



客户端·青岛观 客户端·观海新闻

青岛日报 聚焦

主编 赵波 美编 李飞 审读 沈寒冰 排版 张春梅

4月20日至24日，青岛相继在北京、榆林、西安举行文旅推介会，签署系列城际、企业合作协议，推动与京津冀和沿黄河流域城市的文旅交流合作。

文旅推介“走出去”，“热情青岛”人气拉满

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷

4月24日上午，由青岛市文化和旅游局、西安市文化和旅游局主办的“活力海洋之都、精彩宜人之城”2023沿着黄河遇见海·青岛文旅推介会在西安举行。副市长赵燕出席活动并致辞。

这是继4月20日在北京、4月22日在榆林成功举行文旅推介会后，青岛今年首轮对外文旅推介的最后一站。以成功举办2023山东省旅游发展大会为契机，青岛带着丰富的文旅资源和全新的文旅机遇奔赴北京、榆林、西安三城，发出“来自大海的邀约”，以最大热情和政策诚意，邀约文旅企业投资青岛共创未来。

眼下，距离“五一”假期仅有短短几天时间。在美团平台，全国住宿预订最热门的前二十个城市中，青岛、威海、济南、烟台四个山东城市上榜。携程数据显示，青岛“五一”近七成订单为长线游。在这个即将到来的假期，抢客大战一触即发。

“2023山东省旅游发展大会在青岛成功举办，主题鲜明、内容丰富、参与广泛，社会各界反响热烈，参会领导、嘉宾、媒体给予高度评价。全省上下形成大抓文旅、抓大文旅的良好发展氛围，为全省文旅发展前移‘起跑线’，跑出加速度奠定坚实基础。”24日，山东省政府新闻办举行的“数说山东看发展”系列新闻发布会，充分肯定了2023山东省旅游发展大会的带动效应。小麦岛、浮山湾的火爆人气，获全省点名表扬。

旅游城市“卷”起来，带来的将会是“爆棚”的影响力。尤其是伴随着长线游市场的恢复，各城市纷纷开展跨区域文旅推介活动。青岛此次“申请出战”，与北京、榆林、西安三市文旅主管部门和文旅企业、旅行商开展了深度对接和洽谈，成果丰硕，有效推动了青岛与京津冀和沿黄河流域城市的文旅交流合作，更是青岛推动“沿着黄河遇见海”成为“好客山东 好品山东”亮丽名片的率先行动。

这是一次旅游资源的推介，一次城市形象的宣传，更是一次发展后劲的积蓄。

风从海上来

24日上午，西安雨过天晴。青岛文旅推介会现场，握手、洽谈、交流、加微信……这场“沿着黄河遇见海”的相逢，让两地文旅企业期盼已久。

西安旅游集团总经理陆飞与青岛旅游集团总经理张海军相见如老友，他们用握手传递相见的热情和共赴旅游业发展的期待。

“青岛与西安在地理维度上基本相同，但景色大有不同。游客到西安看的是人文、历史，中华传统的文明；在青岛看的是开放、大海和更广阔的天地。此次与青岛旅游集团签约，我们将在产业互补和行业联合上互相助力，在做好传统行业领域的同时，在文旅数字化等新领域携手开拓。”陆飞说，与青岛旅游集团的合作，不仅希望在客源和产品上有所突破，更希望在项目方面互相支持和合作。

在项目签约环节，陆飞与张海军再一次握手，传递作为合作伙伴的信任和推动文旅产业发展的信心。

从台下面见的握手，到台上签约的握手，这是两地大型国有综合性旅游集团合作的里程碑，也是青岛与西安双城文旅合作的新篇章。

不仅在西安，北京、榆林等地的文旅企业和旅行商，都对青岛文旅推介会表现出了极高的热情。“旅游复苏以来，青岛确实是北京游客目的地中比较火爆的城市。通过今天的推介会，看到青岛推出了特别多的新产品，希望这些优质的资源能够融入我们的特色文旅定制服务中，与青岛有更深入的合作。”康辉集团产品运营事业部总监郭懿说。

