

《青岛市入境旅游发展提升行动方案》印发，围绕整合提升特色产品、精准开展宣传推介、畅通来青通道等五个方面发力，落实好61项工作任务清单——

丰富“旅游+”业态，青岛“圈粉”入境游客

□青岛日报/观海新闻首席记者 马晓婷

●今年1至4月份，青岛接待入境外籍游客16.45万人次，同比增长**38.7%**；“五一”期间接待入境外籍游客0.94万人次，同比增长**80.77%**

●今年1至4月份，青岛接待韩国游客10.56万人次，占入境游客总量比重达**64%**，同比增长**44.86%**



■“爱达·地中海”号停靠
在青岛国际邮轮母港。

五个方面提升“入境游”

整合提升特色产品

针对韩国游客，推出以“啤酒+”为主线的各类特色旅游产品；积极拓展日本、东南亚、港澳台等入境客源市场，推出海洋研学、温泉度假、乡村体验、啤酒美食等旅游产品；针对中东、欧美等远程市场，开发度假康养、文化体验等旅游产品，积极吸引高端邮轮访问青岛

精准开展宣传推介

依托青啤、海尔、海信等国际知名的青岛品牌，利用全球顶级赛事活动赞助商影响力，促进企业品牌与城市品牌有机共融；拓展青岛国际啤酒节等节庆活动品牌中的“国际元素”，推进国际文旅商贸深度融合；叫响“帆船之都”品牌、擦亮“跟着赛事去旅游”名片，增强入境游吸引力和经济活力

畅通来青通道

探索加密国际航班网络，着力形成“日韩畅达、亚洲畅通、洲际联通”的国际航线运营体系；强化机场、国际邮轮港、火车站与地铁、公交、出租车等城市公共交通系统及定制化巴士的接驳联动，做好地铁停运后晚班机的机场巴士交通保障

完善服务体系

聚焦通关效率、国际服务水平、国际通信服务、餐饮住宿服务、入境消费便利、旅行社接待能力、重点文旅场所接待能力、智慧旅游建设等方面织就全方位服务网络

加强要素保障

建立全市入境旅游发展提升工作协调机制，强化市区联动、部门协同；同时将统筹政策、资金支持入境旅游发展，积极引导社会力量加大资金投入，激励各类市场主体共同做大做强入境旅游市场

优化产品，营造差异体验

中国旅游研究院发布的《中国入境旅游发展报告 2024—2025》显示，随着入境旅游签证、支付、住宿等便利化政策红利的不断释放，入境旅游市场加快复苏。与此同时，潜在来华旅游需求水平持续提升，日益多元的市场趋势推动旅游供给向多元化发展。面对新的行业形势，在整合青岛资源优势的基础上，提升围绕滨海休闲、啤酒美食、邮轮旅游、非遗体验等特色的新业态、新场景产品，成为青岛挖掘入境旅游市场潜力的关键突破口。

市场调研显示，来自不同国家的旅客，对入境旅游产品的需求呈现多元化趋势。《方案》深化区域国别研究和游客需求调研，为来自不同区域的入境旅客备下文旅大餐：根据最大客源国韩国入境游客喜好，以“啤酒+”旅游产品开发为主线，融合美食、登山、购物、温泉、高尔夫等深受韩国游客喜爱的消费项目，精准推出各类特色旅游产品；积极拓展日本、东南亚、港澳台等入境客源市场，推出海洋研学、温泉度假、乡村体验、啤酒美食等旅游产品；针对中东、欧美等远程市场，开发度假康养、文化体验等旅游产品，积极吸引高端邮轮访问青岛。探索推出青岛辐射连接国内重点旅游城市的联程旅游线路，丰富串联省内重点旅游景区的中短途线路产品，丰富入境游客文旅体验。

在细分市场中，培育“旅游+”新业态，全链条打通“吃住行游购娱”服务体系成为重点。比如，依托海洋产业优势，重点面向日韩、东南亚、上合组织国家及港澳台地区推出国际研学旅游产品。依托青岛旅游资源多元化特色，推动入境旅游与乡村旅游、体育旅游、康养旅游、非遗体验等深度融合，打造一批适合入境游客的精品乡村旅游目的地。利用人工智能、增强现实、虚拟现实等技术开发沉浸式文化体验项目，打造青岛入境旅游城市IP。高水平打造浮山湾国际时尚高端商圈，提升中山路、台东、李村等商圈消费聚集能力，培育一批具有青岛城市特色的购物体验新地标。打造邮轮旅游精品，加强与国内外知名邮轮公司合作，丰富拓展始发港和访问港邮轮航线，打造“邮轮+亲子、研学、会奖、康养”等岸上主题旅游产品，开发适合邮轮入境游客的岸上旅游线路。

