

外卖已火,“内卖”要活

□ 周云龙 (南京, 媒体人)

大陈生日,小吴临时召集“一壶老酒”群里的老同事一聚。

生日聚会的饭店,号称是农场餐厅,蔬菜品种应该特别丰盛吧。大陈徐州人,擅长白加啤,喝到尽兴时,突然想吃一份酸辣土豆丝、一份醋溜土豆丝。小吴赶忙喊人加菜,服务员连连抱歉:没备食材,不好意思。堂堂农场餐厅,哪会没土豆丝?我们猜想,可能土豆价格低,加工成本大,没有什么利润空间,这道家常菜渐渐被他们给淘汰了?

“内卖”不够,“外卖”来凑,还是年轻人思维活跃。小张说,要不点个外卖?80后们眼前一亮,拍案叫绝。据说,在音乐餐厅叫烧烤的外卖,在烧烤店叫奶茶的外卖,在粤菜店叫甜点的外卖,已成当下

一些女生的日常。不过,在甲饭店吃饭,叫乙饭店的外卖,这个应用场景恐怕尚不多见。借着酒劲,我的新闻敏感翻腾出来:线上线下,餐饮融合,更有味道!

小张在手机上搜索、下单,点到两份口味各异的土豆丝,价格只是农场餐厅家常菜价格的一半。十分钟后,外卖上桌,比餐厅上菜速度也要快一点。服务员笑嘻嘻地换盘上碟,她们并没有“被砸场子”的不适感受。外卖骑手,从乙饭店送餐到甲饭店,他会不会有什么疑惑?嗨,没来得及问一句。

酒喝多了的我,一路胡思乱想:将来有一天,我们只点一两道菜,占一个桌位,然后,再不断点上自己喜欢的外卖,这饭

店的生意还怎么做呢?他们会下一道“不许外带”的令吗?饭店,应该办成“大而全”吗?究竟如何才能最大程度满足食客的个性需求?

网络时代,火了外卖,如何活了“内卖”?一线忙碌的服务员,不一定有这样的问题意识,想了也白想。主要是老板没看到问题,想没想到对策。退几步想:饭店自降身段,主动代食客叫个外卖,加点服务费用,共享网络时代便利,提升食客消费体验,有没有可行性呢?而现在,他们只是照单行事,只会说抱歉……外卖已火,“内卖”要活。看来,餐饮业要做出不同凡响,还是得有一点源自用户体验的不同凡“想”。



生活家

□ 黄 晔 (湖北, 教师)

她就是普通的上班族,在职时,每天单位和家两点一线,退休后,生活就更简单了,买菜做饭照顾家人。她总说自己没什么大的追求,就想过安逸日子。可是朋友们都说她是一个有生活情趣的人,是一个真正用心的生活家:当我们买酸奶机时,她触类旁通利用电饭锅做酸奶,有人买豆芽机时,她开始用淘米箩生豆芽。我吃过她自己做的糯米酒、酸菜,去年秋高气爽时,她买了土豆、南瓜和天麻,切丝晒干,拌上玉米面、红辣椒碎,入坛发酵,做成了酸辣开胃的酢广椒……

他曾约几个朋友到她家小聚,主题是:

手工磨魔芋豆腐。魔芋豆腐可以用来烧鸡炖鸭,可以干煸,也可以做泡菜炒魔芋,口感Q弹,营养价值极高。她网购了云南产的魔芋,包括我在内的好几个朋友都没见过这种像大芋头的东西。在她的指导下,我们戴上手套将清洗干净的魔芋去皮,大面盆里放上清水,按比例加入小苏打,然后用工具将魔芋擦成茸状滴入水中,一边擦一边搅匀。众人兴致勃勃,轮流上阵,都说平日只是在市场上买现成的来吃,亲手做还是第一次。说话间,一大个魔芋已经全部擦好、静置成型。因为炊具限制,只能将它切割分块,然后清水煮,眼看着

那凝固物一块块膨胀起来,变成我们熟悉的魔芋豆腐的模样,真是很新奇。

她家的阳台是开放式的,有一棵养了多年的三角梅,枝干从阳台的护栏间伸出去,伸展悬垂有近两米长,花开时是一道风景。三角梅开花时,她先是拍了视频给我们,后来又约了我们去赏花。密密的花丛里,我们居然看到了两只蜂鸟,见识了它们倒飞的功夫,蜂鸟可是唯一能倒飞的鸟类呢。她也很开心,说:看看花,晒晒太阳,做做家务,太享受了吧,此时还需要写几句诗。

对,她的诗写得也极好。只是很少见她写。我觉得她每天都在写诗。

