

网络餐饮一次性封签新规即将实施

外卖加封签 饮食更安全

“你的外卖到了，放门口了啊。”外卖骑手挂断电话，熟练地把装着外卖的塑料袋放在地上，转身小跑着离开。时至中午，这栋写字楼门前，暂存着几十份外卖。其中，有一些外卖的包装，只是一个塑料袋，简单地“一系了之”，没有任何封签。

4月1日，北京《网络餐饮服务食品安全管理规范》将实施，规定外卖商家应使用外卖包装封签或一次性封口的外包装袋等密封方式，使封签外包装袋口在开启后无法复原。

写字楼外——外卖包装爱糊弄事

从建国门到国贸，沿着长安街，分布着大大小小的写字楼。

一到中午饭点，写字楼外就开始热闹起来，黄的、蓝的，穿着各色外套的外卖骑手，开始穿梭在楼宇之间。骑手们拎着外卖往楼门口跑，上班族出楼迎接。这些外卖，有些看起来包装得非常认真，用封签把包装袋密封得严严实实。有些则看起来随意很多，包装得也不严实。

一栋靠近建外SOHO的写字楼，在每个出口处都设置了暂存外卖的桌子。但中午外卖的量实在太大，桌子上搁不下，只能放在靠近桌子的地上。外卖骑手给订餐者打电话，然后拍张外卖的照片，就转身奔向下一个目的地。

观察发现，大多数知名餐饮品牌，都在外卖包装封口处用胶带或订书机进行密封。但是，有一些餐馆的外卖只是简单地用塑料袋包装，在袋口系一个

活扣就完事了。在15个外卖里，有5个没有密封处理。另一堆11个外卖里，有6个没有密封处理。这些“一系了之”的外卖，包括面条、凉皮、酸菜鱼、冒菜等种类。外卖在地上放不了多长时间，就被从写字楼里出来的订餐者取走了。

酒仙桥是另一处写字楼比较集中的区域。同样是中午饭点，外卖骑手和订餐者的“接头”时间。与高楼林立的CBD略有不同，这里有很多企业园区。有些园区面积很大，外卖骑手似乎有些着急，他们有时候给订餐者打完电话，把外卖往园区栅栏上一挂就转身离开了。这些挂在栅栏上的外卖，有些也没有封签。

在一处写字楼外，智能外卖柜已经不够用，外卖成堆放在地上。和在CBD看到的情况差不多，每一堆外卖总能看见几个没封签的，一份云南菜、一份湘菜、一份馄饨、一份酸菜鱼，都没有封签。

快餐档口——包装外卖总图省事

上班族们不是只吃外卖，他们也会走出写字楼，到餐馆里堂食。建外SOHO有很多大大小小的餐馆，在9号楼有一个美食城。就像所有此类美食城一样，这里有简单实惠的快餐档口，火烧、米粉、拉面、蒸菜等。饭点的时候，美食城里烟雾缭绕、人声鼎沸，买饭需要排队。时不时还有外卖骑手进来，迅速取走几份外卖。

走访看到，这里一处档口的服务员正在紧张地装饭、盛菜，她需要快速应对端着空盘等待的顾

客。同时，她还要麻利地打包，应付从外卖平台上不断降临的订单。只见她把几个餐盒装满，然后把餐盒放进塑料袋，简单地在塑料袋上打了两个结，没用封签，就放在餐台上，等外卖骑手取餐。

在酒仙桥的毕淘买生活广场地下一层，同样有很多餐饮档口，中午时分人流熙熙攘攘。一处卖拌饭的档口，外卖被简单系了一个很松的活扣，等着外卖员取走；一处卖烤肉的档口，取餐台上的外卖同样没有封签。

封签成本——可能计入打包费用

在一处卖馅饼的档口，店员把三个馅饼分别用小纸袋装好，又放进了大纸袋内，并用订书机把大纸袋封住。一店员说，现在外卖利润微薄，“主要就是引流，不赚钱，这种大纸袋就得一块钱一个。”

电商平台上，店员说的1元1个的大纸袋，大约卖0.5元1个，印色需要另付费用，5万个纸袋大概收260元。小纸袋在电商平台上也很多，大多数售价在0.3元至0.5元之间，量大还有优惠。塑料的打包袋就更便宜了，50个只卖2元钱。

观察——“封签对各方都是好事”

拥有多年餐馆经营经验的老唐介绍说，如今做外卖确实不容易挣钱，消费者要让利，平台要抽成。一个简单的封签，不会对经营成本带来多少压力。有的小档口没使用封签，主要还是意愿不强。“做快餐的图省事，就是速度第一。”他说，他的餐馆客单价比较高，更注重品质，所以会把外卖封好，“对自己，也对顾客负责”。

