

2018世界旅游城市联合会香山旅游峰会在青岛举办

# 青岛旅游乘“峰”起势

赵 伟



青岛奥帆中心前的帆船。 王海滨摄（人民图片）

办好一次会，提升一座城。今年6月，上合组织青岛峰会的召开，将青岛引入国际化大都市行列。随着城市层级的提升，国际化的青岛迎来旅游热，越来越受到全球游客关注和称赞。仅相隔3个月，又一国际性峰会在这座城市召开，全球旅游业的目光聚焦在青岛。

9月7日至8日，中国东部沿海重要中心城市和旅游度假城市、国际性港口城市、历史文化名城青岛，精英荟萃、高朋雅集。2018世界旅游城市联合会香山旅游峰会（简称香山旅游峰会）在此开幕。

来自59个国家、112个旅游城市、200余家旅游相关企业和包括联合国在内多家国际组织的近400名嘉宾汇聚于此，以“把握发展趋势 提升城市品牌”为主题，共同勾勒世界旅游发展蓝图。借力峰会，魅力青岛向世界发出了诚挚邀请。

## 聚焦城市品牌提升

“很开心看到可持续发展成为旅游城市联合会重视的要素之一。”香山旅游峰会上，联合国副秘书长盖图认为，“旅游城市应该在各自所在国，帮助国家实现可持续发展目标”。

确实，旅游与城市的发展息息相关。与会嘉宾的发言，从不同角度支持了这一观点。

“青岛是世界旅游城市联合会初始会员城市，也是香山旅游峰会的积极参与者和直接受益者。伴随着旅游产业的快速发展，青岛的经济实力和综合竞争力也在持续提升。”香山旅游峰会开幕式上，青岛市市长孟凡利表示。

世界旅游城市联合会理事会执行副主席、北京市副市长王宁认为，“青岛是一个风景优美的城市，世界旅游城市联合会希望借鉴青岛的做法，帮助更多的旅游城市实现经济、社会的协调发展。”

上海合作组织副秘书长费奥多洛维奇代表秘书长致辞说，“青岛是座热情好客的、令人惊喜的城市。上海合作组织青岛峰会达成的一项最终文件就是实施旅游领域合作项目的联合行动计划，并确定了提升旅游产品和服务，提高旅游服务的安全和质量的具体措施。”

如何提升旅游城市品牌？不少专家在峰会现场给出了解决办法。

在世界旅游城市联合会秘书长宋宇看来，推动旅游城市品牌建设需在三个方面下功夫，即注重把握世界旅游的发展趋势、注重发挥旅游城市的平台作用、注重提升旅游城市的品牌价值。

法国市场研究机构益普索董事长兼首席执行官宋贤贤也针对此问题，提出了自己的见解：“要打造城市品牌资产，有三个非常主要的因素是旅游城市需要去关注的。一是城市如何定义自身的特点，二是城市如何拉近它和游客之间的距离，三是如何建立起城市在市场上独特的声誉。”

峰会现场还发布了《世界旅游城市发展报告》和《中国公民出境（城市）旅游消费市场调查报告》两个学术报告，印发由世界旅游城市联合会（WTCF）与联合国世界旅游组织（UNWTO）联合推出的《UNWTO—WTCF城市旅游绩效研究》等多个重量级报告；首次推出“世界旅游城市联合会香山奖”；峰会首次举办的投融资大会上，冰雪大世界、云山儒商文化产业园等23个项目进行了现场签约，项目签约额高达1510亿元人民币；峰会还举办了第六届中国（青岛）国际邮轮峰会；峰会同时举行的展会、旅游交易会、旅游推介会等板块同样精彩纷呈。

## 青岛旅游“峰”头正劲

峰会上，多名专家为青岛旅游现场把脉、提供建议。发挥上合组织青岛峰会“后峰会效应”，树立青岛旅游新品牌，成为会议现场专家关注的焦点之一。

经历过上合组织青岛峰会后，青岛以其独特魅力吸引了数十万海内外游客，风头正劲：

象征开放与合作的青岛栈桥，手臂般伸向辽阔的海洋；山海之间的小鱼山、八大关，一座座欧陆风情的建筑，栖身于花影树荫；飞帆渺渺的奥帆中心、国际会议中心与青岛地标性雕塑——“五月的风”近海相望；中国海岸线上海拔最高的山——崂山，一边碧海连天，波涛拍岸，一边山岩耸秀，林木蓊郁……

夕阳西下，华灯初上，入夜的青岛换上另一幅美丽妆容。站在五四广场、奥帆中心环顾四周，多彩的灯光在楼宇间流动，变幻出各式图案，映照着重浮山湾畔的醉人夜色。

上合组织青岛峰会后，青岛的多元之美淋漓尽致地展现在世人面前。“去青岛”毫无意外地被列入众多国内外游客的出行计划当中。

来自青岛的资料显示，上合组织青岛峰会后，全球各地对青岛旅游产品的搜索量呈几何速率增长。栈桥、八大关、崂山等沿海一线的“峰会坐标”，成为最受游客欢迎的景点。刚刚闭幕的第28届青岛国际啤酒节，就在38天的激情狂欢内，吸引了620万海内外宾朋参加。

