

从新业态到新常态,从新场景到新消费

旅游“新供给”激发区域经济新活力

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷

“三面葱郁碧海,一山高下尽红楼。”8月末,一场秋雨过后,海天一色,绿意深叠,渐有新凉递好秋。以整座城市的山、海、城、湾为幕,城市、生活与文化的融合共生,在旅游经济的活力释放中演绎得淋漓尽致。

自去年10月启动青岛市旅游品质提升三年攻坚行动以来,青岛文旅产业发展开启了由量到质的转变。经过不足一年时间的蜕变,如今在青岛,每一个区域都有自己的特色,每一个区域都有自己的名片。家门口的“诗与远方”,成为拉动区域经济发展的新引擎。

“颜值”更是“产值”

历史城区内,年轻人正用一种很“新”的方式打开青岛——以城市作为最大的场景,主打松弛感、体验感的全新休闲度假模式——City Walk在今年呈现席卷之势。用不一样的视角探索城市,流连于“时光变迁”,穿行于“人间烟火”,既“打卡”也“刷卡”,由年轻人带动的文旅新消费,为区域文旅供给带来了新思路。

“山东省旅游发展大会和上街区、大鲍岛街区的营造及宣传带动,今年让历史城区从‘五一’就开启了客流高峰。”中山路上,一家销售文创商品的店铺负责人说。聚力推进历史城区保护更新,坚持以新业态、新场景释放老城区新活力,三江里、太行里、四方路、海泊路、高密路等重点片区实现开街运营,先后引入餐饮美食、精品住宿、文化体验、创意零售、休闲娱乐等新潮业态210家,运营面积达9.7万平方米。

更多的文旅活动,正深入城市肌理,唤醒城市细胞。

市南区以“旅游+”深挖历史城区潜力,中山路区域游客人数刷新历史峰值,“第二届上街区·啤酒节”期间,日接待游客超30万人次,增长350%,商户营收增长230%,住宿业订单量同比增长52%。中山路1102家商户总营收4546万元,总体呈现出人流消费阶梯式增长、停留时间逐渐拉长、夜间消费稳步增长的发展趋势。

市北区推动大鲍岛文化休闲街区成功入选第二批省级旅游休闲街区,成为“可逛、可玩、可夜游”的时尚文旅新地标。登州路啤酒街焕新开街,打造青啤博物馆《金色奇妙夜》创意演出,街区活力氛围明显提升。上半年,大鲍岛文化休闲街区、台东步行街、登州路啤酒街等热门街区累计客流量超过6200万人次。

城市名片“活”起来

电影之都、音乐之岛、博物馆之城……作为



■历史城区内,年轻人正用“新”的方式打开青岛。 王雷 摄

国家历史文化名城和中国首批优秀旅游城市,青岛拥有诸多广受认可的城市名片。在旅游品质提升的持续耕耘下,这些名片一张张“活”起来以动态呈现。

今年,青岛成功举办凤凰音乐节、艾可什机场音乐节等爆款音乐节,累计线下引流超20万人次,让“音乐之岛”成为一张靓丽的城市“有声名片”,带动文旅经济创新发展。

在西海岸新区,青岛凤凰音乐节带动消费1500万元,金沙滩啤酒城成功创建国家级旅游休闲街区,旅游品质再获“国字号”荣誉肯定。推出全国首个海洋元素虚实共生元宇宙场景,改造升级濰汪步行街、金沙滩海鲜街、金凤凰赤海露营地,“大文旅”环境提升工程有序推进。

城阳区创新“音乐+旅游”,盘活流亭机场资源,举办国内首个机场音乐节,全区71家限上住

宿业酒店全部住满,周边餐饮零售营业收入上涨40%。7月14日,文化和旅游部举办音乐节专题座谈会,全国共有五个区市参加经验交流,城阳区代表青岛市发言。

互动式、体验式文旅场景的打造,更为游客带来身临其境的沉浸式体验,极大丰富了旅游供给,带动了旅游市场的火热。

李沧区积极打造新型互动娱乐文旅新景点,充分利用世博园景区等文旅资源,着力打造有内涵、有影响力的城市生态主题公园和旅游集散地。与此同时,打造工业旅游新IP,推进国棉六厂文化遗产项目活化利用,推动工业旅游突破升级。

即墨区着力推进“旅游+”深度创新融合,提升品质化、体验式发展水平。即墨古城打造古装情景剧《春晖难报》《清丈福民》,上半年累计演

出30余场次。举办梅谷赏花·仙境海岸露营大会、蓝谷半程马拉松赛、春天音乐会等活动,通过赛事节会催生旅游动能,激发经济活力。

产业脉动“链接”一流生态

元宇宙公园、复星地中海俱乐部等重大文旅项目开工建设,青岛市博物馆二期、崂山文化展示中心加快推进,极地海洋世界二期(360°球幕剧院)、太清码头、大河东客服中心改造全面完工……今年以来,崂山区狠抓大项目攻坚,积蓄旅游发展动能,让旅游发展既有律动的滨海岸线,更有丰富的项目内容承载。

