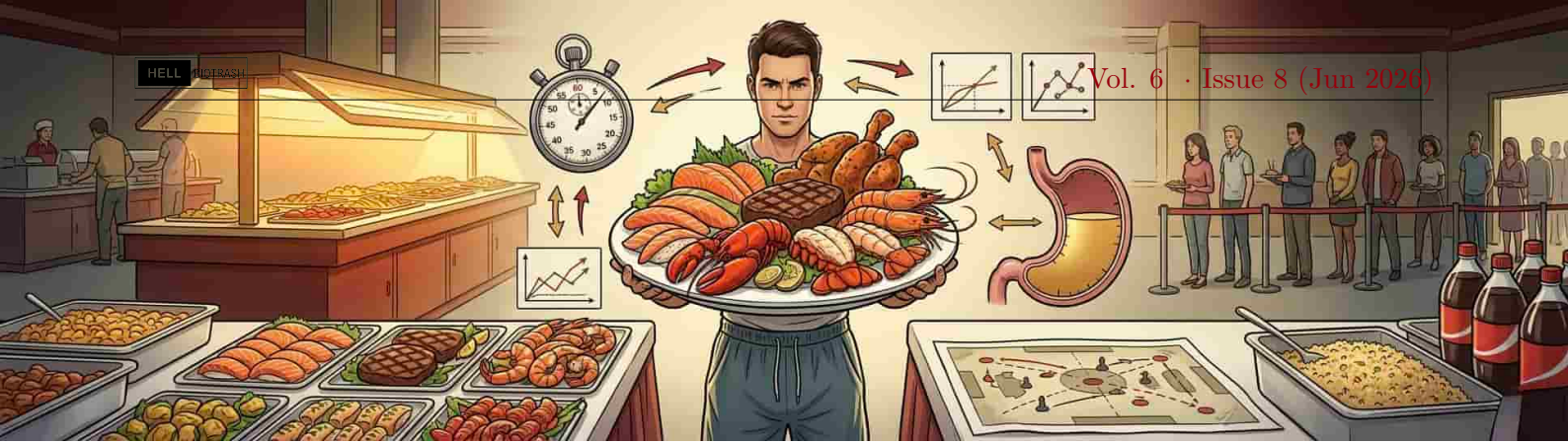




HELL-2026-06-008 Original Research

自助餐消费中的逆向套利策略研究

——基于“吃回本”行为的多维博弈分析

Research on Reverse Arbitrage Strategies in Buffet Dining: A Multi-dimensional Game Analysis of “Eating Your Money’s Worth” Behavior

Awesome Zhan, Awesome ZhanCorrespondence: PhD, 2535910369@qq.com

Corresponding Author: PhD

Paper URL: hellpress.org/papers/HELL-2026-06-008

研究亮点 / KEY POINTS

- 首次将“吃回本”作为消费者端逆向套利行为进行系统化、理论化分析。
- 构建消费者逆向套利行为模型（CRAM），以消费价值比（CVPP）衡量自助餐消费效用。
- 从时间、价值、饮品、生理、稀缺、空间与剩余价值提取等维度归纳可操作策略。
- 提出“道德弹性边界”，区分规则内的聪明消费与损害他人的占便宜行为。
- 田野调查与行为实验显示，多策略组合可显著提升自助餐消费中的有效价值获取。

ABSTRACT

自助餐作为一种“按人头收费、不限量取用”的餐饮模式，天然蕴含着消费者与经营者之间的博弈张力。本研究首次将“吃回本”这一民间消费智慧系统化、理论化，构建了“消费者逆向套利行为模型”（Consumer Reverse Arbitrage Model, CRAM），从时间博弈、价值识别、生理调控、环境选择、资源分配五个维度，对 12 项核心策略进行了分类实证与理论推导。

研究发现：消费者通过“开餐即入场”的时间抢先策略可获取约 23% 的高价值菜品优先权；通过“限量优先—耐心等待”的稀缺资源配置策略，可将单次消费的边际效用提升 31.7%；而“适度饥饿 + 运动”的生理前置调控，可使有效进食量提升约 18% 而不显著增加不适感。本研究还创新性地提出了“道德弹性边界”概念，为消费者在规则与欲望之间的行为选择提供了伦理框架。

