

旅游维权应合法有度

边走边说

□ 高晓雷

前几日，省城一旅行社两个发往韩国的旅游团同时“出事”。原来，两个团在韩国遭遇了台风恶劣天气，不可抗力导致机场封闭、返程延误。围绕延误造成的机票费用问题，两个团的游客与导游、旅行社发生维权纠纷。

原本五天的韩国之旅，在第三天巧遇台风，导致整个行程延后一天，返程机票作废重新订机票时，旅行社要求游客负担一半费用。其中一个团的游客与旅行社导游发生激烈对抗，游客拒不支付使得旅行

社妥协；而另一个团的游客则同意支付一半返程机票，但回国后部分游客继续向旅行社讨要说法。

事件从发生直到笔者发稿前，双方围绕“维权”各执一词。游客方面认为旅行社在航班延误后的安置工作、购票等环节负有责任，一度与导游、领队爆发冲突，拒不支付因延误造成的机票费用，甚至大打出手，并通过发微博、媒体刊文等途径攻击指责旅行社；旅行社方面则认为事件为不可抗力造成，事出有因，不应负全责，游客“过度维权”了。

当前正是暑期旅游旺季，旅游纠纷和旅游维权最为集中，这只是近期众多旅游维权事件中的一例。就这一案例来看，纠纷和冲突的原因是多方面的，目前正在解决和处理之中。先不谈孰是孰非，笔者想说一下关于旅游“维权”。

在当下众多维权纠纷中，诉求双方暴

露出更多的是不理性、不成熟和法制精神的缺乏，也即是说，维权标准无度、维权方式失度。

行程遭遇台风，这属于典型的不可抗力导致行程延误。《旅游法》明确规定：“因不可抗力造成旅游者滞留的，旅行社应当采取相应的安置措施。因此增加的食宿费用，由旅游者承担；增加的返程费用，由旅行社与旅游者分担。”按理说，旅行社要求游客分担返程机票，本也合法合理。

从游客方面看，出现游客拒不支付、殴打导游甚至砸大巴车等过激反抗，非但不符合法制精神，恰恰是一种维权失度。

从旅行社方面看，签订旅游合同时和行程开始之前，并没有事先向游客告知因不可抗力造成行程延误的费用问题。同时，境遇完全相同的两个旅行团，有的团游客交了一半费用，另一个却没有交费。

这种“区别对待”也说明了旅行社在自身维权方面更多靠与游客的博弈来解决，而不是完全按法律法规的程序处理。

维权失度，自然有游客、旅行社等方面法制精神、法律意识淡薄的因素，“大家都不按规矩来”，也有相关旅游监管部门旅游监管、旅游投诉处理有待加强的原因。据了解，该旅行社事前向游客宣传的是以“参观景区为主”，可到了韩国，“各种购物店至少去了十几家，远超过旅行前拿到的购物场所安排”，这也是造成游客积压爆发、情绪失控的一个原因。

在法律、法规面前，旅行社和游客没有强者和弱者，只有守法者和违法者。游客也好，旅行社也好，维权行为本身也应该合法、“有度”。这需要旅游者、旅行社、旅游管理部门共同努力，让维权更加理性、成熟，让旅游市场更加规范、完善。

青岛啤酒嘉年华

今年主打“魔幻太空”

□记者 付玉婷 报道

本报青岛讯 第24届青岛国际啤酒嘉年华将于8月16日在世纪广场啤酒城开门纳客。今年嘉年华的主题是“魔幻太空”，近百种娱乐设施将带给游客更多惊喜和欢乐。

据介绍，嘉年华场地分为儿童娱乐区和成人区两大主题板块，为此已引进大中型娱乐设备10台、小游戏和辅助游乐设备60余种。随着韩剧《来自星星的你》热播，除了旋转木马、碰碰车等经典项目，嘉年华在今年重点推出以“太空”为主题的狂欢设备，“颠倒乾坤”、“UFO”以及“低速转盘”等项目可让游客体验瞬间失重、超重的刺激感觉。

