

月饼抢“鲜”上市
商家以“奇”制胜

本报讯 刘丽媛 从小龙虾月饼、蟹黄月饼、冰皮月饼等等在食材方面的创新,到为人诟病的“过度包装”,最近几年,月饼市场越来越“内卷”。今年月饼界又“卷”出啥新花样?笔者探访市场发现,月饼竟然也出盲盒了。这样的“噱头”你买账吗?

今年,一家食品企业与迪士尼合作,推出了一款联名盲盒月饼。月饼怎么能出盲盒?难道口味随机吗?在南京一家盒马鲜生,笔者找到了这款盲盒月饼。盲盒月饼外包装是印有迪士尼经典卡通形象的纸盒,纸盒看起来很薄,也不重,上面标注了“猜猜我是谁”“四款随机”字样,除了大一些,和市面上的普通盲盒玩具差不多,售价是25.8元。笔者发现,盒子上还标注了月饼馅料,有流心奶黄和蛋黄白莲蓉两种可选,也就是说,月饼的口味并不是随机的。

小于买了一盒盲盒月饼,拆开才明白它的玄机:原来,里面是一个米奇形象的圆球,再打开圆球,里面才是月饼。“米奇头挺可爱的,可以留下来装点小东西。”小于说,和迪士尼以往出的玩具周边相比,盲盒月饼的价格挺亲民的,吃完月饼留下个装饰品,也比普通的纸盒子、铁盒子有意义。

“又是一个吸引小朋友的套路。”市民蔡女士告诉笔者,迪士尼盲盒月饼分不同系列,有米奇米妮等可爱风格,也有白雪公主、美人鱼等“在逃公主”。蔡女士6岁的女儿就是个公主控,缠着她买了好几盒,不为吃月饼,只为集齐自己喜欢的公主。

老少都排队,最受欢迎的月饼是它?

除了盲盒月饼,小龙虾月饼、蟹黄月饼、芥末三文鱼月饼、榴莲月饼等等混搭风月饼依然层出不穷,在一些大超市、甜品店都有销售。不过,“噱头”的热度过去后,这些混搭月饼口碑比较一般。“喜欢吃小龙虾我可以买小龙虾,喜欢吃蟹黄我可以买螃蟹,为什么要强行跟月饼结合?”小张说,一些猎奇馅料和月饼皮的口感并不搭。小于也认为,月饼其实更多的是中秋的一种“仪式感”,这些混搭月饼不适合送给长辈,年轻人也未必喜欢,月饼厂家与其拼命做噱头,还不如想想如何改良传统月饼的口味,降低热量。

说到传统月饼,有五仁这种几乎“人见人厌”的,也有特别受欢迎的。前几天,“上海爷叔拖拉杆箱买近200个月饼”上了微博热搜,引发不少网友好奇:苏式鲜肉月饼真有那么好吃?对此,很多苏浙沪的居民恨不得马上“按头安利”,告诉外地朋友,现烤的鲜肉月饼有多香。

在南京,鲜肉月饼同样受欢迎。新街口一家泸溪河桃酥店的店员表示,最近来买现烤鲜肉月饼的市民很多,老人、年轻人都有,经常排长队。而在河西另一家泸溪河店,一个月鲜肉月饼的外卖订单就有三四百包。

鲜肉月饼要现烤热乎的才足够鲜美多汁,对于家门口买不到现烤鲜肉月饼的吃货来说,这有点残忍。为此上海不少老字号动起了脑筋,在网店售卖鲜肉月饼生胚。从评论来看,不少人都说买回家自己用烤箱烤一烤,汁水很足、味道不错。

(《据扬子晚报》)

一秒开柜 无接触取餐

智能取餐柜能否成为新刚需?

疫情防控进入常态化,人们的生活方式正悄然发生变化,不见面、少接触的“无接触配送”早已不是新鲜事。最近,智能取餐柜出现在各地的小区、写字楼里,“外卖进柜”成为新时尚,在方便配送员、消费者送取餐的同时,也满足了疫情防控的需求。那么,智能取餐柜在推广过程中还有哪些亟需破解的难题?怎样才能让这种无接触服务更加完善?

“你好,你的外卖挂在6号栏杆了。”上海一高校的“外卖墙”近期意外走红,据了解,在该校校门一侧的每根栏杆上,都贴有标好数字编号的纸条,外卖小哥将餐品挂在编号下方的铁钩上,以此和学生约定取餐地点。

疫情防控进入常态化,类似“外卖墙”的出现一定程度上解决了外卖配送无法进入校园、小区和楼宇的难题,但随之而来的是外卖无序堆放、错拿甚至“偷餐”事件频发。

去年,无接触智能取餐柜在各地出现,方便了商户出餐、外卖送餐员取餐和消费者收餐,缓解了扎堆取餐、错拿、丢失以及开放存放带来的食品安全问题。然而,面对体量巨大的外卖市场,智能取餐柜能否守护好外卖服务的“最后100米”?