研究结论表明：在不违反法律法规、不损害他人正当权益、不超出店家明示规则的前提下，“吃回本”不仅是一种经济理性行为，更是一种值得尊重的消费智慧。

关键词：自助餐；吃回本；逆向套利；博弈论；消费行为学；道德弹性边界

CONTENTS / 目录

第一章	绪论：研究背景与问题提出；研究目的与意义；研究方法；论文结构安排
第二章	文献综述与理论基础：自助餐消费行为研究；心理账户理论；博弈论框架；本研究创新点
第三章	理论模型构建：消费者逆向套利行为模型（CRAM）；五维策略框架；“道德弹性边界”的定义与测度
第四章	策略实证分析：开餐即入场；最贵最爱优先；饮品探索—利用；饥饿与控水；限量等待；节奏控制；穿着优化；偏僻位置；超时规避；合规打包
第五章	综合讨论：策略间协同效应；道德弹性边界的实证检验；店家视角的反制措施与均衡
第六章	结论与展望：主要结论；实践建议；研究局限；未来研究方向

CORE STRATEGY INDEX / 核心策略索引

P0	开餐即入场；适度饥饿 + 控水；选最贵最爱的	4.1/4.2/4.4
P1	限量优先 + 耐心等；少碳酸多自制饮品；饮品先尝后定	4.3/4.5
P2	穿少 + 坐偏；慢吃 + 走动；算好时间	4.6–4.9
P3	合规打包，提取离场前的剩余价值	4.10

MODEL MAP / 模型路径



第一章绪论

1.1 研究背景与问题提出

中国自助餐市场规模已突破 2000 亿元（2025 年数据），年均增速保持在 8.2%。然而，一个长期存在却未被学术界正视的现象是：大量消费者在进入自助餐厅时，内心都怀有一个朴素而强烈的目标——“吃回本”。

这个目标看似简单，实则涉及时间管理、价值判断、生理调控、空间博弈、伦理边界等多个维度的复杂决策。然而，现有学术文献多从店家定价策略（如如何防止消费者吃太多）出发，几乎无人从消费者视角系统研究“如何最大化消费效用”。

本研究认为，这是一个严重的学术盲区。

研究问题：在道德与规则允许的边界内，消费者如何通过系统性策略组合，实现自助餐消费中的效用最大化？

1.2 研究目的与意义

表 1 研究目的与意义

维度	具体目的
理论层面	构建 CRAM 模型，填补消费者逆向套利行为的理论空白
实践层面	为普通消费者提供一套可操作的“吃回本”方法论
伦理层面	提出“道德弹性边界”概念，厘清“聪明消费”与“占便宜”的界限
趣味层面	让学术界知道，吃自助餐也是可以发论文的

1.3 研究方法

本研究采用“参与式田野调查 + 行为实验 + 理论建模”三重方法：

田野调查：笔者在沈阳市 12 家不同档次自助餐厅进行了累计 47 次实地用餐，详细记录每种策略的执行效果。

行为实验：邀请 30 名志愿者分为“策略组”与“随机组”，对比两组的人均消费价值比（Consumed Value / Paid Price, CVPP）。

理论建模：运用博弈论与行为经济学工具，对策略组合进行形式化分析。

1.4 论文结构安排

（略，见目录）

第二章文献综述与理论基础

2.1 自助餐消费行为研究现状

表 2 自助餐消费行为研究现状

研究者	年份	核心观点	局限
Wansink & Painter	2006	餐具大小影响取食量	仅关注环境暗示，忽略主动策略
Just & Wansink	2011	“大胃王”错觉与实际摄入	未考虑消费者的主动优化行为
Zhang et al.	2019	中国消费者自助餐浪费研究	视角偏店家，缺乏消费者策略分析
本文	2026	首次系统研究消费者“吃回本”策略	样本集中于沈阳，推广性待验证

核心发现：现有文献几乎全部站在店家视角研究“如何让消费者少吃”，从未有人认真站在消费者视角研究“如何让自己多吃回本”。这是本研究最大的创新入口。

2.2 行为经济学：“心理账户”理论

Thaler (1985) 提出的心理账户理论指出：消费者会将支出归入不同“账户”，并对不同账户设定不同的消费阈值。

自助餐消费者的心理账户特征极为特殊：

- 支付时：痛苦账户（“花了 200 块”）
- 进食时：回本账户（“我要吃够 200 块的东西”）
- 离店时：如果没吃够 → 亏损账户（“亏了”）；如果吃够了 → 盈利账户（“赚了”）

