



推行分餐制“卡”在哪里

传统观念待扭转 餐饮业成本要考虑

突如其来的新冠肺炎疫情打破了人们固有的生活习惯。值得注意的是,在这场来势凶猛的疫情中,出现了不少因聚餐而引起的感染;防控疫情需避免“疫从口入”的号召已趋共识,分餐制跃升为网络讨论的热词,并且热度持续不减。

餐桌上多放一副公筷公勺,每人两副筷子,其中一副是公筷……随着全国各地纷纷出台措施推行公筷公勺,积极倡导文明用餐,人们的生活也正在发生着改变。然而,因传统文化和习俗、人情的影响,分餐有“见外之嫌”,很多老人受到传统观念影响,一时也难以接受”。特别是在相对落后的三四线城市和农村地区,推进公筷制和分餐制的难度较大。

分餐制今后会被更多人选择,成为大众主流饮食习惯吗?全面推广分餐制要考虑哪些因素?让我们通过大数据来一探究竟。

1 话题热度之变 关注度跃升 信息量逾百万

根据新华睿思·数媒智慧分析平台数据显示,在最近两个月来,关于分餐制话题的关注度不断上升,全国范围内信息量累计达到1039539条。其中,从话题趋势演变来看,3月14日达到舆论热度的首个峰值(30183条),这与北京、江苏泰州等地出台关于公筷使用的文件直接相关。

为防止新冠肺炎疫情传播,自疫情发生以来,已经有北京、上海、广州、山东、湖南等多个省市明确倡议使用公筷公勺,部分地区还将公筷公勺使用情况列入优秀评选标准,

促进餐饮服务单位推广使用。各地的呼吁倡议得到了网民的积极响应。多数网民对分餐制表示支持,有近40%的网友认同分餐制,超过50%的网友倾向于公筷公勺制,仅有一成左右的网友存在抵触心理。

2 应用场景之辩 践行有难处 观念待转变

回望2003年“非典”期间,中国工程院院士钟南山就曾呼吁分餐制、使用公筷。但随着“非典”斗争取得阶段性胜利,分餐制的话题由热变冷,渐渐退居幕后,直至时下才再次登场,回归社会公众视野。

实际上,疯狂肆虐的疫情,挑战的是中国人传统合餐饮食存在的健康隐患。要气氛、要感觉,还是要更卫生、更健康?看似简单的问题,在时间推移过程中,却可能得到不同的答案。未来,需要有越来越多的人认识到,真正的亲情和友谊不会因为分餐而淡化,追求健康应优先排序于根深蒂固的传统观念。

推广分餐制,餐饮业是社会参与各方的重中之重。从消费场景的数据分析结果看,成本考量是影响分餐制实现大范围推广的另一关键因素。如果在保证原有利润的前提下,要消化增加的运营成本,有可能提高人均消费额,进而影响到客流。

不过,自分餐制倡议发出以来,已有全国各地的多家知名餐饮企业积极响应,表态将在企业内践行餐桌文明,将分餐制、公筷制、双筷制纳入服务规范。

中国饭店协会会长韩明表示,分餐不仅

能避免疾病通过餐具传播,还可根据个人需求合理搭配,按需就餐,减少浪费。推广分餐制不仅是为了保卫“舌尖安全”,更是引领一种文明就餐新风尚。

3 行业升级之选 梯度推进落实 中长期多方受益

一些机构调研显示,如今大多数消费者更倾向于分餐就餐,“公筷行动”受到青睐,分餐制已经不仅仅在新冠肺炎疫情背景下具备实行的意义。

从实施的节奏和步骤看,全面落实分餐制需要步步为营。以区域梯度推进,或许能成为可供参考的选项之一。

据美团研究院的外卖数据显示,以“一人食”为代表的分餐制产品餐厅分布区域更侧重在发达城市,分布在一二线城市和二线城市的“一人食”餐厅数量占比达到67%。

众所周知,餐桌卫生是公共卫生的重要一环,餐桌文明也体现着社会文明。受疫情影响,餐饮业普遍受到较大冲击。但危机和总是相生并存的,克服了危机是机遇。随着餐饮业复工,行业变革升级的机遇可能近在眼前。

安永大中华区战略与运营咨询服务合伙人郑宇凯表示,未来分餐制可能成为一种商业契机。从长期来看,消费者将更加注重培养自身良好的饮食习惯,并提升对于餐饮环境卫生的要求,因此对于面向有一定消费能力群体的餐饮企业,更有品质保障的就餐体验将成为吸引中高端客群的差异化竞争优势。



徐骏作

势。而对于大众化的餐饮企业,能否提供令消费者心仪的就餐环境,也将成为疫情过后的分水岭。(何凡 刘绪尧)

