



如果有一场饭局,花费大概200元,可以品尝美食,也可以随机结识一些陌生人,你是否会来?

近期,一股名为“盲盒饭局”的风潮正在广州、北京、上海等地悄然刮起。有人为解压而来,有人想拓展社交圈,也有人抱着“拆一次人生盲盒”的心态试试看。这样的饭局多数没有固定话题,也不保证参与者都能聊得来。组织者多为年轻人,以小规模、高频次的方式运营,每场少则五六人,多则二十余人。

它算餐饮还是交友?更准确地说,它出售的是一段被设计过的共同时间:在陌生人之间,制造短暂但真实的交集。有专家坦言,这场看似简单的组局背后,正折射出另一种现实——盲盒饭局迎合了年轻人拓展社交圈、获取情绪价值的需求,但也存在人员背景不确定、餐食安全等潜在风险,参与者需理性对待。

■采写:新快报记者陈慕媛 黄闻禹

年轻人说

优先选择商圈场地,不要透露隐私

“上班后感觉自己的生活圈子很固定,参加‘盲盒饭局’,最主要的是想认识一些不同的人,彼此交流生活的故事,扩展自己的社交圈。”在广州工作的杨女士回忆,自己第一次报名参加“盲盒饭局”时内心挺忐忑,因为不知道会遇到什么样的人,会出现怎么样的局面。

竞争优势

低交易成本真实社交,过程轻松自然

头部“盲盒饭局”组织“整点薯条”(薯岛)发布了年度报告。其中显示,2025年,共有超过12000人参加活动,超过2000桌盲盒饭局散落在城市各个角落。年度涵盖的人群中有将近100个职业,其中12%来自互联网,8%来自金融行业,还有6%来自广告传媒行业。不仅如此,还有心理、自由职业、法律、小区保安等。

吃一餐饭,顺便可以结识一些人。暨南大学经济与社会研究院副教授卢

桌长声音

用故事开伙,以笑声佐餐

“这是我参加的第三场盲盒饭局,有幸受邀成为主题版盲盒局的‘桌长’。”网友小武介绍,这一场的主题是选择,六个陌生人提出自己最近正在纠结的选择题并畅所欲言。“这时候,吃什么只是个点缀了,”小武补充道,“我觉得得吃的东西也不错。”

玩桌游、玩乐器、打火锅,或者露个厨艺,烹饪几菜一汤,这是广州盲盒饭局

的配置。“我们的饭桌没有陌生人,只有晚点认识的朋友。”在万胜围附近组织盲盒饭局的小朱表示,在家里开场盲盒饭局,来的都是未曾谋面的网友,大家因为一顿家常饭,可能会变成无话不说的朋友。“满满一桌,干净卫生,我用良心保证,用故事开伙,笑声佐餐。”目前,这个盲盒饭局,从去年11月至今,已开展至第七期。

围,“和朋友聊天,总会碍于情面顺着自己说,不太能够放开表达。但在这里,大家互不相识,没有预设,没有负担,观点交流往往更真实,也更直接。”不过,他也提醒有意参与“盲盒饭局”的人,选择由正规组织者策划的活动,优先选择商圈场地,不要透露隐私敏感问题。

流。而“盲盒饭局”的社交场景高度贴近日常生活,无需参与者刻意扮演角色,只需以真实的自我进行表达与交流,整个过程更加自然、轻松,也更易促成深度的社交连接。

也有部分参与者将“盲盒饭局”视为婚恋交友渠道,但效果充满偶然性。卢晶亮表示,这一现象,在一定程度上反映出当前婚恋市场中传统中介服务的局限性不足。

存在潜在风险 参与者需理性参与

“盲盒饭局”看似轻松随意的社交背后,或许暗藏套路和风险。

汉盛律师事务所高级合伙人李旻指出,相较于传统的社交活动,“盲盒社交”最主要的风险还是来源于人员、活动背景的不确定性,“本质上这种活动仍属于陌生人交友,只不过形式转换为线下、以饭局为背景,主打神秘感。”而这种不确定性,又会进一步放大参与者的人身安全风险。在陌生人饭局中,由于参与者之间、参与者与组织者之间互不认识,事前的监管、事后的维权都会比较困难。

餐食可能存在来源不明临期变质或含有未告知过敏原等问题,是“盲盒饭局”的一大风险之一。当食品出现安全问题时,参与者该怎么维权?李旻提醒,消费者需要收集、固定相关证据,提供用餐小票、发票、支付记录等证明曾经在某地用餐;事后就医的相关病历、医疗支出凭证则能够证明消费者受到了损害;可能的话还要提供现场照片、剩余食品等,这些会更有利于查明餐食本身是否符合食品安全标准。如果是因为餐食中含有未告知过敏原,还可以要求饭局组织者承担与其安全保障义务程度相符的责任。

另外,“盲盒饭局”可能存在以“高端局”“隐藏款人脉”为噱头,收取高额费用但体验不符的行为。李旻认为,这可能涉嫌违反《反不正当竞争法》和《消费者权益保护法》中的有关规定。消费者可以根据有关规定,要求相应的赔偿。

“‘盲盒饭局’此类活动大多依据社交平台的群组、私信发布消息,监管部门难以渗透监管;社交平台对于后续线下活动,也不具备监管能力。”

李旻建议,对于“盲盒社交+餐饮”这种新业态,可以出台相应的指引来进行规范。此外,社交平台可以专门设立此类活动的区域,供活动组织者发布信息,并加强对活动组织者的资质、身份的审核,同时对相关活动备案。平台设立后续维权渠道,便于联合市场监管、公安对受到投诉人员进行调查。

专家解析

Z世代更愿意为“情绪价值”买单

“年轻人之所以青睐‘盲盒饭局’,核心原因在于这一群体普遍面临较大的工作生活压力,日常工作时长偏长,难以抽出充足时间开展系统性的社交活动,最终导致现实社交圈子相对狭窄。”卢晶亮表示,而“盲盒饭局”的模式,不仅有效降低了社交的时间与精力成本,更能最大程度减少参与者的心理负担,恰好精准迎合了当下年轻人的核心社交诉求。

卢晶亮表示,从消费心理来看,Z世代的消费需求早已从传统的“商品消费”,升级为更注重精神体验的“体验消费”,他们

更愿意为能带来情绪满足的“情绪价值”,以及彰显自我个性的“个性化体验”买单。从社会心态而言,Z世代更推崇“活在当下、重视即时体验”的生活理念。他指出,值得注意的是,“盲盒饭局”并非完全的随机匹配,其背后往往设置了一定的底层匹配规则,这一设计既能为参与者带来新鲜的社交刺激,又不会因过度盲目而让人产生不适感,实现了新鲜感与安全感的平衡。

■参加“盲盒饭局”,要注意食品安全。

