

制止食物浪费 余量食物如何发挥“余热”？

新华社记者 吉宁 程思琪 马晓洁

没有售完剩下的蛋挞和蛋糕、尚在食用期散发余温的炸鸡、快到保质期的熟食……在餐饮、商超等消费场所，每天都会产生相当规模的余量食物。这些余量食物除了被丢弃还有什么更好的处理办法？

记者在多地调研发现，政府部门、协会组织和餐饮商家开动脑筋，结合线上与线下推出诸多创新举措，让余量食物产品发挥“余热”，引领勤俭节约的新风尚。同时，余量食物新模式的推广也面临种种难题亟待破解，需要有关部门和协会组织合力对症下药、跟进管理。

1 余量食物的新归宿

位于北京市朝阳区三里屯的肯德基蓝桥餐厅，门口的立式冰箱引人注目，不时有周边居民、外卖小哥、环卫工人来领取一份打包好的余量食物，这是肯德基的一处食物驿站。自2020年起肯德基发起食物驿站项目，在部分餐厅试点将未售完且在保质期内的余量食物免费分发给有需要的居民。

餐厅经理冯琦琨说：“在有余量食物的情况下，我们会在次日上午和下午分两次放置，当天基本都会被领完。”

记者在多地调研发现，近年来，食物银行、食物驿站等新模式如雨后春笋，这些模式或由公益组织、餐饮单位牵头，或采取政府搭台牵头的方式运行，它们动员餐饮企业捐赠临期食物，以

公益性质免费发放，从源头上减少食物浪费和对环境的破坏。

深圳市福田区目前已在该区10个街道部署食物银行，服务6.1万人次。福建、江苏等地相关部门联合企业自今年开始陆续建设余量食物驿站。北京一家大型餐饮企业透露，目前他们每天的余量食物较多，在学习相关企业经验后，正在部分门店建设余量食物分发点，预计近期向社会推出。

除了食物驿站、食物银行外，“盲盒经济”的兴起正在为余量食物找到新归宿。记者了解到，近期不少互联网公司通过线上线下结合等方式，联络面包类、日料类餐饮企业，以折扣价格优势将余量食物包装成“盲盒”加速销售，实现减少食物浪费的目的。

记者在上海登录一个“盲盒”小程序，看到所在地周边的部分商户销售一批名为“魔法袋”的产品，已经吸引多个餐饮品牌加入。平均售价只有十几元的“食物盲盒”，包含了多个烘焙产品。记者随机选购了一款“魔法袋”，到店取货后看到，售价11.9元的“魔法袋”里有4个蛋挞、2个肉松蛋糕。如果按照原价购买，这些东西应该需要20多元。

2 新模式需“破”新课题

记者在调研中了解到，余量食物的新模式满足了人们的生活、消费需求，符合反浪费的社会共识，有其发展的市场价值、社会价值和环境价值。但作为新生事物且规模不断扩大、形式不断丰富，余量食物如何界定、如何确保食品安全等诸多问题还有待进一步破解。

——余量食物如何界定？到底距离保质期多长时间或者处于什么状态的食物可以界定为余量食物，记者目前并没有查询到明确的国家标准，针对余量食物的定义只有个别协会进行了笼统界定，尚缺乏普遍的业内共识。在实际操作中，对于余量食物的选择，有的企业会选择临近保质期1到3天的烘焙食物，有的企业会每天将未售完但仍在保质期内的食品冷冻后提供给有需要的群体。

受访业内人士表示，目前食物驿站、食物“盲盒”等做法还属于创新举措，针对余量食物的时间期限、品类范围的划分，需出台行业指导性意见和指南。

——食品安全如何保证？目前针对余量食物的安全质量标准仍不明晰，缺乏有关部门监管。上海消费者朱女士是“魔法袋”的常客，她认为余量食物的品质是最重要的。“有些食物外包

装上并没有标明保质期，如果是过期食物的话，消费者可能也很难发现。”北京消费者卢女士说，虽然不少余量食物是免费发放的，但也不能成为食品安全的盲区。

食品产业专家顾振华表示，临期散装现制品经过包装后，应该定义为预包装食品，需要标注食品名称、配料、生产者、生产日期保质期、生产材料等信息。

——企业是否有参与积极性？记者在调研中发现，虽然目前余量食物的“驿站”“银行”“盲盒”模式不断出新，但因为缺乏相关政策指引，相当数量行业协会组织和餐饮企业出于食品安全考虑，对余量食物持谨慎态度。

对于一些餐饮企业来说，“新鲜”是运营招牌，为了维护产品品牌和保证企业运营，其临期食物的售卖动力并不足。记者在多地走访时发现，许多商家会直接将当天剩余食物倒掉，大量受访的消费者对于这种浪费感到可惜。对于这种行为，有些餐饮企业则采取了“内部消化”。在山西省太原市好利来玛城店，店长告诉记者，针对未售罄的面包糕点，门店会作为第二天店内员工的早餐。

3 规范发展 让余量食物更好发挥“余热”

受访的业内人士表示，余量食物市场的安全需要商家自律、行业规范和市场监管共同发力，建议有关部门为余量食物经济的发展划定路径、明确规范，并与协会组织、企业团体共同推进制定相应的防风险体系。

2023年初，中国连锁经营协会发布的《市场端临期食品经营现状报告》提出，尽快出台更加科学统一的相关标准，包括临期标准、临期商品处置标准、完善生鲜食品保鲜和质检的相关标准以及相关实施细则和操作指引等。

饿了么食品安全部兼合作发

展部总经理田西艳认为，余量食物的打折促销，在满足部分人群需要的同时避免了浪费，商家需要对食品的全流程把关，做好食品的卫生安全管理，从生产源头保障人民群众的健康安全。

企业层面，针对余量食物的发放已经做了一些有益尝试。肯德基的母公司百胜中国相关项目负责人介绍，为确保食品的安全性，有食物驿站的门店将余量食物提前冷冻12小时以上，并封装打包。“门店还会在明显的位置提示，这些余量食物仅能再加热一次，鼓励有需求的群体尽快食用。”这位负责人说。

