



协会：「跳出单一餐饮范畴，变身独具魅力的文旅体验」  
C·二步升级

# 三亚海鲜市场掀起「透明变革」

## 以商户信用星级牌、「诚信筐」、旅游消费先行赔付机制等为抓手

海南日报全媒体记者 李艳玫 刘杰

6月初的傍晚，三亚火车头万人海鲜广场内食客络绎不绝，烟火气渐浓。广西游客邹江没有急着挑海鲜，而是掏出手机，对准摊位上的二维码。“网上不少攻略提醒，来三亚吃海鲜，先看这块‘牌’。”邹江说。

这块牌，是商户信用星级牌，左边镶有数量不等的星星，右边附有一个二维码。消费者只需扫描二维码，商户的信用星级、实时限价、历史投诉等信息便一清二楚。除了这块星级牌，市场统一配备镂空“诚信筐”，从称重环节保障足斤足两。产生纠纷时，三亚还提前准备好了一笔“先行赔付”资金，让消费者维权不再是难事。

曾几何时，价格虚高、缺斤短两、消费纠纷等问题，一度成为三亚海鲜市场的痛点。如今，三亚海鲜市场已然秩序井然。这份改变，源自三亚多年来系统性的治理探索，整个行业走上了一条游客放心买、商家诚信卖的跨越之路。

深读



扫码看更多内容

执行策划：罗清锐  
执行总监：刘乐蒙  
客户端主编：苏杰德

邹江在出发前，有朋友叮嘱过：“三亚吃海鲜要小心，别被宰了。”他听后心里有些打鼓，还特意在网上搜了攻略，记住几个关键词：“扫码查信用”“诚信筐”“留小票”。

到了海鲜广场，他发现事情比想象中简单。每个品类都挂着价签，龙虾、石斑鱼多少钱，写得清清楚楚。摊位上还有一块“商户信用星级牌”，邹江扫了一家的牌子，显示其信用分9.5分，近半年投诉记录为零。他又扫了一家，8.5分，有一条投诉记录。没有犹豫，他选了9.5分的那家。

“老板，龙虾标价286元一斤，这是政府规定的限价吧？”邹江指着价签问。“对，这是政府规定的限价，你放心。”摊主一边捞龙虾，一边主动拿起那只白色镂空的“诚信筐”。

“这是‘诚信筐’，水漏干净了再称，你看着。”摊位老板说。“诚信筐”看似普通，实则是海鲜市场标准化管理的缩影。三亚对“诚信筐”的材质、规格、使用方法作出统一规定，并配套推行“物联网电子秤”，秤体与监管平台实时联网，每笔交易的重量、单价、金额自动上传。一旦人为篡改数据，系统便会自动发出预警。

龙虾上秤，显示屏亮起重量、单价、金额。摊主按下打印键，一张小票递过来。邹江拍了照，心里踏实了。“整个过程很顺畅，本来做好了‘斗智斗勇’的准备，结果发现不用操心。”邹江说。

邹江不知道的是，游客买到的每一份放心海鲜，背后都有一套覆盖84种鲜活海产品的价格调控体系。海南日报全媒体记者从三亚市发展和改革委员会获悉，三亚海鲜价格定价有一套“平均差价+星级差异化”的管理办法。举个例子，同一种海鲜，进货价50元，政府根据市场算出一个“平均差价率”，比如100%，那么销售指导价是100元，多出的50元涵盖了海鲜的日常养护、死亡损耗、店面租金等。

这套平均差价率如何测算而来？据了解，政府会长期监测多家海鲜店的进货和销售数据，调研批发市场，听取商家和消费者意见，再根据鱼类、螺贝类、蟹类、虾类等分别测算，确保公平合理。

不同星级的海鲜店，价格也灵活调整：三星及以下不得超过政府公布的指导价；四星级可在指导价基础上上浮10%；五星级由市场定价。这样一来，游客扫码就能看到指导价，商家明码标价，大家消费得明明白白。

扫码溯源、明码限价，是三亚整治市场乱象、筑牢诚信根基的第一步。

“现在不一样了，规矩定得细，罚得也重，谁还敢乱来？”从业8年的海鲜商户王锡英明显感受到，海鲜市场一年比一年好。

她口中的“规矩”，正是针对塑料袋注水、秤具作弊、出租车拉客拿回扣等乱象，搭建起的诚信经营、纠纷处置两大制度体系。

其一是“海鲜餐饮行业信用评价体系”。该体系整合行政许可、处罚记录、消费者评价、价格执行等多维度数据，为商户生成动态信用评分，并向社会公开。信用分高的商户享有“无事不扰”的经营环境，而失信的商户则将面临高频监管甚至市场清退。

起初，对于政府推广使用的五面镂空诚信筐和物联网电子秤，王锡英也觉得麻烦，“称重还要‘去皮’，多一道工序。但后来发现，有了规矩反而更省心。”王锡英说。

省心在哪里？王锡英掰着手指头数：不用跟顾客扯皮了，秤是联网的，数据实时上传，顾客不信可以当场对账；不用躲检查了，执法人员随时在后台能看到交易记录；不用担心别的摊主搞小动作抢生意了，信用分低的摊主，顾客扫码一看就不来了，自然被淘汰。

