

今年一至二月全国餐饮消费旺

现制饮品类餐企冲刺IPO创新花样多

本报讯 国家统计局3月18日发布最新数据显示,2024年1—2月份,全国餐饮收入9481亿元,同比增长12.5%;限额以上单位餐饮收入2374亿元,同比增长12.4%。

中国烹饪协会分析,2024年1—2月,全国餐饮收入增速、限额以上餐饮收入增速分别较上年同期上升3.3个、2.2个百分点。今年1—2月份,全国餐饮收入占到社会消费品零售总额的11.7%,全国餐饮收入增速高于社会消费品零售总额增幅7个百分点。

1—2月,餐饮业消费活力足、人气旺,实现良好开局。商务部春节期间重点监测餐饮企业销售额同比增长约17%,全国多个省市的餐饮收入有所上涨。春节后,餐饮消费持续增长,其中现制饮品类表现尤为活跃,餐企冲刺IPO、推出副品牌、智能化科技化、跨界联名忙得不亦乐乎。中国烹饪协会认为,1—2月份,在元旦、春节假期的带动下,餐饮消费需求大幅释放,为全年发展开了个好头,对于提振2024年消费信心起到了“催化剂”的作用。

(李冬阳)

老字号春菜抢“鲜”上桌
食客到店“解春馋”

本报讯 杨天悦 俗话说“一口春笋来,三月不知肉滋味”,春菜在百姓餐桌上有着不同寻常的意义。据了解,同春园、同和居、庆丰包子铺、惠丰饺子楼等老字号餐馆近日共同开启“春之味”美食节,上新多道应季春菜供食客“解春馋”。

同春园饭庄号称“八大春”之首,在不少美食爱好者眼中,这里是“不出京城就能一品江南春”的去处。正在就餐的市民张大爷说,从过完年就开始等着来吃腌笃鲜了,“咸肉酥、鲜肉烂,春笋嫩得能咬出水。这一口下去,春天就来了。”

除了腌笃鲜,店里还一口气上新了油焖春笋、荠菜春笋、春笋红烧肉、香椿豆腐丸子、茴香蚕豆、香干马兰头6道应季美食,用一道道新鲜时蔬组成了一桌鲜美春味。在一众春味中,最“鲜”的要数荠菜春笋。“春笋是春季第一鲜,荠菜则是野菜里的头一道鲜。”同春园江苏菜制作技艺第三代传承人王鸿庆介绍说,“荠菜搭配春笋,可谓鲜上加鲜。”

虽说是年年都做,老字号今年的春菜还是颇具新意。鼓楼马凯餐厅就将春笋与湘西腊肉融合,做出一道春笋湘西腊肉,用腊肉的咸香味与春笋清脆爽口的口感相互衬托;还有一道春笋牛里脊,为传统春菜搭配上新的食材。

春笋除了做成各式菜品,还能用鲜味把春天一整个“包”住。最近,惠丰饺子楼一道春笋鲜虾饺子十分受欢迎,仅在3月有售,每天限量30份。华天二友居肉饼店做出了春笋猪肉饼,庆丰包子铺也新出了猪肉荠菜包子和馄饨,皮暄软、馅鲜香。

同类食品存差异、收费标准不明确
餐饮外卖打包费乱象调查

本报讯 王薇 李佳 订外卖,如今已成为现代都市上班族离不开的一种生活方式。为吸引客户,商家、平台推出各种打折、满减活动以及优惠券。

但一些消费者发现,看似不起眼的外卖打包费却缺乏统一标准。打包费根据消费者的点单自动生成,收费的多少更是五花八门。

面对没有选择余地的打包费,消费者只能被动接受这笔糊涂账。商家设置的外卖打包费如何收取?是否有规律可循?近日,笔者进行了调查。

外卖重量相同打包费不同

通过登录外卖平台,查询粥类、炖汤类外卖包装相近的打包费。在嘉和一品的一家门店内,笔者在平台选购了同为约450克的招牌八宝粥和红豆薏米粥各一份,总打包费显示为3.5元,在打包费明细里可以看到,招牌八宝粥每份收取1.5元,红豆薏米粥每份收取2元。如果将粥品更换成同为约450克的招牌八宝粥和招牌皮蛋瘦肉粥,总打包费则显示为3元,招牌八宝粥每份收取1.5元,皮蛋瘦肉粥每份收取1.5元。重量相同的红豆薏米粥的打包费莫名多出了0.5元。

在火齐潮汕砂锅粥的一家门店内,可以查到同为约500克的皮蛋瘦肉粥(1人份)和干贝虾粥(1人份),打包费均为每份3元;而同样约500克的花胶走地鸡粥(1人份)和松茸竹荪粥(1人份)的打包费却都为1元。

