

# 多国语言在此汇聚成一句“干杯、青岛”

## 走过35年,且看青岛啤酒节的“青岛味”和“国际范”



记者 杨雪 青岛报道

### 从啤酒屋 走向国际舞台

要说最具青岛夏日感的活动,当然是来一杯冰爽透心凉的啤酒。有人说“青岛人的血管里流着啤酒,拎着酒袋的男女老少,是这座城市流动的图腾。”沿海一线的打酒机器前围满了来青的游客,“袋装散啤”是不少人青岛行的执念。烟火升腾的台东啤酒屋内,三五好友围桌而坐,几道家常海鲜配上大扎鲜啤,夏日的快乐“都在酒里”。叫卖声、倒酒声、碰杯声……当市井激起的啤酒泡沫带动一场城市狂欢,啤酒节应运而生。

1991年6月23日,青岛中山公园门前被彩车和巡游演员挤得满满当当,第一届青岛国际啤酒节就这样在汽笛与啤酒泡沫中诞生。简易的啤酒大篷抵挡不住人们的热情,来自国内外的近百家啤酒厂商参与了展销交流,十多万青岛市民和游客穿梭于大篷之间,一起共享啤酒盛会。拿起一杯啤酒一饮而尽,这口带着海风咸味的泡沫,成了青岛拥抱世界的第一声“干杯”。

三年后,青岛为啤酒节“造起一座城”。1994年,青岛国际啤酒城于崂山正式建成,成为啤酒节的固定场所。当年的啤酒节引进美国百威、德国尔丁、日本麒麟等众多国外啤酒品牌,50万人入城参节,销售啤酒200吨。2005年,青岛国际啤酒节被评选为“国际节庆协会中国最具国际影响力十大节庆活动”,并荣登榜首。

狂欢不停止,随着啤酒节的进一步发展,规模不断扩大、会场不断增加,啤酒、美食和各类配套活动也在充实着啤酒节每一天的日程,啤酒节也从原先“本地人的狂欢”升级为带有“青

岛符号”的国际性节庆活动。时间来到2025年,当“第一桶酒”在科技影像与现实交织中开启,青岛国际啤酒节已经走过了35年的岁月。今年的啤酒节将欢乐延长,举办时间由往届的24天延长至1个月。引入包括青啤、百威、喜力、嘉士伯等全球知名品牌在内的2300余款啤酒,创历年之最。西海岸会场、崂山会场、老城会场“三城联动”,各具特色,全城联欢。金沙滩啤酒城9座啤酒大篷带你“醉”在青岛的夜;崂山会场以“一城双景”为引领,营造兼具中式雅韵与欧陆风情的差异化游园体验;老城会场围绕食、游、购、娱4个主题,策划实施20项活动,光影流转间在百年老城与啤酒邂逅。



7月18日,外国友人参加第35届青岛国际啤酒节。 新华社发

岛符号”的国际性节庆活动。

时间来到2025年,当“第一桶酒”在科技影像与现实交织中开启,青岛国际啤酒节已经走过了35年的岁月。今年的啤酒节将欢乐延长,举办时间由往届的24天延长至1个月。引入包括青啤、百威、喜力、嘉士伯等全球知名品牌在内的2300余款啤酒,创历年之最。西海岸会场、崂山会场、老城会场“三城联动”,各具特色,全城联欢。金沙滩啤酒城9座啤酒大篷带你“醉”在青岛的夜;崂山会场以“一城双景”为引领,营造兼具中式雅韵与欧陆风情的差异化游园体验;老城会场围绕食、游、购、娱4个主题,策划实施20项活动,光影流转间在百年老城与啤酒邂逅。

### “味蕾狂欢”升级为 “城市文化符号”

走过35年的光阴,啤酒节已经从最初的“味蕾狂欢”升级为“城市文化符号”,成为青岛走向世界的“金字招牌”。7月的青岛,到处都是“为啤酒节奔赴一座城”的游客。刘先生和家人从河北而来,喝一杯现打的青岛啤酒

