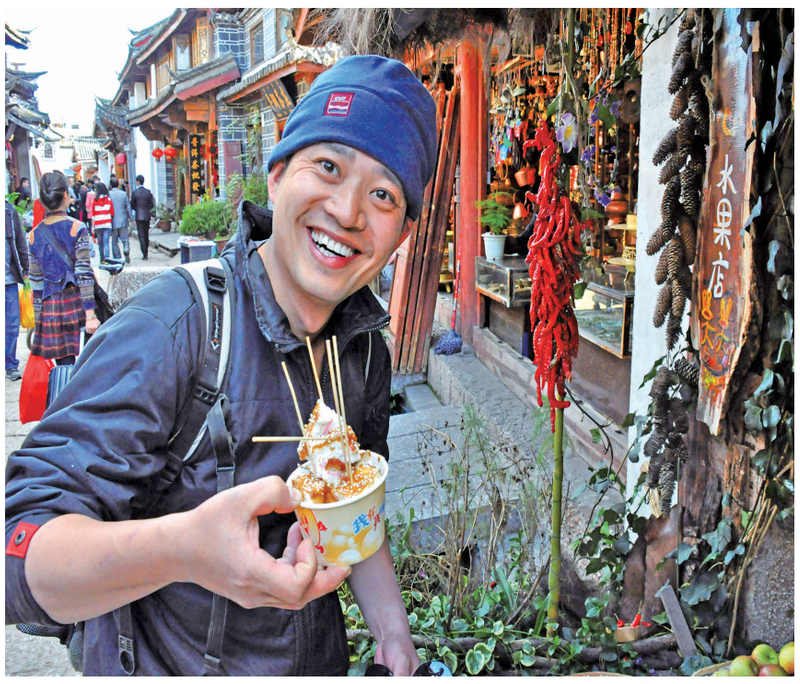
景区餐饮痛点如何纾解？



美食体验是景区加分项 本报记者 陈晨 摄

□ 曹燕

日前，有网友发视频爆料，称陕西白鹿原白鹿仓景区的面 15 块钱 4 根，“看这碗美得很，里头没货”。针对该事件，白鹿原白鹿仓景区官方微博发布致歉和处理公告称，涉事商户存在“大碗面份量不足”违规经营行为，已责成涉事商户停业整顿，调查结束后将按照《景区商户管理规定》严肃处理。

“价格虚高”“份量缺斤少两”“品质参次不齐”等问题，一直都是旅游餐饮的痛点，之前，天价大虾、天价鱼、高价火腿肠等报道引发舆论关注。知名旅游专家、中国社会科学院旅游研究中心原主任张广瑞教授认为，旅游餐饮问题绝不是小问题，一次不愉快的体验会影响整个旅游过程，甚至对整个旅游目的地的评价造成不良影响。需要从旅游业宏观管理上提高认识，坚持和落实“以游客为本”的服务理念。

景区餐饮的特定环境

在早年间约定俗成的“吃、住、行、游、购、娱”旅游六要素中，“吃”排第一位。但吃饭难、吃饭贵、饭难吃等是备受游客诟病的旅游问题。

分析其原因，张广瑞认为，“景区内的餐饮服务，既和景区本身的特定环境相关，又和景区游客作为一个特殊群体相关。从管理的角度看，与开放的普通社会餐饮业有很大差别。”

景区多是一个封闭型的游览场所，规模有大有小，而规模小且以室内活动为主的景区，如博物馆、艺术馆等，一般不考虑餐饮服务，最多只提供一些零食或简餐饮料。这样的景区餐饮服务相对简单，不大会出大的问题，游客的需求也简单，毕竟时间有限。

但一些规模偏大的自然景区，存在的餐饮问题相对较多。从管理角度而言，张广瑞认为，“景区管理的核心是游客在景区的游览问题，最为主要的是游客的安全和游览顺畅，对其它相关服务的管理关注不够，缺乏专业性的管理经验，多依赖于于企业的自律。”现实的情况是，景区内的餐饮服务多是外部企业的进入，自营的较少，“景区多是通过引进餐饮企业收取一定的费用增加收入。”

另外，张广瑞提及，进入景区的餐饮业具有一定的垄断性，虽然向景区缴纳一定的费用，但在景区范围内，一般没有太多的竞争对手，这和社会餐馆的经营环境大不相同，因此在定价上有偏高的可能。

好的餐饮体验是加分项

一些景区已经关注到餐饮问题的重要性，“吃”并不是小事。一般而言，景区的游客重游率低，而一次不愉快的体验会影响整个旅游过程，甚至对景区的评价造成不良影响。在互联网时代，“好”或“不好”的评价都会被放大。