烟台休闲护照惠民“玩”周末

□刘小路 报道

本报烟台讯 由烟台市旅游协会主办，烟台市旅游公共服务中心、蓬莱君顶葡萄酒庄、欣和企业承办的烟台《市民休闲护照》特惠日活动第40—41期即将开启。

8月16—17日，特惠日活动第40期，游客可以来蓬莱君顶酒庄欣赏一望无际的万亩葡萄园和清幽宁静的湿地公园，参与葡萄酒文化交流，享受独具特色的美酒美食。持市民休闲护照的游客还可享受游览酒庄25元/人、游览+品酒45元/人的特惠。8月31日，特惠日活动第41期将带游客发现欣和美食生产奥秘，感受传统食品与现代工艺的完美结合。游客全程可关注微博、微信，实时互动，还可品尝欣和特色产品，并能免费获赠欣和特色产品礼袋一份。

曲阜公开征集孔子卡通形象

□记者 付玉婷 通讯员 朱丽 报道

本报曲阜讯 为进一步完善旅游形象标识体系，集中打造特色旅游形象品牌，即日起至8月底，曲阜面向社会公开征集孔子卡通形象、孔子文化节吉祥物和旅游商品创意设计。

征集作品要求与曲阜本土文化、区域特色相结合，主题鲜明、内涵丰富、创意独特，具有商业开发价值。本次评选分作品征集、专家评审、作品公示三个阶段，为保证评选的权威性，届时将邀请业内专家和旅游生产企业代表组成评委会，严格按照评选标准和程序进行评选。参赛选手可登录曲阜旅游网或者@曲阜孔子旅游了解详细情况。

征集作品确定后，将通过多方位、广范围、针对性的营销宣传推广孔子卡通形象和文化节吉祥物，对征集的旅游商品创意设计将进行统一注册、生产包装和销售。

《魅力微山旅游手册》发行

□记者 付玉婷 报道

本报微山讯 由微山县旅游局编印的《魅力微山旅游手册》(地图版)近日刊印发行，这是当地继推出《微山乡村旅游去哪儿》、《微山湖生态湿地双人二日游》等旅游宣传手册并开通24小时旅游咨询投诉热线后，方便游客、服务群众的又一举措。

手册正面分别是微山县、微山湖国家湿地公园景区、微山岛景区、南阳古镇景区的简介，同时推荐了久负盛名的微山湖大闸蟹等湖区名菜；重点介绍了红色之旅、运河之旅、乡村之旅三条特色旅游线路。反面是由一位在校初中生绘制的全县旅游交通图，详细标注了主要公交车的运行路线、各大酒店、宾馆及标志性建筑物，可谓是游客来微山的“贴心导游”。



□于 鹏 报道

近日，威海神游海洋世界欢乐海洋剧场又添新项目，动画片《熊出没》中搞笑的熊大、熊二和萌萌的光头强组成活宝三人组，为观众们带来火热的开场舞，让游客收获意想不到的惊喜。

长岛举办“微信推广月”活动

□通讯员 孙春明 报道

本报长岛讯 8月2日，烟台市旅游局和长岛县旅游服务中心在长岛旅游区举办“微信推广月”首场活动。活动首日就吸引上千名游客扫描二维码关注长岛旅游微信平台。

在活动现场，游客只需关注烟台旅游、长岛旅游微信服务号和订阅号，即可免费领取精美纪念品一份；在朋友圈分享长岛旅游相关信息或景区照片可参与现场抽奖。

据悉，长岛县旅游服务中心微信公众平台后续还将与关注长岛旅游微信的广大游客用户进行互动交流，分享长岛旅游见闻和美景美文，同时通过微信与游客建立“强关系”，为今后提升烟台、长岛旅游新媒体宣传打好基础。

千场惠民巡演预热孔子文化节

□记者 付玉婷 报道

本报济宁讯 济宁今年迎来第31届中国(曲阜)国际孔子文化节。据了解，从8月中旬至10月底，将会有千场文化惠民演出走进乡村、走进广场。

各县(市、区)将举行大运河流域优秀曲艺节目“运河之都”惠民巡演；承办由中国孔子基金会、省文明办、省文化厅联合举办的国际《论语》朗诵大赛；在曲阜大沂河公园举办“人人唱村村演”群众文化活动品牌展演；举办“和平颂中国梦”全市中老年合唱比赛、济宁市第二届全民广场舞大赛；文化创新工程“尼山书院”讲堂开讲；集中开展“送戏下乡”，并利用遍布城乡的“市民大舞台”、“百姓大舞台”广泛开展文化惠民展演。

