



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 金琳 审读 李斌 排版 张春梅

夏日海滨已然“喧嚣” 旅游旺季提前“抵青”

高端旅宿集群持续上新,海洋旅游多业融合,新推出多条特色主题旅游线路广受青睐

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷

夏日青岛好凉风。石老人冲浪、小麦岛看霞光、奥帆中心出海;太平角喝咖啡、八大关看建筑、团岛山露营……6月的青岛,一个个有特色、有滋味、有活力的切面,构成了海滨度假城市独特的夏日表情。快速攀升的夏季旅游市场,尽显时尚、浪漫、动感、活力的城市特质。

2023是青岛文旅资源、产业要素加速流动的一年。面对游客出游需求的快速释放,通过加快供给侧结构性改革,独具青岛特色的多元活力现代都市旅游体系,已然成为城市发展的重要引擎。



■玩沙,戏海,夏季的石老人海水浴场是市民游客最喜欢的景点之一。

青岛旅游旺季“提前”

今年以来,全市新增旅行社48家,总数达702家,比2019年增长36.6%



注册导游数量达11462人,比2019年增长54.6%



新获评国家甲级民宿1家、省级5星级民宿2家



■去老街区看老建筑,打卡拍照,是年轻人最喜欢的“游青”模式之一。



■“山东·青岛澳门周”的展演,让奥帆中心的旅游热度持续攀升。

本版摄影 王雷

海岸线上绽放度假活力

青岛817公里海岸线上,熟悉的风景区有着讲不完的新故事。在今年青岛旅游业复苏重振的过程中,住宿业的表现尤为抢眼。

“每次来青岛我都喜欢在海边晨跑,青岛人的生活日常让人羡慕。之前都是出差过来,这次特地赶在暑期高峰到来前错峰出游,带着父母在青岛住上几天。”北京游客杨女士说,在青岛众多旅游元素中,最吸引自己的就是日夜各有特色的海滨生活。

进入旅游业高质量发展的新阶段,人们的出游需求从注重观光向兼顾观光与休闲度假转变,一个自在放松和深度在地的品质假期,让更多游客在青岛慢下来、融进来。对于度假游客来说,一间好的酒店是行程体验的核心。高端旅宿集群的崛起和持续上新,让青岛旅游抢占先机。

夜幕降临,青岛海尔洲际酒店自助餐餐厅内,顾客一边品尝美食,一边欣赏灯光秀,感受着青岛都市生活的浪漫旖旎。青岛海尔洲际酒店市场传媒部总监刘瑾霖介绍,目前周五、周六经常是满房状态。“住店客人当中,除了商务客人,错峰出游的游客也很多,酒店会根据客人需求提供定制化服务,比如预订游艇出海和下午茶等。不少来自北京、上海的客人反馈,青岛是周末出游非常好的选择,不仅交通方便、气候舒适,亲海体验也好,饮食上除了海鲜还有各国美食。”刘瑾霖预测,随着中高考的结束,酒店将迎来客流高峰。

在西海岸新区,度假特色鲜明的青岛金沙滩希尔顿酒店,也随着旺季到来迎来客流持续增长。除了外地游客,商务会展、团建活动等的客人,同样对酒店入住率增长产生明显拉动。刚刚过去的周末,酒店入住率就迎来近期高峰。酒店工作人员透露,受益于文旅活动的拉动,目前不少游客已经开始预订端午假期的客房。为了更好满足客人度假需求,除了开展年中大促,酒店将在多元业态上创新呈现新产品,如早午茶、烧烤等。特别打造的天空酒廊,会在端午假期开放,为客人带来一站式度假体验。

近年来,青岛新创五星级酒店数量和新开高端酒店数量均实现“领跑”。6月10日,位于崂山区石老人海滨附近的青岛钓鱼台及美高梅酒店正式启幕。作为钓鱼台美高梅酒店集团打造的首个双品牌项目,居于崂山沿海最高楼宇内的双子酒店,进一步优化了青岛高端文旅布局 and 现代服务业配套能力。截至目前,全市五星级旅游饭店达到11家,高端旅游饭店已达30多家。

山海相依释放资源引力

“最近真的挺火的!这周我们推出了毕业季的活动,从6月9日开启毕业季船票预售,到6月13日已经卖出了2万张船票。”青岛海洋文旅产业集团有限公司开发部部长叶倩介绍,在各条海上旅游航线中,奥帆中心往返海底世界航线自开通以来持续保持超高人气。截至6月6日,已累计发船1645个航次,载客14.71万人,船票收入1344万元。目前,该航线单日接待游客量约3000人次左右,6月12日发船28个航次,13日当天,运力进一步加大,发船34个航次。预计本周末,游船接待游客量还将进一步攀升。

