

## “樱桃之乡 甜蜜相约”青岛2023樱桃节暨第二十八届北宅樱桃节闭幕

## 28天待客165.9万人 收入10.02亿元

/ 发布 /

## 全市首个绿色数字经济助力乡村振兴项目签约

为保障节会顺利举办,确保实现“安全、秩序、效益、文明”相统一的办节目标,北宅街道充分借助科技力量,重点打造了“爱上北宅慢悠游”小程序,推出“樱桃节”主题板块,将街道的各类旅游业态及配套服务一并展示并进行广泛推广,取得了明显成效。

小程序中的“品樱电子地图”成为游客樱桃节期间采摘、出行的便捷工具。地图中,不仅包含了各个村(社区)樱桃园的介绍、地址、电话等信息,还开发了导航功能,让游客一图在手,出行无忧。

打造数字人推广大使“小樱”,24小时在线向游客介绍每日樱桃成熟度信息、樱桃节免费接驳车信息、文艺演出信息、道路调流信息以及各类樱桃节宣传报道,极大地拓展了小程序的服务功能。

活动现场,北宅街道办事处、青岛市林业调查规划设计院、佰业绿色科技(青岛)有限公司三方签署合作协议,正式推出青岛市首个绿色数字经济助力乡村振兴项目——北宅街道森林碳汇项目。

北宅街道地处崂山东北部,辖区共有36个村(社区),其中30个是农村村庄,因为受到景区和自然保护区规划、崂山水库水源保护地等诸多限制,不能从事工业生产、经营。北宅街道积极践行“绿水青山就是金山银山”的理念,此次森林碳汇项目就是将林业生态价值转换成经济价值助力乡村振兴的创新之举。

项目由北宅街道对辖区的集体和个人所有的森林资源进行数据统计,由青岛市林业调查规划设计院对北宅街道辖区内的森林进行碳汇量测算和计量,由佰业绿色科技(青岛)有限公司在青碳行平台进行碳汇交易,所有购碳资金全额进入售碳集体和村民的账户。

/ 看点 /

## 2023北宅露营季暨百果采摘季启动

6月2日,2023北宅露营季暨百果采摘季正式启动,诚邀广大市民共赴北宅山野,开启夏日美好时光。近年来,北宅街道引进了露营地、民宿、咖啡等新业态,构建起较为完善的休闲旅游场景。此次露营季将持续到10月份,活动期间还将推出系列主题活动。

一顶帐篷,三五知己,在北宅,有果香四溢,有烧烤、咖啡、露营地,更适合亲朋好友一起游玩。樱桃节过后,北宅的蓝莓、杏、桃等水果陆续成熟,市民来到这里,在体验露营、咖啡、民宿等业态之外,还能持续品尝北宅各种美味的特色水果。

今年以来,北宅街道多次在全市农村人居环境整治提升考核中名列前茅,探索走出了一条农村人居环境整治提升新路子。目前,北宅已成为村里人乐享、城里人向往的宜居宜游之地,为实现全域旅游高质量发展和乡村全面振兴奠定坚实基础。本版撰稿 观海新闻/青岛早报记者 陈勇 通讯员 徐乐 姜崇涛 摄影 观海新闻/青岛早报首席记者 孙启磊



2023北宅露营季暨百果采摘季启动。

北宅街道各露营地樱桃节闭幕现场展示。

6月2日,“樱桃之乡 甜蜜相约”青岛2023樱桃节暨第二十八届北宅樱桃节闭幕仪式在北宅街道野生派露营地举行。短短28天,青岛2023樱桃节暨第二十八届北宅樱桃节吸引游客165.9万人。除了人数创下历史新高外,本届北宅樱桃节旅游收入也创下历史纪录,拉动直接经济收入10.02亿元。

当天,2023北宅露营季暨百果采摘季活动正式启动。同时,北宅街道办事处、青岛市林业调查规划设计院、佰业绿色科技(青岛)有限公司三方签署合作协议,正式推出青岛市首个绿色数字经济助力乡村振兴项目——北宅街道森林碳汇项目。

创新运营  
樱桃节成青岛节庆“最美IP”

樱桃是北宅的特色产业,樱桃节也是北宅的一块“金字招牌”。自1996年举办首届樱桃节以来,历经20多年的樱桃节如何推陈出新?怎样让樱桃为北宅街道发展更好地赋能?这成了摆在北宅街道面前的首要课题。为此,北宅街道党工委集思广益、多次碰撞、开拓思路,最终确定了“以樱桃为媒,带动北宅全域旅游发展”的办节理念。

为确保本届樱桃节办出特色、办出品牌、办出品质、办出精彩,用小樱桃做好乡村振兴的大文章,北宅街道成立由党工委副书记王立园亲自担任总指挥的工作专班,提早谋划、精心部署,多方嫁接资源,通过“樱桃+”的方式,打造了大型山间实景沉浸式演出、状元樱桃宴、云端樱桃节、驶往甜蜜的列车、“樱桃仙子”评选等一系列创意满满的活动,让整个节会精彩纷呈,亮点不断。

