

海上旅游不得以虚假宣传方式揽客

《青岛市海上旅游客运管理办法》今起实施

早报1月31日讯 31日,市政府办公厅、市政府新闻办召开新闻发布会,对2月1日起施行的《青岛市海上旅游客运管理办法》(以下简称《办法》)进行解读。《办法》明确了适用范围和管理职责,主要规范使用客运船舶(客船和小艇)从事游览观光等经营活动,规定市和沿海区(市)建立海上旅游客运综合协调机制,定期组织各相关部门开展综合执法检查或者联合执法,研究解决海上旅

游客运中的重大问题。市交通运输主管部门负责统筹全市海上旅游客运行业以及相关码头(停靠站点)建设运营的监督管理。各相关部门应当建立健全投诉举报处理机制。

《办法》严格规范经营管理,规定从事海上旅游客运经营的企业,应当依法取得国内水路运输经营许可证及船舶营业运输证。海上旅游客运经营者应当与码头(停靠站点)经营者签订停靠协议。经营

者应当在船舶显著位置标明营运性标识,严格按照核定的船舶、航线、码头(停靠站点)从事游客运输。海上旅游客运经营者、客运票务代理经营者应当在明显位置公布船舶名称、日期、船次、航线、票价等信息,向游客提供电子或者纸质船票,并按照规定出具发票。

《办法》规定交通运输主管部门应当建立健全海上旅游客运市场诚信监督管理机制和服务质量评价体系,建立海上

旅游客运诚信档案,记录海上旅游客运经营者和从业人员的信用信息;对违法失信的经营者和从业人员依法加强监管。海上旅游客运经营者不得以虚假宣传、欺诈方式揽客,海上旅游客运经营者和从业人员不得诱导游客加价消费,营者和从业人员违反前述禁止性规定的,由交通运输主管部门责令改正并处罚款,通过严格执法规范海上旅游客运市场。

(观海新闻/青岛早报记者 吴冰冰)

疏港高架主线通车开启“加速度”

疏港高架拓宽工程1标段东半幅桥梁主体全线完工 为城市更新建设添砖加瓦

早报1月31日讯 近日,随着最后一方混凝土浇筑完成,疏港高架拓宽工程1标段项目工程东半幅桥梁主体全线完工(右图)。

该项目由青岛开发区投资建设集团有限公司投资建设,青岛信达工程管理有限公司提供全过程工程咨询服务,中建二局二公司承建,项目总投资2.7亿元。

疏港高架与胶州湾高速、2号疏港高速的连通,进一步加强了疏港高架与北部疏港专用路与西部疏港专用路的联系,实现黄河路与疏港高架间的联系。

截至目前,现状疏港高架桥为分离式上下行高架桥,单幅桥梁宽11.25米,两幅桥梁总宽23米,采用双向四车道布置,上下匝道标准宽9.05米,设计速度为主线80km/h、匝道40km/h。东半幅主线全长940米,匝道全长234米,桥梁主体全部完成,为桥梁顺利通行夯实基础。

自项目开工建设以来,项目部积极贯彻精细化管理要求,深度提升技术质量管理水平,克服大体积混凝土浇筑、高大模板施工、大跨度变高箱梁等诸多施工难点,从场布、可视化技术交底、模板

工程精细化管理、文明施工等多个方面,深度推进精细化管理要求。

东半幅主体顺利完工,代表着主线通车开启了“加速度”,为后续工程顺利进行奠定坚实基础。宝剑锋从磨砺出,梅花香自苦寒来,疏港高架拓宽工程1标段项目部本着高起点、严要求、保质量、抓安全、抢进度的施工理念,打造精品工程。提高疏港高架通行能力和交通运行品质。优化港区发展,助力西海岸新区城市更新建设提质增效。

(本报记者)



一杯热可乐温暖两座城

青岛饮料集团在哈尔滨中央大街向游客免费赠送10万瓶/杯崂山热可乐

这个冬天,青岛老字号品牌崂山可乐为寒冷的冬天注入了一股暖流。在万鸥齐飞的栈桥边,在人流涌动的中山路,一杯温暖的崂山热可乐所代表的,不仅是老字号品牌的创新精神,更是一座城市的热情与好客。1月30日,青岛把这股暖流传递到了冰雪之城哈尔滨,青岛饮料集团在哈尔滨中央大街免费送出10万瓶崂山热可乐,实现了“冰城”“岛城”的双向奔赴。通过“崂山可乐热着喝”系列活动,青岛饮料集团摸索出了“冷冰雪”化“热经济”的独特打法,把网络数据流转化为发展现金流。今年1月份,崂山可乐销量同比增长153.25%;青岛饮料集团收入增长40%,利润增长54%,开启了青岛饮料集团“新三年创造”的新篇章。

