



酱骨头堆成小山，猪皮冻闪烁着晶莹的光泽，锅包肉香气四溢……这些地道的东北美味，让家住大学城的白玉珍不惜驱车40多公里，就是为了前来寻找家乡的年味。“来啦老妹儿！里面坐！”走进位于南岸区回龙湾“咱家东北菜”的大门，便能听到一声浓浓的乡音。这是一家在重庆开了17年、饿了么上线5年的“老牌”东北餐馆。

临近春节，和这座城市里大大小小的菜馆一样，“咱家东北菜”也在紧张地准备年味，把如同妈妈亲手做的味道，带给更多漂泊在外的老乡们。



饺子带着浓浓的年味和妈妈的味道



东北菜餐馆生意红火



为了迎接春节，餐馆提前准备了很多东北菜食材。

重庆开了17年的东北餐馆 为过年不回家的老乡备足“年货”

解乡愁 芹菜饺子里装着妈妈的叮咛

“芹菜饺子和我妈做的味道像极了！我从小就爱吃这道她的拿手菜！”家在黑龙江齐齐哈尔的白玉珍夹了一个饺子放进嘴里，慢慢嚼，似乎舍不得一口吃完。她独自在异乡打拼，已是三年没回家过年。

离春节越近，心中的乡愁就越发浓烈，愈加想念家乡的味道。“每次想家时，都会跑来吃。虽然重庆的美食很多，但这一口东北菜，怎么也戒不掉。”“孩子爱吃芹菜饺子，老婆爱吃韭菜馅饺子，我妈爱吃酸菜馅……”家住南岸区七公里的周童来自辽宁，想那口饺子了。但家中众口难调，包一次“费老老劲儿”，于是他打开外卖平台，点了一份丰盛的外卖。服务员将包好的生饺子撒上面粉，再小心翼翼地一个个分开放进打包盒的小格子里，叮嘱外卖小哥温柔对待，保存好漂亮的形状。除饺子外，锅包肉、地三鲜、油炸蝉蛹都是他钟爱的家乡菜。

当沉甸甸的外卖送至手中，一打开，满屋都飘满香味。周童的媳妇烧上一锅水，不一会儿圆嘟嘟的饺子浮了起来，被一家四口争先夹进碗里。

送年味 东北人爱点现吃的“年货”

在这家菜馆里，来来往往的顾客大部分是东北人。

“爱吃东北菜的重庆人很多，但是一年到头都吃东北菜的，还数咱老乡。”餐馆老板娘马银环麻利地将外卖单交给服务员，叮嘱好顾客的特殊要求，再迅速交给后厨。有时候忙起来，她还要亲自去厨房切皮冻、捏豆包。

马银环一家来自黑龙江双鸭山，2023年是这家店在回龙湾开的第17个年头。一年又一年，慰藉了无数在重庆的东北人的胃。她展示着手机上的订单：“像油豆角、皮冻、红肠、酸菜等原材料，都是专门从东北运了几千公里过来的。为的是让老乡们吃到一口口菜时，能够想起家乡的一草一木，想起妈妈的一句句叮咛……”

从2020年开始，马银环每年春节前都能收到许多订单，最受欢迎的有铁锅炖、地三鲜、大骨头。留在重庆的东北人，在“咱家东北菜”点上各类品种的外卖，在家约上一群朋友，和家人一起热热闹闹地过个年。“哪怕是不能回家呢，过年的氛围可不能少。”有收到东北菜外卖的顾客开玩笑说，这跟备年货差不多了。吃着热乎乎的带着家乡味道的饭菜，是每年过年期间的“保留节目”。

东北菜分量一向扎实，马银环贴心地将菜单上的大菜码改成小份菜，让思乡的孩子可以多点一道家乡年味。

备年味 “家宴”外卖搜索量同比增长十倍

元旦刚过，距离兔年春节又近了一步，线上线下老老

少“备战”年夜饭的氛围也逐渐浓厚。1月3日，饿了么年货节正式启动。据数据显示，腊月以来，“家宴”外卖搜索量同比增长十倍，其中超过一半用户都是00后。除了年夜饭外卖，消费者可提前在饿了么上备好年货礼盒。包含零食干货、酒水生鲜等品类的数十万餐饮商家、连锁商超，特色年货等待消费者选择。

年货节期间，饿了么在重庆首次发布“放心点·榜”。本次榜单综合了重庆餐饮品牌门店过去1个月的真实消费、口碑评价等维度数据，最终筛选出100家外卖品牌收录榜单。榜单希望在重庆评选一批最具城市特色、高人气、真实且实用的美食店，为市民和游客能够更好地享受到重庆特色美食提供更具有参考价值的信息服务。据了解，麻爪爪、烟火浮生等重庆本土品牌均位列榜上。

从今年元旦开始，“咱家东北菜”的红烧鱼、猪蹄、饺子的订单多了。“在东北，我们常说，过年吃鱼，年年有余，多吃猪蹄，可以抓钱，吃了饺子，团团圆圆！”老板娘用一口地道的东北话笑着说。

