

青島海上游：打开城市，以 Cityboat 的方式

20多种产品、5000运力可提供全要素体验，为青島文旅带来经济新气象

青島日报/观海新闻记者 马晓婷



吸引市民游客驻足欣赏。■「水上飞人」的身影

对于青島来说，这座城市最具特色的 Citywalk(城市漫步)，一定是 Cityboat(城市船行)。早在百年前，青島就拥有了第一家帆船俱乐部，开始了海上游的时尚旅程。随着青島海上旅游版图的不断拓展和与岸上文旅资源的深度“握手”，今天，人们得以从海上重新打开城市。从奥帆中心岸边远眺，海天相接处帆船桅杆林立，撑起片片帆影；红色顶篷的极速兜风快艇漂亮甩尾，在海面上“挥毫泼墨”；豪华大帆船、大型游艇排队出港，舟船间还能看到“水上飞人”的身影从海面腾空而起；若是恰逢大型游船归港，还能听见浑厚的汽笛声鸣响。青島湾栈桥、青島轮渡、海底世界、八大峡、流清河、崂山太清、西海岸星光岛……Cityboat让市民游客与青島这座与海洋相融共生的城市近距离接触。

从这幅起笔于全市旅游品质提升三年攻坚行动而全新构建的 Cityboat 图景可见，文旅产业做好短期突破、长远化布局的“内功”，就一定能够释放更大的吸引力。

文旅经济释放新气象

从夏天的旅游旺季到近期的国庆黄金周，Cityboat 为青島文旅带来经济新气象。

作为当下最为热门的城市探索方式，Cityboat 正在众多城市的内陆河道和休闲海域掀起新一轮文旅消费热潮。而要寻找 Cityboat 最为火热的城市，青島一定是其中之一。数据显示，国庆假期七天，青島海上旅游联合运营体总航次达到 5200 次，载客 18 万人次，同比增长 266%，船票收入 1050 万元、增长 165%；青島奥帆海洋文化旅游区吸引约 63 万人次观光旅游，同比增长 27%，营业收入创新高。

激烈的文旅市场竞争下，消费结构升级需要更多助推力。如同青島海上旅游这样脱颖而出、实现游客接待量和营业收入大幅增长的产品，是独属于真正发力新场景、新业态的耕耘者的收获。面对市民游客的新期待，能不能在精准定位和资源整合的基础上发现需求并以最好的产品回应，已然成为“流量”到“增量”的核心路径。

毕竟，供给足够丰富，差异化需求才能得到充分满足，这是文旅消费活跃的前提。而更深层次上，文旅产业既要回答好需求牵引供给的问题，又要主动推出高水平供给创造新的需求，从而以消费结构的升级，拉动产业高质量发展。

自 2022 年全市旅游品质提升三年攻坚行动开展以来，青島海上旅游航线和产品加快拓展。从最早的“明星航线”奥帆中心往返海底世界航线，到联合运营的青島湾栈桥码头一程多站式“海上巴士”航线，再到近期火爆的青島轮渡环游胶州湾航线，以及夜游浮山湾潮音音乐会、单体运动帆船、极速兜风快艇等产品，现象级“爆款”不断涌现。

从今夏的旅游旺季开始，“青島海洋旅游线路导览图”就在奥帆中心五四广场码头前与市民游客见面了。依托青島海上旅游已经通航的 10 条规划航线，能够体验到 20 多种 Cityboat 产品。而通过这幅导览图，市民游客可对沿海主要码头、各类 Cityboat 产品航行路线、执航船舶情况等一目了然。想要去哪儿、体验什么样的产品，均可即时购票、即时体验。

今年，青島湾栈桥码头启用，青島轮渡站“重启”。细心的市民游客还会发现，奥帆中心的旅游码头也整体做了新的优化调整。除重新命名外，最大限度地将各类 Cityboat 产品的即时体验画面展现在岸上市民游客面前。如极速兜风快艇，就从八角广场附近的码头调整到奥帆中心 1 号门附近的五四广场码头。

