



开逛“长”在金沙滩上的啤酒城

金沙滩啤酒城预约入园迎首日



游客现场扫码预约入园。



工作人员给游客打新鲜的啤酒。 李伟 摄

从7月22日开始，金沙滩啤酒城进入为期十天的预约“模式”，园区内的一波“黑科技”全新亮相。当天，记者跟随市民游客一同提前预约“码”上入园，面朝大海，吹着海风，和满溢着沁人麦香的啤酒狂欢来了一次双向奔赴。在夜幕降临后，美轮美奂的金沙滩啤酒城宛若赛博朋克风的花园城堡，引领着我们开启一场邂逅啤酒的酣畅之旅。



啤酒城内的海鲜美食。

现场 预约入园核“码”进场

从7月22日至7月31日，金沙滩啤酒城实行封闭管理，严格按照国家、省、市对旅游景区的要求进行运营管理。金沙滩啤酒城按照旅游景区“限流、错峰、预约”的管理要求，实行预约入园。按照预约流程，当天记者关注微信公众号“青岛金沙滩啤酒城官方账号”，在下方菜单栏点击“入园预约”，进入“青岛金沙滩啤酒城入园预约”小程序进行预约，同步完成实名登记和健康信息筛查后，小程序提示预约成功。随后，记者来到金沙滩啤酒城北2门，打开山东健康码后扫闸机设备，同步测温合格后成功过闸机，随后通过安检方可进入金沙滩啤酒城。据了解，预约成功后，市民游客在预约时段到现场，凭青岛一码通、山东健康码、身份证均可进行核验，经测温、安检后有序入园游玩。“虽然是青岛人，但这是我第一次来到金沙滩啤酒城，感觉特别有海洋城市的风范，海风徐徐，还有各种各样的啤酒，难怪大家每到夏天都要来这里。”当天，大学生小肖利用暑假的机会，和家人一道进入金沙滩啤酒城游玩，领略啤酒城的动感与魅力。

据悉，游客入园要执行人员疫情防控相关工作要求。一是山东省健康码为绿码；二是行程卡显示7日内没有到达或途经发生本土疫情地区及中高风险地区所在县（市、区）；三是在青岛市居住7天以上，需完成全市统一组织的7天2次核酸检测；四是省外入鲁返鲁人员，要持有48小时有效核酸检测阴性证明，抵达后3天内进行1次核酸检测；没有持48小时核酸检测阴性证明的，抵达后3天内进行2次核酸检测。在此期间，金沙滩啤酒城设置8个出入口，P1和P2两个停车场可免费提供4200余个停车位。另外，园区还配备了安保、消防、海上救援等人员，维持园区秩序；实行网格化专业化保洁，打造赏心悦目的游览环境；游客服务中心提供一站式服务，为市民游客游园提供便利。

体验 花园式啤酒城敞开怀抱

这座“长”在金沙滩的啤酒城是世界上面积最大的啤酒主题公园，也是深受市民游客喜爱的城市公共空间。进入啤酒城，主入口设置了“哈舅迎宾”灯组，以哈舅IP、海洋、啤酒为主元素，配以流动光效，迎接宾客到来；在星光大道设置了4处彩灯拱门、中心点位设置了庆典花篮彩灯；园区中心位置设置了“青岛礼物”裸眼3D装置，哈舅和哈舅妈、西海岸景点以及“双铁时代”“辽宁号”“蛟龙号”元素将创意呈现给市民游

客。啤酒文化广场安装了3组海洋主题彩灯，啤酒文化博览区安装了4组童真主题彩灯。当晚，亮灯后的彩灯点缀着金沙滩啤酒城，让这里成为了醉快乐的发源地。

本次金沙滩啤酒城是国内知名的精酿啤酒体验目的地。今年，青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园加入啤酒城“大家庭”，呈上8大系列、24款风味各异的特色精酿，展示打酒酒头直连生产线，为市民游客带来全新的“味蕾体验”。除此之外，青啤金啤体验馆作为青岛独具特色的精酿啤酒品牌旗舰店，包含工艺生产线、时尚沙龙、商务接待、旅游团餐等多个业态，可现场直饮多款主题精酿鲜啤。哈舅微醺馆也是“哈舅”IP最有价值的商业品牌和衍生项目之一，与全国各地30余个精酿品牌合作，可同时提供300余款精酿鲜啤，是全国拥有酒头最多的精酿啤酒馆。升级打造“凤凰里”休闲美食街区，32家经营业户推出种类丰富的精酿鲜啤、品牌餐饮和地方特色美食，塑造带有金沙滩啤酒城专属特色的夜经济。

