

青岛城阳以节会为媒打造文旅IP——

# 新赛道撬动消费新增量

本报记者 刘成

音乐狂欢、足球盛宴、百万客流，青岛城阳区以节会为媒打造文旅IP，为文旅发展提供品牌流量效应。这座青岛最年轻的主城区正在融入新场景、新消费引领的流量洪流中。

嗨翻全场的音乐表演、独特的舞台设计、潮牌主题展览、无人机表演、绚烂璀璨的烟花秀……初秋的夜晚，伴随着现场乐迷的欢呼声和不舍声，大蘑菇音乐节完美收官。大蘑菇音乐节提供了一个体验多元生活方式的聚集地，更为青岛市城阳区注入鲜活能量。今年以来，城阳区以节会为媒，创新打造文旅IP，为文旅发展提供品牌流量效应。音乐狂欢、足球盛宴、百万客流……城阳，这座青岛最年轻的主城区正在融入新场景、新消费引领的流量洪流中。

## 放大节庆效应

洋溢着青春气息的大蘑菇音乐节震撼开秀，青岛流亭国际机场再次开启万人派对。在这场音乐盛宴中，数十位说唱音乐人掀起一场规模空前的音乐狂欢，观众直呼非常“顶”。除了让人躁动的音乐，现场还设置了让人大饱口福的特色美食区和琳琅满目的市集。各种潮流配饰和音乐节必备的手工彩绘、文身贴纸，以及又酷又美的防晒帽、墨镜、扇子、防蚊贴实用小物和DIY手作好物等，让歌迷在听歌间隙闲逛可玩。

各种细节的考量与设置，将此次音乐节变为一场欢乐嘉年华。音乐节期间，城阳区顺势推出了周边打卡游和餐饮住宿攻略，全方位带动文旅综合消费，“音乐+文旅”的模式持续放大音乐节的效应，吸引大量年轻游客前来“一站式”打卡。“本来只是奔着音乐节来的，看了攻略我们决定提前一晚到，去吕家庄夜市吃了小吃，今天来之前又去吃了一顿韩料，可以说大饱口福！明天准备再去方特梦幻王国玩一圈儿。”说起此次出行，从广西专程来参加音乐节的况世轩充满惊喜和期待。

作为对标国际时尚音乐圣地的文化IP，青岛流亭国际机场已不是第一次以全新身份惊艳亮相。早在今年5月，国内首个机场音乐节在青岛流亭国际机场停机坪上正式开唱。两天时间，共有6万余名乐迷跟随36组国内外音乐人畅享夏夜狂欢。候机楼安检+停机坪观演，演出门票设计成登机牌，这些别出心裁的场景和创意，使得机场音乐节流量暴涨，周边酒店、民宿“一房难求”。

未来，城阳区将借势音乐节这一时尚IP，积极引入影视制作、中国综艺嘉年华等文化板块，打造“航站楼影视+音乐+综艺+会展”的文化旅游集聚区，用创新创意赋能文旅产业发展，打造全域旅游时尚潮流的新热点、新高地、新名片。

## 丰富文旅产品

城阳区河套街道，济青高铁红岛站以北，数月前还是一片荒芜。如今，一座青岛明月·山海间不夜城已成为青岛市民和外地游客的热门打卡地。



图① 明月·山海间不夜城人气高涨。(资料图片)  
图② 青春足球场迎来青岛海牛主场首秀。(资料图片)  
图③ 青岛方特梦幻王国烟花秀。(资料图片)



作为全国首个以《山海经》为主题的青岛山海文化特色文旅街区，园区以山海经四大神兽封街街区，各类主题活动轮番上演，一步一景流光溢彩，花车巡游、美人鱼表演、行为艺术表演等给游客带来强烈的视听冲击与体验。自6月30日正式开城以来，每日平均客流量约2.4万人次，8月初首届泼水节启幕后，日均客流量攀升至约4.3万人次。

