

## 安康经济谈

# 坚守 30 年的滚烫

记者 罗伟



火热现场



惬意食客

夜色渐浓，整座城市笼罩在霓虹摇曳的灯辉之中，川流不息的车辆、熙熙攘攘的人群，为安康这座城市注入了夜经济的澎湃活力。位于汉滨区水电路 73 号的张家麻辣烫，每到夜晚更是人潮汇集，络绎不绝的食客、麻辣鲜香的气味、雾气腾腾的锅底，共同组合成最平凡也最热闹的人间烟火。

对于安康人来说，张家麻辣烫是名副其实的老字号。一句“走，到张岭吃串串”，人们便心照不宣地默认了。的确，在食客何先生的记忆里，从他记事起，便隔三岔五被爸妈带到张家麻辣烫吃串串，5 毛一串的价格，他从小学吃到高中，后来上了大学带着外地的朋友回来品尝记忆中的老味道，价格依然没有改变。如今，何先生偶尔也会带着蹒跚学步的孩子，呼朋引伴到张家麻辣烫重温那些滚烫的回忆。对于何先生而言，20 多年来，很多事物都改变了，整座城市的面貌更是日新月异，自己也从年幼的孩童变成挺拔的青年，物是人非、沧海桑田，唯一没有改变的，只有记忆中永远热气腾腾的一锅串串。那熟悉的香味在鼻尖一飘，就好像回到了从前。

对张家麻辣烫保有朴素情怀的人，也远远不止何先生一位。张家麻辣烫的经营者张阿姨，耳畔经常听到熟悉的声音热情地同她打招呼。“姐，还是你家的麻辣烫味道正，吃了这么多年还是老味道。”“张姨，我又来了，还认得我

不，这次带我对象一起来吃你家串串，锅底多放点辣子啊。”言笑晏晏间，热情爽朗的张姐在光阴流逝中变成了张姨，眼眸间一张张似曾相识的面孔，如天人像日历般，共同拼凑成张阿姨经营麻辣烫店所经历的苦辣酸甜。

从事这门营生，对张阿姨来说是迫不得已的选择。回忆的丝线拉回到 1994 年，原本在水电三局工作的张阿姨因为企业改制等因素，面临下岗后生活的危机。拿着为数不多的赔偿款，张阿姨对未来的生活一度感到茫然。可生活没有给她太多的喘息时间，年幼的孩子、年迈的父母，张阿姨都要吃花销。思来想去，张阿姨在最早的张岭菜市场大棚内支起 5 张桌子，开始卖麻辣烫，因为物美价廉味道好，一来二去，店里的回头客多了起来，门口相围，5 张桌子很快便不够用了。后来三局幼儿园搬走，原来的房屋闲置了下来，张阿姨和丈夫一合计，便将店铺迁到了现在的位置，桌子也慢慢增添到现在的 80 张。

“30 年的时间，我们卖的串串一直都没有涨过价，素菜 5 角一串，荤菜一元一串，锅底和纸巾都是免费的。”穿梭在桌椅板凳间，张阿姨不时为沸腾的锅中再添一勺汤底，迎来送往间，欢声笑语回荡在这片敞亮的空间内，食客的身上散发着青春的活力，在三五好友、家人亲朋围桌而坐的休闲惬意。

在店里工作多年的李阿姨，见证了张家麻辣烫店发展

的印记。“我就是住在这附近的，想着离家近，工资待遇也还可以，就干了这么些年。串串的锅底都是自己炒，买的花椒辣椒原材料也都是质量很不错的，基本上顾客提的意见我们都会给老板说，所以大家也都愿意来。顾客除了周边的街坊邻居，城里的，还有各个县上的。我也是看着这家店名气越来越大，尤其在疫情管控放开后，我们就再也没有闲下来过，每天上班后，就是洗菜、串菜，一直要忙到晚上 12 点以后。虽然很累，但是我们的工资也涨了，一个月能拿到 4000 元左右，也算是不错了。”像李阿姨这样的员工，张家麻辣烫店里有十几个，因为生意实在太好，一晚上一锅的翻台率在 3 次以上。

