

# “蓝色”引领青岛转型升级(下)

本报记者 孙利华 白云飞

## 聚焦 青岛

### 1 蓝色引领 文化为核

来到青岛第一天,我们立马产生了旅游淡季分明的感觉。

在夏季人头攒动的栈桥一带,此时不但游客稀稀拉拉,甚至连在附近大街上都少见行人。不少海鲜餐馆关了门,旺季时1000多元一晚的标间,也打折成200多元。

“三冷三热”是青岛旅游的老大难问题。”一位常拉游客的出租车司机说,“青岛旅游最热季节是夏季、秋季,7月、8月、9月游客人数占全年的60%左右,现在你看看,半天都拉不着一个人。”

冬天冷、夏天热,北部冷、南部热,晚上冷、白天热……在青岛旅游“软肋”分明的背后,是相对单一的海洋观光产品,约80%的景点集中在沿海区域,娱乐、夜间旅游等产品相对匮乏。

青岛去年吸引各地游客超过5700万人次,旅游收入达到807亿元。这份“成绩单”按说还算不错,但“三冷三热”的现状,令很多青岛人都不满意,说“青岛的旅游做得实在不怎么样”。

青岛市旅游局规划处处长姚刚说,青岛旅游最有优势的资源是海,一切都围绕海做文章,但寻找“核心产品”的过程是艰难的。

知易行难。姚刚举了一个例子:“河南最厚重的是文化,然而文化旅游搞得风生水起,却并非中原文化核心的少林文化。”

因海而生的问题,最终也要靠海突围。

近年,“蓝色”作为青岛经济发展的主色调,同时也引领着青岛旅游的发展方向。

“蓝色并非单纯的海洋旅游,而是青岛打造国际化旅游目的地城市,建设宜居幸福现代化国际城市的战略引领,同时还蕴含着‘高端、深度、融合’的丰富内涵。”姚刚如是解释。

据介绍,青岛提出以蓝色文化为核心统筹青岛旅游业的发展。今年9月,《青岛市旅游总体规划(2013年—2020年)》出台,为青岛旅游转型升级谋划了更清晰的蓝图——从“旅游城市”向“城市旅游”跨越,把城市作为一个大景区来打造,建设面向世界的全方位、全要素、全时空的“蓝色”旅游城市。预计到2020年,旅游总收入达到2468亿元。

“加快旅游业科学发展,是青岛为‘蓝色’旅游定下的基调。”姚刚说,未来青岛旅游工作的重点是,战略定位把持好、发展空间预留好、旅游环境打造好、产业门槛设置好。

### 2 项目拉动 投石问路

早在10年前,青岛旅游已经开始转型,他们选择的抓手是“大项目拉动战略”。

2003年堪称青岛旅游大项目元年。当年五一,一个青岛旅游历史上从未有过的大手笔——投资额度达2.2亿元的旅游大项目青岛海底世界对外开放。该项目创造了日进账191万元,投资回报率200%,两年收回投资的神话。

这个堪称里程碑意义的事件,被誉为“为青岛旅游冬冷夏热的季节性软肋找到了解决良方”,改变了青岛旅游项目单一、留不住客、留不下钱的一日游旅行方式,标志着一个新的旅游发展时代开始踏浪而来。

无独有偶,海底世界开馆的火爆场面,迅速引来投资商瞩目。当年,投资12亿元的极地海洋世界项目随即签约落户,成为海底世界的“升级版”。

极地海洋世界的出现,在破解“夏天热、冬天冷”的道路上又跨出了的一步。记者实地采访发现,时至寒冬,该景区的游客仍然络绎不绝,海狮、海豚表演时更是座无虚席,单场观众至少有500人。据极地海洋世界景区负责人介绍,夏秋旅游旺季“一座难求”,冬天淡季依然“不差客”。

大项目给青岛旅游注入了新的活力。此后,投资过亿元、过10亿元甚至几十亿元的旅游项目,在海岸一线和城市内部遍地开花,青岛银海国际游艇俱乐部投资3亿元,小珠山主题公园投资过10亿元,港中旅海泉湾投资50亿元……

一个个大项目横空出世,为青岛改变几十年来“靠海吃饭”“靠季节吃饭”的旅游模式投下了问路石,同时也对青岛旅游产品质量的提高、产业规模的扩大与转型以及城市整体形象和海内外知名度的提升功不可没。

“作为服务业的龙头,我们对旅游业发展有着更高的预期,旅游业理应在扩内需、保增长中担当重任、勇挑重担。”青岛市旅游局有关负责人说,青岛旅游突围转型,抓项目无疑抓到了点子上。

### 核心提示

青岛,因海而生,依海而兴。711公里的海岸线、49处天然港湾、69座近海岛屿……大自然的慷慨馈赠、得天独厚的海洋资源,助力青岛成为中国北方最著名的海滨旅游城市。

20世纪80年代,青岛与洛阳曾作为中国旅游的代表,共同出现在国际舞台上。在由传统观光游迈向休闲度假游的新时代,禀赋非凡的青岛与洛阳,在旅游经济上也同样面临“成长的烦恼”,同样面临着转型升级的挑战。