链接▷▷

## “世界旅游城市联合会香山奖”获奖名单

“世界最佳旅游城市奖”：伦敦、巴黎大区、北京

“产业贡献奖”：澳门、迪拜

“创新发展奖”：巴塞罗那、首尔

“城市营销奖”：上海、洛杉矶

“发展潜力奖”：重庆、开普敦

“可持续发展奖”：维也纳、渥太华

“最佳合作伙伴奖”：中国银联、腾讯、友好中国、新浪网

“特别贡献奖章”：青岛

崂山、八大关、啤酒节等传统旅游品牌热度不减，青岛旅游与其他产业的融合也在推进。在青岛西海岸新区，拥有30个世界顶级摄影棚的东方影都项目正在进行，致力于打造国际一流的影视产业园，形成完整的电影文化生态圈。

“帆船之都”“啤酒之都”“电影之都”……一个个旅游品牌，借力“后峰会效应”，成为青岛靓丽的城市名片。

“未来，青岛应把对老青岛的挖掘和新青岛的开拓融合在一起，让大家重新看青岛，深度游青岛。”世界旅游城市联合会首席专家魏小安建议道。

## 发挥“双峰会”效应

香山旅游峰会，是继今年6月上合组织青岛峰会之后，在青岛举行的又一国际盛会。“双峰会”效应叠加，进一步擦亮了青岛的城市品牌，对于提高青岛全球知名度、提升其旅游城市品牌大有裨益。

实际上，对于旅游城市品牌的定位，青岛已然确立了打造“国际一流的滨海度假旅游胜地”这一清晰目标。

今年5月底，青岛发布的《青岛市全域旅游规划纲要（2018—2021年）》，绘就了未来3年青岛旅游的发展蓝图。

纲要提出，以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念为引领，全面构筑起“全方位拓展、全要素配套、全时空体验、全产业融合、全业态创新、全城市共建、全社会共享”的全新旅游产业发展格局，推动实现“城旅一体、主客共享、全域发展、居旅相宜”，努力将青岛打造成国际一流的滨海度假旅游胜地。

《青岛市推进实施国际城市战略“国际化+”行动计划对标案例指导手册（2018—2019）》则为青岛打造国际一流的滨海度假旅游胜地提供了更为详细的发展路径：

学习借鉴荷兰阿姆斯特丹、奥地利维也纳、美国洛杉矶等世界知名旅游城市形象塑造经验，提升青岛旅游国际形象；学习借鉴国际知名旅游风景区建设及生态保护经验，提升青岛旅游度假区建设水平，提升青岛旅游国际知名度和影响力；对标美国好莱坞、印度宝莱坞等，依托西海岸“东方影都”打造中国特色“梦莱坞”，建设世界知名的“影视之城”；对标德国基尔先进经验，继续推进“帆船之都”建设……

未来，在“双峰会”效应的叠加下，在青岛持续推进国际城市建设的进程中，青岛能否取得“1+1>2”的飞跃，值得期待。

## 2018东亚海洋合作平台青岛论坛召开

本报电 9月6日至7日，以“经略海洋，共建共享”为主题的2018东亚海洋合作平台青岛论坛在青岛西海岸新区举行。来自中日韩、东盟及欧美非等50多个国家和地区的近400位嘉宾与会，探讨建立蓝色伙伴关系网络，共同构建东亚海洋命运共同体。

东亚海洋合作平台是落实国家“一带一路”倡议的标志性项目，主要面向东盟和中日韩（10+3）双向开放合作的创新性平台。自2016年平台建设正式启动以来，已经连续成功举办了两届年度论坛，共吸引了来自东亚及世界范围内38个国家580余位嘉宾和630多家企业参加，取得了一系列重大成果，在东亚地区乃至国际社会引起了广泛赞誉和积极反响。

## 第二届中国养生美食文化节在青岛平度举行

本报电 9月8日，由中国烹饪协会主办的第二届中国养生美食文化节在青岛平度开幕。以“顺时养生·食在平度”为主题，本届节会同步启动二十四节气养生美食文化国际论坛、“食在平度”美食嘉年华、首届全国养生食材交易会等活动板块，吸引国内外养生专业人士、餐饮企业代表千余人参会。

（孙科强 蒋金伟 张德杰）

## 2018青岛德国文化周启幕

本报电 日前，2018德国文化周暨第八届德国商品青岛展销会在青岛市北区馆陶路德国风情街拉开序幕。为期7天的展销会首次增设“一带一路”和上合组织国家展区。开幕当天，近5万人次市民领略了浓郁的德国文化和“一带一路”沿线国家的异域风情。

