

景区餐饮痛点如何纾解？

近日,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“大碗面分量不足”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”“分量缺斤少两”“品质参差不齐”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。

好的餐饮体验成加分项

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。

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。

地处桂林一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。

精细化运营是未来方向

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:一份番茄牛腩锅,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,松茸分量要够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。

(中国旅游报)

天 / 天 / 游 / 园 / 林 健 / 康 / 又 / 舒 / 心

园林一卡通 2021 正式发售

9大景区 任意游 加量不加价

服务热线: 0510-96889688



太湖鼋头渚风景区



锡惠名胜区



锡惠文物古迹区



蠡园



梅园



吟苑



荡口古镇



薛福成故居



东林书院

无锡文化旅游发展集团