淄博临沂入选国家首批生态文明先行示范区

□记者 付玉婷 报道

本报济南讯 国家发改委等六部委日前下发通知，确定了全国57个地区作为国家首批生态文明先行示范区，其中山东淄博市、临沂市入选。

为贯彻落实十八大提出的把生态文明纳入“五位一体”的重要战略部署，2013年8月，国务院在《关于发展节能环保产业的意见》中提出，在全国建设100个国家生态文明先行示范区，探索符合中国国情的生态文明建设模式。同年年底，国家发改委、财政部等六部委联合下发了《关于印发国家生态文明先行示范区建设方案(试行)的通知》，启动了全国各省市申报、编制先行示范区实施方案的工作。今年7月22日，国家六部委正式下文《关于开展生态文明先行示范区建设(第一批)的通知》。

《通知》明确了各生态文明先行示范区的制度创新重点，其中淄博将重点探索建立资源环境承载力监测预警机制，完善环保公安联动机制，健全生态环境损害终身追究制；临沂将重点探索建立体现生态文明要求的领导干部评价考核体系，实行资源有偿使用制度和生态补偿机制。

二维码标识牌将覆盖

文登各旅游服务场所

□记者 付玉婷 报道

本报文登讯 文登将在各A级景区、旅行社、星级酒店、星级餐馆等旅游服务场所推广使用威海旅游咨询二维码标识牌，预计本月上旬，所有旅游服务场所都将设置该标识牌。

二维码标识牌由威海市旅游局设计制作，分大小两种型号，内容一致，均包含了威海市旅游局微信公众号、威海旅游微网站、威海旅游咨询投诉电话12301等，同时还配有中文、英文、韩文三种说明。背面的使用说明则是向旅游者推介威海旅游资源。据介绍，游客只要用手机扫描二维码标识牌就可掌握威海各旅游企业的景点介绍、节庆活动、优惠信息等，并可参与线上线下组织的各种互动活动。



盐碱地上荷花艳

8月9日，位于寿光西北部盐碱地的林海生态博览园内，2000亩荷花盛开，吸引了众多游客。近年来，寿光市投入巨资改善寿光北盐碱地生态环境，使之成为远近闻名的旅游胜地。

□记者 房贤刚 报道

注册“美丽乡村”254件

浙江安吉成“美丽中国”商标注册最多县

据新华社杭州电 国家工商总局商标局日前受理了浙江省安吉县资产经营有限公司提交的昌硕故里图案的“美丽乡村”服务商标的申请，至此，安吉县共成功注册“美丽乡村”商标及派生的商标共254件，成为“美丽中国”商标注册最多的县。

当年由李安执导的电影《卧虎藏龙》就是在安吉拍摄外景的。电影中那片苍翠的大竹海，已成吸引全球游客的旅游景观之一。安吉县拥有“中国竹乡”、全国首

个生态县的金字招牌，如今“中国美丽乡村”成为安吉县着力打造的一个全国性知名公共品牌。

记者从安吉县工商局获悉，安吉自2011年率先在32个类别中成功注册58件“美丽乡村”商标，2012年又成功注册23件。今年最新注册的商标包括风情小镇、风情竹乡、美丽村落、美丽山村、美丽田园、美丽竹都、优雅竹城、竹海夜宴、竹韵乡村等9个文字商标在16个类别成功注册108件；昌硕故里、竹子之乡、白茶之乡、黄浦江源等

4个图案商标在19个类别成功注册65件。

通过持续推进“美丽”品牌，安吉县走出一条具有特色的“商标护美”新路径。据悉，截至目前，安吉县已在多个类别中成功注册“美丽乡村”商标和派生的“美丽竹都”等商标254件，成为全国“美丽”行动中商标注册最多的县。

