

类似于买临期食品
实付款要低于原价
但不能挑选口味

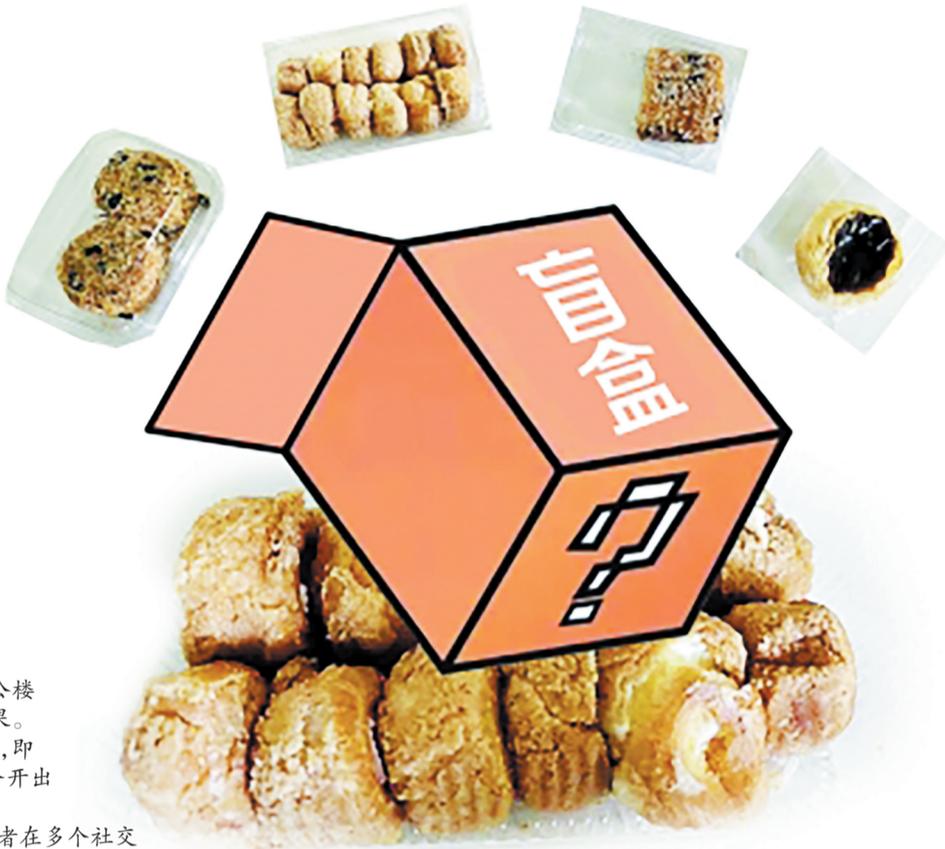
剩菜盲盒 你会尝鲜吗

“一袋11.9元，一袋19.9元，这几天的早午餐就算基本解决了。”赶在办公楼下的面包店关门时，陈女士向记者展示了她的战果。

对于陈女士来说，上班前看看小程序里的“剩菜盲盒”已经成为习惯，即便不必每天下单，不定时入驻的新商家也极富吸引力，更不必说偶尔还会开出性价比极高的盲盒。

像陈女士这样对“剩菜盲盒”着迷的消费者最近似乎越来越多了。记者在多个社交平台上搜索“剩菜盲盒”，各种相关的晒图和帖子下面不乏网友的留言，相互分享战果和经验。尤其是近日有着让食材物尽其用理念的“惜食魔法袋”官方宣布入驻多个城市，更是引发了网友对“剩菜盲盒”的关注。

类似于临期食品，实付款要低于原价，但是不能自己挑选口味，这种消费形式你会尝试吗？



记者买到的盲盒，一共4份甜品。

事件

盲盒家族又有新成员

在“万物皆可盲盒”的消费时代，盲盒热还在继续。从玩具到文具，再到机票，这次盲盒盯上了“剩菜”。

据了解，“剩菜盲盒”里的剩菜并非客人吃剩下的残羹冷炙，而是未出过后厨的餐品，或者是烘焙糕点、寿司等简餐食物。从本质上看，“剩菜盲盒”与近两年比较火的临期食品有些相似，但是前者的保质期更短，多则也就两到三天，有的甚至建议当天就食用。

目前主流的“剩菜盲盒”普遍在第三方平台上出售，除了上文所述的“惜食魔法袋”以外，还

有“袋走pack-age”“兜着走”“米粒盒子”等等。这些第三方平台在整合了能够提供剩菜盲盒的餐饮店后，有效连接了消费者和门店，顾客在线上预约，到线下门店自取，平台从中赚取流量和佣金。平台参与的商家中有不少知名品牌，比如面包新语、墨茉点心、原麦山丘等。虽然开盲盒基本靠运气，但是由于价格低廉，又有知名品牌背书，在既能满足消费者好奇心的同时也与反对食物浪费的理念相契合，消费者普遍还是感到物超所值。

而且对于餐饮门店来说，处

理“当日未售完食物”本就是个棘手的难题，往往只能采取弃置、销毁等方式，在造成资源巨大浪费的同时，本身也是成本不菲。

为此，商家早就想过各种法子。比如，有些烘焙店在晚上8点以后全店商品打折出售，有些寿司摊则会在晚上8点以后推出买一送一的活动，还有一些商超会将临期牛奶和新鲜牛奶捆绑出售，以达到清理库存的目的。如今走红的“剩菜盲盒”，可以说是另一种形式的促销手段，通过薄利清库存，似乎也更能被商家所接受。