对于青岛文旅而言，要更为敏锐地捕捉市场变化，围绕产品开发创新再发力，丰富个性化、定制化旅游产品，进一步丰富提升历史文化街区游、海洋文化研学游、滨海休闲度假游等不同主题产品，让文化底蕴、现代风情与烟火气息深度交融。

激活市场，宣推精准触达

深度激活国际市场，全力提振入境旅游消费，离不开宣传推介的精准触达。如何在入境旅游这个大场景中讲好“青岛故事”？《方案》聚焦精准开展入境旅游宣传推介，线下线上推出一系列举措，通过持续性的互动和口碑传播提升传播势能，更好提升城市对外影响力，达到出圈破圈、消费引流的良好效果。

以品牌促品牌，成为富有青岛特色的国际文旅推介新模式。将依托青啤、海尔、海信等国际知名的青岛品牌，利用全球顶级赛事活动赞助商影响力，促进企业品牌与城市品牌有机共融。拓展青岛国际啤酒节等节庆活动品牌中的“国际元素”，组织本土文旅企业、机构参加各类国际文旅展会，推进国际文旅商贸深度融合，吸引外国文旅企业来青投资。叫响“帆船之都”品牌，将“帆船之都”品牌推介纳入全市外宣常态化推介体系，办好世界帆船锦标赛等国际帆船赛事活动。擦亮“跟着赛事去旅游”名片，大力招引具有国际影响力的赛事活动落户青岛，以赛促游，以赛兴城，增强入境游吸引力和经济活力。

其中，青岛国际啤酒节是吸引国际游客的重要平台。今年夏天，第35届青岛国际啤酒节将精准开展国内外宣推，成为青岛发展入境旅游、提振入境消费的重要载体。尤其是面向韩、日等重点国际客源市场以及相关国内城市，加大啤酒节宣推，讲好啤酒节故事，并协调相关会场，开展好“万名韩国游客啤酒节狂欢”。



■青岛
胶东国际机场入境旅
检现场人头
攒动。

悠闲落座于青岛啤酒博物馆音乐餐吧，加拿大游客丹尼尔·马尤金对手中的青岛啤酒赞不绝口。青岛之行，“啤酒+崂山茶”的双重魅力，让他成为青岛的“双料粉丝”。

入夜的青岛奥帆中心，韩国游客爱上“海上看青岛”。刚刚过去的“五一”假期，全市接待韩国游客0.72万人次，奥帆中心成为热门打卡地之一，乘船夜游浮山湾尤其受到韩国旅行团青睐。

从“China Travel”（中国游）到“China Shopping”（中国购），无处不在的国际文旅场景逐渐成为青岛的日常。今年1至4月份，全市接待入境外籍游客16.45万人次，同比增长38.7%；“五一”期间接待入境外籍游客0.94万人次，同比增长80.77%。

数据显示，入境旅游收入增加1%，能够拉动GDP增长0.51%。实现入境旅游高质量发展，不仅对于青岛加快建设国际滨海旅游目的地尤为关键，也是服务全市高水平对外开放的重要载体。近日，《青岛市入境旅游发展提升行动方案》（以下简称《方案》）印发，围绕“整合提升特色产品、精准开展宣传推介、畅通来青通道、完善服务体系、加强要素保障”五个方向发力，组织落实61项工作任务清单，全面提升入境游吸引力和竞争力。

创新宣传方式，实施旅游精准营销，青岛正探索新模式。线上，青岛文旅将完善国内外宣传推介媒体矩阵，加强与小红书、抖音等中文平台及Facebook、X、Instagram、TikTok、YouTube等国际社交平台合作，重点面向日韩等国家加大宣传力度，发挥Visit Qingdao品牌作用。鼓励国际媒体创作团队落户青岛，吸引全球创作者参与青岛文旅内容建设，利用微短剧、短视频、音乐等形式，制作投放一批高质量国际宣传作品，做好海外城市品牌传播工作；线下，加强营销推介，充分用好各类驻外机构、境外友好城市等渠道，加强与国际旅行商、酒店集团、航空公司合作，赴重点客源地和新兴市场举办主题路演和文旅推介，拓展宣传营销途径。邀请外国驻华大使、外籍网络红人、在华留学生、境外旅行社等来青采风。

在入境旅游市场探索中，青岛通过线上精准触达、线下深度互动、国际品牌共建的多元探索，逐步确立入境旅游发展的新优势。

入境友好，完善服务体系

识别并解决外国游客在旅行过程中遇到的堵点和痛点，对于入境旅游发展至关重要。在免签范围不断扩大的利好下，国际化服务水平、交通通达度、支付便利化等成为入境旅客选择国内旅游目的地时的重要考虑，亦是青岛持续完善入境旅游服务体系，打造入境游客友好型城市环境的着力点。

