

### 政府消费券叠加企业新菜品、新场景

# “五一”餐饮消费热度拉满

文图 羊城晚报记者 孙琦曼

政府消费券叠加企业新菜品、新场景，即将到来的“五一”假期热度拉满。

4月29日，广州新一轮消费券开抢，即日起至5月5日每天10:00准时开抢，活动共派发200减50元、满500减100元、满1000减200元三档餐饮消费券，覆盖商务宴请与日常用餐场景，为在穗消费者提供多元化消费选择。



羊城美食 琳琅满目

### 餐饮消费强劲增长

在政府消费券拉动餐饮市场的同时，餐饮企业正以创新产品迎接消费旺季。要知道，在“美食之都”之称的广州，坐拥众多潮汕美食的广东省，每逢假期，“吃”都是一门“多金”的生意。举例来说，2023年“五一”假期，珠海6家餐饮业样本企业营业额同比增长55.01%，与2019年同比增长19.77%；汕尾万禧餐饮管理有限公司等3家餐饮样本企业销售额与2019年同比增长35.85%；中山重点监测的11家餐饮业企业销售额同比增长16.36%，与2019年同比增长11.38%。

今年“五一”假期临近，餐饮消费呈现强劲增长态势。海底捞后台数据显示，假期期间的用餐预订量正在快速上升，截至4月28日，全国门店已接到假期首日预订超2.5万桌。

为把握消费机遇，该品牌推出五款应季新品，其中与香港“食

神”戴龙联合研发的“海鲜粥底锅”主打温润养生概念，配合“春日脆嫩笋蔬拼盘”等五款春季产品，为消费者奉上“舌尖上的春天”，截至4月26日，海底捞相关春季新品销量累计超145万份。值得注意的是，广东门店还推出区域限定产品：9.9元大杯柠檬茶、清远鲜切鸡系列搭配专属蘸料，叠加新推出的椒盐鸡汤锅，形成独具岭南特色的产品矩阵，为“五一”圈住消费者的胃做好准备。

深耕广东市场的费大厨同样迎来爆发增长。这个连续三年蝉联“深圳餐饮最受消费者欢迎品牌”的湘菜品牌，自2018年布局以来已在深圳开设30余家直营店，覆盖六大主要行政区。据品牌方透露，按照预计，“五一”期间广东各门店人流将激增，用餐高峰时段一号难求。年内他们还将深圳K11 ECOAST、光明大仟里等商业体开设新店。

### 外出就餐注意这几点

针对假期餐饮消费高峰，4月29日，广东省市场监督管理局、广东省消费者委员会联合发布“五一”假期消费提示：“五一”假期是外出就餐的高峰期，消费者在外就餐时，应选择证照齐全、环境整洁、食品安全管理较规范的餐饮场所，若选择食用凉菜、熟食、卤味和生食水产品、生腌制品等冷食、生食类食品时，应注意查看食品经营单位是否有经营相关冷食和生食类品种的项目，不购买、不饮用无标识、浸泡中药材成分不清、来历不明的泡制酒，不食用野生蘑菇、鲜黄花菜、河豚鱼、织纹螺以及一些可能具有毒性或有寄生虫风险的食物。

采用网络订餐时，除关注菜品评价外，还要查看商家证照信息、菜品原材料、店铺评价等信息，谨慎下单，并尽量选择近距离的餐饮单位订购，以缩短餐食配送时间，此外，慎购凉菜、生食食品及冷加工糕点等高风险食品，按照个人食量点餐，选择“无接触配送”，最好自备餐具，减少食物浪费和一次性餐具使用。

4月28日，总投资20亿元广州市“攻城拔寨”项目太古仓壹号正式发布。项目坐落于广州百年太古仓码头，建成后与太古仓合体10万平方米，集文化展览、商务办公、观光旅游、时尚艺术等功能于一体，形成广州首个港口文化主题艺术休闲商业地标，为广州打造世界级水岸观光旅游目的地、建设消费中心城市作出贡献。