从 80 年代的口中得知，除了自家的麻辣烫店，张岭周边老字号的烧烤、烧鸡等餐馆的经营者，基本上都是经历了 20 世纪 90 年代下岗潮的职工。受限于技术门槛等因素，在当时很多人都选择从餐饮行业入手，重新学习一门手艺，支撑起一家人的生活用度。夜色迷离中，走在水电路上，大大小小的餐馆在道路两旁挤挤挨挨，摇着蒲扇的中年面孔、在锅灶旁撸起袖子抡锅铲的掌勺人，勾勒出这方天地随处可见的场景。在日复一日中，他们用食物的味道，留住客人的味蕾，也留住自己可控范围内的幸福点滴。

夜深人静，喧嚣下的桌椅板凳终于陷入安静，最后一桌客人走后，店里只剩下桌椅板凳碰撞的声音，员工们默默地收拾餐桌，拉下电闸和卷帘门，将满满麻辣烫味道的空间留给黑夜。这条街终于安静下来，霓虹渐灭，为了生计劳碌一天的店人得以回到家里，享受片刻的休憩。

天亮后，又一日重复的忙碌席卷至此，满怀信心的餐饮人将精力重新蓄积起来，为夜晚的高峰做准备。“这么多年都是这么过来的嘛，苦和累也都不觉得有啥，都习惯了。只要顾客满意，就是我们最大的追求。”展开灿烂明媚的笑容，张阿姨依然风风火火，步履匆匆。

而将视野从地面拉向高空，在街角巷陌、在深深庭院，这些从事餐饮业的追梦人，撑起了安康夜经济的繁华。不管是来到这座城市游玩的游客，还是偶然经过的异乡人，或是居住在此的本地人，都会用味觉最深刻的记忆，在脑海中描摹出这座城市独一无二、生动的画面。那是关于城市氛围和舌尖味道最本真的感受，在经年累月中，沉淀出单食飘香带给人最美好的回忆。

如果说，要在一个地方找一种能体现物美价廉的美食，可能大多数人会选择串串。

串串以其价格便宜、顾客众多的特点，成为了城市生活中不可或缺的一部分。然而，这些看似简单的餐饮，实则蕴含着丰富的经营特色，展现了城市街头餐饮的无限魅力。

吃串串在意的味道和价格，简单却好滋味。串串间至真的烟火气和难以忘怀的韵味。

从张阿姨的故事中可以看到，他们没有刻意地去探索经营模式，但是将近 30 年的摆摊、开店中，他们对市场的需求有着清晰的把握，也在不经意间对市场进行了充分的挖掘和细分。

首先，串串餐饮的价格亲民，是其吸引顾客的重要因素。30 年的时间里，每串素菜价格始终保持在 5 角钱。在这个快节奏的时代，许多人在忙碌的工作和学习之余，都希望找到一种既经济又美味的餐饮方式。串串正好满足了这一需求，它们以低廉的价格提供着丰富多样的食材选择，让顾客在品尝美食的同时，也能感受到物超所值的愉悦。

其次，串串的灵活便捷也是其经营特色之一。这些小店通常占地面积不大，但却能迅速为顾客提供美味的串串。无需繁琐的点餐和等待过程，顾客只需挑选自己喜欢的食材，然后交给店家烹制即可。这种快速便捷的用餐方式，不仅节省了顾客的时间，也让他们能够随时随地享受到美食的满足。

然而，串串的魅力远不止于此。这些小店之所以能够长期立足街头，吸引着无数食客的光顾，更在于它们所展现的经营特色。

究其根源，就是对市场进行细致的细分并在此基础上进行差异化打造。

经营者在确定了差异化的项目后，会根据消费者喜好，进行差异化风格的打造。从现场消费来看，消费串串的顾客群体也是在以年轻人为主流。

张阿姨串串是在紧跟市场变化的同时，也在时刻了解消费者需求的变化，想吃点什么自己选，这也是串串的一大优势，琳琅满目的菜品摆放在架子上，顾客根据自己的喜好，选择不同的组合，海量美食，尽收眼底，垂涎美味，欲罢不能。

一方面，经营串串的商家多数注重食材的新鲜和品质，通过精细的烹饪工艺，将每一串串串都制作得色香味俱全。这种对食材的严格要求，也是串串在品尝美食的同时，也能够感受到店家对品质的执着追求。

另一方面，这种餐饮小店的经营方式也充满了多样性和创新性。店家们会根据季节和时令的变化，不断推出新的菜品，满足顾客的不同需求。

总之，串串作为城市街头餐饮的代表之一，以其价格便宜、顾客众多、灵活便捷的特点，成为了城市生活中不可或缺的一部分。而它们所展现的经营特色，更是让人们在品尝美食的同时，也能够感受到城市的生活力和魅力。

