



“一人食”也可以很讲究

一个人吃饭,也能享受隔间,“自己吃饭”正在越来越轻松,越来越考究。近年来,在广州,“一人食”展现出其消费潜力,不少餐饮企业硬软环境设置也越来越关照这个庞大的群体。同时,在做好疫情防控的同时,如何既减少共食传播危险,又能惬意地到餐厅享受美食?“一人食”也让不少消费者、商家选择了新的就餐和经营模式。

业内专家认为,“一人食”群体,既追求方便和效率,也追求品质和格调,在“吃”这个方面,他们愿意为“取悦自己”而花费时间、精力。有关数据显示,从城市线级分布来看,“一人食”消费者主要分布在一、二线城市,有较大的成长空间。

“一人食”也享受隔间

夜幕降临,华灯初上。海珠区万国广场后的一条小巷中,一家低调的拉面馆挂上“营业中”的招牌。晚8点半,刚结束一日繁忙工作的吴先生走进这家拉面馆,在单人专座上坐下来,点了一碗拉面。热腾腾的拉面上桌,他一边听手机听音乐,一边叹着属于自己的、不被打扰的美味之夜。全媒体记者观察到,单人座之间用木板隔板隔开,这个四四方方的位置仅能容纳一人用餐。每个座位面前掩着竹帘,餐品从竹帘后递上来。近年来,像这样的“一人食”场景正在逐

渐增多,逐渐成为新常态。个别餐厅特别为“一人”设计独立用餐环境,更多餐厅是从价格、分量上关注一人用餐群体。

“我们‘一人食’的座位占了整个门店餐桌数的60%以上。”呷哺呷哺方面相关负责人欧阳女士告诉记者。呷哺呷哺是国内最早推行“一人食”模式的餐饮企业之一,全国超千家门店均主打“一人”小火锅。

人称“饼哥”的乐凯撒创始人,他所带领的乐凯撒披萨早在几年前就已经研判出“一人食”是重要的商业机会,“一个人也能吃披萨啊,当时市面上的披萨都是分享式的,最小都是9寸。我们敏锐地发现了这片市场空白以及客户需求。2010年我们开发了‘一人食’组合产品。随后不断强化巩固一人用餐的场景。当前,这部分客群订单占据了我们的30%。”

即便是烤肉火锅这种社交化强餐饮,也有“一人食”主题店。记者观察到,北京路有一家烤肉火锅店,店内座位之间以雾面玻璃等隔板隔开,创造出单人空间,能在单人用餐与多人用餐场景间灵活切换。

菜品小份而多样化

小份而多样化,是“一人食”产品的典型特征。记者走访发现,一人餐已然成为许多大众餐饮的“标

配”。海底捞南沙万达店在工作日会推出单人套餐,包括锅底、饮品、小料和荤素搭配好的菜品,性价比较高。

在广州的蔡澜点心专门店菜单上,过去专门开辟出一栏“一人食拼盘”,如今虽改名“想点都点”,但据有关负责人介绍,产品依然是为“一人食”设计的,蒸点拼盘、虾饺拼盘都集纳了不同口味的点心各一款,打破常规点心一例一口味的的设计。

“一人食”的场景更是从在店堂食延伸到外卖就餐,发力一人餐外卖的餐饮企业则更多了。根据美团外卖、中国饭店协会、艾瑞集团联合发布的《2020 外卖行业报告》数据显示,90后、00后群体一人用餐比例超过65%，“一人食”成为年轻群体主要就餐方式。

随着居民生活水平的提高以及生活习惯的变化,消费需求进一步升级,消费结构发生变化,从以生存式消费为主转为以发展型消费为主。人们开始追求消费的品质、体验、便捷和个性化,进一步扩大细分市场。而“一人”正是一个细分群体。

“一人食”经济早已展现出其消费潜力。此前,天猫发布的《2019~2020 国民味道》数据报告就指出,一人食、健身餐、滋补品、原产地、跨界品和懒人速食成为2020

年六大年度美食趋势。其中,2019年“一人食”的商品销量在天猫同比上涨30%,2020年3月,京东消费数据显示,“一人食”自热火锅和自热盒饭成交额环比增长了77%。

优点

“一人食”既减少共食感染风险又满足美食享受

部分接受采访的市民和餐厅经营者也认为,在做好疫情防控的同时,“一人食”既可以减少共食感染危险,又能满足到餐厅享受美食。这也是“一人食”群体日益壮大的原因。业内人士认为,“一人食”群体,既追求方便和效率,也追求品质和格调,在“吃”这个方面,他们愿意为“取悦自己”而花费时间、精力。

