

外国朋友情牵中国

柬埔寨皇家科学院公共关系主任颂·山姆—— 共同抗疫让柬中关系更“铁”

“我想对中国政府和中国人民致以我的敬意，他们在这次抗击疫情期间做出了巨大的努力。如果给中国抗疫打分，满分是100分的话，我会打95分，余下的5分是希望中国能够继续补齐公共卫生的短板。”柬埔寨皇家科学院公共关系主任颂·山姆博士近日接受记者采访时表示。

柬埔寨皇家科学院成立于1965年，是柬埔寨最高科研机构，行政隶属内阁，在柬埔寨国家经济社会发展及经济决策方面发挥着重要作用。颂·山姆认为，患难见真情。疫情发生后，柬埔寨首相洪森是第一个在疫情期间到访中国的外国领导人，这在很大程度上提振了共同抗击疫情的信心，也让双方关系更“铁”，柬埔寨和中国之间就是“你离不开我，我也离不开你”的命运共同体。

“我们看到，中国人越是在苦难、

挫折面前，越能激起发愤图强、众志成城的勇气和行动。这是一个了不起的国家，相信中国一定会尽快战胜疫情。”颂·山姆说。

颂·山姆对中国疫情防控行动非常赞赏：“我最近刚从柬埔寨的旅游城市暹粒回来，在那里看不到一个中国游客。这也间接说明了中国人民都是自愿待在家里进行防控。这是对全世界共同抗疫的中国贡献。”

颂·山姆还关注中国的经济发展问题。他说，今年是中国决胜全面建成小康社会和实现“十三五”规划收官之年，疫情对中国实现2020年的经济社会发展目标任务带来了巨大的挑战，当前中国政府的主要任务是结合实际，努力恢复到疫情发生之前的发展局面，稳中求进，推动实现高质量发展。“我们期待中国经济尽快恢复发展。”

本报记者 刘艳琴

菲律宾《马尼拉时报》总编辑丹特·昂—— 希望菲中媒体守望相助

最近，菲律宾《马尼拉时报》的采编部门因为新冠肺炎疫情的报道而忙碌不可开交。3月11日，该报总编辑丹特·昂在接受记者采访时表示，与中国媒体的信息互换机制为他们及时而全方位地关注国际疫情动态、医药科研进展等提供了准确、权威的信息。

《马尼拉时报》是菲律宾发行量最大、历史最悠久的国家级英文报纸之一，在菲律宾经济、政治领域的报道颇具影响力，其代表的观点和立场获得菲律宾读者的青睐。丹特·昂介绍，《马尼拉时报》也是菲律宾关注中国新闻最多的媒体，因此，在国际报道版块中，有关中国政府应对疫情的举措，包括投入的财政、物资、人员支持等，都为菲律宾当前抗击疫情提供了参考和借鉴。《马尼拉时报》与《人民日报》、新华社、《环球时报》等中国媒体长期

友好交流合作、资源共享，这让有关中国抗疫的真实数字、感人故事、有力措施及时传递给菲律宾民众。这些信息因此成为当地舆论的主流。”

“我注意到，中国疫情最严重的武汉，和我们首都马尼拉在城市大小和人口数量上都相似，对这样一个城市当机立断地进行‘封城’，中国政府魄力相当大。在这场难以想象的‘人民战争’中，中国展示了负责任的国家形象。”

“当前，菲律宾新冠肺炎疫情正在上升，抗击疫情的形势十分严峻。社交媒体上声音繁多，因此，更需要主流媒体担负社会责任，传播事实，澄清谬误。”丹特·昂表示，“媒体国际合作有利于共同抗疫，希望菲中媒体守望相助，传递可靠信息，凝心聚力，携手战胜疫情。”

本报记者 王欢

中国科学院西双版纳热带植物园日本籍专家中村彰宏—— 我相信中国很快就能战胜疫情

“作为一名生态保护学家，我很高兴看到中国政府对非法野生动物交易实施了全面的禁止。我希望这样的政策能够一直坚持下去。”3月3日，在中国科学院西双版纳热带植物园工作的日本籍专家中村彰宏研究员在接受记者采访时说，中国在抗击新冠肺炎疫情的关键时刻推出这项政策意义深远。

