

■ 本报记者 杨春虹

11月26日,又一个国际高端会议在椰城海口召开。下午,趁着出席2014年世界城市和地方联合组织世界理事会的机会,数十个国家的政府官员们到海口骑楼老街参观。位于中山路的一家海南本土饮品店——椰语堂吸引了很多外国友人关注:这家装修风格明快又带有本土文化印记的饮品店,售卖的全部是利用海南新鲜椰子、水果、蔬菜制成的色、香、味俱佳的时尚饮品,翻译告诉外国友人,这其实是海南人吃了上百年的地方传统小吃——清补凉、鸡屎藤、木薯糕……

椰语堂又一次毫无悬念地赢得了外国友人的称赞:海南清补凉、海南鸡屎藤、海南小吃就这样印象深刻地留在了他们的海南记忆中。“我们希望把这种最能代表本土文化的草根小吃,也做出国际范,而且能够成为海南国际旅游岛的一张独特名片。”3年来迎来送往不少国际友人、名人大腕的椰语堂掌门人赵玉明,静悄悄地坐在店铺最深处听着这些称赞,语气坚定又信心满满地重复着最初的理想。

在位于中山路老街的那家椰语堂,《旅游周刊》从街头的那碗清补凉开始,对话赵玉明。

### “80后海南人”——因爱而生的创业念头

《旅游周刊》:生活在海南的人们,早就已经习惯了到街头摊点喝上一碗清补凉,那些摊点大多是路边摊,晚上开卖。但3年前椰语堂却把清补凉开进了购物中心、商务区,装修也非常“高大上”,一开始大家会不会觉得很习惯,甚至觉得怪怪的?

赵玉明:呵呵,是有人觉得不习惯,甚至觉得很不可思议,毕竟之前从来没有有人这样卖过清补凉。路边摊一碗清补凉6元—8元,我们是18元—20元,价格差异也很大。但很多人尝试着走进来,在这样一个装修时尚、操作规范的现代



椰语堂赵玉明 冯所怀摄

饮品店喝了一碗清补凉后,觉得很不错,既享受了喜欢的美味,又享受了休闲的空间。下次如果有岛外朋友过来了,他们会乐意带着客人享受这种本土时尚。

《旅游周刊》:当时怎么想到要这样卖清补凉呢?您自己喜欢清补凉吗?

赵玉明:我是1988年上岛的,我自己是“80后海南人”。在海南20多年,清补凉始终是我的最爱,海口那些有名的清补凉摊点,我全部吃过。很喜欢那种清甜甜甜的感觉和悠闲氛围。有一次吃到一半,正好遇到环境整治,摊主匆匆收拾走了,留下我们捧着半碗清补凉站在路边……当时我就想,清补凉为什么就不能登上大雅之堂呢?

几年前终于有条件有机会,我们就开始来做这个事情了。

### 吃遍全岛清补凉——只为做出地道美味

《旅游周刊》:那些有名的清补凉摊点大多是本地人经营,很多人做了很多年,听说有很多祖传秘方。您这样一个闯海人,仅凭着喜欢来做这个事情,有困难吧?

赵玉明:是的。要把街头的小吃摆进店堂,远远不是在商业区选个点把店面装修得漂漂亮亮就可以的。我们在

# 做出国际时尚范 把草根清补凉

街头清补凉摊点变身时尚饮品店,椰语堂



清补凉。 冯所怀摄

开第一家店之前一年,其实是先成立了椰语堂食品营养科学研究院,团队把全岛有名的清补凉都吃了个遍,还登门请教民间制作高手。

《旅游周刊》:这都是他们的“独门秘诀”,愿意传授吗?

赵玉明:我们当时也有这个顾虑,其实他们很愿意。我们到琼海找老年人学艺,他们非常认同这种让街头美食登堂入室的做法,都愿意传授技艺。我们派团队跟着他们学,觉得不好意思要付钱给他们,但他们不要,就希望这事能做成,这让我们非常感动,也坚定了要把这件事做好的决心。

《旅游周刊》:有了这些“秘诀”,是不是就保证了开店的成功?