汇聚 多元业态“嗨”翻夏天

金沙滩啤酒城汇聚了文化、休闲、购物、演艺等多元业态，夏日的丰富体验场景可在这里“一网打尽”。啤酒文化博物馆呈现了啤酒千年历史演进、工艺发展和文化内涵，青岛国际啤酒节历程展陈列400余件实物藏品，彰显31年来的节会文化脉络。

国际啤酒汇平价超市汇集了来自德国、比利时、美国、加拿大、丹麦、法国、瑞典等20多个国家近350余款品牌平价啤酒，打造种类丰富、品质优良、价格合理的一站式精酿啤酒采购中心。H1购跨境电商免关税商城面积120平方米，汇集日韩潮流单品和全球优选品牌，涵盖美妆护肤、日韩零食、进口酒水、家居日用等2000余款全球优质商品。打造“线上线下融合”的新零售场景，让每个消费者充分享受到“单笔不超5000元，全年不超过26000元”的跨境电商商品免关税红利，真正实现不出国门，嗨购全球。

哈舅大本营销售啤酒周边、儿童潮玩、家居用品等2000余款文创衍生产品。文创市集和8处文创小屋推出120余款文创单品，售卖啤酒盲盒礼盒等爆款产品。黄五箱进口网红仓平价零售5000余种酒水、食品、日用品。

一湾倾心·爱情海湾包含草坪婚礼、沙滩音乐、冷餐露营、商业休闲等功能区域。不是书店24小时对外营业，提供阅读、文创、休闲等不同体验。鲸落咖啡作为网红打卡地，提供时尚美食、茶饮、咖啡休闲体验。雅设美学生活馆、金沙滩婚纱摄影基地提供美学美育和艺术摄影服务。凤凰之声大剧院上演音乐会、话剧、儿童剧等精彩节目。



魅力西海岸“搬上”3D裸眼大屏

黑科技加持下海洋文化与啤酒文化激情碰撞



游客对着巨幅裸眼3D大屏拍摄。



看点特写 “冲出”大屏的“青岛礼物”

一群鱼儿游过后，一只活泼的海豚向观众游来，声音高亢入耳，另一只海豚甩尾卖萌，还俏皮地把水珠“撒”向游客，沉醉其中的游客不禁躲闪或低头看看干净的衣衫，这才回过神来，原来这是金沙滩啤酒城提前“埋伏”好的一波黑科技。快告诉你的小伙伴，火遍全网的巨幅裸眼3D大屏震撼亮相金沙滩啤酒城，融合新增LED技术，极具视觉冲击力的3D立体创意，让受众沉浸在美轮美奂的主题场景中，带来超感官的极致视觉体验。

当晚，记者专门守在巨幅裸眼3D大屏前，用视频和文字的形式记录这份特别的“青岛礼物”。在俏皮可爱的青岛国际啤酒节官方IP形象人物哈舅、哈舅妈带领下，形式新颖、逼真的裸眼秀震撼袭来。随着“Hello 青岛”歌曲的流出，“溢出”屏幕的青岛精酿啤酒将市民游客带入“清凉一夏”。

在该主题动画中，哈舅和哈舅妈以及他们的朋友们：宠物狗“哈不够”、好朋友小海鸥“欧耶”、画家“小鱿鱼”、爱唱歌和作曲的“小海星”，以及极具演奏天赋的“小嘎啦”一同亮相，带领市民游客走过东方影都、栈桥、崂山、五四广场、珊瑚贝桥、小青岛灯塔、琴岛之眼、凤凰之声大剧院、圣弥厄尔大教堂等青岛地标，一起感受盛夏的赤浪袭涌。哈舅、哈舅妈张开双臂拥抱大家，热情早已“冲出”屏幕，哈舅、哈舅妈和朋友们欢快畅饮，与市民游客共同举杯，向世界发出诚挚邀请：相约西海岸，一起来“哈舅”。