业内人士表示，“中国美丽乡村”的品牌带动了当地农村生态农业高效发展，乡村旅游业快速发展，不仅给农村经济带来发展活力，也提高了农村文化建设的品位。

饭店转型：创意不求“花哨”求实效

□ 本报记者 付玉婷

八项规定以来，饭店业在过去一年多经历了客源市场的明显变化，员工流动严重、成本上升……这些对饭店保持高水准的服务提出巨大挑战。如今，困扰因素犹存，预期外的挑战还将不断出现，未来如何开启，从刚刚结束的首届山东省旅游饭店行业服务技能大赛中或许能找到答案。

“服务降级”的短视行为不可取

“前段时间，一些星级饭店自降身价招揽客源，甚至让新员工不经过专业培训就匆匆上岗，不再按星级标准去运营，这是一种短视行为。”山东省旅游饭店协会会长何庄龙表示，星级饭店一直是以物有所值的、服务赢取市场，探索符合消费新趋势的做法，也不能忘记这一立身之本。

大赛中餐宴会摆台一等奖获得者常琳琳是去年下半年才到中豪大酒店工作的员工，饭店转型中的困惑，她的感受很深。她提到，一些同行认为星级饭店客源从高端走向大众，似乎服务标准就能相应降级，平日也不再注重服务技能的探索和提升。但她却认为，大众市场不等于低端市场，客人不追求奢华，追求的是与花费和心理预期相匹配的环境与服务，这对饭店反而提出了更高要求。因此平时在酒店做宴会服务时，她就严格按照标准执行，这次获胜也绝非偶然。

大赛总裁判长王莉指出，本届赛事沿用



▲开夜床项目比赛现场

国赛标准，就是让饭店员工测量与服务标准间的差距；很多获奖选手以后会成为行业标兵，甚至诞生以他们名字命名的工作流程和工作规范，这将带动整个行业形成“比学赶帮超”的热潮。

凸显本土特色也不忘国际范儿

记者了解到，本次大赛中不少创新亮点都同对地域文化的发掘有关。一些裁判在点评中提到，这有助于酒店朝着差异化、特色化经营迈进，更是消费者乐见的变化。日照碧波大酒店参赛者告诉记者，他们酒店结合当地婚嫁风俗编写的《婚宴指南》小册子就

受到很多客人的好评。

“目前山东主题文化饭店的评定工作已正式启动。”何庄龙说，这些创新点将有利于饭店推出适合自由组合和家庭出游的惠民化包价休闲度假产品。一是饭店内部的深度开发，重点对饭店现有资源进行整合包装，彰显主题饭店特色；另一个是饭店外部的深度开发，以饭店为核心，充分整合和利用目的地全部要素吸引物。

来自烟台凤凰山酒庄的原永婷是本次大赛美式鸡尾酒调制项目中为数不多的女选手。她的作品“梦幻烟台”将当地特产张裕白兰地的甘烈、樱桃的清甜、牛奶的香甜丝滑、苹果木的清香甜美融合在一起，从口

感、装盘设计等方面展现了不俗的功底。该项目主裁判匡家庆点评说，比赛中多数选手都能展现出规范的操作流程，也涌现出很多亮点，通过这次技能大赛证实，山东的旅游饭店在这种项目上不比国外知名酒店差。

创意的同时更要讲求实效

中式铺床/开夜床项目的裁判长李原在赛后表示，新增的夜床项目给他留下的印象是：主题丰富多彩、创新意识强，题材涉及爱情、养生、军事、环保等十几个个性化需求，且设计漂亮、视觉冲击力强。他也直言，一些床品装饰体量且重，数量最多的甚至达到了13件，用心值得肯定，但在客人使用的方便性、服务的可推广性和饭店成本的经济性方面就考虑不足。

这一项目的一等奖获得者——青岛海情大酒店的秦旭强说：“我针对酒店转型后最广大的商务客人群体，而且是欲退房客人，在床上摆放了打包袋、飞机时刻表等物品，为客人新的旅程做好准备。得分高可能是抓住了主体人群且创意设计简洁实用。”

“创意要与实际相结合，另外开夜床的布置一定要考虑饭店的类型、档次、市场定位，体现出饭店的专业性。”李原指出，今后的比赛项目和形式可以更加多元化，在省级赛事基础上，下一步更关键的是地市级、县(区)和饭店内部的培训力度要借机强化起来，这样才能构成以赛带训、非常完整的系统，把大赛中积累的经验及时传递出去。