2020年国庆节期间，河南老君山景区推出“一元午餐”，在就餐区入口，景区未设人值守，游客纷纷自觉投币、自助找零；河南省偃师马蹄泉风景区某餐馆推出“十元管饱”，成为人们关注的焦点，甚至有人特地前来打卡“良心”景区。老君山景区在之后的餐费收入统计中，发现多出了 458 元，这是一份善意的传递。可见，提供价格实惠的餐饮体验成为景区的亮点和加分项。

但是，“‘一元午餐’主要是在‘十一’旅游旺季期间推出，并不是常态，它可以在一定程度上缓解游客吃饭难的问题，但是无法解决景区餐饮的痛点。”老君山景区副总经理张鹏远称，“吃饭这件事，实在是众口难调。”

游客在景区逗留的时间有限，餐食消费主要在于果腹，而不在于美食；游客用餐时间过度集中，而且希望尽量减少用餐时间，心情急切；最重要的是，游客人员结构多为团队、家庭，存在着需求多样化但供给单调的矛盾。

精细化运营是方向

目前来看，开放性景区和旅游综合体项目，在衔接旅游餐饮和本地生活消费方面更加游刃有余。在春节假期，杭州最火的两大网红美食，一个是吴山烤禽，一个是西湖边上的南方大包。特别是南方大包，经常能看到游客手里拿着白嫩松软的大包，成为景区附近的一道风景。

地处桂林-阳朔黄金旅游带的桂林融创国际旅游度假区，也希望以美食为抓手，通过引入大量的本土特色餐饮和国内外知名连锁品牌进入景区，解决旅游餐饮痛点，既为外来游客和本地市民带来诚意满满的一站式美食打卡体验，同时也让餐饮与项目的旅游目的地功能实现双向赋能。

对于更广大的景区而言，如何缓解旅游餐饮的痛点？张广瑞认为，有条件的景区，应当考虑增加自营的餐饮店作为示范，对外部进入的企业要做严格的遴选，并与之签订合同，保证餐饮与服务的质量，对此，景区要有监督、检查和接受处理游客投诉的途径。另外，尽量引进品牌快餐企业，尤其是品类多样的快餐连锁企业，包括中餐和西餐。

“景区和餐饮店进行合作经营也是一种解决难题的方式，可以统一收银模式，做套票。”一位餐饮从业人士认为。具体操作是：景区推出一个特价，购买门票+索道+某项目，可以免费送一顿餐饮。餐饮店老板有检票的权限，并按照合同再跟景区分成。但是，这种联合销售的模式，也需要有效的监管和景区更精细化的运营管理。

一些旅游目的地政府也在进行探索。日前，四川省甘孜州正式发布通知，推出旅游景区景点餐饮标准化试点。要求试点餐厅在确保菜品品质的前提下，把菜品的主材数量化、质量化，让游客可触可感，以此增强游客的体验性、获得感。菜品计量表规定：一份蕃茄牛腩锅，牛腩是 350 克，菌类 200 克，其余葱姜蒜等佐料不计；一份松茸菜品，松茸份量要够 150 克；一份菌捞饭必须要经过捞食材、加菌汤、大火烹煮等 6 个步骤。可以说，“标准化”对餐饮店自身的管理能力和执行力也是一种倒逼。

张广瑞认为，景区的管理应当涵盖景区内各种直接服务于游客的商户，餐饮的管理更为重要，这既和游客安全相关，又和景区的服务与形象，甚至是游客对目的地的评价有直接关系。另外，应该依据景区游客的类型以及游览流程布点，并考虑到儿童及家庭的需求，这是”游客至上“的重要体现。另外，他还特别提及，国际范围内，一些重点景区会设有儿童和家庭用餐优惠。

四川瓦屋山

打通“冰天雪地”向“金山银山”的通道

□ 本报记者 白骅

2021年春节，四川省眉山市洪雅县瓦屋山景区交出可喜答卷：累计接待游客3.22万人次，实现门票和索道综合收入 864 万元。“绿水青山是金山银山，冰天雪地也是金山银山。”如今，打通“冰天雪地”与“金山银山”的转化通道，地处南国的洪雅瓦屋山做了有益探索。

得天独厚的生态本底

蜀中多仙山，瓦屋尤翘楚。瓦屋山地处四川盆地西沿的眉山市洪雅县，又名“蜀山”，大文豪苏东坡赞其“瓦屋寒堆春后雪”；1908 年，英国旅行家和植物采集者亨利·威尔逊称这里为“云霭之上一座巨大的诺亚方舟”，积雪时间长达半年之久。

