

第二十届成都国际美食节向全球发出邀约 全域联动 共享舌尖上的美食盛宴

□本报记者 李祥 饶尉钟文 / 图



伴随着功夫茶表演、扯面“绝活”的现场演绎,9月27日晚,由成都市人民政府主办,成都市商务局、四川天府新区管委会承办的第二十届成都国际美食节正式启动,活动将持续至10月31日。

据了解,本届国际美食节以“美食之都 万千气象”为主题,将链接市内各大美食活动场景,形成全域消费联动体系。其中,西博城主会场将举办启动仪式、圆桌论坛、食品展会、美食市集等活动;各区(市)分会场将围绕美食节主题,配合主会场开展系列配套活动,多维度立体呈现成都美食风采,展现一场“处处有场景、时时有美食”的全城美食嘉年华。

“大饱口福”:
邀市民一站式品鉴传统老味道

本届美食节将贯通产业链上中下游,汇聚成都美食产业(绿色食品)供应链企业优质资源,打造美食产业(绿色食品)及供应链展览会。在这里,不仅有地理标识的优质农产品,还有深受消费者喜欢的川菜川酒川调料以及来自世界各地的国

际美食产品,并将通过实物展陈、多媒体演绎等多种形式,打造消费新场景,设置现场体验区,以便广大采购商、市民体验品鉴,从而打响成都美食产业知名度和美誉度。

据介绍,本次美食节将通过不同区域和场景主题,设置五大食品品鉴区。其中,老字号美食品鉴——旧檐下美食区,是市集亮点点位。老字号美食区,将老百姓耳熟能详的老字号品牌,全部搬到西博城活动现场,市民朋友们不仅能品尝龙抄手、赖汤圆、肥肠粉等各式老字号成都美食,也能尝到泰国菜、澳洲手工酸奶等异国风味。

同时,现场还设有N场特色主题活动,市民朋友们可以前往现场,参与大师菜品品鉴,并凭借美食节期间抵达成都的机票、火车票的纸质或电子票据,现场兑换美食节专属金额代金券,享受各种优惠活动。

美食节期间还将在西博城北广场策划打造一场环境优、品质高、价格亲民的火锅火锅龙盛宴,届时,1000口火锅,万余食客围锅而坐,现场展示新鲜食材、现炒馅料、自助取菜。此外,现场还将有开心麻花剧场、坝坝电影、露天音乐上演,



氛围感直接“拉满”。

“把脉问诊”:
共话美食产业发展

为彰显国际美食之都魅力,聚焦餐饮消费新场景、新流量、新业态,围绕餐饮高质量发展、美食产业建圈强链、美食文化交流等主题,本届美食节还将开展守正创新·共赢未来美食产业园圆桌派。

元老级中国烹饪大师、原成都市烹饪协会秘书长彭子瑜,海底捞国际控股首席运营官邵志东,分别就川菜的传承与创新、创新赋能餐

饮行业高质量发展进行主旨演讲。彭子瑜、邵志东、南堂信董事长王正金以及来自抖音生活服务、阿里本地生活集团等企业的相关负责人将围绕餐饮行业发展的新趋势、新技术、新机遇、川菜发展与国际美食之都建设的主题,进行对话发言,为成都美食专业化、产业化、国际化、民族化和大众化发展建言献策。同时还将开展行业研讨会、投融资对接会等系列高能级活动,构建国际美食文化交流平台。

“全域联动”:
优惠福利享不停

为扩大活动影响力,增强市民参与感,今年美食节还联动抖音生活服务、阿里本地生活、美团、支付宝等平台,打造线上专区,抖音「成都国际美食节」专属套餐,持续提供各类满减、优惠活动;“成都熊猫美食地图”,一图收集成都最正宗的美食名店、名菜,还有超2000万高德打车券包,让市民打车美食更优惠;同时,还有饿了么餐饮板块持续发放的3000万以上优惠券“爆红包”、支付宝超百万的立减券、美团配合政府发放的消费券等众多福利,真正让参与的市民获得实惠,营造繁荣有序的消费氛围,吸引更多市民及游客前来打卡。