据介绍，本届文化周活动分为开幕式、中德交流合作协会年会及峰会论坛、文化演艺、艺术展览和德国商品展五大板块，旨在推动中德经贸、文化交流深入发展。

（王恩全）

## 青岛海尔入选全球首批先进“灯塔工厂”

本报电 9月7日，世界经济论坛公布了全球首批先进“灯塔工厂”名单，肯定了它们在应用第四次工业革命技术、实现生产现代化方面的突出表现。海尔、博世汽车、菲尼克斯电气等9家先进灯塔工厂从全球1000多家工厂角逐中胜出，其中，海尔是唯一一家入选的中国企业。世界经济论坛认为，先进灯塔工厂全面部署了大量第四次工业革命技术，并形成规模化应用，同时坚持将人才作为创新的根本。

## 青岛国际会展迎来『黄金日』

宋晓华

金秋9月，青岛会展业迎来“丰收季”。一月之内多场国际会议在青岛举办——一组简单的数据，勾勒出近日青岛国际会展业密集举办的盛况。

细数这些国际展会，跨越旅游、海洋经济合作、知识产权、国际城市建设、文化交流等多个领域，其背后折射出了青岛产业结构的不断升级，更留下了这座城市国际影响力不断提升的生动写照。

9月7日堪称青岛国际会展的“黄金日”，三场国际会展同时举行。

这一天举行的2018世界旅游城市联合会青岛香山旅游峰会，吸引来自世界59个国家、112个旅游城市、200余家旅游相关企业和包括联合国在内多家国际组织的约400名代表出席本届峰会，50余位国家旅游部长和旅游城市市长也出席了峰会。

同一天，在青岛西海岸，2018东亚海洋合作平台青岛论坛落下帷幕，收获满满。作为青岛深度融入“一带一路”建设的重要载体，东亚海洋合作平台青岛论坛已成为有效促进青岛与日韩及东盟地区在海洋领域交流合作的重要平台，国际影响力不断提升。

本届论坛在中日韩及东盟（10+3）的基础上，参会范围扩大到欧洲、

美洲、非洲、澳洲等53个国家和地区，比去年增加15个国家，共有600余位来自国内外高校、科研机构、企业和组织的嘉宾参会。

也是在这一天，有“知识经济界的奥林匹克”之称的全球知识经济大会在青开幕。400余位国内外嘉宾共话智慧城市，8场科技分论坛同步展开，120余位专家学者、企业界精英着眼智能制造、智能交通、智能建筑、智慧能源等领域，畅谈新思路，发布新技术，探讨务实合作。

一天之内三场国际会议同时举行，青岛的国际会展吸引力可见一斑。

而在此之前的9月5日，青岛市实施国际城市战略专家咨询委员会第二次会议举行。

会场可谓高朋满座，来自中国、德国、日本、韩国、新加坡、泰国近20个国家的资深外交官、知名专家学者和跨国公司高管等重量级海内外专家受邀参会。他们此行的目的就是为这座城市的国际化建设出谋划策，其中也包括提升会展业的国际化。

9月12日，2018青岛国际海洋科技展览会在青岛蓝谷举办，展示国内顶尖海洋科技研究机构和企业的前沿科技产品，同时举办青岛海洋国际高峰

论坛以及国际水中机器人大赛，致力于打造最具规模、影响力的全国乃至全球海洋科技交流平台、成果交易平台。

专家表示，会展业作为经济的“晴雨表”、行业发展的风向标，正在受到广泛关注。举办国际大型会展已经成为一个城市综合竞争力的重要标志。

数据显示，2017年青岛共举办有影响的会展活动359项，展示面积345万平方米，同比分别增长12.2%和15.8%，获评“中国十佳品牌会展城市”。在中国贸促会发布的《中国展览经济发展报告（2017）》中，青岛展览数量和展示面积均列全国城市第七位。

众多展会落户青岛，离不开青岛建设国际城市的不懈努力。

近年来，青岛实施国际城市战略，培育城市的对外辐射能力和资源集聚能力，大力推进企业国际化、市场国际化、产业国际化、园区国际化、城市国际化，打造宜居宜业宜游、让外地人向往、让本地人自豪的现代化国际城市，这为会展业快速发展提供了肥沃土壤。

其中，提升会展业是建设国际城市的重要一环。在刚刚发布的《青岛

市推进“国际化+”行动计划（2018/2019年）》中，青岛提出学习借鉴新加坡、香港、北京、上海等城市国际会议举办经验，提高国际会议举办水平。

今年6月份举行的上合组织青岛峰会，开启了青岛进入国际化大都市行

列的新里程，也将青岛的会展国际化水平提升到一个新的高度。

借助上合东风，后峰会时代的青岛会展业正乘势而上，充分利用峰会的放大效应，在硬件、软件、服务水平等方面加速转型升级，积极打造东北亚国际会展名城。



在2018东亚海洋合作平台青岛论坛东亚商品展上，参观者在观看深海半潜式养殖网箱。

俞方平摄（人民图片）