

# 启航!“半岛1号”带你畅游仙境海岸

首批开通5条航线,还有数百项联动优惠

7月29日上午,“好客山东·半岛1号”首航主场活动在烟台市蓬莱区蓬长客港举行。此次“海陆联动”旅游产品的重磅上新,意味着山东旅游市场新增一张崭新名片。“好客山东·半岛1号”首批开通5条航线,涉及青岛、烟台、威海、日照4市,涵盖鲁辽跨省“黄渤海游”、长岛跳岛游和城市滨海观光游等海上旅游产品类型。结合数百项“吃住行游购娱”优惠政策,无疑将成为暑期山东文旅市场的强力助推器。

文/片 记者 孙远明 王昕珂 报道

## 5条航线各具特色 “船票+文旅”优惠多多

“好客山东·半岛1号”首批5条航线各有侧重、各具特色,为游客提供了丰富多元的选择,满足了不同游客的兴趣爱好与需求。

“寻仙17号”由蓬长客港始发,经停长岛,终到旅顺,打造连通鲁辽的“黄渤海游”产品。“寻仙6号”由蓬长客港始发,串联砣矶岛、大钦岛、小钦岛、南隍城岛、北隍城岛,打造长岛跳岛游产品。“威至港湾壹号”由威海港始发,串联日岛、刘公岛、悦海公园,打造威海滨海观光游产品。“青旅奥帆号”由积米崖码头始发,串联灵山岛、斋堂岛、琅琊港,打造青岛滨海跳岛游产品。“亚特兰号”由日照世帆赛基地码头始发,串联山海天旅游度假区一级渔港、桃花岛渔港、任家台渔港,打造日照滨海观光游产品。

此外,船上空间还进行了焕新,统一Logo标识和视觉体系,推出手绘海图、海洋咖啡杯等数十种专属文创,组织数字文旅产品、非遗项目上船。岸上业态融合,串联奥帆中心、蓬莱阁、华夏城、山海天等沿海城市地标性景区,推出“美丽海岛”“滨海览胜”“舌尖寻鲜”“醉美仙境”等近百条精品线路,满足游客多样需求。联动推出“船票+文旅”优惠措施,凭“半岛1号”船票,可享受沿海4市105家旅游景区、旅游度假区让利政策,以及80家高星级饭店、星级民宿的300多项食宿优惠,进一步吸引广大游客乘坐“半岛1号”,畅游仙境海岸。

## 整合滨海旅游资源 构建“1+N”海上游产品体系

从宏观角度看,“好客山东·半岛1号”的推出,是一项具有前瞻性和战略性的举措。

开发“好客山东·半岛1号”海上游产品,旨在整合滨海优质旅游资源,推动海洋旅游创新高质量发展,助力赋能山东旅游强省、海洋强省建设。总体坚持政府引导、市场运作,采取“长短结合”“远近兼顾”“海陆联动”方式,分段分批开通海上游航线,开发半日游、1日游和多日游产品,最终“连段成线”打通沿海各市,构建“1+N”半岛海上游产品体系。

其中,“1”即着眼长远,用好社会资本,通过购买、自建或招引等方式打造邮轮,串联海上游“大环线”。目前,青岛旅游集团正设计打造“琴岛号”(暂定名)邮轮,预计2027年底投入运营;山东港口集团也正对接海外市场寻找可租赁或购买的邮轮。

“N”即立足当前,策划布局多条中短途航线,形成“多点开花、多线串联、多面覆盖”的网状发展格局。拟于近期率先开行首批跳岛游、近海游、湾区游航线。之后,逐步策划开行跨市游航线;同时进一步扩容提质,挖掘用好具备条件的船舶,统一优化航线布局、丰富旅游功能、规范标识系统,形成整体产品体系。

山东海洋旅游资源丰富,此次“好客山东·半岛1号”的推出,为暑期渴望出游的人们提供了全新的游玩路径。无论是追寻历史文化,还是享受海岸风光,抑或是探索小众秘境,都能在“半岛1号”找到契合的选择,或将吸引不少省内外游客前来体验,为文旅市场注入活力。



7月29日,“寻仙6号”游船在蓬长客港鸣笛发船。

## ■观察

# 黄金海岸+金点子,山东旅游向海图强

## “双金”赋能 黄金海岸与创新举措深度融合

“好客山东·半岛1号”首航,“1+N”半岛旅游体系的构建,体现出“黄金海岸+金点子”的“双金”组合特征,是山东海洋旅游高质量发展进程中具有标志性的事件。

第一个“金”是“黄金海岸线”。“好客山东·半岛1号”首航是以山东半岛黄金海岸线为底本的。北京大学城市与环境学系教授周一星所著的《山东半岛城市群发展战略研究》认为:山东黄渤海沿岸拥有3000多公里岩基海岸线,在国内是“唯二”海洋风景资源。我国有两段岩基海岸,一段是广东沿海,包括海南岛;一段是山东半岛到辽宁半岛,但从山东潍坊到天津段属于泥质海岸。这两段岩基海岸,有美丽的花岗岩和细软的沙滩,属于罕见的黄金海岸线,该区域是黄河流域近便的“看海地”,具备发展工业旅游和文旅融合的潜力。

第二个“金”是“金点子”。“好客山东·半岛1号”首航是进一步激活黄金海岸线文旅资源的“金点子”。旅游业发展需要创新,创新就需要创意,在烟台、青岛、日照、威海四地同时举办“好客山东·半岛1号”首航活动,