太古仓全景

## 助力广州文商旅融合 打造世界级水岸观光旅游新名片

文/羊城晚报记者 詹淑真 通讯员 曹畅 宋翥 图/广州港提供

### 广州首个港口文化主题休闲商业地标

据介绍，项目所处的太古仓码头是广州市著名商标和国家AAA级旅游景区，由原英商太古洋行始建于1904年，收归国有后由广州港集团运营，分为太古仓一期和太古仓二期项目。太古仓一期于2012年完成升级改造，秉持“修旧如旧”的理念，活化历史文化元素和工业遗迹，在保留原有码头区完整性、真实性、历史内涵的基础上，针对性引进新业态，经过多年发展，已成为集文化、展览发布、观光旅游、休闲娱乐等功能于一体的城市地标，年接待游客人数超千万人次。

太古仓壹号项目在太古仓一期成功经验的基础上，紧扣“千年广州港·百年太古仓”的主题核心，基于当前全球倡导的集宜居(Amenity)、商贸(Business)、生活(Life)、环境(Environment)于一体的ABLE国际社区涵养理念，与太古仓码头特点相结合，以江景、港口码头及公园商业交织一体，更以“夜经济+微度假”定义滨江商业新生态，涵盖小资、网红、历史文化、亲子、艺术活动等文旅元素，打造高品质、一站式精致消费体验目的地。

太古仓壹号是海珠建设新活力文商旅融合圈、推动珠江沿岸经济带高质量发展重点项目，2022年3月动工，预计今年年底

竣工交付。项目总建筑面积约8.5万平方米，主体结构塔楼3栋共16层、裙楼3层、商业独栋7幢、地下3层配备近900个标准车位。

太古仓壹号将提升太古仓的商业体量，从规划结构、空间肌理、建筑风格等层面多维度改造升级，对现有滨水元素、港口元素和洋行元素进一步拓展拓宽，鲜活呈现“广州商贸文化的时间博物馆”。

### 以“百年码头”为载体的滨水游玩线

浩渺珠江，是广州作为国家历史文化名城的灵魂所在。按照《广州市打造“世界级水岸观光旅游目的地”工作方案》，广州港集团以珠江游为重要抓手，从“船上、水上、岸上、楼上”四个维度，全面推进打造“世界级水岸观光旅游目的地”，太古仓壹号项目乘势而来。

广州作为千年商都，离不开鼎盛港口文化，更少不了以“百年码头”作为载体。太古仓壹号项目正是源于广州罕见百年码头——太古仓码头的人文艺术更新，以高标准建设运营，深入挖掘岭南文化基因，呼应广州新文商旅融合圈打造，创新性建设的一处集文化传承、艺术展示、休闲体验于一体的城市文化新地标。

摊开广州珠江后航道地图，会发现一条以太古仓壹号为核心的“一江两岸”黄金线。一江是根植于广州港集团强大业务平台，

形成人居-夜经济-游艇-珠江游轮等文商旅融合的滨水游玩线，两岸是太古里、万象城等商业地标与白鹅潭艺术中心等文化地标群落的繁华商业线。作为珠江璀璨明珠与广州港集团战略答卷，太古仓壹号正重塑“世界级水岸观光旅游目的地”的广州范式。

### 历史风貌与当代体验有机融合

太古仓壹号项目在太古仓码头成功经验的基础上，将建筑形象与场地景观设计高度融合，商业独栋通过25°旧仓经典坡顶的坡顶轮廓再现文化延续，利用空间形态和文化构件等部分西方实用主义设计要素，升级珠江两岸的景观空间。

“通过打造‘一轴一心两环’沉浸式商业综合体，融入文化地刻、艺术雕塑等系统，将广州港口交易商场景、货箱编组等文化符号转化为现代商业建筑形象。让市民游客直观感受港口码头的文化记忆，体验历史风貌与当代体验的有机融合。”广州海港地产集团有限公司党委副书记、总经理于兆斐介绍道。

太古仓壹号项目建成后，将以“前江景-中商业-后庭院”的三维空间格局，充分发挥珠江的景观资源力、高奢商业的人流吸附力与顶级人居的生活力，成为广州滨水艺术人居的新地标。

