

# 如何避免节日盛宴变“剩宴”？

□新华社“新华视点”记者 何磊静

近年来，“舌尖上的浪费”治理在各方共同努力下显现成效，但节假日期间，随着聚会宴请增多，餐饮浪费现象仍有发生，吃不完、不打包的情况值得关注。

## “节日狂欢”撞上“舌尖浪费”

提及餐饮浪费，江苏无锡一家高档酒店的经理徐东明深有感触。去年国庆假期一场婚宴上，他就目睹了这样的场景：30桌宴席中，近半数菜品剩余超50%，一些龙虾、鲍鱼等海鲜几乎未动就被倒入泔水桶。“一桌菜均价6000元，浪费食材成本将近2000元。”徐东明说。

今年春节期间，记者走访连锁餐厅、景区周边饭店等，也发现了一些食物浪费现象。

“8人年夜饭点了16道菜，吃一半发现点太多了。”苏州市民陈女士说，家人认为“菜满桌才显诚意”。徐东明表示，浪费往往与“面子文化”有关，比如不少婚宴主家怕被说“寒酸”，硬要扩桌数；有的年夜饭必须菜摆满桌，还要摆盘气派，剩了才显“有余”。

“请客吃饭，菜多显有面”“招待客户得有排场”“过节开心多点点无所谓”……不少消费者点菜追求“多多益善”。在商务宴请、婚宴等场合，尤其是高端餐厅，吃不完打包显得寒酸，“仪式性浪费”更为突出。

国家市场监督管理总局2023年在全国部署开展为期3个月的制止餐饮浪费专项行动，组织开展“随机查餐厅”等行动，发现存在餐饮浪费行为的餐厅7.81万家、

整改问题9.2万个。

部分外卖平台上，餐厅节假日推出满减促销活动，导致消费者为凑单多点菜品，最终丢弃率增加。“为了优惠拼单凑单，很多时候多买一份米饭或小吃，吃不下就浪费了。”有常点外卖的消费者说。

此外，有饭店推出预制菜礼盒，被网友吐槽“几块腊肉用3层礼盒包装浪费”，一些预制菜还因“保质期短”“口感质量差”等被一扔了之。

## “剩宴”背后原因几何

在业内人士看来，节日餐饮浪费现象，既有特殊的文化心理因素，也有监测评估体系不够完善、违法行为处置不易到位、商家自我管理动力不足等原因。

东南大学人文学院教授季中扬指出，在物资匮乏年代，“有余”往往象征抵御风险的能力，也包含对富足生活的祈愿，而现今在一些场合，却被异化为“撑门面”和“攀比炫富”。

季中扬说，在节日场景中，人类对多样化食物的本能追求也被放大，消费者将节日消费划入“情感支出”账户，降低了对浪费行为的道德敏感度，这种心理账户隔离效应削弱了行为约束力。

上海市食品安全专家委员会秘书长彭少杰认为，餐饮浪费缺乏系统全面的统计调查制度，难以准确把握浪费的比例、规模和分布情况，不利于反浪费措施的推进落实。婚宴场所、商务接待及农村聚餐、网络订餐等也缺少制度化清单式管理规范。

西南某地市场监督管理局工作人员

表示，由于缺少食品浪费行为的具体标准，在实际监管执法过程中无法进行量化对比，存在取证固证难的问题，对查出的食品浪费行为只能批评教育，无法进行行政处罚。也有市场监管人员坦言：“遇到婚宴浪费，总不能喜庆日子跑去开罚单吧？”

记者梳理发现，反食品浪费执法查办案件类型较为单一，多数集中在“未张贴反浪费标识”“未向消费者进行提示”等少数几种案由。在一些食品浪费高发场所，监管部门针对实质性浪费行为的执法办案力度仍有待加强。

此外，浪费治理协同仍显不足。彭少杰说，反食品浪费涉及食品安全办、市场监管、发改、商务等多个部门，但地方上部门间信息共享、资源整合和协同配合需进一步加强，工作中的职责分工也应进一步明确。

中国农业大学经济管理学院教授武拉平认为，部分餐饮企业尚未建立严格的食品采购、贮存、加工管理制度，没有把制止餐饮浪费作为服务人员培训内容开展，在原料采购、加工制作、供餐服务全过程中欠缺厉行节约意识。

王燕说，对大多数餐饮店而言，主动提醒消费者适量点菜的动力不足，更倾向于推荐高价套餐。同时，不少餐厅处理剩菜方式较为简单，缺乏有效回收再利用机制。

## 构建多元治理体系

勤俭节约是中华民族的优良传统。近年来，我国通过立法、监管、宣传等，使得“舌尖上的浪费”明显改观，不少地方通过

多种形式对制止浪费进行了有益探索。

比如，广州某饭馆推出“迷你版”月饼，因份量小受到大量年轻消费者追捧；线上外卖平台数据显示，“小份菜”“小份套餐”“单人餐”等搜索量大幅增长；还有地方推出餐饮“红黑榜”，将反浪费纳入餐厅评级体系，上榜企业可获税收优惠等。