经营者将其打包成“剩菜盲盒”打折出售，一定程度上能降低商户的损失。

而“追求极致的性价比”是当代年轻人的生活方式。而拆盲盒的心情就像开彩票，消费者可以从中获得未知的神秘感，以及打开包装时的惊喜感，加之极具性价比，年轻人对“剩菜盲盒”乐此不疲。因此，“剩菜盲盒”的出现符合年轻人的消费喜好，双方共同助力了“剩菜盲盒”的发展。

单，到店取货。这种方式既可以帮助商家处理当天卖不掉的食物，避免浪费，又可以使消费者以折扣价买到食物，节省生活成本。

在环保低碳、盲盒经济、临期食品三个标签的加持下，2021年开始在国内出现的“剩菜盲盒”逐渐成为一个具有诱惑力的概念。

在业内人士看来，“剩菜盲盒”之所以能走红，是由餐饮商家和消费者的共同需求所促成。

靠低价和环保抢市场

据了解，类似的经营模式其实可以追溯到2015年。丹麦的一家公司开发了一款App，将餐厅每日打烊前的临期食品信息汇总在一起，在该App上进行低价甩卖，既能解决食物浪费，又能让消费者省钱，看起来一举两得。在这款App上有不少美食可以选择，比如面包、正餐等，但消费者下单后在打开商品包装之前，完全不知道里面装的是什么，类似于盲盒的概念。

消费者可在App上预约下

或存在食品安全风险

作为一个快速发展的新商品门类，在廉价便捷之余，“剩菜盲盒”也引发了消费者对于其食品安全风险的担忧。例如，记者在采访过程中就发现某寿司店在当天晚上9点出售的“剩菜盲盒”上并未标有生产日期和最佳赏味日期，消费者前去取餐时仅有店员口头告知。

还有一些网友表示，装进“剩菜盲盒”的一般是卖剩下的，换言之就是“不好吃，卖不出去”的商品，一旦打开也没法退换，只能自认倒霉。并且不排除部分消费者或许会出于不理性消费或者好奇心驱使，跟风盲目购买，原本是为了“环保低碳”，结

果却导致二次浪费。

记者在采访中了解到，按照保质期要求，一款盲盒的面包必须当天吃完。记者表示当晚没办法食用，店员说可以放冰箱储存，但她同时表示“一般情况下没事，但如果有问题，需要消费者自行承担”。她强调“剩菜盲盒”的原则就是售卖临期食品，若不接受就不要下单”。

当前，对于“剩菜盲盒”这类临期食品标准的监管办法，我国尚未明确出台，一切都建立在商家与消费者双向诚信之上。“剩菜盲盒”一经售出，万一发生纠纷，责任很难追究。对此，有专家直言，因食品安全风险较高，

不建议对短保质期食品设置盲盒形式，建议监管部门加大对“剩菜盲盒”的监管力度。

去年8月，市场监管总局发布了《盲盒经营活动规范指引(试行)(征求意见稿)》，拟对盲盒销售的内容、形式、销售对象等方面作出规定。该指引提出，食品不得以盲盒形式销售，并要求餐饮服务经营者在使用盲盒商品开展促销活动时不得诱导、误导消费者超量点餐。目前，该指引还在征求意见中，也许在未来能看到对于食品盲盒的规范更明确的指引方向。

体验

原价30多元 打三到五折

记者近日体验了一款小程序。小程序打开后，页面显示“珍惜每一粒粮食”的字样，首页上是网友购买后分享的留言图文。记者找到了在南京入驻的门店，发现同样以烘焙类为主，有中式的也有西式的，其中还有一些较为知名的连锁烘焙店。

随机点开几家店铺后记者看到，其规定的取袋时间基本上都在晚上8点以后，并且时长控制在了一小时以内，只有少数商家在白天也可以取袋。下单之后需要在规定时间内领取，需要注意的是，超时未取订单将无法退款。如果有忌口或者过敏的情况，则需要提前与商家进行沟通。

记者买了一家连锁桃酥店的产品，下单的时候显示还剩两份，花了11.9元。根据提示，需要在下午5点之前将订单取走。工作人员向记者索要了取件码，现场拿来了一袋甜点，逐个称重，这一袋的原价总共要33.86元。

记者现场“开盒”发现，里面一共有4种甜品，包括蛋挞、肉松小贝、糯米糕和冰激凌泡芙。这些甜品在店里属于散称食品，是用透明塑料盒包装起来的。店员告诉记者，这些都是前一天没卖完的，保质期三天，最好尽快吃掉。

“一袋的原价都是30元到33元，根据前一天售卖的剩余情况随机搭配。”店员表示，以前店里当天没有卖完的甜品也不会打折卖，都是直接报损，其实这些东西并没有坏，只是口感稍微受到影响。“我们一般当天都会卖完，如果剩下的多才会上线到这个小程序，所以不是固定每天都有订单。”随后记者尝了一下泡芙，有几个外面的面包皮被里面的奶油泡得比较松软，有的则直接裂开，口感会有一些影响。

据《现代快报》《中国商报》《新快报》