羊城晚报 乐享粤式新生活 羊城消费引力场 A6

2025年4月30日/星期三 经济新闻部主编/责编 李卉 美编 陈炜/校对 刘媛元

聚焦“五一”黄金周特别策划

羊城晚报 乐享粤式新生活 羊城消费引力场 A6

2025年4月30日/星期三 经济新闻部主编/责编 李卉 美编 陈炜/校对 刘媛元

聚焦“五一”黄金周特别策划

## 酒店预订单突遭“坐地起价”？

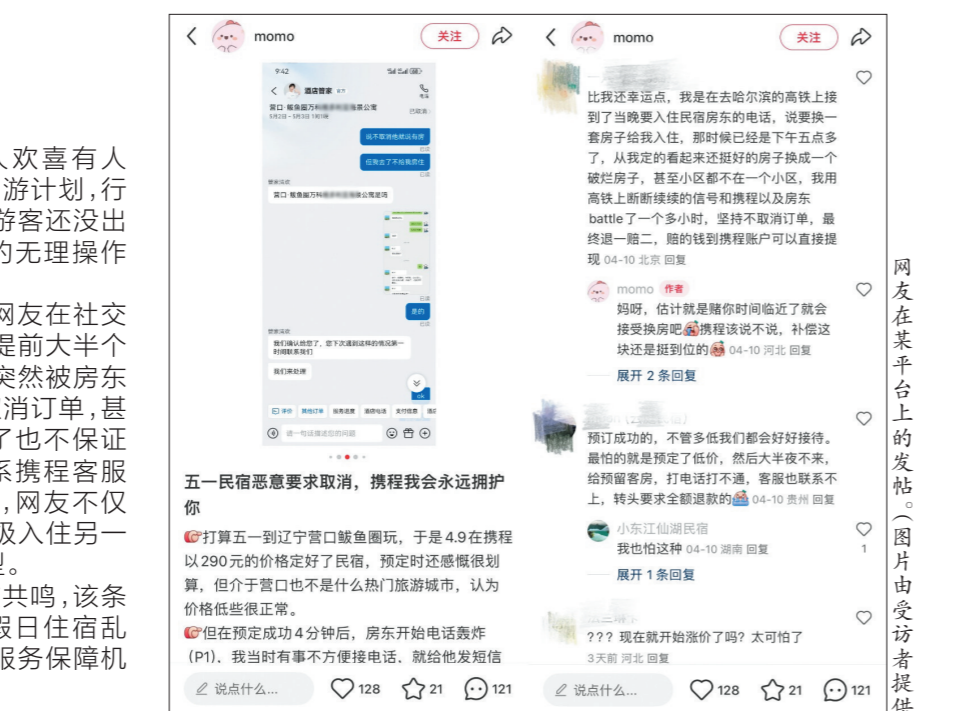
### 揭秘“五一”假期住宿乱象

文/吴珊

“五一”假期临近，有人欢喜有人愁。很多人已提前制订了出游计划，行程期待满满。但是，也有些游客还没出发，就先被酒店、民宿老板的无理操作气到了。

近日，一名计划出游的网友在社交媒体上分享了自己的经历：提前大半个月前以290元预订的民宿，突然被房东以“价格过低”为由被要求取消订单，甚至被威胁“不取消订单，到了也不保证能入住”。所幸，该网友联系携程客服介入后，问题得以迅速解决。网友不仅“保住”了行程，还将免费升级入住另一家酒店520元/晚的高级房型。

这一经历也引起了网友共鸣，该条帖子的评论区不仅有对节假日住宿乱象的讨论，也让旅游平台的服务保障机制成为焦点。



网友在某平台上的发帖（图片由受访者提供）

### 酒店“坐地起价”推翻订单 旅游平台多重保障应对

酒店民宿屡屡出现假期前推翻订单现象，这是什么原因？有旅游业内人士告诉记者，旅游旺季期间，热门目的地房源紧张，“人多房少”的供需失衡导致了酒店和民宿经营者会将价格提高，一方面增加经营收益，另一方面也能够有足够精力更好地服务旅客。但对小部动了歪心思的经营者来说，他们选择先低价吸引订单，再找“装修、停电、上错房源”等各种借口毁约，最后高价重新挂牌。这些套路也让大多数正规经营的酒店从业者一同背上“酒店刺客”的骂名。