“以我每天的工作观察，现在已经有大概六成的外卖使用封签了。”骑手老徐据观察到的情况介绍说，那些没有使用外卖封签的，多数是小档口、小饭馆。

小乔说：“我现在已经尽量少点外卖了，点也点大店的，包装好。但有时候还是忍不住点一些小店的换

换口味，希望小店的外卖也能用封签吧。”

“我现在还不会因为没封签而拒收，因为时间紧张，吃口饭，讲究不了太多。”小强表示，他很期待4月1日以后的情况，“我想知道到时候，会不会所有的外卖都能施行封签。”

北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳表示，使用外卖封签，已经是必然的趋势。“当相关规定开始实施，就容不得商家愿意或者不愿意了。有了封签，责任就更明晰，商家就要对自己产品的质量有更高要求；对骑手来说，封签对这个群体的形象是种保护；对消费者来说，至少运输过程中出问题的风险被大幅降低。”

（据《北京晚报》）

关注春菜尝鲜

老字号推出一年 一季“迎春菜”

本报讯 李佳 3月20日迎来了春分节气，吃春菜尝鲜是春分的重要习俗之一。老话说“春分一到春菜鲜”，说的就是春分前后，应季的蔬菜开始上市。荠菜、香椿、榆钱儿、春笋等都是不少北京人喜欢的春鲜。近日，部分老字号不仅推出了香椿豆腐、荠菜春笋这样的经典味道，还有腌笃鲜、春笋鲜虾饺子、拌芝麻叶等新鲜春味。

野菜拌春笋、香椿拌豆腐……这些春季“野味儿”全都登上了同和居的菜谱，夹一筷子，春天的气息仿佛咀嚼在嘴里。荠菜炒春笋、油焖春笋、春笋烧肉、炸香椿丸子……同春园也把“春天”端上了桌。此外，位于鼓楼的马凯餐厅则是推出创新菜剁椒春笋炒藕尖，爽脆开胃。同时，鼓楼马凯餐厅还特别推出了迎春返利活动，消费者消费满500元加10元可获得50元代金券等。

以老北京门钉肉饼为特色的惠丰门钉肉饼店，新推出用虾仁、火腿、香菇和荷兰豆精心烹制出新菜“春色满园”。除了颜值高，据店方经理杨志刚介绍，这道新菜软嫩鲜香，很适合老年人和孩子食用。同时惠丰门钉肉饼还推出了以西芹和芥菜为原材料的“雨露芹黄”和“一品芥菜”，满足当下年轻消费者喜欢清淡、减脂的用餐消费需求。

位于西四大街的惠丰饺子楼，也推出春分应季菜品，例如用蚕豆打成豆泥的鲜豆泥沙拉、清爽小炒，以及一年一季的春笋鲜虾馅饺子。

90后成“迎春菜” 线上消费主力

本报讯 赵述评 张天元 春分时节来临，“春天”元素在线上线下都愈加浓烈。近日，华天旗下同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅等多家老字号推出春笋、荠菜、香椿等“迎春菜”。同和居提供野菜拌春笋、香椿拌豆腐等菜品，同春园则提供芥菜炒春笋、油焖春笋、春笋烧肉等菜品。另外，鼓楼马凯餐厅还推出创新菜剁椒春笋炒藕尖。

线下餐桌上春菜销售火热，线上春味也体现出来。饿了么平台最新数据显示，越来越多的90后、00后消费者正成为时令美食的拥趸，年轻消费者对于时令食材保持高度青睐。以春分节气为例，饿了么平台近三年“春味八鲜”生鲜订单同期持续增长，与2019年相比，2021年增长了近一倍。在餐饮和零售订单中，“春味八鲜”相关产品也增长迅猛，涨幅达85%和215%，其中90后、00后合计占比近九成。

日前，饿了么平台上上线了“春鲜”板块，其中包括樱花味中式糕点饮品、腌笃鲜、油焖春笋、青团等。饿了么数据显示，在“春味八鲜”订单中，90后占比近七成，成为绝对的消费主力；00后群体消费力同样增势迅猛，占比近两成，过去两年相关订单增长近翻番。此外，数据还显示，00后对樱花、凤梨、青团的购买喜好在逐年提升，成为“春味八鲜”消费最活跃的群体。

饿了么平台相关负责人表示，平台现已为各时令节日制定了食品供应计划，在保障食品安全的同时，将春鲜、春味等时令食品作为主流推荐。