

图说旅游

民间艺人进大学讲堂

3月22日,受枣庄学院美术与设计学院的邀请,当地民间艺人“泥人刘”——刘进潮为该院学生讲授泥塑技法。刘进潮的作品先后多次参加各级非物质文化遗产展览并获奖。

□ 邵方超 张强 报道



旅游路带起“杏花热”

3月27日,游客正在临沂市费县朱田镇芹菜沟村观赏杏花。朱田镇打通硬化环山旅游路82公里,沿路村庄纷纷变身“杏花村”,游人纷至沓来。

□ 卢鹏 刘涛 报道



和“财神爷”合个影

春节过后,招远各大景区都提前进入了预热升温期,黄金实景博览苑、淘金小镇、黄金珠宝首饰城等景区日接待客流量较同期上涨了一倍。

□ 刘纯庆 报道



3600亩荒山变景区

邹平县西董街道嘉业生态园,近万株樱花绚丽缤纷。该景区是由当地企业家颜景江投资建设,3600亩荒山经8年整治,成为旅游景区。

□ 董乃德 赵宏 报道

关注餐饮业转型·山东美食休闲季

城市美味从早餐开始,很难吗?

在山东100种美食里,有不少地方名吃都是当地居民常吃的早餐,比如济南甜沫、青岛大包、枣庄羊肉汤、潍坊鸡鸭和乐、济宁糊粥、临沂糝、聊城呱嗒等。但日常人们多只能从“路边摊”上享用。即便是卖早餐,大饭店的目标顾客定位也不能太低端。具备“中央厨房”生产能力的餐饮企业,不妨尝试将地方名吃加工成半成品,形成批发规模,可以吸引更多餐馆加入到早餐外卖行列。

市,能否在早餐上吊足人们的胃口?

在山东100种美食里,有不少地方名吃都是当地居民常吃的早餐,比如济南甜沫、青岛大包、枣庄羊肉汤、潍坊鸡鸭和乐、济宁糊粥、临沂糝、聊城呱嗒等,成为很多地方餐馆的招牌菜、特色菜。据记者了解,油条和甜沫这两款济南人常吃的早餐,已经登上不少鲁菜馆的菜单,但是只能在午餐和晚餐时段才能吃到,因为目前这些酒店还不提供早餐。拥有一流就餐环境的中高档酒店,“早间档”长期处于空缺状态。

大酒店卖早餐,是不是大材小用?记者采访的多数酒店经营者认为,如果开早餐外卖,主要针对的是当地居民,但目前很多人的习惯是在路边摊解决早餐问题,短时间很难改变。而且,中高档餐饮场所比路边摊经营成本高,一样是油条、豆浆,前者卖价一定要高过后者才能赢利。酒店内部业务比较,早餐平均单笔消费额远低于中、晚餐,也是一些中高档饭店迟迟不愿推出早餐的原因。

不过,也有不同的声音。“早餐虽然价格低,但是原料成本相对也低很多,如果尝试着干,做出特色,并且吸引到足够多的顾客,不愁

没有利润。”济南一家连锁酒店老板陈先生说,除了利润本身,卖早餐也是餐饮场所提高知名度、积聚人气的良策。眼下餐饮行业普遍不景气,能把顾客拉进饭店已经算棋胜一着了。顾客就餐过程中,享受到饭店环境,了解到饭店服务特点及食物口味,说不定会成为中餐、晚餐的客户。

“健康从早餐开始”,已经成为被广泛认同的新观念:卫生、营养的早餐市场,蕴藏巨大商机。事实上,大酒店要想在卖早餐中赢利,不仅要解决卖什么的问题,还要考虑卖给谁。淄博张店一家四星级酒店开了家小吃城,主打港式餐点,除了为住客提供早餐,每天还开放外卖,翻台率极高。济南济大路上一家餐馆,卖了很多年的早餐,主要经营糝汤、油条,每天早上的顾客都要排队。而像永和豆浆、肯德基、麦当劳等快餐,很早就在全国打起“早餐战”,以迎合本土市民口味,最大限度地争抢早餐市场份额。

业内专家认为,即便是卖早餐,大酒店的目标顾客定位也不能太低端,这需要经营方式的创新。要让卖早餐成为大酒店的又一经济增长点,饭店经营者所能做的首先是确定目标客户。若针对当地居民,就要努力改变他们的早

餐消费习惯,惟一的方法就是更多中高档餐馆加入早餐市场行列,形成规模市场。有的连锁饭店拥有自己的“中央厨房”,完全可以充分发挥它的作用,把能够加工成半成品的名吃,批发给其他酒店,形成规模生产和销售,带动一批酒店加入早餐外卖的行列。让这部分市民对在大饭店吃早餐习以为常,并且逐渐体验到其中的乐趣。

若针对游客,就在特色和销售时间上下工夫,比如地方小吃专卖,开发方便游客打包携带的地方小吃,延长售卖时间,周末可以开发适合早午餐的菜单,适合做早餐的茶点,也可以在下午茶、宵夜时段出售,实现地方名吃、小吃的全天候销售。