成功举办省旅发大会后，青岛文旅通过“走出去”强化“引客入青”，密集安排三场文旅推介会，选择了北京、榆林、西安三个城市。这三个城市对于青岛旅游来说，都非常有代表意义。北京是传统的优势客源地市场，榆林是业务拓展的新市场，西安是目的地旅游优势市场。北京、榆林再到西安，作为今年青岛首轮对外推介，青岛市文化和旅游局对整体推介思路做了全新的设计。

老市场如何破局，新市场如何开拓，目的地如何转化为客源地？

“相比以往，此次活动在推荐品游青岛经典线路，向游客发出‘来自大海的邀约’，邀请游客‘沿着黄河遇见海’的同时，特别设置文化旅游招商推介环节，推介青岛滨海度假旅游、城市休闲旅游、影视产业、文旅融合新业态四大领域招商政策，并特别推介了在2023山东省旅游发展大会期间推出的邮轮旅游扶持政策，释放城市发展机遇，促进文旅消费，全力推动文化旅游产业高质量发展。”市文化和旅游局局长潘峰说。

诚意引客至

在青岛文旅推介会北京站的现场，北京媒体记者坦言，最近到北京开展文旅推介的城市实在是太多了。此次推介中，北京、西安本就是令人向往的目的地，青岛要获得这里的游客青睐，差异化的产品是一大关键。

青岛海派文化的活力、时尚、开放、浪漫，体现在欧陆风情浓郁的历史文化名城建筑群里，体现在世界最美海湾的海浪沙滩日出日落间，更体现

源驱动向创新驱动转变。青岛与北京、榆林、西安同为国家历史文化名城。无论是北京，还是榆林、西安，都有厚重的文化底蕴，都是讲故事的好手。

今年2月，首届中国非物质文化遗产保护年会在榆林举行，青岛高家糖球、青岛陈氏锯艺(宫廷技法)等非遗项目赴榆林参会。榆林老街上，“非遗大集”人气红火，烟火人间的治愈力让榆林的文化旅游业发展吸引了全国视野。早在多年前，榆林就明确将文化旅游产业作为促进经济发展方式转变、提高经济指数的先导产业。

青岛与西安同是各类文旅榜单上的常客，青岛海洋旅游优势突出，西安旅游演艺走在国内前列。在文旅政策的大力支持下，中国第一台仿古乐舞《仿唐乐舞》、每晚连演三场的《长恨歌》、深受游客喜爱的《西安千古情》，以及大唐不夜城的演艺等，虽还未到“五一”，却已是处处满座、排队、抢票的节奏。以旅游演艺为依托，西安文旅在今年提出打造10个夜经济聚集区，全年旅游总收入达到2400亿元以上，始终保持西安文旅居于全国第一方阵的目标。

随着旅游消费升级，更多的游客开始选择欣赏演艺。尤其是实景演艺所带来的冲击力，以及由此而来的口碑相传的口碑，是引爆旅游市场的重要催化剂。

这也是青岛文旅全新的突破口。对于青岛这个体量的旅游城市来说，一台旅游演艺不仅要作为旅游吸引物，更应当是城市文化传承表达的载体，成为青岛城市形象的重要一部分。

青岛旅游品质提升三年攻坚行动明确提出打造具有代表性的旅游演艺，丰富青岛旅游核心吸引物，填补旅游演艺市场空白。在2023山东省旅游发展大会开幕式上，唐岛湾文化中心项目签约，其中大型旅游演艺就是重要组成部分。

此时打造旅游演艺的青岛，显然不能仅仅停留在“演”的阶段。“演艺+”将在这里得到生动呈现，以“微游艺”+“实景秀”的形式呈现演艺场景，以全球首创室外超巨型环状机械舰队装置专利，设计打造颠覆性演艺舞台，运用全覆盖水循环系统、高空威亚、机械升降、全息光影、无人机等技术，打造现代化沉浸式演艺秀。项目将打造成为青岛第一个“沉浸式文旅综合体”，不仅拥有配套业态，更与周边的唐岛湾、西海美术馆、贝壳博物馆等实现区域优势集聚。

