

中秋国庆八日连休，长沙酒店一房难求

中消协联合中国饭店协会发布倡议，提出经营者不得相互串通，操纵市场价格



扫码看视频

三湘都市报9月17日讯 暑期出游热情才刚褪去，中秋国庆假期

叠加8天就再次将假期出游推向高峰。不过，如果还没制订出行计划的朋友可能得抓紧了，9月17日，记者从多方了解到，在暑期结束短暂回落不久，长沙多家酒店价格开始上涨，有的达到两至三倍。

■文/图/视频 全媒体见习记者 曾冠霖 通讯员 宋科斌



长沙五一广场等热门地带经济型酒店间夜均价上涨均在两倍以上。

酒店价格普遍上涨，长沙一房难求

据国铁集团消息，铁路国庆黄金周运输自9月27日开始，至10月8日结束，为期12天，全国铁路预计发送旅客1.9亿人次。“十一”有望延续今年旅游的火热态势，或催生“最火十一假期”。据携程数据显示，截至9月6日，国内旅游产品预订量同比去年增长近5倍，最近一周下单量环比上周增长63%。机票、民宿等业态的周环比增长率均超过50%，景区门票则翻倍上涨。假期暴增的出游需求难以满足，酒店价格随之水涨船高。

根据携程数据，上海、北京、杭州、成都、广州、西安、重庆、深圳、南京、长沙跻身“十一”热门目的地前十强。在强烈出行预期下，各大酒店预订平台上，长沙不论是经济型酒店还是豪华酒店，价格普遍将上涨2~3倍以上。数据显示，长沙五一广场、橘子洲等热门地带经济型酒店间夜均价上涨均在两倍以上，尽管如此，长沙依然一房难求。

酒店涨价难以阻挡，亲子出游成消费大头

面对消费者高呼酒店涨价太多，7天酒店品牌总裁陈煜解释称：“在旺季的时候遇到频繁的需求高潮，人流大量引入，这时站在稀缺位置的酒店本身的资源就很值钱。”

出行时间集中，使得人流难以得到分散，在长时间的出游限制后，假期成了大部分人出行热情爆发的时间。这个价格不是酒店非要去涨，

而是因为市场的供需关系自然而然地呈现出这个态势。”陈煜解释，“而且你可以看到有一个明显的淡旺季区分，一旦进入淡季，价格马上就回落了。这就是一个明显的供需关系的自然市场格局。”

如家快捷酒店工作人员也向记者介绍：“中秋国庆长假期间的房间基本在8月底就已经被订完，每个房型只留下了一两间空房，此时再订价格自然水涨船高。”尽管价格超标，但游客依然咬着牙打着前台电话咨询房间详情，在预订的房型之中又以亲子房型最为火爆。长沙潇湘华天大酒店、世茂希尔顿酒店等假期预订中以亲子房、套房热度最高，早早就已被订满。

有旅游业内人士指出，疫情三年，孩子们都无法出远门，这一需求在今年集中爆发。暑假期间不少家长迫于工作难以长时间外出，家长孩子的共同8天假期就成为了亲子长线旅游的最好时机。

今年5月，中消协就曾点名“五一”住宿价格普涨等现象。面对即将到来的“十一”假期，13日，中消协也联合中国饭店协会发布倡议，提出经营者不得相互串通，操纵市场价格；住宿餐饮经营者应当遵守诚实信用原则，不得恶意毁约或以次充好。近日，安徽、青岛、福州等地也已发文，规范中秋国庆旅游市场价格行为。其中，福州五部门联合发布的提醒告诫书中提到，定价时既要顺应市场规律，又要履行好社会责任。受市场供需变化影响，涨价难以避免，但也要尽量保持合理。

茶颜悦色子品牌明日开业 柠檬茶千亿市场如何突围

三湘都市报9月17日讯 9月19日，茶颜悦色旗下专注柠檬茶饮品的“古德墨柠”正式开业，5家门店将集中在五一商圈和万家丽商圈。三湘都市报记者获悉，新品牌围绕新中式风，会有完整的故事线或人物性格。

消费者的需求、口味“养”得更加“挑剔”，从柠季到林里再到茶颜悦色，柠檬茶品类的竞争再燃战火。

9月17日上午，犹抱琵琶半遮面的“古德墨柠”借助一场媒体茶话会正式亮相，这是继2022年“鸳鸯咖啡”后，湖南本土新中式茶饮品牌茶颜悦色推出的新中式青柠乳茶饮品品牌。