“五四广场附近客人很多，原来在火炬三码头运行，这边的游客只能看到海面上有小艇，但并不知道从哪儿上船。调整之后，游客可以看到整个码头的情况，更加具有吸引力。”顺着码头站岗工作人员队长辛伟波指的方向，“青島海洋旅游欢迎您”几个大字格外清晰。

变化的不仅是码头，还有产品。针对秋季气候和文旅市场的特点，极速兜风快艇体验时长由原来的十几分钟延长到 30 分钟，速度有所降低，价格更为优惠。国庆假期运行期间，原定服务时间从早 9 点开始，面对不断涌来的客流，工作人员将营运时间提前至早 8 点，依然供不应求。需要排队。对于 Cityboat 类的产品而言，这样的人气实属难得。

在记者的探访中，外地游客给出了直观反馈。在青島奥帆中心体验完单体运动帆船，上海游客王女士和家人连连“点赞”，一家人上一次 Cityboat 还是在上海的滴水湖，大海之上的 Cityboat，是一次截然不同的体验，孩子尤其兴奋。来自江苏南京的游客胡女士体验了极速兜风快艇，她表示：“坐上极速兜风快艇在海上航行，特别刺激，尤其是转弯的时候。在这里坐船，既能近距离感受大海，还能看到城市的景色，我们都非常喜欢。”

5000 名游客可同时海上游

青島 Cityboat 的特点是复合的、多元的、全要素的。漫步青島海滨，千里海岸观光廊道红黄蓝三色标线延展，欢快“诉说”着这座城市与海的故事，带领游客与 Cityboat 的更多体验相遇。

从单人的桨板、冲浪、水上飞人、摩托艇，到快艇、运动帆船、游艇，再到大型观光游轮，青島湾连着湾，码头连着码头、航线连着航线，并以山、海、城、湾的优美景色装点，市民游客既可以玩最刺激的，也可以玩最舒适的、最漂亮的。

在后海的青島轮渡站，旅游码头重启之后推出的青島轮渡环游胶州湾航线，拥有打卡母亲湾最美“橘子海”和胶州湾大桥独特景观的最佳体验视角，吸引人们从四面八方而来，奔赴一段人文之旅。在时光中久经冲刷的城市记忆，也伴随着候船厅、人行道的复原变得清晰起来。轮渡记忆展的一幅幅老照片与网红打卡区之间的“时光对话”，更裹挟着温情的烟火气抚慰人心。国庆假期，环游胶州湾航线共发送约 290 航次，载客数约 4.5 万人次。

未来，这里将成为青島 Cityboat 最具活力的体验场景之一。“青島轮渡承载着青島人最珍贵的城市记忆，我们秉承着这样的核心内涵开展轮渡的改造。目前仍处于初期改造阶段，下一步将建成具有帆船、游艇、海钓、客船、海上运动等多重丰富海上体验的旅游目的地。”青島旅游集团旗下海洋集团总经理吕大为在接受记者采访时，描绘出让人期待的愿景。

吕大为特别提到，青島旅游集团旗下海洋集团正全面打造海上“一程多站”式陆海直联、串珠成链的旅游体验，把青島一个个最美湾区以旅游产品相连，呈现最美近海旅游。

向全产业链发展持续开放

探索未知，联结世界，船作为人们探索世界的方式从未改变。在奥帆中心的海上剧场，中国首部大型沉浸式航海史诗音乐剧《寻梦沧海》以三段故事讲述了 5000 年的航海史。近年来兴起的 Cityboat 无疑是这种向往的延续，它不仅以时尚度、未知性和松弛感吸引了众多爱好者，更以其多元适配性为城市打开丰富场景。

国内城市正在兴起“水上运动热”。在北京，伴随着亮马河国际风情水岸的打造，比乘船夜游亮马河更火热的是中外游客在这里体验桨板、皮划艇等时尚水上运动；在杭州，10 条城市河道开放一年多，市民游客可开展皮划艇、赛艇、龙舟、桨板等水上运动，让城市河道成为球场、健身房一样的运动空间。

国外城市成熟的内河游轮游船保持“常青”。在初代网红城市意大利威尼斯，贡多拉游船让人们将 Cityboat 这一探索城市的方式深深烙印在脑海。今年夏季举办的巴黎奥运会首次将奥运会开幕式放在城市公共空间，以一场塞纳河上的大型 Cityboat 巡游惊艳世界。

