

复古电车变乐园 NPC小丑惊喜现身

青岛公交5路电车携手巧克力博物馆解锁老城新玩法

早报8月7日讯 暑期的青岛老城,总是藏着数不尽的新鲜玩法。一趟舒心的老城之行,既要能串联起沿途的烟火与风景,也要有实打实的便利与触手可及的乐趣。8月7日,青岛城运控股公交集团市北巴士公司联合巧克力博物馆打造的“公交+旅游 暑期新玩法”活动正式启动,把复古电车出行与特色场馆打卡深度绑定,用免费集章、车上购票等一系列贴近市民需求的贴心设计,为暑期老城出行送上了一份省心又有料的游玩新选择。

“妈妈你看,‘小丑’也来坐公交车啦!”活动当天,巧克力博物馆的NPC“小丑”一登上主题车厢,就瞬间点燃了车内的气氛,NPC“小丑”沿着过道缓缓走过,时不时和乘客招手、合影,随车出行的小朋友们眼睛亮了起来,凑上前好奇地打量,主动伸手击掌,高兴地喊道:“坐车也太有意思了!”不少拿起手机拍照的游客也忍不住感慨,本来只是坐公交去大鲍岛,没想到意外解锁了沉浸式的文旅小惊喜,一下就感受到了青岛公



市民乘坐专属主题电车。

交的鲜活温度。经常乘坐5路电车的市民看着熟悉的车厢换上主题装扮,也忍不住感慨,天天坐的老线路还能玩出新花样,日常出门都多了份期待。

作为青岛三条电车线路(5路、2路、30路)之一,5路电车早已是老城不可替代的标志性线路,承载着几代青岛人的出行记忆。这条贯穿老城的经典线路全

程14.13公里,设置24处停靠站点,串联起胜利桥、水清沟、科技街、中山路、栈桥等一众核心商圈与地标景点。

数据显示,2025年7—8月暑期,该线路客运量达104.17万人次,庞大的客流基数、覆盖全域的站点网络,加上天然的文旅串联属性,让这条运行多年的老线路始终保有旺盛的活力。而巧克巧蔻巧克力博物馆(青岛馆)是山东省唯一一家巧克力海洋世界主题乐园,场馆将巧克力的元素融入场馆各处,通过沉浸式体验,让参观者身临其境地认识巧克力,打造集体体验、互动、观赏、科普、零售于一体的巧克力主题沉浸式乐园。走进场馆,观赏用巧克力制作的“巨轮”“鲸鱼”“海底城堡”,用可可粉制作精美沙画,体验亲手制作巧克力的快乐。

本次跨界文旅联动活动将购票通道搬进了车厢,市民和游客乘车路上随手扫个码,巧克力博物馆的门票就能轻松买好。在胶州路芝罘路车站下车,步行300米就直达场馆门口。(青岛早报/观海新闻记者 吴冰冰 摄影报道)

山海与酒香一路相伴 打造城市魅力流动文旅新名片 青岛“浪浪巴”成网红打卡地

早报8月7日讯 8月,青岛滨海沿线文旅热度持续攀升。近期,“浪浪巴·海景观光线”凭借社交平台收获大批游客关注,不少海内外网友刷到相关内容后专程来青体验,既有境外旅行社考察团组团沉浸式打卡滨海风光,还有俄罗斯自由行游客结伴乘车体验,还有不少国内游客慕名打卡。游客随手记录的海景、鲜啤、车厢互动短视频在各大社交平台广泛传播,让“浪浪巴”成为面向海内外讲述青岛城市魅力的流动文旅名片。

8月1日10时30分,天泰体育场始发站热闹非凡,印满海浪、啤酒元素的“浪浪巴”成为打卡点,“泰国同业考察团成员”纷纷在车身旁合影留念。各国游客争相打卡的热潮背后,是青岛巴士“公交+文旅”模式的持续探索。今年7月10日,“浪浪巴·海景观



“泰国同业考察团”成员与“浪浪巴”车长合影留念。 公交隧道巴士供图

场、小麦岛等十余处核心景点,一线尽览半城山海风光。

第36届青岛国际啤酒节启幕后,“浪浪巴”客流也持续攀升,海内外游客纷纷将这条观光线路列入行程。每日夜间发车的啤酒巴士最受欢迎,沿途城市灯光秀搭配车内鲜啤、海鲜小食,体验广受好评。一位来自天津的游客表示,自己是在网络上看到推荐视频后专程前来体验,“坐了之后觉得确实值得,自己逛时间紧张,坐这趟车一次性就能看到好多景点。”

