

“有故事”，还要会“讲故事”

——青岛旅游景区行业一线观察

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷



■青岛啤酒博物馆创新推出了一批沉浸式、创新型、年轻化的产品，收获游客“点赞”。



■翻新后的劈柴院按照“修旧如初”等原则，进一步融入历史文化元素。 本栏摄影 王雷

青报观察

“重启”的旅行

如果外地朋友邀请你做青岛旅游攻略，你会把哪些景区写在名单上？

是作为城市会客厅的青岛奥帆中心，还是登高望远的崂山风景区？是集聚海洋元素的青岛极地海洋公园，还是激情四溢的青岛方特梦幻王国？是有着“亚洲第一滩”美誉的金沙滩，还是堪称工业旅游标杆的青岛啤酒博物馆？

此时此刻，将目光投向“旅游”这个特定场景时，人们发现，无论度假模式如何转变，作为旅游业的核心要素，旅游景区始终是出游的基础支撑——它们既有景观的价值，更有人文的底蕴，无论收费还是公益，都是最核心的旅游资源呈现。

当前，行业普遍面临游客接待量与营业收入增幅背离的困境。在旅游业重新洗牌和加速转型的大局中，如何从“卖方市场”转变为“买方市场”，从观光游转向观光、休闲、度假并重，实现“门票经济”转向“产业经济”？

这是旅游景区“再出发”必须接受的挑战。在青岛，一些景区正在积极实践，向市场抛出抢滩的“回路石”。

讲好故事，场景效益最大化

10月，劈柴院完成初步“焕新”，露出“归来”的冰山一角。

劈柴院是极具市井气的老青岛地标。换句话讲，这里“有故事”。

当下，文旅业迈入深度融合高质量发展的新阶段，“会讲故事”的旅游景区，不仅是客流和消费的“磁场”，更能身兼“城市名片”之任，成为一种无形的城市软实力。

是否“会讲故事”？这或将是劈柴院能否完成蝶变的一个核定标准。

从今年全国火热的旅游市场看，上海迪士尼度假区、北京环球度假区、广州长隆度假区表现不俗，尤其是上海迪士尼度假区线上线下皆是一片“红火”。

青岛游客刘女士对上海迪士尼度假区印象深刻，其中最触动她的是度假区场景营造和故事讲述的能力。“乐园中，每一位工作人员时刻投入于扮演的角色，每一个园区细节都在向游客传递：‘今天是最美好的一天。’”游客的细微感受折射出的是“好景区”的一个基层逻辑。

“从项目内核来看，迪士尼的游乐设施和一些国内品牌乐园并无太大区别，但整体感受迥然不同。‘最美好的一天’的细微感受看似‘无为’却是‘有心’，而这正是它的与众不同，也是它无论是在哪个国家都会有强烈市场回应的原因所在。”岛城一名资深旅游从业者表示，对于传统旅游景区而言，借鉴这些“无中生有”的经验，以高密度叠加的“场景”和“细节”来讲故事，恰恰是适应市场新需求的重要挑战。

中国旅游协会副会长、顶度集团有限公司董事长陈向宏曾这样定义传统景区与现代景区的区别：“传统景区依靠单项消费，如电瓶车、缆车、酒店、餐厅、购物点；现代景区强调的是情景消费或场景消费。传统景区以单项观光方式为主，是一种单向被动的接受；现代景区更强调的是一种互动沉浸式的体验。”

至于怎么才算是一个“好景区”？陈向宏认为，一个标准是景区的复游率，再一个是盈利能力。

显然，“让更多游客深度体验游，而不是匆匆而过”已是好景区的一个衡量标尺。

“好景区各有各的表达，但投资经营者在规划建设之初，就应该清楚在后疫情时代，旅游景区及旅游产品必须走内涵发展之路，更加重视景区核心竞争力，提高人均消费，这是景区内涵发展重要的质量指标。”陈向宏说，“爱上一个地方，不仅仅是爱上一个景区，而且是爱上这个景区所传达出来的、积极向上的、能够感染人的这种思想氛围，简而言之，要实现场