把最大的优势发挥到极致，关联领域便可借势造势。“弯道超车”的青岛，要把山海的文章做到极致，更要把创新做到极致。

释放新机遇

大抓文旅、抓大文旅。文化旅游业的发展，代表着一种供给能力、一种产业实力，更需要良好的营商环境。旅游业呼唤更多的主动创新，为城市发展创造崭新的机遇。

在青岛文旅推介会北京站会场不远，就是通惠河。垂柳依依，游人款款，满目的绿色怡人舒展，这里是大运河文化带的重要组成部分。大运河文化带、西山永定河文化带、长城文化带三大文化带被写入北京市城市规划，是北京国家历史文化名城保护格局中的重要支撑。

以文化带建设引领生态、绿色发展，以中轴线申遗保护引领老城复兴。建设全国文化中心的北京，不仅以文旅融合激活了旅游市场和旅游产业，更以文化推动“生态优先、绿色发展”，推动北京绿色高质量发展走在全国前列。

近年来，西安也通过深度融入“一带一路”建设，充分发挥国家中心城市的辐射带动作用，大力实施“文化+”“旅游+”战略，推进文化旅游与科技创新、文物保护、体育赛事等深度融合，城市影响力和知名度与日俱增。

北京、西安经验的一个重要启示是，文化旅游不仅应当是支柱产业，更必须与城市发展战略在实践层面上紧密相融。

特别设置的文化旅游招商推介环节，是对青岛城市机遇的一次集中释放，吸引了两地企业的高度关注。在北京站，歌华文化、小红书、观唐文化、恒信东方等文旅企业参会；在西安，陕旅、陕文投、袁家村等陕西文旅头部企业到场，并围绕已签约项目和潜在合作意向与青岛文旅部门、企业开展洽谈交流。

“以2023山东省旅游发展大会在青岛成功举办为契机，抢抓‘五一’假日文旅市场机遇，撬动国内外国际文旅市场强势复苏，市文化和旅游局组织了北京、榆林、西安三站的文旅推介活动。通过与三地文旅部门签约及互动，推动文旅交流互鉴和区域协调发展；邀请国内头部文旅企业参会洽谈，释放青岛城市发展的新机遇；为青岛企业与三地旅行社搭建起沟通桥梁，推动产品互通、客源互送。”市文化和旅游局局长潘峰介绍，下一步，市文化和旅游局将持续深化作风能力、优化营商环境，加快推进旅游品质全面提升、旅游服务持续优化、文化旅游深度融合，深入打造宜居宜业宜游的高品质湾区城市和重要的国际滨海旅游目的地。

旅游业的核心是人，人与人的链接，是旅行的最大价值所在。出真招、求实效，期待青岛发出的这份“来自大海的邀约”，能吸引更多海内外游客，与沿黄河流域城市携手唱响的“沿着黄河遇见海”，能奏响新的黄河文旅合唱，谱写旅游业高质量发展新篇章。



■青岛交响乐团在推介会上的现场演奏，尽显“音乐之岛”的浪漫风情。



■在西安举行的青岛文旅推介会现场。



■青岛文旅推介会北京站参会嘉宾拍摄推介内容。



■榆林推介环节上的陕北说书表演。



■青岛文创商品展吸引众人驻足。

在“睡在岛上，醒在海上”的沿海度假酒店、民宿集群中。

2023山东省旅游发展大会期间，从北京赴会的中国旅游研究院院长戴斌提到“社区尺度”的概念。“游客往往都是出游的居民，居民是归来的游客。”当戴斌看到在海边晨跑的青岛人时，作为游客的他感受到了关于美好生活的一种触动，因而他建议，要为游客融入青岛式生活创造更多条件。

在国内旅游中，便捷的交通网络给了游客“说走就走”的便利，很多人不再依赖于跟团游，也对这种“社区尺度”的出游服务有了更精细化的要求。尤其是在青岛与北京之间，最快3小时内即可快速通达的高铁，极大推动了客流互通。

此次对外推介，青岛就为三地游客带去了“地道”文旅生活推荐。时尚海滨一日游、休闲周末二日游、浪漫岛城三日游、深度体验五日游、畅享全城七日游，为游客串联经典文旅地标、时尚旅游体验和青岛啤酒屋等“岛上好生活”。