放眼青岛全域,文旅产业实践正逐步向纵深推进。

正在全国播映的动画片《节气小精灵》,以生动活泼的形式将“二十四节气”的传统文化知识画面化、具象化,融入山东、青岛城市地标和文化元素,上线后好评如潮,24小时内话题阅读量达到了2.9亿。打通文旅全产业链,平度“二十四节气”城市超级IP项目以平度“二十四节气”文化为核心制作城市IP动画,打造融主题乐园、IP衍生开发、IP城市美陈于一体的城市超级IP。

随着上合之珠国际博览中心、胶东国际文化客厅等大项目的顺利建成,胶州市的文旅产业发展有了新的承载。创新举办上合之珠·潮趣生活节、洋河樱桃花节、上合之珠·群众演唱会等活动。依托青岛·上合之珠国际博览中心,举办多主题的商文旅活动70余场次。

在莱西,“店埠航空科技职业学院&鲜多多农场”整合创建4A级旅游景区工作已经启动;北汽博物馆通过省文物局备案,成为青岛市首家以汽车为主题的非国有博物馆;河崖村、水集街道正努力创建省级乡村旅游重点村,省级精品文旅强镇;全长31公里的湖滨路被评为“最美骑行路”。

一子落,满盘活。下好旅游品质提升先手棋,推动旅游业高质量发展,描绘宜居宜业宜游高品质湾区城市的美好蓝图,打开“活力海洋之都、精彩宜人之城”的无限可能。

购物车街区点燃潮流之夜 青岛奥帆海洋文化旅游区“上新”

本报讯 入夜,近期刚刚开街的“奥帆LIFE·MOSHOP移动购物车街区”热闹非凡。电小提琴、街舞、乐队带来的精彩演出,吸睛的表演与酷炫的光影彼此碰撞,让整个街区都沉醉在美妙的音乐世界里。众多市民游客拍照打卡,现场人潮涌动。

奥帆LIFE·MOSHOP移动购物车街区项目是奥帆海洋文化旅游区发展的重点项目之一,共打造40辆餐车,街区以MOSHOP移动商业装置为载体,一车一景,一车一品牌,聚集众多美食、饮品等业态,不仅有本地美食,还网罗国内外众多“网红美味”,成为以“夜食、夜购、夜游、夜娱、夜赏”为特色,集观光游憩、文化休闲、特色餐饮、购物娱乐为一体的特色文化旅游休闲项目。

街区突出创意创新,追求时尚潮流,培育新业态,制造旅游的新亮点和燃爆点,有力提升了年轻群体及亲子家庭等目标客群的复游率。青岛旅游集团将持续为市民游客的消费娱乐提供新选择,进一步激活商圈新动能。

(马晓婷 孙怡)

青岛新增10处 市级文保单位

本报讯 近日,《青岛市人民政府关于公布第十一批市级文物保护单位的通知》公开发布,我市新增10处市级文物保护单位。

此次公布的10处市级文物保护单位中,有古遗址2处,为胶州古城墙及护城河、吴家村南遗址;古建筑1处,为刘氏祠堂;石窟寺及石刻1处,为姚保营造石屋;近现代重要史迹及代表性建筑6处,为青岛春和楼、青岛三江会馆旧址、青岛广东会馆旧址、青岛商会旧址、毕委哈旧宅、解文卿烈士故居。

(马晓婷)

“百千万”三大赛青岛赛区决出优胜者

青岛全民健身再掀高潮

本报讯 近日,山东省第十五届“百千万(百县篮球、千乡乒乓球、万人象棋)”三大赛青岛赛区比赛陆续结束,各项比赛的优胜者将代表青岛参加山东省总决赛。

篮球比赛决赛在城阳区众星体育馆进行。比赛分为“三对三”和“三分王”投篮大赛两个项目,来自10个区市的代表队共70人参赛。崂山区、市南区和西海岸新区代表队获得“三对三”比赛前三名,市北区代表队的王庭诚荣获“三分王”。

乒乓球比赛决赛在胶州市阳光大厦举行。比赛设团体和个人赛项目,60多位棋手从近千名参赛者中脱颖而出进入决赛。即墨区体育中心、胶州市教育和体育局、市北教体局分获团体前三名,迟信德、于江中、褚栋松位列个人赛三甲。

本届“百千万”三大赛青岛赛区比赛,由市体育总会主办,市体育事业发展中心和各区市体育部门承办。

(张羽)

百名泳者畅游汇泉湾 青岛市公开水域游泳公开赛举行

本报讯 日前,2023年青岛市全民健身日系列活动之公开水域游泳公开赛在第一海水浴场举行,近百名泳者畅游汇泉湾。

与室内泳池比赛相比,公开水域游泳由于风浪、海水流速、清晰度、水温等差异大,变化大,对人的综合能力要求更高,却也因其亲近大自然的禀赋,受到诸多游泳爱好者的青睐。

青岛开展公开水域游泳有着得天独厚的自然条件和群众基础,从2008年起,曾多次组织举办横渡汇泉湾的相关赛事活动。本次比赛全程直线距离2公里,设有成人组、大师组、U系列(青少年组)三大组,七个竞赛组别。本次比赛明确要求参赛者需具备单程游泳距离超过1000米以上的体能和技能水准,经常参加游泳和公开水域游泳训练,比赛中必须佩戴规定的安全浮球从出发区域出发,按照大会指定的路线游向终点等。

本次比赛由体育局、市体育总会主办,市体育事业发展中心、青岛勇进游泳俱乐部承办。

(张羽)

“同青岛 共荣耀” 海牛球迷打造中超“魔鬼主场” 我的“青春”,我做主!

