



一场节庆，一城狂欢，啤酒的各色泡沫升腾着城市烟火气的美好。今夏，“中国啤酒之都”青岛创历年之最，引入2300余款啤酒，与世界干杯，激活城市狂欢“多巴胺”。35年来，青岛国际啤酒节犹如接续喷涌的大桶美酒，国际范、体验感、文化味一路升级，成为亚洲规模最大的啤酒盛会、世界四大啤酒节之一，国内外品牌影响力不断扩大。



啤酒节崂山会场十分热闹。崂山区供图



裸眼3D视觉盛宴。西海岸供图

青岛国际啤酒节“进化论”

从“味觉狂欢”到“城市文化IP” 承载青岛地域文化密码

传承

城市文化与啤酒文化共融

每座城市都有专属味道，夏日青岛的“嗅觉地标”浸润在满城的啤酒香气中。1991年6月23日，第一届青岛国际啤酒节在青岛中山公园开幕，30多万人次如潮水般涌上街头；1994年8月14日，第四届青岛国际啤酒节开始在崂山区举办，一段以啤酒为媒的山海情缘由此开启；1995年，青岛国际啤酒节被国家旅游局列为“全国重点旅游节庆对外推销项目”；1997年，它正式由地方性节日升级为国家规格，被誉为“亚洲最大的啤酒盛会”；2007年，它荣登“中国节庆产业十大影响力节庆”榜首；2024年，第34届青岛国际啤酒节接待游客636万人次、消费啤酒2800余吨……青岛国际啤酒节从国内数以千计的节庆活动中脱颖而出，逐步成长为融旅游、文化、体育、经贸于一体的国家级大型节庆活动。“青岛与世界干杯”的永恒主题，展现出国际范儿，不同肤色、不同语言的游客在啤酒的激情碰撞中“醉”享山海一色。

一杯啤酒，举杯对饮，无需翻译，风行五洲。啤酒是青岛浓郁的乡愁，啤酒节是青岛经典的风土人情。35年来，青岛国际啤酒节与这座城市建立了深度联结，二者在同频共振中释放出源源不断的创新发展动能。为期一个月的第35届青岛国际啤酒节设西海岸、崂山、青岛老城三个会场，资源禀赋、文化内涵、旅游配套等多重优势的叠加，在聚拢夏日烟火气的同时，不断驱动文旅消费升级。城市文化与啤酒文化共融共生，迭代培育出独特的城市气质，啤酒节也在传承和创新中历久弥新。山海间孕育出的青岛国际啤酒节，记录着城市的发展变迁，定格无数举杯欢聚的难忘时刻。

情怀

畅饮35年国际范基因不变

追溯历史，啤酒是与青岛这座城市同步发酵的产物。“我是青岛国际啤酒节的全程亲历者，大半职业生涯都在和它打交道，一心为节，半生最爱。”68岁的青岛国际啤酒节资深顾问、山东财经大学特聘教授林醒愚，是陪伴了35届青岛国际啤酒节的元老，在他看来，作为城市节庆头牌，青岛国际啤酒节的传承与发展，是极具特色的文旅节庆进化史，具有爆发力和影响力。

“考量特定的时间、地点、人群、主



“里院家宴”在啤酒节老城会场开席。栾丕炜 摄

题，基于大量的调研与探讨，我们认为啤酒是难得的能在瞬间引发市民渴求的发酵节庆介质，于是首届青岛国际啤酒节应运而生。”林醒愚告诉记者，1991年6月23日至30日举办的第一届青岛国际啤酒节，被国家旅游局列为国家重点旅游项目，“出道即巅峰”，人气在当时超乎想象。举办地点在中山公园内，临时搭建起9万平方米的啤酒城和31座不同风格的啤酒屋。随着第一桶啤酒开启，41个国内啤酒生产厂家和日本、美国、加拿大、德国、新加坡等国家的啤酒厂商、啤酒代理商、销售商，携100多种1500吨中外啤酒精品参加展销和交流。啤酒节期间，举办了饮酒比赛、食品展销、焰火晚会、中德啤酒技术讲座、轻音乐会、时装表演、舞会和海上风光游览等活动。8天节会期间，30余万名市民和游客先后涌入啤酒城，消耗啤酒1.7万箱。

敏锐顺应市场需求，青岛啤酒产业的加持与青岛市民的胃口相得益彰，此后青岛国际啤酒节在不断优化、调整中站上风口，一路高歌猛进。“啤酒节的基因是国际范儿，终极意义是开放，它带来的间接拉动、连锁反应是巨大的。”林醒愚认为，啤酒节掀起的开放东风，不仅让青岛啤酒产业受益，还润物细无声地播撒在了城市生活的大街小巷，让市民为这座开放包容的啤酒之城而自豪。慕名远道而来的国内外嘉宾、经贸客商、参赛选手和游客，通过城市节庆，深入了解青岛的啤酒文化，领略城市之美。啤酒节这张闪亮的名片，为城市经