据了解,啤酒节期间,“浪浪巴”维持正常发车频次,午间与夜间两个啤酒巴士班次与节庆氛围形成呼应,也有不少游客选择白天乘坐“浪浪巴”游览,晚间再前往啤酒节会场,形成“日游海景、夜饮啤酒”的行程安排。

(青岛早报/观海新闻记者 吴冰冰)

持续推动入境游从“过境观光”向“深度体验”转型 青岛上半年入境游客同比增长56.2%

早报8月7日讯 8月7日,青岛市文化和旅游局发布入境旅游发展情况。数据显示,今年上半年,全市口岸直接入境游客(含港澳台)44.3万人次,同比增长56.2%,已超2024年全年水平。围绕“知得道”“来得了”“玩得好”“游得畅”,青岛持续推动入境游从“过境观光”向“深度体验”转型,加快创建国际消费中心城市、打造国际滨海旅游度假目的地。

在“来得了”方面,市文化和旅游局会同交通、边检、机场等部门,新开通5条国际航线,推行信息采集“双前置”与凭“码”通关服务,入境游客通关效率大幅提升。邮轮旅游同步发力,深入开展邮轮母港消费设施建设和无目的地海上游2个国家级试点,推出“邮轮+岸上”游线路12条,推出全省首个邮轮“静态游”航次,打造国内首个“邮轮啤酒节”。今年以来运营邮轮

航次8个,接待游客超2万人次。

为让游客“游得畅”,青岛增开覆盖重点旅游区的机场巴士专线,地铁重点线路实现中、英、韩三语广播。整合景区、酒店、餐饮、文博场馆等消费场景,将入境票根纳入票根经济优惠范畴,面向中转游客推出“青易转·0元游”产品。升级机场、邮轮母港入境游客服务中心,推出集交通与消费功能于一体的“QINGDAO PASS”一卡通。截至6月底,移动支付月均服务外籍用户超5.3万人次,同比增长92%;5000余家重点商户支持外卡受理,覆盖“吃住行游购娱学医”等各消费场景。

围绕“知得道”,青岛邀请500余名旅行社商及网红达人来青踩线采风,在国外社交平台发布图文视频3300余条,总浏览量超过270万,“蓝调青岛”“青岛赏花季”等

话题火爆出圈。联合航司、旅行社参加莫斯科国际旅展、柏林国际旅游展等境外重点展会,联合青啤集团举办啤酒节德国专场活动,吸引当地观众超1万人次。

针对不同客源市场推出定制化产品。面向韩国,依托“公交化”航班推出“到青岛度周末”主题2至3天短途产品,举办“韩国游客青岛过大年”“骑游青岛”等主题活动,韩国游客同比增长28.4%。面向东南亚,举办“东南亚百团万人游青岛”活动,打造崂山若七等一批文化体验型酒店,成为泰国等地游客来青首选,东南亚游客同比增长363.3%。面向上合国家,深挖海上丝绸之路文化底蕴,打造《丝路千古情》大型演艺项目,开业首月接待游客超21万人次;联合上合国家举办“西伯利亚日”“国际友人@Qingdao”等20余场主题活动,俄罗斯、印度游客分

别同比增长176.7%、180.1%。

在客源市场拓展上,实施差异化策略:深耕韩国核心市场,擦亮“到青岛度周末”品牌,围绕高尔夫、海钓、帆船、美食等主题推出十大精品线路,策划“首届韩国游客健步球大赛”等10项主题活动;拓展东南亚潜力市场,依托直航开发秋冬观鸥、温泉康养、非遗民俗等差异化产品;提升欧美澳新远程市场,以德国为突破口开发历史寻踪、中医康养、小团定制游,积极争取洲际第五航权航线;挖掘上合组织国家市场,常态化办好“上合之夏”等特色品牌活动。

产品供给方面,重点推出六大系列:滨海度假产品、户外运动产品、老城漫游产品、浪漫旅拍产品、夜间休闲产品、“经青岛”主题产品,力争将青岛打造为东北亚及东南亚游客入境中国的门户枢纽城市。

(青岛早报/观海新闻记者 徐小秋)