

一天1.47万人次“海上看青岛”

青岛海上旅游今年纳客突破420万人次创纪录 提前80天超去年全年

10月12日,青岛海上旅游创新纪录:由青岛旅游集团牵头组建的全国最大海洋旅游联合运营体,年度接待游客突破420万人次,同比增长8.31%,提前80天超越2025年全年419.78万人次总量,年度历史新高提前锁定;码头旅客吞吐量859.35万人次,年内有望突破1000万人次,码头集散能力和运营承载能力同步迈上新台阶。2026年尚未收官,剩下的这80天,是发展的提前量,更是“青岛模式”的硬底气。以“五统一”为核心、从青岛走向全国的海洋旅游联合运营模式,正持续擦亮“海上看青岛”城市品牌,让“北方第一、全国前三”的领先优势持续巩固、不断扩大。

420万人次,是青岛海洋旅游治理方式、运营模式、品牌能级和产业生态系统性跃升的集中体现,更是青岛从海洋旅游资源大市迈向海洋旅游运营强市的重要标志。

从8.8万到420万:3年47.7倍

放进年度坐标,更能看清这一纪录的分量。从整治前的2022年到2025年,青岛海上旅游年接待量增至2022年的47.7倍;2025年全年总量,2026年仅用285天便已越过。从47.7倍的跨越到提前80天的超越,“大联合”之后,青岛海上旅游再次刷新年度坐标。

2026年开年以来,台风等天气偏多、停航明显增加,百万级节点不仅没有推迟,反而全线提前,实现“五连跳”:5月25日突破100万人次;7月23日突破200万人次;8月16日突破300万人次;10月3日突破400万人次;10月12日突破420万人次。平均每天约1.47万人次从青岛码头上船。

进入9月,天气转好,市场热度不减,国庆假期迎来集中释放。假期共运营5590航次、同比增长60.13%(10月4日因大风全天停航),载客24.35万人次、同比增长47.84%,外地游客占比75%。奥帆中心、栈桥、轮渡码头排起长队,10月3日青岛轮渡单日接待游客近2万人次,创今年新高;集团抖音账号多次登上全国游玩团



国庆假期,“海上游青岛”成为游客的热门选择。王雷 摄

购榜榜首。旺季接得住、淡季稳得住,节点前移的背后,是运营能力的硬支撑。

“青岛模式”可复制可推广

青岛旅游集团是深耕海洋旅游的市属骨干国有企业,牵头组建全国规模最大的海洋旅游联合运营体,码头、航商、船舶整合规模均居全国第一;以“五统一”管理为核心创新实践“青岛模式”,打造“海上看青岛”品牌。

目前已整合全市92家航企,统筹运营11座码头、235艘船艇、7189个客位,开通23条旅游专属航线,37类产品。截至2025年末,联合运营体中航商载客量占比37.4%;黄金航线运营权公开竞价,品牌红利与客流资源向航商开放,“同下一盘棋”既有规矩、更有甜头。

青岛由此成为全国非陆岛交通类城市海上旅游的领跑者。“奥帆中心—栈桥(折返)”“环游胶州湾”两条航线先后入选交通运输部国家级海上精品航线,集团成为全国唯一同时拥有两条国家级海上精品航线的企业;联合运营经验入选中国旅游研究院现代旅游业体系建设创

新案例,交通运输部官网专文向全国推广;2026年新修订的《青岛市旅游条例》专设“海洋旅游特别规定”一章,“五统一”上升为地方性法规;“青岛模式”跨海输出,已在河北秦皇岛、山东烟台落地。

从“旺季火”到“全年旺”

青岛旅游集团通过产品创新、全年运营、夜游经济、海鸥季等抓手,实现海上旅游“淡季不淡、旺季更旺”,“北起胶州湾、南至斋堂岛,多点联动、南北贯通”的海上旅游大格局已经形成,客源市场加速从区域化走向全国化,外地游客占比约75%。

产品创新持续加力,新航线持续扩容。小麦岛航线成为文旅融合新标杆;仰口航线推动崂山风景区实现“海陆联动”,串起黄金山海航线;“栈桥夜游”填补青岛西部海上夜游空白,与奥帆中心夜游产品东西呼应,青岛成为北方唯一拥有两条常态化海上夜游航线的城市。海岛游打开新空间。依托“半岛1号”开通的灵岛游“一日游”“二日游”稳步升温,国庆期间推出的海岛徒步产品十分火爆。

