

了解更多达州本土资讯,请扫描二维码,关注掌上达州APP。



达城不少餐饮企业赶“潮流”打造网红店

业内人士:使餐饮具有达州特色值得思考

□达州日报社全媒体记者 郝富成 实习生 李代艳



一方小小的餐桌见证了人们生活上的变迁,人们对于饮食的追求从最初能够吃饱到开始注重品质和形式,尤其是在消费者对于潮流和品牌以及文化的追随下,很多餐饮企业将重心置于赶“潮流”。

怀旧风、网红店成趋势

朋友圈先吃饭。不知何时起,去网红餐厅就餐被越来越多的年轻人赋予了仪式感,许多人来到网红餐厅第一件事不是吃饭而是拍照发朋友圈。为了吸引客流量,不少餐饮店开始往“主题餐饮”或打造“网红餐厅”的方向发展,试图在环境上追求创新,让消费者在享受美食的同时也享受氛围。

铝制饭盒、搪瓷碗、保温瓶、黑白电视、老式收音机、摇杆游戏机……近年来,在达城越来越多的餐饮店打造市井怀旧风格,一种是场景的营造,让消费者身临其境;一种是注重菜品口味的回归,强调小时候的味道,追忆过往。

在达城西外一家“怀旧风”装修风格火锅店,正在用餐的周先生表示:“火锅的味道其实都差不多,但这家火锅店复古的装修和多场景打造,不仅让人眼前一亮,而且有种回忆杀和亲切感。”周先生说,随手一拍就是具有年代感的大片,同时,能让顾客找到记忆与共鸣感。

在达城一家乡土风格的餐馆里,记者看到,四方桌、宽板凳,墙壁上还挂着斗笠、蓑衣、簸箕等物件,整个店面的装潢凸显出了年代久远的“农家味儿”。

记者走访了达城多家网红餐饮店发现,他们更注重的是食物造型和装修风格,食物口味很一般。经常在外就餐的小王向记者讲述了最近一次的就餐经历:“在抖音刷上到了一个装修很好的网红餐

厅,噱头也很足,尤其是看到菜单上很特别的菜名就想要尝尝鲜,然而看到食物本身时更多的是失望。”小王说,现在很多餐饮店更注重形式上的创新,没有在食材味道上的创新,久而久之消费者也会出现审美疲劳。

美食的灵魂在于味道

如今,餐饮业“八仙过海”,很多餐饮店本末倒置,将重心置于赶“潮流”,而忽略了健康、味道才是吸引食客的关键。

“达城一些餐厅以其大胆创新吸引了许多消费者的眼球,但真到这些餐厅消费时,往往只有环境氛围、装修特色和一些夸张的菜名给人们留下深刻的印象,食物的味道却相当模糊。”达城餐饮一业内人士表示,在这个人人都是自媒体的时代,当产品创意足够新颖的时候,消费者不仅会闻声而来,还会自发分享自己的社交圈,为品牌带来连续传播式的高曝光率,但餐饮的立足还是菜品质量,食物就应该有它该有的味道。

“达州地处秦巴山脉,达州人性格爽直、热情,达州的餐饮特色和达州人的性格是分不开的,如何使达州餐饮具有自己的特色,这是达州餐饮人应该思考的问题。”达州市餐饮烹饪行业协会会长李建认为,达州市餐饮业要实现长足发展就得以文化为底蕴,同时,守住餐饮的命脉——质量,包括产品质量、服务质量、环境质量、价格质量,围绕文化进行餐饮场景和品质的升级。

暑期游升温 文化味更足

年中旅游市场观察

随着暑期来临,多个平台数据显示旅游市场进一步“升温”,在高温天气的影响下,海边、边疆以及其他避暑地区受到更多游客青睐。同时,不少地方和企业纷纷拿出新举措,进一步推动地方文化融入旅游产品,打造特色IP。此外,记者还从日前召开的文化和旅游部例行发布会获悉,下一步将以服务质量提升实效支撑和保障旅游行业高质量发展。

根据去哪儿平台数据,截至6月23日,去哪儿平台上暑期出行的机票预订量显著增长,环比上一周增长2.2倍,海边游、边疆游成为暑期众多游客选择的关键要素。

携程平台数据也显示,西北旅游热度攀升,当前预订暑期青海旅游的订单量同比增长313%,青海酒店订单量同比增长394%,青海暑期机票订单量增长537%。

中国旅游研究院院长戴斌认为,避暑旅游经济是一个万亿级的综合产业,拥有老人、学生、教师和高温城市的数亿游客基础。“特别是暑期旅游市场,避暑、康养、研学三条细分市场将成为增长的重要支撑,也是下半年旅游市场乐观预期的重要依据。”

值得关注的是,在旅游市场继续升温的背景下,除了依托气候带来的避暑客流,各个地方为了吸引更多游客,纷纷将当地特色融入旅游产品,提升旅游市场多样化、个性化水平。

从“不倒翁小姐姐”到“李白对诗”,再到如今的“盛唐密盒”,西安大唐不夜城近年来持续推出的文化类互动节目,吸引了大批游客的到访。

杭州文旅局相关负责人表示在接受记者采访时表示,“宋韵杭式生活节推出10条‘迎亚运·游杭州’宋韵文化主题旅游线路,开设18场高规格的名家讲堂、非遗课程和文化沙龙,活动共吸引到线上线下12万人次参与,直接带动消费270余万元。”

戴斌表示,各地对旅游经济发展的积极性正在变成现实的举措。“从新晋网红城市,到各个传统旅游热门目的地,都在千方百计地为游客提供与文化更加深度结合的旅游产品,吸引更多游客,形成更加多层次的旅游市场。”

在推动文化和旅游进一步融合的过程中,企业也在持续发力。

携程联合青海茶卡盐湖景区,共同举办“潮玩仲夏IN茶卡”2023茶卡盐湖嘉年华暑期活动,计划通过一场集合汉服节、动漫节、音乐节的系列主题活动,助推西北夏季旅游市场。喜茶也与三亚、洛阳等城市合作,推出洛阳牡丹、沙滩阳光等文化元素限定冰箱贴,并在各地的指定景区发放,充分发挥“文旅+”创意,进一步激活文旅消费潜力。

一方面,旅游市场快速增长和文旅融合趋势进一步走强,另一方面,为了保证旅游产业高质量发展,旅游服务质量提升也成为了各方关注的焦点。

文旅部此前发布的关于进一步规范旅游市场秩序的通知指出,在旅游市场恢复发展的关键时期,亟须加强市场秩序综合治理,保障游客合法权益,有效增强市场预期。

文旅部市场管理司副司长余昌国强调,下一步,文旅部将提升综合监管效能,在旅游领域实施“信用+”工程,增强信用监管震慑力,以服务质量提升实效支撑和保障旅游行业高质量发展。

(据新华社)