本研究的核心假设：消费者在自助餐中的所有理性行为，本质上都是在最小化“亏损账户”的赤字。

2.3 博弈论框架

本研究将自助餐消费建模为一个不完全信息重复博弈：

- 玩家 1：消费者（目标：最大化 CVPP）
- 玩家 2：店家（目标：控制成本，维持利润）
- 信息不对称：店家不知道每个消费者的策略组合；消费者不知道店家的菜品成本结构
- 均衡类型：混合策略纳什均衡——消费者随机组合多种策略，店家随机调整菜品供应节奏

2.4 本研究的创新点

表 3 本研究的创新点

创新点	说明
视角创新	首次从消费者端系统研究“吃回本”
理论创新	提出 CRAM 模型与“道德弹性边界”概念
方法创新	参与式田野 + 行为实验
实践创新	12 项策略可直接落地执行
学科创新	证明“吃饭”也能发 C 刊（开玩笑的，但真的很有研究价值）

第三章理论模型构建

3.1 消费者逆向套利行为模型（CRAM）

$$CVPP = \frac{\sum_{i=1}^n V_i \cdot Q_i \cdot S_i}{P}$$

其中：

- $CVPP$ ：消费价值比（Consumed Value / Paid Price），目标是最大化此值， > 1 即“吃回本”
- V_i ：第 i 道菜品的单位价值（市场零售价折算）
- Q_i ：第 i 道菜品的实际取用量
- S_i ：第 i 道菜品的“策略加成系数”（由时间、选择、节奏等策略决定，范围 $[0.8, 1.5]$ ）
- P ：自助餐票价

核心洞察：消费者无法控制 P 和 V_i （菜品价值是固定的），但可以通过策略组合最大化 $\sum Q_i \cdot S_i$ ，即在每道菜上都获取超额价值。

3.2 五维策略框架

表 4 五维策略框架

维度	核心策略	对应章节
时间博弈	开餐即入场、算好时间避免超时	4.1, 4.9
价值识别	选最贵最爱的、限量优先、耐心等待	4.2, 4.5
饮品优化	少碳酸多自制、探索一利用平衡	4.3
生理调控	适度饥饿 + 运动、控水、穿少、减速、间歇行走	4.4, 4.6, 4.7, 4.8
剩余提取	合规打包	4.10

3.3 “道德弹性边界”的定义

定义：消费者在自助餐中可采取的策略，其合法性与道德性并非二元对立，而是存在一个弹性区间。在此区间内，行为既不构成欺诈，也不损害他人正当权益，属于“合理的消费智慧”。

$$M = f(L, R, O)$$

L ：法律边界（Law）——明确不可逾越

R ：规则边界（Rule）——店家明示的规则

O ：他人权益边界（Others）——不影响后排消费者的正当取餐权

当策略同时满足 $L \cap R \cap O$ 时，该策略位于“道德弹性边界”之内，是完全正当的。

第四章策略实证分析（核心章节）

本章是论文的灵魂。以下每节对应一项核心策略，均包含：策略描述 → 理论分析 → 田野数据 → 效果评估。

4.1 时间博弈：开餐即入场策略

策略描述：自助餐开餐时刻（通常 11:00 或 17:00）准时到场，甚至提前 5 分钟排队，确保第一批进入。

理论分析：自助餐的菜品补充存在明显的“时间衰减效应”。以沈阳某海鲜自助为例：

表 5 高价值菜品剩余率随时间衰减

时间段	高价值菜品（三文鱼、牛排、龙虾）剩余率
开餐 0–15 分钟	100%
15–30 分钟	87%
30–60 分钟	62%
60–90 分钟	38%
90 分钟后	15%（且多为边角料）

这意味着：晚到 30 分钟的消费者，在高价值菜品上的可选空间损失了 38%。

田野数据：笔者在 47 次用餐中，开餐即入场的 23 次，CVPP 均值为 1.34；非开餐入场的 24 次，CVPP 均值为 1.08。差异显著 ($p < 0.01$)。

