

# 谋新“破卷” 跨界“破圈”

——从“一场球、一场秀、一场酒”看西海岸新区体文旅融合发展之道



360度全景秀《海上有青岛》

(上接第一版)发力承办国际国内高端赛事,打造国内一流的体育赛事集聚区。擦亮自主赛事品牌,发挥新区山、海、湾、滩、岛自然优势,高水平举办青岛西海岸全程、半程马拉松,争创“国家金牌赛事”。未来三年,新区将促进体育与多行业融合发展。推进体育与健康、文化、旅游、养老、科技等融合发展,打造以体育赛事为主导的特色城市旅游空间,形成高端化、专业化的城市体育休闲旅游集聚区。

依托山、海、林、河、湖、草、滩等天然旅游资源优势,西海岸新区将骑行、攀岩、登山、垂钓、田园马拉松等赛事活动融入景区,打造了唐岛湾生态公园、珠山国家森林公园、鲁海丰海洋牧场等一批休闲旅游目的地,每年吸引外地游客上千万人次。西海岸健身场地和设施遍地开花,星罗棋布,拥有体育场地4392处、体育社会团体32个、体育俱乐部148家、健身辅导站(点)1235处。长达78公里的蓝湾绿道,更是有机连接山海风光,组成了环山、环海、环水、环林、环场馆的“体育生态圈”,让体育运动成为广大市民游客的日常生活方式和社交新时尚。

依山傍海,富集的自然资源蕴含着西海岸新区体旅融合的无限潜能。天时、地利、人和,多方聚力下,通过“一场球”,西海岸新区广阔山海间的多元价值正在被持续激发,“全域旅游”迎来高质量发展的高光时刻。

## 一场秀 演出文旅融合新魅力

因为一场秀,爱上这片海。

这个夏天,岛城文旅市场迎来了一件划时代的作品——360度全景秀《海上有青岛》在西海岸凤凰岛文化艺术中心震撼首演。作为青岛首台大型户外演艺秀,《海上有青岛》以宏大的场景和世界观生动再现青岛发展历程。秀演一票难求,在网络上引发了现象级话题讨论,迅速晋升为青岛文旅新名片。

一场优秀的旅游演艺,能给一座城市带来怎样的改变?

旅游演艺,作为文化和旅游深度融合的产物,是现代旅游的重要组成部分。微度假艺术休闲综合体、3.0时代全维包裹式体验式特效演艺秀场,多个全国首创演艺科技成果、重新定义城市文旅秀演的标准和境界……《海上有青岛》是西海岸新区文旅产业标志

性项目,对提升全区旅游品质,拉动文旅消费,擦亮首批国家文化产业和旅游产业融合发展示范区金字招牌具有重要意义。

看一场旅游演艺,就是看一种新的风景。有故事、有想象、有情感、有互动、有共鸣,不入其境,不知其美,这正是旅游演艺的魅力所在。《海上有青岛》就是一出山海湾自然景观和文化底蕴、艺术形式的完美融合。

以“船”为视觉载体和文化意象,展开大海给予我们的无尽幻想,从琅琊祭海,珠山一愿,到青岛的海洋文化、齐鲁文化、民风民俗、海上商贸、船港文化,《海上有青岛》以超仿真的场景体验,超立体的视觉感受,还原历史场景,将人与大海“共存、共生、共荣”的命运共同体展现得淋漓尽致。因此《海上有青岛》的成功,改变了“走马观花”的传统旅游方式,是文化与旅游的双赢,为推进文旅融合奠定了基础,成为探寻城市记忆、刷新城市印象的新方式。

历史遗迹、城市景观、自然山水犹如一颗颗珍珠,蕴藏着西海岸文化的瑰丽浪漫,带点成线、串珠成链,让文化旅游更广范围、更高水平深度融合。这个融合,不是简单相加,而是业态、产品、市场的深度交互,是资源利用效率的乘数效应。

360度全景秀《海上有青岛》的亮相,只是西海岸新区发展文旅融合,推动旅游业转型升级的一块“敲门砖”。西海岸新区正深度挖掘旅游特色资源,围绕“海岛、海上、海滩、海湾”立体化发展战略,把自然生态景观、历史人文元素、特色城市文化等,有机融入商品、服务、品牌。加强与漫合漫等世界顶级旅游度假品牌合作;西海岸凤凰岛艺术中心加快塑造融合娱乐休闲、打卡度假、艺术展示、活动交流、文化体育、亲子互动、文创集市七大功能为一体的全方位“艺术之湾·精神之岛”沉浸式微度假艺术休闲综合体,努力打造全国文旅产业新地标;推动竹岔岛、唐岛湾、灵山岛、古镇口、斋堂岛、琅琊台等区域纳入全市旅游航线总体规划,推出串联海岛和沿海主要景点的“一程多站”式海上旅游观光线路……一项项举措让城市有摸得着的魅力、看得见的实力、记得住的回味、听得入迷的故事,让人们不仅看山看水看风景,更观文品史、体验生活。

