

# 大多数受访者关注“网络餐饮服务监管办法”实施

外卖的菜量没有实体店的多、拿到的菜品和商家网上图片相差甚远……外卖平台火爆的同时,外卖菜品也常常遭到消费者吐槽。从2018年1月1日开始实施的《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》(以下简称《办法》)对网络餐饮服务者、第三方平台及送餐人员等进行了规定。



中国青年报社社会调查中心联合问卷网日前对2008名受访者进行的一项调查显示,62.7%的受访者点外卖时遭遇过菜品分量缩水。61.6%的受访者关注《办法》的实施。更好地规范网络餐饮服务,60.7%的受访者建议建立违法商户“黑名单”,在各平台间共享,57.0%的受访者建议加强外卖商家的准入机制建设。

受访者中,00后占1.8%,90后占29.3%,80后占48.2%,70后占14.9%,60后占5.0%,其他年龄段占0.9%。

## 62.7%受访者点外卖遭遇过菜品分量缩水

在北京某高校读研究生的楚一凡特别喜欢吃学校附近一

家面馆的茄丁肥肠面。一次她在宿舍点外卖,发现这家面馆入驻了外卖平台,就果断选了茄丁肥肠面,没想到送来的面比平时在店面吃得少了很多。“平时在店里我几乎吃不完,而这次我全都吃完了还不太饱”。

后来,楚一凡发现,随着外卖的火爆以及入驻外卖平台商家的增多,外卖分量缩水的情况更为普遍了。“尤其是那些打折力度特别大的外卖,都有不同程度的缩水情况。我饭量算小的,在食堂两个菜一两饭就够了,可很多外卖我都吃不饱”。

调查显示,42.5%的受访者经常点外卖,49.8%的受访者偶尔点外卖。62.7%的受访者遭遇过外卖菜品分量缩水的情况。

熊志远在某科技公司做技术研发,有时加班错过了饭点,

或者想换口味就会点外卖,平均一周会点1~2次。他有次在公司附近的饭馆点了一份鱼香肉丝盖饭,觉得味道不错,就带了一份回去给同事。“同事打开餐盒后,我发现菜量比我在店面时吃到的少,而且胡萝卜丝、青椒丝明显多,肉丝少”。因此,他再也没去这家饭馆吃过饭。

楚一凡说,她后来进那家面馆问过店员为什么外卖的食物分量不够,刚开始店员支支吾吾地说可能是装错盒了,后来又说不可能差分量。“我觉得跟他们理论也讨不回说法。后来再遇到外卖缩水的情况,我会给商家差评。”她直言,“凡是在我这儿上了‘黑名单’的,我就再也不点他家的外卖了。”

调查显示,遇到外卖菜品缩

水,45.6%的受访者会向卖家所在的平台投诉,43.9%的受访者索性不再点这家外卖,40.9%的受访者会给卖家差评,40.1%的受访者会联系卖家解决,6.5%的受访者选择不了了之。

## 60.7%受访者建议各外卖平台共享违法商户“黑名单”

“不光是外卖缩水,我还遇到过实物和照片严重不符的情况。”楚一凡说,有一次,她点外卖看到图片上显示的大盘鸡色泽鲜亮,肉块大,结果收到的菜品看起来并没有那么诱人。

熊志远说,他曾在收到外卖后,发现菜已经特别凉了,还得自己再用微波炉加热。

调查显示,除了分量缩水,

49.8%的受访者遇到过外卖送到时已经变凉的情况,45.8%的受访者遇到过外卖口感没有实体店好,42.1%的受访者遇到过实物和照片差距过大。受访者遇到的其他问题还有食物不干净、质量不佳(30.4%),送餐严重超时(22.0%),菜品不符合备注的口味(18.8%),送餐人员服务态度不好(7.0%)等,仅有4.0%的受访者没遇到过任何问题。

2017年11月6日,国家食品药品监管总局公布了《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》,该《办法》自2018年1月1日正式施行。调查中,61.6%的受访者表示关注《办法》的实施。

“我看到一些新闻,现在对网络餐饮服务有了明确的规定,希望这些规定能够切实地执行和落实。”楚一凡指出,现在对第三方平台缺乏系统性的监督和管理。她还建议加强对外卖送餐人员的培训,要保证送餐过程中食物不受污染。

“现在外卖平台很多,但平台之间是否可以信息进行联动?比如一个商家在某个平台上收到的投诉特别多,这也应该影响到他在其他平台的经营。”在熊志远看来,以后会有更多商家开展外卖业务,相关的准入门槛也应提升。

对于更好地规范网络餐饮服务,调查中,60.7%的受访者建议建立违法商户“黑名单”,在各平台间共享,57.0%的受访者建议加强外卖商家的准入机制,55.2%的受访者希望对外卖商家的巡查常态化,46.2%的受访者期待对不良商户的监督举报渠道更畅通,29.5%的受访者认为要惩处商家找“托儿”给好评的行为。(中青报)

# 2017年餐饮收入接近四万亿,团餐、火锅领跑

2017年全国餐饮业在宏观经济稳步发展、大众消费持续增强、餐饮升级持续推动、餐饮对美好生活供给质量的不断提升下稳健增长,全年餐饮收入39644亿元,比2016年增长10.7%,高于社会消费品零售额增长0.5个百分点,占GDP4.8%,成为为人民美好生活服务的重要产业。

## 特色餐饮高质量发展特点明显

伴随着消费升级,餐饮业整体将会朝着两个方面发展,一种是特色、文化餐饮,满足个性化、多元化、社交化的消费需求,一种是连锁餐饮零售化、工厂化,满足快速化、便捷化的消费需求,“生产基地+中央厨房+餐饮门店”以及“生产基地+加工企业+商超销售”的模式有了新的发展,老字号企业也在特色化、创新中传承发展。2017年上半

年,广州酒家食品收入同比增长13.39%,西安饮食食品收入同比增长高达41.31%。

## 团餐表现突出,增长最为明显,高达30%

据中国饭店协会团餐专业委员会发布的《2016-2017年度团餐发展报告》显示,2017年受调查的125家团餐企业总营业收入185亿,较上年增长21.71%,估测整个团餐行业整体营业收入增长近30%,团餐市场

成为餐饮业黑马。专家估测,2017年中国团餐市场近万亿。

## 在线外卖市场保持高速增长

2017年外卖市场继续快速增长,根据美团点评发布的数据,2017年中国在线外卖市场规模达到2046亿元,增长23%,在线订餐用户规模达到3亿人,同比增长18%,远高于餐饮大盘增速,对餐饮收入增长起到拉动作用。外卖品类不断扩张,品

质不断提升,三四线城市覆盖增长迅猛。

## 新餐饮成为行业创新主要驱动力

2017年,随着消费市场的年轻化、新技术的全面导入,由分散到集中,由粗放到集约,由共性到个性,由守成到创新,具有互联网时代特征的新餐饮已经形成,以智能餐厅、单一品类的新餐饮与新零售相结合,催生跨界新模式。新餐饮成为行业创

新主要驱动力。

## 火锅品类继续受到市场热捧

根据美团2016年数据,火锅是餐饮第一大品类,其营业额占据餐饮业总营业额的22%,是唯一占到两成以上的品类。据中国饭店协会估测,2017年,火锅业增长基本与餐饮业保持同步,全年营业额增速保持在11%左右。麻辣火锅增长较快,尤其是其中的串串香等小餐饮品类发展迅猛。(新华网)