

向“新”而行，品重烟台的声与势

今年的烟台，分外热闹，格外“出圈”。

从“向阳而生”的海上音乐，到群星璀璨的强大阵容，从海岸线的山海美景，到轮番上演的耀眼活动，从包罗万象的鲁菜美食，到人气爆棚的城市流量……仙境海岸，品重烟台，其“声”与“势”，交相辉映。烟台，这座从历史深处走来的城市，正以昂扬的姿态焕发出新的活力。让我们从四个“新”的角度，细观“仙境海岸 品重烟台”的声与势。

秦雪丽 烟台报道

悠然焕新的城市品牌

烟台之“声”，是穿越时空的历史回响。

2024年，烟台提出了新的城市品牌：仙境海岸 品重烟台。对于“品重”一词，烟台人并不陌生。在张裕酒文化博物馆中，“品重醴泉”几个大字被放置在展厅显著位置，城市“品重”一词即取自于此。

“品重”一词的背后还有一段历史佳话。1912年8月21日，孙中山来访烟台，并前往张裕葡萄酒公司参观，对公司的生产情况大加赞赏。他品尝了张裕葡萄酒后，题赠“品重醴泉”，以示褒奖。“品重”具有双重含义，既指张裕酒质芬芳醇厚，又指张裕创始人张弼士人品厚重。

站在万亿级城市的新起点上，城市品牌迎来焕新，“品重”一词赋予了烟台更多新的内涵，也蕴含着殷切期许。正如烟台市今年政府工作报告中提出的：“建设具有影响力的国际城市，叫响‘仙境海岸·品重烟台’的城市品牌。”

何为“品重”？“品”有城市之品、物产之品、人文之品，“重”有成品之重、产品之重、人品之重。

作为国家历史文化名城，烟台担得起“品重”二字。

烟台地处神奇的北纬37度线上，这条地球刻度汇集了90%的人类古文明，以及70%的建筑遗迹，纬度与海洋、陆地完美结合，遗迹与典故相得益彰，而烟台在这条线上留有浓墨重彩的一笔。

早在7000年以前，古先民们就在烟台这片土地生息繁衍，创造和传播了灿烂的白石文化。秦始皇三次东巡烟台，寻找长生不老之药，并派遣徐福东渡寻药。汉武帝八次东巡寻找三座仙山，并在此造城一座名叫“蓬莱”。“八仙过海”的故事在此源远流长，苏轼曾赞叹“东方云海空复空，群仙出没空明中”。

作为首批沿海开放城市，烟台工业基础雄厚，门类齐全，是中国近代工业发祥地、亚洲唯一的“国际葡萄酒城”。烟台是妥妥的气候环境“优等生”，属于中国最典型的“北海岸城市”，夏季凉爽不潮湿，冬季温暖不干燥，且物产丰富，宜居宜业宜游，可谓春可观潮、夏可避暑、秋可品鲜、冬可赏雪。

推陈出新的亮点活动

一个成功的城市品牌，一定是最贴合城市特征、体现城市诉求的“综合体”。朴实热情、厚道好客是烟台的城市品格，“品重”不只是一个城市口号，更是脚踏实地的生动实践。

如何讲好“仙境海岸 品重烟台”的故事，破圈出彩？城市的第一把“火”，来自于音乐、大海和日出。

2024年五一假期期间，华晨宇



5月4日，在烟台日出演唱会上看到太阳升起，歌迷激动欢呼。吕奇 摄



4月30日晚上，“你是我的小苹果”烟台文旅宠粉活动在烟台火车站广场举行，旅客出站迎来一段欢乐的舞蹈。吕奇 摄

在烟台举办日出演唱会，“向阳而生”的音乐和烟台海上日出的浪漫，为13万乐迷们带来一场难忘的音乐盛宴和烟台之旅。

一场演唱会，带火一座城，看似偶然，实则必然。

近年来，烟台始终致力于青年友好型城市建设，烟台城市语境与“向阳而生”的音乐主旋律极度吻合。为迎接全国各地的游客和乐迷朋友，烟台也拿出山海般的真诚和热情，启动“你是我的小苹果”宠粉行动，在火车站、17路观光巴士、虞美人广场、演唱会现场等地，以烟台苹果、非遗文创、特色美食等回馈粉丝游客。并持续策划“烟台最美海上日出”活动，将一场演出的乘数效应做到了最佳。

伴随五月的“向阳而生”，烟台也启动了“开挂”模式，亮眼活动轮番登场。六月“群星璀璨”，2024中国电影导演之夜拉开序幕，400余位来自中国电影第一线的艺术家齐聚烟台。七月“在烟台 经山海”，2024烟台国际海岸生活季拉开帷幕，200余项文旅活动伴随游客畅玩暑假。八月活动精彩纷呈，应接不暇，2024烟台养马岛音乐节和微博超级红人节、“2024烟台海派国际美食嘉年华”陆续举行，让市民游客感受烟台的独特魅力与文化风情。十月迎来“微醺红”，2024烟台红酒海岸艺术展演系列

活动启动，为烟台打造了一场“全城皆文艺”的艺术盛会、产业盛宴、行业盛事……

以优秀活动为载体，烟台线上收获了巨大流量，线下极大地激活了城市文旅消费。从文旅出圈到城市扩圈，品重之城写下太多精彩，让我们看到了一个“热气腾腾”的烟台。

不断上新的网红场景

在互联网时代，城市价值被重新审视，文旅消费的升级，让游客从单纯看风景，更青睐于沉浸享受城市生活。比如“打飞的”去长沙喝一杯茶颜悦色，到大唐不夜城拍一次汉服写真……这些充满烟火气的消费场景和新鲜独特的体验更加被人期待。