是他此行的最大愿望。“啤酒好喝、大篷里热闹,在这喝啤酒格外有氛围。”来自法国的陈先生夫妇为了感受啤酒节开幕,特意在青岛多留几天。啤酒为这座城市更增添了一些留下的意义。

京牌、沪牌、苏牌、粤牌……“你们先上班吧,我去青岛啤酒节哈啤酒了”,夏日的青岛啤酒节成为游客来青的重要理由,也成为拉动城市文旅、消费等增长的“加油站”。第34届青岛国际啤酒节期间,金沙滩啤酒城共接待游客636万人次,消费啤酒2800余吨,举办500余场文化演艺活动、1807场次比赛;共吸引325个商家参会,实现线上销售额2300万元。崂山会场接待游客近30万人次,销售啤酒5万余升。世纪广场啤酒城与崂山风景区首次实现联动,拉动啤酒城周边酒店商超、重点餐饮企业和崂山区主要景区景点累计实现营收3.5亿元。

今年的狂欢派对刚刚启幕,截至7月20日,青岛国际啤酒节老城会场累计吸引客流量151.29万人次,啤酒消费量达34087升,拉动消费2335.5万元。“我们正通过打造多元化消费场景,将节庆流量转化为持续消费力。”相关负责人表示。

数字的背后,是啤酒节对城市文旅、消费的强势拉动,啤酒节串起的不只是青岛这座城市的美食之旅,透过啤酒节这扇窗,人们能更好地了解青岛、畅游青岛。

啤酒节期间,各类活动也搭上“夏日顶流”盛会的东风,将青岛的城市文化、非遗特色尽情展示。砖刻、漆扇、玉器、制香等手造产品琳琅满目,东阿阿胶、李家百年烧鸡等美食香气扑鼻,沙滩编辫、面部彩绘等潮玩体验绽放奇趣新姿……在啤酒节西海岸会场,“山海匠韵·哈皮手造荟”展览不仅拉近了市民游客与传统手工艺的距离,更让深藏于山海之间的匠人智慧与手造魅力,在欢声笑语中“活”起来、“潮”起来。

城市记忆与邻里温情也在啤酒节期间得以展现。“里院家宴”的举办让老居民、劳模代表、参与老城保护更新的建设者等齐聚一堂,美食、美酒、温情的故事,老城居民在这里重温邻里温情,感受“老城新生”。

### 一杯啤酒架起 国际交流的桥梁

如今提起青岛的啤酒,更像是一种“国际暗号”,除了红瓦绿树、碧海蓝天的风景外,啤酒也成为青岛的另一张国际名片,成为青岛与国际交流的重要桥梁。

随着免签国的增加与240小时免签过境政策的实施,越来越多的国际友人来到青岛、游览青岛,更爱上青岛的啤酒。今年3月,“欧罗巴2”号邮轮抵青,为山东带来年度最大的欧洲旅游团。“我在德国就听说过青岛啤酒,也因为啤酒知道了青岛这座城市。”“欧罗巴2”号的德国乘客表示。

在青岛啤酒博物馆,“思密达”的浓度还在不断上升。打开海外社交平台,在青啤博物馆的“大酒桶”前合照成为不少韩国游客来青旅游的标配,“Citywalk、Citydrink”引领韩国游客来青旅游新风尚。“原浆和我们平时喝到的瓶装啤酒不一样,口感更爽快,碳酸‘沙口感’更强。”一位韩国游客表示。更有人表示就是为了青岛啤酒而来,“我们是专门来喝青岛啤酒的,

它的口感非常清凉,真的很好喝,我们还会再来喝的。”

“啤酒节期间,我们已经承接了一些韩国旅行团。”青岛旅游集团国际旅行社有限公司副总经理于畅介绍,与去年相比,今年同时时间段的韩国团数量有所增加。“许多韩国游客想来参加啤酒节,我们也会根据他们的诉求安排啤酒畅饮、参观啤酒博物馆,以及乘游船夜游浮山湾等。海上啤酒节也是我们的主推,韩国游客非常喜欢乘游船。”