“冷冰雪”化成“热经济”

这个冬天,因冰雪而火的哈尔滨无疑是全国文旅界的“顶流”。中央大街上鄂伦春人牵着驯鹿巡游,冰雪大世界里的童话王国美轮美奂,索菲亚教堂广场上升起“人造月亮”……哈尔滨以独特的冰雪魅力与热情的待客之道,吸引国内外游客纷至沓来。

与此同时,其他城市也在把握文旅消费复苏机遇,积极与游客互动,提升冬季旅游的品质。其中,青岛在栈桥景区发起青岛特产推介活动,崂山热可乐、钙奶饼干、青岛华东葡萄酒等“青岛味”十足的特产给游客留下了深刻印象。

结合当下掀起的冰雪旅游热,青岛饮料集团摸索出一套独特打法——将崂



山热可乐的风潮吹向哈尔滨冰雪节,用产品创新带动品牌“出圈”,实现青岛、哈尔滨文旅资源的双城互动。在黑龙江省工信厅、哈尔滨市文旅局等相关部门协助下,青岛饮料集团在哈尔滨中央大街索菲亚教堂广场设置崂山热可乐免费赠送区,游客可免费领取一瓶或一杯崂山热可乐,计划发放10万瓶/杯热可乐。

崂山可乐诞生于1956年,是企业在青岛组织科技人员开发的中国第一种碳酸饮料。崂山可乐在崂山矿泉水的基础上添加枣、白芷、砂仁、高良姜、丁香等十余种天然本草成分和丰富的二氧化碳气体,秉承传统制作工艺的精华,炒出地道十足的中国特有糖香,口感清爽甘甜,滋味独具一格,特别适合中国消费者的口

味习惯。该产品加热后的独特风味刷新了游客对冬季旅游的新奇感,将“冷冰雪”转化成“热经济”。

传递城市的温度

每年冬天,数以万计的海鸥从西伯利亚飞到青岛过冬,在栈桥和海鸥亲密互动成为青岛旅游不可错过的冬季限定浪漫。今年在青岛市文旅局和市南区政府组织的“挽留海鸥行动”中,青岛饮料集团为市民游客免费提供用于祛风御寒的崂山可乐热饮产品,传递一个城市的温度。崂山热可乐由此成为热点话题,仅1月14日至1月21日,抖音、小红书等平台关于崂山热可乐的信息就达7100

余条,全网阅读量近6000万人次。

在青岛青饮文旅产业发展有限公司副总经理许隽看来,崂山热可乐的走红既在意料之外,又在情理之中。68年风雨兼程,崂山可乐在风靡国内外市场的同时,俨然成为一种城市文化表达和传承的载体,将青岛人热爱生活的态度融入品牌基因当中。对于不少青岛人来说,在冬天用姜煮崂山可乐是家庭聚会的必备饮品。

在位于广西路31号的崂山矿泉水博物馆,除了试饮产品,消费者还可以打包购买崂山可乐、饮料瓶和配料,回家后煮开饮用。

创新是“出圈”密码

崂山热可乐之所以一推出就引爆了市场,正是在于适应市场发展趋势和消费需求变化,将产品创新与冬季特色文旅场景巧妙结合。

在消费提质升级时代,具有产品创新力与文化表达力的品牌更易“出圈”。近年来,青岛饮料集团在产品及市场创新上更具活力,行业示范和引领效应明显。崂山热可乐并不是表面上的“可乐+姜”那么简单,姜片、枣等用量有着精确的配比,加热温度需要平衡消费者口味以及对原料影响。其背后既是产品标准化的功力,也是品质消费、文化消费的进化,通过为消费者搭建独特的文化场景,拉近品牌与消费者之间的距离。

中国消费者长期以来有饮用热饮的习惯,在冬季尤其突出,青岛饮料集团已经瞄准了这块保持高增长的细分市场。

目前,崂山热可乐主要采用现场调制的方式,装在透明塑料瓶中提供给消费者。据介绍,下一步,青岛饮料集团将研发自热式的罐装可乐,满足一些急需热饮又不方便加热的场景需求,比如出差、旅行、冬季户外、露营等。