

青岛：昂起文旅一体化龙头 争当高质量发展排头兵



旅游作为传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁，是促进经济循环的重要动力。尤其近些年，旅游业作为第三产业支柱，成为经济发展的重要支撑。数据显示，2019年全球旅游总人次超过123亿，全球旅游总收入达5.8万亿美元，相当于全球GDP的6.7%。

今年以来，受新冠肺炎疫情冲击，旅游业遭受重创，如何重振旅游育新机开新局成新命题。为推动旅游业复苏，青岛市文化和旅游局根据青岛市委、市政府统一部署，统筹推进疫情防控和文旅产业发展，多措并举、对症下药，全市文化和旅游业回暖势头越来越旺。

双管齐下 提升文旅业“免疫力”

8月20日，青岛市启动2019年度(2019年4月—2020年3月)旅行社引进入境游客等奖励申报工作，经核查审计符合条件的旅游企业将获得专项奖励。

“在旅游市场恢复期给我们旅游企业发奖励红包，引导帮助文旅企业渡过难关，对于我们来说肯定是信心大增啊。”中国国旅青岛国际旅行社有限公司国内中心总经理助理丁锋告诉记者，2月17日文化和旅游局发出通知后青岛文旅部门立即行动，向旅行社退还80%部分旅游服务质量保证金，缓解企业资金压力。

据悉，青岛市落实文化和旅游奖励扶持政策实施细则，对有明确政策标准、项目运作主体明确、列入2020年度预算的奖补专项资金，4月底前已全部拨付到位。借鉴北京、上海、广州等地经验，青岛起草完成了《关于应对新冠肺炎疫情冲击影响文化和旅游发展若干政策措施(汇报稿)》，经市政府常务会议研究通过后印发，出台了支持企业发展的20条具体举措，为文旅企业复工复产带来重大利好。

近年来，青岛市文化和旅游局又组织文旅企业员工1万余人举办了10余场在线培训活动，邀请国家级导游大师和酒店领域专家通过网络直播等方式讲解疫后产业发展趋势和职业规划，帮助企业修炼内功提升行业竞争力。

同时，青岛市文化和旅游局还组织成立了10个服务专班赴区市一线帮扶企业，汇总编制“政策工具包”推送给企业，走访企业3100余家，解决实际问题200余个。针对183家重点规上(限上)文旅企业和32家

重点规下文娱企业，建立了一对一帮扶跟踪联络制度，协调解决企业融资、用工、市场开拓等困难。

在政策扶持和复工复产的指导下，目前青岛各景区和文化企业均已恢复营业，周边游、郊区游、自驾游和商务游市场有序回暖。例如今年五一节假日期间，5天5万多人游栈桥，崂山风景区也都预约爆满，全市酒店入住率大都超六成，餐饮上座率维持在八成左右。

内外挖潜

促消费助推市场火起来

青岛是知名旅游城市，文旅产业占比大，具有“一业兴、百业旺”的乘数效应。面对疫情重创影响，岛城文旅企业都在积极寻机遇、谋出路，但仅靠自身力量难以力挽狂澜，还需要更大平台的支撑和更多资源的汇聚。

因此，青岛市文化和旅游局针对企业当前需求，制订《疫情后青岛旅游振兴营销工程方案》并组织开展综合营销，前后共推出互联网预热营销、“青岛安好”主题代言、健康旅游百项活动、“518”博物馆日、“519”旅游日等十大营销活动。

在“青岛安好”主题代言行动中，青岛推出了与浪漫、文化、活力、生态、休闲、现代相约的六大主题预热海报来展示青岛丰富的文旅资源，然后通过行业代表代言、明星代言、全民代言三步递进的形式来联合本地景区共同发声，向客源市场发出邀约传递，并串联多种媒体全面宣告青岛旅游市场正式启动，激活了本地、周边及全国市场，也让游客充分感受到青岛的城市魅力和旅游市场的安全有序。

此后青岛市文化和旅游局又设计推出涵盖26个户外网红打卡点的“时尚健康游”主题产品，策划开展了“局长带你游”“云游青岛”等网络直播活动，进行周期性线路采风，将全市30多个景点、20条旅游线路带火成为网红打卡地。

“无人机航拍崂山，太美了。”这是2020“云游青岛”第三期航拍崂山节目中一位日本游客的称赞。此次近3个小时的航拍直播吸引了21.2万人次观看，国内游客点赞人数达36.6万，不仅从不同视角展示了崂山秀美风光，更是用实力证明了青岛文旅市场不断创新的实力和决心。

通过政府主导企业参与的全方位市场营销，青岛市住宿业企业入住率稳步提

升。据抽样调查，由2月份的不足10%提高到5月份的40%左右，栖霞海居、海角七号等民宿甚至出现一房难求的情况。

对外抢占先机，对内挖掘潜力。针对疫情造成的人境旅游、文化出口停摆现状，青岛市文旅局着重刺激文化和旅游消费内需，在文化方面开展了“文化惠民消费季”活动，签约合作企业和商户206家，发放文化惠民消费补贴470万元，6.5万人次参与消费，直接拉动文化消费1428.85万元，实现经济效益3714.89万元。旅游方面，策划开展了“时尚有你 惠游青岛”旅游消费促进活动，带动景区、酒店等旅游企业推出打折优惠活动，通过美团点评发放惠民消费券83万元，2000余家企业参与，直接拉动旅游消费653万元。