此处集“吃住行游购娱”闭合式消费产业链于一体的新一代夜经济文旅街区，不仅有效激活了新的旅游板块，更带动周边新增就业1000余人。“不夜城这里平时人就多，节假日更火爆，客流量大的时候一天就能赚四五千元。”烧烤摊位的商户赵雅君是在此创业就业的周边社区居民之一，不夜城的开街营业为其提供了创业增收平台，红火的生意让她笑颜开。

今年暑期及中秋国庆假期，同样欢乐的还有青岛方特梦幻王国。7月1日，青岛方特“欢乐焕新季”启幕，全新升级的舞台剧《猴王》重磅归来，熊梦奇缘烟花秀、熊熊欢乐奇航烟花秀、熊出没明星见面会等花样演艺，旋风飞车、袋鼠蹦蹦等全新体验，长达62天的主题夜场让更多人畅玩游玩。“今年这是第三次来了。飞越极限、海盗船、花车巡游、城堡烟花秀……在这里，喜欢玩的项目太多了，吃喝玩乐都方便。”家住日照的刘阳是方特梦幻王国的常客，听说方特焕新升级，就趁周末和朋友赶来“尝鲜”。

值得一提的是，今年5月，方特“熊出没”乐园签约，该项目为青岛方特梦幻王国的二期工程，总投资约20亿元，将结合熊出没、奇迹少女等动漫品牌IP，打造合家欢滨海旅游亲子主题公园。

“近年来，城阳区高度重视文旅产业发展，着力培育和打造明月·山海间不夜城等充满地域特色的文旅消费品牌地标。如

今青岛方特通过改造升级，将再次为游客带来不一样的体验感和新鲜感。城阳区也将为游客打造更丰富、更具品质的文旅产品，让每一位游客都能在城阳度过完美的行程。”城阳区文化和旅游局副局长、区旅游发展中心主任李凌云表示。

## 展现夜经济活力

城阳夜经济的高质量发展有目共睹，从日均客流量达3.2万人次的吕家庄夜市，到鲁邦风情街、水悦城、北曲商圈等5个特色街区，再到入选2023“青岛市100个网红打卡地”的8个景点，“潮生活·夜城阳”已然成为城阳文旅的一块“金字招牌”。

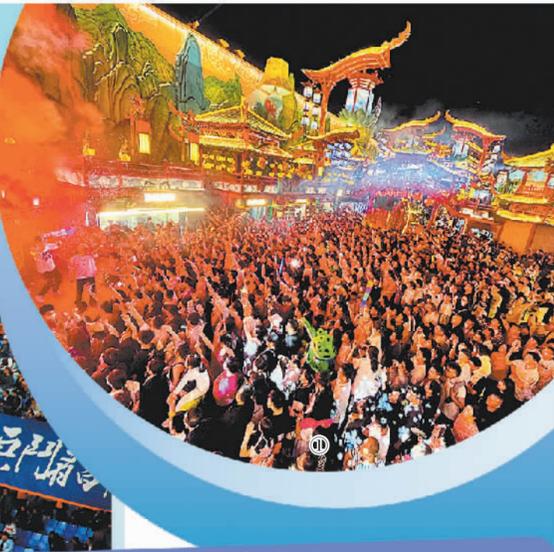
“夜经济”是城市活力的风向标，如何再突破，城阳选择了“文旅+体育”这条新赛道。在今年3月代表青岛唯一入选全国“全民运动健身模范区”的城阳区，“8分钟健身圈”“15分钟足球圈”抬步可到。毫无疑问，发展“文旅+体育”，城阳具备得天独厚的优势。这份优势，也在今年化作一股特别的激情。

“现场看就是不一样！比赛很精彩，现场

氛围也很好，真没想到在家门口就能看中超联赛。”作为中超联赛的资深球迷，许乐洋几乎每场比赛必看，如今可以亲临现场观赛，脸上难掩激动。今年4月，位于城阳区的青春足球场迎来首秀。在新赛季中超联赛期间，青岛海牛队的主场全部在这座全国首个城站一体全民互动式公园化体育综合体中进行，到10月29日共计15场，月月有赛事。