为贯彻落实“提倡文明健康、绿色环保的生活方式”“制止餐饮浪费行为”,本届美食节现场还发起“光盘行动”活动,通过活动及奖品,发动更多市民加入到公益、环保中来,以“光盘行动”的开展,倡导新时代社会餐饮文明。

除此之外,整个美食节期间,成都的各区(市)县立足自身资源禀赋,融合景区、街区、园区、社区、街镇经济消费特点、地域传统习俗和乡土人情,差异化、波浪式推出“一域一特色”主题美食惠民活动,在特色街区集中开展美食展演、品鉴、互动、体验等活动,打造“处处有场景、时时有美食、人人齐参与”的全城美食嘉年华。

“超长黄金周” 消费预期火热

□本报记者 马工枚

今年中秋、国庆“双节合一”,旅游市场有望迎来出游热潮,国内消费市场加速回暖。多家旅游平台的数据显示,这个“超长黄金周”旅游热度一路上扬。

根据美团、大众点评数据显示,平台上旅游消费订单(含酒店民宿、景点门票、交通等)较2019年翻倍增长,“分段式出游、亚运热、一站式度假”成为今年“十一”假日消费新趋势,服务零售有望迎来全年消费新高峰。

“双节合一”带火分段式出游

今年长假双节齐至,不少消费者选择先“团圆”再“出门”,“分段式出游”趋势显著,这也带动了旅游场景的全线升温。

美团、大众点评数据显示,预计9月30日—10月2日为中秋节后首波出游小高峰,北京、成都、上海、深圳分别为出发与到达“双向”热门城市。同时,长途出游的住宿订单占比超过2019年同期,西安、重庆、成都、长沙等成为十大热门目的地城市,东南亚、日韩为热门出境旅游目的地。

一站式度假“省”到底

超长黄金周期间,“住着玩”、长线游等迎来节前预订小高峰。越来越多的消费者直接开始在平台上一站式预定“吃住行游娱”全套行程。

选择一个度假酒店或者乡村民宿深度体验,是都市人热衷的“住着玩”度假方式。以亲子家庭的假期刚需“遛娃”为例,截至9月20日,“户外遛娃”搜索量同比增长超200%。“家庭房”“亲子房”的假期预订量同比增长超过400%。

而根据途家民宿数据显示,截至9月21日,“十一”热门城市民宿提前预订量同比2019年同期翻番,平均过夜价格达到565元,同比2019年增长两成。成都、重庆、青岛稳居热门预订城市,延边增速亮眼,首次登榜

热门预订城市前十。

“团圆餐”预订火热

近日,记者走访成都几家餐饮店,发现餐厅预订紧俏。一家饭店工作人员说:“大概一周前假日包间就预订满了。大厅还有一些位置,可以当天来。”

面对双节假期,餐饮企业还积极推出订餐活动以拉动消费。据美团、大众点评数据显示,截至9月20日,“十一”黄金周期间,全国餐厅堂食线上订座量较2019年同期增长112%,较去年同期相比,中秋“团圆”主题团购套餐订单量增长超90%,上海、北京、杭州、南京、天津五城的“团圆餐”预订最旺。

交通承压酒店普涨

抢票首日,“12306卡了”爆上热搜。据国铁集团的消息,今年的铁路中秋国庆假期运输,从9月27日启动,至10月8日结束,为期12天,也就是在八天的假期前后,各延长了2天。从运输的期限上,已经超过历年国庆假期。预计发送的旅客为1.9亿人次。从9月13日至19日,全国铁路已发售火车票1.3亿张,其中9月15日创下单日售票量2287.7万张的历史新高。

在民航方面,机构预测,今年中秋国庆假期日均航班量将超1.55万架次,预计同比2019年提升5.2%,相比今年“五一”假期也将提升7.1%。

假期出行“大军”不仅是给交通运输带来了压力,也点燃了消费热情,酒店等价格水涨船高。

携程数据显示,“十一”国内游、出境游双双火爆,机票、景区、酒店、跟团游等产品已进入预订高峰期,一些热门旅游地的度假酒店、网红民宿的热门房型已经“一房难求”。北京、上海、成都、杭州、广州、西安、重庆、南京、深圳、长沙是国庆热门旅游目的地前十。

此外,酒店、民宿价格普遍翻倍上涨。

市场调查

新国标实施后 茶叶包装“瘦身”了吗?