“东北菜馆对于我们这些漂泊在外的东北人来说，其实是一个精神归宿。”在周童看来，身边很多老乡都和他一样，不论搬家到哪里，总会最短时间，找到离家距离最近的东北菜馆，走进，听一声亲切的东北口音招呼，夹一口地道的东北菜，胃里暖暖的，心里很安稳。

重庆晨报记者 杨野

视频APP收费高遭集体吐槽

1月4日晚，抖音用户“小乖”发布了一条吐槽智能电视视频APP收费高的视频。“有没有人管管电视这个事啊？所有的东西都需要花钱，我花四五千块钱买个电视，要安宽带要安机顶盒。完了以后呢，你想看电影，连续包月是20元一个月；你想看电视剧，连续包月是29元/月，包半年是96元；孩子非得看的动画片是最贵的，39元一个月，半年包也是96元，但是三样不相通。比如你买了动画片，也不能去看电视，也不能去看电影，三样加起来，一年得将近600块。而且更过分的是，如果用手机上的APP，有些投屏还要花投屏的钱。什么都不能看，一看就要花钱，那我买个电视干啥，不如直接在一个APP上充会员。再这样搞下去的话，以后大家都不买电视了。”

这个吐槽视频得到了众多网友的广泛支持，截至1月7日中午12点，已经获得将近175万点赞，留言也超过了11万条。不少网友表示“确实应该整治一下了”“怀念原来的电视，现在都变味了”“我们家看央视都收费”“你说出了大家的心声”“怎么能助你上热搜”“一年下来看电视的费用都高得离谱，导致现在电视机都成了摆设”……

套娃式层层收费就是变相涨价

记者调查发现，“收费混乱”已经引起多家媒体的关注。有媒体就毫不客气地提出了批评：“难用、坑人……智能电视在一些消费者看来已经要变成‘智障电视’了。”目前在智能电视领域存在的“套娃式充会员”的陷阱已成为投诉热点。

从大量吐槽来看，智能电视安装不同的视频平台，而用户想看的内容又分散在不同视频平台，不断下载APP并分别开通会员才能顺利观看，这些视频平台又将电视端与手机端区分开来，手机上能看的会员内容在电视上看不着，逼得人不得不再次付费，招致一片差评。比如，爱奇艺的电视版名为“银河”奇异果TV，优酷的电视名为“酷喵”，腾讯视频的电视版本名为“云视听极光”。如果想在电视上观看，还得缴费升级成更高级别的会员。以爱奇艺为例，黄金VIP仅支持电脑、手机、平板三个端口使用，而白金VIP多加了电视端观看的方式。

智能电视上看视频 遭遇套娃式充会员

智能电视时代，“一充再充”的会员机制俨如俄罗斯套娃，一层套着一层，让消费者很是不爽。2023年初，一句“看个电视太费劲了”突然登上了热搜榜单。有网民在社交平台吐槽，现在通过电视机下载的视频APP看电视剧、电影、动画，居然要分别收费。这条视频引起了很多人的共鸣，目前已经获得175万点赞，留言达到11万条。



在没有折扣的情况下，黄金VIP是30元/月、78元/季、258元/年，而白金VIP是50元/月、128元/季、388元/年。

除了不同渠道、不同内容要求充会员，套娃式充会员的陷阱，还包括各种不同权限的会员要消费者充会员。2022年9月，有网友在黑猫投诉平台上投诉称，酷开的电视会员种类多，宣传信息不明确，其小孩在观看动画片时弹出付费窗口，于是开了包年会员(218元)，但仍无法观看，需要再开亲子会员，“(当时)也没说影视会员不能看动画片，太坑了！”

“套娃式充会员”的操作，本质上是视频版权方一种变相的加价，这比直接一次性会员提价要隐蔽，但它肯定会引起观众的反感。

版权方强势提高收入引发争议

当前的电视机已经不再是以前单纯只能收看各地卫视节目的状态，它已经与手机、电脑一样，可以下载各种APP，成为了一种承载内容的平台工具。各个版权方为了确保和提高收入，不断强化“终端区别”和“内容区别”，这就是引发网民投诉的套娃式充会员的根源。所谓“套娃式充会员”涉及的问题无非是视频内容“该收多少费如何收费”的问题。在视频内容版权方越来越强势的情况下，毫无谈判能力的消费者是绝对的弱势一方。有专家指出，目前尚未看到明确的、合适的解决办法。

除了收费和会员问题，智能电视无处不在的广告也是消费者吐槽的焦点。人民网财经研究院发布的《2021年智能电视开机广告调研报告》显示，近九成消费者家中的智能电视存在开机广告，86.09%的厂商没有设置开关机广告的“一键取消/关闭”按钮。对于电视开机广告屡禁不止这个问题，记者采访了北京大成(重庆)律师事务所的聂炜昌律师。聂律师表示，如今智能电视开机广告的设置，让用户根本没有拒绝接受的空间，已经违反《广告法》。另外，《中华人民共和国消费者权益保护法》第九条规定了消费者自主选择权，消费者在购买、使用商品或者接受服务时，有权按照自己的意愿，选择商品或者服务。电视开机广告不能一键关闭，同样侵犯消费者的自主选择权。 据上游新闻