

实测：一栋写字楼 一天剩菜剩饭半垃圾桶

点外卖凑单，省钱还是浪费？



写字楼里的垃圾桶，吃剩的米饭、炒菜，多了去了。如果不是亲眼所见，很难想象浪费会如此严重。什么原因？满减不合理、菜量没标注、食客不在意，造成外卖浪费的原因多种多样。

图片来自网络

目击 浪费普遍 空盒反倒格格不入

下午4点半，北京市丽泽桥附近一栋写字楼的垃圾房，老周师傅正在忙碌地分拣垃圾。每天下午，楼里的人驻公司会陆续把自己的垃圾送过来，老周需要把其中的厨余垃圾单拣出来。

写字楼里分为餐饮商户和普通公司，餐饮商户会自行把厨余垃圾和其他垃圾分开后运到垃圾房，不需要老周来分拣。需要分的是普通公司产生的垃圾，有些员工中午会叫外卖，没吃完的剩饭剩菜，老周就得拣出来倒进厨余桶。

“剩得太多了。”正说着，老周拆开了一个垃圾袋，拿出的第一个外卖盒，里面的炒饭剩了一半。

之后的七八个盒子，有炒饭、白米饭、米线、炒菜，基本都剩了一半。好不容易翻出了一个比较空的盒子，和其他的盒子一比，显得有些“格格不入”。

记者观察了一会儿，已经对有些剩饭剩菜开始眼熟。比如一种圆盒子装的“辣椒炒鸡蛋”出现了两次，每盒都剩了一半。凉皮也出现了两次，但从盒子包装来看不是同一家。圆盒子装的米线出现了三次，剩的最多的一个看起来没吃几口，剩的米饭更是数不胜数。

对于这些东西，老周见过太多了，已经有些见怪不怪，但他偶尔还是会因为过分的浪费

而生气。“看看，这都是什么呀！”在一个袋子里，老周翻出了四个方形外卖盒，里面装的是不同的菜品，有肉有菜搭配齐全。而这四份菜，一口都没有动，就这样被扔掉了。

过了一会儿，老周又从另一个袋子里翻出了一盒盒饭，里面装着辣椒炒肉、菠菜粉丝等等菜品和米饭。这些饭菜看起来也是一口没吃，尤其是米饭，没有一点被筷子夹过的痕迹，仍然是平平整整铺在盒子里。“你不吃你为什么要点呢？带回家也行啊。”老周对此是既生气又疑惑。

从4点半，老周一一直干到了5点20分，才把外卖的剩饭剩菜分拣完毕。原先空空荡荡的大个绿色垃圾桶，此时已经装了大约有一半。

探因 多点几样 价格还能便宜2元

记者以该写字楼作为定位，打开外卖平台发现，附近的外卖商户很多，其中米线店数量尤其多，随便一翻就有七八家。几乎每一家店都设置了满减优惠，有些优惠的梯度设置较为合理，比如26元减12元、48元减16元、60元减20元等，每一档增加的优惠金额并没有很多。但还有的店铺，两个档位的优惠金额差得很远，甚至会导致“多点好几样东西反而比之前便宜”的情况。

比如一家米线店，第一档的优惠档位是25元减6.5元，第二档则直接变成了48元减20.5元。记者点了一份酸辣粉，配菜选了一份火腿片和一份土豆片，账单显示原价36.68元，优惠后

30.18元。而如果再多点11.32元的菜，总价就能达到48元，获得第二档20.5元的优惠，总共比现在能多减14元。记者又尝试加了一份粉、一份煎蛋和一瓶小可乐，刚好达到了第二档优惠，最终总价只有28.18元，比之前还便宜2元钱。

还有的店铺，把第一档优惠所需的价格定得比较高。而自家的产品单点一份往往达不到优惠价格，加点别的东西却刚好达到。比如另一家米线店，第一档优惠设置在了35元减8元，而他家的一份米线加上包装总共只有30.8元，可如果再加一份手抓饼，就能达到满减要求，最终只需要付29.88元。