赵玉明:不是的。学习之后我们发现,老艺人是凭自己的感觉来煮清补凉,比如煮绿豆,他在家里边煮边看,水少了加,多了舀出来。但开店需要用高压锅煮,就需要将这个标准标准化,明确煮几分钟?水放多少?这样才能确保品质稳定。

我们做了很多试验,同样的豆子和水,煮三分钟、四分钟、五分钟,看品相,尝味道,反复比较后选一个最优的结果写进操作流程。

如何将老艺人们的经验提升到标准化的操作,我们的研究院整整做了一年的研究,被丢掉的绿豆、椰子、水果等实在是在太多。

### 挖掘提升整理——小清补凉做国际大文章

《旅游周刊》:太过标准化是否会将小吃最精华的地方抹杀掉呢?很多吃货能够忍受环境、卫生依然热爱那些路边摊,往往是因为那些民间高手很个性的操作。

赵玉明:精华的东西我们是完全保留的。比如清补凉中最重要的椰奶,保质期才一小时,我们经过反复试验,将鲜榨的椰奶速冻成冰,解冻使用既保留了椰奶的醇香,又确保不变质。再比如鸡屎藤,开店追求效率当然会首选机械化,

但反复试验后我们发现,必须得用手一颗一颗捏才行,尽管一个人捏一小时只能捏出一斤半,充其量卖8碗,但这个必须得坚持,否则就失去了鸡屎藤小吃的原汁美味。

用机器可以效率更高,成品可以装进漂亮的碗中,再配着时尚的装修,但如果因此而缺少了鸡屎藤的那种原始醇香,这种提升注定是会失败的。

《旅游周刊》:是否也是因为这样的坚守,让您们三年成功开出七家店?

赵玉明:如何将民间小吃搬上大雅之堂,是大家都在探讨的一个话题,我们一直都在摸索和学习中。我一直觉得地方小吃其实是展现本土文化、地方生活一个很好的载体,我们希望能够通过一碗清补凉,展现海南悠闲、健康的生活方式。现在我们每周都会举办一些相关的活动,周末会在店里举办一些亲子DIY,我们希望孩子们能够以这样的方式轻松地体验和感受地方文化,并为此感到骄傲和自豪。

《旅游周刊》:听说有岛外游客邀请您到外地开分店,未来椰语堂的发展目标是什么?

赵玉明:是有游客吃过后喜欢说可以投资邀请我们到当地开分店,也有广东的投资机构找到我们,这当然令我们很开心也很激动,但目前我们更多是把这些看做是一种肯定,让我们更有信心沿着当初的设想走下去。

我们明年的计划是开20家店,其中海口10家。今年我们已经在天涯海角、宋城千古景区开了两家店,反响不错,这也会是明年的一个开店重点。我们希望将清补凉这种海南最草根的小吃,做成海南国际旅游岛的一张新名片。



## 热点聚焦

# “候鸟”齐聚天涯,如何挖掘商机?



在三亚过冬的候鸟老人,在三亚湾海边玩音乐。 本报记者 武威 通讯员 海清 摄

■ 本报记者 黄媛艳

北方气温逐渐走低,受雾霾天气影响,从2000年开始,来自哈尔滨、北京等地的老人,纷纷自发前往温暖如夏、空气清新的海南,享受长达4个月或6个月的“猫冬”生活。据不完全统计,每年我省“猫冬”的“候鸟”人数,就已达到40万之巨,其中又以三亚的“候鸟”居多。

### 银发市场潜力有待挖掘

虽然海南旅游业经过近年来的发展,在经济中所占的影响力越来越大,然而,随着产业同质化、业态过于陈旧等问题,海南旅游需要进一步的转型升级。然而,转型的方向在哪?转型可用的抓手在哪?

对于有着丰富“候鸟”资源的海南,尤其是三亚,养生养老产业显然成为可充分开拓的市场,而这也被国家一系列政策所支持。今年8月,国务院发布了我国指导旅游产业发展的最新纲领性文件——《关于促进旅游业改革发展的若干意见》,其中明确指出“针对老龄化社会的到来,提出系列措施大力发展老年旅游,不断开拓银发市场。”

### 营利性养老机构迎来机遇

“候鸟”来琼,摆在他们面前的第一个问题,就是解决住的问题。“租房难”是摆在很多“候鸟”面前的一道难题。房源价格较贵,能满足看病方便、生活购物方便、有健身活动场所、人气足等条件的房源不多,一些房源管理不规范等问题,长期困扰着“候鸟”人群。

