

2025年3月19日 星期三
主编 赵波 美编 李飞 审读 张鑫 排版 吕雪

《青岛市促进文化和旅游消费行动计划》发布,从需求端、供给端、政策端协同发力,推出系列举措,进一步激发文旅消费潜力,繁荣文旅消费市场

千场活动+千万“礼包”:青岛文旅的新意+诚意

□青岛日报/观海新闻首席记者 马晓婷

一系列消费提振政策释放的盎然春意,让岛城的春天分外明媚。

3月18日,市政府新闻办召开“强信心 亮举措 促发展”主题系列发布会第三场,介绍2025《青岛市促进文化和旅游消费行动计划》(以下简称《行动计划》)相关情况。丰富多彩的文旅消费促进活动,各类文旅消费场景支付减免,海上旅游、演唱会等热门玩法定向优惠……青岛“真金白银”奉上消费大礼包,诚邀海内外游客来青感受“说走就走”的旅行,全力保障市民游客在青岛吃得安心、住得舒心、玩得开心。

文化和旅游是拉动消费的重要力量,旅游业与110多个行业相关联,能够催生带动各种产业业态融合、叠加,具有“一业兴百业旺”的特点。为进一步激发文化和旅游消费潜力,繁荣文化和旅游消费市场,《行动计划》从需求端、供给端、政策端协同发力,推出拉动文化和旅游消费的系列举措,今年计划举办各类文旅消费活动不少于1000场,落实消费券发放等文旅优惠1000万元以上,尤其是聚焦海上旅游、大型音乐节会、入境旅游、邮轮旅游、沉浸式文旅消费新空间等重点领域,畅通新质生产力与消费新循环,进一步激发文化和旅游消费潜力。

青岛多措并举 激发文旅消费潜力

今年计划举办各类文旅消费活动不少于1000场,落实消费券发放等文旅优惠1000万元以上,尤其是聚焦海上旅游、大型音乐节会、入境旅游、邮轮旅游、沉浸式文旅消费新空间等重点领域,畅通新质生产力与消费新循环,进一步激发文化和旅游消费潜力。

惠民举措全面升级

在现有住宿消费券基础上,增加重点景区、海上旅游、文博场馆、电影等消费券发放领域,有重点、有计划、分批次地推出适用于各类文旅消费场景的消费券,支持消费者在不同场景中领取的消费券叠加使用,全流程满足游客在青期间吃、住、行、游、购、娱消费优惠需求,持续放大杠杆效应和乘数效应。

文旅活动亮点纷呈

春季围绕赏花踏青主题,推出中山公园樱花节、青岛大珠山杜鹃花会等主题活动;夏季以暑期为主要节点,举办“毕业狂欢季”、第五届胶东海洋童玩季、青岛(国际)海洋音乐节等系列活动;秋季以时尚婚恋为主题,在海誓山盟婚恋文化周、中国(青岛)国际时装周期间,推出时尚青岛旅游产品;冬季以温泉滑雪为主题,推出冬游青岛、跨年夜等活动……这些缤纷多彩的活动,汇聚着青岛四季皆有特色的旅游发展新格局。

坐游船、看演出、观赛事均享优惠

《行动计划》的出台释放出满满诚意,市民游客想看什么、想玩什么,青岛就补贴什么。

早在今年春节前,考虑到市民游客对品质住宿的需求,青岛启动发放了首批500万元住宿消费券,游客通过携程旅行、去哪儿旅行App预订青岛酒店,立享八折优惠,最高优惠500元。截至目前已基本核销完毕,直接拉动住宿领域消费超过3000万元。从整体发放情况来看,消费券对文旅市场拉动效果明显,参加发券的酒店成交金额同比增长超30%。社交媒体平台上,众多市民游客对活动点赞。

为进一步促进文化和旅游消费,青岛将惠民举措全面升级。在现有住宿消费券基础上,增加重点景区、海上旅游、文博场馆、电影等消费券发放领域,有重点、有计划、分批次地推出适用于各类文旅消费场景的消费券,支持消费者在不同场景中领取的消费券叠加使用,全流程满足游客在青期间吃、住、行、游、购、娱消费优惠需求,持续放大杠杆效应和乘数效应。具体来看:

扩大消费券发放场景。对深受游客喜爱的青岛极地海洋公园、青岛啤酒博物馆、青岛方特梦幻王国等景区,“夜游浮山湾”“橘子海”等海上航线船票,云上海天艺术中心、开心麻花等品质展览演出发放专属优惠券,同时推出观影七折券、立减券等。

延长消费券发放时间。针对“五一”“十一”等节假日,海军节、华表奖、马拉松等品牌节会、赛事活动和传统意义上的旅游淡季,增加消费券发放投入,同时适当延长消费券领取有效期限,提升使用便捷度。