《北京市反食品浪费规定》提到，“餐饮外卖平

台应当以显著方式提示消费者按需、适量点餐。餐饮外卖平台应当通过完善商业运营模式、优化平台交易规则、建立健全激励机制等方式，督促引导入网餐饮服务经营者、消费者防止和减少食品浪费。”但记者在整个点餐过程中都没有看到“按需点餐、防止浪费”的提示，反而是在准备结账前，页面上方会显示“已减6.5元，再买11.32元再减14元，去凑单”，有引诱超量点餐的嫌疑。

除了凑满减，还有的店铺则是在店内的折扣菜上做起了文章。记者找到过不止一家店铺，点菜页最上方并非该店的特色菜，而是各种“优惠加点”的菜品，种类五花八门。

比如一家炒米粉店铺，就提供了0.1元的加料蔬菜、小吃，还有0.9元的肉肠、年糕等菜品，都比原价便宜很多，显得十分“超值”。即使每样限点1份，最后加起来份量也不少。

测试 菜量难查 只怕少送不怕浪费

《北京市反食品浪费规定》还提到，“入网餐饮服务经营者应当在餐品浏览页面标注餐品规格、参考分量、口味、建议消费人数等信息。”但记者调查发现，按照规定标注菜品规格和菜量的店家只占了很少一部分，剩下大多数店家都没有写明一份饭菜到底有多少量。

记者用“扬州炒饭”这份主食进行了测试，分别点了三家不同店铺的炒饭。第一家和第二家的炒饭售价均为22元，详情页的分量一栏仅标注了“1人份”；第三家的扬州炒饭售价26元，分量一栏写的是“1盒”。三家店铺均没有写明饭的克数。

三份炒饭送达之后，记者用手拿起外卖盒，就能明显感受到他们之间的分量差别。刨除餐盒重量后称重，第一家22元炒饭总共有425克，26元炒饭则是568克，另一家22元炒饭则足足有674克。对比两家同样是22元的炒饭，第二家比第一家多出了一半还多。

随后，记者又找到了两家快餐汉堡店，分别点了一份“双层牛肉堡”，两份汉堡同样没有标明分量。外卖送到手后，从外观就能看出其中一个汉堡比另一个大很多。称重显示，小汉堡是156克，而大汉堡有380克，差不多有小汉堡的两个半重。

除了缺少分量标注，外卖平台上“图片与实际不符”的情况也比比皆是，消费者很难通过示例图片来判断实物的分量。比如某商户的“酱爆鸡丁盖饭”，图片上是一份普通的酱爆鸡丁菜品，并不是盖饭的实物照片。而实物到手后，酱爆鸡丁是装在一个很薄的方形盒子中，分量很少。与之相对的，米饭是拿一个很厚的圆形盒子装的，几乎给了满满一大盒，菜量和饭量之间完全不匹配。即使把菜全吃光，饭也会剩一半左右。

在搜索外卖商户的过程中，记者也发现了一些值得推广的做法。比如一家主营面点和粥的店铺，所卖的包子、饺子、油条等面点，基

本都可以按个数单点。但更多的早餐店，还是会以“一笼”“一份”为单位售卖面点。

还有的店家，明显是考虑到了饭量菜量问题，但做法上还不够精细。比如一家炒菜外卖，其中一道菜是“宫保鸡丁（大份）”，分量写着“约500克”，但这家店却没有小份宫保鸡丁可选。而店家推出的小份菜，又往往没有对应的大份菜。

因为需要测试分量，记者近期点了多份外卖。订单配送完成后，系统会发来一项反馈调查，但提问往往只关注了“是否配送了餐具”“口味如何”“包装是否有撒漏”这几方面，记者并未见到对饭量是否合适的提问和调查。

如果想要评价菜量，顾客只能专门撰写评价。在一家麻辣烫店，店家主推的是一种配好料的麻辣烫，总共有十几种配菜。在评论区，记者看到了不少顾客留言“量很大，一个人吃不了”。但无论是顾客还是商家，似乎都认为“过量”是一件“好事”。顾客给出的是好评，商家也留言“感谢您的认可”。至于吃不了的菜如何处理，就不得而知了。来源：北京晚报