“一个人吃饭的习惯已经维持了差不多10年了。我比较偏爱安静,在国外生活时已养成了一个人静静品尝美食的习惯,回国后延续了生活习惯。现在社会节奏很快,每个人的生活节奏都不一样,口味也不一样,很难凑饭局。”在广州从事白酒行业的方钰看来,“‘一人食’,也算是一种放松的方式。”

美食跨界行家黄煜池与方钰持同样的观点,他也是“一人食”群体中的一员。“我喜欢一个人说走就走,比如去白天鹅宾馆的玉堂春暖喝茶、吃件沙琪玛。作为一

名走南闯北的“出差飞人”,他在经过对比后,得出结论:在对“一人食”群体的重视程度上,广州走在全国前列。而据艾媒咨询4月发布的数据显示,从城市线级分布来看,“一人食”消费者主要分布在一、二线城市。2021年中国38.6%的一人食消费者分布在二线城市,28.7%消费者分布在一线城市,三线城市的“一人食”消费者占比为21.7%,只有11%消费者分布在四线及其他城市。

记者手记 重新审视与打造 “一人食空间”的私密度

为“一人食”打造更精准化、个性化、专属化的消费场景,这需要深入挖掘这个群体的需求,为他们提供更加优质的服务以拉动经济发展。需要从空间、氛围和产品配置上给食客提供无压力的消费体验,产品设计尽量精简、选择灵活、方便食客叫菜。“一人食”空间的私密度与舒适度也需要重新审视与特别打造,“搭台”吃饭成为过去式了。另一方面,“一人食”产品也能很好避免餐饮铺张浪费。从经营角度看,“一人食”的模式有利于翻台率,增加了高频消费属性,不失为餐饮市场开拓发展的利好方向。

(据《广州日报》)

8月CPI总体平稳

猪肉价格同比下降44.9%



国家统计局9日发布数据:8月份全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.8%,涨幅比上月回落0.2个百分点。其中,食品价格下降4.1%,非食品价格上涨

1.9%;消费品价格上涨0.3%,服务价格上涨1.5%。受猪肉供给持续增加影响,食品价格中猪肉价格下降44.9%。1至8月平均,CPI比去年同期上涨0.6%。(据新华社)

加拿大鹅虚假宣传欺骗消费者,罚!

近日,国家企业信用信息公示系统显示,高端羽绒服品牌加拿大鹅(Canada Goose)关联公司希计(上海)商贸有限公司新增行政处罚,处罚事由为利用广告对商品或服务作虚假宣传,欺骗和误导消费者,处罚款45万元,责令公开更正并停止发布。

随后,加拿大鹅因虚假宣传被罚45万元登上热搜。

上海市黄浦区市场监督管理局表示:当事公司于旗舰店发布的内容中声称,其所销售的产品所用的羽绒混合物是“均含有Hutterite羽绒”,这是优良且最保暖的加拿大羽绒,此宣传与实际不符。上海服装行业协会相关专家表示,在禽鸟品种相同的情况下,羽绒的品质和禽鸟的成熟度有关,和产地、气候无关。处罚决定认为:加拿大鹅强调“Hutterite”产地,来彰显羽绒的保暖性,没有事实依据,构成虚假广告行为。记者多次电话联系了希计(上海)商贸有限公司,均未得到回应。

北京市京师律师事务所合伙人李源认为,《中华人民共和国广告法》第4条规定,广告中不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。本案中,加拿大鹅的经营者在对产品的介绍中宣称,自己某产地的羽绒是加拿大最保暖的羽绒,这样的描述显然是违反了《中华人民共和国广告法》对于虚假广告的规定。

另查,加拿大鹅官方天猫旗舰店在“退款说明”中发布“涉及已损坏或已经使用过的商品,若因质量问题退款,如有必要需经权威质检部门或加拿大鹅(Canada Goose)质量部门鉴定,加拿大鹅(Canada Goose)保留最终判定权。”

律师建议,消费者在购物的时候要仔细查看商品介绍,对于自己非常重视的卖点,要与经营者逐一核实并保留证据,既可以保证买到称心的商品,在未来出现纠纷时也能够做到事实清楚、证据充分。(据市场资讯)

绕过防沉迷系统

租卖游戏账号背后的灰色产业链

“妈妈,我的钱被人骗光了!”8月4日,汪女士接到儿子小奇的电话。

原来,小奇迷恋网游,专门在一个手游交易平台购买了能绕过防沉迷系统的游戏账号,结果被骗。

记者调查发现,网络上可以通过租号、买号等途径绕过监管无限畅玩网游,游戏账号租卖已形成灰色产业链。

“一些未成年人被这些绕过‘防沉迷’的账号所吸引,不惜用金钱来购买成年人的账号或高分值的账号,这种现象值得警惕。”江苏昆山市人民检察院检察官助理王超说,在对未成年人防沉迷措施越发严格的前提下,免限制需求却大量存在,而不少游戏交易平台,以租号、买号卖号作为主打产品,点开任何一款游戏,都可以买账号、换绑、秒绑,私聊信息在平台也可以查到。

