

机器人摊煎饼、无人机送外卖、KTV包厢吃火锅……

# 餐饮业“跨界风”彰显消费新活力

近几年，餐饮业掀起“跨界风”，新业态不断涌现。业内人士指出，当前餐饮业发展呈现出鲜明的跨界融合与技术创新特点，这些创新尝试丰富了餐饮消费的场景与体验，为餐饮业注入新活力。



## ► 科技“跨界” 餐饮数智化转型加速

在北京卫星制造厂科技园内，一台机器人煎饼机吸引了不少人的“眼球”。摊饼、煎蛋、撒料、刷酱……一顿行云流水操作后，热乎乎的煎饼制作完成了。

在北京中骏世界城的海底捞火锅门店，进门处便是透明的“厨房大后方”。透过玻璃，智慧机械臂正忙着拿取菜品，智能配锅机则根据订单要求，自动调节着麻、辣、鲜、香、油、水等比例，为顾客进行口味的“私人定制”。据门店负责人介绍，通过技术手段和智能设备对顾客点餐后的配菜、出菜、上菜等流程进行全方位智能化改造后，最快可实现2分钟内完成机械臂配菜、传送带传菜、机器人送菜到餐桌的整个过

程，大大减少了人工成本。

在外卖配送环节，低空飞行技术的“跨界”应用，丰富了用餐体验。据美团有关负责人介绍，目前，美团已初步完成自主飞行无人机、智能化调度系统及高效率运营体系的研发建设工作。截至2024年9月底，美团无人机已在上海、北京、深圳、广州等城市开通43条航线，并累计完成订单超36万单。

国家信息中心在《中国餐饮业数字化发展报告(2024)》中指出，人工智能、大数据成为餐饮业数字化的关键动力。餐饮企业、平台企业运用人工智能等数字技术，实现无人送餐，无人机、机器人全面推广，送餐实现全面智能化。

## ► 业态“混搭” 新业态释放新活力

记者了解到，越来越多的餐饮企业“跨界”发展，新业态不断涌现。比如，凑凑火锅推出了KTV多功能主题包房，顾客可以在吃火锅的同时，体验唱歌的快乐。海底捞的部分门店设有川剧变脸表演，不仅增加了用餐乐趣，也让顾客感受到浓厚的文化氛围。

此外，越来越多的餐饮企业通过布局直播、外卖、团购等，实现线上线下融合发展。

“我们每周三、五都会在抖音等平台进行直播。直播不仅带动了线上套餐的销售，还起到了引流的效果。”北京一家餐厅的工作人员说。

此外，记者梳理发现，包括呷哺呷哺、海底捞、太二酸菜鱼、老乡鸡在内的餐饮连锁品牌均已设立专注外卖的卫星店。

“外卖和堂食的经营逻辑不同，卫星店模式对于消费场景扩容、用户体验提升、成本结构优化等都有很大价值。”老乡鸡董事长束小龙表示。据悉，老乡鸡计划在2024年内开设50家品牌卫星店。

## ► 创新经营 促进多行业深度融合

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉指出，近几年，餐饮业掀起了“业态混搭”风，这不仅是经营模式的更新，也是实体行业在电商冲击、成本压力之下，根据多元消费需求进行的融合创新。“其中，‘线上+线下’是一组经典的‘业态混搭’，线上业务有力拓展了实体商业的服务半径、客户范围、交易频次。”

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力指出，近

年来，餐饮业的发展态势呈现出鲜明的跨界融合与技术创新特点。一方面，餐饮企业通过引入机械臂、机器人等先进技术，显著提升出餐效率，同时优化顾客体验；另一方面，跨界经营成为新潮流。这些创新尝试丰富了餐饮消费的场景与体验，也促进了餐饮与其他行业的深度融合。这种跨界融合与技术创新的发展态势，为餐饮业注入了新活力。

据新华社

## “先用后付”套路多 擦亮双眼巧避坑

无需密码误触下单，意外开通难以关闭，资金危机信用受损……近年来，各大网上购物平台纷纷推出“先用后付”支付方式，“0元支付”的噱头吸引消费者目光的同时也引发了质疑。

这种所谓的新型消费模式，是指满足条件的用户在网络购物时可以先0元下单，待确认收货后再在规定时间内付款。记者调查发现，“先用后付”确实在一定程度上简化了支付流程，但目前存在的安全风险、侵犯消费者合法权益等问题仍需警惕。

