

刷爆合肥人朋友圈的“花海美食节”太假？

“赏花游”火爆背后的隐忧不容小觑

“去了之后感觉很坑，完全是被广告宣传忽悠了。没有什么花团锦簇的场景，有些架子上摆放的竟然还是假的塑料花！基本上就是一个简单的花鸟市场，不仅如此，现场售卖物品的价格也明显高于外面的物价，与想象中的赏花节差距太大！”家住合肥市经开区的宋女士在电话中向记者投诉道。

■ 实习生 黎芊芊 本报记者



网络推文中宣传的花海



现实中的“花海”

投诉：

“网红”花海美食节 与想象中差距太大

春游正当时，花香飘四方。春日里的合肥，处处绽放着非凡的色彩。春季旅游绕不开的主题就是赏花，从三月中旬开始一条名为“合肥首届国际花海美食狂欢节”的推文就在市民的朋友圈里疯狂刷屏。从文中宣传的内容看，活动现场不仅各种夺人眼球的美丽花海场景让人沉醉，各种美食免费试吃活动更令人垂涎欲滴，不仅如此，如果转发宣传广告到朋友圈还有免费的门票和小礼物可以现场领取。不得不说，这样的“花式”宣传确实让人心动不已。然而，现场的情况究竟是怎样的？是不是真的如读者反映的那样名不符实？记者进行了实地探访。

探访：

“网红”花海美食节 涉嫌过度营销

3月25日下午，记者来到了位于合肥市西二环路清溪路交口的清溪小镇，这里便是合肥首届国际花海美食节的举办地。在园区内记者随机采访了两位游客，其中一位游客表示：“感觉很假，根本没什么花海，美食街也没有免费试吃都是需要付费的。都是宣传噱头，以后不会再来了。”

记者走访后发现，此次花海美食节活动确实如同读者投诉的那样，实际情况和广告宣传完全是两回事。园区场地不大且均为售卖花鸟鱼虫的场馆，读者反映现场装饰的假花也确实存在，让人不禁唏嘘：难道“赏花节”是来看假花的吗？现场游客们只能无奈地拍一拍路边出售的盆景。而且此次活动周期恰逢周末，慕名而来的游客蜂拥而至，现场情况混乱不堪，“赏花海”实际变成了“观人海”！短短的一条美食街也因为巨大的人流量和脏乱差的环境让人没了食欲。活动现场的硬件设施也很差，园区周围没有专门的停车场，园区内仅有的停车位根本没有办法满足较多游客的停车需求。事后当记者再次在微信朋友圈寻找此次活动的宣传广告内容时，发现该广告已经被商家删除。

现状：

莫让“赏花游”变成“赏花忧”

随着天气的不断好转，越来越多的人选择利用周末休息的时间出门踏青。面对这些琳琅满目的“赏花节”活动，如何才能选择到自己心仪的？如何利用周末两天休息的时间策划好出游行程？这都是市民朋友们出行之前需要考虑的问题。于是现在有一些商家就抓住了游客时间短、无计划、“走马观花”式的赏花方式，先利用绚烂夺目的广告宣传吸引游客到来，而实际却根本没有游客所希望看到的景色。游客乘兴而来败兴而归之后是对“赏花节”活动一次又一次的失

望，这种“网红”赏花节的背后是给赏花经济造成的巨大伤害。

合肥从三月份开始的赏花节也让人应接不暇，其中不乏脱颖而出的合肥植物园郁金香花展、合肥非物质文化遗产园的樱花节、肥东响导乡的桃花节等。“赏花旅游”是具有一定发展优势的旅游项目，对于宣传城市形象，促进生态环境改善，都能起到一定的促进作用。事物的发展都是一个循序渐进的过程，赏花节是满足居民休闲需求的一个重要载体，但仅仅停留在“赏”的阶段，还远远不够。

反思：

“网红”效应下的“赏花之痛”

与常规的旅游路线产品不同，以赏花为主题的旅游产品受天气因素影响很大。一旦节假日遭遇雨水天气，“赏花节”人气受损不说，花朵的观赏质量也难以保证。如果活动主办方不能准确地预测花期以及避开雨水天气举办活动，势必会给游客和投资方都造成巨大的损失。另外，如何保证赏花景点周围的硬件设施能够满足较大游客量的需求也是一个很重要的问题。踏青赏花活动的场地大都远离繁华的市区，公共交通不够便利。选择全家一起出游的游客则会驾车前往，赏花节活动场地附近如果没有足够的停车位提

供，私家车的乱停乱放就会造成附近周围交通的拥堵。距离较偏远的场地就又决定了赏花的时间至少需要一天，活动场地附近是否有足够的就餐场所呢？许多赏花节活动为了吸引游客还会搭配着美食节活动，如何保证美食节干净卫生，让游客来了还想再来以及提升游客的赏花体验感，都是重中之重的问题。“网红”赏花节背后之痛折射出的是以赏花为主题的旅游线路产品存在的问题。近年来，我省以春季赏花为主题的旅游线路发展迅速，如何把赏花游打造成一个有影响力的旅游品牌，明显是需要各方合力精耕细作的。

支招：

从“单一赏花”到“系统赏花”

如何更好更有质量地发展“赏花旅游”，记者就此采访了安徽大学工商管理学院旅游管理系副教授方叶林，在方教授看来，当下我们可以在以下五个方面着力：一是眼光要远。赏花旅游的影响不能仅仅停留在经济方面，而应该更加注重生态环境效应。相关部门、活动主办方、媒体应利用互联网+的优势资源平台有意识的采集、统计并发布花期的基础数据，为市民踏青赏花提供一个互联互通、信息共享的“赏花大系统”。二是融合发展。“赏花旅游”不能仅仅停留在观光、拍照阶段，以“花”为载体，大力发展家庭游、亲子游、农家乐、DIY、研学旅游等旅游形式，为居民提供食、住、行、游、购、娱全方位服务，延伸产业链。如

果只是单纯的提供赏花这种单一的观赏体验，那么驱车十几公里，甚至几十公里，与游客在自家附近的公园里赏花又有多大的差别呢？三是突出文化。合肥具有深厚的文化底蕴，文化型旅游地春季基本上都应该营造出“花”的海洋，“赏花旅游”不仅仅是生态旅游的一种形式，还可借助文化型旅游地大力发展“赏花旅游”。四是事件营销。通过“事件”营销往往事半功倍，通过举办各式各样的“节事”，营造具有很强参与性、体验性、趣味性的活动是宣传“赏花旅游”的关键。五是要素配套。发展赏花旅游，尤其需要解决目的地的交通拥堵问题、旅游厕所问题、环境污染问题等等，旅游带来的负面影响必须得到合理的解决。

展望

赏花旅游是近年来新兴的旅游产业，具有独特的资源优势，其发展前景十分广阔。但是想要更好的发展赏花经济，无疑还要在相关配套服务和基础设施的建设上下功夫。如果配套设施跟不上，那么赏花游再“热”，也难以吸引游客。