

高速服务区蝶变，消费有望“同城同价”

火宫殿、书亦烧仙草等品牌已入驻湖南高速 3年前开始优化，5年内或实现与市区同价



扫码看视频



▲ 顾客正在京港澳高速长沙服务区购买尚木兰亭奶茶。



顾客在平江服务区火宫殿购买午餐。

近日，从长沙上高速前往岳阳的长沙市民朱女士一家在平江服务区休整。她发现，服务区内引入了书亦烧仙草、蓝嘴兽咖啡、火宫殿等在市内常见、在服务区内却很少见的知名品牌连锁店，甚至还有提供果切服务的水果店。

记者获悉，目前，省内大多数服务区均已开始“提质改造”。除上述品牌外，还有肯德基等品牌也已入驻。

品牌连锁开上高速，价格、产品与服务究竟如何？是否能做到“同城同价同服务”？9月4日，记者来到了省内部分服务区一探究竟。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体 记者 李致远 朱蓉

现象：知名品牌入场，高速服务区“变身”

“竟然还有冰美式，赶紧买一杯。”顶着太阳在高速上开了一个多小时，朱女士一家选择在平江服务区休整。期间，她惊讶地发现，服务区一改往日印象，可供选择的消费品牌丰富了很多，甚至还有她最爱的“冰美式”。朱女士感慨，这和既往印象中的服务区很不一样，“不用带着泡面上高速了”。

在平江服务区，朱女士看到“冰美式”为咖啡品牌蓝嘴兽，其售价为16元/杯。此外，在该服务区，还有火宫殿、书亦烧仙草等知名品牌，可以买到与市区一样的商品，如臭豆腐、糖饺、大肉包等等。

正在悄然改变的不仅是平江服务区。记者走访发现，在湖南高速辖区内，还有不少服务区已经变装升级。

在京港澳高速长沙服务区，时至中午，有不少顾客停车休息之余，前往商业区消费。在这里，有享当当、尚木兰亭、好相惠、正新鸡排、老粉匠等品牌已入驻。

来自河北石家庄的贾女士向记者展示自己在尚木兰亭刚刚购买的奶茶，“16元一杯，这价格和我在市区喝的价格一样”。

行业：进驻交通枢纽，加大品牌曝光度

记者注意到，虽然节假日人流如织，但日常经营中，高速服务区的客流与市区门店存在差距。即便如此，知名连锁品牌为何仍“舍近求远”，选择进驻？

浏阳市蒸浏记蒸菜文化有限公司副总裁罗刚直言，“品牌餐饮，特别是湖南特色餐饮进入高速服务区，更多考虑到的是餐饮与文化的双输出。”罗刚告诉记者，像服务区这种交通枢纽板块，可以将品牌影响力持续扩大，“曝光度很高，对品牌肯定是有帮助的”。

事实上，除了高速服务区，在长沙黄花国际机场、长沙高铁南站等交通枢纽的消费场景内，肯德基、麦当劳、星巴克等国际知名连锁，以及绿叶水果、茶颜悦色、黑色经典等湖南本土品牌也已有入驻。

“错过了市内的茶颜悦色，候机时能在机场周边买一些带走，很好！”一位曾从南京搭乘飞机前往长沙旅游的龚小姐如是说。她告诉记者，在机场安检口外的茶颜悦色，购买了不少小零食和周边商品。

顾客：选择多了，期盼实现“同价同服务”

在中电软件园工作的王先生回忆，他自驾从长沙往衡阳方向，在射埠服务区买到了波比艾斯的冰淇淋，“十几元的价格，和市区该品牌的相同产品差别不大。”此外，他还说，在一高速服务区的肯德基门店，“我甚至使用了自己的打工人咖啡卡，买了一杯只需5元的冰美式”。

不过，他也表示，半年时间几次在服务区想买盛香亭十元左右一碗的基础款卤粉，均被告知“无货”，只能转而购买售价在25元左右的产品，“有货的产品价格还是区别不大，但感觉存在抬高在售商品门槛的现象”。

在蓝嘴兽咖啡高速服务区店内，美式咖啡售价为16元，而记者在其市内门店看到，该品类店内售价为15元，价格相差不大。

在京港澳高速长沙服务区的享当当餐饮店，剁椒鱼头20元/份、小炒鸡28元/份、水煮肉片30元/份，这些商品的价格与市区同类商品几乎无差别。该餐饮店负责人龚先生介绍，以剁椒鱼头为例，刚进场时价格原本是38元/份，现在是20元/份，“会根据市场和顾客需求来灵活调价，调价一定是往下调”。

回应：3年前优化已经开始，还将优胜劣汰

“坐地起价，随时改价”“食材不新鲜”“蚊虫满天飞”……一直以来，高速服务区被冠上了“脏乱差”的帽子。

湖南高速广通实业发展有限公司副总经理蔡勇直言：“以前经营模式落后，经营面貌参差不齐，导致服务区形象不好。”因此，2021年初开始，该公司开始由内到外对服务区进行全面优化。

“目前，广通公司在服务区加油站便利店商品销售上已经做到了价格、服务和品类‘同城同价同品质’。”蔡勇介绍，在服务区的餐饮和其他业态供应商，部分餐饮自营连锁品牌已经实现了“同城同质同价”，其他业态也正逐步向“同品牌同质同价”靠拢。

记者了解到，湖南高速广通实业发展有限公司管理湖南省内30条高速公路的67.5对服务区和停车区，占全省服务区总量的50%左右。过去3年，已陆续集中改造了56对服务区。

同时，蔡勇介绍，目前，已先后引进火宫殿、蒸浏记、刘长和、肯德基等本土、国际品牌以及驻地农特产品入驻所辖服务区。他透露，通过淘汰制度，将更多优质品牌引进到服务区内，如麦当劳、星巴克等品牌正在商洽，有望很快布局到省内重点枢纽服务区。

展望

5年内服务区或将实现所有产品“同城同价”

“高速服务区餐饮走向平价化是大势所趋。”蔡勇表示，以管辖范围内的高速服务区来看，目前，高速服务区餐饮要想能够走平价路线，就需要运营方转变管理思路，进行引导。他向记者表示，“将用5年时间，实现管辖范围内所有服务区所有产品与市区同价”。

蔡勇提到，江浙沪东部沿海省份的服务区经营战略值得学习借鉴，“他们在服务区积极落实消费投诉先行赔付机制，推行异地异店‘无忧退换’制度，推行服务区内商品‘明码标价’‘同城同价’”。

记者了解到，近年来，浙江嘉兴高标准推进放心消费高速公路服务区建设。服务区内各色商铺琳琅满目，有五芳斋粽子等享誉全国的中华老字号，也有新华文创、海宁皮革、南海渔村等店面，满足不同人群的购物需求。

同时，在服务区主楼，可以醒目地看到位于服务台的消费维权联络站，联络站内消费维权电话、调解员信息、消费投诉举报受理流程和消费调解制度等内容一目了然，设置24小时消费纠纷处置岗位，设立先行赔付资金池，落实消费投诉先行赔付机制，切实实现消费维权处理“不出服务区”、消费纠纷化解在源头。

据交通运输部发布的今年暑运报告显示，暑运期间，公路人员流动量达到98.19亿人次，日均1.58亿人次，比去年同期增长3.77%。7月1日至8月31日，根据交通运输部路网中心统计，全国高速公路网日均流量超3600万辆，超六成以上的车流都是跨省。此外，小客车自驾游增多，公路出行中，小客车自驾出行的占比将近八成，较去年略有上升。因此，在不断上升的客流推动下，湖南高速服务区的消费服务提质还将加速。