今年的啤酒节,在啤酒大篷里你可以遇到来自法国、俄罗斯、韩国、日本等世界各地的游客,各国语言在此时此刻汇聚成一句“干杯、青岛!”崂山会场创新打造“一城双景”独特布局,“时尚欧情”的游园体验,国际范儿十足的会场风格吸引了大量国际友人参与。在“啤酒交易所”前,外籍游客也来“尝鲜”,亲手打了一杯樱桃啤酒;在青啤1903花园,来自美国纽约的Amy趁着出差的间隙,来感受啤酒节的火热氛围。一杯皮尔森加一场精彩的演出,Amy对青岛又有了新的体验:“真的是一个友善又有氛围的城市”。

为了喜迎八方来客,本届啤酒节期间推出各类国际活动,上合周、香港月纷纷启幕,以啤酒为媒,与世界各地客人交朋友。国际啤酒节联盟合作机制2025青岛会议举行,现场发布了《“啤酒节主题跨境游”旅游项目合作倡议》,未来将通过串联各国际知名啤酒节,构建跨文化体验的旅游生态圈,促进游客互送、品牌共推与文化共融,化“节庆流量”为“产业增量”。

除了举办各类活动,今年的啤酒节现场也有了更多国际化表达。崂山会场汇聚11个国家18个品牌的93款美酒佳酿,推出国际友人主题日、国际游客专属优惠套餐和旅游线路,并贴心配备中、英、日、韩四语标识及翻译团队,印制多语版《崂山区文旅指南》《“乐游崂山”十大旅游线路》,让全球游客尽享青岛崂山的好客与热情。

“与世界干杯”,青岛这杯啤酒的国际化之旅仍在继续。

## 传承文化文脉,把历史基因融入当代审美

# 济南市政协围绕“古城新变”开展月度商量



记者 李梦瑶 济南报道

自济南市启动实施古城城市更新项目以来,济南市政协持续深入开展多次专题协商,多项提案建议被相关部门采纳,在古城保护提升工作中取得显著成效。2025年6月以来,济南市政协

再次以“古城新变”为主题,走进古城,深入商量,为赓续济南千年历史文脉、赋能古城高质量发展汇智聚力。

从“深藏”到“绽放”,如今的古城风貌既具济南特色又添国际范。全国政协委员魏新以三个“一言难尽”概括变化:历史文化信息丰富,可讲的故事俯拾即是;景观风貌多元,深藏的泉眼、古建尽数展现,一眼看不尽;饮食汇聚济南水准,鲁菜与小吃皆可寻。

古城新变不止于“颜值”,更在内在活力激活。山东省旅游设

计院院长孙晓静认为,这是“文化基因的激活和城市基因的重塑”。修缮后的高升店引入“一尺花园”,保留历史肌理之余设“老残游记文化展”,让经典与当代对话;PAGEONE书店、月下观棠等项目落地,宋制簪花等体验吸引年轻人。

济南市政协委员张晓国表示:“业态打造要与在地文化融合,把历史基因融入当代审美,才能更有生命力。”

在集中商量环节,多位古城保护提升的参与者介绍,古城的

“新变”,背后是无数建设者的坚守与创新。

站在新的起点,济南古城的保护提升仍在延伸。孙晓静建议设置一些沉浸式的体验装置,再现《老残游记》中的一些市井生活场景。在西更道街墙面两侧打造一个“诗词光影长廊”,把历代名家咏泉的诗句投放在影壁上,用数字技术将静态泉水转化为可交互的文化媒介。

济南市政协委员,山东大学艺术学院副教授、博士生导师袁宙飞建议开展“古城智慧导览”

App或小程序开发,掌上导航、一键定位,让大家可以尽享便捷舒适的游览体验。

同圆设计集团股份有限公司总建筑师郭立强呼吁,古城中的原住民能够自主地融入古城的提升建设,这才是一个城市真正具有生命力最具体的表现,让古城成为“扎根历史、舒展未来”的生活博物馆。

上海盈石济南古城项目总经理刘维提到,要建立济南古城大运营的协同机制,把行政管理建议转变成服务。