

从“网红墙”到“孤独的树”，年轻游客催生城市文旅新图景 小众打卡地出圈背后暗藏流量密码

“五一”假期，青岛各大景点再次迎来客流高峰。除了栈桥、五四广场等地标式景点人流依旧，不少曾经的小众景点一跃而起，成为假期游客打卡的新“顶流”。假期首日，老牌网红打卡点大学路“网红墙”前挤满了拍照的游客，琴屿路“孤独的树”再次排起长队。城市小众景点何以突出重围，成为城市文旅发展新的“流量密码”？



文/片 杨雪 青岛报道

排队50分钟 打卡“孤独的树”

近段时间，青岛海边的一棵树“火”了。这棵树名叫“孤独的树”，位于青岛市市南区琴屿路附近。“孤独的树”在清明假期就成为一波“流量担当”。这个“五一”假期，其人气可谓只增不减。假期首日，从进门区域到“孤独的树”前，几十米的距离就密密麻麻挤满了游客。由于人气火爆，不少游客以树、长椅、大海为背景，寻求不同的角度避开人流拍照打卡。树的另一侧张贴起“按线排队”的指示牌，现场游客按照指示排起长队有序等待，队伍已经开始绕圈。

午后耀眼的阳光并没有阻挡游客们排队的热情。游客韩女士和朋友从河北石家庄而来，到下午2点半，他们已经排了接近50分钟的队。“我是在网上刷到这个打卡地点的，看着很漂亮，有海又有氛围感，就想过来拍照，而且这里还是《当我飞奔向你》的拍摄地，就想来打卡。”韩女士说，这次青岛之旅的攻略基本是跟着网上推荐的打卡点来的，除了“孤独的树”和琴屿路，他们还去打卡了西陵峡路“通往大海的路”拍照点。“看到网上的打卡攻略，自己也想来看看。”韩女士说。

而在爆火前，“孤独的树”早已是小有名气的小众拍照打卡点。两栋居民楼的空隙“框”起蓝色的大海，长椅和树增添了生活气息，这里是独属于青岛的“氛围感”浪漫。后续叠加影视同款打卡地以及社交媒体流量效应，人们调侃“孤独的树”一点儿都不孤独。

小众景点齐出圈 年轻人爱上旅行新方式

除了“孤独的树”，近年来青岛小众打卡地晋升为城市文旅新“流量密码”的情况并不少见，并带火周边商业。大学路“网红

墙”原先只是鱼山路和大学路交会的拐角，因为有独特的红墙作为背景，又有带有青岛地点标识的路牌，这里从原先只有“发现美的眼睛”才能注意到的普通拐角，一跃成为老城区的“流量担当”。每到假期，这里围满了从五湖四海前来打卡的年轻游客，一张“网红墙”照片成为美好记忆。

人流的聚集也让周边商业的发展更加有“人气”，“网红墙”的流量也为大学路咖啡街带来了更多消费人群。这条自带文艺范儿的街区聚集了众多的咖啡店、书店、画室、饰品店、摄影工作室、手工工坊等，与年轻游客追求的有品位、小资、文艺的消费属性相吻合。来大学路“网红墙”拍下一张打卡照片，到咖啡店买一杯香浓的咖啡，在文艺感十足的店铺中品味城市烟火气，再到周边小店逛逛购入“青岛味”十足的冰箱贴，商业气、烟火气、文艺感之间的平衡让大学路更具魅力。

此外，琴屿路的“S弯”、小麦岛也都是近些年在年轻游客中人气十足的网红打卡点。傍晚小麦岛的山坡上坐满了年轻游客，他们吹着海风，听着户外音乐会，等待着一场海边日落。在琴屿路的海边咖啡店，年轻游客用手机定格以大海为背景的“咖啡时刻”，并发布到社交媒体上，一条“Chill”的朋友圈由此诞生。年轻游客们不再遵循“一天几个景区”的传统游玩方式，而是更加注重旅行中的个性化、舒适度和体验感。

不走寻常路 小众景点抓住游客心

随着年轻人成为游客群体的重要力量，契合年轻游客兴趣点的旅游方式层出不穷。从节奏紧凑的“特种兵”式旅游，到深入城市漫步的Citywalk；从不追求游览景点的“躺平式”出游，到更注重个性和避开人潮的“反向旅游”，年轻游客越来越强调旅行的个性化、体验感和情绪价值，而这也是小众景点得以“出圈”的重要原因。

年轻人对于旅行的追求不

再是走马观花观景点，在旅行过程中所获得的好吃的、好看的、好玩的极致体验感，以及是否能获得个性化、独特化的旅游体验成为他们的新诉求。

此外，出片和社交功能也成为人们旅行中看重的新需求点。当下，“打卡、出片、社交媒体分享”已成为年轻人旅游的显著标签。

“青岛是个城景深度交融的城市，得天独厚的城市肌理和美感，契合了Citywalk的旅游形态和游客审美的变革，通过‘青式洋气’的场景实现城市旅游视觉可传播的功能，用出片替代攻略，游客通过支付旅游货币，换取的不仅仅是一次旅游体验，还转化为后续的社交货币。”青岛酒店管理职业技术学院教务处副处长、副教授朱丽男认为，这种反从众的旅游选择，最终又形成了新的群体认同。

小景点爆火 如何接住这“泼天富贵”

随着社交媒体的进一步助力，小众打卡点不再小众，而是成为带动城市文旅的新流量增长点。有人为了拍一张影视同款打卡照来到金口三路的转角便利店，也有人为了感受小麦岛看海听歌的“青式浪漫”专门飞来青岛。