在蒸腾的烟火里，传递的是生活希望，提振的是消费信心。

## 长久的背后是对市场的清晰定位

田丕

## 按照高质量发展要求打造旅游新起点

周健

不久前，有外地游客在网络上分享在安康的旅游体验。游客在用大量图片介绍安康美景的同时，也对安康旅游环境提出自己的看法。有肯定，有抱怨。客观讲，由于该游客拥有较多粉丝，具有一定影响力，所发文章也给当地旅游造成正负两方面影响。

我们对事件本身不做过多评判分析。我们首先感兴趣的是安康本地朋友在期间积极回帖交流，显示了在新舆论环境下、新信息交流形态下，维护自身利益和形象的意识与担当。在今后乃至未来较长时期，怎样平等和平对待网络上各种正面或者负面信息，并积极表达自己的态度和同一事件的真实状态描述，是非常重要的事情。

不过，我们还觉得有意思的是，这个过程中或许还有另外一些信息再次提醒我们注意。比如游客在文中写道，紫阳县城街道依山而建，高低不平，道路比较狭窄，里面全部都是单行道，外地人到了像进了迷宫，即使用手机导航都会走错路。此种评价，应该源自贾平凹先生的《紫阳城记》：“走着走着，巷道纵横，不知该走那条路；走着走着，又复上道，不知该走那条路；走着走着，又复上道，不知该走那条路；走着走着，又复上道，不知该走那条路。”

利用节假日外出旅游，本身就是寻求休闲、观赏美丽风景、品尝地方特色美食、感受人文风情是一种体验，紫阳县城多为单行道、开车如同走“迷宫”何尝不是另外一种体验？我们倒建议，紫阳不妨开拓一个山城迷宫旅游体验的新路径。甚至可以打造一些场景出来，请张宜强等老一輩文化人帮助，还原一些贾平凹先生在这里的场景；请李春平、权春国等文化人指导，把电影《那在对门唱山歌》的一些文化元素旅游资源整合好，把山城尚有的文化元素旅游资源整合好。

网友发文介绍美景、美食，谈论感受体验，既是对当地旅游产业发展的期许，也是对旅游服务业发展的期望。看似是

对地方政府和相关从业者的指责，其实也帮助我们看到旅游产业发展中存在的不足和短板，一定程度上可以促进当地旅游产业的发展。这些年，为迎接旅游高峰，紫阳不断改进提高接待水平，如在高速公路出口处和县城显眼位置设立了停车场地图，免费开放了有条件停车的企业单位停车场、院落；在让游客有更好的旅游体验做了不少工作。

但是，我们的旅游条件、商业服务等难免还有与游客需求不尽符合、不完全匹配的情况。有的是外地游客自身因素导致，有的则是我们还可以提高的地方，甚至是我们可以借此创新发展突破进步的点位。完全可以补齐短板，向外拓展。甚至把薄弱点打造成亮点。

游客发文和当地人的解释，都是社会和谐关系的一种进步，是在平等的条件下进行的正常交流。在市场经济快速发展的今天，不缺的是“刚性执法”和契约精神，恰恰缺少的就是这种平等交流。有不同的看法、观点很正常，但这些看法和观点如果不能在平等的条件下得到交流和回应，就难免会产生误会和误解，进而会影响一个人的行为，乃至影响一个产业的发展、一座城市的形象。

打造旅游目的地，就是为了让游客有好的体验，吸引外地游客。要担心害怕游客“吐槽”，只在平等交流中找到问题的症结，该解释的解释，该坚持的坚持，该纠正的纠正，该提升的提升，我们就有了发展的新目标。在这个意义上，游客的吐槽不仅不是坏事，还是应该积极鼓励的。只要不是凭空捏造，只要不是无中生有蓄意污蔑，只要有利于推进旅游产业高质量发展，我们就要欢迎乃至奖励。

出行者不缺风景如画的旅游目的地，但对于行者在旅途中，吸引他们的又何必是壮阔的美景呢？在未来，如何在同质化趋向逐步显现的旅游环境中打造自己的个性名片，是高质量发展的要义，值得再做文章。

