

“小份菜”吃出“大文明”

刘纯银



从机关食堂到社会餐厅,从线下堂食到线上外卖,“小份菜”正悄然成为安庆市餐饮消费的新风尚。近年来,安庆市以推行“小份菜”改革为重要抓手,深入开展制止餐饮浪费专项行动,着力营造“厉行节约、反对浪费”的浓厚社会氛围,成效显著。

(7月3日《安庆晚报》)

一碟玲珑小菜,悄然撬动餐饮变革。截至2025年7月,全市2116家中型以上餐饮单位和机关食堂全面普及小份菜,消费者光盘率达90%以

上,餐饮企业营业额反增30%。更可贵的是,这项改革入选国家发改委《绿色消费发展典型案例》,不仅为全国贡献了“安庆智慧”,也为全国提供以下三条可借鉴的“安庆经验”。

高位推动,让改革“有章可循”。早在2022年,全省首个《推行“小份菜”改革工作方案》出台,将改革纳入政府年度重点任务和食品安全考核体系。成立13家单位组成的联席会议制度,专班督查“下沉暗访”12次;发布《小份菜经营管理规范》地方标准,9000份操作指南直抵餐饮一线。一整套“组合拳”,让“小份菜”从倡议落地为硬标准。

压实责任,让节约“可见可感”。

在安庆的餐厅,细节彰显决心:“厉行节约”桌卡旁,菜单清晰标注小份菜选项;服务员优先推介半份鱼羹;后厨按克称量食材,从源头减少损耗。这源于安庆独创的“四有”标准——有标识、有菜单、有菜品、有推介,要求每餐提供不少于10种小份菜,且与大份菜“同质同标同价”。有家酒店经理算过细账:“小份菜单价低,但顾客多点两道,反带动人均消费增15%。”

精准破题,让新风“无远弗届”。面对外卖浪费痛点,安庆延伸触角:约谈美团、饿了么等平台,在页面突出“按需点餐”提示;指导网红餐厅推出“双人套餐”“半份菜拼盘”,化解

“点少尴尬”。线上线下一体发力,使“指尖浪费”锐减。

深入人心,让文明“生根发芽”。改革的生命力在共识凝聚。安庆组织“五进”宣讲16场,发放倡议书1.5万份;曝光5起浪费典型案例,树立30家示范单位。

小份菜里有大乾坤。安庆的实践揭示:遏制浪费绝非“运动式减法”,而是多方共赢的“精细化加法”——政府导引、企业增效、百姓受益、生态减负。当一餐饭的“精打细算”融入城市肌理,节约便升华为深刻的文化自觉。如今,“点小份、不丢面”成了安庆人的新口头禅,这份用筷子托起的文明,正飘香四海,滋养人心。

进入暑期以来,安庆旅游市场热度持续高涨,景区精彩活动“热”力全开,漂流游、避暑游、夜游等游玩受到不少游客青睐。

(7月21日《安庆晚报》)

“新供给”激发夏季游新活力

徐剑锋

暑期旅游进入旺季,安庆以特色旅游线路叠加精彩文旅活动,全力打造一场文旅盛宴。

名片亮度决定文旅热度。安庆文旅最具吸引力的就是山水,天柱山等景区自然风光秀美且各具特色,本就是天然的避暑胜地,要进一步整合山水资源、放大生态优势,将“一景区一主题”串珠成链、聚链成群,打造更多差异化、个性化的文旅产品矩阵;同时根据学生族、年轻人等主流群体的消费偏好,把漂流等项目往深里做,推出更多亲水避暑的新场景、新玩法,让“来安庆避暑”的体验不再停留于视觉享受,更升华为一场“诗与远方”的沉浸之旅。

透过一条条宝藏线路及一项项文旅活动,安庆一以贯之的主线清晰而鲜活,就是始终坚持“人无我有、人有我优、人优我特”,以多样化、高品质供给满足旅游消费新需求。从天柱山风景区的全国少儿京剧票友大赛,到五千年文博园景区夜游狂欢活动,只要始终坚持守正创新、推陈出新,将国潮风尚、民俗风情、潮流体验等精心编织进旅游精品线路中,对每一个场景精雕细琢,对每一处细节精心打磨,开发更多互动性场景、体验性项目,就一定能够圈粉无数。

“夏季游安庆”的一大特征,就是“文旅+”的“乘数效应”更加凸显。无论是推出“惊险+清凉漂流”套餐,还是打造“民宿+避暑”沉浸式场景,不仅提升了

文旅产品的附加值,而且构建起安庆与周边其他城市的差异化竞争优势。激发“文旅+”的新活力,既要在与农业、体育、康养、研学等领域的跨界融合上探索新路径,也要升级“吃喝玩乐游购娱”全链条服务功能,还要在“套票联票”“票根经济”上做足文章,催生出更加丰富多样的新供给,实现“吸睛”与“吸金”的双丰收。

从完善景区停车、如厕等配套功能,到开展天柱骄子畅游天柱山、恩师惠游感恩奉献等活动,所有这些无不彰显“游客就是座上宾”的理念。当前,我市暑期旅游市场供需两旺,用心用情“宠客”才能接稳“泼天富贵”,这就需要我们始终从游客思维、游客视角出发,聚焦“让游客乘兴而来、满意而归”,突出产品精致、管理精细、服务精心,源源不断地提供优质的硬件设施、服务体验,让暖心“温度”撑起旅游“热度”,让游客有满满的获得感和幸福感。



资料图片

让暑期旅游经济持续升温

艾才国

惊险+清凉漂流景区火热出圈、夜游+演出景区精彩活动乐不停、民宿+避暑“凉资源”变成“热经济”……当高温炙烤大地,安庆的文旅市场以“热”制“热”,交出了一份亮眼的暑期经济答卷。接下来,如何趁“热”而上,让暑期经济持续升温,则是广大城市管理者用心用力所亟待解决的问题。

暑期消费的核心群体是学生与家庭,需求集中在“遛娃”“避暑”“充电”等场景。这意味着市场供给不能停留在“老一套”,需要在精准“供需对接”上做足文章。将研学旅行与本地文化深度融合,让孩子们在游玩中触摸历史脉络;把避暑资源与康养、运动等元素融合,满足不同年龄层的清凉需求;针对“Z世代”推出沉浸式体验项目,用互动感、新鲜感延长消费停留时间……只有让供给始终跟着需求走,才能让暑期消费从“一次性打卡”变成“持续性复购”。

需要注意的是,不少地方的暑期经济仍停留在“门票经济”“餐饮经济”的单一模式,难以形

成消费闭环。其实,暑期消费天然具有“时间充裕”“场景多元”的特点,完全可以通过“吃住行游购娱”的联动,打造全域化、链条化的消费生态。将景区游览与周边民宿、农家美食绑定,让游客“住下来”;把文旅活动与本地特产、文创产品结合,让消费“带回去”;甚至可以联动教育、体育等领域,推出“暑期套餐”,让消费场景从景区延伸到城市的每个角落。只有不断延伸产业链条,才能大力提升消费总额,让暑期经济红利惠及更多行业、更多群体。

暑期经济的竞争,最终是服务品质的竞争。持续升温暑期经济,必须大力推动“服务升级”。完善交通接驳、优化停车服务、提升公共卫生水平,建立常态化的消费反馈机制,及时回应游客诉求……便利化服务、人性化关怀一定会让消费更暖心,产生“来了还想来”的口碑效应。

在这个充满活力的季节里,让我们抢抓新机遇,培育新玩法,增添新活力,让“暑期经济”持续升温,为经济增长注入强劲动能。