中村彰宏认为，当前人类活动已经侵占了野生动物的生存空间，人类与野生动物的接触增多，导致一些原本在野生动物身上的病毒有更多机会传播给人类。我们应该摒弃食用野生动物可以大补或者治疗特定疾病的错误观念，全面禁止野生动物交易。他认为，新近通过的禁止非法野生动物交易等内容的政策非常及时，人类应当从这次新冠肺炎疫情中得到教训：人与野生动物应该保持适当的距离。

当前，疫情在世界上多个国家传播，中村彰宏对中国的防控措施给予了高度评价。他认为，自己所在的西双版纳傣族自治州勐腊县勐仑镇，虽然只是一个小山，但是当地政府在疫情发生后做出了迅速反应，并采取了所有可能的措施来遏制病毒传播。从2月初，勐仑镇的警察和卫生防疫人员就在小镇出入口建立了检查站，24小时对勐仑镇外来的人员进行体温检测并查验相关证件。“然而，看到许多国家没有采取有效的防控措施，疫情在这些国家蔓延很快，这让人很难过。”中村彰宏遗憾地说。

疫情发生后，中村彰宏还与擅长数学建模的同事交流，他的同事研究出了病毒传播模型，预测中国和日本当前和未来的病毒爆发走势。通过模型可以精确地看到，中国政府采取的措施非常有效。中国政府采取最严格的防控措施和及时的治疗，确诊患者的数量大幅减少，治愈病例的数量逐步增多。这也让中村彰宏对中国的抗击疫情充满了信心。“从疫情发生以来，包括日本在内的很多国家都在撒慌，但是我并没有一刻想过从中国撤离。我完全相信，中国很快就能战胜疫情。”中村彰宏说，“中国医务人员的奉献和牺牲精神使我深受感动。日本也在疫情发生后及时向中国伸出了援助之手，山川异域，风月同天。坚信中国可以早日渡过难关。”

本报记者 刘艳琴

昆明医科大学临床医学专业孟加拉国留学生圣杰—— 中国为世界疫情防控做出贡献

“作为在中国学医的外国留学生，我从专业的角度看到了中国在抗击疫情方面采取的各种有力措施和对世界疫情防控所做应有的贡献，非常了不起。”新冠肺炎疫情期间，云南板球俱乐部负责人、昆明医科大学临床医学专业孟加拉国留学生圣杰留在昆明，他听从学校安排管理好自己，同时，时刻关注着疫情的发展。他说，中国展现出来的能力和魄力令人惊叹，他学习和生活在这样一个伟大的国家而骄傲。

“火神山医院、雷神山医院、方舱医院等的建设体现了中国力量和中国速度。中国用坚决、有力的措施挽救了无数生命，我们都备受震撼。我在社交媒体上把自己的所见所闻客观真实地讲给世界听，同时，表达出自己的观点，并为中国点赞。”圣杰说，从积极探索中医药对治疗新冠肺炎的作用到加快疫苗研发，从呼吁市民

减少外出到如今的逐步复工复产，中国应对疫情的方法一直都是专业、高效、积极的。许多像他一样的外国朋友都认为，通过抗疫增加了对中国的了解，大家更加坚定对中国的信心，更加增强对中国的喜爱，中国就是那个非常适合学习、经商、生活的国家。

圣杰在昆明学习生活6个年头了。“目前，我在昆明医科大学第一附属医院学习心血管方面的知识，我希望多学一些知识，在中国获得硕士学位，最终能取得《医师资格证书》，成为一名真正的医生。”提起对未来的打算，圣杰非常期待在中国一直学习、生活下去，同时通过板球运动继续促进孟中两国文化交流。“去年底，和北京、四川板球俱乐部的比赛，我们都取得了胜利。今年，我们还会和其他省份的板球队比赛，我们想把这项运动推荐给更多朋友。”

本报记者 李恒强

餐饮积极复工 “危”中寻“机”

随着生产生活秩序加快恢复，云南餐饮企业努力复工复产，为市场带来一股“烟火气”的干劲和活力。疫情下的云南餐饮人也在“危”中寻“机”，找到生存和发展道路。

“我们必须动起来”

疫情期间，云南省商务厅积极组织餐饮企业开展团体供餐和个人订餐等业务，在保障各类群体用餐需求的同时，也让不少餐饮企业一直处于“动起来”的状态。

“动起来”，也是目前云南餐饮人最期待的状态。多家餐饮企业表示：“当务之急，是让生意先运转，让现金流流动起来。”

