



青岛“骑”遇记

观察

# 骑行“赛道”：从文旅引擎到城市名片

## 车辙前行轨迹正勾勒出城市高质量发展的全新图景

City Walk 热度未减, City Ride 热潮已席卷青岛, 它的意义远不止于一种时尚运动。骑行能为城市带来什么? 当体验速度与激情的身影成为街巷常态, 当骑行赛事、活动百花齐放, 透过青岛市自行车运动协会秘书长孙立、大有乐骑俱乐部体育总监刘伟等业内人士、骑友的多元视角, 我们也许可以跳出热潮表象去深层洞视, 一项运动也能成为“超级触点”, 车辙前行的轨迹正勾勒出赋能文旅资源、倡树文明新风、打造城市名片的全新图景。

### 赋能文旅资源 在骑行中打开诗画青岛

青岛骑友的一天如何“打开”? 网友“马马灯儿”实探馆陶路、栈桥、八大关, 邂逅老城风情; 网友“骑大金鹿的人”打卡崂山路, 欣赏沿途山海气象; 网友“阿波次得”从中国海洋大学骑至田横岛, 完成又一次自我挑战; 网友“罗门”带孩子骑行于祥茂河公园、澜湾艺术公园, 尽享亲子时光……骑友们“严选”的一条条“最美”骑行线路, 正在点燃文旅发展新引擎。

骑行串联文旅资源。在小红书、抖音等平台上, 青岛骑友拍摄的浮山湾晨曦、崂山盘山路云海等视频屡获百万点赞, 这些“素人作品”的传播量与官方宣传大片PK也并不逊色。进入社交媒体时代, 骑友记录骑行途中的家乡美景、自发传播, 已成为一种风潮, 在给自己圈粉的同时, 也完成了对城市文旅资源的重新梳理整合。他们喜爱的骑行线路通常是经过反复勘查、风景绝佳、路况良好的“黄金线路”, 这些线路通常并不拘泥于一个区市, 而是用一种线性方式, 打破了传统旅游景点“各自为政”的割裂状态, 将散落的“珍珠”串成“珠链”, 这让网友、游客、市民意识到, 青岛的美不仅仅在于某个景点, 更在于一条条连贯的、可体验的“风景长廊”。

骑行提供深度体验。比步行高效, 比开车沉浸, 骑行是深度体验一座城市的最佳方式之一。越来越多的外地骑友抛弃“走马观花”, 爱上骑行这种新的旅行方式。他们将车子拆解快递至青岛, 自己坐飞机或动车从云南、山西、河北、北京等地赶来, 再在青岛寻觅自行车店帮忙安装、整备车子, 然后按照本土骑友分享的骑行路线“按图索骥”, 游走于滨海欢乐城路线、西海岸路线、环崂山路线等骑行线路——像这样的骑友, 仅喜德盛自行车西海岸店、市北店、崂山店单店每年平均就能接待200余人。借助自



骑友成为青岛山海间的一道风景线。青岛市自行车运动协会供图



骑友在一次次骑行活动中找到归属感, 建立更紧密的情感链接。骑友李熙龙供图

行车, 他们得以深入街巷、海岸线, 发现传统景点之外的“隐藏宝藏”, 这与当下旅游从“观光”到“体验”的转型趋势“不谋而合”。

### 倡树文明新风 骑出绿色低碳生活新时尚

当骑行从个人选择逐渐成为群体行动, 它所承载的意义便超越了单纯的健身或娱乐, 悄然成为引领城市文明、倡导绿色生活的新风尚。这股风潮不仅改变着人们的出行方式, 更潜移默化地重塑着社会风气与人际关系, 为城市文明建设注入鲜活持久的动力。

骑友群是绿色低碳生活的“示范者”。选择骑自行车出行游玩, 本身就是骑友的一种“低碳宣言”。骑行以“零排放”的突出优势, 成为践行绿色出行的典型方式, 这与青岛倡导的“绿色低碳旅游”城市发展理念高度契合。这种

