



青岛市民参与到“挽留海鸥行动”中。 孙立摄于1995年

龙年正月初一，栈桥景区就开启了“人从众”模式。大量市民游客携亲带友，在看海赏景之余，专门安排一次“鸥遇”——与海鸥亲密接触。

成群结队的海鸥在栈桥上空翱翔飞舞，争相啄食市民游客投喂的食物，欢声笑语弥漫在空气中，与海鸥的鸣叫交织成和谐乐章……每年11月伊始，数十万只海鸥从西伯利亚等地迁徙至青岛，直至次年4月底再飞回去。这些漫天翱翔的“小精灵”与阳光、海水相映成趣，吸引了众多市民游客前来“打卡”。



到栈桥喂海鸥已经成了不少青岛市民的“习惯”。

“鸥遇”30年，我们的城市浪漫

——从“挽留海鸥行动”到一个城市IP的打造

>>> 海鸥起舞，游人纷至沓来

“在青岛，与西伯利亚海鸥来一场邂逅。”“青岛是海鸥过境的封神之地。”在社交媒体上，“青岛栈桥海鸥”相关的话题播放量已超过9亿次，许多游客慕名而来。据统计，2023年11月1日至2024年2月9日，栈桥景区共接待游客193.5万人次，日均游客在2万人左右，周末可达3万人。今年春节期间，从农历正月初一开始，栈桥景区就呈现客流量暴增态势，据青岛市海滨风景区管理中心统计，日均游客超5.4万人。

栈桥上，市民游客谈笑风生、拍照“打卡”，沉浸在海鸥翩翩起舞的美景中。摄影爱好者们专程带着专业设备前来，用镜头捕捉海鸥的灵动瞬间，将这一美好画面传递给更多的人。记者注意到，部分游客还背着旅行包、拖着行李箱。一对来自辽宁的夫妻告诉记者，他们在社交媒体上刷到其他小伙伴分享的青岛海鸥“美照”，决定亲自来感受一下。“这不，刚下火车我们就过来了，这里真的太美了，完全不虚此行。”妻子小吴表示。

农历正月初七，来自淄博的小张带着父母一起来青岛旅游，在周边入住后直奔栈桥而来。“我平时在外地读书，想在春节假期多陪陪父母，听说今年栈桥的海鸥很‘火’，就带他们来这里‘打卡’了。”小张说。记者注意到，栈桥周边有许多商户在售卖海鸥食，一袋1元到3元不等，以面包、油条为主。

对于老青岛人来说，看栈桥的海鸥是一种传承。家住市南区的李阿姨也带着4岁的外孙前来看海鸥，“小孩子看到海鸥比较兴奋，能激发他对大自然的好奇心。”李阿姨笑言，“我们与海鸥共同成长，见证了这座城市与海鸥‘共舞’的美好时光。现在年纪大了，还是喜欢带着下一代来感受这份美好。”

海鸥成为青岛的城市名片，吸引大量市民游客前来观赏，描绘出人与自然和谐共生的生动画卷。

>>> 万鸥翔集，守护美好“精灵”

三十年前，海鸥仅零星出现在栈桥、小青岛等前海一带的浅滩上。从百余只到如今万鸥翔集，这一切是怎么发生的？这要从1994年秋青岛媒体人与鸟类专家在崂山太清宫林场的一次邂逅说起。

当时，于1992年创刊、已在市民中拥有广泛影响力的《青岛晚报》密切关注时事新闻，编辑部

负责人以昆明市民冬季在翠湖投喂红嘴鸥为例，向时任青岛市林业局鸟类环志站站长刘岱基咨询：青岛市有无可能把更多的海鸥招引至前海一线？在得到专家肯定的意见之后，《青岛晚报》编辑部策划发起了“挽留海鸥行动”。

1994年11月30日，《青岛晚报》联合青岛市林业局在栈桥海滨举行了“挽留海鸥行动”启动仪式，青岛市人大、市政府、市政协有关领导同志参加，当天的《青岛晚报》头版头条刊登《“挽留海鸥行动”明日开始》，受到青岛社会各界广泛关注。参与“挽留海鸥行动”的市民热情高涨，《青岛晚报》聚合起青岛的社会公益资源力量，从青岛食品厂和人民路上的面包厂拉来用麻袋装的糕点碎屑，每天定时在栈桥东侧海滩投放饲料，邀请市民前往海边投喂海鸥。

