

# 飞机上能吃地道山东美食

## 油旋、甜沫、糝汤下月有望摆上山航客机餐桌

本报济南5月30日讯(记者 廖雯颖) 继胶东大包本月摆上山航飞机餐桌广受好评后,油旋儿、甜沫、周村烧饼、糝汤等各具特色的齐鲁美食也将亮相万米高空,最快6月中旬,从济南、青岛出港的乘客就可以品尝到这些空中美食。

5月30日,山东航空在济南遥墙国际机场举行2013年度济南、青岛出港航班选餐会。选餐

会现场最吸引人眼球并最终脱颖而出的是山东特色美食,包括具有济南特色的油旋和甜沫、具有淄博特色的周村烧饼以及具有鲁西南特色的糝汤等,俨然一场小型的“齐鲁美食博览会”。

“最快6月中旬,这些特色美食就能出现在飞机餐桌上了。”山航客餐服务部经理刘孟传告诉记者,此前山航的飞机餐并没

有体现本土特色的食品菜肴。为了提高乘客餐食满意度,在收集汇总乘客意见建议后,山航开始了“航空齐鲁美食”的研发,并将突破口锁定具有胶东特色的大包子。在克服二次加热的技术难题后,今年5月1日开始,从济南、烟台、青岛乘坐航班的乘客在万米高空吃上了热乎乎香喷喷的胶东大包。

刘孟传说,山航下一步的计

划是把鲁菜送上飞机,为此他们将继续研究改进设备和工艺。“很多人不知道,飞机餐和地面上的食品要求和制作工艺有很多区别。”他介绍,选择餐食必须首先考虑安全、气味等综合因素。筛选达标后,还需要保证餐食在飞机上二次加热后能保持美味和品质。目前飞机上二次加热使用烤箱,为了不让胶东大包加热中出现裂皮、露馅等意外,

客舱服务部最后采用卷心菜叶包裹包子的方法进行加热,保证包子送到乘客口中味道仍然正宗、香醇。“受限于飞行时间,目前还无法向整个机舱的乘客提供胶东大包。”刘孟传向记者解释,这些山东特色美食目前尚属于在头等舱提供的特殊餐食,下一步他们将致力于改进加热设备和工艺,让更多的乘客在空中吃上齐鲁美食。

### 距离入库时间尚早、产量比去年增加

# 鲜蒜收购价同比跌了七成

本报记者 马辉 蓝娜娜

在产蒜大县济宁金乡,蒜田里的鲜蒜收购价每斤只有六七毛钱,低过种植成本。在青岛,批发市场鲜蒜价格集中在1.2元/斤至1.5元/斤,相比4月份每斤下跌两元多。业内人士分析,今年的蒜价不会一直停留在低点,但注定不会再大起大落了。

### 每斤成本1元 只能卖六七毛

走在济宁金乡周边的公路上,两边到处可见一派繁忙的大蒜收获景象。在金乡县金乡镇的新张楼村,蒜农张建印家有9亩蒜田,经过三天的忙碌,地里的蒜已经收了大半。“算来算去,如果按现在的市场价卖,肯定赔了。”张建印说,他光是蒜种、肥料和人工费,每亩地的成本就要2000多元钱,按照每亩收获2000斤来算,至少每斤鲜蒜卖到1元钱才能不赔本。

据金乡县农业局统计,2013

年新蒜开始收获后,由于距离入库时间尚早,产量比去年增加,市场需求不旺等因素,收购商不多,价格低迷。鲜蒜价格从1.3元/斤下降到0.7元至0.9元/斤,个别品种降到了0.5元/斤,已经低于种植的成本价,而去年价格最少也在2.7元至2.8元/斤。对大多数蒜商和蒜农来说,价格已经跌至谷底。

### 赔钱卖都少人买

### 不少蒜农选择囤货

“30日上午,市场约180车货量,收购积极性不高,成交不多……”这是30日金乡大蒜产业信

息协会向外部发布的一条信息。

30日下午,在位于金乡的山禄国际大蒜交易市场,前来交易鲜蒜的车辆明显比前几天多了,但是整体交易不是太积极。来自金乡县羊山镇的蒜商李女士售卖大蒜多年,来了一个多小时了,有不少问价的,但是给的价格都低于她的收购价。李女士告诉记者,往年她从地里收来一车蒜,一般到不了市场,半路就被其他蒜商截走了。