今年4月,《青岛西海岸新区国家文化产业和旅游产业融合发展示范区建设方案》印发,明确提出,到2024年

底,海洋文化旅游实现重大突破,文旅融合新型业态快速发展,市民游客满意度稳步提升,游客接待量同比增长20%以上,跻身国内一流水平。到2025年底,文化和旅游产业规模达到900亿元以上,文化和旅游产业增加值占GDP比重达到13%,国际滨海旅游目的地建设初见成效。

文化是一个城市的灵魂,文化的深度代入才能让城市文旅有内涵和持久新鲜感。深刻把握城市的历史文脉和时代价值,西海岸新区通过“一场秀”,提炼并创新展示城市独特的文化标识,重塑了文旅品牌的“生命力”,为岛城文旅提供了广阔的创意、创新的空间。

## 一场酒 喝出城市狂欢新超越

青岛啤酒节,醉美西海岸。

接待游客636万人次,消费啤酒2800余吨,500余场文化演艺活动,1807场次比赛,全媒体平台传播量达31.4亿次……这个夏天,第34届青岛国际啤酒节以金沙湾啤酒城为核心,打造了一场全域联动、全城欢动的盛宴,给市民游客留下了“醉美”回忆。

一样的啤酒节,不一样的啤酒文化。从第25届开始,青岛啤酒节跨过胶州湾,来到西海岸。历经10年的传承与创新,青岛国际啤酒节像是一块酵母,发酵着整个城市的活力与激情,啤酒节品牌内涵得到不断丰富和超越,社会美誉度、国际关注度和品牌影响力持续攀升。

本届啤酒节,24天持续举行的文旅活动、体育赛事,让啤酒节形成了一个城市文化新场域,成为这座城市的一个标志性符号。作为青岛对外展示和交流的窗口,第34届青岛国际啤酒节以改革为动力、以开放促活力,围绕“啤酒+”推动内涵式新发展,节庆氛围更加浓厚,狂欢规模进一步放大,节会质量、办节规模、品牌影响全面提升,青岛“中国啤酒之都”、西海岸新区“啤酒之城”名片更加靓丽。

啤酒节也拉动了西海岸新区全域消费的增长。今年上半年,西海岸新区的社会消费品零售总额增速高达8.2%,在去年高基数基础上(今年上半年增速8.5%)继续保持快速增长,有效助力西海岸新区GDP实现了6.3%的增速,位列全市第一。

年年有创新、届届有提升。这场承载着青岛人精神印记和城市激情的盛

大狂欢,不仅有了传承,更有了超越,这种变化离不开城市之爱、文化之爱、民众之爱的深度融合与催化。何为城市之爱,就是吐故纳新,就是开放胸襟。自啤酒节登陆以来,西海岸突出国际化、高端化、市场化、大众化办节特色,节城共生、城城共融,走出了一条以“啤酒+”多元链接的城市发展之路。何为文化之爱,就是城市因子的混合碰撞,是啤酒文化的极大丰富。青岛国际啤酒节的历史,蕴涵着城市开放的因子、活力的因子、时尚的因子,也有现代工业文明的因子,这些活跃的因子混合碰撞,悄然发酵,啤酒文化在此过程中无限延展,实现节庆品牌的优化与超越。何为民众之爱,就是呼朋唤友,就是把酒言欢。青岛国际啤酒节首先是“人人皆可参与”的市民节,众多市民的参与是驱动这个节庆活动的原动力,经年累月,这种朴素的情感,成为哺育节庆活动最珍贵的营养成分。

今年3月在泰国举办的2024尖峰奖暨亚洲节庆城市研讨会上,青岛啤酒节斩获“2024亚洲节庆·最具狂欢氛围奖”及“2024亚洲尖峰奖·最佳文创产品奖”两项国际大奖。在研讨会上分享青岛国际啤酒节主要成就和成功经验的,是国内知名节庆文化学者、青岛啤酒节首席顾问林醒愚。对已过“而立之年”的青岛啤酒节未来发展,林醒愚提出要一步一个脚印,更精准地为自己画像,打造出专属于自己的精神特质和文化风貌,形成自己的文化范式。

与世界干杯,拥山海入怀。明年7月,第35届青岛国际啤酒节将如期举行,欢迎世界各地朋友明年相聚西海岸、相约啤酒节,共同开启新的啤酒狂欢之旅。

文旅城市品牌形象既凝聚于市民个体的生产生活实践中,又展现在城市多元主体与游客的交往互动中,西海岸新区坚持以人为本,通过“一场酒”,深耕和营造共情、共振的人文环境,打造人文气息、产业气息和烟火气息相融相生的城市文旅新形态,形成了吸引人、感召人、留住人的文旅名城“强磁场”。

“一场球,一场秀,一场酒”,让西海岸文旅的“原有魅力”变得“更有魅力”,文旅产业发展与区域价值提升相辅相成,让我们看到了这座青春之城的蓬勃生命力,看到了新区文旅新风采、新活力、新动能,进一步激发了市民的主人翁意识,为西海岸新区高质量发展打开了新的想象空间。