拓宽消费券发放方式。在现有线上旅游平台基础上,增加电影、演出类等线上交易平台和支付类平台,丰富线上支付立减、现场支付立减等多种优惠形式,进一步加大折扣补贴力度,预计最高将达到七折优惠。

一系列贴心便民的举措,将有效提升青岛文旅领域消费券发放的覆盖率和触达率。

拓展海洋旅游场景

海上旅游方面,青岛将完善“一程多站”式海上旅游线路格局,丰富海上休闲业态,持续擦亮“海上看青岛”品牌;邮轮旅游方面,办好第十三届中国(青岛)国际邮轮大会,争取全年运营不少于46个航次。

千场活动吸引市民游客玩转岛城

聚焦提振文旅消费,青岛将在时间、内容、载体上多维突破,全年举办各类文旅消费活动不少于1000场,实现全年文旅消费活动不断档、重点品牌活动亮点纷呈、各级文旅集聚区推陈出新,为提振文旅消费注入强力引擎。充分发挥青岛作为首批国家文化和旅游消费示范城市带动作用,青岛还将承办全国暑期文化和旅游消费促进活动主场活动。

文旅活动的精彩“不断档”,不仅看密度,更要看成色,青岛的目标是确保月月有活动、季季有亮点:春季围绕赏花踏青主

■3月22日,青岛市民健身中心将迎来毛不易演唱会。图为航拍青岛市民健身中心。

①在“橘子海”边喂海鸥,是独属于青岛的浪漫。

②“海上看青岛”让更多人领略青岛的海洋魅力。本版摄影 王雷

题,推出中山公园樱花节、青岛大珠山杜鹃花会等主题活动;夏季以暑期为主要节点,举办“毕业狂欢季”,第五届胶东海洋童玩季、青岛(国际)海洋音乐节等系列活动;秋季以时尚婚恋为主题,在海誓山盟婚恋文化周、中国(青岛)国际时装周期间,推出时尚青岛旅游产品;冬季以温泉滑雪为主题,推出冬游青岛、跨年夜等活动……这些缤纷多彩的活动,汇聚着青岛四季皆有特色的旅游发展新格局。

内容上来看,青岛重点文旅品牌活动亮点纷呈。聚焦“上合组织旅游和文化之都”,举办2025“国际友人@Qingdao”、上合国家艺术节等系列活动,提升城市国际影响力;聚焦影视之都,举办中国电影华表奖、国际戏剧学院奖等高水平影视奖项活动,持续办好里院喜剧节等品牌活动。其中,中国电影华表奖颁奖仪式将邀请众多影视界艺术家来青领奖,提升青岛“世界电影之都”知名度和影响力。

载体上来看,青岛将全面助力各级文旅集聚区推陈出新。发挥国家级、省级夜间文旅消费集聚区的示范带动作用,组织各区市、各集聚区围绕演出、节庆、赛事等消费热点,创新推出文旅促消费活动和优惠措施,打造“跟着演出去旅行”“跟着赛事去旅行”“跟着节会去旅行”等文旅消费品牌,开展“相约五一山海间”“暑期里的诗和远方”“文旅也过双十一”等文旅消费促进活动,提升文旅消费吸引力。

提振文旅消费,青岛将用好“省市区企”四级联动的最大合力,打造促消费一区一品牌,鼓励各区市开展丰富多彩的文旅消费促销活动。其中,市南区以城区浪漫底色和婚恋产业为基础,持续打造“海誓山盟”IP,推动“文旅+婚恋”融合发展,着力打造北方滨海婚尚旅游首选目的地。2025年,市南区将通过在历史街区打造曲阜路爱情文艺街区,打造全域旅游产业链条,全面激发“甜蜜经济”活力。

全年60场以上演出催热演出经济

3月22日,毛不易演唱会将在青岛开唱。自演唱会开始前一个多月,文旅部门就策划推出“演唱会+文旅”优惠矩阵,提前催热演唱会经济,演唱会的“未开先火”并非偶然。

回顾来看,青岛可以说是全国演出市场的后起之秀。从2023年开始,青岛提出打造大型演出音乐节会集聚地。经过两年的努力,2024年,全市共审批5000人以上大型演唱会、音乐节58场,占山东省52%,吸引观众48万人次,70%以上观众跨城、跨省观演,票房收入3.3亿元,拉动城市“吃住行游购娱”消费19.4亿元,成为带动城市消费升级的新引擎。

