

观察

开启美食之旅 品味幸福生活

□ 王昆欣

期待各地推出更多满足人民日益增长的美好生活需要的特色美食之旅。用一场味蕾之旅，为生活增添一抹色彩，为心灵带来一份抚慰，让人们通过品尝美食更好地感知世界、热爱生活

中国人历来重视饮食。“民以食为天”彰显了饮食在人们生活中的重要位置，反映了中华民族对饮食文化的深厚情感和独特理解。可以说，饮食不仅是为了满足基本的生存需求，更是一种生活艺术和文化传承，体现了国人对美好生活的向往和追求。

美食在旅游中扮演着重要角色。当人们踏上旅途之时，在欣赏美丽风光之余，也希望品尝目的地的特色佳肴。美食为旅行增添了别样的情趣，让游客可以更加深入地了解一个地方的风土人情。因此，每逢节假日，寻味美食、品尝佳肴便成为人们出游的一项重要内容。

五一假期前夕，“寻味美好中国”旅游万里山河”全国二十四节气(春季)旅游美食及线路发布，为美食与旅游结合增添了一个新的注脚。此次推出的春季旅游美食350个、美食旅游线路75条，倡导人们以旅游的方式，在立春、雨水、惊蛰、春分、清明和谷雨6个节气开展美食之旅。线路将民俗文化、节庆活动、踏青赏花、乡土美食、合家出游等要素串联起来，具有时代代表性，符合当下人们对美食旅游的追求。

美食是大众旅游时代的重要旅游吸引物。美食旅游是一种将美食与旅游相结合的旅游方式。随着人们生活水平的提高和旅游观念的转变，美食作为旅游体验的重要组成部分，越来越受到人们的关注和追捧。有人愿意不远千里到淄博体验正宗的淄博烧烤，也有人为了吃顿早茶不惜“打飞的”从北京飞到广州。这种现象说明，美食是人们选择旅游目的地的重要因素之一。

不夸张地说，品尝美食已然成为当前旅游不可或缺的体验选项。通过品尝当地特色美食，游客可以深入了解食材来源、烹饪技艺、饮食习惯等，从而更加全面地感受当地的文化魅力。一些著名美食甚至成为旅游目的地的代名词，如内蒙古羊肉、重庆火锅、长沙小吃等，这些美食都是人们到当地后必须品尝的美味。

美食与旅游的结合完美诠释了“诗和远方”。首先，美食体现了地域文化。不同地区、民族有着独特的饮食文化和烹饪技艺，这些文化和技艺代代相传，构成了当地独特的文化符号。比如，对川菜的印象，多数人会用“麻辣

鲜香”来概括，而对川菜的评价则是“浓油赤酱”。

其次，美食体现了地方审美。在烹饪和品尝美食的过程中，人们不仅追求口感的美味，还注重食物的色、香、形、皿等方面的和谐统一。例如，在海南岛，当地人经常用芭蕉叶作为餐盘盛放美食，既清新又天然。又如摆盘的形式和技艺也是美食品质评价的一项重要指标。这些对美食的精致追求，体现了人们的生活品质，也反映了人们的审美观念。

最后，美食是情感的寄托和传递。在生活中，美食往往与亲情、友情、爱情等情感紧密相连。一道美味佳肴，不仅可以让人品尝到食物的美味，还能让人们感受到亲情的温暖、友情的真挚和爱情的甜蜜。一顿美食所蕴含的情感价值，让人们不仅满足于享用食物的过程，更代表了相互间情感的共鸣和传递，让“诗和远方”通过美食得以更好维系。

节气美食与旅游的结合是需求更是创新。二十四节气是中国古代农耕文明的智慧结晶，反映了自然界的变化和农事活动的规律。每一个节气都与特定的美食文化紧密相连，这些美

食不仅可以满足口腹之欲，也传承了深厚的文化内涵。例如，立春吃春饼、春卷，冬至吃饺子等都是具有象征意义的传统习俗，承载着人们对美好生活的期许和祝福。

节气美食与旅游相结合，既是旅游业态的创新尝试，也是对文化传承新载体的有益探索。两者的结合可以开发出更具特色和吸引力的旅游产品，让游客既饱福又饱口福。

推动节气美食与旅游的有效结合，一方面要加强对节气美食的宣传和推广，提高游客的认知度和兴趣，另一方面要开发具有地方特色的美食旅游产品，将节气美食与当地的自然景观、历史文化等相结合，开发独特的旅游线路和产品；此外，还要提高服务质量和管理水平，为游客提供更加优质的美食旅游体验。