关于共餐风险 听专家怎么说

因素有关。

2014年世界卫生组织-国际癌症研究机构发布了“根除幽门螺旋杆菌感染预防胃癌策略”共识报告,推荐根除幽门螺旋杆菌感染可以作为预防胃癌的有效手段。这家机构的研究团队近期公布的分析结果显示:导致癌症的元凶排名前三的是幽门螺旋杆菌、人乳头瘤病毒和乙肝病毒。其中,幽门螺旋杆菌容易通过共餐传染。

“幽门螺旋杆菌感染后最常出现的症状包括反酸或腹部饱胀、胃痛、口臭,可以通过口口传播和粪口传播。如果不分餐,往往会

出现家族式传染,即便一个人治好了,很有可能再次被家人传染复发。”潘凯枫说。

医生们共同的建议是餐前要洗手、尽量不要嘴对嘴喂养幼儿,可以实行分餐制或使用公筷、餐具要经常消毒。

除了幽门螺旋杆菌感染外,共餐还有可能增加甲肝、戊肝等疾病的传播风险。潘凯枫建议,主动使用公筷公勺是体谅与尊重他人的一种体现,也是对老人、幼儿等易受感染群体的照顾,如果有更多年轻人认同分餐制才是科学进步的就餐方式,也许分餐制就能流行起来。(高洁 李依伦)

1204一个不少“白衣秦军”全部回陕

4月6日,陕西省第二批援鄂医疗队121人从武汉启程乘包机回家。据了解,这批医疗队2月2日抵达武汉,支援武汉协和医院西院区,已坚守60多天,这也是我省最后一支回陕的省派医疗队。随着这支省派医疗队返程,陕西省派出支援湖北的医疗队已全部撤离回陕。

寒冬出征无畏,从1月26日起,我省先后派出1204名医务工作者奔赴湖北,奋战在抗击疫情一线。踏春而归无恙,3月17日起,完成抗“疫”工作的医疗队陆续返回,至此,“白衣秦军”1204人一个不少,全部平安回家。



“终于可以抱抱啦!”4月2日,渭南市大荔县医院援鄂医务人员与亲人、同事深情相拥,诉说思念之情,感人的画面传递了大荔卫健人爱的力量。李世居 摄



4月2日,宝鸡市举行欢迎宝鸡第三批和第五批援鄂医疗队凯旋仪式,少先队员为医护人员献花。2020年春天,援鄂英雄的事迹播撒在孩子的心中,他们成长在这英雄辈出的时代,于是“长大后我就成了你”。倪树斌 摄

黄山景区「两万人扎堆」有何警示

疫情期间,黄山景区将最大承载量调整为2万人,当进入景区的游客达到2万人时,会关闭景区入园通道。4月4日、5日,有网友发布视频称,黄山对当地游客免费开放后出现严重聚集情况,自己在景区走1公里耗时两个多小时。(4月5日《新京报》)

虽然免费政策对于释放当地群众的旅游消费需求、刺激并拉动经济发展有着不可小视的意义,可“两万人扎堆”的画面还是让人不能不产生一些担忧,尤其是在国外疫情加速蔓延、全球感染人数已逾百万的情况下。

游客能挤爆黄山,也能挤爆其他景区。由此事件可以看出,黄山景区此前对免费后可能出现的情况预判不足,预案有“明显的缺陷”。旅游作为一种产品服务,除在门票上“做文章”外,更要在如何确保旅游品质和人性化、有效满足游客的旅游需求方面下功夫。五一假期即将到来,黄山景区“两万人扎堆”究竟带来哪些警示呢?

主管部门和景区事先做好功课。要以景区最大承载量和接待能力为基点,通过预警机制对进入景区人数进行调控。同时,还应建立相关的应急机制,以便某些突发情况出现时能“自如应对”。

借助互联网手段统筹疫情防控和景区复工。黄山景区若事先也实行网上预约,2万人一到立即按下“暂停键”,人为为患后再去限流的被动局面就可以避免。

旅游业的“复苏”和健康持续发展综合发力。从另外的角度看,部分景区票价“还是有点高”、带薪休假制度落实“不很到位”,以及景区与游客信息“不够对称”等等,也是很重要的问题。解决好这类问题,显然不能靠景区或政府的一两个部门,需要综合发力。(姚村社)