业内人士表示，餐饮浪费问题时常反复，反浪费非一朝一夕之功，需从制度完善、技术赋能、宣传引导等多方面发力，构建多元治理体系。

中共中央办公厅、国务院办公厅2024年印发的《粮食节约和反食品浪费行动方案》明确，建立粮食损失和食品浪费统计调查制度、标准规范和指标体系。这意味着反食物浪费将有“账”可循，为精准施策奠定更坚实的基础。

彭少杰建议，强化违法惩治，对不遵守反食品浪费有关规定的餐饮服务经营者按规定提醒约谈、督促整改，依法纠正查处违法行为，公开曝光浪费食品等典型案例。

武拉平等专家提出，通过智慧餐饮系统优化供需匹配，如通过智能点餐系统实现用户输入人数、口味后自动生成适配菜单；物联网设备实时监控后厨食材消耗，提醒动态调整采购计划；完善餐厨垃圾收运监管系统，对餐饮店每日餐厨垃圾产生量、变化趋势、异常情况等进行监测。

在季中扬看来，将节约意识转化为日常习惯，要从道德训诫转向知识赋能，从节日突击转向场景嵌入，从鼓励节约一份菜的小事中凝聚全民参与热情，培养“餐餐不剩”时尚新风。

(新华社北京2月6日电)

## 登顶我国影史票房榜

# 《哪吒之魔童闹海》为何如此火热？

□新华社记者 王鹏

伴随一代代人成长的神话人物哪吒，点燃了乙巳蛇年新春电影市场。

统计数据显示，截至2月6日中午，《哪吒之魔童闹海》总票房超越《长津湖》，登顶我国影史票房榜。

灯塔专业版数据分析师陈晋介绍，《哪吒之魔童闹海》多人结伴观影比例明显高于档期其他影片，有大量家长带着孩子共同观影。“相关数据显示，这部影片30岁至39岁、中低频观众占比突出。有大量曾经是电影市场主力的观影人群在时隔较长时间后再次回到电影院，这些观众被影片出众的口碑所‘召回’。”

自1月29日上映以来，仅用不到10天时间就创造我国新的影史票房纪录，《哪吒之魔童闹海》为何如此火热？

“这部影片之所以能取得超高票房成绩，主要是因为口碑爆棚。不论故事人物、特效场面，还是主题立意和戏剧元素，都达到乃至超过观众预期。”中国文艺评论家协会新媒体委员会秘书长胡建礼说。

精彩的故事和鲜活的人物，引发观众的情感共鸣。

在中国传媒大学动画与数字艺术学院教授范敏看来，《哪吒之魔童闹海》在延



■2月6日在辽宁沈阳一家影院拍摄的《哪吒之魔童闹海》海报。新华社记者 李钢 摄

续前作“我命由我不由天”内核的同时，又有自我认同、价值实现、亲情友情等多元化的主题表达。“不论是主大主题还是小主题的探讨，都紧扣当下社会热点。”

片中角色塑造同样丰富立体。例如，申公豹因亲人申小豹到访，内心温情的一

面被唤醒；误以为龙族屠杀陈塘关的哪吒虽然满腔愤怒，也要先拯救旧友敖丙；各类小妖的形象也都生动鲜活。这使得片中人物故事得以与观众形成情感共振。

“近年来，有很多关于中国传统文化IP再创作的动画电影。那些好的改编，在

立意表达上一定不能脱离时代、脱离大众、脱离生活。能引起当代人的广泛共鸣，才是好故事。”范敏说。

精心打磨的视觉特效，则给观众带来震撼的视听体验。

据悉，《哪吒之魔童闹海》中角色数量是第一部的3倍，且新老角色均进行全面“翻新”：建模更精致，皮肤质感更真实。此外，影片特效镜头近2000个，主创团队达4000余人。片中有一场陈塘关大战的打戏，时长约1分钟，分镜画了半年之久。

记者了解到，片中场面宏大的“洪流对战”，因制作难度大、工期紧张，制片人曾与导演饺子商量能否把海妖身上的锁链去掉，或者换成若隐若现、时隐时现的方式。导演却坚持，锁链对海妖的束缚与影片主题息息相关，所以不能让步。

在饺子看来，做观众没看过的、能造成强烈视觉冲击的内容才有价值。“我们一直在寻求突破，所以不给自己留后路，一开始就设定一个‘完不成’‘够不到’的目标，然后拼命去‘跳’、去‘够’、去‘顶’。”

“我们做动画的心态是宁缺毋滥。”饺子说，“观众给了我们做第二部的机会。随随便便‘端上桌’，不符合我们的追求。我们相信，观众不会拒绝有诚意的作品。”

(新华社北京2月6日电)