济等的发展，发挥了积极作用。

创新

从“味觉狂欢”到“城市文化IP”

今夏，三个会场精彩纷呈。西海岸会场啤酒大篷区设置9个啤酒大篷，打造国内最大的啤酒狂欢聚集区，新设“金花奖”精酿大篷、比利时品牌啤酒大篷，各大篷在餐饮、演艺和环境等方面全面提升，营造高品质品饮体验；崂山会场开展11类文化演出，在内容策划、活动布局、互动参与等方面进行创新升级，为游客提供精细化、多元化、国际化的品饮体验；青岛老城会场是今年新增的特色会场，啤酒节+老城好去处，打造“百年老街 百年好合”微醺浪漫主题街区、“一院一品”观光动线，策划“老街坊·里院家宴”“老青岛领你逛老城”等情怀记忆类活动，彰显人间烟火、人文关怀和城市温度。

青岛在“变”与“不变”中向全球传播“山海韵味”，变的是不断丰富的欢庆方式，不变的是“国际范儿”基因。青岛国际啤酒节聚集国际元素，放大全球影响，打造“舌尖盛宴”，升级文化IP，形成全城覆盖的联欢矩阵，增强市民和游客的沉浸感、参与感。三个会场荟萃国际知名啤酒品牌和美食，为市民和游客提供不同的餐饮体验。策划举办上合周、香港周等主题活动，开展“精彩文旅·友城共享”青岛国际友好城市交流月活动、国际啤酒节联盟会议、万名韩国游客畅游啤酒节等国际交流活动，推动青

岛国际啤酒节成为“世界的啤酒节”。

推动青岛国际啤酒节从“味觉狂欢”升级为“城市文化IP”，核心挑战在于如何超越“啤酒”这一物理介质，将节庆精神、城市气质与全球文化交流熔铸成一个不可复制的文化符号。让每一杯啤酒背后，都承载着鲜明的青岛地域文化密码。

一个成功的文化IP不应仅限于盛夏狂欢月，而应深化IP的全年化运营与价值衍生。如何将啤酒节的“狂欢基因”与“开放精神”注入城市日常？以慕尼黑啤酒节为例，这个以九月狂欢闻名的世界级IP，通过“啤酒博物馆+酿造工坊”的常态化运营体系，让游客全年都能体验酿酒课程、调制个性啤酒；冬季特设的“啤酒集市”巧妙转化节庆元素为消费场景，机场永久主题区更使文化符号突破时空限制。这种运营方式同样适用于青岛国际啤酒节的升级——开发“精酿工坊”等四季体验项目，构建“啤酒美食地图”等衍生系统，通过文创产品、影视作品、线上平台形成文化触点网络。当联动马拉松、音乐节等城市品牌组成“文化事件矩阵”时，啤酒节的狂欢基因便真正融入了城市呼吸的节奏，实现从年度盛事到生活方式的质变。

同时，拥抱数字传播，构建全球粉丝社群，不断扩大朋友圈也是重要一环。在“大流量”时代，口碑与人气离不开数字引擎的驱动。应充分利用社交媒体、元宇宙技术、AI互动等新手段，打造线上线下融合的“数字孪生啤酒节”，突破时空限制，吸引全球用户参与，鼓励用户创作分享，形成围绕节庆的文化共创生态，将一次性游客转化为“青岛啤酒文化”的长期粉丝与传播者。借鉴西安“长安十二时辰”街区开创性的元宇宙实践，青岛啤酒节可构建更富有沉浸感的数字共生体系。比如，当游客扫描啤酒杯上的二维码，即可解锁“青啤侠”等数字身份，在虚实交织的“啤酒元宇宙”中开启闯关之旅：完成“精酿知识问答”获取虚拟酒花，参与“泡沫艺术创作”积累数字徽章，线下消费可兑换文创产品。

走向未来的青岛国际啤酒节，可与“欢聚”“开放”“山海情怀”等文化意象深度绑定。当人们谈论起世界顶级文化节庆时，青岛国际啤酒节不仅能以规模与国际范儿立足，更能因承载的独特城市精神和文化创造力而被铭记，这将是“城市文化IP”持久的魅力之源。

青岛晚报观海新闻/掌上青岛首席记者 张译心



扫码关注
“政青岛”了解
更多详情