖完。剩下的要么送人，要么自己吃，但这样的情况终究不可持续。推出‘剩菜盲盒’后，情况明显有了改善。”

一块蛋糕加一杯咖啡的“盲盒”组合，售价不到30元，若叠加平台优惠券，她家“剩菜盲盒”最终到手价差不多是原价的4折。

发挥惜食功能的同时，“剩菜盲盒”还让时下流行的“双碳”话题以看得见的方式，更接近日常生活。

体验完咖啡和晚餐后，晚上11点，常乐再次打开“惜食魔法袋”微信小程序，页面信息显示，她

已减碳5.1千克，省钱24.2元。

“剩菜盲盒”能走多远

“剩菜盲盒”的出现是社会、商家、消费者共同促成的结果。年轻人对“剩菜盲盒”上意，是因为它的出现契合了不少年轻人“追求性价比”“爱薅羊毛”“喜欢新奇感”的特点。”宁波市餐饮业与烹饪协会会长郭海浩说。

对消费者而言，“剩菜盲盒”售卖的是商家未销售完的食物，临期却还没过期，价格会相对便宜很多。同时，“剩菜盲盒”是以盲盒的形式售卖，消费者在打开时往往能收获惊喜。

对商家而言，大部分餐饮商家特别是烘焙蛋糕店，每天会有一些的剩余，若能将这些剩余的食品销售出去，能在一定程度上减少损失，还能吸引年轻客流到店。

对社会而言，“剩菜盲盒”不失为节约粮食、减少浪费的创新举措。

不过部分受访商家也表示，若想靠“剩菜盲盒”盈利，是不切实际的。

“一杯咖啡的成本在4元至5元，‘盲盒’售价才7元左右，减去平台抽成等固定成本，利润空间非常小。”在毛君媛展示的平台交易记录中，有一笔订单显示商家实际收入为0.87元，而另一笔订单的实际收入居然是负数。

此外，剩菜可以盲盒，食品安全不能是“盲盒”，剩菜可以临期，但不能在几个小时内就过期。就在上周，中国消费者协会发布“剩菜盲盒”消费提示，并指出，盲盒自带的不确定性和剩菜本身的安全问题，可能使“剩菜盲盒”背后存在隐患。

一家“剩菜盲盒”平台的负责人说：“这就是为什么‘剩菜盲盒’被局限在甜品、面包等特定食品的原因。我们仍在努力加强对商家的约束力。”

该负责人建议，消费者在购买“剩菜盲盒”时，尽量选择品牌知名度较高的正规商家，或是经常光顾、品质稳定的商家，到店后先检查食物的保质期，确认食物还没变质后再提货。

本周宁波强降温来袭



本报讯(记者孙肖)本周宁波天气的关键词就一个——“强降温”。到底有多强?市气象台的预报显示,今天宁波日平均气温过程降温幅度可达9℃—10℃。

11日上午,我市暖意延续,气温最高可达21℃,但是临近中午,强冷空气就将请自来,带来强降温、大风和降水。12日,宁波最高气温就只有13℃。

今天下午到明天,我市沿海海

面有8级大风,阵风9—10级,沿海地区风力可达6—8级。当强降温叠加大风,寒意将扑面而来,建议市民多备一件厚外套。

12月13日起,冷空气影响结束,气温再次“飙升”,最高气温又将到“2”字头。需要关注的是,15日后期有一股强冷空气来势汹汹,这股冷空气实力不俗,强度可能达到寒潮级别,或将助力再城进入气象意义上的冬天。

从目前的预报看,12月16日我市最高气温就将跌至个位数,只有7℃,最低气温更是会到0℃。之后三天,低温将持续,羽绒服和大棉袄终于可以用了。

环四明湖半程马拉松开跑

本报讯(记者林海 通讯员方娟英 凌忠刚 劳超杰)昨日上午8时,“云山雅院杯”2023年“悦动四明”环四明湖半程马拉松在余姚市梁弄镇的四明湖畔开跑,来自上海、杭州、宁波等地的近1000名跑友参加角逐。

本次比赛由余姚市梁弄镇人民政府、余姚市文化和广电旅游体育

局、余姚市四明山旅游度假区管理中心、宁波河姆渡文化旅游集团有限公司、余姚市体育总会主办。

今年的环四明湖半程马拉松赛事,组委会以“悦动四明”为主题,让广大跑步爱好者既能在跑步过程中领略四明秋韵,也能在运动中品尝梁弄美食,在运动中收获健康和快乐。

以心暖“新”



8日下午,江北区“甬爱E家”在孔浦街道云创小镇13家爱心商户挂牌,并为快递员、外卖员送上暖“新”礼包。据悉,江北区委组织部(两新工委)、江北区商务局、江北团区委为江北区积极参与新就业群体关爱活动的首批103家爱心公益商家挂牌,快递员、外卖员进入挂牌商户可享受“爱心便当”等优惠。(陈结生 摄)

社区携手餐饮企业 打造“共享老年食堂” 老年居民享八折优惠

记者 伍慧 通讯员 周潇潇 冯乐 杜院芳

“前两天刚拿到共享老年食堂就餐卡,等不及了,赶紧来试一试!”日前,由鄞州区明楼街道和丰社区携手稻状元餐饮共同打造的共享老年食堂正式挂牌成立,迎来第一批老年居民前来免费体验。

