

# 韩国旅游市场掀起“青岛热”

青岛文旅闪耀第40届首尔国际旅游展 吸引旅行商和游客走进青岛展区

6月5日至8日，青岛文旅亮相第40届首尔国际旅游展。以“青啤+”为核心策划思路，通过沉浸式体验、专题推介、商务洽谈、合作签约、媒体报道“五位一体”的全方位宣传推介，在韩国旅游市场引发强烈反响，掀起一股“青岛热”，进一步巩固和深化了青岛与韩国的旅游合作关系。

## 展示青岛旅游的独特魅力

本次展会规模盛大，来自45个国家的500多个地区、机构及企业参展。展会期间，青岛代表团精心组织“青岛啤酒+推介”体验式推介活动，涵盖国家馆推介、山东推介、主舞台展示及青岛啤酒饮酒大赛等。吸引近百名旅行商和近万名游客走进青岛文旅展区，感受青岛的独特魅力。青岛市文化和旅游局荣获最佳宣传推广奖，成为中国唯一获此殊荣的城市。

活动现场，青岛旅游代表团全力展示青岛旅游的独特魅力。共发放青岛旅游指南、折页，崂山旅游指南、折页等资料2000份，非遗纪念品50件。作为“海上第一名山”和道教文化圣地，崂山凭借独特的山海风光、千年古建筑群和深厚文化底蕴，成为展会焦点。崂山风



现场发放2000份青岛旅游资源图

景区通过VR全景体验、高清宣传片、文化互动等形式，向韩国游客生动呈现其秀美景色。展会还特别推介“崂山+青岛啤酒博物馆”“崂山+奥帆中心”等精品旅游线路，精准契合韩国游客“周末游青岛”的短途旅行需求。

## 为旅游企业搭建沟通桥梁

为推动青岛与韩国旅游业的交流合作，青岛旅游代表团积极开展多项活动。在中国馆和展会主舞台举办5场“相约魅力青岛 共醉激情啤酒节”青岛旅游推介会，全方位介绍青岛旅游资源

与特色产品，着重宣传青岛国际啤酒节，激发韩国民众来青旅游的热情。此外，协助举办1场“韩国—中国山东”入境旅游交流洽谈会，搭建起两地旅游企业的沟通桥梁，双方围绕入境旅游产品开发等议题展开深入探讨，为拓展合作领域、创新合作模式创造了有利条件。

6场在不同展区举办的青岛啤酒饮酒大赛，将展会气氛推向高潮。充满趣味与挑战的比赛吸引众多韩国民众踊跃参与，大家在畅饮青岛啤酒的同时，充分感受到青岛的城市活力与热情。韩国真好旅行社中国部组长李东俊在接受韩国媒体采访时表示，青岛旅

游资源丰富、产品多样，加之两地交通便利，是众多韩国中青年游客的理想旅游目的地，未来将开发更多青岛旅游产品，满足不同层次韩国游客需求。

## 吸引韩国民众领略青岛风情

在旅游合作成果方面，青岛旅游代表团收获满满。崂山旅游集团、青岛数智文旅研究院等机构拜访韩国新媒体推广公司等机构；青岛哈纳国际旅行社与韩国阿斯达国际旅游株式会社、山东观光国际旅行社与韩国贝普&山和自然旅行社分别签订合作协议，就组织韩国自行车旅行团、老年文化旅游团前往山东等事项达成共识，为双方深化入境客源派送、旅游产品开发合作奠定坚实基础。

此次青岛旅游代表团参展，不仅是一次旅游资源的精彩展示与强力推介，更是深化青韩旅游交流合作的重要契机。通过一系列丰富多彩的活动，青岛在韩国旅游市场的知名度和美誉度大幅提升，为吸引更多韩国游客来青注入新动能。未来，青岛将持续加强与韩国入境旅游市场的交流合作，创新旅游推广方式，让更多韩国民众领略青岛的独特魅力。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 魏笑

# 免签政策升级 日韩游客入境游升温

市南区提升旅游服务质量 激活文旅消费新动能

本报6月9日讯 “我在网络上了解到免签政策，感觉这样来中国旅游很方便。这是我第一次来到青岛，希望以后再去北京、上海看看。”在市南区新开的GT PLAZA商场里，正在网红餐厅门口打卡拍照的韩国游客申庆俊说。

去年12月，我国过境免签政策升级，对于已纳入过境免签政策的54个国家的来华过境外籍人员，过境免签停留时间延长至240小时，这让中国游的热度延续到了今年。青岛作为北方代表性旅游城市之一，成为韩国、日本等国游客周末短途游的第一目的地。

银鱼巷是中山路历史文化街区的网红打卡点，聚集着一批精致创意小店，吸引了很多年轻外国游客。在哈霓风车冰淇淋蛋糕店里，来自日本的安慧子和朋友选择青岛老豆腐和崂山白花蛇草水口味的冰淇淋，她说来到青岛就想尝尝本地特色，之前从未品尝过这样

的味道，感觉很奇妙。“This one is more popular!”在隔壁的Fufoland生乳舒芙蕾店里，店员正边比划边用英语向游客介绍新款产品。店主张帅说，面对今年外国游客增多的情况，他们对店员进行了简单的英语培训，根据反馈较好的口味和品类进行针对性推荐。

