



以一碗“山东味道”撬动文旅消费

□ 侯莎莎

7月30日起,山东在全省16市举办“好客山东·美食争霸赛”。近一个月的时间,鲜活赛事接连上演,掀起一场文旅消费新热潮。

赛事不仅是一场味蕾的狂欢,更是一次地方身份的情感确认、一场全民参与的文化展演、一次提振消费的火热实践。它让我们看到,一碗“山东味道”正以独特魅力撬动一个省的文旅消费。

这是一次地方身份的情感确认。正如“苏超”通过足球赛事激活了江苏十三太保的地域认同,山东的美食赛事唤醒了各地市民对本土风味的集体记忆与自豪感。从济南站“鱼”跃龙门的“鱼江湖”比拼,到淄博“串”山越海的烧烤大战,再

到东营赛区“包”打天下决战面点之巅……每一道美食、每一次精妙技法的展示,都是对本地食材的极致烹饪,是对地方历史文化、风土物产的集中呈现。比如,聊城大包看似普通却内藏乾坤,具有面皮暄软有嚼劲儿、馅料扎实到“深不见底”的特点,再配上一碗胡辣汤、甜沫或小米粥,就是本地人最地道的吃法。这种搭配不仅暖胃,更体现了聊城人的饮食哲学,唤起人们对家乡的深厚情感和对乡土文化的认同与自信。

这是一场全民参与的文化展演。山东煎饼、鲁菜经典、非遗酱制技艺……这些极具地域性的美食符号,通过“玩梗”式的社交传播方式迅速破圈。山东美食的深厚底蕴,通过赛事直播被亿万网友感知。如,济南这座被泉水滋养的城市,

从食材到烹饪处处透着与泉水的联系,是鲁菜“清鲜平和”风格的体现。博山“四四席”由四个冷盘、四个大件、四个行件和四个饭菜组成,寓意着“四平八稳”“四季发财”,饱含着美好的祝福。赛事扎根于市井烟火,融入草根活力,让厨师、市民、游客都成为这场文化表演的参与者和传播者。这种有滋有味、热气腾腾的氛围,让“美食争霸”不再是少数人的竞技,而是全民共享的味蕾盛宴。

这是一次提振消费的火热实践。赛事在提振消费方面展现出高效策划、系统联动的特点。主办方以美食比赛为流量入口,通过景区联动、酒店优惠、非遗市集等举措,将瞬间的赛事热度转化为持续的消费动能。数据显示,济南站争霸赛期间,仅济南融创文旅城推出的专

项优惠产品,订单额就达到338万元;淄博美食城旅游区4天引客近5万人,当地特产好物、美食销售额突破130万元。赛事以美食为支点,推动文旅、住宿、交通、零售等多行业协同发展,让山东味道实现了从“流量热”到“消费热”的有效转化。

人间烟火气,最抚凡人心。这场赛事将覆盖暑期、中秋、国庆等,从夏天赛到秋天,让游客们奔着香味儿来,扎进山东山水人文的诗意里。当然,热点易逝,流量难留。推动赛事从“一时火爆”走向“长期活跃”,仍需进一步挖掘鲁菜文化、非遗技艺、地域风物等独特资源,加强品牌化、IP化运营;需因地制宜,结合各地特色打造差异化、沉浸式的美食体验场景……由美食一点引出城市千面,才能让“美食+文旅”的模式持续焕发生命力。



限时打卡,让美景和秩序并存

辛政 作

图书馆整治占而不坐 也是在维护公德

□ 肖俊

据媒体报道,最近深圳图书馆开始整治占座位却长时间不坐的现象。每天开馆后工作人员在馆内巡查,发现长时间无人的座位,就会提示:“请于30分钟内返回。”用餐时段可以延长至60分钟,若超出相应时长,经工作人员确认座位无人使用,将重新开放。