提高无接触配送效率

外卖因其便利性,正被越来越多的人接受。易观数据统计显示,截至2020年年底,全国外卖总单量达到171.2亿单,外卖市场交易规模达8352亿元,用户规模已接近5亿人。

去年疫情发生以来,为有效减少人际接触,避免人员聚集,众多餐饮、物流企业推出“无接触配送”服务,而美团、饿了么等外卖平台陆续在北京、上海等城市推出了无接触智能取餐柜。在北京朝阳大悦城汉堡王店,店外摆放着一排智能取餐柜,与快递柜不同的是,取餐柜的正面是透明玻璃,可以清楚看到里面待取的外卖。柜子左侧有一个触摸屏,用户通过扫码或输

入密码后,柜门便会自动弹开。双方可在无接触的情况下完成配送。

一名前来取餐的外卖小哥介绍,取餐柜提高了配送效率,尤其在下单高峰期,可以避免错拿外卖的情况。饿了么相关负责人表示,智能取餐柜的使用,减少了丢餐情况的发生,也极大提高了外卖送餐员在写字楼、园区、医院等复杂配送环境中的配送效率。

据上述负责人介绍,“目前,在一二线城市以及需求集中的三四线城市均已上线智能取餐柜。这不仅是疫情防控下支持推广无接触配送的需要,且有助于改善用户、商家、外卖送餐员的体验和提

智能化配送是未来趋势

“公司没有午餐,每到饭点都有很多人点餐。由于防疫要求,外卖不能送上楼,需要电话沟通下楼取餐。”在北京望京工作的吴雪说,目前公司所在的写字楼还没设立取餐柜,但自己倾向于这一取餐方式。

7月26日,市场监管总局等七部门联合印发《关于落实网络餐饮平台责任切实维护外卖送餐员权益的指导意见》,其中明确指出,鼓励通过推广铺设智能取餐柜等形式,提升外卖送达的便利度。

与此同时,四川、陕西、湖北等地陆续下发通知,积极推广餐饮外卖无接触取餐服务。

在政策支持下,外卖平台加快了智能取餐柜在各地的布局。据了解,今年8月,饿了么在青岛上线的智能取餐柜数量环比增长超过100%,青岛市市南区、市北区、崂山区、李沧区等主要商业大厦的饿了么智能柜,订单量近期达到了历史峰值。

饿了么智能取餐柜业务山东地区负责人表示,智能取餐柜作为“无接触配送”的配套服务设施,是疫情防控常态化背景下的刚需,受到多数骑手和用户的欢迎。

据了解,早在2018年,美团外卖就开始着手研发外卖智能取餐柜,并于2020年初在北京望京医院投放。美团相关负责人表示,从目前来看,办公楼、学校等场景的用户接受度相对较高,更愿意接受这种取餐方式。希望能与相关部门联手,继续推动智能取餐柜在商务楼宇、医院和学校等外卖需求大、人流密度高的场所应用。

“无接触配送因疫情防控因素得到支持发展,但不是偶然因素。一方面,一线配送人员难招成为当下普遍情况,另一方面末端配送智能化、无人化是趋势。”物流行业专家杨达卿表示,智能取餐柜较适合对人流管控严格的机关办公楼、医院、学校等场景,应用智能取餐柜将是未来一大趋势。

无接触配送体验待提升

随着外卖取餐柜逐渐启用推广,也出现了不少质疑声。

据了解,饿了么和美团目前暂时没有向外卖送餐员和消费者收取智能取餐柜的使用费,但市场上有些智能取餐柜是收取一定费用的。以“白领优拼”为例,取餐柜小格子使用一次0.3元,大格子使用一次0.4元,费用由外卖送餐员承担,用户取餐免费。由于收费,很多外卖送餐员不愿将外卖放在取餐柜,反而影响了外卖的及时送达,也引发了很多用户不满。

而对于智能取餐柜投放经营者来说,设备投入、向物业支付场地费和电费、设备维护等,都会产生大量的费用,虽然通过收取一定费用可以降低成本,但如果能通过政策支持、补贴、广告投放等方式实现从收费到免费,或许能让更多人接受。

同样值得关注的是,与快递柜相比,对于存放餐食的取餐柜卫生要求更高。90后用户韩蕾就对智能取餐柜的清洁、消毒问题表示担忧,“企业能否落实每天消毒是一个问题”。

此外,有些智能取餐柜本身具备消毒功能。智能取餐柜投放企业也会定时进行清洁维护,消费者对卫生问题大可放心。北京朝阳大悦城汉堡王店员表示,汉堡王在其设置取餐柜的全国逾100家门店内,都设有专人负责餐柜的清洁卫生,取餐柜自带紫外线消毒功能,每天早晚也会进行空柜消毒。

据饿了么相关负责人介绍,智能取餐柜会进行每日消毒,有专业团队定期对其进行清洁和维护,保证外卖配送末端干净、卫生。

与商务楼宇、学校、医院等一些人流密集、订餐需求高,送餐“最后一公里”较为麻烦的场景相比,智能取餐柜在另一些场景下则可能显得有些“水土不服”。

一直以来,很多人习惯了一键下单,在家坐等外卖上门。“明明可以送到家门口,却要下楼去取?”经常点外卖的万先生说,点外卖就是图个方便,自己并不太接受这种取餐方式。

杨达卿表示,目前多数消费者更接受上门送餐,智能取餐柜仅是服务补充,不应该完全取代配送上门。外卖物流行业还需要强化流程规范,尤其是物业环境有条件实现到门送餐时,应该保障消费者的选择权。这样不仅能提升消费者满意度,避免出现配送不到位,而且能避免发生不必要的服务争议。

(据《中国消费者报》)