瓦屋山地处我国西南地区人口最密集的城市群——成渝地区双城经济圈区域，眉山市建设“现代化成都都市圈副中心”的发展大势，为瓦屋山大力发展冬季旅游提供了重大契机。

经过近年来的持续打造，瓦屋山景区先后荣获全国重点生态旅游景区、中国森林康养试点建设单位、中国森林养生基地、四川森林康养示范基地等称号。2019 年，瓦屋山成功创建为国家 4A 级旅游景区；2020 年，该景区入选“巴蜀文化旅游走廊新地标”。

持之以恒的探索之路

长期以来，瓦屋山始终“藏在深闺人未识”，直到 1993 年才由洪雅县林场启动旅游开发，随后持续十余载向着生态旅游目的地的目标发展。

1994 年，瓦屋山国家森林公园管理处正式成立，之后，引进国际国内的顶级规划团队和设计团队，设定了“国际山地度假旅游示范区”目标。

景区建设时的艰辛让人感慨：建设团队在高海拔、低气温的恶劣环境下，每天早出晚归、加班加点，甚至挑灯夜战；修建索道站房及锚碇时，因温度太低只好采用电热毯人工升温；在山顶建设游步道时，大型机械因道路崎岖无法上山，使用的绝大部分建筑材料来自无数工人的肩挑背扛。

如今，瓦屋山核心景区已累计完成投资约 10 亿元，建成了蜀山广场、游客中心、金花桥索道、古佛坪索道等 15 个项目；建成智慧景区一期项目，正在加快推进智慧景区二期项目，基本实现景区网络监控全覆盖，支持网上预约、大数据分析、实时监控指挥、人脸识别、二次入园等功能。

惊艳世界的南国雪山

2018 年，封山打造长达 6 年之久的瓦屋山实现展示性开放。保护与开发并重的全新瓦屋山，在冬季显露出极为稀缺、生机勃勃的南国冰雪美貌。

自去年底瓦屋山景区启动冰雪旅游季以来，携程大数据显示，这里成为全国“元旦滑雪游”搜索的黑马，热度增加 747%。冬季曾是四川旅游的传统淡季，而瓦屋山的“重装上阵”无疑为四川的冬季旅游增添了亮点。

旅游基础设施方面，融入大峨眉国际旅游西环线的道路建设即将完成；配套设施方面，洲际酒店集团在此打造五星级精品酒店，瓦屋山假日智选酒店即将投入运营；旅游购物方面，洪雅绿茶、洪雅藤椒、洪雅竹笋、高庙白酒等受到游客好评；旅游服务方面，在小红帽、红马甲等洪雅旅游志愿服务机构的基础上，当地旅游协会组成志愿者服务队，被广大游客亲切称为“蓝精灵”……

去年 9 月，洪雅县捧回“天府旅游名县”金字招牌，吹响了“融入成渝地区双城经济圈，加快国际康养度假旅游目的地建设”的号角。洪雅县委书记宋良勇表示，坚持“绿水青山”就是“金山银山”的生态发展理念，加快建成“两山”转化示范县，让洪雅成为资源好、项目好、服务好的巴蜀文化旅游走廊上的“三好生”。

王澄琳 摄

文化为魂 旅游为体

佛山“十四五”文旅发展谋划新开局

3月10日，佛山市文化广电旅游体育工作会议召开，会议强调，2021年是“十四五”开局之年，佛山将紧握“双区驱动”新机遇，加快创建各区全域旅游示范区，着重推进国家一级博物馆与南海文化中心馆等20余个重点项目建设，全面提升公共文化服务水平，开展国家文化和旅游消费试点示范工作，并以电子竞技、夜间经济等新兴产业发展不断推进文化和旅游高质量发展。

作为广东省旅游热门目的地，“十三五”期间，佛山市文化广电旅游体育行业以创新求突破、以落实求发展，为实现文广旅体事业高速发展作出新贡献，“一区三城一中心”格局逐渐成形，与“经济佛山”相匹配的“文化佛山”形象也逐步显现。在“十四五”的新征程中，佛山文化广电旅游体育行业将紧握“双区驱动”新机遇，以深化供给侧结构性改革为主线，“冲一流、补短板、强特色、促融合、保安全”，让文化和旅游行业阔步迈进春天里。

“十三五”回顾

紧守安全底线 文旅复苏厚积薄发

为强化监管，维护文化市场安全有序，佛山市严守文化广电旅游体育工作关口，切实担负起意识形态安全主体责任，在全省率先开展放心消费景区创建工作，开展“安全生产月”，文广旅体行业扫黑除恶、扫黄打非等整治行动，实现 5 年行业内安全生产零事故。