小众景点爆火之下，如何接好这波“流量”，更好地带动城市文旅发展？朱丽男认为，打好小众景点“流量牌”，首先要做的就是持续升级网红景点的内容价值，通过挖掘历史故事、文化内涵并借助短视频等新媒体进行长效传播，避免热度短期消退。其次，要整合周边服务资源，对景点附近的餐饮、文创等商家开展统一文化培训，将其转化为城市文化传播的重要节点，形成逛景点、读城市、品美食、听故事、做本地人的体验闭环。此外，还要强化全局统筹，设计出串联传统景区与小众打卡点的主题游览线路。“通过接驳巴士、预约分流等工具平衡客流压力，让经典IP与新兴地标互为补充，实现文旅资源的高效转化与游客体验的多元满足。”



文/片 杜春娜 济南报道

五一假期，位于中山公园北门处的济南市开埠博物馆迎来试运行，引起广泛关注。不仅是开埠博物馆，近年来，作为济南近代史的见证者，如今的老商埠不断“焕新”，更将引入国际艺术中心，彰显“国际范”。

5月2日上午，记者来到开埠博物馆。馆内设有自开商埠、新城崛起、商埠百业、商埠生活、新生力量、振兴开放六个展厅，全方位展示济南开埠的历史。记者注意到，馆内还布置了一些互动类设施，游客可以沉浸式体验济南老商埠的发展变迁。

济南开埠博物馆作为集中展示商埠历史文化的载体，通过技术创新与多元业态融合，带来崭新的观展体验。游客通过“穿越之门”可拍照打卡，穿越到100多年前的“中央商务区”，体验商埠生活；能寄出“有声”明信片，扫描二维码即可听到当时录入的声音；还有“霍格沃兹魔法墙”，生动地展现当时城市新景观以及地标建筑。

除了商埠历史展览，开埠博物馆还引入了泉水书房、老字号、创意餐饮、全球展览快闪店等业态，在体验百年商埠历史之余，让人感受泉城烟火气、国际艺术，激活博物馆文化活力。

济南商埠城市更新有限公司相关负责人接受采访时表示，开埠博物馆是一个起点，未来将进一步深耕商埠区，根据片区整体产业策划，结合济南市城市更新行动，本着文化引领“文商共融”的理念，引入国际知名艺术中心、新零售、特色餐饮、精品酒店等内容，推动商埠区从传统商业到高端新业态转型，实现商埠区文商旅居协同发展。

除了开埠博物馆，近年来，济南的商埠区频繁迎来上新之路。

位于商埠区经四纬二项目范围内的英美烟草公司旧址，南邻经四路、东邻纬二路，总建筑面积约2200平方米，原为英美烟草公司济南分公司办事处，现已列入省级文物保护单位。5月2日上午，记者注意到，英美烟草公司旧址改造步入尾声，工作人员在建筑外部进行地砖铺陈等工作，建筑已经挂上蓬皮杜中心和艺述博物馆的牌子。

此前，济南城投曾发文提到，

英美烟草公司旧址项目将迎来全球顶级艺术IP——国际艺术中心，旨在打造成以IP文化艺术展览、创意文创零售、艺术工坊、轻餐饮于一体的复合型创新IP国际文化艺术馆。周边同步引入泉水书房旗舰店&潮牌集合店、艺术主题空间及特色餐饮等，与艺术中心形成院落集聚效应，共同打造“济南1904”街区潮流文化地标。

一座老商埠，半部济南近代史。作为曾经“流金淌银”的老商埠，如何实现华丽转身？济南市政协常委、济南市规划设计研究院院长邵莉在济南市政协开展现场商量时提出，可以在保护好商埠区传统格局和特色风貌的同时，通过步道设计、资源织补将商埠区内点状分布的特色资源实现整合串联。提升片区整体氛围感和影响力，更好地聚人气、聚商气、聚财气，实现文商旅共荣的可持续发展。

“从宏观角度来说，在自开埠的城市中，济南是最成功的。”济南市考古研究院原院长李铭表示，应该保留、弘扬以及利用过去先进的城市格局和城市建筑，彰显济南的城市文化特色。李铭认为，商埠区可重点打造纬二路到纬八路一带，以及经四路和经三路一带，这是一种连续性打造布局，也可以方阵的形式打造项目。这样不仅能够把商埠区内的各种文化元素包含在内，保护历史建筑、历史遗存，也能弘扬济南的特色城市文化和先进的商埠街区文化。

◆家政 家政服务
13793180410

◆求购 收购字画
15864536825

1999元/月
市中心养老全包

87569992

先行众创空间招商

成熟工业园区，优越营商环境。
惠企政策对接，管家贴心服务。

现有车间1200㎡、1300㎡、2300㎡、2600㎡、700㎡、750㎡、800㎡、900㎡、1100㎡空地、1200㎡、1800㎡、1900㎡、2500㎡、2760㎡、3300㎡、3700㎡、4500㎡、5100㎡和8000㎡等不同规格，招商招租，可整租可分租。

◆高新区万达J1座1502室1210㎡写字间出租
◆龙华庭10号楼1单元13层1301室学区房出租出售
◆天桥区龙华庭6号2单元3303室1320㎡出租出售
专业团队运营，提供全方位标准化服务，免费共享接待商务区，免费代办各类经营手续，提供帮扶补贴协助，欢迎垂询。
垂询热线：13805408666 王经理（微信同号）