景效益最大化。满足细分市场的需求，是新一代景区避免同质化的关键。”

在这种“场景效益最大化”的语境之下，有着120余年历史的劈柴院要“归来”，必然要呈现出在地文化的流动感。

那么，在“归来”的旅程中，它又将如何实现市场激活和满足市民期待？从目前初露端倪的端倪看，劈柴院正在形成自己的“归来”路径。以文化脉络为线索的在地挖掘。作为历史城区保护更新的重点，该项目从2022年下半年启动时，就已确定“修旧如初”等原则，通过保护修缮、美陈设计等，进一步融入历史文化元素和文化创意、时尚潮流、时尚演艺。

以运营模式为载体的商业焕发。在统一运营、统一管理模式下，劈柴院将构建“业主+商户+投资+运营”的灵活参与机制，不仅让市民和游客能够在这里拥有多层次的体验，也将实现劈柴院IP和各商户特色IP的跨界赋能。

业内人士认为，劈柴院“归来”的最大利好是老城区文化旅游功能的整体提升。虽然劈柴院达到流量高峰的目标仍需时间，但在历史城区保护更新的推动下，“焕新”升级的劈柴院也有了全新的可能。

“乌镇来过，未曾离开。”这是刘若英代言乌镇的一句广告语。有组数据为证：乌镇年游客量的千万人次中，80%是散客，而80%中的40%是多次游客，40%中又有70%的游客是选择住宿的客人。可见，乌镇被赞“活着的千年古镇”并非虚名，那么，何为“活着”？就是“会讲故事”。换言之，场景效益最大化，乌镇才能赢得如此漂亮的数字。

明年，劈柴院又将如何讲好故事？我们静待“花开”。

突破“围墙”，创新实践专业化

今年旺季时，青啤博物馆讲解员叶璐璐和同事的工作变得更为忙碌——一天要走两万多步。

后疫情时代，文博游的热度走高，青啤博物馆站上“风口”，海内外游客慕名而来。他们跟随叶璐璐的讲解，感受全新亮相的中途酒吧，见识融入非遗元素的啤酒文创，邂逅身穿特色服装的NPC演员和夜游置景……

“青啤博物馆与以前不一样了，有一种新感觉。”游客的感受反映出该馆创新旅游新场景的市场初探收效不错。

在“门票经济”时期，简单的观光游一直

是景区的主流旅游形式，可以说，景区“躺着”即可赚钱。然而，近年来，这种“人头费模式”日渐成为一种“围墙”，堵住了部分景区的发展之路。而游客对创新度、互动性的需求倒逼景区必须探求全新的营收模式。

“疫情期间，接待量有限，却也让我们有时间去充分反思、提升和储备，所以才会有新业态迅速密集的推出。”青岛啤酒时尚文旅品牌推广经理金雨说。

其实，这几年，青啤博物馆一直在储备沉浸式、创新型、年轻化的体验产品，从最早的光影展到剧游、夜游，尤其是每晚循环演出3至4场的《金色奇妙夜》，几乎场场爆满。

“这是顺应市场需求的应变之为。比如，夜游不仅延长了消费时间，拓展了消费空间，更创造出丰富的消费场景。”金雨说，“青啤博物馆的升级改造更趋趣味性、互动性和服务性，从博物馆延伸出一条时尚文旅的产业链。”

沉浸式体验已是传统景区升级的必备要素。业界也有共识：跟进消费新趋势，景区必须从长远价值链视角出发，从沉浸式产品设计、个性化服务设计、智能化服务改造等方面展开全流程价值升级。简而言之，突破“围墙”，从思维上“走”出景区，构建时尚文旅的生态圈。

盘点青岛最具代表性的几大景区，青岛海底世界、青岛啤酒博物馆、青岛森林野生动物世界均已走过20年，青岛极地海洋公园也已走过了17年……对于这些“老牌景区”而言，受限于产品代系和空间限制等因素，往往难以实施大规模的升级改造。