招商引资

不断档培育业态新品牌

如果说加大帮扶力度帮助企业修炼内功是青岛文旅市场复苏的第一步，搞活市场拉动消费是市场回暖的第二步，那么招商引资产培育八大新业态则是文旅产业实现疫后振兴的第三步。

作为海岛旅游名城，青岛虽然拥有丰富的自然旅游资源和人文旅游资源，文旅产业基础雄厚，但是近年来缺少大企业、大项目带动，产业发展后劲不足。所以，围绕供给侧，青岛市文旅局全面发起招商引资产攻坚战以招商引资和项目建设带动旅游产业。

即使疫情期间，招商引资工作也没有停下来。通过网上洽谈、直播考察、线上签约等形式开启文旅“云招商”模式，实现招商引资不停摆，因此才有了恒大水世界等3个重点项目开工建设，雅钻青岛(俄罗斯)文化旅游交流中心、华道资本中歌世纪、天空之橙文创项目、青岛温泉小镇项目、西班牙福赛酒店项目、功能性食品研发和产业化6个项目签约落地。

其中已经开工的恒大水世界项目投资240亿元，占地1000亩，规划建设世界一流的全季节、全天候、全室内水上休闲娱乐综合体，投入运营后，水世界游客承载量将达到700万人次；东方伊甸园项目建成后接待游客将达100万人次以上，是我国北方地区唯一集生态环保、海洋文明、文化娱乐、科研教育、论坛等主题于一体的大型生态园区。

据统计，截至5月底，全市重点推进

的文化和旅游项目共99个，总投资3500多亿元。100亿元以上项目15个，总投资2774亿元，50亿至99亿元项目8个，总投资468.6亿元，其中已签约项目18个，总投资546.99亿元。在建项目72个，总投资1516.18亿元。

在梳理优势资源后，青岛确定在创新康养度假旅游产品、激活婚庆旅游市场、发展房车露营地和自驾游、推动研学亲子旅游发展、发展影视文化旅游项目、发展乡村红色旅游、推动邮轮旅游提档升级、打造数字文旅八大新业态方面发力，培育新业态打造新品牌。

主动担当

推动胶东文旅“协同化”

为贯彻落实省委、省政府关于加快胶东经济圈一体化发展的战略部署，深入推进胶东5市文化和旅游一体化高质量发展，青岛主动担当牵头联合烟台、潍坊、威海、日照成立胶东经济圈文化旅游合作联盟，共同开展了“5·19”中国旅游日主题活动，共同签署了《胶东经济圈文化旅游一体化高质量发展合作框架协议》，联合推进旅游市场营销、特色旅游产品打造、文旅产业项目、文旅公共服务、对外文化交流五大领域27项合作。

目前，5市已联合推出胶东七日游产品，联合举办了胶东文旅商品展，共同推出“胶东有礼”文创品牌，青岛文旅惠民消费平台面向5市企业全面开放，目前有50余家其他4市企业正在上线筹备。在胶东经济圈文化和旅游一体化合作联盟第一次联席会上，5市文旅部门再次签署合作协议，下一步将在常态化制度设计、文旅资源共享、胶东文旅品牌塑造、统一宣传营销、共同打造“胶东有礼”品牌、发挥市场主体作用等方面有效加强互联，持续务实推进胶东5市旅游业务的高效发展。

“胶东5市既有共同点，又各具特色、各有优势，对外我们要树立统一的整体形象、打造出全国有影响力的胶东文化旅游独特品牌；对内要优势互补、团结协作，共同把市场做大，把产品做优，把品牌做强。”青岛文化和旅游局局长朱铁一表示，下一步青岛将在联盟工作机制推进上更用心用力、夯实基础形成良性循环，对重点工作明确分工、扎实推进，形成合力，做出亮点。



- ①青岛前海一线城市风光
- ②胶东海洋童玩季打造的消暑市集
- ③在青岛市市北区延吉路万达广场举办的“青岛市文化惠民零元观影节”活动
- ④青岛西海岸新区2020年文化和旅游消费季非遗剧目展演暨文旅产品展销会活动
- ⑤“国际友人@Qingdao”文旅国际交流暨“好客山东百团山东行”活动启动仪式
- ⑥7月30日胶东海洋童玩季在青岛第一海水浴场开幕，舞台、灯光、沙雕、艺术展、互动体验、乐队演出、创意市集等环节为孩子们带来一次难忘的童趣体验
- ⑦青岛知名的多国建筑群
- ⑧青岛标志性景点栈桥
- ⑨青岛崂山风景区