一直以来,海上旅游体验不够丰富是困扰青岛旅游的难题。随着全市旅游品质提升三年攻坚行动的推进,“海上观青岛”系列8条核心海上航线让青岛真正实现了“一程多站”式海上观光。感受“红瓦绿树、碧海蓝天”的奥帆中心往返海底世界航线,开往“海上仙山”的奥帆中心往返太清航线……今年

夏季,航线对客流的引导作用正进一步凸显。

海洋旅游产品的上新,带动正在创建国家5A级景区的青岛奥帆海洋文化旅游区成为“人气王”。尤其是在奥帆中心片区,“五一”假期总客流量达到37.2万人次;5月1日至6月11日,总客流量136.9万人次。今年上半年,单日最高客流量达到9.7万人次。

近期,青岛旅游集团还启动了对飞虎、摩托艇、水上飞人、尾波冲浪、桨板、皮划艇、动力冲浪板等水上项目的招商。在不久的将来,青岛海洋旅游将真正实现串珠成链、一票通城,积极多业融合,赋能产业转化。

暑期旺季高峰到来之前,青岛各旅游景区也都在加紧推出新产品。作为青岛唯一的国家5A级景区,崂山风景区一直以来都是很多青少年家庭毕业季的出游首选。景区提前谋划,深入调研,提早推出了适合暑期纵情山海的5条研学线路,同时还有青少年门票优惠好礼。高考之后的首个周末,很多考生第一时间到“海上名山第一”登山,图一个“独占鳌头”的好彩头,周末两天共接待游客近3万人次。

即将于今年揭开面纱的海岛旅游近日也传来最新消息。竹岔岛已完成整体设计规划,正积极对接知名文旅企业,开展项目业态招引,今年将基本具备基础接待功能;灵山岛已建设成为山东省康养旅游示范基地和省级旅游民宿集聚区,将海岛发展与住宿、康养、夜游等文旅多业态结合,开发环岛观光、海洋垂钓、生态研学等项目,大力发展海岛高端休闲旅游业;小管岛将扩建提升旅游码头,健全完善岛内旅游基础设施,适时开通常态化旅游航线。

传统与现代辉映时尚生活

需求的多元化,催生市场创新的品质化。随着旅游休闲成为城市的基本功能,在传统与现代的交织中,文化和旅游业的发展,正在为市民游客带来主客共享、近悦远来的美好生活。

渐入旅游旺季,在青岛啤酒博物馆,可以直观感受到客流的增长,周末时间,门票基本是售空状态。在这里喝一杯新鲜的青岛啤酒,感受青岛啤酒和青岛这座城市的历史,对于外地游客来说尤其有吸引力。青岛啤酒时尚文旅品牌推广经理金雨介绍,为了迎接旅游旺季,青岛啤酒博物馆首创夜游新模式,推出青岛首个多维沉浸式夜游《金色奇妙夜》。

“项目整场演绎以音乐剧为核心,以青岛啤酒博物馆实景场馆作为演出场景,利用声光电、墙体投影、虚拟现实技术等艺术科技手段,带领游客一起探寻梦幻的啤酒世界。”金雨介绍,夜经济是城市文旅消费的“新蓝海”,以工业旅游发展升级焕新为抓手,青岛啤酒博物馆紧紧抓住夜间经济、沉浸式体验、音乐剧等消费新模式,继剧游之后,重磅推出全新夜间项目,不断延伸啤酒文旅业态的辐射度。

在“毕业季”出游的热潮中,青岛啤酒博物馆和青岛极地海洋公园两大景区还联动推出夜游套票,成为岛城景区携手共赢的有益尝试。

畅游青岛,既能感受国家历史文化名城的丰厚底蕴,亦能品味国际化都市的现代律动。在传统与现代之间,尽显都市旅游的时尚魅力。

登临青岛云上海天,向西是红瓦绿树,向东是现代新城,日均千余人次的接待量,足见这里的人气。连日来,在“游世界最美海湾 悦享25℃文旅季”一系列文旅活动的带动下,越来越多的游客来到这里打卡。景区工作人员介绍,旺季到来,景区引入知名IP联合打造了持续三个月的“同你看星辰大

海”主题活动。近期,景区还将推出优惠年卡吸引游客。

“旅游+”拉动文旅消费扩容

在“时尚青岛”的多元镜像中,“旅游+”绽放着无限可能。今夏在青岛,“旅游+音乐”“旅游+赛事”“旅游+演艺”等不断孵化新型消费场景,持续催化消费市场“引爆点”,助力全域发展强信心、稳经济、促发展。一场场爆满的音乐节和球赛,正为青岛旅游带来全新的增长点。“很久没有和这么多人一起看球赛了,现场气氛特别热烈。我们酒店看到不少外地球迷入住。”市民杨女士说。在“齐鲁德比”和机场音乐节的加持下,城阳区一个周末涌入近9万名游客,辖区酒店基本住满,餐饮零售业营收较平时上涨约四成。复盛大酒店董事长周君庆介绍,酒店在举行音乐节的两天内营业额超过100万元,比平日营业额翻了一番,创下历史新高。