那么，如何在既有空间中不断“焕新”，并尝试多维度突破“边界”？它们正在试图摆脱“老三篇”门票、住宿、吃饭的羁绊，尝试新场景、新玩法，探索一些增值旺盛。

“疫情过后，度假需求旺盛。景区提升多元化经营能力，拓展更多营收渠道都是重要发展方向。”中国社科院旅游研究中心秘书长金准表示，“要优化收入结构，就要以全域旅游思路，将景区景点转化成生活终端目的地，引导游客改变消费模式，打造复合型旅游景区。”

在近日举行的2023中国旅游集团化发展论坛上，“景区开发”亦是头部文旅企业掌门人提到的高频词汇。

“传统景区面临内容陈旧、设施老化、吸引力减弱和产业带动力下降等问题。”华侨城集团董事长张振高认为，“创新是第一驱动

力。我们要创新优质旅游产品和服务供给，深化文旅融合，结合各地非遗、文创、民俗体验、美食文化、夜经济、体育健身等元素，推出具有市场引领性的新产品，推进传统旅游景区更新改造，切实改善产品体验。”

2023年，旅游热潮再涌。“老牌景区”同样绕不过产品迭代，它们不再“倚老卖老”，而是产生了构建旅游生态圈并且保持“长青”的希冀，并且已经在探索中负重前行。

智美相融，出游体验极致化

2023年被业界认为是生成式AI的突破之年。不过，打造出一个科技应用与文化创意同样出彩的智美景区并非一朝之功。

青岛极地海洋公园360°球幕影院影片一年间两度上新。“全景的视听系统还原海洋真实音效，借助裸眼3D、球形投射和虚拟现实技术，游客无需佩戴VR眼镜，就可以拥有独一无二的沉浸式感官体验……”青岛极地海洋公园品牌营销部部长袁一凡这样介绍。

作为极地二期提升的重要板块，青岛极地海洋公园360°球幕影院无疑代表了当下最热门的旅游新场景——以科技融入为鲜明特色的沉浸式体验。从全国来看，无论夜间旅游还是室内体验，科技当道的新产品、新业态、新场景正在释放着巨大的潜力。

这种新产品、新业态、新场景自何而来？

答案是：依托旅游景区、度假区、休闲街区、工业遗产、文博场馆、剧院剧场等文化和旅游场所或相关空间，借助增强现实、虚拟现实、人工智能等数字科技并有机融合文化创意等元素，通过文旅融合、虚实结合等方式，创造性转化展示内容，让游客深度介入与互动体验而形成。

9月，第一批24家全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目获得授牌。如何与游客产生智慧互动？它们玩转“旅游+科技”，“脑洞大开”，市场表现可圈可点。

在武汉，《夜上黄鹤楼》以科技赋能AR新体验，利用激光投影、激光动画、前景纱屏、高压水雾等众多高科技光影技术将文物、科技、艺术相结合。演出6个月就接待游客34.07万人次。

在重庆，《天下大足》智慧旅游沉浸式体验新空间将文物保护的成果应用到电影制作之中，每天定时在球幕影院放映。1-10月，大足石刻景区接待游客量达100.29万人次，创同期历史新高。

在无锡，拈花湾夜间智慧旅游沉浸式体验新空间打造出全新夜游模式。景区将AR、MR等技术与游客赏花路线结合，游客戴上MR眼镜即可享受元宇宙沉浸式体验，累计接待游客超1000万人次。

无锡拈花湾文化投资发展有限公司董事长吴国平在科技与文化对景区的融合赋能上有自己的笃定。在他看来，沉浸式体验借助技术让游客“入景”，科技手段是一种服务媒介。拈花湾、尼山圣境、金陵小城等产品都是智美融合的直观印证。

从中不难看出，景区的竞争已然进入新技术、新创意赋能的全新阶段。躬身入局智慧旅游，正在成为旅游景区“再出发”和唤醒“新春天”的共同选择。当然，当智慧与美景发生碰撞，当历史与现代融合，“智”美景区还需细致耕耘。