如是，Cityboat 已成为全球范围内的文旅热门，其作为城市公共空间全新塑造者的角色更加明晰。更令人欣喜的是，从目前的市场来看，青島可能是国内最有望打造海上 Cityboat 玩法最多、体验最丰富的城市之一。

这种从深度的市场观察中萌生出来的信念感，让很多人开始投身青島的 Cityboat 相关产业。在青島旅游集团旗下青体产业公司国庆假期举办的一场 OP 级帆船横渡胶州湾活动中，活动策划人王乐便是其中的一员。

“我认为这里应该是全国最好的一个水域。2008 年奥帆赛的下水区域，坡道按照奥运会标准建设，无论是风浪还是水质，都应该是全国最优的。而在相同的自然条件下，全国很少有位于市区核心的这么一片水域，周围风景又这么

好，风浪又恰巧适中。从我走遍全国的观察来看，这是一个非常难得的场地。”在王乐看来，青島拥有开展水上运动独一无二条件。

以 Cityboat 为代表的各类海上旅游为何如此火热？王乐将自己的一票投给了“亲身体验”。

“现在的年轻人越来越喜欢深度游，城市必然需要找到自己的特色，无论在吃上还是玩上，而青島最大的特色其实就是帆船。”王乐介绍，“帆船驾驶培训和体验的课程价格之所以高于其他项目，主要是因为体验时长。帆船驾驶体验大多要安排一天，以小时来计，与目前篮球、足球的费用其实是差不多的。”

记者在采访中了解到，今年夏季，最受欢迎的产品就是一日游产品。此外，根据不同游客的需求还安排 4 日、6 日的俱乐部，包括考取国际认证驾照的营期。七八月份，王乐所在的俱乐部培训人次在千人左右。

游艇同样是青島 Cityboat 的重点产业之一。8 月，有着“中国北方游艇第一展”之称的 2024 青島国际游艇大会举办。作为北方游艇重镇，青島拥有大量的游艇帆船制造厂家及配套企业，是游艇装备的消费中心，还有着庞大的旅游人群和本地市场。

此外，作为文旅融合新供给，通过将更多互动式、体验式场景融入海上旅游的“Cityboat+”，青島亦再度凸显出作为时尚城市的鲜明律动。今年，青島奥帆海洋文化旅游区就利用冠船打造出岛城首家海上西餐厅和海上咖啡厅。

“变”与“不变”之间，Cityboat 的多场景融入显得尤为关键。如果能将青島文旅资源禀赋进一步激活和整合，实现“陆、海、岛”融于一体的全产业链整合联动，青島 Cityboat 将拥有更为广阔的前景。

越来越多的游客以 Cityboat 的方式体验青島之美。



青島海上游 国庆假期数据

- 青島海上旅游联合运营体总航次达到 5200 次，载客 18 万人次，同比增长 266%，船票收入 1050 万元、增长 165%
- 青島奥帆海洋文化旅游区吸引约 63 万人次观光旅游，同比增长 27%，营业收入创新高

青島海上游“点多面广”

- 依托青島海上旅游已经通航的 10 条规划航线，能够体验到 20 多种 Cityboat 产品：“明星航线”奥帆中心往返海底世界航线、联合运营的青島湾栈桥码头一程多站式“海上巴士”航线、青島轮渡环游胶州湾航线、夜游浮山湾潮音音乐会、单体运动帆船、极速兜风快艇等
- 今年青島海上旅游增加近 2000 运力，联合运营整体能够达到 5000 运力，这意味着，青島海上旅游能够承载 5000 名客人同一时间在海上体验 Cityboat，在北方地区位列第一
- 近海休闲观光方面，计划引入约 1000 客位的小型游轮，打造吃喝玩乐为一体的海上旅游目的地
- 海岛游方面，将加快海岛旅游突破，通过海上游将海岛游串联，包括竹岔岛、灵山岛、大公岛、大管岛等海岛旅游开发，打造海岛旅游新样板

各种水上项目可以满足市民游客多元化需求。本版摄影 王雷