

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“青岛人的血管里流动着啤酒，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，50万人入城参赛，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

游客拿着袋装散啤穿梭于景点之间，啤酒屋内升腾而起的烟火气搭配涌起的啤酒泡沫……当金沙滩啤酒城内的“第一桶酒”正式开启，青岛又迎来了全城“哈啤酒”的狂欢时刻。走过35年历程，青岛国际啤酒节已经从最初的啤酒屋走向国际舞台，从“味蕾享受”升级为“城市文化符号”。当啤酒架起国际交流的桥梁，“青岛与世界干杯”的故事还在不断继续。



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。更多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旸介绍，与去年相比，今年同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聚智聚力。

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、月下观堂等项目落地，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。