期待各地推出更多满足人民日益增长的美好生活需要的特色美食之旅，用一场味蕾之旅，为生活增添一抹色彩，为心灵带来一份抚慰，让人们通过品尝美食更好地感知世界、热爱生活。

(作者为世界旅游联盟研究院首席研究员)

时评

“让景于客”为城市加分为旅游添彩

□ 关育兵

为游客提供便利和舒适的环境是城市文明形象的体现。“让景于客”倡议具有深远的社会意义和文化价值，值得推广

五一假期到来之际，各地旅游热潮再度掀起。在这一背景下，多地政府及相关部门纷纷发起“让景于客”倡议，呼吁市民在旅游高峰期主动为外地游客腾出空间，共同营造和谐、文明的旅游环境。这一倡议不仅是对传统旅游接待模式的创新，也是对城市文明新风尚的有力彰显。

随着人们文明素质的提高，越来越多的市民积极关注并践行文明旅游理念。他们认识到，为游客提供便利和舒适的环境是城市文明形象的体现。这一社会共识和市民的积极参与，为“让景于客”倡议顺利实施奠定了坚实基础。

从旅游资源角度来看，“让景于客”有助于实现旅游资源的合理分配和高效利用。在旅游高峰期，热门景点往往人满为患，游客的游览体验或许会受到影响。而鼓励市民错峰出行、礼让游客，将更多的旅游资源和空间留给外地游客，不仅可以缓解景区的接待压力，提升游客的游览体验，还能够促进旅游资源可持续利用，为旅游业发展注入新的活力。

从城市管理角度来看，“让景于客”是提升城市管理水平和服

务的有效途径。城市管理部门可以通过加强宣传引导、完善旅游设施、优化旅游服务等方式，为市民和游客提供更好的旅游环境和体验，针对旅游高峰期可能出现的各种问题制定应急预案，确保游客的安全和权益得到保障。

更为关键的是，通过为游客提供优质的旅游环境和服务体验，可以给外地游客留下良好的印象，让更多游客成为回头客。例如，山东济南高新区发布“错峰出游倡议书”，鼓励市民将最优的旅游资源、观景位置和美食打卡点主动让给外地游客，展现了济南的热情与文明；安徽滁州琅琊山景区通过调整开放时间，让游客错峰出行，为游客创造畅通环境，体现城市管理的精细与人性。

可见，“让景于客”倡议不仅具有深远的社会意义和文化价值，也值得推广。希望有更多地方借鉴这一做法，让市民用实际行动为城市的文明形象加分，为游客的旅游体验添彩。

莫让订民宿沦为开“盲盒”

□ 何勇

让民宿真正留住“诗和远方”，关键是完善行业监管，规范行业发展，进一步对民宿行业立规矩、定标准、促发展

据《成都商报》报道，“预订民宿就像开盲盒一样，图片非常好看，但实际入住的不知道是哪一间。”近日，多名消费者反映，称自己预订民宿后被房东私下更改房源，不仅房屋格局和装修大相径庭，甚至所在位置也与此前预订的不同。据报道，此类情况在民宿行业并不少见，在社交平台上也有不少消费者爆料预订的民宿存在虚假房源的情况，如预订后被告知无房，或临近入住时被更改房源，甚至还有个别消费者称到达后发现实际入住民宿距离预订民宿相差近5公里。

五一假期来临之际，民宿行业迎来预订旺季。据民宿预订平台提供的数据，截至4月22日，五一假期的民宿预订量比4月第一周增长390%，部分民宿已经早早满房。

近年来，随着个性化旅游需求的日益增长，主打留住“诗和远方”的民宿行业快速发展。民宿以其独特的风情、灵活的入住方式和贴近当地生活的体验，迅速俘获了广大旅游者的心，成为游客出游的热门选择。

与此同时，民宿行业也出现了“野蛮生长”、良莠不齐的现象。在短视频平台、在线旅游平台上，民宿宣传往往聚焦于最光鲜的一面，一张精心挑选的美图，无不透露着诱人的魅力。然而，当游客满怀期待抵达时，却发现货不对板，照片成了“照骗”，房间布局紧凑、装修老旧、周边环境嘈杂、卫生状况堪忧，甚至潜藏消防安全隐患……还有的民宿涨价