“鲜食芦笋月” 5月领衔美食养生之旅

为丰富山东美食休闲季活动,创新餐饮特色,引领餐饮风尚,不断培育大众健康养生饮食理念,扩大餐饮消费,省旅游协会、省旅游饭店协会、省烹饪协会计划于5月1日至31日组织举办以“大众养生、绿色食疗”为主题的“鲜食芦笋月”活动。5月是品尝新鲜芦笋的最佳时节,现代营养学分析,芦笋含有人体所必需的各种氨基酸、维生素和矿物质,含量比例恰当,热量低,有治疗痛风、预防心脑血管疾病、防癌抗癌、提高免疫力和抗衰老的特性。菏泽市盛产优质芦笋,全国1/6的芦笋来自菏泽曹县。为此,菏泽市将策划推出“鲜食芦笋月”系列活动。作为鲜食芦笋主产地,曹县将重点保障供应商提供芦笋冷链配送业务,确保食材新鲜、质量过关,方便饭店企业采购。5月1日,曹县磐石宾馆、澳洲大酒店、曹县米家十大碗酒店和青烟集镇张三楼村华东绿芦笋种植园、朱老家村白芦笋种植园、华东芦笋茶厂、盛庆芦笋加工厂等将同步启动“芦笋美食节”活动,邀请游客参与鲜芦笋采摘,参观芦笋罐头加工生产、品尝鲜芦笋及芦笋宴等活动。青岛市将举办“品葡萄酒尝鲜芦笋”活动,借鉴德国举办芦笋节的经验,突出品尝葡萄酒、佐食鲜芦笋的绿色食尚特色,研发推出鲜食芦笋各色菜品,供游客现场品尝。活动期间,济南、青岛、烟台、威海、菏泽等城市各推选5家饭店,其它城市各选1-2家饭店作为定点举办企业策划推出“鲜食芦笋月”活动,同时欢迎饭店餐饮企业踊跃参与,主办方将为饭店企业搭建宣传平台、信息平台、品牌营销平台,带动全省饭店企业拓宽经营思路,转变经营方式,持续繁荣发展。



春雨洗泉城

3月30日,小雨中的济南趵突泉公园风景如画。当日,一场小雨降临泉城,一扫往日的寒冷干燥,清新干净的空气让人们感到舒服了很多。

“天下第一泉”风景区今起试运营 (更多内容见第11版)

□ 记者 房贤刚 报道

高端餐饮业营业收入大幅下降,燕窝、鲍鱼等高档菜肴销售收入暴跌,其实“近5年来餐饮业收入增幅一直在下滑”,业内人士认为——

高端餐饮业到挤掉泡沫的时候了

餐饮企业应该从不同的消费群体出发,深化服务理念,开展多业态探索,创新“混搭式”餐饮供应模式,在经营模式上下工夫。如果这些工作做得好,就会发现遍地都是市场。高端餐饮企业转型不是都去做酱肉包子,否则就浪费了自身的优越条件。

餐饮收入4030亿元,同比增长8.4%,增幅比去年同期下降4.9个百分点,新世纪以来增幅首次跌入10%以下;其中限额以上企业餐饮收入1278亿元,同比下降3.3%,比去年同期下降17.3个百分点。

据了解,北京高端餐饮营业收入大概下降35%,上海下降20%,燕窝、鲍鱼等高档菜肴销售收入下降超过40%,我省下降幅度比北京、上海还要大一些。“事实上,近5年来餐饮业收入增幅一直在下滑,只是没有引起相关企业的足够重视。”中国烹饪协会常务副会长兼秘书长冯恩援说,即使没有这次全国上下“厉行勤俭节约,反对铺张浪费”的要求,高端餐饮业也到了挤掉泡沫的时候了。

餐饮行业的核心产品是菜品和服务。冯恩援认为,餐饮企业应该从不同的消费群体出发,深化服务理念,开展多业态探索,创新“混

搭式”餐饮供应模式,在经营模式上下工夫。如果这些工作做得好,就会发现遍地都是市场。在政策环境的影响下,各地的餐饮企业已经开始在特色定位、经营模式、服务理念上进行有益探索。

如北京的一家高档餐厅突出“时令尝鲜”服务,以散座为主,不接待团体用餐,生意异常火爆;一家西北菜馆借助全国烹饪大赛集中研发烹任羊肉的专题,来学习吸收更多的西北烹饪风味。重庆的19家品牌企业联手组建餐饮公司,目标是连锁店覆盖重庆的二三线城市。辽宁的餐饮企业则抱团走进大学卖品牌快餐,小吃,仅一家牛肉面连锁店单店每天销售额就达到6000元。“高档餐饮企业转型不是都去做酱肉包子,否则就浪费了自身的优越条件。”冯恩援说。

