

暑期文旅消费季，青岛连台好戏

- 下半年将举办超 1000 场滨海旅游主题消费活动
- 7月将发放住宿、景区等文体娱消费券 1000 万元

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷



■众多市民游客乘船“海上看青岛”。

仲夏的青岛，海风徐来，碧波荡漾，活力涌动。

6月30日，随着2025年全国暑期文化和旅游消费季在青岛拉开序幕和2025胶东海洋童玩季的开启，这座充满魅力的海滨城市，再一次以多元汇聚的文化体验，活力迸发的消费场景，创新优质的文旅产品，向海内外游客发出畅游山海之美，尽享文旅之乐的邀约。

文化和旅游是服务消费的重要领域，是拉动内需促进增长的重要动力，也是满足人民群众美好生活需要的重要途径。近年来，青岛凭借一系列创新举措，深度挖掘海洋文旅资源，全力打造滨海旅游消费热点城市，为全国文旅消费市场汇聚着新动能。以全国暑期文旅消费季为起点，下半年，青岛将举办超1000场滨海旅游主题消费活动，全力打造国际消费中心城市，加快迈向国际滨海旅游目的地。

启动暑期文旅消费季

6月30日，2025年全国暑期文化和旅游消费季主场活动在青岛举办，拉开全国暑期文化和旅游消费季的序幕。

以“文旅惠民乐民 共享美好生活”为主题，文化和旅游部将于7月至8月举办2025年全国暑期文化和旅游消费季。主场活动上，文化和旅游部产业发展司协调有关机构推出一系列消费促进活动和惠民措施。作为活动举办地，山东省将举办超4000场文旅促消费活动，青岛市将围绕演出、景区、住宿、美食、出行等推出一系列特色文旅活动和优惠措施。

消费季期间，全国各地将举办超4300项约3.9万场文旅促消费活动，发放超5.7亿元消费补贴，进一步加大消费惠民力度。

同日，2025胶东海洋童玩季在青岛国际会议中心启幕。

2025胶东海洋童玩季以“畅游齐鲁 QING 凉一夏”为主题，构建“1+6+10+10”活动框架：“1”场启动仪式为主线引领暑期消费热潮；“6”项举措涵盖景区、住宿、美食、夜经济、文娱、商超消费领

域；“10”条暑期精品旅游路线；“10”区市区分会场活动，营造全民参与、百花齐放的消费氛围。

胶东海洋童玩季是由青岛发起，联合烟台、潍坊、威海、日照共同打造的首个亲子文旅节会品牌，自2020年创立以来，共同打造了“蓝色童年”等多个经典IP，推出50余条特色线路，吸引超2亿游客畅游胶东。

打造消费增长新引擎

结合2025年全国暑期文化和旅游消费季主场活动的举办，“相约时尚青岛”展览打开了一扇展示青岛文旅新场景、新业态、新模式的窗口，“奇趣海洋+”青岛研学旅游展、非物质文化遗产产文创展等特色展区，尽显青岛文旅的创新活力。其中，为了让大家更直观地感受青岛研学旅游的魅力，“奇趣海洋+”研学展在青岛国际会议中心前广场精心设置8个展位，精选了13个单位参展，吸引了众多市民游客参与互动。

中国科学院海洋研究所的展位前，现场体验操作水下机器人，让不少小游客兴奋不已。依托一系列顶级科研资源，中国科学院海洋研究所科技教育基地开展特色海洋科普项目，带来一系列特色课程，目前预约团队已经排期至7月底，其中不少是来自北京、上海等地的研学团队。

青岛极地海洋公园的展位前，吸引了不少游客拍照留念。青岛极地是集动物展演、科普保育于一体的国家4A级景区、全国科普教育基地、省级中小学生研学基地。工作人员介绍，这里不仅有海洋研学课，还有特色的“夜宿极地”项目，可以夜宿海洋馆身临其境近距离观察极地海洋动物生活，每年夜宿产品接待人次可达3000人左右。

围绕海洋特色，青岛正着力打造具有国际影响力的文旅IP。在研学领域，以打造“海洋研学旅游首选目的地”为目标，引导海洋科研院所、院校等优质资源向研学业态集聚，全市从事研学旅游的市场主体超过1000家。研学旅游已成为

文旅融合发展的重要新业态，也是促文旅消费的重要着力点。

2025胶东海洋童玩季，是青岛联动烟台、潍坊、威海、日照共同打造的又一夏日文旅盛宴。启动仪式现场，用对话演绎的方式创新推介了胶东五市旅游资源，紧扣夏季消费热点，围绕“毕业+旅游”“亲子+旅游”等业态，发布了本年度十大童玩季主题旅游产品路线，这场跨越山海的盛夏之约，不仅架起了胶东五市文旅协同发展的桥梁，更在胶东半岛勾勒出文旅深度融合的新图景。