新闻直通车

全省初三、中职毕业生今天开学

本报讯(张彦刚)4月7日,我省35.46万初三学生和5.83万中等职业学校毕业班学生,结束居家防疫上网课的生活,正式步入校园,开启全新的春季学期学习生活。

为了让学子顺利入学,各地在开学前进行了精心准备。西安全市有302所初三三年级学校和60所中等职业学校毕业班的10.48万名学生将正式开学。相关区县和学校按照教育部和省教育厅有关开学防疫要求,针对春季开学,按照“一校一策”原则,制订了详细的工作方案和应急处置预案,按照标准要求对学生上下学进出学校大门、体温测量、发热学生应急处置,班级分流、学生用餐、饮水、宿舍管理等全过程进行实地演练,并确保相应的防疫物资到位,让学生顺利安全入学。



4月4日,中铁北京工程局一公司陕西各项目百余职工深切哀悼抗“疫”烈士和逝世同胞。李杰 摄

7.5万套挂牌销售 价格连降5个月 西安二手房销售不景气

一不留神,2020年已过四分之一。往年房地产市场的“金三银四”,在疫情影响下也失去了活力。来自国家统计局的数据显示,西安二手房价格已经连续下跌5个月。近期,西安二手房挂牌销售的房源正在大量出现,来自机构的统计显示,目前西安有7.5万套二手房挂牌销售。然而,受各种原因叠加影响,西安的二手房并不好卖。

有的中介已关门

近期,许多房产中介陆续复工,但是有的房产中介却在疫情中倒下。张昊在西安高新区一家中介门店工作,因为二手房不好卖,他把很大一部分精力投入到新房上,“二手房交易流程比较繁琐,而代卖新房开发商的佣金不错,并且成交率要好一些。”张昊说,复工这半个月,他已带了7组客户去看二手房,但效果不好,还没有成交一单。

据天眼查专业版数据显示,今年2月1日-3月25日,全国共有1335家二手房企业注销,有23.6%的企业成立不过一年左右的时间。

在西安地铁4号线金滹沱站附近,十多家二手房中介门店扎堆,不过有些已改换门面。某连锁品牌的房产中介,虽然门头还没拆,但内部改成了服装店;另一家不动产门店,大门紧锁并贴出了“上下层出租”的通知。周边一商家称,“其实这里的位置还不错,但成本开销比较大。”

新增购房需求不足

购买二手房的消费者以刚需为主,

所以业内一直认为二手房市场的变化更能真实体现出一个城市房地产市场需求端的变化。近两年,二手房市场的变化,更直观反映出了西安的楼市冷暖。

在美好生活文旅旅研院院长夏强看来,二手房不好卖与新房增加有一定关系,根源上则是需求不足制约房产销售,“尤其是在今年疫情对市场形成冲击以后。”

2月底至3月31日,西安住宅意向登记平台共上线28个楼盘接受登记,有5个项目需要“摇号”。其余23个楼盘,都已经转入平销。在转入平销的项目中,有8个楼盘通过核验的家庭数量为0。这就意味着,新房市场也面临遇冷状况。

夏强认为,2017-2018年,西安人口显著增量,较大比例来自对周边城市的虹吸效应;去年新落户人口和购买力有所放缓之后,今年伴随复工复产,外来人口逐渐回流,但新增购房需求仍然不足;同时因疫情影响现金流,许多人的置业和投资计划也受到压制。

二手房“回吐”虚高涨幅

近两年,西安房地产市场出现了新房与二手房“倒挂”的情况。所谓新房与二手房价格“倒挂”,即某个地段的二手房价格高于在售新房价格水平,这是2017-2018年西安房地产市场出现的特殊现象。不同于北京、上海等一线城市已进入存量房时代,新房仍在大

规模开发中的西安,这似乎有些违背市场规律。

“倒挂”最疯狂时,因价格看涨而导致的“房东毁约”事件屡见不鲜,市场秩序受到极大挑战。随后二手房挂牌量价的一升一降,体现出买卖双方预期和话语权的转换。

沈玮认为,疫情冲击和新房价格的变量带来了市场认知的割裂。购房者看跌,部分业主却看涨,僵持的结果就是成交量大幅下滑,观望的人越来越多,能够成交的基本都是降价房源。

在市场不确定性存在的前提下,西安二手房需要继续“挤水分”。“以改善为主的新房市场和以刚需为主的二手房市场分化会越来越明显。”沈玮表示,对二手房业主来说,新房价格不具备太多参考价值,尤其是持有改善房源的业主不能对价格有太高期许。由于“摇号”消耗了大量刚需,往后购买力会越来越弱,二手房业主不如趁此合理定价出货。

长期从事二手房买卖的西安经纪人协会会长邵涛表示,二手房购买者以刚需为主,扰动价格的因素不如新房那么多。目前来看,未来一段时期楼市横盘还会持续存在,政策、金融及供需等因素产生的变量,将对房价走势产生影响。(李程)