购买游戏账号被骗

8月初,来自昆山的初二学生小奇随同学外出参加夏令营,爸爸妈妈让他带上智能手机,还教会他如何使用微信转账,并转1000元给他备用。

汪女士介绍,夏令营结束后,他们没有及时收回手机。在夏令营时,小奇看到其他同学都玩一款热门游戏,自己却没有账号,于是在网上搜索了如何获得账号的方法。

小奇找到了一个叫“交易猫”的手游交易平台,看到购买账号需要用QQ号与卖家联系。随后,小奇加了卖家的QQ号,又互加了微信。卖家要求小奇先付200元定金,继而拿出各类装备供小奇选择,并可以提供避免“防沉迷”的账号抬高价格,但小奇把微信中所有的钱转账给卖家后,小奇却被卖家拉黑了。

汪女士和小奇向平台投诉并报警,却已找不到卖家。

汪女士说,小奇是从去年疫情期间在家上网课时开始迷恋网游的。他们虽然给孩子的电脑装了网络保护软件,但并没有什么效果。“游戏公司只负责对个别游戏时间进行限制,孩子可以在不同的热门游戏之间切换玩耍,游戏时间设限形同虚设。”

无奈之下,汪女士只能不让孩子使用手机,但是他有时还是会拿爷爷奶奶的手机玩游戏,有时也确实因学习、外出等需要,还要使用手机。

游戏账号交易乱象丛生

除了买家被骗,卖家被骗也频频发生。2019年2月,魏强(化名)在“交易猫”平台上看到有人出售游戏账号后,通过虚构信息注册账号,以客服或购买人的身份与出售人联系,并以尝试登录游戏账号为由,骗取出售人的游戏账号、密码及验证码后将游戏账号成功换绑,之后将游戏账号低价售卖,从中获利。

昆山市人民检察院的工作人员说,上述案例说明,无论是买家还是卖家,目前都可以在游戏交易平台上使用虚构信息,交易平台并没有对其真实身份进行认证。

像小奇那样因游戏账号交易被骗的情况也并非个案,在案件信息公开网上,相关案件有850件,而通过“交易猫”等游戏交易平台发生的诈骗类刑事案件也超过上百件。

9月3日,记者登录“交易猫”游戏交易平台App,该App明显地写有账号、租号等字样。记者点开相关链接后发现,各大游戏账号应有尽有,一款“V10至尊号”竟售价1.25万元。

在租号专区,记者随意点击一个购买链接,该链接显示租用游戏账号价格为每小时3.8元,还有租用10小时的套餐。这个平台还提供周租服务,价格为399元。

在支付环节,平台提醒:根据国家法律规定,已成年的实名用户才能交易游戏虚拟用品。记者随即被要求填写姓名、身份证号等个人信息。最后,在未进行人脸识别的情况下,该平台就显示支付成功。而未成年人可以使用家长的信息进行交易,平台无法进一步监管。

记者使用购买的账号登录了游戏,发现该号码可以正常登录,而不必担心防沉迷系统的监管。该账号段位为“最强王者两颗星”,且账号内有大量“皮肤”,可供玩家使用。

在某电商平台上,记者检索某款热门游戏“买号”,账号价格从2000元到1万元不等,甚至有一个账号价格炒到22950元。据该店铺客服介绍,该账号内含多款“典藏皮肤”。

当记者表示“没有身份证而无法实名认证”后,多家店铺客服表示,购买之后仍然可以使用,并无限制。

如何避免出现监管盲区

国内某游戏公司的工作人员表示,希望公众能关注电商租号。对于游戏公司来说,只能依靠诉讼来解决,而家长一般都直接找游戏公司,“不会觉得是租号平台的问题”。

针对二手游戏账号交易泛滥现象,王超认为,游戏账号经过电子身份认证,既然与真实身份相捆绑,就不该进行交易,更不能向未成年人出售账号,互联网平台应当承担起网络交易的监管责任。服务企业应保证用户使用有效身份证件进行注册,在进行网络支付时,也要严格保证用户使用有效身份信息。

针对未成年人购买游戏账号,王超表示,互联网二手交易平台放任含有身份信息的账号交易,为不法分子提供了可乘之机,相关部门应当重视,避免出现监管盲区。(据《中国青年报》)