童玩季活动期间，青岛市文化和旅游局还将联动青岛各区市推出清凉夏日、童趣夏天、文艺夏季、璀璨夏夜四大主题系列170余项文旅促消费活动；结合毕业季、啤酒节等暑期消费特点，推出“GO青岛·消消乐”186项促消费举措，覆盖文旅热门消费场景。在“嗨玩”景区促消费举措方面，综合全市旅游景点景区推出暑期优惠活动；在“嗨享”住宿促消费举措方面，串联全市限上住宿企业，打造主题房型，如毕业主题房、亲子主题房；在“嗨味”美食促消费举措方面，以10区市区餐饮企业、老字号、特色美食为重点，组织美食集市等形式多样的主题活动；在“嗨夜”夜间经济促消费举措方面，联合台东夜市、李村夜市等一批重点夜间经济集聚区，打造系列夜购、夜娱、夜秀主题活动；在“嗨趣”文娱促消费举措方面，聚焦体育赛事、音乐演出、节庆、毕业旅行、亲子游玩等，联动青岛庭院艺术节、戏剧学院奖等文旅活动；在“嗨购”商超促消费举措方面，组织全市各大商超配合文旅消费季，推出夏季新品折扣、满减立减、买一送一、亲子活动等优惠。

释放消费市场新活力

今年以来，青岛市奏响滨海消费“四季歌”，重点打造了“一月一主题”文旅促消费活动品牌。7月将以“来青岛，与世界干杯”为主题，围绕上合组织成员国艺术节、青年歌会，青岛国际啤酒节，孙燕姿、周传雄演唱会，“缪斯的花冠—阿尔

丰斯·穆夏的繁花诗篇”展览，青岛时尚体育节等重点活动，推出系列文旅促消费措施。同时联动市体育局，发放住宿、景区、演出、电影、体育等文体娱消费券1000万元，进一步满足游客多元化消费需求。

夏日的奥帆中心，客船、帆船、游艇、摩托艇等穿梭于海面，“海上看青岛”作为来青必体验的文旅产品，尽显青岛文旅消费的活力。在这背后，离不开青岛深耕文旅融合，培育文旅产业发展的全方位努力。

去年以来，青岛新建、提升旅游码头2个，推动全市63家海上客运企业、214艘船舶开展联合运营，完善“一程多站”式海上旅游线路格局，打造了“夜游浮山湾”“橘子海”等海上航线，推出公交、地铁、游船“一票通”产品，持续擦亮“海上看青岛”品牌。此外，在邮轮旅游方面，连续12届举办国际邮轮产业大会，打造青岛—仁川—全北多母港邮轮航线。以邮轮为桥梁，全面拓展与内陆兄弟城市的文旅合作，持续打造“沿着黄河遇见海 登上邮轮观世界”品牌。

在文旅项目方面，青岛上新了极地海上摩天轮、东方伊甸园、“奇幻海世界”元宇宙乐园等亲海、亲水文旅新场景，丰富消费内容供给，满足游客多元需求；在文旅场景方面，创新推出《寻梦沧海》《海上青岛》2部大型旅游演艺，2024年吸引游客30万人次，营收超3000万元；在文旅融合方面，持续打造“海誓山盟”海洋婚恋旅游品牌，今年4月，联动华表开展明星送祝福，20对新人举办集体婚礼，推出10条婚恋旅游主题线路。

作为全国首批文化和旅游消费示范城市，青岛逐步探索大力提振消费和促进文化旅游业发展的创新路径。近两年，青岛市先后出台《促进文旅深度融合推动旅游业高质量发展若干措施》《关于加快建设旅游强市的意见》等政策文件。尤其是今年3月，出台了《青岛市促进文化和旅游消费行动计划》，实施“拓展海上旅游场景”等八大行动，打造了一批海洋旅游消费新场景、新产品、新亮点。

制造，水力一体化监测装置研发制造，滴灌带生产设备研发、制造，水处理产品开发设计，海水淡化处理，污水处理及再生利用等各领域，涉及农业节水增效、工业节水减排、城镇节水降损、非常规水开源增量，形成了较为完整的节水产业体系，有力地支撑了青岛市国家节水型城市建设。如青岛三利集团生产的水泵和电机，突破多年来泵机领域高端市场被国外品牌垄断的局面，最新研制的智能双驱高频变调速颠覆传统概念，为世界首创。