毁约，游客预订后无法入住，退改又不方便，损害游客合法权益；虚假房源、幽灵民宿更是成为民宿行业的一大顽疾。

预订民宿沦为开“盲盒”，究其根源在于民宿行业的规范化监管相对滞后于行业的快速发展。近年来，民宿行业呈现爆发式增长，而相应监管措施尚未及时跟上，存在监管盲区。因此，保障游客合法权益，促进民宿行业持续健康发展，遏制订民宿开“盲盒”现象，让民宿真正留住“诗和远方”，关键是完善行业监管，规范行业发展，进一步对民宿行业立规矩、定标准、促发展。

首先，完善行业监管。一方面，完善顶层设计，制定全国性的民宿行业管理法律法规，建立统一的民宿监管体系，引入更加严格的审核机制，比如实名认证、实地考察验证、用户评价与反馈系统等。另一方面，压实平台责任，相关部门职责，整合执法力量，形成监管合力，确保相关标准落实。

其次，压实平台责任。一方面，在线预订平台应加大对房源信息真实性的审核力度，引入更加严格的审核机制，比如实名认证、实地考察验证、用户评价与反馈系统等。另一方面，要建立快速响应的消费者投诉处理机制，确保游客权益得到保障。

最后，引导行业升级。政府应以扶持政策为导向，吸引专业性人才、高素质年轻人投身民宿行业，并提供公益性职业技能培训，引导民宿行业提质升级，推动行业持续健康发展。

营造诚信经营环境 助淄博烧烤持续火爆

据《法治日报》报道，今年以来，淄博烧烤热度不减，甚至比去年火得更早。淄博烧烤凭什么继续火？在八大局便民市场，你可以放心地吃遍所有想吃的小吃，只需要几十块钱。在店家实诚、环境安全的烧烤城，人均几十块钱就能大快朵颐。而这触手可及的幸福背后，需要一个城市深厚的基层治理“内功”。平安和谐的生活环境、公平公正的经营交易环境、共建共治共享的社会治理共同体……每一项、每个细节都需要城市管理者的智慧，需要全体市民、游客的共同努力。

视觉中国 供图



大熊猫“花局”上任是创新营销之举

□ 江德斌

近日，成都文化广电旅游局在网络平台发布一则视频，官宣大熊猫“花花”上任“成都文旅局荣誉局长”，并公布了其履历。对此，网友纷纷表示：以后上班时叫“花局”了。

大熊猫当“局长”可谓熊猫界的大喜事，也是文旅推广的创新之举。消息一经发布，便立刻引起全网围观，网友纷纷给“花花”道喜。还有不少大打趣，拿“花花”开起了玩笑。

大熊猫“花花”是网络顶流，人气很高，一举一动都会引起众人关注。目前，每天从全国各地去成都看“花花”的游客不计其数，还有许多网友在云端“蹲守”，就为了看一眼“花花”

与饲养员“谭爷爷”的日常互动。

大熊猫本就是国宝，“花花”更是国宝里的焦点，且“营业”勤奋，“带货”能力超强，直接带动基地门票收入大幅增长，周边商品销售火热，还出了“写真集”，上过央视“春晚”。

四川是我国大熊猫数量最多的省份，当地亦将大熊猫作为文旅宣传形象大使，在成都街头可以看到很多大熊猫元素。人们到成都旅游，大多会去大熊猫繁育研究基地参观。大数据显示，“花花”每带来一名游客，至少可以为成都带来1075元的经济增量。可见，“花花”的吸引力极强，如此敬业、多才，被提拔为“文旅局名誉局长”，可

谓锦上添花，既能给成都文旅产业加分，也让“花花”有了更多“出圈”机会。

大熊猫“花花”变“花局”，虽然只是一个形式上的“投街”，却体现出成都文旅部门在宣传推广方面的细致用心。以“萌宠”概念进行文化创新，能够触及公众的感受，赢得市场的关注，进而将网络流量转化为线下客流，推动文旅产业兴旺发展。

近年来，随着旅游业加快恢复发展，大众出游欲望强烈，旅游经济持续增长，各地文旅部门为拓展市场、吸引游客，纷纷推出各种“花式”营销手段，诸如文旅局长出镜直播、土特产“出战”、“花式”宠客等。层出不穷

的文旅推广案例，令人耳目一新，进一步激发了游客的兴趣，让不少冷门、小众目的地、景区点一跃变成网红打卡地。

文旅产业是创新创意为主的领域，为聚集人气，需要保持市场敏锐度，了解游客的真实感受，持续锐意进取，不断创新求变。

随着经济社会的发展，人们的休闲娱乐需求不断增加，游客愈发重视体验感。所以，近年来，各地都在积极求新求变，诸如“溜”“烤”“尔滨”出圈、天水“麻辣烫”等，都是典型的文旅创新案例。