□本报记者 马工枚文 / 图

中秋、国庆“双节”即将来临,茶叶往往是人们走亲访友的送礼之选。新国标实施后,茶叶包装是否实现“瘦身”“轻装”,让消费者真正得到实惠?近期,四川省消费者权益委员会征集消费志愿者,开展了消费市场茶叶包装现状调查。

茶叶包装现状:
包装层数基本符合新国标要求

9月1日起实施的新修订《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》(以下简称新国标)要求,茶叶包装层数最多不得超过四层,标注净含量50克以上的茶叶包装空隙率不得超过30%,包装成本不得超过整体售价的20%。

近日,消费志愿者走进成都市金牛、青羊、武侯、锦江、龙泉、新都等城区,探查茶叶批发市场、综合商超茶叶专柜、茶叶专卖店等27个点位,调查了108款预包装茶叶的相关情况。108款茶叶包括绿茶、红茶、白茶、黑茶等种类,价格高低不等,以标注净含量为

100克的茶叶为例,最低标价28.6元,最高标价4800元。108款茶叶中,标价超1000元的22款,占比20%;标价低于300元(含300元)的有46款,占比43%。

经调查,发现包装层数基本符合新国标要求。108款茶叶产品中,志愿者能够有效查看内部包装层数的有75款,包装均没有超过4层。

包装空隙率超标较为普遍。此次调查中,志愿者有效记录茶叶包装长宽高等相关数据,能够计算包装空隙率的共有94款。采用上海市市场监管局开发的“包装零度”小程序测算,和应用新国标公布的空隙率计算公式进行测算,得出一致结果:上述94款茶叶中,有49款茶叶的包装空隙率超标,占比高达52%。

其中,包装空隙率大于30%、小于等于50%的15款,包装空隙率大于50%、小于等于70%的26款,包装空隙率大于70%的8款。

包装空隙率超过80%的有3款茶叶,其每克茶叶的单价分别是48元、33.2元、22元,远高于此

次调查108款茶叶每克3.7元的平均价格。

散装茶叶“定制”包装难监控。茶叶市场上,不少商家还专门售卖包装,供消费者对散装茶叶进行包装。调查发现,单独售卖的包装价格从几十元到几百元不等,中秋节前夕还推出了搭售月饼的混装包装。

消委建议:
加强行业规范与市场管理
积极对标新国标

本次调查发现,空隙率超标茶叶的生产日期大多在去年和今年。调查同时发现,空隙率超标茶叶均为礼盒型茶叶,商务送礼、人情送礼靠包装“装面子”的需求,致使过度包装屡禁不止。

茶叶过度包装容易造成资源浪费和环境污染,为进一步做好抵制茶叶过度包装工作,建议加强消费引导,倡导“简约适度 绿色低碳”的消费方式;应进一步加强新国标宣传,让消费者广泛知晓新国标关于茶叶包装层数、包装



空隙率、包装成本等具体要求,主动选择包装简约适度的产品,拒绝为过度包装买单。

加强行业规范,回归茶叶消费品质本源。企业应专注于提升茶叶品质,而不是用异形包装获取高溢价,制造“茶叶2两、包装2斤”的怪现象。包装企业应利用可再生材料、可降解材料,可回收材料等,开发出更环保更简约的包装方式。