近日,记者走进“红瓦绿树,碧海蓝天”的岛城,聚焦青岛旅游的突围之路。



青岛五四广场 (资料图片)



青岛,一座美丽的海滨城市 (资料图片)

### 3 持续升级 挺进“深蓝”

观光游的时代已经结束,旅游者已不再满足于走马观花看风景,转而更加注重深度的休闲体验游,越来越追求旅游的品质和个性。

敏锐地嗅到了旅游的新变化,青岛人瞄准“蓝色”和“高端”,强力推进海洋旅游整合开发和休闲旅游项目开放招商。

“旅游产业兴起必须融入城市整体发展。”姚刚说,2008年,青岛启动浩大的老城区企业搬迁工程,旅游产业顺势而为,不断扩大蓝色高端旅游项目版图——

今年3月,有着百年历史的青岛港老港区货运业务从市区全部退出,由老港区改造而成的邮轮码头也顺利完工,世界最大的22.5万吨级豪华邮轮,将可以在此全天候自由停靠。

去年7月,青岛赫赫有名的“国棉六厂”原址改造项目签约,这里将变身成为亚洲最大的虚拟现实文化创意产业园……

百年老港为旅游发展“腾地方”,工厂旧址成为文化园区,青岛的旅游不断迈向“深蓝”。转型,并非一帆风顺。

昔日,发展邮轮经济也是左右摇摆不定:不干,靠吃老本依然过得

很滋润;干,成本巨大且前途未卜。有关建议提了20年之久,争论也持续了20年。

20年后的今天,青岛邮轮码头成为世界级邮轮停靠的母港。在姚刚看来,取代青岛港老港区的之所以是邮轮码头项目,正是因为青岛提升“蓝色”旅游呼声一直未间断。

邮轮经济被专家学者称为“漂浮在黄金水道上的黄金产业”。2008年,乘帆船赛成功举办的东风,青岛的邮轮经济有了一些起色,但要说火爆还远远不够。

如今,青岛算了一笔邮轮母港建设的细账:邮轮母港的经济收益是一般停靠港的10倍至14倍。以亚洲最大的邮轮“海洋航行者”号为例,其一天消耗的日用品等物品价值近10万美元;一艘邮轮每船次采购物品价值往往突破100万元;邮轮在母港还需要添加补给、接受港口服务、邮轮维护与修理……这都能给城市带来新的产业和新的商机。

不光如此,今年青岛规划的总投资3000亿元的139个旅游“大个头”项目,前三季度已完成投资156亿元。

未来,青岛蓝色高端休闲游将成全国旅游版图更新的标准。



青岛帆船中心 (资料图片)



青岛西式建筑群 (资料图片)

### 4 产业融合 关联发展

近年,青岛引进的旅游项目大型化、综合化特点突出,旅游招商走上了一条融合发展、关联发展的新路子。

2011年11月,总投资50亿元旅游综合体——港中旅青岛海泉湾度假区一期工程建成开放。该项目一期主要是旅游度假区,二期全部是房地产板块。

今年9月,万达集团青岛东方影都影视产业园区项目正式启动。这个全球投资规模最大的影视产业项目总投资超过500亿元,其中文化旅游投资超过300亿元,其他为地产、医院等。

总投资38亿元的美国摩天三五MALL项目即将进驻青岛。这个被青岛人称为“有史以来最大的旅游综合体项目”,包括室内主题乐园、国际品牌销售、星级酒店、艺术娱乐中心等。

这些大型项目,不再是单一观光的旅游项目,而是旅游与文化、地产、商业等交叉融合的旅游项目,是复合业态的旅游项目。它们对游客无疑具有强大的吸引力,是新的旅游目的地。

旅游业的发展,离不开项目的支撑。然而单纯的旅游项目投资巨大、回报缓慢,往往难以引起投资者的兴趣。青岛“旅游+N”的产业融合发展模式,为旅游投资项目提供了多种投资回报,成为吸引各种资本巨头投资旅游业的“利器”。

有人说,会做旅游的将地产做成了旅游,不会做旅游的将旅游做成了地产。

按照这个说法,青岛算是“会做旅游的”一类。至少从记者采访中接触到的项目看,青岛旅游产业与地产等关联产业不是貌合神离,而是融合发展、优势互补。比如,青岛海泉湾度假区一期工程全部建成了旅游度假区板块,利用其聚集的人气,再进行二期房地产开发。

综观岛城的诸多“旅游+N”项目,由于项目位置不同,主题、定位也不尽相同,但城阳惜夏板块、即墨温泉板块和西海岸沿一线等,都是旅游开发的成功案例。

漫步青岛,别致的花园洋房、典雅的海滨别墅与城市景观相映生辉,丝毫不觉得别扭。如今,拥有大量游客资源的旅游商务地产、拥有舒适环境的旅游住宅地产、养老养生皆宜的旅游度假地产已在青岛遍地开花,成了旅游发展新的支撑点。

当前,洛阳正在以旅游开发项目建设为引擎,推动旅游产业转型升级,吸引大量外部投资是当务之急。破解旅游招商这个“瓶颈”,青岛的融合发展模式,或许可资借鉴。

## 【采访札记】

### 不花钱看最美青岛

不花钱,照样可看到青岛最美丽的景色,你信不信?