网友们对深圳图书馆的做法一致表示认可,认为可以在全国推广,足见广大网友对各地公共图书馆内占而不坐的现象“痛恨”已久。这不是一件很复杂的事情,本质就是只图自己方便,缺乏公德的行为。公共座位占而不用是公共资源的浪费,深圳图书馆的做法,目的是维护公共道德和公共秩序。从权力的性质来说,图书馆整治占而不坐,运用的是公共空间里的管理权。网友希望深圳图书馆的做法得以推广,实际上就是呼吁各地图书馆担负起维护公共秩序的职责,使公共资源可以得到更大效率的利用,而不仅限于书目管理。

据《南方都市报》

完善户外救援体系 别道德绑架施救者

□ 陈江

近日,博主“头铁肖肖”在攀登四川甘孜勒多曼因峰时,被落石击中无法行走。他被10个村民抬下山,并支付了6万元费用。尽管当事人公开致谢并认可价格,仍然引发争议:有人斥为“乘人之危”。

雪山救援从不是普通体力活。高原缺氧环境中,这种拿命换命的付出,人力成本早已超越普通劳务范畴。

争议背后,更该关注救援体系这一公共命题。当前,民间救援领域仍存在明显短板:一是定价无标准,“议价”容易引发纠纷;二是救援者缺保障,冒险救人时还要担心自身权益。

当下,随着户外运动热潮兴起,越来越多人向往挑战极限,但享受自然馈赠时,必须清醒认识自然法则的残酷。在此案例中,村民们用血肉之躯搭建的救援网络,本质上是在填补公共服务的空白,而且,他们既有体力付出的补偿,更有生命风险的定价。

说到底,6万元是市场规律的体现,更是制度滞后的警钟。不必在道德和市场之间非此即彼,而是要思考如何完善户外救援体系。

据《钱江晚报》



“窝囊游”也是消费需求

□ 赵鹏

这个夏天,一种叫做“窝囊游”的旅行方式悄悄在年轻人中间火了起来。什么是“窝囊游”?简单来说,就是怎么轻松怎么来,比如坐电梯上山、玩缓降蹦极,或者干脆躺着漂流。和以前那种“挑战自我”“征服自然”的玩法完全不同,这种新方式讲究的是“少花力气、多找舒服”。不少网友调侃说:“终于有我适合的旅游了!”

“窝囊”这个词本来是来自自嘲的,却意外戳中了很多年轻人的真实心态:既想出去看看,又不想累死累活。传统旅游中,像徒步登山、极限蹦极、激流勇进这类项目,往往对体力和胆量有一定要求,让很多“又菜又想玩”的人望而却步。而“窝囊游”恰恰降低了这个

门槛——登山电梯让体力一般的人也能轻松登顶,缓降蹦极让胆子小的人也能体验失重乐趣,躺平式漂流则让怕晒怕累的人一样能欣赏美景。这种方式,弱化了“吃苦”,突出了“享受”,让旅游回归到了它本来该有的放松状态。

“窝囊游”能流行起来,也反映出如今年轻人消费观念的变化。在高压、快节奏的生活里,大家越来越不愿意把宝贵的假期过成“体能训练”,反而更看重旅行带来的放松和愉悦。某旅游平台的数据显示,今年夏天,那些主打“懒人友好”的景区门票卖得特别好,尤其是带电梯上山、平缓漂流这类项目。就像一位游客所说:“旅游是为了开心,又不是为了证明自己能吃苦。”

这种现象也给文旅行业带来了新的启发。过去,许多景区热衷于追捧玻璃

栈道、悬崖秋千等刺激类项目,这种盲目跟风的同质化开发,其实忽视了许多游客的休闲需求。“窝囊游”的走红恰恰说明,旅游需求正在变得越来越多样。景区如果能照顾到不同人群的需要,比如多增加些无障碍设施、设计多种体验选择,或许更能赢得市场的广泛认可。

说到底,旅游本来就没有“标准玩法”。有人享受攀登流汗,有人就爱电梯观光;有人追求蹦极的惊险刺激,有人就喜欢慢悠悠的放松休闲。关键是,每个人都能找到自己舒服的方式,让旅行真正成为“开心事”。如今,社会对不同的休假方式和生活态度越来越包容,“窝囊游”能够流行起来,自然不难理解。毕竟,玩得开心、玩得舒服,才是最重要的。