疫情发生后，佛山市文化广电旅游体育局第一时间关停各类公共文旅体场所 3416 家，取消各类文化体育活动 148 场，确保全系统实现新冠肺炎零感染，其间更组织各直属单位推出丰富的线上免费文体资源，满足群众居家抗疫生活需求。

随着国内疫情防控形势逐渐好转，佛山市文化和旅游事业按下复苏的“快进键”。《支持文广旅体企业复工复产十条措施的通知》等一系列具有针对性的扶持政策纷纷出台，为产业复苏提供强有力地支撑。“山河无恙，文旅同春”主题宣传活动、“佛游味劲·十大精品旅游线路”评选、“首届线上旅游惠民月”等活动掀起了游佛山热潮，佛山以最大诚意向全国游客发出邀请，以最大化曝光佛山旅游形象，激活旅游发展新动能。

与此同时，在近 5 亿元文旅企业税费减免政策、100 亿元“文旅 e 贷”、游客“防疫险”的“强刺激”下，文化和旅游企业重树市场信心，纷纷搭建网上商城、直播带货，探索“云消费”新模式。

积极突破 守正创新激发市场活力

随着佛山高质量文化导向型名城建设全面启动，公共文化设施网络建设不断加快脚步，全市万人拥有公共文化设施室内面积 1768.89 平方米，人均体育场地面积 2.81 平方米；全市村（社区）综合性文化服务中心和体育健康设施覆盖率达 100%；全市对外开放 A 级景区 33 家，旅行社 143 家；大力推进“厕所革命”，新建、改建完工旅游厕所 396 个；深入开展全民健身活动，50 公里徒步、龙舟赛、龙狮赛活动影响广泛。

为了让传统岭南文化在佛山“活”起来，佛山市不断深化博物馆之城建设，让文化有落脚之处，全市已有及在建博物馆（纪念馆、名人故居）145 家、美术馆（艺术馆）93 家，共 238 家。通过深挖本土文化资源，“世界功夫之城”建设不断推进，以民俗节庆、国际赛事、古村活化等契机打造的“广东非遗周暨佛山秋色巡游”、佛山（顺德）美食文化周等主题文化活动成为城市亮丽新名片。

在文化和旅游融合道路上，佛山持续探索文化赋能旅游新路径，全市 6 家各具特色的“粤书吧”试点建成并对外开放，开展文化活动 42 场，接待读者达 8.63 万人次。“两中心融合”（综合性文化服务中心和旅游咨询中心）、“旅图·晓读夜宿”文化和旅游融合品牌实现试点建设，打开文化和旅游融合发展新局面。

5 年来，佛山文化旅游体育产业硕果累累，创建完成 2 家全国乡村旅游重点村、3 家全国休闲农业与乡村旅游示范点、1 家国家级港澳青少年内地游学基地，1 家国家级研学旅行基地，涌现出三龙湾夜间游船等一批夜间文化和旅游经济项目，以电子竞技、电音、网络视听为代表的新兴产业发展势头迅猛，改革创新不断深化，公共服务日趋完善、文化自信不断增强、产业规模不断壮大、文化外宣持续强化，旅游总收入 5 年累计 3360 亿元、接待游客 2.47 亿人次。

“十四五”展望

紧抓“双区驱动” 构建对外开放新格局

站在“十四五”新时代坐标上，2021 年是佛山文广旅体行业加快构建新发展格局的机遇期。依托粤港澳大湾区平台，佛山精心绘就发展蓝图，以文化为魂，旅游为体，旅游、体育为双翼，力争实现“三个名城一个示范区”建设，争当全省地级市高质量发展领头羊。

通过设计“政府+市场+社会”对外交流合作机制和平台，依托“香港·佛山节”“澳门·佛山节”等活动，佛山将加强粤港澳大湾区文化遗产游径建设，以“佛山非遗+深圳设计”、三龙湾高端创新集聚区建设推进区域协同创新。

以“岭南味 佛山品”为主题，佛山发挥“广佛深极点带动作用”，与知名 OTA 平台搭建战略合作桥梁，积极组织参加各类旅游展会，用活、用好海外传播平台，传扬“美食之城、南国陶都、功夫之城、影视之都”四大岭南文化故事，建设国际文化交流新平台。