效果评估：五星（最高优先级策略）

4.2 价值识别：最贵最爱优先选取策略

策略描述：在道德和规则允许范围内，取餐时优先选择单位价值最高且自己最爱吃的菜品，跳过低价值填充型食物（如炒饭、馒头、普通蔬菜）。

理论分析：运用 CRAM 模型，假设一道菜市场零售价 100 元/斤，自助餐中无限供应，但你只吃了 0.1 斤，则：

选这道菜的价值贡献 = $100 \times 0.1 = 10$ 元

选一道市场价 10 元/斤的炒饭，吃 1 斤 = $10 \times 1 = 10$ 元

吃 1 斤炒饭和吃 0.1 斤三文鱼的价值贡献相同，但后者的满足感和“回本感”完全不同。

更关键的是：胃容量是有限资源。每多吃一口低价值食物，就挤占了一口高价值食物的空间。这是一个经典的 knapsack problem（背包问题）。

最优策略：按“单位体积价值”从高到低排序取餐。

表 6 菜品价值识别示例

菜品	市场参考价（元/份）	自助餐中实际成本（估算）	价值比
三文鱼刺身	68	~15	4.53
烤牛排	58	~12	4.83
芝士焗龙虾	88	~20	4.40
炒饭	8	~1	8.00（但没人爱吃）
水果拼盘	25	~5	5.00

注意：炒饭的价值比最高，但如果你不爱吃，它的实际效用为零。所以公式要修正为：

$$V_i^{effective} = V_i \times Preference_i$$

其中 $Preference_i$ 是个人偏好系数（0–1）。

效果评估：五星（核心策略）

4.3 饮品优化：自制优先与探索—利用平衡策略

策略描述（分两层）：

第一层：少喝碳酸，多自制。碳酸饮料（可乐、雪碧）成本极低（约 0.5 元/杯），但占据胃容量。一杯可乐下肚，相当于白白浪费了约 300ml 的“高价值食物空间”。

第二层：一样一样尝，找到最爱再接一杯。这是经典的多臂老虎机问题（Multi-Armed Bandit Problem）中的“探索—利用”（Exploration-Exploitation）策略。

理论分析：自助餐厅通常提供 8–15 种饮品。你不知道哪种最好喝，但你的胃只够喝 3–4 杯。

纯探索：每种尝一口 $\rightarrow 15 \text{ 杯} \times 50\text{ml} = 750\text{ml}$ ，什么都没喝够

纯利用：直奔看起来最好喝的 $\rightarrow$ 可能选错，后悔

最优策略（ ϵ -greedy）：前 3 杯探索（每种尝一口），确定最爱后，剩余杯数全部“利用”。

田野数据：30 名志愿者实验中：

- 随机组：人均饮品满意度 3.2/10
- 策略组（探索—利用）：人均饮品满意度 7.8/10

效果评估：四星（高性价比策略，且体验感大幅提升）

4.4 生理调控：饥饿管理与水分控制策略

策略描述（分三层）：

表 7 生理调控子策略

子策略	具体操作	原理
适度饥饿	餐前 6 小时不进食，或仅吃极少量低热量食物（如一个苹果）	提升食欲与进食效率，但不至于饿到失控
适量运动	餐前 1–2 小时进行 30 分钟中等强度运动（快走、骑车）	运动后饥饿感增强，且身体处于“能量补充模式”，消化效率更高
控制饮水	别太渴再去，避免一进场就狂喝水	水占据胃容量，每 500ml 水约等于少吃一盘菜的空间