打包费与打包盒数量无关

按照正常判断,2人份或3人份粥品的打包费应高于1人份,但火齐潮汕砂锅粥门店中却出现了不同的结果。约1000克的干贝虾粥(2人份),打包费标注为每份4元;约1500克的干贝蟹虾粥(3人份),打包费为每份6元;约1000克的花胶走地鸡粥(2人份),打包费标注为每份1元,而更重的约2000克的土豪鲍鱼花胶鸡粥(3人份),打包费也为每份1元。干贝虾粥的打包费按照重量递增,而花胶走地鸡粥和土豪鲍鱼花胶鸡粥似乎是按照整个单品进行的设定。打包费的收取标准,令人一头雾水。

笔者还发现上述查询的粥店外卖包装为纸质桶装包装,那么使用瓦罐作为容器的炖汤类食品的打包费是否会更贵呢?在晨曦炖汤店发现,使用瓦罐作为容器的1人份例汤套餐(含米饭和三个小菜)外卖打包费为每份3元,单点例汤的打包费也为每份3元。同时笔者发现,虽然打包费都为每份3元,但每份套餐中的打包盒数量明显多于单点的例汤。这家店的打包费显然不是按照打包盒数量的多少计算,而是按照单品(成套)统一计算。

同类食品打包费仍存差异

此外,笔者还查询了包装相对简单,不使用塑料打包盒的汉堡打包费。在汉堡王的一家店中,法式黑松露风味安格斯单品汉堡的打包费为每份1元,菠萝芝士双层牛堡的打包费为每份0.8元。

对于套餐中,同样包含汉堡、炸鸡(或鸡块)、可乐三种商品的打包费,汉堡王一家店中的金选安格斯牛堡单人餐收取2元/份,肯德基一家店中的劲脆鸡腿堡三件套收取1.2元/份,麦当劳则未显示需要打包费。除此之外,不同的汉堡店,单品汉堡的打包费从1元至3元不等。

外卖平台已对商家打包费设定参考上限

外卖平台是否可以商家的打包费进行限制?平台如何对打包费进行管理?笔者分别采访了美团和饿了么平台。

“餐饮品类纷繁复杂,从一个烤串到一份烤鱼,所使用的包装材料完全不同。不同商户的包装成本确实也存在差异,因此很难一刀切地对商家打包费进行限制。”美团外卖打包费专项治理小组相关负责人表示,平台严禁商家对消费者设置不合理打包费的行为,会基于各地餐具的实际价格水平,对商家的打包费设定参考上限,以此来避免商家设置不合理打包费。消费者如果遇到类似问题,可以拨打客服热线投诉,平台一经核实,将根据商家违规程度进行整

改处理。

据介绍,目前,美团外卖已经上线了单商品1元打包费封顶等产品功能,对商家不合理的打包费进行拦截。平台日常也会加强对商家的巡检工作,对打包费设置不合理的商家,平台将视具体违规程度采取不同的处罚措施,进一步保护消费者的合法权益。

同时,饿了么方面表示,提倡商家适度、合理使用餐具包装,并要求商家必须在下单结算页面清晰展示打包费用明细,严禁任何形式的强制收费。针对有少数入网商家收取较高包装费的情况,今年起,饿了么发起“蓝色星球”计划,通过明示包装收费标准、完善反馈渠道、主动价格管控三大方面,来进行包装费的管理管控。

消费者如果遇到类似问题,可以拨打客服热线投诉,平台一经核实,将根据商家违规程度进行整改处理。此外,平台也在价格管控方面持续开展治理,禁止商户设置高额包装费,加强对典型场景的专项治理。

声音 打包费要根据成本和服务定价

市场经济下,商家有自主定价的权利,但是消费者也要有知情权。比如,笔者查询到的潮汕砂锅粥店,都是外卖打包,使用的包装也相同,装皮蛋瘦肉粥的打包盒收费3元,装花胶走地鸡粥的打包盒收费1元,消费者多支付的2元打包费,到底是什么钱?商家并未向消费者说清楚。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为,打包费是餐饮行业支出的成本,在外卖中适当收取是正常的。但需要注意的是,商家的收费标准要公平合理,要根据其实际的支出成本和服务进行定价,不能“漫天要价”。其次,不能通过强制手段,强迫消费者只能使用包装精美且高价的包装盒,消费者有权选择合适的包装。“在符合食品安全标准的情况下,建议商家为消费者提供不同种类的打包盒,让消费者能够选择。一些可以合并同类项的食品,如主食等,消费者可以自己决定是否需要打包在一起,这也符合包装减量、低碳环保的消费理念。”

