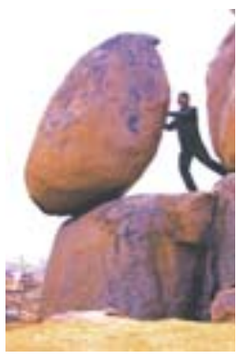
图说旅游

梦幻美人鱼

清明节小长假期间，游客在青岛海底世界新更换的海洋剧场大视窗前，欣赏海底情景剧“梦幻美人鱼表演”。

□闫政　报道



巨石悬空 倾而不坠

枣庄市山亭区水泉镇吉庄流域有一“悬空奇石”。据悉，该石历经数千年风吹雨打倾而不坠，甚是奇特。大自然的鬼斧神工令人惊叹，每年都有不少游客慕名前来欣赏。

□刘明祥　岳增群　报道

清明时节 雨纷纷

清明节，一场细雨降临山东大地，雨洗春色，分外明媚。图为邹平县中心公园风光。

□董乃德　报道

赏杏花挖野菜

4月6日，商河“首届踏青赏花文化节”开幕。图为当日游客在商河林果示范园观赏杏花，挖野菜。那个翻手机的游客是在上网查找野菜的知识吗？瞧她们的认真劲，不亚于课堂上学唐诗、读宋词。

□王平　报道

青岛创新体制建设“国际著名旅游城市”

◆青岛外向度高，经济发达，服务业繁荣，旅游基础好，在国内外享有盛名，最有条件率先建成国际著名旅游城市。

◆2012年，青岛市接待国内外游客人次是常住人口的6.6倍，“为游客服务”将成为该城市发展的重要理念。

◆下一步，青岛市将充分借鉴先进城市经验，成立旅游委，按照“大部门制”的要求，统筹协调发展。

□记者　刘　英　付玉婷　报道

本报青岛讯　在我省35个优秀旅游城市中，青岛将率先建设国际著名旅游城市。4月3日，青岛市召开加快旅游业发展大会，青岛市委、市政府主要领导出席。会议决定把打造国际化旅游目的地城市作为旅游发展的新目标，建设面向世界全方位、全要素、全时空的旅游城市。

今年省委、省政府明确提出，要在全省打造2-3个国际著名旅游城市，形成带动全省旅游业跨越式大发展的城市高地。全省17市各有特色，有的滨海度假资源优势突出，有的历史文化厚重，有的自然生态良好，许多城市具备建成国内外著名旅游城市的条件和基础。青岛外向度高，经济发达，服务业繁荣，旅游基础好，在国内外享有盛名，最有条件率先建成国际著名旅游城市。

全球有800多个滨海城市，青岛如何脱颖而出？为实现建设国际著名旅游城市的新目标，青岛提出将统筹规划，开阔视野，创新思路，彰显特色，协调推进旅游业与文化、工业、信息、农业等其它业态的全域式融合发展，不断提升青岛旅游的层次和内涵。在本次大会上，发布了《关于加快旅游业率先科学发展若干政策措施的意见》、《青岛市海洋旅游发展纲要(2013-2016)》两大支持力度空前的政策性文件，全面推进青岛旅游业率先科学发展。

据了解，2012年，青岛市接待国内外游客人次是常住人口的6.6倍，“为游客服务”将成为该城市发展的重要理念。因此，青岛提出将按照宜居、宜游的标准，从细节入手，规划建设城市道路、公共交通、停车场、自驾营地、城市公厕等旅游设施，改进窗口单位对外服务。

长期以来，制约青岛旅游业大发展的一个重要原因就是体制、机制不顺，旅游部门“职能有限、责任无限”。下一步，青岛市将充分借鉴先进城市经验，成立旅游委，在职能定位、权限范围、运行机制等方面进一步强化旅游部门的职责，确保其更好地发挥产业促进、资源统筹、发展协调、服务监管的职能，形成政府主导、部门联动、社会参与、齐抓共管的大旅游发展格局。

当前，省旅游局正在按照分类指导的原则，指导各市结合实际创建国际著名旅游城市、国内著名旅游城市、国内优秀旅游城市。省旅游局将把建设国际著名旅游城市工作重点放在青岛，积极帮助其做好规划、标准、引进项目等方面的工作。