在青岛批发市场,记者调查发现,鲜蒜价格集中在1.2元/斤至1.5元/斤,相比4月份每斤也下跌两元多。考虑到鲜蒜利润低,不少蒜农大批囤货晒干,待秋冬季节再出售。



金乡蒜农在田间地头收获蒜。本报记者 张晓科 摄

# 家人总在你身边

## ——顾客感动年东风悦达起亚用心聆听消费者心声

编者按:2013年东风悦达起亚提出“顾客感动”,以像家人一样的贴心客户服务理念,真诚面对消费者。它不仅是一种理念,也是一个愿景,它将带给员工鞭策及助力,也将给予经销商鼓舞,还将形成一种家的氛围,与消费者携手,驶向更加精彩的汽车生活。

每个人心里,都有一个最温暖的地方,那承载着生命中绝美的美好与每一刻惊喜的瞬间,那就是家。那里,有我们最爱的家人,因为家人,生活变的鲜活而精彩,家人的时时刻刻牵挂,如春风化雨,让感动的种子在我们心间生根、发芽。这样一份感动,既能来自家人,也可以来自东风悦达起亚和其十年如一日对消费者的真心牵挂,作为中国主流的汽车厂商,东风悦达起亚基于消费者需求的企业传统,多年来竭诚服务消费者的专业态度,让他们收获了快速发展,也收获了消费者对家人般的信赖。

2012年,继服务年、品质年、品牌年之后,东风悦达起亚推出顾客感动年。在服务、品质、品牌等相继得到巩固之后,以更新面貌全面满足消费者需求。围绕“关爱有家”的服务口号,他们通过服务、品质、品牌的升级,始终围绕消费者左右,为其制造惊喜和感动。

### 用服务,创造家的氛围,即便海角天涯,也彼此牵挂

从事金融行业陈先生今年春节刚成为东风悦达起亚车主。在选择人生的第二台车时,陈先生选中了东风悦达起亚K5,从试驾4S店的第一刻起,就注定了他与K5的缘分。无论是明亮、清新的展厅环境,还是热情、周到的接待,都让人倍感亲切。在良好的氛围下,销售顾问不仅以专业的知识解答了陈先生的疑问,同时也在他的用车提出了建议,这让他在校车的时间内做出了试驾决定。在试驾专员的陪同下,陈先生与K5有了第一次美妙的邂逅。经过几次接触,他在两个星期后便带着提车款来到了4S店。在鲜花、礼炮的尊荣交车仪式后,便将K5接回了家。“这是一次非常愉快的购车经历,不过最让我惊喜的,还是企业为我们车主提供的优秀售后服务。”陈先生在购车9个月如此说道。这短短一段日子里,陈先生一路享受到了东风悦达起亚平安护航、尊享关爱、缤纷假日欢乐汇等一系列精彩活动,让他感受到,无论在哪儿,东风悦达起亚始终陪伴左右。

### 品质,是东风悦达起亚为每一位家人捍卫的纯净圣土

如果问新车主首先感受到的是企业的服务,那么,老车主最有体会的便是产品品质。家住上海市徐汇区的江先生从新购上市之后,便成为了其首批车主。多年来,新购可靠的品质,成为江先生最牵挂挂在口边的骄傲:“当初我跟我小舅子同时买的车,那時候我叫我舅子同时买的,他不干!这不,现在我这车开了三年了,毛病一点没有,他的车这坏那坏,还说我当时没劝住他……”虽是笑谈,但也可以看出,东风悦达起亚优秀的产品品质,已成为许多车主心中的自豪。今年,通过内部管理的优化以及工艺水平的提高,东风悦达起亚将再次完美产品品质,进一步巩固存在消费者心中的那份信赖。

### 心与心的沟通,一起享受精彩,共同成长

除了升级服务与品质外,东风悦达起亚通过坚持体育营销,开展众多公益、文化等活动,为消费者带去关于品牌的故事和精彩。今年年



初,第十期“起亚家园”大型公益活动与志愿者再次来到浙江平湖,为当地贫困居民提供房屋。看着房子落成后雪白的墙壁与敞亮的房间,满足的微笑洋溢在受助者的脸上。

无论是领先的服务还是优秀的品质,抑或精彩的营销活动,东风悦达起亚始终如家人般围绕消费者左右,为其提供便利、创造惊喜。凭借一颗真心,在顾客感动年,东风悦达起亚将携手消费者,描绘未来更加精彩的汽车生活!

### 企业发展方向

2009-2011年,以销售为中心。在该阶段内实现生产、销售产量的增长,进入行业前十。

2012-2013年,以顾客为中心。在这一市场转换期,提高顾客满意度,完成内在价值提升。

2014年以后,以社会为中心。追求产量的增长,完成品牌价值提升,跻身行业前五。