## “以旧换新”对房地产市场影响几何？

新华社记者 赵瑞希

继多个二三线城市推出商品房“以旧换新”后，一线城市开始加入“以旧换新”行列，深圳日前官宣 13 个“以旧换新”房地产项目名单。

商品房“以旧换新”有哪些模式？如何保障购房者权益？对房地产市场影响几何？记者就此进行了采访。

### 一线城市加入商品房“以旧换新”行列

记者从深圳市住房和城乡建设局了解到，深圳市房地产业协会与深圳市房地产中介协会日前联合发起商品房“以旧换新”的“换馨家”活动，并公布了第一批 21 家中介机构及 13 个房地产项目名单。

“换馨家”活动鼓励房地产开发企业和中介机构与计划出售二手房商品住房并购买新建商品房住房的购房者签订“解约保护期”的协议，以降低居民换房风险。房地产开发企业对换房意向购买的新房设定一定期限的“解约保护期”，建议不少于 90 天。在协议约定的期限内，如果旧房成功售出，开发企业和换房人将按约定继续完成新房交易手续。若旧房未能在约定期限内售出，开发企业和换房人则按约定解除协议并无条件退款，换房人无需承担任何违约责任。

记者了解到，目前深圳新房订金在几十万元不等。此外，该活动还倡导房地产开发企业和中介机构为换房人购买新房提供购房款、佣金等专属优惠方案。对换房成功的居民，中介机构还将在新房交付前提供租房佣金优惠等服务。

“以旧换新”活动试点。“4 月 20 日、21 日周末两天吸引不少客户到场看房，签约参与‘以旧换新’的客户有 7 批，意向成交 7 套、金额超 80 亿元，成交转化率较此前提升了 50%。”乐有家营销总裁贺玲说。

绿景集团副总裁胡卫明表示，“以旧换新”活动启动以来，“绿景白石洲璟庭”项目上客量增加了 25% 左右。

### 新房订金可退回 减轻居民换房负担

据中指研究院监测，目前全国已有超过 30 个城市表态支持商品房“以旧换新”，方式主要有三种：一是购房者缴纳定金锁定新房后，中介挂牌出售旧房，在一定期限内卖出则新房合同生效，反之则退还新房订金；二是国企或其他第三方收购旧房，售房款用于在相应项目购买新房，比如郑州市政府指定郑州城市发展集团有限公司作为收购主体，收购二手房促成“以旧换新”，全年计划完成 5000 套；三是发放“以旧换新”购房补贴，比如扬州对于“以旧换新”给予新购商品住宅契税补贴（补贴比例不超过 1.5%）。

市场人士普遍认为，商品房“以旧换新”，可以减轻居民换房负担，对于改善性住房消费需求释放有积极作用。“‘以旧换新’，卖得掉就换房，卖不掉订金也能拿回来，省心很多。”在深圳参与“以旧换新”活动的购房者陈先生告诉记者，其现有住房楼龄已超 20 年，想通过换房改善生活品质。旧房能卖 700 多万，新房价格大约 1100 万元，价差在可承受的范围之内。之前因为担心不知道何时能卖掉旧房拿到房款，一旦卖不掉，下手新房将损失数十万元订金，所以一直不敢出手。

### “旧房能不能卖出去”是关键

“‘以旧换新’既关联着刚需的买家，也关联着改善置换的卖家。关键在于，旧房能不能卖得出去。”广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉说。

上海易居房地产研究院研究总监严跃进认为，“以旧换新”是更好满足居民刚性和改善性住房需求的新政策工具。

中指研究院认为，整体来看，尽管不少区域提出了“以旧换新”的政策导向，但仍处于政策探索阶段，效果还需进一步观察。当前换房者面临二手房市场调整压力，不少城市的二手房挂牌量处于高位，换房者若想快速售出二手房，需要在价格方面做出一定让步。此外，居民就业、收入预期还需进一步改善，才能有效释放购买力。

严跃进认为，地方政府指定国资收购二手房，需要研究不同类型二手房收购后的再利用模式，否则可能会对地方财政带来考验。

与此同时，新房能不能满足“住得好”的条件，李宇嘉认为，“以旧换新”的一个重要前提是，开发商要为改善性需求打造能满足其住房消费升级的产品，不能仅仅把“换房”作为去库存的机会。新房各方面的品质要与购房者目标相契合才能实现“以旧换新”的目的。