➡相关报道详见第10版

青岛启用旅游新标识

□记者　刘　英　报道

本报青岛讯　4月3日，“红瓦绿树，碧海蓝天”，青岛旅游主题形象的标识全新亮相(上图)。

康有为提出的“红瓦绿树，碧海蓝天”，很好地反映了青岛的城市特质。青岛将其作为旅游宣传的主题鲜明地提出来，并与世园会“让生活走进自然”主题结合，集中进行宣传推介，更好地体现青岛这座城市的生态特色、建筑特色、人文特色，凸显青岛旅游的辨识度和影响力。

该标识以4种鲜明的色彩传达和6个过渡性色块的流畅排列，既象征地演绎了“红瓦、绿树、碧海、蓝天”的城市风貌之美，也巧妙地蕴含了旅游的六大要素。

□于鹏　报道

▶4月6日，两位小游客在地里观赏油菜花。当日，济南市油菜花双泉旅游文化节在长清双泉镇举办。双泉油菜花基地总面积近1万亩，其中核心区5000亩。油菜花节期间，还将举办油菜花摄影大赛、泉水宴之长清农家乐美食周等系列活动。

■ 关注餐饮业转型·山东美食休闲季

人均最低消费230元的海参馆变身“渔家灯火”，上座率接近100%，营业额涨50%。餐馆老板说——

“转型不是求生，是为了活得更好”

□记者　刘　英　报道

本报烟台讯　刘常东的海参馆自从改名“渔家灯火”做起量贩式海鲜生意后，开张仅半个多月，上座率就接近100%。4月6日，记者在采访这家酒店的老板时，他连称：“没想到。”

这是一家位于烟台东部高端商住区的酒店，原名叫“通天海参酒店”，距海边200米，规定人均消费不低于230元。去年12月以来，高端消费大为减少，难以为继。是关门大吉还是“重整河山”？刘常东选择了后者。

3月20日，“通天海参酒店”更名为“渔家灯火”，经营的菜品和销售方式也来了个彻底“翻盘”，全部实现量贩式。以“成本+加工费”的模式，对海鲜低价售卖；酒水饮料全部以超市价格供应。有了亲民的价格，加之海鲜食材品种丰富、烹饪体现地道的烟台口味，这里的生意马上红火起来。清明小长假期间，饭店承揽了不少附近社区居民朋友聚会和家庭聚餐，人均消费都在120元至130元上下，上座率几乎达到100%。刘常东告诉记者，酒店开张半个月，营业额环比提升50%，比去年同期提升25%。

谈及变化，刘常东说，餐饮业的菜品定价，基本上是成本×2，这种追求毛利的方式很不科学。“渔家灯火”开业后，对于比较贵重的海鲜，比如螃蟹、海参，每只加7元加工费，鲍鱼加2元加工费，对虾每只加5元加工费，而黑蛤、海肠、飞蛤、海蛎子等更接近于农贸市场价格售卖；对家常焖鱼、其他小海鲜的烹饪等，更重视料理手法。烹饪较复杂的菜品，以“原料成本+人工成本+辅助成本+最小利润”方式进行定价。

刘常东进一步解释说，一般顾客来店消费，对花多少钱吃一桌都有预期。改变定价模式后，让原来想花1200元吃一桌饭的客人，只花1000元左右就能吃到通常1300元至1500元的丰盛宴席，顺应了客人的心愿。对酒店来说，虽然每桌只有300元至400元的毛利，但赢得了客人的认同，提升了上座率，总利润就会增加。

刘常东表示，在以后的经营中将更接“地气”，主攻当地新鲜小海鲜，研发“特色面食”、“地方风味”等家常菜品。

采访结束后，刘常东给记者发来一条短信：我们转型的目的不是为了活下来，而是为了抓住危机中的机会，争取活得更好。

■ 一周热点追踪

私人旅游定制 摆脱“小众”头衔

本报讯　厌倦了和别人走过同样的地方、带回来同样的相片？私人定制能满足个性化旅行需求，但因价格、信息等门槛，过去几年中，这对多数人而言还只是个可望而不可及的梦。本周来自不同媒体的这几则报道，透露出的一个积极信号是，私人旅游定制也能摆脱“奢侈”、“小众”头衔转而拥抱大众。