“好客山东·半岛1号”首航,吹响山东旅游向海图强的新号角。当前,高铁、高速公路、民航客机等交通方式,让人们到沿海城市越来越方便,海洋旅游航线的开通让“最后一公里”的交通得以优化,对于海洋旅游业提质增效意义深远。

而且今后要形成固定路线,这是将山东海洋文旅资源重新“串活”的重要举措,相当于给山东黄金海岸线文旅资源镶嵌上一串“珍珠项链”,是一个含金量很高的旅游创新点子。

## 全新体验 航线旅游激活多元文旅价值

航线旅游模式上,将陆岛和海洋景点结合,“动”的航线和“静”的人文景区景点相结合。首航5条路线所串联的景区景点,是海洋美景集萃之地,也是人文积淀深厚之所,这种全新游览方式将带来新的旅游体验。

其一,航线旅游让游船成为创意的起点,成为旅游新载体。以威海市新打造的“威至港湾壹号”为例,该船总吨位960吨,可同时容纳319名游客;船内设计打破国内海上客运船舶的传统设计,采用歌剧院式的内部布局,可接纳中小型会议、团建及小型婚礼;船

只一楼大厅设有LED舞台,可在航行过程中进行文艺演出或播放海洋、文旅等主题影像;四层甲板设有各种不同的打卡点,游客可在喂海鸥的同时记录美好瞬间。可以说,这种实用又美观、舒适而稳当、餐饮娱乐一体的游船,将会受到游客青睐。本次四个城市首航游船,船上产品丰富多样,包括非遗手造、文创商品、特产食品等20余款文旅商品上船展销,为游客提供全方位购物体验。此外还将不定期组织非遗代表性传承人、驻唱歌手等上船展演,丰富乘船体验。

其二,航线旅游将促进旅游设施的完善,特别是泊船码头的修建,文旅消费新场景将不断拓展。游船需要靠岸停泊,可以想到,航线开通后,那些泊船码头等基础设施相对完善的威海刘公岛、烟台长岛等老景点和一些有所准备的新景点,将享受第一波“红利”。

其三,航线旅游使陆岛旅游资源和大海风光统筹成为可能,陆岛旅游景点挖潜提质将成为潮流。对于陆岛景点来说,航线开通后,高质量发展要集中体现在差异化,例如青岛海尔工业旅游项目、刘公岛甲午战争遗址、烟台长岛经海001号大型深水智能网箱等案例,均通过历史人文与产业资源结合形成了差异化特色,是特别好的航线产品。

据大众新闻

## ■评论

# “半岛1号”为暑期文旅市场送上一份大礼

记者 孙远明

“好客山东·半岛1号”启航,不仅是山东海洋旅游发展的一个重要里程碑,更为火热的暑期山东文旅市场送上一份大礼,对暑期文旅市场的拉动作用值得期待。

“好客山东·半岛1号”的推出,不禁让人联想到“好客山东·齐鲁1号”旅游列车。后者侧重在“陆”,是典型的“交旅融合”,用钢铁轨道在齐鲁大地上铺就诗和远方,串联起全省重点文旅资源。“好客山东·半岛1号”则是侧重在“海”,突出“海陆联动”,海岛游、海岸游、海上游玩玩法多样,其产品体系更加趋向精品化、线路化。尤其是炎炎夏日,清凉又避暑的海滨游、海岛游本就是大家的热门选择,“好客山东·半岛1号”产品的推出可以说是恰逢其时,迎合了市场需求。

暑期向来是旅游高峰期,游客对于多样化、高品质旅游产品需求旺盛。首批开通的5条航线,从鲁辽跨省的“黄渤海游”到长岛跳岛游,再到城市滨海观光游,丰富的航线类型为游客提供了多元选择。通过“半岛1号”,游客不再局限于单一城市的游览,而是能开启一场跨区域的滨海盛宴,这无疑会大大提升山东暑期旅游的吸引力。

在线旅游平台数据显示,暑期家庭游、亲子游占据市场主体,由此来看,“船票+文旅”的联动优惠措施更为暑期文旅消费添柴加火。凭船票可享沿海4市105家旅游景区、旅游度假区让利政策,以及80家高星级饭店、星级民宿的300多项食宿优惠,这样的让利“组合拳”大大降低了游客的出游成本,不仅能促使更多人选择“半岛1号”相关旅游产品,更能带动沿线海滨城市、海岛的餐饮、住宿、购

物等相关产业发展,有效拉动消费增长。

从“好客山东·半岛1号”产品的设计思路来看,“1+N”半岛海上游产品体系的构建,对山东文旅市场的作用更为深远。往近里说,此举将优质资源串点成线,可以提升山东暑期文旅市场在全国的整体竞争力和影响力;往远里看,能够促进山东沿海各市文旅资源的共享和协同发展。这种“长短结合”的思路,让山东文旅市场既有当下暑期的热度,又有持续升温的潜力。这将进一步推动山东海洋旅游市场的提质升级,助力赋能山东旅游强省、海洋强省建设。

“好客山东”,以海为媒。“半岛1号”的启航,为暑期山东文旅市场打开了新的增长空间。魅力航线织就海上美景,相信伴随着“半岛1号”产品体系不断完善升级,有望让山东文旅市场焕发出别样的光彩。