从细节入手，青岛的“温馨服务”已然被入境游客感知。在语言方面，前期，由市交通、文旅部门牵头，机场、火车站、国际邮轮港、地铁、公交及景区、酒店、文博场所等重点窗口单位增设韩语日语标



■外籍
旅客在青岛
感受非遗文
化魅力。
王雷摄

识；在青岛地铁增加韩语日语播报提示系统。加大培养韩语导游专业人才，解决韩语持证导游不足问题，加强韩语导游志愿者等培训，补充导游力量。在重点酒店、景区点等探索配备智能机器人，提供外文翻译、游客导引等服务。在支付方面，由人民银行青岛市分行牵头，会同市商务、交通、文旅等相关职能部门持续提升入境旅游支付便利化水平，按照“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”原则，进一步完善餐饮店、商铺、景区、地铁、出租车的入境游客便利化服务。借鉴上海等城市经验，还将推动开通“青岛Pass”旅游一卡通。

《方案》还对全面畅通入境游客来青通道和持续完善入境旅游服务体系作出进一步部署。在探索加密国际航班网络方面，着力形成“日韩畅达、亚洲畅通、洲际联通”的国际航线运营体系。对于游客关注的交通通达服务水平方面，将强化机场、国际邮轮港、火车站与地铁、公交、出租车等城市公共交通系统及定制化巴士的接驳联动，做好地铁停运后晚班机的机场巴士交通保障。

完善入境旅游服务体系方面，聚焦通关效率、国际服务水平、国际通信服务、餐饮住宿服务、入境消费便利、旅行社接待能力、重点文旅场所接待能力、智慧旅游建设等方面织就了全方位的服务网络。

在餐饮住宿服务领域，《方案》倡导文旅企业根据日韩、东南亚、中东等客源地区游客文化习惯，提升餐饮供给、房间布局等接待水平。提出探索优化精品民宿等在线登记流程，为入境游客登记入住提供便捷服务。大力培育具有国际化水准的酒店、餐饮和青岛特色美食小吃，招引国际精品饭店、酒店品牌落户青岛。为提振入境旅游市场信心，对引进入境游客200人以上且在青住宿1夜以上的旅行社，《方案》明确按入境游客人数给予每人每天最高10元奖励。加强与国际航空公司、酒店集团合作，争取包机或团队住宿优惠，开发线上预订系统，利用TripAdvisor等入境游客喜爱的在线旅行平台推广服务。

突出“啤酒+”特色 文旅场景

打造韩国游客 来华旅游第一站

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷

本报5月14日讯 随着跨境免签等便利措施的推出，越来越多韩国游客走出国门来到青岛，推动韩国成为青岛最大入境客源国。今年1月至4月，青岛接待韩国游客10.56万人次，占接待入境游客总量的64%，同比增长44.86%。近日，青岛出台《韩国入境旅游市场提升工作方案》，打造韩国游客来华旅游第一站，进一步提升青岛国际滨海旅游目的地影响力。

《韩国入境旅游市场提升工作方案》以“啤酒+”特色旅游产品开发为主线，从“优化产品供给、加强宣传推广、提升服务保障”三个方面提出31项具体举措，开发以啤酒文化为特色的主题游产品，策划“百名韩国达人@Qingdao”等活动，在交通枢纽及景区、酒店等重点窗口单位增设韩语标识，推动青岛入境旅游工作提质增效。

一系列文旅主题活动将紧锣密鼓展开。围绕“啤酒+美食”“啤酒+音乐”“啤酒+文创”等主题，策划推出“哈啤酒Style看青岛”“韩式料理+青岛海鲜”等特色主题产品，推出“周末去青岛”“哈啤酒 吃蛤蜊”“青岛 不只有啤酒”等主题宣传口号，打造面向韩国市场主题形象；依托青啤集团海内外资源及旗下各业态，策划“周末啤酒节·韩潮派对”等系列主题营销活动；文旅部门还将会同市贸促会在啤酒节期间策划推出“万名韩国游客啤酒节狂欢”活动；策划“百名韩国达人@Qingdao”活动，邀请韩国旅行商、网红达人等分批次来青采风创作，利用粉丝效应宣传引流；在韩国商圈举办“青岛啤酒+旅游”路演，开展旅游主题营销；探索拍摄创作微短剧和综艺节目，在韩国媒体宣传推广；在国际社交平台开设青岛旅游韩语账号，以小切口宣传青岛，打造外宣媒体矩阵；在国内媒体平台加强宣传造势，营造青岛作为韩国来华旅游第一站氛围。

下一步，青岛将在重点抓好韩国入境市场基础上，推出面向日本、德国、上合国家及欧美等远程客源市场的开拓新举措，不断开辟新的国际（地区）航线，持续提升入境便利化水平，推动青岛入境旅游高质量发展，为全市高水平对外开放贡献文旅力量。



■青岛
机场工作人
员为外籍旅
客提供咨询
服务。