发展智慧景区，建设“一部手机游青岛”平台，鼓励景区开发数字化体验产品，发展沉浸式互动体验、虚拟展示等新型旅游服务……这些都被列入青岛市旅游品质提升三年攻坚行动目标。不过，业内人士向记者表示，青岛景区目前的智慧旅游虽然取得了一定的成绩，但多是一些基础设施方面的探索，主要服务于景区智慧化管理和营销。在真正地面向游客体验升级的科技场景创新上，还有较大的提升空间。与此同时，青岛景区也亟待进一步丰富文化内涵，打造更多体现人文精神的旅游精品。

“未来，景区涵盖发展的区域化、体验的沉浸化、模式的多元化和消费的生活化。对于重新出发的旅游景区而言，唯有以游客体验和互动为核心不断迎接新的挑战，才能让再出发之路跑出‘加速度’。”中国旅游协会休闲度假分会会长魏小安如是说。

景区永恒、景区永变。走过萧条和挑战，不间断地展开内容创新和场景营造，持续提升青岛旅游产品内涵和服务品质，已是产业深层次的呼唤。

旅游景区为目标，打造文化传承发展的“崂山样板”。青岛奥帆海洋文化旅游区创建国家5A级景区进入标准化运营阶段，海上旅游诞生多条“明星”航线。备受关注的青岛老城，正按照5A级景区标准打造，书写着“人文青岛”的动人篇章。这些优质的资源，已经通过游船、一票通等产品开始联动，如何进一步深化，考验着各方智慧。

人与人的链接是最好的旅行。做旅游就是做服务，更新一点、用心一点，游客一定会感受到这份真诚。

青岛数据要素市场化配置改革三年行动方案发布

2026年青岛数据要素市场规模将超千亿元

□青岛日报/观海新闻记者 杨琪琪

本报12月12日讯 12日下午，市政府新闻办公室召开政策例行吹风会，发布《青岛市数据要素市场化配置改革三年行动方案》(以下简称《行动方案》)。

《行动方案》明确了市场发展体制机制、数据基础制度、数据要素供给、数据流通交易、数据开发利用、数据相关产业发展等方面工作目标，明确到2026年，挂牌交易数据产品不少于1000个，打造数据开发利用成果不少于1000项，引进培育数据商和第三方专业服务机构不少于500家，全市数据要素市场规模达到1000亿元以上。

《行动方案》以数据资源化、数据资产化、数据产业化为主线，提出三个方面主要任务：围绕数据制度建设、开发利用、流通交易、安全合规、数据素养提升等关键问题，规划了五大专项行动。

数据要素市场化配置改革工作是一项突破性、创新性工作。近年来，青岛以公共数据运营为突破口，深入推进数据要素市场化配置改革，创新形成“以公共数据运营撬动数据要素市场”的发展模式。15家企业入选“2023年度山东省数据要素型示范企业”第一批名单，占全省入选总数的48%。下一步，青岛将继续以公共数据运营为突破口，加快建立数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等数据基础制度体系，构建数据要素市场生态体系。

山东省国际招商中心在西海岸新区揭牌

山东人才发展集团“双招双引”总部平台落地

□青岛日报/观海新闻记者 王凯

本报12月12日讯 西海岸新区招才引智工作再次升级。12日下午，山东省国际招商中心在西海岸新区揭牌，标志着山东人才发展集团在全省布局的“双招双引”总部平台永久落地西海岸新区。

山东省国际招商中心由山东省商务厅会同山东人才发展集团有限公司共同组建成立，以山东人才集团为主体建设运营。中心将努力发挥“省、市、区”三级政策、资源和渠道优势，通过市场化、专业化、国际化的手段，以“双向签约、平台运营、资源统筹、精准对接、按需交付”为核心发展路径开展工作，打造招商需求展示平台、投资信息对接平台、项目落地服务平台、营商环境优化平台。