目前，外卖业务的增速一定程度上成为观察餐饮企业复工“动起来”的窗口。阿里本地生活数据显示，复工第一周(2月10日至14日)，昆明的外卖订单环比增速高达29.7%，在全国一二线城市中排名第8。复工第二周(2月17日至21日)，环比增速为18.4%。

2月以来各行各业逐渐复工，伊天园在采取严格的卫生消毒措施的同时，推出了10多元到30元不等的工作套餐餐，服务“上班族”。另外，还推出了“美味周计划”，每天的套餐都有不同的菜品，荤素搭配，还赠送酸奶、水果。这些套餐每天能卖出800至1000份，银行、企业等单位是主要的订餐客户。3月2日起，他们又推出了惠民家庭营养餐，满足消费者的居家用餐需求。云南51家外婆味道门店都处于营业状态。门店每天提供不同种类和价位的套餐，团餐和外卖订购的套餐数量每天为1000至2000份。

“口碑饿了么”数据显示，目前昆明地区复工的餐饮商户中，经营川渝风味餐饮的商户复工增速最快，速度高达161%，居昆明各类餐饮商户之首。同时，各类米粉米线店铺也在迅速复工。截至3月初，已有300多家米线店在昆明复工开业。

“我们必须改变”

“疫情期间，云南省餐饮企业受影响严重，一些企业的营业收入较去年同期甚至减少了90%。”3月4日，云南省餐饮与美食行业协会联合会会长杨艾军接受采访时的一番话，道出了餐饮企业目前的“难”。

云南相关部门、行业协会、关联企业积极研究政策、出台措施，帮助餐饮企业生存发展。公布团餐服务示范企业名录和企业介绍，提高企业品牌知名度，开拓疫情期间的餐饮市场；协调平价供应的肉、菜、粮、油等食材，减少采购、流通环节等成本；一些商业地产为餐饮企业减免租金，减轻企业前行的负担……

不少餐饮企业将目光投向了线上。2月14日，“马路边边”昆明的多家



伊天园准备外卖套餐

门店迅速上线“饿了么”外卖平台，成为昆明最早提供外卖的连锁火锅品牌之一，上线第一天就有接近300单的销量。

一些企业也敏锐观察市场新的消费场景，调整自身产品结构，甚至推出新的品牌。

疫情发生前，昆明仟真和餐饮有限公司就注意到“宅”逐渐成为当下的消费关键词，筹划起了熟食便当项目。当疫情期间堂食暂停、公众开启了各类“云”生活，公司加速开设了快餐类品牌肴美村熟食便当店，提供外卖服务。仟真和餐饮有限公司董事长李琛介绍，自2月初以来，熟食便当店营业情况一直不错。仅盒饭一类，线上线下每天销售数量都超过了500份。

热朝天小火锅、大渝火锅、牛物等餐厅上线的火锅外卖套餐里，“一人食半成品”定制套餐、“回头客专享无油烟具”套餐、赠送除味喷雾和酒精喷雾等产品与服务，贴心考虑到了不同类型消费者几乎所有的消费需求。

轻食便当外卖之外，建新园、尚顺号等品牌推出的过桥米线、小锅米线等煮品外卖，在满足本地食客“胃”的同时，也再次丰富了关于可上线外卖产品类型的想象。

盒马鲜生向云海肴等餐厅跨界“借”人，一箭双雕解决因订单需求暴涨而带来的人手不足，以及餐饮企业员工待岗的收入问题，提供了产业链、供应链跨界、深度合作的新答案。

堂食业务暂停期间，京沪地区网红餐厅“火烧云”傣家菜餐厅的罐装“黯然销魂土豆泥”依然在电商平台

热卖；云海肴的外卖产品里不仅有各类成品菜品，米线、小菠萝等食材也成为了线上销售的重要单品……餐饮周边产品的打造、餐饮零售化趋势，正在打破固有的“到店就餐”的消费场景。

业界人士同样在思考，疫情结束之后，餐饮行业将有哪些新亮点？如何发力可持续？“危”中还有哪些“机”？

“我们发现，商户更重视食品安全了。”饿了么昆明区负责人李方泉表示，用餐安全被餐饮企业放到了第一位。外卖安心卡、“无接触配送”、严格店内工作人员的操作规范和流程等，成为了餐饮行业的新标配。