在产业链群培育重点工程中，《规划》提出强化特色优势产业链条，青岛将在非常规水领域发力，发展海水淡化工程建设和管理产业链条，打造青岛百发海水淡化综合利用科技园，在全省沿海地区谋划和推进一批海水淡化重点项目。

持续优化营商环境，畅通政企沟通渠道，创新推出“12+N”政企恳谈会，场景资源现场对接会等举措，举办12场区委区政府主要领导顶格协调的系列“一对一”“一对多”政企恳谈活动，N场各部门、街道主导的行业主题专题对接会。同时，依托“锋领驿站”营商环境会客厅、金企会客厅等常态化政企交流平台，今年以来举办场景对接、主题讲座等各类惠企赋能活动共50余场，惠及700余家企业，构建起助企高质量发展生态体系。

透过『苏超』，我们能学到什么

鞠培霞

已进入第五轮的“苏超”，风头不减，一路出圈一路歌，为各地城市讲好“文旅体融合”故事上了一堂生动的实践课。

城市形象塑造未必总要“高大上”。传统城市营销惯用宏大叙事，优美风景、GDP排名等是主要宣传元素。但这些标准动作，已很难引发年轻人的“共鸣”。走红的“苏超”反其道而行之，官方亲自下场，将“我说你听”改为“全网玩梗”。年轻人积极参与，各种“梗”创意无限：结合本地文化元素，如南京盐水鸭、无锡水蜜桃等，用自嘲的方式、幽默的语言，巧妙化解了传统表述带来的距离感，使原本抽象的城市形象变得鲜活可亲，收获了广泛的共鸣和意想不到的效果。这种放下身段，挖掘城市独特基因打造城市IP的做法，为城市形象推广提供了范例。

协同是城市发展的最优方案。赛场上，积极“对抗”；赛场下，深度合作。“苏超”将城市协同的核心要义——“竞合”诠释得淋漓尽致。“苏超”本身，也是协作的产物。赛事期间，13座城市在交通支持、消费引导上相互配合。而赛事之外，江苏更是打破行政区划概念，按照创新链、产业链、供应链布局合作。比如，被网友自嘲笔画已经剩下不多的常州，有理想汽车整车生产厂，而它的供应链条遍布常州的周边区域，仅零部件采购的一级供应商就有32家在常州，另有112家在江苏省内的其他城市。再比如，苏州、无锡的集成电路产业规模都很大，但又各自侧重设计和制造环

节；苏州和南京在人工智能领域都有布局，但在算法研究和工业场景应用方面又有差异。当然，全国各地情况不同，不能全盘照抄“江苏经验”，但也不妨结合本地实际，学习借鉴一下江苏人在赛场内外的深度“协作”。毕竟，实践已经证明，只有各方力量协同配合、放大组合效应，才能更好化优势为效能、变潜力为实力。

要“引流”，更要会“转化”。当下，流量已经成为资源要素之一，在经济社会发展中有着独特作用。但认识到流量的价值，只是城市抓住新机遇的开始，只有将流量转化成实际行动，才是流量经济变“持续经济”的关键。“苏超”无疑是互联网时代流量经济的新案例，由互联网“造梗”“玩梗”的线上流量转化为线下经济。自第三轮常州邀请扬州市民免费游园后，江苏各地纷纷跟进仿效，从政府部门到各行各业，在打“感情牌”的同时，巧用免费体验策略，完成了流量向实体经济的成功转化，实现了流量经济链条的闭环。这说明，面对泼天“流量”，被动等待只能错失良机，只有主动营销，有针对性地提高城市曝光度和竞争力，才能在发展赛道中占据有利地位。同时，还可以有效利用大数据手段，了解游客需求，收集和分析“流量”之下的各类数据，为未来的精准营销提供底层支撑。

“苏超”的成功不是偶然，只有研究清楚其背后的故事逻辑，才能在终端响鸣时，成为留在赛场上的最后赢家。

青报快评

第三轮中央生态环境保护督察在山东

市领导对中央第三生态环境保护督察组交办信访问题进行督导检查

□青岛日报/观海新闻记者 本报6月30日讯 6月27日至30日，副市长解宏劲分别到崂山区、城阳区、即墨区、莱西市、平度市、西海岸新区、胶州市，实地督导检查中央第三生态环境保护督察组交办信访件整改落实情况，推动解决群众身边的生态环境问题。