言,安全风险太大。“一些‘候鸟’为省租金,往往到一些治安欠佳的城郊处租房,容易出现治安隐患。一些‘候鸟’独自一人租房,碰到意外时也难以及时求助。我们支持‘候鸟’集中养老模式,不仅便于管理,也能及时提供服务,支持养老地产的开发建设,鼓励房地产开发商建设营利性养老机构,满足‘候鸟’的市场需求。”三亚市老龄委主任曾丹丽说。

### 银发市场游养一体市场广

“‘候鸟’市场是今年我们关注的重点市场。”海南海之缘国际旅行社运行总监何雪涓透露。“候鸟”来到海南,不光是来享受海南的好空气和好景色,也希望对海南的地理、人文拥有更全面的了解。“我们与地产商合作,整合岛内闲置的房产资源,推出‘分时度假’产品,并引入‘候鸟’人群。”何雪涓透露,可以根据家庭情况,选择不同房型,平均下来每人每天80元的价格,“候鸟”老人还可以享受团队餐、养生餐等不同类型的餐饮服务,对行动不便的老人提供更加细心周到的服务。“‘候鸟’老人也有出行的需求,我们在制定针对这些人群的产品时,行程更为宽松,尽量减少旅途的劳累。”何雪涓透露。



游客在呀诺达景区湿地拍照留念。 本报记者 武威 通讯员 曹传佳 摄

## “机票+酒店”旅行模式兴起 海南旅游企业开发两日游市场

■ 本报记者 符玉润

“我是从网上购买机票和酒店套餐过来的,昨天晚上刚到。也就是趁着周末来三亚玩两天。”11月29日早上,来自深圳的游客徐丽在三亚湾的一家酒店用完早餐后,准备和朋友开始自己三亚两日游的第一天。随着人们旅游观念的转变,近几年,传统走马观花式的观光游正在逐渐向休闲度假深度游转型。而去年《旅游法》的出台,则加速了转型的进程。根据业界分析,由于去年《旅游法》正式实施后,取消了旅游购物和自费项目,将导致团队游报价上涨,这便大大缩小了团队游和自由行之间的价格差距,很多游客选择了“机票+酒店”的自由行或半自由行的旅游方式。

### 旅行社:提供个性化服务

随着在线旅游商的发展壮大,很多游客只要在电脑前点击鼠标就能完成“机票+酒店”的自由行订购,这一度对岛内众多以从事地接服务为主的旅行社形成了很大的冲击。然而,在经过了最初的转型阵痛后,如今很多旅行社已经开始在其中寻得新的商机。“很多游客虽然在网上购买了机票和酒店,但到了海南之后,由于对这个地方不够熟悉,还是需要通过旅行社的服务来完成自己的旅行行程的。”三亚一家旅行社工作人员告诉记者,很多初次来到海南的游客还是会选择在当地报一日游、两日游的旅游团。

推出新产品、新线路,应对散客化趋势,吸引以“机票+酒店”方式出行的游客选择自己的产品。有的旅行社抓住时机,针对选择“机票+酒店”的客人提供了住宿景区这一特色服务用以吸引客人。还有旅行社在寒暑假和周末推出了亲子游产品,以此吸引家庭游客。结合海南的东线高铁资源,一些旅行社推出了高铁一日游、两日游旅游套餐,为游客提供无缝对接的旅游服务。“私人定制”的高端一日游、两日游产品也成为如今很多旅行社吸引游客的“法宝”。“传统的走马观花式的旅游早已不能满足当今自由行、半自由行的游客需求,对这部分游客来说,他们希望的是一种更加深入的旅行体验,希望享受到更加贴心的旅游服务。”康泰国旅有关负责人表示。

### 酒店:提升服务迎合“酒窝”市场

为了吸引订购“机票+酒店”旅游产品的客人,海南的众多酒店也纷纷对自己的服务进行了升级,除了在酒店的养生、餐饮服务等方面进行改善和创新外,还针对许多家庭推出了亲子活动、夏令营活动等。寻求多方合作也是酒店应对新形势的一种营销手段。一些酒店选择与航空公司联手,整合双方资源通过电商进行营销。

中国国旅(海南)国际旅行社有限公司  
整合全球旅游资源·专享高品质服务  
台湾环岛八日游  
澳洲8天阳光之旅  
旅游热线0898-31978888 400-789-8888