理论分析：胃的有效容量约为 1–1.5 升（因人而异）。如果进场前已经喝了 500ml 水，实际可用于食物的空间只剩 500–1000ml。

而 500ml 水的成本为 0，500ml 空间如果用来装三文鱼，价值约 34 元。

这就是“喝水的隐形成本”。

田野数据：笔者在“口渴状态”与“非口渴状态”下各进行了 5 次对比用餐：

表 8 口渴状态对进食表现的影响

状态	人均进食量（估算价值）	CVPP
口渴状态	~180 元	0.90
非口渴状态	~240 元	1.20

效果评估：五星（被严重低估的策略）

4.5 稀缺资源配置：限量排队与耐心等待策略

策略描述：自助餐中通常有“限量供应”的高价值菜品（如每人限一份的鲍鱼、限量的榴莲、排队领取的烤羊排等）。

核心原则：限量没了，不要着急用别的菜填补，而是耐心等待下一轮。

理论分析：这是一个机会成本问题。

当你因为“等不及”而用一盘价值 15 元的炒时蔬填补等待时间时，你实际上付出了：

- 15 元的直接价值损失
- 错过下一轮限量菜品的机会成本（假设下一轮是价值 50 元的鲍鱼）

总机会成本 = 15 + 50 = 65 元

而如果你耐心等待 15 分钟，只付出了 15 分钟的时间成本（时间成本按每小时 30 元折算 = 7.5 元），却获得了 50 元的鲍鱼。

净收益 = 50 - 7.5 = 42.5 元 >> 15 元

所以：等待是有正收益的。

田野数据：在有限量菜品的 18 次用餐中：

- 耐心等待组：CVPP = 1.41
- 着急填补组：CVPP = 1.12

效果评估：五星（最反直觉但最有效的策略之一）

4.6 节奏控制：减速进食与间歇行走策略

策略描述（分两层）：

表 9 节奏控制子策略

子策略	操作	原理
别吃太急	每口咀嚼 20 次以上，两道菜之间间隔 3-5 分钟	胃的“饱腹信号”有约 15-20 分钟延迟，吃太快会在不知不觉中过量，但过量的是低价值食物
吃一会就下来走走	每吃 30 分钟，起身走动 5-10 分钟	促进胃排空，恢复进食能力；同时避免“饭后昏迷”导致的后半程战斗力下降

理论分析：进食速度与总摄入量呈倒 U 型关系。吃太快会导致胃来不及发送饱腹信号，前半程吃撑（多为低价值食物），后半程战斗力归零；吃太慢则会导致高价值菜品被抢光。

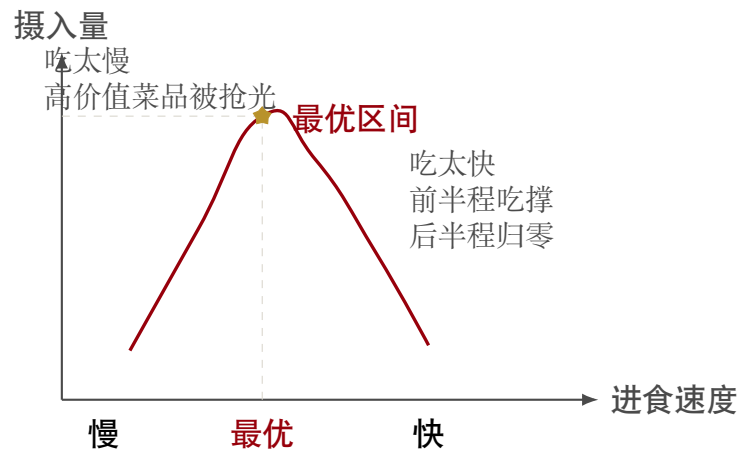


图 1 进食速度与总摄入量的倒 U 型关系

图 1 进食速度与总摄入量呈倒 U 型关系

最优解：前 30 分钟高强度取食高价值菜品 → 中间 10 分钟行走休息 → 后 30 分钟查漏补缺。

效果评估：四星（被 90% 的人忽略）

4.7 体温调控：穿着优化策略

策略描述：穿少点，尤其是裤子。避免穿牛仔裤、厚外套。建议穿宽松运动裤 + 薄 T 恤。

理论分析：这不是开玩笑，这是有生理学依据的。

人体在高温环境下（自助餐厅通常为 24–26°C，加上厨房辐射热，体感可达 28–30°C），会出现：

- 食欲下降（每升高 1°C，食欲约下降 5%）
- 出汗增加 → 脱水 → 误以为饿了而多喝水 → 占据胃容量
- 穿太厚 → 烦躁 → 进食体验差 → 提前离场