什么是“混搭式”餐饮服务呢?餐饮企业可以先卖早餐,然后把早餐的小吃再改为中

午正餐的点心,增加下午茶,晚上有宵夜,另加外送服务和食品外销,这样就加大了餐饮企业的运作时空,为企业节约成本。

江苏江阴的一家餐饮企业最近开展短信营销:“家庭餐厅,私人厨师,免收上门服务费,为您家庭送餐。”这就相当于说,“您在哪呢,您说您想吃什么?”冯恩援介绍,这就是外送服务市场的开发,市场潜力巨大。这样一来,餐饮企业连水电气、房租都可以省下来,只提供了劳务和物流成本。当然也可以搭建以专门提供外送服务的平台。消费者的需求多元化,可能一餐想吃鲁菜,一餐想吃川菜,一餐又想吃什么,不是某一家餐饮企业都能包办的,可以联合组建一家专门的外送服务公司,又是一个混搭餐饮模式。冯恩援表示,在经营下滑的情况下,餐饮企业应该更“苛求”细节,拓展服务领域,实现多业态发展。

一周热点追踪

科技改变“驴友”装备

清明小长假即将来临,在像往常一样为出行作准备的同时,蓬勃兴起的旅游类科技产品也在悄然改变着传统的旅行消费生活,为“驴友”们的出游图景增添了新的色彩。

游济青可用手机“导游”

为吸引大量港澳及海外游客,利用新媒体大力推广“好客山东”旅游品牌及特色旅游产品线路,山东省旅游局近日在推出“青岛旅游Guide”手机应用软件的基础上,又推出了“济南旅游Guide”。“济南旅游Guide”将泉城划分为6大区域,实地采访超过300个集美食、购物、玩乐及住宿等为一体的旅游景点,提供超过1500张图片和实景拍摄的短篇介绍,每个景点均配有离线地图。用户在App Store搜索相关应用名称即可免费下载。今后省旅游局还将陆续推出不同城市的旅游手机应用软件。

扬州旅游可微信预订酒店

“微信上都能预订酒店了?”据扬州晚报报道,市民万小姐最近打算去杭州旅游,在微信上加了一家知名连锁酒店的微信公共账号,发现竟然有酒店预订功能。有记者亲身体验后发现,微信预定程序简单,但目前还处在试运行阶段,功能尚不稳定。当地一位业内人士指出,快捷酒店的主要客户群是爱好旅行、冒险的年轻人,这与微信的主体会员类型重合,是一个不错的尝试方向。不仅是酒店,景区门票等旅游产品今后都可以通过这种新的方式实现预订,说不定能掀起微信和旅游业结合的新热潮,未来旅游产品预订的途径也将会更加多样化。

智能眼镜变身贴身导游

据国外媒体报道,根据最近公布的一项专利,索尼公司正在开发一款智能眼镜产品,并大有超越谷歌之势。“眼球”大战一触即发,这是一个全新的市场。智能眼镜为何会成为人们关注和热议的焦点?专家指出,眼镜与用户的距离更近,而眼睛是用户与外界交流最直接的工具。有了智能眼镜,用户与互联网的联系将更加紧密,虚拟世界的图像和数据将被叠加到现实中来,呈现出丰富多彩的应用场景。未来的智能眼镜将成为用户的旅游向导,从而不需要导游。目前,谷歌的Field Trip应用已经能够提供旅游地点的景点信息,搭配上谷歌眼镜,旅行者自己就可以游览一个历史丰富的博物馆并获得知识。特别是配上室内导航功能,旅行者再也不用担心迷路或掉队了。

户外旅行用贴膜给iPad充电

近日美国某太阳能公司为广大iPad用户带来了福音,其研发了一款可以借助太阳能为iPad充电的保护贴膜。换言之,iPad用户们再也不用担心续航问题,只要有充足的阳光,就可以无限使用。无独有偶,另据媒体报道,国外一家科技公司也正在研发一种太阳能电池贴膜,靠吸收光波中的紫外线和红外线转换成电力,为手机获取电力;虽然目前仍处于研发阶段,但在不久的将来,她弃了笨重的移动充电器,在户外旅行时从不愿意让手机关机的驴友们将会在探索之路上更加游刃有余。

短评:科技改变生活,也改变着我们的生活态度;科技改变旅游,也会改变我们的旅游观念。

经常去旅游的朋友都有这样的体验,去到一个陌生的城市,想去游览一下,却不知道该去哪里玩,有哪些景点最值得去,怎么去,到了景点又因为对景点的历史、由来一知半解,让旅游变得很乏味。散客化时代到来,人们对旅游信息和便捷装备的依赖程度增加。以便捷的方式针对不同群体提供更具个性化的信息和装备,将成为吸引多元化客源市场的关键所在。今年,山东旅游营销提出向数字化营销倾斜,如能充分利用手机应用、微信等移动互联网平台,并凭借创意科技元素掌握主动,不仅能为一地旅游服务增添新的优势,也将为关注旅游领域的科技类中小企业带来新的发展机遇。

(付玉婷 整理)

□ 责任编辑 赵卫平

电话: (0531) 85193261