□青岛日报/观海新闻记者 许诺

北看台打造“魔鬼主场”

一座能够容纳五万人的专业足球场——青春足球场,已经成为青岛球迷的圣地。在这里,青岛海牛队这支中国足球职业联赛的先行者,与不离不弃的青岛球迷,完成了“十年之约”。“同青岛,共荣耀”的理念,深入到每一个青岛足球人的心中;“为青岛而战”,是他们发自内心的呐喊。

也许是中超公司有所为,时隔10年重返中超的青岛海牛,在联赛第三轮、自己的第一个主场迎来了北京国安。10年前,当时的青岛中能在工体0:1不敌北京国安,惨遭降级,并开启了自己“四年三降”的黑暗时刻。

24865名现场观众,见证了海牛队在青春球场的首秀。而正是在他们的助威声中,海牛队3:1战胜国安实现复仇。如此完美的开门红,也让青岛主场的上座率一路飙升。第二个主场迎战卫冕冠军武汉三镇队,33582名观众再创上座新高。此外,在齐鲁德比战中,虽然官方统计入场人数为29127人,但实际入场观众远超4万。即便是周中工作日的比赛,海牛主场与上海海港队比赛还是吸引了26537名观众入场观赛。

青岛足球重返国内顶级联赛,球迷的热情被点燃。联赛开赛前,青岛的海啸、北看台TFPU和青年人三家球迷协会达成共识,共同在青春足球场北侧看台(B12-B15区域)为海牛队呐喊助威。以海啸球迷协会为例,他们分为旗帜组、布展组、鼓动组和品宣组四个小组,有的负责唱歌和助威,有的负责敲鼓呐喊,有的负责布置助威的旗帜和横幅。

“这么好的球场,这么棒的球迷,让球队充满斗志。”海牛队主帅安东尼奥不止一次地表示,“这是我第一次加盟青岛队,球迷的热情出乎我的预料。”今年从上海海港加盟海牛队的张卫颇有感触:“球队胜利时,他们毫不吝惜自己的掌声;球队落败时,他们更多的是鼓励。我们每一个海牛队队员,都为拥有这样的主场、这样的球迷而感到自豪。”

截至中超联赛第24轮,海牛队以23分位居第13位,其中20分是在主场拿到。青春足球场,无论是在上座率还是球迷互动效果,已成为今年联赛中数得上的“魔鬼主场”。

青岛足球底蕴得彰显

刘鹏,青岛海啸球迷协会的会长。作为海牛队的忠实拥趸,他一直伴随着球队身边。“我们珍惜中超联赛这个平台,希望通过它向全国球迷来展示青岛这座足球城的底蕴。”刘鹏这样说。

经过10年等待,重回中超联赛的



■球迷是海牛队最坚实的后盾。 王雷 摄

青岛球迷变得更加理智——“赢了一起狂,输了一起扛”,他们成了海牛队的坚实后盾。“主场输给申花队,我们挺沮丧,但在谢场时听到球迷高喊‘抬起头来,继续战斗’时,我们非常感动。正是因为有了他们的支持,我们回到中超。即便球队现在遇到一点困难,我们也有信心去克服。”老队长长沙一博说。

除了呐喊助威,青岛球迷在看台文化的打造方面也是动了脑筋。对阵武汉三镇,球迷打出了“向英雄城市武汉致敬”的横幅;对阵齐鲁德比,“泰山云虽高,不如东海涛”这样的巨幅海报成为亮点;对阵上海申花,北看台的青岛海啸球迷拉出了巨幅TIFO,缅怀离世的申花老球迷张阿姨;与成都蓉城队比赛时,青岛球迷打出巨幅海报,向抗洪救灾的逆行者们致敬……即便是远赴客场,海牛远征军整齐划一的呐喊声也曾征服主场球迷。

“我们希望通过这些方式表达青岛球迷的友好,展现青岛这座足球城的底蕴。在把青春足球场打造一个更有文化氛围的‘魔鬼主场’的同时,结交更多志同道合的球迷,一起为中国足球加油。”刘鹏说。

足球城焕发新活力

“希望球迷能买一张球票,到现场为海牛队加油助威,为青岛这座足球城呐喊。”赛季初,俱乐部总经理张冬在展望新赛季时曾这样表示。在国内足坛“金