示范效应已从街头不断延伸, 越来越多的骑行赛事、活动将环保理念融入策划当中。比如2022年青岛“低碳出行 守护最美骑行线路”活动, 就将骑行与海洋环保议题结合, 吸引了大量骑友参与; 比如2025年向山而行·丽江山地自行车赛, 骑友们积极响应“生态之约”主题, 践行“无痕骑行”理念, 通过自带水杯等方式减少一次性用品的使用。这些骑行赛事、活动成为“行走的环保公开课”, 骑友在潜移默化中强化了自己和旁观者的环保意识。

骑友群是和谐社会关系的“倡导者”。骑行的价值不仅在于人与自然的和谐共生, 也在于对社会关系和城市文明的积极塑造。在青岛海豹教育咨询有限公司组织推广的青少年骑行公益活动中, 许多家长将骑行视作高质量的亲子活动, 和孩子一起挑战里程、互相鼓励, 在这个过程中, 亲子交流更为对等, 亲子关系更加融洽。骑行也

催生了遵守交规、互助友爱的骑友文化。在大有乐骑俱乐部组织的活动中, 领骑员、安全员是“标配”, 他们控制队伍节奏, 提醒路况情况, 骑友们相互照顾, 形成了一种更紧密的情感链接。骑友们的自我约束在一次次骑行活动中固化, 最终使他们成为文明交通的自觉维护者和示范者, 他们以自己的行为发出提醒: 尊重规则、礼让互助才是市民应有的文明素养。

### 打造城市名片 让世界看见“车轮上的青岛”

如同马拉松赛事已成为众多城市闪亮的名片, 骑行也正以其独特的魅力与综合价值, 跻身城市形象传播的竞技场。一场成功的骑行赛事、活动, 一条经典的骑行路线, 可以引爆关注热度, 展示城市的自然风貌、文化底蕴与精神气质, 成为一张“流动的金名片”。青岛如何把握机遇, 在这场新的城市“营销赛道”中脱颖而出?

骑行背后的“流量密码”。从巴黎—鲁贝古典赛的百年传奇到环法赛的全球瞩目, 顶级自行车赛事的价值早已突破体育范畴, 成为城市文化输出的载体。如今, 国内部分城市也竞相通过骑行赛事、活动为自己引流。比如环青海湖、环海南岛等赛事已成为举办地的“招牌”, 当地政府的积极投入, 在于看到了其背后的综合效益: 赛事期间, 大量选手、媒体与游客涌入, 直接拉动食宿、交通、旅游消费; 媒体转播报道将城市最美的自然景观与人文风情全景式呈现给全国甚至全球观众; 一项品牌赛事的塑造, 能有效提升城市的国际知名度与美誉度, 传递出活力、健康、开放的城市形象, 这是一种无形的城市资产。

车轮之上的“青岛名片”。在众多骑友心中, 青岛拥有优越的自然禀赋, 筑就了一条条骑友的“梦中情线”。但仅有资源还不够, 将资源转化为城市品牌, 需要顶层设计与系统性的持续投入。比如打造具有高辨识度的自有IP赛事: 2024“山海骑遇”自行车爬坡赛, 让青岛山海城相融的唯美被更多人看到, 也让“山海骑行”成为青岛的专属标签。再比如系统性路线开发与整合: 由政府牵头, 进行跨部门、跨区域协作, 在全域范围进行一体化规划, 认证官方“金牌路线”, 配套建设完善的休息站、观景平台、路标指引和紧急救援体系等, 将助力青岛成为骑行的终极目的地, 递出一张全新的城市名片。

这张名片将告诉世界: 青岛以滚动的车轮为笔, 以山海城域为卷, 书写着自己对绿色未来的追求、对品质生活的理解。一起期待这座山海之城在车轮与时代的同频共振中御风前行、驰骋不息, 骑向更具影响力、更富吸引力的未来。