火热的青岛游，也依赖于配套服务设施的持续优化。去年5月，上街里被打造成为青岛首个外籍来青人员支付服务特色街区。目前，街区内200余家商户支持境外银行卡、扫码、现金、数字人民币等多种支付渠道。商户门口统一贴上了VISA、万事达、支付宝、现金、数字人民币等支付受理标识。对于流动集市小微商户等，市南区为其发放聚合码牌、配备零钱箱。街区附近500米内工商银行、农业银行等营业网点均开通了货币兑换、账户开立的绿色通道，网点内ATM机均支持外卡取现。外籍

游客支付更加顺畅便利。

位于香港中路的丽晶大酒店是山东省第一家涉外五星级酒店，传媒部相关负责人丁鹃告诉记者，酒店配备精通日语和韩语的宾客关系主任，准备了日韩语版本的酒店详细介绍资料。此外，还常态化提供青岛啤酒、崂山苏打水等特色小食，帮助境外游客更好地适应青岛环境。

在海天大酒店，日韩游客入住率较去年同期增长两倍以上。为了提升吸引力，酒店与茑屋书店和云上海天观光厅等周边商家开展联合促销合作，住客可享受折扣优惠。“酒店入驻Trip.com、Booking等国际旅游平台，推出‘周末连住’等促销活动，旨在提升品牌知名度，并使境外游客的预订变得更加便捷。”该酒店市场营销总监王方健说，这些举措有效促进了酒店的国际化发展和客源增长。

越来越多的外国游客来到青岛，为



韩国游客打卡上街里。  
市南区委宣传部供图

文旅消费市场繁荣带来新动能。“面对青岛入境游市场的持续升温，我们将不断提升旅游服务质量，推出更具特色的旅游产品，更好地满足境外游客的多样化需求。”市南区文化和旅游局市场推广科负责人李小姣说。(青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 张琰 通讯员 陈乐)

全年策划30余场涉农主题节庆活动 杨家山里、画美达尼迎蝶变升级

# 西海岸：文旅融合点燃乡村消费新引擎

本报6月9日讯 9日，西海岸新区举行乡村振兴高质量发展新闻发布会，全面介绍西海岸新区在打造乡村振兴齐鲁样板先行区方面的创新实践、显著成效和未来规划，重点展示农文旅深度融合对激发乡村消费活力的关键作用。

近年来，西海岸新区深化陆海统筹、城乡融合，系统推进产业、人才、文化、生态、组织“五大振兴”，取得了全国农村一二三产业融合发展先导区、全国农村综合性改革试点试验区等一系列国家级荣誉。

在具体实践中，西海岸新区夯实粮食安全根基，累计建成高标准农田44万亩，粮食年产量稳定在26万吨以上；因地制宜做强特色产业，培育373家特色农业产业园，打造蓝莓、茶叶、肉兔、水产品等十亿级产业链，2024年农产品出口额达76.8亿元；大力培育农业新质生产力，推动种业振兴，发展数字农业，上线AI三农宣讲员“小满”“小雪”，并

成功推广智能农机装备，实现主要粮食作物全程机械化。尤为亮眼的是，新区以乡村振兴片区为载体深化农文旅融合，形成了“4+2+11”省市区三级片区体系，精心打造了“原山原水 杨家山里”“周末近郊游 首选张家楼”等乡村文旅品牌，创建了4条美丽乡村精品线路和8个美丽乡村片区。

在品牌建设上，西海岸新区已培育黄岛蓝莓、海青茶等全国名特优新农产品13个，省市级知名农产品品牌69个，大场草莓等13个农产品入选《中国农耕农品记忆索引名录》，品牌附加值显著提升。

在渠道载体上，西海岸新区高标准建设乡村土特产电商运营中心，深化与京东、抖音等平台合作，同时全年举办10余场农产品产销对接会，常态化开展农产品进商圈、进社区活动，预计年吸引超百万人次参与，实现交易额5000余万元，有效打通农产品流通“最后一公里”。

在联农富农上，西海岸新区制定《乡



杨家山里乡村振兴片区。西海岸供图

村振兴片区高质量运营实施方案》，建立“党建赋能、农民主体、产业支撑、市场运作、利益共享”的片区一体化运营工作机制，引进培育懂技术、会经营、善管理的专业团队，打造全省首家乡村振兴一体化运营平台，促进政企村民四方互惠合作、共建共享，更好实现联农带农富农。

近年来，西海岸新区以品牌为依托，以文化节庆活动为纽带、以多元场

景为载体，构建起“品牌+文化+展会”三位一体促消费的新场景，全年策划30余场涉农主题节庆活动。其中，西海岸新区铁山街道杨家山里片区以激活消费潜力为突破口，做强乡村生产功能，建设“第一学习室”、齐长城文化馆、印象后石沟等体验项目，推出山里小火车、零碳骑行、徒步等特色体验方式，使游客于青山绿水间畅游，沉浸式感受红色文化、齐长城文化、乡村影视文化的独特魅力；西海岸新区张家楼街道画美达尼片区因地制宜推动农文旅深度融合，依托其半城半乡、山海相依的独特区位和“油画名村、蓝莓之乡，红枫小镇”的产业基础，以农筑基、以文增彩、以旅为媒，在画美达尼乡村振兴片区内实现了显著的蝶变升级。截至目前，杨家山里、画美达尼两个片区已接待游客72万人次，旅游收入超9000万元。

(青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 奕丕炜)