李方泉还分析，对于整个餐饮行业，无论是街边小店，还是大型品牌连锁商家，经此一“疫”，都将充分认识到单一盈利模式抗风险能力弱以及新消费趋势的问题。“行业的数字化和线上化水平将进一步提高，餐饮行业的各环节也会被进一步打通。主动拥抱线上，而非‘被外卖’也将成为行业的发展新选择。”

杨艾军说，除了产品和服务创新，食品安全和抗风险能力，或许也会被企业放到更重要的位置。“希望做百年老店、品牌化的企业要有自己的核心门店和食品加工基地。同时，还应积极尝试‘企业+金融机构+农户+高校’的模式，解决融资、食材供应、人才储备等问题，或者还可采取与物业方合作经营的模式，通过多元化的股权结构，增强自身抗风险能力。”

本报记者 韩成圆 李恒强 刘子语

景区有序开放 做好“防”与“破”

截至3月13日，我省13个州市)200余家景区有序开放，更多景区也在分区分类、分批分阶段、分节奏分对象为开放做准备，并且重点做好“防”与“破”：一边扎实开展疫情防控工作，一边在产品迭代上破题，重点挖掘健康价值、明晰景区定位、打造产品新业态。

渐进开放 探索新路

丽江古城不仅是景区，也是社区。景区恢复意味着社区秩序渐进复原，对居民、商户和滞留游客的生活、经营活动给予方便。

世界文化遗产丽江古城保护管理局相关负责人表示，景区有序开放是有条件的开放，是在做好景区防疫工作的前提下，面向云南省内和国内疫情防控低风险地区的开放。

景区有序恢复的同时，防疫工作齐头并进。进入丽江需要严格经过多个检查点。同时，古城景区严格要求入口扫码、进行体温监测，佩戴口罩、加强社区网格化管理、城市消杀等工作一刻也未放松。

丽江老君山黎明景区推行一系列保障措施，包括无接触支付、网络预订、对游客免费提供防疫物品、采用红外线测温仪、加强对食品卫生及原料采购把关等，将防疫责任落实到人。老君山黎明景区也正在探索康养、亲子、徒步、攀岩、穿越等不同主题的活动，为行业全面复苏的春天做好准备。

丽江市旅游投资有限公司办公室主任杨龙说，公司制定、优化了《公司突发公共卫生事件应急处置预案》《新型



普洱太阳河国家森林公园恢复营业

冠状病毒感染肺炎疫情防控应急预案(试行)》等管理制度，建立疫情防控工作体系并根据文件要求开展演练，确保有效实施。

产品迭代 重在康养

主打康养旅游的普洱太阳河国家森林公园，在恢复营业首日迎来了20名因疫情滞留在普洱的湖北游客。

站在面朝森林的观景台上，森林体验师带着大家一起加入“森林呼吸”运动中。栈道上，大家远距离观看小熊猫和犀牛，争先恐后地向森林体验师提问。

普洱太阳河乐园有限公司副总经理王明霞表示，疫情后游客对重视健康

安全的意识明显提升，对生态旅游产品消费更加青睐，对旅游目的地卫生防疫保障更加看重。

在严格疫情防控工作的同时，该景区更加注重疫后疗愈方向的森林康养产品开发，吸引游客走进自然、放松心情、自由奔跑、畅快呼吸。

为此，他们推出了“疫后疗愈森林康养”年卡套餐，包含年内无限入园、酒店优惠等。“此次疫情对我们来说是挑战也是机遇，转危为机的关键是加速对康养旅游产品的迭代与升级。”王明霞介绍，10多位特长不同的森林体验师正在紧锣密鼓研究适合不同年龄游客的户外运动、身心调理、研学类产品。

本报记者 王欢 李恒强

专家观点

旅游业恢复应是螺旋式上升态势

应当以联防联控部门对是否适合开放的鉴定为准。防疫等级、景区承载规模、防疫条件、景区属于开放景区还是收费景区等因素都与游客当下一段时间出游的意愿息息相关。

窦志萍建议，景区在有序开放期间，更应明确自身场景定位，找准未来产品业态提升的方向。“旅游业与其

他生产类企业不同，其恢复不仅是复工，而应看到螺旋式上升态势，即恢复的同时，整体服务质量有所提高。”窦志萍表示，疫情过后，旅游者出游心态会发生转变，更多偏向休闲、散心、康养等，以精准的、复合的产品承载起景区的定位尤显重要。

本报记者 王欢 李恒强