乘势而上，城阳文旅推出“看球赛·游城阳”六大主题体育旅游精品线路，突出烧烤线、夜市线和酒吧线，在“足”够燃爆中冲刺“文旅+体育”消费新赛道。“刚看完球赛过来，赢球了更得来吃烧烤喝扎啤！”在水悦城音乐吧特色街区，身着橙色青岛海牛球衣的秦浩一桌人格外醒目，就在刚刚，青岛海牛队主场1:0战胜长春亚泰队，五光十色的音乐街区当然成为球迷延续澎湃激情的不二之选。

当下，城阳这座青春文旅城区正以“品质、创新、惠民”的全新姿态整合文旅资源，以新项目、新场景、新消费、新体验吸引着越来越多的人来此，沉醉于诗与远方的漫天繁星，流连于霓虹都市的人间烟火。



说起月嫂，人们往往会联想到四五十岁的阿姨。如果你还将这两者画等号，那就有些落伍了。近日，一则“杭州‘95后’姑娘做月嫂月入过万”的新闻冲上热搜。故事的主人公小喻本科毕业，1995年出生。别看她年纪轻轻，带过20多个宝宝的她现在工作订单已排到了明年。

有人不禁要问：“印象里做月嫂的不都是中年人吗？二十几岁的年轻人靠谱吗？”事实上，在日益壮大的母婴护理群体中，年轻的小喻并不孤单。近年来，母婴护理行业早已逐渐年轻化。行业相关人士表示，前几年“90后”月嫂、育儿嫂在母婴护理行业只占10%，如今这一数据已接近40%。

不断攀升的数据背后是母婴护理服务需求的转变。随着越来越多年轻人成为生育主力，大家的育儿理念发生了变化，愿意为此支付更高薪酬，育儿诉求更加多元，也更注重月嫂和育儿嫂的综合技能。“育儿观念新、体力好”“打车、点外卖、网购孩子的生活用品都能轻松搞定”“喜欢各种新鲜事物，手工、读书、玩玩具，和孩子共同话题多”……相比一些上了年纪的阿姨，新一代的年轻从业者虽然育儿经验相对欠缺，但也有其显著优势。一般来说，年轻的她们更善于学习，综合技能更全面；不仅如此，因为年纪相仿，与年轻父母交流起来更加顺畅，共同语言也更多。诸如此类，往往是一些上了年纪的阿姨比不了的。

不只是年轻，近年来母婴护理行业蓬勃发展，也吸引了越来越多高学历的年轻女性加入其中。行业相关人士透露，早在2019年，母婴家政从业人员大专以上学历占总人群比例就上升到35.2%，研究生学历人数占比达9.3%，很多从事护理专业的大学生、研究生毕业做了两年老师后，就转行当了育婴师或者创业开设母婴家政公司。当然，优厚的薪资是吸引这些年轻女性涌入这一行当的重要理由。《2021母婴服务消费白皮书》显示，根据36个重点城市数据统计，全国月嫂的平均工资为13450元，远超当地平均工资，也超过了很多白领的工资。不管出于何种原因，我们可以看到，因为这些新生力量的加入，母婴护理这个传统家庭服务业有了更多活力，也出现了一些让人欣喜的变化。这些年轻、有文化的月嫂更易接受专业护理知识，她们照顾母婴会更加科学，也更契合当下客户的需求，促进了行业优化发展。

眼下，人们生活水平的提升、三孩生育政策的放开，让母婴护理成为一个大有可为的朝阳产业。作为一个既需要技能、经验又需要爱心、耐心的职业，我们喜看更多有志青年投身其中，也期待她们努力练好“内功”，用更多新知识和新技能满足不同家庭的多样化需求，守护更多婴幼儿健康快乐成长。

沈慧

# “懒人游”随遇而安

本报记者 曾诗阳

周末，家住北京市朝阳区的蔡畅与朋友来到一家洗浴中心，准备在这里从中午一直待到晚上。“彻底躺平放松一下，最近两个周末我都是这样度过的。”蔡畅说。

当大学生“特种兵式”一日游走红网络，主打舒适到底的“懒人游”也正在升温。美团、大众点评数据显示，9月以来，相关评论比去年同期上涨100%，攻略笔记同比上涨90%。