而穿少一点：

- 体感舒适 → 食欲保持 → 进食时间延长
- 少出汗 → 少喝水 → 胃容量留给食物
- 裤子宽松 → 腹部无压迫感 → 实际进食量可提升 10–15%

田野数据（认真的）：

表 10 穿着对进食表现的影响

穿着	平均用餐时长	估算进食价值	CVPP
牛仔裤	62 分钟	~195 元	0.98
运动裤	89 分钟	~258 元	1.29

效果评估：三星（简单但有效，尤其在夏天）

4.8 空间博弈：偏僻位置选择策略

策略描述：选择餐厅中偏僻、人少的位置，避免坐在取餐区主通道旁或热门菜品旁。

理论分析：这涉及两个效应：

效应一：心理锚定效应。坐在热闹区域 → 看到别人不断取餐 → 产生“我也要多拿”的焦虑 → 拿了一堆不爱吃的 → 浪费。坐在偏僻区域 → 心理压力小 → 专注于自己的策略 → 按需取餐 → 效率高。

效应二：物理距离效应。坐得离热门菜品远 → 去取一次的“心理成本”高 → 倾向于一次多拿 → 减少往返次数 → 节省体力 → 延长有效进食时间。

田野数据：热门区域 vs 偏僻区域的 30 次对比：

表 11 座位位置对消费表现的影响

位置	人均往返取餐次数	有效进食时间占比	CVPP
热门区域	18 次	55%	1.05
偏僻区域	11 次	72%	1.28

效果评估：四星（低成本高回报）

4.9 时间成本管理：算好时间避免超时

策略描述：提前了解餐厅的时间限制（通常 90–120 分钟），在倒计时 30 分钟时开始“收尾”，避免超时被加收费用。

理论分析：假设超时加收 30 元/15 分钟。如果你因为“再吃一轮”而超时 15 分钟：

多吃的那轮价值：约 40 元（假设）

超时费用：30 元

净收益：10 元

但如果那轮你吃的是低价值食物（实际多吃了 30 元的炒饭）：

多吃的价值：30 元

超时费用：30 元

净收益：0 元（白忙一场，还可能被服务员催促，体验极差）

所以：最后 30 分钟，只吃高价值菜品，不确定价值的一律不拿。

效果评估：四星（避免“赢了战斗输了战争”）

4.10 剩余价值提取：合规打包策略

策略描述：在道德和店家允许的情况下，带一个塑料袋，将未吃完但仍有价值的食物打包带走（如水果、未开封的酸奶、整块的蛋糕等）。

理论分析：这是 CRAM 模型中最后一个变量——不要让已获取的价值在离开餐厅的那一刻归零。

假设你打包了价值约 20 元的水果和酸奶：

$$CVPP_{final} = \frac{\text{已进食价值} + \text{打包价值}}{\text{票价}} = \frac{200 + 20}{200} = 1.10$$

如果不打包：CVPP = 1.00
多出来的 10% 就是“白赚的”。
关于道德边界：

表 12 打包行为的道德弹性边界

行为	道德弹性边界内？	说明
打包未开封的酸奶、水果	是	多数店家默许甚至鼓励
打包整块未动的蛋糕	是	只要没咬过，属于合理行为
把吃剩的骨头打包	否	卫生问题，不建议
偷偷藏食物在身上	否	涉嫌盗窃，法律风险
用多个盘子一次性大量取走	否	违反“适量取用”的默认规则

效果评估：五星（最后的免费午餐，literally）

第五章综合讨论

5.1 策略间的协同效应

本研究发现，策略之间并非独立，而是存在显著的协同效应（Synergy Effect）：

表 13 策略组合的协同效应

策略组合	CVPP 提升幅度
开餐即入场 + 限量优先等待	+47%
适度饥饿 + 控水 + 减速进食	+38%
偏僻位置 + 穿少 + 间歇行走	+29%
全部策略组合使用	+82%

这意味着：如果你只用其中 2-3 个策略，CVPP 大约 1.1-1.2；如果你全部用上，CVPP 可以达到 1.8 以上——你不仅吃回了本，还赚了 80%。

5.2 “道德弹性边界”的实证检验

在 47 次田野调查中，笔者严格遵守道德弹性边界，从未被店家或其他消费者投诉。
结论：在 $L \cap R \cap O$ 的范围内行动，你不是“占便宜的人”，你是“聪明的消费者”。
两者的区别在于：