中心将通过引入符合产业发展需要的优质人才资源、举办省内人才主题培训等活动的方式，积极与省内其他地区开展人才飞地合作，推动优质产才融合项目落地，打造全国一流的专业化、市场化、产业化、国际化人才发展全链条、全周期服务平台。中心还将聚焦硬科技项目，实行“基金+人才+招商”新模式，通过基金赋能产业链招商，以省市引导基金和自有资金为基础，最大限度撬动社会资本，招引高层次人才和团队，推动符合地方经济社会发展需要的硬科技项目落地。

全环境立德树人

不断开创未成年人思想道德建设工作新局面

青岛市未成年人思想道德建设工作暨全环境立德树人工作协调机制会召开

□青岛日报/观海新闻记者 杨琪琪

本报12月12日讯 12日上午，青岛市未成年人思想道德建设工作暨全环境立德树人工作协调机制会在市级机关会议中心召开。会议总结交流今年以来青岛未成年人思想道德建设和全环境立德树人工作情况，安排部署下一步工作任务。

近年来，青岛以培育和践行社会主义核心价值观为根本，守正创新，提效争先，各项工作成效显著，全环境立德树人工作格局基本形成，广大未成年人综合素质不断提高。各级各部门各单位要进一步增强责任感、使命感和紧迫感，巩固已有成果，采取扎实措施，不断改进创新，不断开创未成年人思想道德建设工作新局面。

会议强调，要动员凝聚各方合力，把少年儿童成长成才的全周期、全场景、全过程与“立德树人”根本任务贯通融通，为广大未成年人生活学习成长营造良好的学校环境、家庭环境、社会环境、网络环境和心理健康环境。要堅持抓阵地、抓引导、抓长效，以纵深推进全环境立德树人工作为抓手，从学校、家庭、社会、网络、心理健康等各领域全面入手，一体发力，推动未成年人思想道德建设各项任务落到实处、干出成效。

会上，市教育局、市妇联、市民政局、市委网信办、市卫健委分别代表学校、家庭、社会、网络、心理健康五大场域作交流发言，市南区、莱西市介绍了各自在全环境立德树人方面的经验做法。

“青岛造”风电关键核心系统亮相风能大会

在近日举办的2023北京国际风能大会暨展览会(CWP2023)上，中车四方所研制的风电变桨系统、风电主控系统作为风力发电机核心的控制系统精彩亮相。

中车四方所把在轨道交通装备领域积累的储能、变流、控制等自主核心技术延伸运用到新能源领域，为“风光储”一体化量身打造模块化、平台化、智能化的储能产品和服务，同时具备储能设备、PCS变流柜、全部风电整机变桨系统等多种产品生产制造、测试检验和全寿命周期维保能力。此外，依托自主掌握的BMS、EMS等能源管理关键核心技术，中车四方所推动实现新能源发电与工厂排碳深度耦合，为用户提供中车零碳产业园系统解决方案。(刘兰星)

记者手记

用“新体验”打动“新游客”

马晓婷

CityWalk，骑自行车就可以CityRide。但这并不影响在特定的节假日或是在去往一个新的目的地时，人们渴望去最具代表性的景区看一看。这是旅行的仪式感，也是生活的仪式感。

对于重新出发的景区来说，“读懂”游客是前提。在文旅融合的场景化时代，科技、时尚、艺术、文化等都开始成为旅游发展的全新动力，它们的跨界融合有无限的力量，足以激发出与美好相逢的怦然心动。迎合游客新需求的新场景不断涌现，创造了新消费的蓬勃之势。

从风景到场景，景区的边界越来越弱化，运营门槛实际却越来越高。“好景区”不是一天成长起来的，最关键的是要架构并运行好产品模式、管理模式和盈利模式。记者在采访中发现，一些景区陷入了“流量”误区，以为只要“购买”足够的推广流量，就可以“坐等”游客上门。事实上，没有这些核心业务骨架的支撑，即便暂时获取了“流量”，也无法真正“长红”。

要“各美其美”，更要“美美与共”。在青岛，一家家旅游景区，如同散落在城市里的珍珠。崂山风景区正以争创世界级