巨屏同样向观众展示了“青岛智造”的雄厚实力。帷幕拉开，飞啸而来的高铁抵达青岛西站，随后劈波斩浪的“辽宁号”、下海科考的“蛟龙号”、宏大的海工设备依次登场，让市民游客通过裸眼3D感受“青岛智造”之魅力，榜向着青岛制造进入了“青岛智造”的决心和底气。海洋文化、啤酒文化、青岛文化……坐落于金沙滩啤酒城的巨幅裸眼3D大屏像是展现城市发展的多棱镜，一人啤酒城即可感受青岛城市的瑰丽之美。



文创市集

下午3时许，位于金沙滩啤酒城西演艺广场的第三届啤酒文化创意周——山东手造文创市集开始热闹起来。“这个皮影真好看，是怎么做出来的？”在金凤皮影摊位，游客赵先生一边欣赏一边咨询道。在三源书吧摊位，一些游客正带着孩子在挑选文化读物。

文创市集是第三届啤酒文化创意设计周的重点线下板块。记者在现场了解到，文创市集有“西有物”文旅商品、三源书吧、皮影等共18个特色摊位，与园区内8个文创小屋同时集中展销文创雪糕、徽章、啤酒杯、发光酒杯等文创产品。

据了解，啤酒文化创意设计周活动已成功举办两届，本届文创周以“啤酒赋能 创造美好”为主

“凤凰之声” 打造一场国风主题盛宴

国风、酒吧、派对、夜市……到金沙滩啤酒城，一定不能错过这个7月里的青岛凤凰之声大剧院。作为国内精品剧院及时尚潮流聚集地，凤凰之声大剧院推出“FUN‘四’热爱”凤凰之声四周年主题活动。

青岛凤凰之声大剧院品牌经理陈欢告诉记者，大剧院精心策划的2022演出季中的多部精品剧目将轮番上演；全国巡演中收获超高人气且集结国内一线音乐剧演员的“新·国风”音乐剧《南唐后主》，以及爆笑喜剧《二八八的别结婚》、亲子舞台剧《海底小纵队5：深海探秘》等，以丰富多元的演出形式为金沙滩啤酒城注入艺术元素。

据介绍，“FUN‘四’热爱”凤凰之声四周年主题活动将于7月22日正式拉开帷幕。通过中心舞台、沙滩舞台和凤尾舞台的三舞台设置，邀请歌手、DJ、乐队进行演出，为观众打造一场独一无二的狂欢派对。

“今年入驻凤凰之声大剧院的极简主义coffee&bar，作为青岛首家沙滩酒吧自开业以来便在各大社交平台引发打卡热潮。”陈欢介绍，此次四周年庆，极简主义coffee&bar不仅推出露天电影，还营造沙滩轰趴的狂欢氛围。同时，极简绿荫酒吧也于7月22日在剧院凤尾处开放。

此外，凤凰之声大剧院还打造了今夏不可错过的全新业态——卡丁车俱乐部海怪酒吧，通过“卡丁车+酒吧+露台演出”的运营模式，制造专属夏日的运动音乐狂欢场，带给游客全新的休闲感受。



游客晚上观赏花灯。

打造啤酒文化创意产品



游客在啤酒城内逛文创市集。

题，于7月22日至7月31日在金沙滩啤酒城举行，以文创为核心，征集了一批高水平的啤酒文化创意产品，开展“新势”啤酒文化创意产品打造、“新势”啤酒文化创意产品市集、第三届啤酒文化创意周·啤酒创意产品设计大赛三大板块活动。

第三届啤酒文化创意设计周项目负责人丁馨告诉记者，此次活动围绕“线上+线下”展开，前期主要以“线上线下征集+定向邀约”为主来进行文创产品征集，其中定向邀约主要由清华美院设计师参与，深度融合清华美院设计资源，进一步提升文创设计周的专业度。

观海新闻/青岛晚报 记者 于波 奕伟 摄影 徐常青 实习生 许伊婷 薛筱蕙