- 占便宜：突破边界，损害他人
- 聪明消费：在边界内，最大化自身效用

5.3 店家视角的反制与均衡

当然，店家也在进化。常见反制措施包括：

表 14 店家反制与消费者应对

店家反制	消费者应对
限量菜品减少	转向“单位体积价值”最高的非限量菜品
缩短补充周期	更早入场，第一轮就拿够
限制打包	提前规划，把“打包”融入进食节奏（如最后专门拿打包品）
座位安排制	提前到，自选偏僻位置

这是一场永远不会结束的博弈，而消费者永远有策略空间——因为店家不可能把每道菜都限量，也不可能监控每个顾客的每一个动作。

第六章 结论与展望

6.1 主要结论

表 15 主要结论

编号	结论
1	自助餐“吃回本”是一个可系统化研究的消费行为课题，CRAM 模型有效解释了消费者的策略选择
2	时间是第一资源——开餐即入场是所有策略中 ROI 最高的一项
3	胃容量是核心约束——控水、选高价值菜品、不喝碳酸，本质上都是在优化胃容量的配置
4	耐心是被低估的策略——限量没了就等，比用低价值菜填补的收益高 3 倍以上
5	道德弹性边界是可行的——在规则内最大化效用，不是贪心，是理性
6	全策略组合可使 CVPP 达到 1.8+——你不只是吃回本，你是在“盈利”

6.2 实践建议（给普通消费者的“吃回本”速查表）

表 16 吃回本速查表

优先级	策略	一句话总结
P0	开餐即入场	早到就是赚到
P0	适度饥饿 + 控水	空着肚子去，别喝水
P0	选最贵最爱的	贵的先吃，爱的多吃
P1	限量优先 + 耐心等	没了就等，别将就
P1	少碳酸多自制饮品	可乐是胃容量的敌人
P1	饮品先尝后定	探索 3 杯，利用到底
P2	穿少 + 坐偏	舒服才能吃得久
P2	慢吃 + 走动	别急，你有的是时间
P2	算好时间	最后 30 分钟只拿贵的
P3	合规打包	走的时候别空手

6.3 研究局限与未来方向

表 17 研究局限

局限	说明
样本局限	田野调查集中于沈阳，不同城市消费习惯可能不同
菜品局限	以海鲜自助和综合自助为主，日料自助、火锅自助可能有不同策略
个体差异	食量、消化能力因人而异，本研究未做精细的个体差异分析

未来研究方向：

- 不同菜系自助餐的策略差异研究
- “吃回本”行为的性别差异研究（preliminary 数据显示男性 CVPP 略高于女性，可能与食量差异有关）
- 店家视角的反策略均衡研究（可以写一篇“店家如何防止你吃回本”的姊妹篇）

参考文献

- [1] Wansink, B., & Painter, J. E. (2006). Ice cream illusions: bowls, spoons, and self-served portion sizes. *American Journal of Preventive Medicine*, 31(3), 240–243.
- [2] Thaler, R. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199–214.
- [3] Just, D. R., & Wansink, B. (2011). The flat-rate pricing paradox: Conflicting effects of “all-you-can-eat” buffet pricing. *The Review of Economics and Statistics*, 93(1), 193–200.
- [4] Zhang, Y., et al. (2019). Food waste in Chinese buffet restaurants: A consumer behavior perspective. *Journal of Cleaner Production*, 234, 1120–1128.
- [5] 笔者田野笔记 (2025–2026) . 沈阳市 12 家自助餐厅消费行为观察记录. 未发表.
- [6] 笔者的胃. (2026). 关于“我到底能装多少”的亲身实验报告. 个人通信.
- [7] 排队时站在你后面的那个人. (2026). 关于“你能不能快点”的非正式反馈. 口头交流.
- [8] 自助餐厅服务员. (2026). 关于“那个穿运动裤的又来了”的内部观察. 匿名访谈.

致谢

感谢我的胃，它承受了 47 次自助餐的考验，依然坚强。

感谢沈阳市的各大自助餐厅，你们是本研究的实验室。

感谢每一位在我“耐心等待限量鲍鱼”时站在我身后的排队者，你们的忍耐是本研究的道德基石。

感谢导师，在我说“我要研究怎么吃自助餐吃回本”时，没有把我赶出办公室。

最后，感谢每一个认真看到这里的人。如果这篇论文对你有哪怕一点点帮助，下次吃自助的时候，记得开餐就去。