**被开通：4岁女孩下单6件商品**

“下单时不用输入任何密码，也不需要指纹、面容验证，收到货时我才反应过来是女儿玩手机时误触下单的。”黑龙江省哈尔滨市的陈女士提起这段经历时仍有些难以置信，4岁的女儿怎么就能如此轻易地成功下单了6件共计400多元的商品，“这种支付方式真的成熟和安全吗？”

北京市民李女士也有类似经历。“完全不知道我什么时候‘被开通’了这个服务，尽管我每次都刻意选择其他支付方式，但下次结算时‘先用后付’依然是默认选项。”

除了女儿误触带来的麻烦，陈女士表示自己也不愿意使用“先用后付”功能，“下单时感觉不要钱一样，还款时钱包却突然瘪了下去，花销也要比不开通时多出一些。”她说。

记者搜索各大购物和消费平台发现，淘宝、拼多多等应用都普遍支持“先用后付”功能。这一策略可以说是在用户增长和交易量增速趋于饱和的激烈竞争下，电商平台的又一创新尝试，简化购物流程，吊足用户胃口。

业内人士称，“先用后付”概念极具吸引力，它赋予消费者无需支付任何费用即可先行体验商品的权利。“满意后再付款，不满意轻松退货”的宣传标语看似百利而无一害，但实际运行起来，却让不少消费者担心在无意之间被“割了韭菜”。

**“先用后付”争议何在？**

不少受访者表示，网上购物可以越来越便利，但是支付方式不能丢掉严谨。“先用后付”带给消费者的不良体验和存在的不当行为应引起重视。

**——“被开通”且“难关闭”。**

一些平台将“先用后付”选项隐匿于支付界面细微之处，以不易察觉的提示询问用户是否启用；一些平台则在用户初次体验后自动激活，并在日后消费中直接“默认勾选”且难以更改。

然而，与这种近乎“无障碍”的开通流程形成鲜明对比的是，取消步骤异常繁琐复杂。记者尝试关闭“先用后付”默认设置，一直难以发现关闭页面。最终不得不致电客服，在其指导下进行四五步操作后才彻底关闭。

“平台强制或者变相强制消费者接受‘先用后付’功能的行为，涉嫌侵犯消费者的知情权与自主选择权。”北京市长安律师事务所高级合伙人王宇维说。

**——“秒下单”但“多花费”。**

“先用后付”的支付方式给消费者带来极大不安全感，尤其对于未成年人或对智能手机操作不熟练的人群，误触下单风险显著增加，可能导致因并不知情或资金紧张而逾期支付，进而对消费者信用记录产生不良影响。

“我女儿误触下单的产品我不仅要挨个将它们退回，还要支付相应物流费用，这既让我承担了信用风险，还要处理后续问题。”陈女士不解道，本来是便利措施，怎么却让她花费了更多精力？

不少消费者反映，“先用后付”的确让他们“花费”更多了。作为一种消费信贷模式，“先用后付”在心理上降低决策门槛，延后对实际花费的认知，从而可能导致过度消费。

**——“夸大优点”但“含糊风险”。**

“我母亲看到‘0元试用’就下单了，以为是免费送呢。”河北秦皇岛市民杨先生抱怨道。

部分电商平台在推广“先用后付”时，往往倾向于夸大其便捷性、灵活性等优点，对于潜在的风险和问题，未能给予消费者充分警示和说明，反而想方设法让消费者“手滑一下就下单”。

很多消费者称自己根本不记得是如何开通的“先用后付”功能，更不要提阅读细则了，“根本没有印象”。

**理性选择 加强监管**

业内人士指出，普及“先用后付”支付模式必须尊重消费者知情权和自主选择权。购物平台需优化其开通、更换及关闭流程，提供简单便捷的操作指引，并强化信息披露，让消费者全面了解该支付方式利弊后理性选择。监管部门应加强监管，对于存在违规行为的平台，及时进行处罚和整改。

王宇维建议，消费者在决定使用“先用后付”功能之前，需充分了解其运作机制及风险，对平台的默认设置保持警惕，及时更改避免不必要的麻烦。定期查看信用记录和账户余额，确保没有因误触下单或逾期付款而产生不良影响。

黑龙江省消费者协会投诉部工作人员赵振宇提示，当权益受损时，消费者应妥善保存相应证据并第一时间通过平台客服协调解决。如若平台介入无效，建议消费者及时向有关行政部门或者消费者协会投诉。

“在受理消费者投诉后，我们会积极调查调解，也请大家关注我们发布的消费提示，谨慎开通、理性消费、及时付款，避免不必要的损失。”赵振宇说。

据新华社