记者在采访中了解到,社区早有明楼街道“海悦心”居家养老服务中心提供助餐服务,但鉴于菜品种类不够丰富、送餐距离远、食品难以保温等问题,近段时间以来,老年居民对于“就近食堂用餐”的呼声高涨。

“目前,社区党群服务中心没有办食堂的能力,所以我和辖区商家协商,共同打造‘共享老年食堂’。12月初,刚确定合作意向。”和丰社区党总支书记卢焱说。

该共享老年食堂由和丰社区和稻状元餐饮(银亿东岸里店)携手

打造,辖区60周岁及以上居民通过微信小程序“高峰助手”报名,随后到社区拍摄一寸照并填写好个人信息即可领取一张专属就餐卡。老年居民凭卡到店用餐可享受八折优惠。

“出门走几步路就到了,而且能打八折,很划算!”83岁的东岸名邸居民陈子夷说。与此同时,坐一旁的老人朱信国也刚订好一份饭菜,准备坐下饱餐一顿,他说,食堂菜品丰富、环境整洁,又在家门口,已经把这里当成第二个家了!

截至目前,该共享老年食堂就餐卡已发出120多张。“食堂每餐提供30余种菜品,荤素搭配,米饭和汤不限量供应,老年居民可选择的花样更多啦!”卢焱说,社区正在对接更多餐饮企业及其他业态商家,扩大共享老年食堂就餐卡的使用范围,最大限度为老年居民提供便利和优惠。

月湖畔 尽享惬意周末



周末,甬城天气晴好,气温又创新高。在天一阁·月湖景区,不少市民或泛舟湖上,或在银杏林间嬉戏,在深秋时节享受快乐时光。(徐能 忻之承 摄)

【上接第1版】

奉化溪口镇旅游资源丰富,登山游客较多,当地有关部门找准部分游步道位于四明山区、游客就餐难的痛点,将老年食堂打造成旅游驿站,为游客提供餐饮、补给等服务,并将这部分收入贴补老年食堂的日常开支。

在严格做好“规定动作”的同时,农村老年食堂还有一套“自选动作”,丰富老年人的“营养餐桌”。

在北仑春晓街道爱心食堂,“一册记录本”记录用餐老人的饮食喜好、忌口食品,并根据老人的不同体质、不同需求动态调整;在海曙施家村居家养老服务站,除日常一荤二素一汤套餐外,老人还可单点大菜,每周送水果一份……

如今,宁波农村老年人的“这顿饭”吃出了新花样,也吃出了幸福感。

【上接第1版】

这是一张过滤精度达0.1纳米的反渗透膜。灏钻科技由此跻身国家级专精特新“小巨人”企业之列。

多年坚持创新,灏钻科技攒下了丰厚家底,已拥有近160项国内外专利。

再来看按需而谋。从净水器、咖啡机、搅拌机、榨汁机到细分婴幼儿各类辅食设备,原先定位做水处理设备制造商的灏钻科技,“不知不觉”转型成了健康饮品设备制造商。

“这‘不知不觉’源自对市场”和消费者需求的准确感知、顺势而谋。”顾逞涛说。

前些年,随着咖啡文化日渐兴起,咖啡成为人们生活中的必

备饮品,咖啡机也成了“新刚需”小家电。

“虽然是从净水器领域跨界,但起步我们就挑战最高难度,想做全自动咖啡‘水桶机’,让咖啡爱好者‘一机在手、应有尽有’。”企业工业设计师陈昱说,他们组建两外工程师团队,并招了一批咖啡机工程师共同打造这款咖啡机。

市面上独有的7寸超大LED触控屏,意式、美式、拿铁等11种风味可选择,集滴漏、研磨等制法于一体……

2020年,“Hipresso 嗨咖”横空出世,令业界对灏钻科技这位咖啡机领域的“新兵”竖起大拇指。“操作方便,扩展功能齐全,在国外参展时,客商用‘前所未有的作品’来形容。”陈昱说,这款全自

动咖啡机在海外销售量数万台。

凭借一滴“净水”闯蓝海,灏钻科技的打法,远不止产品拓展这么简单。

为此,灏钻科技自主开发了能帮助人与机器“对话”的“灏钻芯”——通过“芯”中有“数”,从制造商向服务商延伸。

“机器故障、水质波动等信息,会通过‘灏钻芯’第一时间反馈。我们后台在2小时内向用户作出答复,24小时内派人上门进行更换、检查与维修。同时,‘灏钻芯’还能自动采集用户区域的水质、流量、用水习惯等数据,提升用户黏度。”顾逞涛说,灏钻科技的使命便是“用智能制造护航健康生活”。

最后看拥抱“双循环”。

加工车间显示器上,亚马逊平台的订单量实时更新;电商销售部门,主播用流利的英语,一遍遍演练着直播步骤……“跨境电商+直播”模式,掀起了灏钻科技销售端的变革。

请国外网红直播带货,抢抓流量经济……沿着“跨境电商+直播”搭建的出海新“丝路”,灏钻科技出口额每年翻倍。今年以来,企业出口额同比增长逾30%。

“国内国际‘两条腿’走路,我们才能行稳致远。”顾逞涛说,近年来,灏钻科技着手布局国内市场,采用内外贸并进、线上线下结合等模式,融入内外贸一体化战略,拥抱“双循环”新发展格局。

未来,灏钻科技会带着这滴“净水”迈向更深蓝海。