“以前是看谁‘花样’多，现在是看谁信用分高。高分摊位生意好，低分的没人光顾。”王锡英说。摊位前挂着的“五星”牌是她最得意的招牌，“这比我自己吆喝一百句都管用。”

今年年初，“渔多多海鲜店”因为违规经营和商业贿赂被罚了15万元，信用降了星，拉客的人也被公安和交警部门追着查。这件事在行业内传了一阵子。“谁还敢碰那条线？”王锡英语气笃定。

其二是“旅游消费先行赔付机制”。所谓先行赔付，是指消费者在三亚涉旅消费发生纠纷后，由专项资金池先行垫付消费者损失，再由相关部门向商家追偿。该机制于2023年落地实施，彻底扭转以往“消费者与商家互相扯皮”的局面，实现“先行赔付、事后追责”。让游客投诉有门、赔付有速，切实保障了消费者的合法权益。

今年以来，三亚市查办海鲜案件9宗，罚没40余万元。同期，受理的海鲜消费纠纷共548起，这些纠纷绝大多数在市场内现场化解，并累计为游客挽回经济损失3.9万元。

数据之外，王锡英明显感受到了变化：扯皮的少了，她摊位前那块五星信用牌越来越管用了。

商户：「以前是看谁「花样」多，现在是看谁信用分高」

B·两制并举

A·一码到底



6月10日，三亚市第一农贸市场，悬挂的商户信用星级牌下市民游客正在购买海鲜。



近日，三亚市火车头万人海鲜广场，商户展示进口的鲜活帝王蟹。本版图片均由海南日报全媒体记者 王程龙 摄

透明是海鲜市场的基础，但不是终点，三亚顺势开启了从提质到创牌的全新探索。

近年来，随着信用监管、价格公示、先行赔付等制度相继落地，三亚海鲜市场的投诉量持续下降，消费者满意度稳步提升。然而，当“透明”逐渐成为行业标配，一个更深层的课题浮出水面：在大家都“看得明白”之后，三亚靠什么让游客吃了还想再吃？

“以往不少游客担心消费不透明、花钱糊涂，而全流程监管彻底打消了大家‘不敢消费’的顾虑。下一步，则是要让游客从‘放心吃’变成‘想吃、惦记着来吃’。”三亚市餐饮产业促进会秘书长汪裴说。

如何实现这一跨越？三亚正在三个方向同步探索。

首先是科普，让游客“吃得懂”。海鲜品类繁杂，区分门槛高，也是游客产生误解与纠纷的重要原因。比如，很多游客分不清老虎斑与东星斑的区别，搞不懂普通皮皮虾与泰国潮屎虾的差价由来，信息不对称往往成为投诉的导火索。为此，三亚市农业农村局联合水产专家编撰了《三亚常见海鲜图鉴》，收录130种本地常见海鲜，每种都配有高清图、学名俗名。图鉴线上线下同步推送，游客扫码即可查阅。

“游客读懂海鲜品类，便能减少认知偏差与误会。”汪裴说。

二是体验，让吃海鲜成为“奔赴的理由”。透明厨房里，游客可以隔着玻璃观看海鲜从称重到出锅的全过程；渔港直供模式下，部分餐厅与渔船对接，海鲜上岸后直接送往后厨；本地特色品种如三亚近海养殖的东星斑、红友鱼等，也成为餐桌上的亮点。“我们力求让三亚海鲜消费跳出单一餐饮范畴，变身独具魅力的文旅体验。”汪裴表示。

据了解，三亚有些海鲜餐饮店已推出“赶海+尝鲜”半日游线路，游客可随渔民出海体验捕捞，再将渔获带回餐厅加工，沉浸式感受海洋文化。

三是品牌，从“卖海鲜”走向“卖品质”“卖服务”。在三亚市旅文局指导下，三亚市海鲜餐饮协会正在推动一批高信用评级的商户打造特色品牌。这些商户不仅明码标价、星级公示，还在服务流程、菜品创新、就餐环境等方面对标高品质标准。“品牌化的背后，是让消费者形成稳定的品质预期，当看到这个牌子，就知道不会踩坑。”汪裴说。

三个探索方向，勾勒出三亚海鲜市场的三级进阶路径：第一阶段是“治乱”，通过信用监管、标准化管理、先行赔付等制度，以雷霆手段解决市场失序问题，守住“不敢宰”的底线；

第二阶段是“提质”，通过知识科普消除信息壁垒，通过体验升级丰富消费层次，通过品牌建设提升服务品质，实现“吃得放心”向“吃得开心”的跃升；

第三阶段是“创牌”，将海鲜消费从单纯的功能性消费，转化为体验式消费、文化消费，形成差异化竞争优势，让“到三亚吃海鲜”成为一种有辨识度的生活方式。

这一演进路径，折射出三亚城市治理从“问题导向”到“目标导向”的升级。当“不敢吃”的问题得到系统性解决，如何满足人民群众“吃得明白、吃得开心”的更高需求，便成为新的治理课题。而三亚的回答正在书写，用科普消除误解，用体验创造记忆，用品牌建立信任，让海鲜消费成为游客感知三亚城市温度、认可文旅服务的一张亮眼名片。

(本报三亚6月11日电)