“古德墨柠，先是有向消费者问好即‘good morning’的谐音，其次‘墨’是英文‘more’的音译，有‘更多’的意思，即围绕柠檬开发新品，探索柠檬和茶饮之间的无限可能。”古德墨柠研发负责人介绍，今年7月，茶颜悦色曾在门店上架多款柠檬茶，新品则是基于消费者对单品的反馈研发而成。

三湘都市报记者注意到，古德墨柠巧妙地避开了拥挤的香水柠檬赛道，多款饮品使用的主原材料是塔西提无籽青柠，如，主推单品“春眠不觉晓”是一款梔香青柠酸乳茶，端杯凑近就能闻到浓烈的柠檬清香；以花蜜香青柠乳茶和奶油顶为基础的“爱老虎油”则把奶油上的小料替换成了杏仁碎，同时加香水柠檬擦屑点缀。

据了解，“古德墨柠”暂时不会单独设店，而是在原有的茶颜悦色大店中划出部分区域尝试，争取年底开到15家左右。9月19日，首批开业的5家门店集中在长沙市五一商圈和万家丽商圈，分别是粉巢店、坡子街幽兰阁店、7Mall外街店、万家丽负二楼A区店以及太平街活字印刷店；热心网友在小红书、微博等社交软件剧透的星沙吾悦广场外街店将于9月20日开业。

茶饮江湖，刀光剑影。纵观市场上的现制型柠檬茶品牌，或许是出于标准化出杯、快速复制等因素的考量，暂都不接受消费者对糖度的调整，这也是柠檬茶品牌发展的痛点之一。

“品牌以青柠乳茶为主打，保留了一颗整果的柠檬茶饮品，现在只能做冰饮。”在提及古德墨柠“古典青柠茶”系列是否接受调整甜度时，上述负责人坦言，同样是出于对口感、出杯标准的考量，一颗整果的柠檬茶系列是标准化出杯，“品牌会努力研发糖度、热饮系列。”

不可置疑的是，柠檬茶依旧是茶饮中的“蓝海市场”。

美团发布的《2022茶饮品类报告》显示，2021年，现制柠檬茶产品销量及销售额增长迅猛，同比增长约400%；2022年，柠檬茶销量同比增长超130%，发展势头依旧强劲。《中国餐饮品类与品牌发展报告》显示，2020年现制茶饮市场规模1136亿元，预计到2025年将达到人民币3400亿元，复合年增长率为24.5%。

■全媒体记者 黄亚苹 通讯员 郭丁瑞

消防隐患曝光

安全出口不足 郴州北湖一台球俱乐部被查封

近日，郴州市北湖区一台球俱乐部因安全出口不足，被北湖区消防救援大队依法临时查封。

9月4日，郴州市北湖区消防救援大队在辖区开展消防安全重大风险隐患专项排查整治行动时，发现郴州市北湖区追球者台球俱乐部安全出口数量不足（营业区仅设置1个安全出口），不具备安全疏散条件，违反了《中华人民共和国消防法》第十六条第一款第（二）项之规定。根据《中华人民共和国消防法》第五十四条和《消防监督检查规定》第二十二条第一款第一项的规定，对该台球俱乐部依法临时查封。

大队消防监督员向单位负责人告知了临时查封的事实、理由及依据，清空场所内所有人员后，在场所出

主要出入口和配电箱张贴封条，并告知负责人必须在火灾隐患整改完成经消防部门复查合格后方可恢复经营活动。同时，对单位负责人进行了警示教育，要求其立即开展整改工作。单位负责人表示，将积极配合消防部门的工作，接受消防宣传教育，立即整改火灾隐患。

下一步，大队将进一步加强辖区突出领域的消防安全隐患排查整治，同时，也提醒社会单位，一定要落实消防安全责任，增强安全意识，绷紧安全弦，确保消防安全。

■姚亚星

使用不合格消防产品逾期未改，一学校被罚

近日，汝城县消防救援大队依法对辖区内一使用不合格消防产品逾期未改的学校及负责人做出行政处罚。

前期，大队消防监督员在开展日常消防监督检查时，发现汝城县思源实验学校办公楼东面楼梯间使用的2扇标称为湖南省新华防火装饰材料有限公司生产的型号为MFM-1821-bd5A1.00（乙级）-2木质隔热防火门外观不完整，有破损，经现场检查判定为不合格消防产品。

对此，大队依法下发了《责令限期改正通知书》、《消防产品现场检查判定不合格通知书》，要求其在规定时间内整改。到期复查后，发现该场所仍使用有破损的木质隔热防火门，未整改到位，其行为违反了《中华人民共和国消防法》第二十四条第一款之规定，大队依法对该单位及负责人何某某分别处以罚款人民币850元和350元的行政处罚。

该单位负责人表示将认真吸取教训，加强消防安全管理，确保场所消防安全。