6月27日，解宏劲现场督导中央生态环境保护督察组交办重点信访件办理情况。在崂山区王哥庄街道黄山社区、城阳区青岛明焱工程技术有限公司与青岛中正苑元能科技有限公司实地察看环境违法举报问题，详细了解问题成因。他强调要坚持“当下改”与“长久立”相结合，以督察整改为契机，健全完善工作机制，防止问题反弹回潮，确保各项措施落实到位。

6月28日，解宏劲先后来到即墨区大信街道西孙唐庄村、灵山街道梁家疃村，莱西市水集街道永昌因特玻璃有限公司、平度市旧店镇旧店金矿、新河镇青岛海湾新材料科技有限公司，现场督导中央生态环境保护督察组交办信访件办理情况。他强调，要

吴帅 贾臻 坚决扛牢生态文明建设政治责任，科学精准制定整改方案和措施，对反馈问题实行清单化、台账化管理，严格问题整改验收销号，确保整改工作有序开展、取得实效。要以问题整改为契机，把解决当前问题与长远问题紧密结合起来，坚持举一反三、标本兼治，以实际行动守护好绿水青山。

6月30日，解宏劲先后到西海岸新区、胶州市现场督导中央生态环境保护督察组交办重点信访件办理情况。现场察看西海岸新区珠海街道望里村原址东侧垃圾回填问题，他强调要对信访事项据实调查、紧盯不放，依法依规深挖彻查，对问题绝不回避、绝不推诿，保障问题整改落实到位，坚决守住生态保护红线。现场察看群众反映的胶州市青岛佳华辰安机动车检测有限公司尾气检测造假问题，他强调企业要扛牢主体责任，合法合规经营，不断提升服务质量，相关责任单位要进一步压实责任链条，持续强化监督检查力度，督促企业严格落实生态环保要求，严守生态底线。

中央生态环境保护督察群众信访举报交办和边督边改情况(第二十五批)

□青岛日报/观海新闻记者 本报6月30日讯 截至6月30日，中央第三生态环境保护督察组交办我市第二十五批30件信访件，已办结17件，阶段性办结10件，未办结3件。其中，责令整改1家。根据督察要求，现予以公开。

吴帅 具体办理情况详见青岛政务网(www.qingdao.gov.cn)。



扫码查看
办理情况

2025 青岛市市直机关五人制足球赛闭幕

□青报全媒体记者 高静文 本报6月30日讯 28日下午，2025年青岛市市直机关五人制足球赛在青岛国信体育中心五人制足球场落下帷幕。青岛市公安局问鼎机关组冠军宝座，山东港口青岛港集团斩获特邀组桂冠。市委宣传部、市纪委监委机关分获机关组亚军和季军，青岛农商银行、日照银行青岛分行则成为特邀组的亚军和季军。

本次赛事历经3个多月，以创新赛制汇聚64支劲旅、1000余名运动员同场竞技，规模再创历届新高。自首届举办至今，青岛市市直机关五人制足球赛已成为机关文化建设的闪亮名片，更搭建起政企“亲清共融”的交流平台。258场比赛里，“团结协作、永不言弃”的体育精神也沉淀为机关干部们砥砺前行的不竭动力。

一场小型现场对接会，何以实现“五方共赢”

市南区用好场景资源助力企业“增客户、扩订单、拓市场”

企业平台开发需求。”日前，在市南区举办的场景资源现场对接会上，青岛益德宝母婴护理中心负责人陈成楠现场表达诉求。

对接会上，青岛美迪康数字工程有限公司作为一家深耕医疗信息化领域21年的省瞪羚企业，技术实力雄厚，在人工智能与医疗技术融合方面取得一定成果，青岛益德宝母婴专护中心现场与其达成定制化医疗信息系统开发合作意向。青岛青成数字科技有限公司致力于智能机器人研发，迫切需要拓展产品应

用场景，现场与其他企业深入交流后发现，有2家企业存在相关产品需求，随即与其达成采购意向。此外，在金融服务方面，市南区摸排到3家企业有融资需求，现场联动2家银行机构为企业介绍金融产品服务，最终3家企业均达成授信意向。至此，一场小小的场景资源现场对接会实现了3家企业、2家银行“互为场景、互为客户”的“五方共赢”，助力企业“增客户、扩订单、拓市场”。

近年来，市南区聚焦企业发展需求，

优化营商环境 青岛在行动

□青岛日报/观海新闻记者 曹森 本报6月30日讯 “如今，客户的个性化需求日益增加，企业亟需进行数字化改造，借力信息化系统提升服务水平，但目前市场上大多数信息技术服务商不了解医疗康养细分领域相关业务，无法精准匹配