以旅游品质提升攻坚行动为契机,今年以来,青岛进一步加大了旅游业态创新培育力度,从微旅行、慢休闲、深度假等新需求出



■看啤酒历史,品青岛啤酒,青啤博物馆一直热度不减。

发,坚持以文塑旅、以旅彰文,围绕“旅游+研学”“旅游+露营”“旅游+影视”“旅游+康养”“旅游+非遗”“旅游+运动”等板块规划开发,推出更多特色主题旅游线路,吸引更多游客来青岛旅游观光、休闲度假。

以演艺为载体的文旅产品,是近年来旅游业发展中颇受关注的新场景。在青岛旅游产品体系中,演艺将成为一大亮色。按照计划,青岛将打造不少于30处庭院演艺,目前已经完成22处。除此之外,正在打造的两场大型演艺近期都有新进展。

在2023山东省旅游发展大会开幕式上签约的唐岛湾文化艺术中心项目,将打造以大海为幕的实景演出。该演艺以展现千年琅琊文化和青岛繁盛的商贸文化为题材,目前已经进入后期打磨阶段,预计9月与游客见面。此外,在奥帆中心海上宴会厅,还将打造一台室内大型旅游演艺。该演艺以中国航海史和青岛海洋文化为题材,目前正在开展脚本创作,最快2024年春节期间与游客见面。

下一步,市文化和旅游局将在持续开展业态和场景培育的基础上,以文旅活动将各文旅元素有机串联,陆续组织青岛海洋婚恋文化周系列营销活动、胶东海洋童玩季活动、第九届国际戏剧学院奖系列活动、“嗨游青岛悦享冬季”旅游惠民活动等。此外,通过编制旅游线路手册以及全新文旅地图,将青岛旅游线路、美食、酒店等各大主要板块囊括其中,直观形象地反映青岛旅游资源的空间分布,为市民和游客体验旅游线路、挖掘独特风景魅力提供实用攻略指引。

持续拓展市场广度品牌深度

在现代旅游业体系中,旅游业作为城市流量型经济的入口和服务型经济的引擎,所关注的流量指标,并非单一的“客流量”。一个优秀的旅游城市,应当具有鲜明的枢纽特质,对内带动区域资源信息交换,对外积极拓展和塑造合作优势。作为正在打造中的青岛都市圈文化旅游发展极的核心带动力量,青岛旅游业正积极为区域发展塑造新优势。

6月8日至12日,“山东·青岛澳门周”大型活动在青岛奥帆中心举办,成为青岛积极推动文旅交流的一个缩影。澳门旅游推介洽谈会现场,两地文旅企业面对面详细了解产品情况,最大限度减少“中间商”,为两地游客带去更实惠的旅游产品。“活动的举办推动了双方旅游界的交流,目前澳门航空一周4个航班往返两地,希望随着游客的增加,航班能够尽快达到每日一班,更加方便游客出行。”澳门航空股份有限公司青岛代表处执行总经理彭云凤说。

“酒香也怕巷子深”。对于青岛文旅来

说,如何让旅游体验更有文人气和人情味,让城市品牌形象更加具有感染力,是一直需要探索的课题。今年以来,青岛在全域范围内尽可能拓展文旅市场广度,也在城市IP培育、城市形象塑造、文旅品质蜕变、相关服务优化等方面增强文旅品牌深度。

今年以来,全市新增旅行社48家,总数达702家,比2019年增长36.6%;注册导游数量达11462人,比2019年增长54.6%;新获评国家甲级民宿1家、省级5星级民宿两家。全市101家A级景区持续提升旅游品质,景区标准化、智慧化、精细化水平显著提升;在机场、奥帆中心等重点区域已建设完成6处游客服务中心和8处旅游服务驿站,聚焦餐饮服务、住宿服务、交通运输、旅游市场、前海一线旅游秩序、海上旅游、餐饮食品卫生、旅游治安环境八大领域开展了集中整治,营造平稳和谐的市场氛围。

接下来,青岛将持续做好文旅宣传推介,赴沿黄流域开展“活力海洋之都、精彩宜人之城——沿着黄河遇见海”青岛文旅推介活动,全力开发黄河流域旅游市场,在银川设立“这里是青岛”西北旅游营销中心;做好长三角主要客源地宣传,开展“我把青岛送给你”旅游推广周等活动。策划举办“第四届胶东海洋童玩季”,组织胶东五市赴东北联合开展“一路向北,‘胶’傲出发”一体化宣传营销活动,推动胶东经济圈文旅一体化发展。

根据攻坚行动“一年初见成效、两年全面起势、三年大幅提升”的目标,一场旅游品质提升的持久耕耘,期待在这个夏天,由五湖四海的游客共同完成“点睛之笔”。