今年,聚焦建设“音乐之岛”,青岛将加大头部演唱会、音乐会引进力度,全年举办大型演出、高端演出活动60场以上,并推出一系列紧锣密鼓的举措——

加大招引力度,鼓励流量明星来青演出。今年以来,市文化和旅游局加快大型演出项目招引,推动一批重点项目在青落地,推出文旅优惠活动,拉动消费增长,保障全市大型营业性演出市场有序发展。先后对接中国演出行业协会、中体正力、太合音乐、替恩替等一批头部机构企业,推动一批重点演出项目在青落地。

统筹全年演出,推动演出项目数量持续增长。截至目前,全市完成报批手续的大型演出活动已有8场,除本周六毛不易演唱会外,5月17日至18日将举办两场华晨宇演唱会,7月19日将举办孙燕姿演唱会,其余4场为音乐节。此外,还有多场拟落地项目正在有序推进中,有10余场演出即将定档。

打造服务矩阵,促进演出流量转化为消费增量。持续擦亮

③越来越多年轻人喜欢到青岛拍婚纱照,在山海间定格浪漫瞬间。

④音乐会等演出项目成为带动城市消费升级的新引擎。

“跟着演出去旅行”文旅品牌,协调景区、酒店推出一系列配套活动。比如,结合3月22日举办的毛不易演唱会,观众可凭演唱会电子票在崂山风景区、青岛极地海洋公园、海底世界、云上海天、《寻梦沧海》等景区景点剧场,享受门票5折优惠;在青岛国信红岛国际会展中心酒店、青岛鑫江温德姆酒店、青岛汇泉王朝大酒店享受住宿九折等优惠,多家酒店为观演歌迷提供接驳车。同时,联合滴滴出行发放“跟着演出去旅行—青岛专属券包”,为外地游客提供便利。后续,针对华晨宇演唱会等演出,还将推出更多多元、更丰富的产品和服务。

求新求质求变拓展消费新场景

《行动计划》在满足消费者需求、释放消费新活力的同时,更通过对文旅消费新场景、新产品、新业态的支持和奖补,畅通新质生产力与消费新循环,以鲜明引力推动青岛文旅产业高质量发展。

海洋旅游场景拓展是重要发力点。海上旅游方面,青岛将完善“一程多站”式海上旅游线路格局,丰富海上休闲业态,持续擦亮“海上看青岛”品牌;邮轮旅游方面,办好第十三届中国(青岛)国际邮轮大会,加强与世界邮轮旅游城市的交流合作,争取全年运营不少于46个航次,开发更多邮轮岸上游、“邮轮+”主题游产品。

今年,青岛邮轮旅游呈蓬勃发展之势,首艘国产大型邮轮“爱达·魔都”号4月6日开启青岛首航,这是在青运营的最大最新的邮轮。5月,“爱达·地中海”号接力来青运营3个航次。7月至10月,具有“青岛基因”的“蓝梦之歌”号将在青运营,探访日本长崎、福冈、大阪、佐世保、鹿儿岛及韩国釜山、济州等更多目的地。下半年,“爱达·地中海”号、“梦想”号还将继续来青运营,不同船型、不同主题、不同线路的产品体系给游客更多选择。从访问港航次来看,预计达到9个。3月初,“欧罗巴2”号访青带来近年来山东最大的欧洲入境团,“招商伊敦”号将于8月至11月8次访青,来自美国、加拿大等国的国际游客将来青游览消费,这将是青岛首次接待过夜访问港邮轮。

聚焦拓展入境旅游场景,青岛将精准针对日韩等重点境外旅游市场策划专题营销,对进入入境游客的旅行社,达到一定标准的,给予每人每天最高10元奖励。健全文旅场所外语标识体系和导览服务,开发与免签政策相匹配的特色旅游线路和产品,提升入境旅游场景体验感和便利度。

在优化沉浸式消费场景方面,青岛将评选推出一批沉浸式文旅新业态优胜项目,打造沉浸式、互动式演艺新空间和数字展览新空间。对符合条件的沉浸式文旅新业态优胜项目,给予最高50万元的一次性奖励。

此外,青岛还将重点挖掘文博消费场景,围绕全市145家博物馆,推出博物馆游、名人故居游主题产品线路,引进数字艺术、书法绘画、雕塑美术等精品艺术展览,举办“阿尔丰斯·穆夏与现代世界”特展、三星堆沉浸式光影艺术展、约翰·莫尔绘画作品展等重点展览;丰富研学旅游场景,评选推出一批高品质、市场化研学的研学旅行基地。加强与国内外相关研学机构的合作,推出“奇趣海洋”青岛特色研学旅游线路,举办上合研学旅游节等系列活动。

提升消费品质、优化消费环境是一项持之以恒的工作。青岛将切实提升基础设施水平、旅游接待能力,投诉处置质效,为市民游客文旅消费全过程保驾护航,持续提升文旅消费便利度、舒适度、满意度,以文旅消费新气象助力全市高质量发展。