而如何将“爆红”变“长红”，将“流量”变“留量”？烟台也未曾停下探索的脚步，方向就是：打造不一样的场景，给游客不一样的体验。

今年上半年，烟台市实施文旅市场主体培育和景区、度假区“焕新”工程，多点优化文旅营商环境，推动各类主体扩容提质。组织26家A级景区开启夜游模式，推出塔山“三和塔亮灯”、烟台植物园“光影奇幻夜”等夜游场景。打造“海陆空”游玩新场景，开辟“海洋牧场+

文旅”“航天+文旅”等新赛道，全面提升崭新城市名片的知名度和美誉度。

如今的海阳，以核电和火箭闻名于全国。去年7月，国内单一主题体量最大的沉浸式航天科普馆——东方航天港指控中心科普馆开馆运营，开馆半年，参观人数就超过10万。

今年8月20日，在烟台市“推动高质量发展”主题系列新闻发布会第三场上，烟台市文化和旅游局党组书记、局长任飞介绍，海阳将打造4个观礼区域，共计可容纳约5万人同时近距离观看火箭发射，并沿着长约6公里的航天大道，规划火箭观礼航天线路。

立足于千里海岸线，发力海上游、海岛游。在夜游芝罘湾、“耕海1号”海上度假游、崆峒岛滨海游等多条经典海上游线路基础上，烟台今年创新打造黄渤海长岛五岛深度游产品，与“爱在一起”17路观光巴士、嗨心巴士等常态化运行的旅游巴士线路联动，丰富“立体玩海”新体验。

“十一”假期，滨海飞翔公园惊艳亮相，在这里，赏花、观海、拍照、放空、飞行，无所不能。低空飞行体验项目刷爆了朋友圈，吸引不少市民游客开启体验。而不远的时光塔、孤独的鲸正接待着全国各地一波波的游客……

大文旅时代，全国各地都在“八仙过海，各显神通”，作为故事起源地的烟台蓬莱阁景区，也在提档升级。今年国庆期间，“八仙过海”索道在蓬莱阁景区亮相，成为游客新宠。一条全新索道连通了景区，让游客实现了上山、下海、跨海、观城等多元体验，蓬莱阁亦创建为国家级文化产业基地。

历久弥新的仙境海岸

烟台之“势”，在于向上而生的活力。

烟台的“声势”有多火？让我们从一组数字中，具象化地感受它的

热度。

以华晨宇日出演唱会为契机，烟台发起“跟着烟台文旅看中国日出”主题活动，携手26座城市文旅部门共创共推，实现全网超过2亿的播放量；在2024年上半年国内文旅厅局官方微博综合指数排名中，“烟台市文化和旅游局”微博账号位居第一；张信哲未来式终极版世界巡回演唱会将5万歌迷汇聚体育公园，带动增加区域旅游收入约3500万元，莱山区多个场景消费创出新高；2024烟台红酒海岸艺术展演系列活动相关话题阅读量突破5亿，活动两大核心会场人流量超150万人次，间接带动文旅消费达7亿元；在携程发布的《2024年国庆旅游消费报告》中，烟台入选入境游热门目的地TOP50；在山东公布的八大主题工业旅游精品线路中，烟台7大场所入围，硬核工业彰显诗和远方……

一个城市品牌的塑造，能让慕名而来的人深深喜欢，更应让生活其中的市民深感骄傲和幸福。

从获评“国际花园城市”到摘得“奥运冠军之城”，从城市文旅创新营销斩获“龙雀奖”到活力之城“四连冠”，今年的烟台可谓载誉连连，而居住在城中的人，则见证了它的生机勃勃。

“主客共享，大放异彩”，这是鲁东大学二级教授、旅游产业研究院院长曹艳英对今年烟台文旅表现的评价。在她看来，深厚的文化、精彩的演艺、丰富的活动、鲜美的鲁菜、独特的非遗文创……不仅让游客感受到烟台的魅力，更让市民在家门口畅享多彩生活，真正实现了主客共享。

“今年的烟台，涌现了很多现象级的事件，非常值得研究，一场节庆到底能给城市带来哪些赋能？在我看来，是长效的，比如华晨宇在其他演唱会或社交平台多次提及烟台的日出，这就是一个非常好的长期效应，而华晨宇之后，不少明星、名人也选择了烟台开展系列活动，这是一个非常好的现象，最近我们也在研究这一课题。”曹艳英介绍。

一座城市如何历久弥新？唯有持之以恒。在曹艳英看来，面对人流和网络流量，给当地政府也提出了更高的要求，但总结下来就是：敞开怀抱，聚焦文化特色，做好持久服务。

确实如此，出圈出彩的背后，是品重之城的务实努力，是服务软实力的强大支撑。在“潍烟高铁”开通之际，精心策划推出“坐着高铁游烟台”系列策划，以交通全方位赋能城市品牌发展。做好配套服务，先后引进威斯汀、万豪、希尔顿、喜来登等12个国际品牌酒店，建成运营星级酒店48家，其中五星级饭店7家，数量居山东省第二位。

以“品重”为起笔，烟台精耕“诗和远方”文章。年接待游客总量和旅游收入两项综合指标稳居山东省前三位。仙境海岸，品重烟台，一座活力之城、幸福之城，焕新出彩，冉冉升起。