一条条航线连点成网,一款款产品组团出圈,“海上看青岛”从一道海上风景,生长为辨识度十足的城市IP。

青岛轮渡“环游胶州湾”“海上穿越大桥”两条航线强势出圈,成为代表性网红打卡项目,相关话题持续刷屏社交平台。奥帆中心“橘子海”“蓝调时刻”“夜游青岛海上灯光秀”,青岛湾栈桥码头“海上打卡栈桥”等产品深受追捧,共同构筑“海上看青岛”现象级IP矩阵,一天赏遍三时风景:白天看波光粼粼的“钻石海”,傍晚追温柔绚烂的“橘子海”,入夜赏流光溢彩的“灯光秀”。

创新业态频频出彩。奥帆中心推出“游船+演艺”“游船+咖啡”“游船+音乐”等沉浸式体验;全市首个“科普码头”东大洋游船码头、首个“宠物友好码头”积米崖游船码头全新亮相,彰显城市温度;“海洋+国风”“海洋+萌宠”“海洋+研学”等融合业态常态化运营,文旅消费链条持续延伸。集团还积极探索“票根经济”“演唱会经济”,与周边景区、商家深度联动,释放文旅消费潜力。

安全是底线,服务是口碑,口碑持续转化为客流。联合运营体建立“先行赔付、公开承诺、有奖举报”三重服务体系,全方位守护游客权益,连续五年安全生产零事故,游客投诉率两年累计下降90%;今年以来未发生重大违规经营事件,让每一位游客“乘兴而来、满意而归”。

新起点、新目标、新作为

420万是成绩单,更是动员令。青岛海上旅游将瞄准500万人次乃至更高量级,持续巩固“北方第一、全国前三”地位,推动从规模领先向质量领先、标准领先、品牌领先跃升。

从8.8万到420万,青岛海上旅游完成了量的跨越;从“青岛模式”到全国推广,更完成了质的跃迁。其深层启示在于:海洋旅游竞争,表面看是客流之争,深层是治理能力、运营效率、品牌势能和产业生态之争。谁能在统一运营中激活市场主体,在标准输出中塑造城市品牌,在安全底线上赢得口碑,谁就能把“流量”变“留量”、把“网红”变“长红”。

文/徐小软

一条“畅游微巴”串起“山海城”

青岛438路国庆假期发出153班次 连接小麦岛和极地海洋公园两大网红景点

早报10月12日讯 国庆7天假期,青岛这座海滨之城迎来了八方来客。在崂山脚下、麦岛海畔,身披“畅游微巴”标识的438路公交车穿梭于小麦岛公园与青岛极地海洋公园之间,7天153班次、3300余人次——这是青岛城运控股公交集团崂山巴士第六分公司交出的国庆成绩单。

国庆假期,小麦岛公园和青岛极地海洋公园两大网红打卡地客流激增。面对如织的游人,如何让乘客“来得了、走得好的不滞留”,成为摆在崂山巴士第六分公司面前的一道考题。

“我们提前研判客流趋势,制定了详细的运营保障方案。”崂山巴士第六分公司党支部书记、经理任海涛介绍,假期期间,分公司对438路“畅游微巴”实施动态调整发车间隔,在11点以后至20点的高峰时段,每半小时发出一班车次,确保运力与客流精准匹配。

“本来担心假期人多挤不上车,没想到班次这么密,等一会儿就来了。”来自



市民乘坐438路“畅游微巴”。公交供图

济南的游客李女士带着父母和孩子刚下地铁,便顺利坐上了前往小麦岛公园的

438路。她告诉记者,一家人计划先逛小麦岛,再去极地海洋公园,“一趟公交

把两个景点串起来,太方便了。”

438路“畅游微巴”今年8月21日正式开通。线路全长仅3.4千米,配车2辆,却精准地串联起青岛两大热门景区——小麦岛公园和青岛极地海洋公园。线路走向经过精心设计,沿途设小麦岛公园站(新设)、麦岛香港东路、青岛大学东院、徐家麦岛、青岛极地海洋公园共5个站点,无缝衔接37路、11路等多条公交干线。特别值得一提的是,这是首条在“小麦岛公园”景区内部设置站点的微循环线路。游客乘坐438路,可以直达景区门口,免去了拖着行李步行找路的烦恼。

438路“畅游微巴”的开通,不仅是两个景区的“牵手”,更是公交与地铁“两网融合”的一次生动实践。线路开通前期,崂山巴士公司积极开展“六进”活动,主动走进社区、走进景区、走进地铁站,与青岛地铁开展共建合作,在途经的麦岛站、海游路地铁站内设置醒目指示牌,引导市民游客“下了地铁就能坐上公交”,让“轨道+公交”的接驳效率最大化。(文/吴冰冰)