借采访青岛旅游之机,我们试了一把。由于时间紧张,我们选择了从栈桥出发,沿青岛市区海岸线一路向东。这是一条传统旅游线路,除了青岛的标志性景点栈桥,还有奥帆中心、五四广场、鲁迅公园、小鱼山、海底世界、八大关、海滨浴场等诸多旅游景点。

从上午8点多,一直到中午12点,我们一路走马观花,游览了除小鱼山和海底世界之外的上述其他景点,没有花一分门票钱。当然,打车、吃饭、购买海产品等,还是免不了要“出血”的。

“栈桥、奥帆中心、鲁迅公园、小鱼山等景点原来是收费的,现在都变成了开放式的公益性景点,青岛市区40公里的海岸线也基本全线对游客免费开放。”青岛市旅游局规划处处长姚刚说,游客即使不花钱,同样可以看到青岛最美的景点。

近几年,青岛逐步推行公益性景点政策,粗粗一算,免费开放的景点有海泊河公园、李沧文化园、贮水山公园、老舍公园、鲁迅公园等大大小小景点数十家。

景点免费了,游客数量会增加吗?以中山公园为例,免费前,中山公园每年接待游客也就是七八十万人次;免费后,该公园每年接待游客400多万人次。

“算小账,景点是吃亏了,但是算大账,青岛旅游肯定是赚了。”姚刚说,景点免费政策增强了整个城市的旅游吸引力,来的游客更多了。虽然门票免费,但是游客只要来到青岛,就要吃、住、行,临走还要捎点纪念品,整体上旅游收入只会多不会少。

近年,国内景点门票涨价之声此起彼伏,青岛“逆向操作”的背后,是整个城市从旅游城市向城市旅游的转型,是从传统的观光游向休闲度假游的升级。

青岛的免费政策,实际上就是在破除障碍、减少限制,把青岛对旅游者的吸引力从单一的景点扩大到整个城市,或者说把青岛建设成一个更加开放的“大景区”。正如姚刚所言:“青岛正在尝试走出‘门票经济’的路径依赖,着眼整个旅游产业链发展大旅游、全域旅游。”

如何实现从“门票经济”到“产业经济”的跨越,同样是洛阳旅游转型升级的待解难题。或许,青岛的做法对洛阳有所启迪。

本报记者 孙利华 白云飞

## 【沧海拾贝】

### 景区开发的“海泉湾样本”

谈起青岛旅游,不管是青岛市旅游局官员,还是当地媒体记者、普通市民,都是自谦地说:“青岛旅游做得实在不怎么样!”

走进港中旅青岛海泉湾度假区,记者发现青岛人“太谦虚”了。

乘坐海泉湾度假区的员工大巴,我们来到距青岛市区约40公里的即墨市鳌山湾。眼前的青岛海泉湾度假区如同一个微型旅游城市——整个度假区分为维景五星级国际大酒店、海洋温泉、奥特莱斯商业街、天创大剧院、海鲜大世界等五大核心产品,总建筑面积约100万平方米,总投资达50亿元。

“海泉湾不靠单一的旅游产品,而打‘综合性’这张牌。各个旅游产品之间既相对独立,又互补共荣。”度假区市场营销主管王燕说,与传统的单一观光游开发不同,海泉湾走的是旅游综合体开发路线。

比如,围绕海洋和温泉两大核心资源开发旅游与温泉,在季节上互补;与香港俊思集团合作引进的奥特莱斯商业街,主营产品折扣,游客洗完温泉浴,还可顺便逛逛品牌折扣店;推出大型魔术舞剧表演和海鲜餐饮,旅游者既可体验多元文化享受深度休闲度假,又可以专门来洗温泉浴或者购物。

凭借体量规模和独特创意,青岛海泉湾入围“中国旅游综合体TOP10”榜单,备受国内旅游界的关注。

多年以来,洛阳的旅游景区开发,多数走的是单一观光的老路,形成了“门票经济”的路径依赖,缺乏像海泉湾这样的休闲度假游龙头项目,更缺乏海泉湾这样的综合性经营理念。

随着国人的出游模式从单一观光向综合休闲度假转型,景区的开发模式也从单一开发升级为综合开发。旅游综合体的出现,正是旅游消费模式升级、景区开发模式升级、旅游地产开发模式升级三大升级共同作用的结果。

近年,随着中国旅游投资行业的空前火热,以旅游综合体为代表的,包括大型主题公园、温泉度假地、乡村旅游目的地等一大批因旅游投资而形成的新产品,已经成为旅游市场上的新型旅游目的地。

“这些有别于传统景区的新型旅游目的地,正在分割着越来越大的市场份额,这一现象已成为旅游产业格局的重大变革。旅游综合体项目,或许是中国旅游投资未来最具成长性的项目模式。”国际旅游投资协会总干事王琪说。

青岛海泉湾的景区开发模式,值得洛阳业界深思、借鉴。

本报记者 孙利华 白云飞