相关部门应指导行业协会等加强行业自律,积极开展“对标”工作,督促从业者不制造、不销售过度包装茶叶。督促电商平台加强平台内经营者主体资质审核,落实强制性国家标准。针对茶叶市场将普通散茶通过加装精美礼盒等过度包装,然后高价销售的行为,加强监管力度。在节假日等重要时间节点,开展市场检查,防止过度包装反弹回潮。

“文旅+商业”联动 点燃金秋好市 第二届中国(四川)国际熊猫消费节德阳分会场活动正式启幕

□本报记者 高高山 李鹏飞文 / 图



9月28日上午,第二届中国(四川)国际熊猫消费节德阳分会场暨2023年“蜀里安逸 悠然至德”金秋购物季在四川德阳文德国际会展中心正式启幕。本届消费节德阳分会场的重头戏,也是广大市民最为关注的2023首届德阳国际车展、“蜀里安逸 悠然至德”特色商品展、“文德之夜”特色促消费活动,不仅为市民带来丰富的节日生活消费体验,也以丰富的特色活动喜迎八方来客。

**释放消费惠民活力
打造一场秋日消费盛宴**

据悉,整个“蜀里安逸 悠然至德”购物季联合数百商家将促销惠民持续进行至10月31日,涵盖了与市民生活息息相关的食、住、行。特色商品展规划展览总面积1.8万平方米,由区(市、县)特色、全球品质、传统文化、绿色出行、智能生活、数字消费、德阳老字号7个板块组成。百余商家参展企业集中带来了全球名品、巴蜀优品、旅城老字号、新能源汽车等消费精品,其中不乏外地游客最为关注的传统文化展区和德阳老字号展区。

在德阳老字号方面,有裹汁牛肉、哑巴兔、中江挂面等大家耳熟能详的商品。在新能源汽车领域,有比亚迪、理想、小鹏等新能源汽车品牌车企强势加入,展示最

新款新能源汽车,并提供试乘试驾服务。

金秋购物季为商家提供了一个展示和交流的平台,更搭建了一座沟通与合作的桥梁。在启动仪式现场,进行了“扩内需促消费稳外贸”集中签约仪式,通过精准对接,为德阳消费市场激发新的活力。

**开展系列特色活动
聚人气、聚商机、聚活力**

今年以来,德阳市全面落实商务部“消费提振年”、全省“蜀里安逸”活动安排部署,组织开展了一系列消费促进活动,全市消费市场加速回暖,展现出强劲的消费动力和活力。

不同于常规展会,此次金秋购物季闭馆时间延长至晚上21点。活动期间,文德国际会展中心南广场每晚还有精彩表演、趣味游戏,为消费者提供集实惠、娱乐、潮玩为一体的消费盛宴,同时拉动夜经济,以多种形式推动消费持续恢复和扩大。

着力释放本地消费,扩大外来消费、服务全球消费。第二届中国(四川)国际熊猫消费节2023年“蜀里安逸 悠然至德”金秋购物季为加快培育高品质、新品尚、多品味、国际化的“蜀里安逸”消费品牌体系,加快建设富有巴蜀特色的国际消费目的地提供重要支撑。

第十六届中国国际现代化铁路技术装备展 11月在京举办

由中国铁路战略科技力量和铁路行业唯一的多专业、多学科综合性研究机构——中国铁道科学研究院集团有限公司,与中国国际贸易中心股份有限公司强强联合、共同主办,11月14—16日,第十六届中

国国际现代化铁路技术装备展览会将在北京·中国国际展览中心(朝阳馆)盛大举办。

据悉,本届铁路展展览面积将达4万平方米,重点展示近年来中国铁路在各领域的发展成就和先进

的技术装备水平。而中国中车、中国通号、华为、中兴、阿尔斯通、西门子、克诺尔、西屋等国内外300余家企业将带来铁路各专业领域最新技术和尖端产品。

为提升展商宣传营销效果,本

届展会将通过电视媒体、网络媒体、纸质媒体、新媒体等多种渠道进行整体宣传,组织举办新品发布、对接洽谈等活动,助力展商全方位、立体化推广产品及技术。

张川