2024年1月13日，由青岛日报报业集团、青岛市园林和林业局主办，青岛晚报、青岛掌控传媒承办的纪念《青岛晚报》“挽留海鸥行动”30周年启动仪式在市南区太平路33号原青岛日报社阳光大厅举行。作为青岛“保护鸟类、保护自然”的现象级事件，青岛晚报发起的“挽留海鸥行动”曾获评青岛市精神文明“十件好事”之一，为青岛带来了流量和热度，成为城市光荣与梦想的一部分。30年来，从《青岛晚报》发起倡议，到市民游客的自主行动，一步步走来，青岛海边的海鸥越聚越多，终于成就了万鸥翔集的壮丽景观。

目前，每年到青岛越冬的海鸥数量已超过10万只，从最初的红嘴鸥、西伯利亚银鸥两个品种，陆续增加到20余个新品种，包括国家一级重点保护的黑嘴鸥、遗鸥、中华凤头燕鸥，国家二级保护动物小鸥、大凤头燕鸥等，大大丰富了青岛的生物多样性。其中，2016年夏季在青岛胶州湾发现的中华凤头燕鸥，是自1937年后首次在青岛出现。

随着青岛海鸥数量的逐年增多，如何更好地保护这些可爱的“小精灵”成为人们关注的焦点。据了解，青岛市相关单位开展了一系列生态保护行动，如定期监测海鸥种群数量、迁徙路线，以确保海鸥在青岛安全生存。景区工作人员也加强宣传引导，呼吁市民游客文明观赏，保护野生动物。同时，一些社会组织也积极加入爱鸟行动，通过开展爱鸟周、发起公益活动、举办鸟类摄影比赛等，增强市民游客的生态环保意识。

>>> 青岛故事，打造城市IP

淄博烧烤、天津跳水、泉州簪花、哈尔滨冰雪旅游……多个城市通过打造城市IP火热“出圈”，

青岛如何通过海鸥元素打造城市IP，引起更多人的思考。

“IP是城市品牌的超能符号，从意义体系、价值体系等方面来增加城市文化或产业等方面的辨识度和显示度。”中国社会科学院财经战略研究院中国城市品牌影响力报告课题组发布的《中国城市品牌影响力报告(2023)》指出，在注意力经济和互联网新媒体大发展的背景下，城市IP所具有的吸引力能够赋能城市的影响力和市场优势，有助于城市吸引投资、人才和文旅消费，从而推动城市经济发展。

“要把海鸥打造为青岛的城市IP，只靠市民游客拍照‘打卡’还不够。将游客吸引到青岛后，能为游客提供什么样的消费场景和配套服务，才是打造青岛城市IP的重中之重。”青岛森林野生动物世界策划部部长李焕斌认为，青岛有得天独厚的自然景观，也有戏雪、温泉类的体验项目，需要借助海鸥的热点，串联各个景点，展现青岛文旅魅力，将“头回客”变为“回头客”。

随着旅游消费升级，游客的需求已经从单纯的“观光游”转为“体验游”，要想打造出“青岛样板”，必须根据城市独特的文化特色走出差异化道路。中央财经大学文化经济研究院院长、文旅部“十四五”规划专家委员会委员魏鹏举表示，能够吸引游客的城市IP，离不开故事，青岛可以结合城市文化，通过打造“海鸥节”增强游客的体验感，讲好青岛故事。

2024年是我国开展鸟类环志工作四十周年和青岛市开展“挽留海鸥行动”三十周年，青岛报业传媒集团、青岛市园林和林业局联合青岛市非物质文化遗产保护中心、市南区文化和旅游局等单位，推出“鸥遇青岛”——青岛市首届海鸥文化节，吸引全国各地游客前来打卡、赏鸥，助力青岛文旅消费。活动期间，为市民游客发放了气球、福字、马克杯等海鸥文创系列产品，限量发行海鸥“AF53”数字藏品，推出惠民航旅套餐产品，并有奖征集卡通形象“青小鸥”，提高了市民游客的参与度，也为城市注入活力。

“我们希望通过卡通形象征集、野生动物科普、观鸟研学等活动，吸引市民游客参与；通过文化创意产品，提高游客对海鸥的认知和兴趣。”李焕斌告诉记者，加强野生动物关爱是打造城市IP的重要保障，青岛将通过海鸥链接游客、吸引游客、服务游客，让外地游客体会到青岛的温暖热情。

观海新闻/青报全媒体 记者 鹿子金涛 陈金