与此同时，作为智慧旅游建设成果的“云游青岛”小程序，则可以成为游客的小帮手，不仅有吃住行游购娱一站式服务，还可以领取文旅惠民优惠券。

对于新市场来说，文旅推介会的举办恰逢其时。中国国旅（青岛）有限公司总经理朱少康坦言：“‘榆林与青岛刚刚实现直航，对于客源互送来说，首先还是要做好文旅资源的推介，让两地游客对对方旅游资源有所认知。’

为了能够做好此次青岛文旅的对外推介，在市文化和旅游局的组织下，各区市文化和旅游局积极参与其中。不仅在三场推介会上根据不同资源优势登台推介，更齐心协力搭建起会场外的文创商品展，分类别展示了青岛各区市文化和旅游

局及重点企业的文创产品、非遗产品、旅游特色商品等，给到场嘉宾留下深刻印象。

互动搭平台

旅游的本质是流动，文明因交流互鉴而精彩。以“走出去”强化“引客入青”和高质量发展，青岛文旅推介会搭建起区域文旅交流合作的平台，也为青岛和各地旅游业发展提供了新视野、新思路、新平台。

青岛市文化和旅游局与西安市文化和旅游局、榆林市文化和旅游局分别签署了战略合作协议。充分发挥各自区位优势、资源优势和政策优势，进一步深化文化旅游协同发展，加强区域交流合作，实现文化旅游资源、产品、市场、信息、客源和利益共享，共同推动文旅高质量发展。在榆林站的推介中，还特别为榆林设置了推介环节。榆林市文化和旅游局对榆林旅游资源和“引客入榆”政策开展推介。

青岛市崂山风景名胜区管理局与北京京师天成旅游规划设计咨询有限公司、陕西国际旅行社有限责任公司分别签署协议；青岛旅游集团分别与康辉旅游集团（北京）、榆林市旅游投资发展有限公司、西安旅游集团建立了战略合作伙伴关系；康辉旅游集团（青岛）与陕西羊老大旅行社、中国国旅（青岛）与榆林卓越旅行社分别签约。

“通过这次推介，感受到国内旅游市场的复苏，也深切感受到三地人民的热情。借刚刚召开的2023山东省旅游发展大会东风，能够将崂山风景区得天独厚的山海优势、丰富的文旅资源推介出去，拓展国内市场，展示崂山良好形象，是一次珍贵难得的机会。”崂山风景名胜区管理局

文化市场处处长孙慧燕介绍，此次推介之行与北京京师天成旅游规划设计咨询有限公司签订了战略合作协议。签约之后，会继续做深做实优秀传统文化传承发展片区总体策划，提出未来一年具体计划、三至五年战略规划，携手为实现世界级旅游景区目标努力；与陕西国际旅行社签订了招引客源方面的合作协议，吸引更多游客前来打卡崂山。

通过推介会搭建起的平台，多家文旅企业表达了落户青岛、加深合作的意愿。

“我们目前和青岛的几个区市都有接洽。在文旅板块我们正在探索一种‘探城模式’，以数字技术助推文旅融合发展。青岛正在开展历史城区保护更新，怎么能让更多年轻人愿意来，需要从历史中挖掘文化的元素与叙事相结合，系统化调整城区消费，这将是一个突破口。”恒信东方创新部总经理李绍杰说。

“青岛呈现出活力之都的发展姿态，发展的速度、政府的服务和市场响应都非常快。目前我们在南京、上海、天津等城市都有布局，和市南区正在合作历史城区的项目。”观唐文化品牌策划部主管苏湘说。

与青岛合作三个项目的袁家村也受邀参会。袁家村对外合作拓展部主任徐阿兰坦言，青岛是一个非常重要的旅游板块，是袁家村品牌拓展的首选之地。碧柴院的历史城区保护更新项目、平面400亩的旅游度假区项目以及蓝色硅谷项目，将以青岛在地文化为依托，呈现出各自的特色。

创新讲故事

“十四五”时期，旅游业的高质量发展正从资