周末是懒人游的高峰期，北京After汤泉一天要接待400名左右消费者，总经理王云龙观察到，年轻人是懒人游的主力军。“来店消费的‘90后’和‘00后’较多，多数都会待6个小时以上，泡汤、看书，或者简单地找个角落发呆，都是奔着放松来的，人均消费四五百元。”王云龙说。懒人游新趋势带动了相关休闲场所消费规模的增长，9月以来，美团平台上洗浴中心线上消费规模较2019年同期增长140%。

迎合年轻消费群体的偏好，各商家推出了一系列新服务，例如室内冲浪、影院足道、美发美甲等。“我们尽可能提供吃喝玩乐多样体验，为喜欢安静的顾客打造冥想

空间，团建的顾客也能在店里玩剧本杀。”王云龙认为，年轻人具有较强的消费能力和潜力，“如何抓住年轻人的消费需求，是我们一直在做的功课”。

除了在洗浴中心一站式吃喝玩乐，还有不少年轻人热衷于“住着玩”——假期找一家酒店或民宿入住，不计划、不打卡，不赶热门、拒绝排队，主打“随遇而安”，足不出户也可以获得满意的旅游体验。

一段时间以来，旅游需求在节假日集中释放，旅游景点“人从众”难题凸显，大大降低了游客的旅游体验。对一些游客来说，与其在景区排队，不如在旅游行程上“做减法”，在舒适体验上“做加法”。“十一”假期我们预订了万宁的一家民宿，准备住上一周，让身心有一个休养生息的机会。”广州白领曹阳告诉记者，民宿设备齐全，不仅能洗衣做饭，还能健身、烧烤、看电影，不出门也能将一天安排得很充实。

“懒人游”的兴起，是供给端和需求端相互作用的结果。”中国社会科学院旅游研究中心特约研究员、新时代文旅研究院院长吴岩山表示，从需求端看，年轻人的消费观念

和消费方式更加追求个性化、多元化、品质化，不再满足于过去“走马观花式”的赶路，旅游过程中更加注重获取舒适便捷的个人体验。从供给端看，懒人游有了更加丰富的体验和可能性，“快旅慢游”缩短了旅途往返的时间，让人们有更多时间和精力慢下来，细嚼慢咽地品味目的地的文化和风景。

“懒人游兼具‘懒’与‘质’的特点，覆盖吃喝玩乐方方面面，对民宿、温泉、外卖、小吃等各类消费起到带动作用，有利于形成新的增长点，驱动旅游新业态新模式发展，加快旅游业复苏步伐，进一步释放消费潜力。”吴岩山说。

虽然懒人游并非当下旅游的主流选择，但也反映出年轻消费者生活方式和消费观念的变化。吴岩山建议，商家要深入理解旅游消费新趋势，不断创新和优化产品供给，提供更加多元化的服务，满足并合理引导消费者预期，把握懒人游催生的市

场新机遇。

“根据宾客的人住和反馈情况，他们对丰富多样的体验活动表现出较大兴趣。”深圳大梅沙京基洲际度假酒店市场销售总监王静告诉记者，近3个月，洲际行政俱乐部30岁以下的客人占比近六成，主要来自北京、上海、广州和深圳等城市。他们重视服务品质及个性化体验，对出行有较高的要求和期待。“年轻人购买力逐渐增强，成为促进消费扩张和推动消费创新的主要力量，他们在社交媒体和线下社交活动中频繁互动和分享消费体验，使得他们对品牌、产品和服务的口碑具有较大影响力。”

为此，酒店推出冷萃咖啡、手打柠檬茶以及联名下午茶等受年轻人欢迎的产品，与跨界品牌推出联名客房或进行联名活动，提供定制化服务，满足年轻消费群体对独特感的需求，提升酒店的吸引力和竞争力。

响应用户需求的变化，不少酒店正逐渐变得“目的地化”。吴岩山表示，文旅部门应注重理念引导，让更多商家结合在地文化提质升级，让消费者“感受当下，不负旅途”。



游客在阿尔山鹿角湾温泉度假营地拍照。新华社记者 王楷焱摄