C2C平台 让旅程不再走马观花

学习当地人酿上一桶青稞酒，再去白居寺找小平次喇嘛为自己祈福消灾，您神往已久的西藏之旅或许应该是这个样子而不是走马观花。在不久的将来，日本这家叫做Voyagin的C2C旅游平台或许能帮到您。

据报道，该平台目前覆盖日本、印度、印尼、泰国、越南5个国家，旅行者可以在平台上找到美食、文化、聚会、运动、怪诞等5种旅行活动，而这些活动的提供者全部都是经过审核的当地人。具体来说这些活动可以是“教你骑泰国的大象”、“带你逛清迈的夜市”、“教你制作越南家常菜”等等。每个活动在平台上明码标价，费用从十几美元到几十美元不等，而Voyagin则会从每笔交易中抽成15%，另外加上3美元的手续费。目前该平台的月活跃用户是8000户，每天平均有几个订单，似乎不太多。但该平台表示他们今年将会扩大规模。其中一个重要规划就是增添更多的国家，这样一来您理想中的西藏之旅或许就有着落了。

简单三步 实现个性化行程安排

对于很多有出国自由行经历的旅客来说，酒店提供的旅游建议服务应该不少见。来自上海的创业团队Weego试图将这一服务搬到线上并进一步完善。目前Weego尚处于内测阶段，但已能通过简单3步操作完成个性化、定制化景点行程安排。

比如纽约是个适合“浪漫、艺术文化、家庭旅行”的地方，而你基于个人兴趣勾选了“浪漫”“艺术文化”两项，那么Weego就会在兴趣栏下实时显示适合的景点以供选择。在游客做出景点选择后，Weego会根据旅行天数、想去的景点，结合交通、距离、时间等要素展开已被智能优化过的行程，让游客可以在上下午、晚上3个时间块上做出合理的旅行安排，中转交通方案也会一并告知，更重要的是，行程规划还可随景点的删去、添加进行及时调整。

Weego计划在5月份推出手机应用，让用户可以贡献自己在当地的有趣景点，通过照片、地理位置、描述等要素丰富数据库。除了景点，餐饮、住宿等重要的旅行要素也将会陆续纳入Weego。

用Geota技术 完整记录旅行足迹

目前的旅行体验还是不太好，或者跟团，或者自己攒一份自助游攻略，但是以海量信息为基础做一份攻略本身就是件痛苦的事情。曾走过30多个国家的旅行爱好者彭韬带领自己的团队做出了一款移动应用“面包旅行”，据第一财经周刊报道，这款应用能完整记录旅行足迹，从而帮助游客按“步”就搬朋友的游记去旅行。

面包旅行最核心的技术叫作Geota，也就是基于GPS定位的时间轴。当游客开始旅行时，打开轨迹记录功能，面包旅行会自动根据所走距离在地图上标记，步行模式下每隔50米标记一次，乘车模式下每隔300米，之后生成一组时间轴。与此同时，游客可随意拍照，只需在使用前将相机时间和手机时间同步，再将这些数据上传到面包旅行账号，图片和轨迹基于时间轴进行匹配，就能完成游记制作了。有了面包旅行，使用者可以更方便地参考他人行程，从中挑选符合自己个性化需求的选项就容易多了。也不必担心选择范围太窄，现在仅仅是“泰国”一个国家，就已经有1.7万多个旅行轨迹。

短评：传统的旅游接待方式限制了游客在旅游产品设计中的话语权，而信息数字技术的普及将这种产品提供者与接受者的刻板关系彻底颠覆。风险投资机构凯鹏华盈发布的报告显示，截至2012年底，中国旅行预订用户达到4207万人，从这个巨大的市场中分得一杯羹的不仅有大公司，也不乏各种在用户自生成内容的整理、精选、重构方面有所创新的中小型创业项目。旅游服务机构是否从中看出了新的机遇呢？

(付玉婷　整理)

□ 责任编辑　赵卫平

电话：(0531)85193261