在“花局”带来巨大市场营销效应之后，其他地方也许会效仿这一做法，让“萌宠”做市场推广官。把本地有代表性的资源宣传好，就会吸引人们的注意力，再加上待客的诚意、过硬的服务，最终实现流量变“留量”。

四川西昌：旅游厕所扮靓景区“厕所革命”提升游客体验

“这个圆形建筑也是景点吗？不光有休闲座椅，还有丹顶鹤雕像。”近日，游客赵磊在四川省凉山彝族自治州西昌市邛海湿地公园景区发现了一处“打卡点”，其外观呈圆形，色彩以黄色和烟灰色为主。该建筑内除男女卫生间外，还包括第三卫生间、母婴卫生间、儿童马桶、儿童洗手台盆、残疾人扶手、呼叫器等，同时还设有环卫休息室、休闲等候厅、小卖部等。

该建筑是邛海湿地公园的旅游公厕示范项目的一部分。这些建筑分别建在阳光入口、炫彩瑶池、丹桂桥、观海桥、瀛海亭、白鹭滩等地，大多在原来的基础上改扩建而成，每一处均结合本土元素进行规划和建设，

突出西昌特色。

如此别出心裁的设计，让市民、游客赞叹有加。“远看过去，我还以为是景点。”傍晚时分，前来散步的市民陈李蓉怀着好奇走进了丹桂桥公厕，不禁为里面的设计点赞，“这个设计像邛海渔船，不仅具备功能性，还具有观赏性。”

西昌市文化广播电视和旅游局有关负责人介绍，西昌市旅游厕所改造提升项目旨在通过微提升、微更新、微设计，进一步打造环境优美、功能完善、服务优质的旅游景区，为游客带来更好的旅游体验。

优化景区智慧母婴室设施，补植绿化丰富游客游园环境，新增“守护邛

湖”志愿服务点……连日来，西昌邛海湿地公园对湿地三期游客服务中心公共卫生间儿童洗手池进行改建，在第三卫生间(家庭卫生间)内新装儿童洗手池。不仅如此，景区还在明亮温馨的母婴室内配置带安全扣的婴儿尿布台、哺乳隔间等设施，力求打造一个干净、舒适的亲子空间。

目前，邛海景区已启动邛海西岸整体提升改造项目，对南岸、北岸、东岸绿化景观进行提升改造，稳步推进景区65座旅游厕所新建、改建工作，不断彰显关怀和温度。

小小厕所，系着民生，连着文明。从创建“天府旅游名县”到“天府旅游名县”提升建设，西昌把旅游

厕所的完善和升级工作作为改善公共服务设施，提升旅游形象的文明工程和民生工程，有力提高旅游服务品质。

截至目前，西昌已经将全市公共厕所位置信息接入相关地图导航系统，并在西昌市文化广播电视和旅游局官方公众号设置了旅游厕所导航服务功能，实现了旅游厕所电子地图全覆盖。

下一步，西昌市将把旅游厕所的完善工作作为提升旅游公共服务的重点来抓，不断优化旅游公厕的内部功能，提高旅游公厕管理服务水平，提升群众和游客的满意度。

(钟思思 杨倩媛)

声音

“打击这条灰色产业链，当持之以恒、久久为功”

——针对近期一些地方出现的“不合理低价游”产生纠纷、跟团游货不对板等现象，《广州日报》发表评论指出，不合理低价游屡禁不止，其中一个原因就是不良商家虚假宣传，相关产业链不断“升级”。整治这一长期困扰旅游市场的现象，务必多方合力，打好“组合拳”。相关部门不妨进一步加大处罚力度，加强前期监管，对虚假宣传和经营异常者严厉打击。对旅行社发布的内容，平台须担起监管责任，及时审核并畅通投诉渠道。消费者也要擦亮眼睛，加强防范意识。

“多元消费需求下，理应有更多小城来承接这波流量”

——今年五一假期，淄博、天水、榕江等一众小城话题热度排名靠前。对此，《北京日报》客户端发表评论指出，“进淄赶烤”的热闹烟火、天水麻辣烫的热烈浓厚、榕江“村超”的激情澎湃，这些无不表明，一份美食、一种体验、一个场景，都可能满足游客对松弛感的向往。社交媒体的发达，让小城有了更多被看到的可能。人流量较小、消费较低，再叠加独特的自然风光、特色美食和民俗文化，小城自然就有了被选择的合理性。(本版编辑 龚立仁 整理)