



第30届青岛国际啤酒节上,游客留影纪念狂欢畅饮的美好时刻。



2020“发现·青岛”城市定向赛西海岸新区分会场,参赛选手活力迸发。



在小戏小品进社区活动中,演员们真情演绎身边故事。

节庆搭台 文旅唱戏

——看疫情新常态下文旅复苏的“西海岸智慧”

第30届青岛国际啤酒节如期举办,创下疫情防控常态化下全国规模最大的节庆活动,带动西海岸新区客流量恢复到去年同期的92%,西海岸当好东道主,豪情胜疫情,引世界侧目;

青岛国际影视设计周、中国(青岛)国际时装周“双周合璧”接续来袭,与时尚的邂逅让西海岸更加朝气蓬勃,活力涌动;

“发现·青岛”城市定向赛、沙滩电影月、小戏小品进社区……西海岸处处繁花似锦,人人欢欣鼓舞,走出家门,拥抱“春天”,城市充满了久违的“生活味儿”;

……
疫情冲击如何应对?文旅如何复苏?消费如何升级?面对一道道时代考题,青岛西海岸新区文旅以步入“新常态”给出了精彩答案,一场场节庆活动提升一座城市的效应持续发酵,让来自全球的目光一次次因这方踏浪逐行的土地惊艳。



东方时尚季·第20届中国(青岛)国际时装周上,模特走秀潮范十足。

现象
节庆扎堆
欢声四起

八月,西海岸的天是那么湛蓝,风是那么飒爽,人是那么雀跃。

“有朋自远方来,不亦乐乎!”闻着满城啤酒芳香,第30届青岛国际啤酒节如约而至,西海岸以“时尚”之名邀客,满腹豪情。17个日日夜夜里,200余场时尚活动如浪花一般不断奔涌向市民游客,让全世界不仅欣赏到了“最时尚”的啤酒盛会,也深切感受到了东道主西海岸的气质风貌。

西海岸新区文旅局党组书记燕亚超告诉记者,青岛国际啤酒节落户西海岸新区6年来,品牌内涵不断丰富,节庆旅游大放光彩,极高的媒体曝光率让西海岸成为暑期旅游的热点城市,金沙湾啤酒城成为西海岸新区暑期旅游线路的首选。“西海岸文旅打啤酒节牌,走出去、请进来,实行‘啤酒节+’联动发展策略,带动了旅游形象、旅游产品结构和旅游产品品质的提升。”

啤酒节后,青岛国际影视设计周、中国(青岛)国际时装周联袂接续,西海岸引领时尚,神采奕奕;青岛国际影视设计周齐聚国内外时尚、影视、设计界顶尖资源,文化创意碰撞共享,激发了西海岸影视、设计、时尚等产业创新活力;中国(青岛)国际时装周10余场时尚大秀精彩上演,网上直播观看人数突破400万人次,线上线下销售额4000余万元……

“发现·青岛”城市定向赛西海岸新区分会场、沙滩电影月、小戏小品进社区遍地开花,活力涌动;城市定向赛让全民打卡时尚目的地,立体式近距离感受城市魅力;沙滩电影月30场沙滩赏影活动特色独居,打造沙滩夜间时尚乐活潮流集聚地;小戏小品优秀剧目调演如火如荼,小文艺“演”大道理,丰富群众文化生活……

“这些活动既有高端时尚范,又亲民接地气,符合疫情常态化背景下市民游客对文旅生活的期待,让城市找回了久违的‘生活味儿’,助力社会生活回归正常。”西海岸新区文旅局副局长郑桂欣告诉记者。

成效
文旅复苏
信心提振

客流量恢复到去年同期的92%,与节前相比增长30%左右;星级酒店的平均入住率达到75%,啤酒城周边品牌度假酒店周末入住率达到100%;疫情防控安全有序,游客53%来自青岛市以外的地区……一场啤酒节,活力一座城。接踵而至的节庆惠民活动,更是让西海岸文旅热度持续“保温”。

“系列文旅活动的成功举办,迅速催热了西海岸新区文旅市场,提振了行业信心,也向外界展示了西海岸新区文化和旅游快速复苏、百花齐放的新图景。”燕亚超告诉记者。

“旅游要复苏,把游客引进来是第一步。西海岸众多节庆活动带来了人气,也为我们景区带来了可观的游客量。”青岛森林野生动物世界策划部部长李焕斌告诉记者,今年青岛森林野生动物世界将动物园开到了啤酒城,在啤酒城设置了探索萌宠王国,吸睛又引流,“在节庆活动的拉动下,我们暑期周末游客量基本和往年持平,很多来自淄博、潍坊等地的外地游客也来景区游玩,而过去则是以岛城周边游客为主,这对本地旅游市场复苏来说是个好现象。”

游客退单、团队旅游经营暂停……疫情之下,旅行社各项业务几乎被按下“暂停键”,“疫情对我们影响非常大,整个行业似乎都静止了,节庆活动的举办让我们暂时松了口气。”中国国旅(青岛)国际旅行社有限公司西海岸分公司负责人王邵滨告诉记者,在西海岸新区文旅局的支持下,旅行社开通了“干杯西海岸”旅游直通车,“啤酒节直接带动了我们的地接业务,下一步我们将继续深耕地接市场。”

一场节庆,提升一座城市;一场活动,带来空前机遇,在疫情新常态下,更显难能可贵。“面对疫情冲击,提升文旅市场的人气指数和信心指数是摆在我们面前急需破解的难题,系列活动的举办实现了‘双指数’的回升,背后凸显了面对变化和战时,西海岸在危机中育新机、于变局中开新局的担当与智慧。”燕亚超说。

背后
保持定力
勇于变通

看西海岸疫情新常态下文旅复苏的“破题之策”,可以总结为“节庆搭台文旅唱戏”,这为疫情常态化防控形势下文旅恢复和振兴提供了鲜活的“西海岸智慧”。

细细思索,“破题之策”背后包含着西海岸文旅的定力、信心、变通与智慧,这也将是西海岸文旅持续“保温”的妙法。以啤酒节为例,作为常态化疫情防控背景下国内第一个正常举办的大型节庆活动,“时尚啤酒节”创新尝试“线上+线下”办节模式,既向社会彰显了青岛西海岸新区努力推进复工复产的坚定信心,也为全国举办同类大型节庆活动贡献了智慧,赢得了社会各界高度评价。

与此同时,西海岸注重放大节庆效应,用平台思维做乘法,赋能全域发展:啤酒节搭台,2020青岛国际啤酒产品交易会达成意向成交额3.16亿元;甘肃武都、贵州安顺农特产品展强势回归,规模比去年增加了一倍,也有力地推进了东西部扶贫协作;客源城市推介、旅游直通车开通,“啤酒节+”特惠联票推出,西海岸全域旅游大放异彩;“双周”聚磁场,青岛设计中心落地青岛西海岸新区,意味着青岛国际影视设计周的资源落地平台正式成立;《推动胶东半岛国际时尚产业发展共同宣言》发布,将构建胶东半岛时尚产业开发生态圈,助力时尚产业高质量发展……

未来,随着跨省游恢复,省内游回暖,周边游复苏,广大游客释放旅游需求,相信8月节庆扎堆为西海岸带来的文旅热度不会立刻降温,文旅行业的“春天”也不会太远。
(李涛)