樱桃节一启幕,“北宅樱桃”便成功C位出道。北宅街道凭借精心策划的一系列创意满满的活动和全方位立体化的宣推,本届樱桃节开幕便频频出圈,成为岛城节庆“最美IP”,让北宅迅速成为当下最热旅游目的地。

据统计,樱桃节期间,北宅街道共接待游客165.9万人,创下北宅樱桃节办节以来的最高纪录。本届北宅樱桃节拉动直接收入10.02亿元,其中樱桃收入达到6.85亿元,百姓收入实现翻番,旅游业态收入达到3.17亿元,有效促进了富民增收。

北宅街道文体旅游中心负责人王雅娟介绍,借助系列创新举措,到北宅游玩的参节人员实现了精准引流,实现了对樱桃园的全面带动,巨大的客流量和销售量也激发了果农的积极性,采摘更加及时,并且带动了相关产

业的同频共振。“据统计,北宅街道的樱桃树保有量已达到54.6万余株。”

文化引流  
“北宅樱桃节”不单是采摘

去年,北宅街道组织开展了“宅在北宅”大型文旅资源探访活动,对北宅石岭子以北30个村的文化资源及樱桃的相关文化进行了深入挖掘,为本届樱桃节各类活动的开展提供了强有力的文化支撑。北宅悠久的历史文化和樱桃在中华几千年历史文化中的尊贵地位和流传积淀,为本届樱桃节提供了高度的文化自信和强大的创新活力。

“五一”期间,在大崂樱桃谷推出了大型山间实景沉浸式演出《樱桃红了》,为樱桃节举办造势预热,这也是青岛市首次举办大型山间实景演出。演出结合樱桃在汉唐的尊崇地位,以崂山的山景为舞台,“碧油千片漏红珠”的樱桃林为布景,用唐风的形式演绎崂山的优美壮丽、北宅的田园风光和北宅人的幸福生活,也开启了本届樱桃节的“国风之旅”。

樱桃节开幕式当天,北宅街道还首次推出“状元樱桃宴”。“樱桃宴”作为新科进士宴会的雅称,起源于唐僖宗乾符四年。在宋代,樱桃宴仍旧代表高中金榜,代表新科进士的意气风发。“樱桃宴”的风俗,直到明清犹存。为充分提升北宅樱桃的文化内涵,让传统文化为樱桃节赋能,北宅街道联合青岛酒店管理学院的北宅樱桃为底色,复原唐代“樱桃酪”,并将樱桃与当地时令食材结合,精心制作了20多道珍馐美饌,创新推出了“状元樱桃宴”。樱桃宴一经推出,便因菜品精良、寓意美好,受到了广大游客的一致好评,北宅街道授牌7家樱桃宴制作单位每天都是预约爆满。

一系列以樱桃为主题的精彩文化

活动不仅极大地丰富了樱桃节的内涵,提升了游客的体验感和参与度,还将话题度拉满,在朋友圈等社交渠道广泛传播。以“樱桃仙子”评选为例,该活动网络投票数超过10万,网络点击量达到33万次,不仅成功引发了一轮话题和热度,还使得活动决赛地慕武石村成为新的网红打卡地。

品牌创新  
“北宅樱桃”成城市伴手礼

北宅是“中国樱桃之乡”,“北宅樱桃”是国家地理标志产品,但长久以来,因为樱桃储存难、运输难,北宅樱桃更多的是为青岛本地人熟知。如何让北宅樱桃走出青岛,走向全国,打响“北宅樱桃”的品牌知名度,成为本届樱桃节的主攻方向。

为此,北宅街道联合青岛航空、青岛机场集团,首次推出“云端樱桃节”。在旅途中,青岛航空的空乘人员不仅进行北宅樱桃的宣推,还向旅客们发放北宅樱桃品鉴券,乘坐青岛航空的旅客下飞机后,凭券即可免费领取北宅樱桃园直送的新鲜樱桃。

同时,在胶东国际机场出发大厅,北宅街道专门设立了“北宅好品”展区,展示北宅文旅业态,销售北宅樱桃。自展区设立以来,每日销售樱桃近千斤,北宅樱桃真正实现了“一天内从树梢到全国各地甚至海外的历史性跨越”。

“云端樱桃节”的举办,不仅让来青岛的旅客一下飞机就能够品尝到北宅樱桃,乘飞机离青的旅客也能够将这一份青岛初夏的甜蜜带给自己的亲朋好友,“北宅樱桃”成为了众多旅客返回时必备的城市伴手礼。除了“云端樱桃节”,北宅街道还与国潮养生茶饮品牌“荷田水铺”推出了联名款饮品“红了樱桃”,收获了一众年轻消费者的关注。

与“青碳行”推出的北宅樱桃节IP数字藏品“大北 小宅”,更是让“北宅樱桃”走进“元宇宙”,展示了樱桃节科技潮流的一面,让“北宅樱桃”这个品牌更加生动,更加时尚。