为应对此类毁约问题，主流旅游平台已建立多重保障措施。以携程为例，若发生商家确认订单后推翻或到店无房的情况，平台将优先协调原酒店升级房型或帮助客人预订附近同等酒店，并

承担由此产生的差价。同时，平台对频繁违约的商家采取警告、流量降权等处理，从源头遏制坐地起价行为。并且，如果消费者在出境游时遇到相关问题，携程将提供与国内一样的服务标准，这也让旅客可以更加放心。

### 酒店价格“越搜越贵” 因低价资源或已迅速售罄

除了“酒店刺客”之外，同样影响消费者决策的还有关于自己被“杀熟”的质疑：一到假期住宿价格就大涨，甚至越搜越贵，这是不是平台为了多挣钱在“杀熟”？

上述业内人士表示，定价权掌握在酒店民宿经营者等资源方手中，旅游平台仅提供信息展示和技术服务。一般来说，如果商家设置异常高价，平台会进行干预，但无权直接调整。此外，平台收益与商家订单量挂钩，“即便平台抬高价格，如果无人预订，双方均无利可图”。

至于“越搜越贵”，更大的可能是低价资源售罄带来的结果：消费者在OTA上看到的酒店房型价格除了平台直采外，还可能来自多家代理商，因各家“拿货多少”等原因，各代理和酒店的成本价以及能到给消费者的价格也不同。OTA会优先展示同等产品的低价资源，但是当低价资源售罄，则只剩下较高价的资源留在平台上售卖。尤其在一些热门目的地的人气酒店，库存和价格时时都在变动，即使只差几秒钟预订，都有可能与心仪的房间、优惠的价格失之交臂。

今年“五一”假期，有旅游平台预测其旅行热度或将达到2023年以来的峰值，酒店预订热度同比大增。而这波集中释放的出行需求，行业人士建议，消费者预订时应选择有完善售后机制的大型正规平台，让假期出行更安心无忧。此外，相关部门也需加强监管，依法处理恶意毁约、哄抬价格的商家，维护市场公平。

## 首个“中华土鸡美食文化体验示范场”揭牌

### 土鸡文化玩出新花样！



揭牌仪式

4月17日，全国首家“中华土鸡美食文化体验示范场”在浙江省湖州市的温氏天露农场举行了揭牌仪式，标志着首个以土鸡文化为核心的沉浸式体验平台正式投入运营。温氏股份首席运营官兼养殖事业部总裁秦开田、养殖事业部助理总裁赖伟青、温氏股份营销管理部总经理梁俊等出席。

近年来，中华土鸡在白羽肉鸡的冲击下日渐式微，消费者对土鸡的认知逐渐模糊。为此，中华土鸡推广中心联合温氏股份等龙头企业，打造了一个“可听、可看、可吃、可体验”的文化阵地——“中华土鸡美食文化体验示范场”。温氏天露农场以“土鸡养殖体验”为核心，打造集生态养殖、文化展示与美食体验于一体的创新平台，探索出一条“三产融合”的乡村振兴新路径，让土鸡养殖从单一的生产环节，升级为融合文旅、教育、品牌的复合型业态，为传统农业注入了高质量发展新动能。

温氏天露农场的创新之处，在于将传统养殖与文旅、教育深度融合。



农场内，游客不仅能观摩生态放养的土鸡如何自由觅食，重温童年记忆，享受亲子乐趣，还能在中华土鸡文化展览馆中追溯土鸡的千年历史——从鸡的进化起源，到中国先祖驯养红原鸡的共生关系，再到五德之禽的美好寓意，厚重的文化底蕴一一呈现。一幅巨大的《中华地方土鸡》立体地图，从黄河流域到长江流域，从南岭山脉到武夷山脉，108种地方土鸡分布在祖国绚丽无双的山水之间，成为打卡热点。

土鸡餐厅里，一道道以土鸡为主角的菜品让人惊艳：竹笋土鸡汤雪白浓郁，姜葱白切鸡香酥扑鼻，盐焗鸡咸香开胃……

未来，随着更多“中华土鸡美食文化体验示范场”的诞生，将让更多人触摸到中华土鸡的文化温度，让传统美味历久弥新。

温氏天露农场

中华土鸡