多领域发力 开拓文旅业态新蓝海

佛山将坚持以良好的人文资源延续城市文脉，持续擦亮城市文化新名片。深入推进“博物馆之城”建设，培育博物馆集群，发展博物馆经济；依托“世界美食之都”金字招牌，开展“佛游味劲”文旅餐饮融合发展工程、“佛味全席”评选等；持续打造功夫角、“广场武”、武术品牌赛事，建设“世界功夫之城”。

以“文旅+”为发展思路，佛山规划“古村古镇”活化行动，保护古村落特色风貌、留住乡愁，并通过建设乡村历史博物馆，打造连片休闲农业与乡村文旅体融合发展示范，让古村落焕发生机，守望乡村文化振兴之根。

此外，佛山将持续推进国家全域旅游示范区创建，行通济、秋色巡游、50 公里徒步赛等民俗活动、旅游节庆、体育赛事向市场化、产业化、品牌化、国际化发展，并着力开拓水上游、夜间游，营造特色文化和旅游消费场景，擦亮佛山“活力文旅”品牌。

佛山将不断完善公共基础设施，加强公共文化建设，构建主客共享文化和旅游新环境，并将岭南文化元素融入城市建设中，推动文城相融，打造特色文化街。

• 承前启后 把握机遇 •

2021站在新起点实现“十四五”新目标

一 坚持和加强党的领导，深入开展党史学习教育，以社会主义先进文化引领文化建设新发展。

深入开展党史和理想信念教育，围绕全面建成小康社会、庆祝中国共产党成立100周年广泛组织开展“党的光辉照我心”群众性主题宣传教育活动，推进《闯广东》等重大题材文艺创作生产，开展系列主题展览、主题文艺演出等文化活动。

二 促进满足人民文化需求和增强人民精神力量相统一，全面提升公共文化服务水平，构建现代公共文化服务体系。

加快构建普惠性、高质量、可持续的现代公共文化服务体系，推进“知新阅易”“知书达里”等创新探索。推进南海文化中心、南海体育中心等20余个重点项目建设，2021年全年完成社区体育公园（新建或改建）不少于100家，并推动图书馆、文化馆等公共文体设施改造升级。推进“粤书吧”“两中心融合”试点建设，并积极申报“2021—2023年度中国民间文化艺术之乡”。

三 弘扬中华优秀传统文化，推动文化遗产创造性转化和创新性发展。

全面提升“博物馆之城”建设质量，推进国家一级馆建设稳步推进，二级馆、三级馆形成稳定后备库，举办“5·18”国际博物馆日活动以及佛山革命文物展，印发《佛山市博物馆之城规划》，推动市、区博物馆“云展览”建设、文化遗产保护与非遗产业化发展，建设非物质文化遗产工作站，积极申报第八批省级非物质文化遗产项目，争取创建“世界手工艺和民间艺术之都”。

四 推动文化产业高质量发展，满足人民生活新期待，推动文旅消费全面升级。

开展国家文化和旅游消费试点示范工作，持续打造九大文化产业集聚区，重点扶持影视产业，大力发展以电子竞技、电子音乐、网络视听为代表的新兴产业、民宿产业、夜间文旅，制订体育产业扶持政策。

五 把握“双区驱动”新机遇，加快融合发展，持续打造大湾区旅游目的地名城。

编制全域旅游相关规划与行动计划，推动禅城区、高明区创建国家全域旅游示范区，南海区、顺德区、三水区创建广东省全域旅游示范区。推进红色旅游、乡村文化旅游、研学旅游繁荣发展，重点打造20个以上景区化村落，新增3A级以上旅游景区5家。依托非遗项目、民俗活动等佛山历史文化资源，搭建对外交流平台，加强广佛深港澳合作。

六 全面夯实体育事业发展根基，下大力气补齐短板，加快推进体育强市建设。

推进“世界功夫之城”建设，推进功夫主题景区和功夫文化生态保护实验区建设，推动国家武术研究院岭南武术研究中心落地，做好武术赛事举办、功夫角建设、“广场武”等工作。广泛开展全民健身活动，打造全民健身活动品牌，加大体育场馆惠民力度，办好佛山市第十届运动会。

七 强化文化市场审批监管，激发各类市场主体活力，全力打造一流营商环境。

严格抓好审批和“放管服”改革。深化文广旅体系统执法工作和综合行政执法改革，落实普法责任制。

八 增强底线意识，统筹发展和安全，为全市文广旅体事业繁荣稳定保驾护航。

加强机关单位与干部队伍建设，强化对社会组织、非国有文化机构等的监督和引导，守好意识形态“大门”。抓实抓好疫情防控，压实企业主体责任，重点落实好旅游景区、企业等场所疫情防控工作。

编辑：曹燕 电话：010-85168167 E-mail：caoy@ctnews.cn