

茶渔王哥庄 馒馒头飘山海间

2025第十二届青岛王哥庄大馒头文化节昨启幕 “馒头+”生态激活产业新动能

金秋时节，崂山湾畔麦香四溢。9月28日，伴随着欢快的《丰收情》旋律，2025第十二届青岛王哥庄大馒头文化节在崂山湾乡村振兴片区王哥庄大馒头产业园开幕。作为青岛市2025年中国农民丰收节系列活动之一，大馒头节以“百年馒头香 茶渔王哥庄”为主题，以产业振兴为目标，以非遗传承为根基，立足“馒头+”产业生态，整合茶、渔、宿、婚等资源，通过花样馒头大赛、全民品鉴行动等系列活动，不仅让拥有500年历史的王哥庄大馒头非遗技艺焕发新生，更成为推动崂山湾乡村振兴片区建设、促进“农文旅体商”深度融合的生动实践。大馒头节为期半个月，将持续至10月11日，为市民和游客带来一场兼具文化味、产业味与烟火气的节庆盛宴。

非遗创新演绎百年技艺新活力

“以前只知道王哥庄大馒头个头大，没想到还能做成这么精美的艺术品！”在“山海盛景·献礼祖国”面塑作品展前，市民和游客纷纷举起手机拍摄，不时发出赞叹。这幅由多位非遗传承人历时1个月共同创作的大型面塑作品，以王哥庄地理文脉为基底，以崂山环海公路为视觉纽带，串联“山海启幕、四时风物、福寿绵长、祖国献礼”四大篇章，既展现了当地自然奇观与人文风貌，也传递出丰收时节的家国情怀。

这样的创新表达，正是王哥庄非遗传承的“破题关键”。过去，提及非遗保护，更多是“放进橱窗”的静态留存，而



市民和游客观赏王哥庄大馒头面塑。

王哥庄大馒头制作技艺却走出了一条“活用”之路，走进大众生活，成为文化“两创”的鲜活载体。开幕式上，嘉宾为省级非遗项目王哥庄大馒头制作技艺、区级代表性传承人及区级非遗工坊授牌，“这不仅是对过往工作的认可，更是推动技艺走向全国的新起点。”王哥庄大馒头协会会长刘竹莲表示，协会下一步将全力推进国家级非遗项目申报，让王哥庄大馒头成为全国知名的文化IP，让这份“山海风味”香飘大江南北。

大馒头节首演的沉浸式情景剧《馒头香飘山海间》，将“老面发酵”“花样馒头制作”等非遗技艺与中秋、国庆元素融入剧情，还原了“大馒头起锅仪式”等

民俗场景，未来将作为常驻剧目走进更多节庆活动；花样馒头产品模特秀通过“月满中秋”“蒸情蒸意”等主题展示，让观众沉浸式感受非遗美食魅力；针对青少年推出“非遗传承人计划”，非遗传承人亲手授课，学员结业后可获“小小传承人”证书。

“馒头+”生态激活产业新动能

节庆的核心价值不仅在于文化展示，更在于为产业发展搭建桥梁。本届大馒头节以“馒头”为核心IP，立足“馒头+”产业生态，打破单一产品的局限，推动产业链延伸与资源整合，让小馒头

撑起大产业。

开幕式现场，王哥庄大馒头协会与青岛市农贸市场协会等14家单位达成战略合作，涵盖原料供应、销售渠道、人才培养等多个领域，为大馒头产业发展搭建起多元合作网络。

业态融合绘就乡村振兴新图景

乡村振兴的关键在于实现“一业兴、多业旺”的融合格局。这项传承五百余年的省级非物质文化遗产，已聚集相关企业及户170余家，年产量达到3000万斤，直接带动就业近千人，带动产业链就业5000余人，预计实现年产值1.6亿元，实现了从“舌尖美味”到“亿元产业”的华丽蜕变，成为代表山东传统面食文化的一张亮丽的文化名片。

大馒头节期间，王哥庄街道将推出“栖山海一品慢香—寻海—探茶韵”主题旅游线，把馒头工坊体验、茶园观光、赶海拾趣、民宿住宿等特色元素紧密串联，同时融入海鲜鲙杠子头、馒头夹酱、沫合虾等本地特色美食。游客不仅能亲手参与馒头制作，还能走进茶园体验采茶乐趣，到海边沉浸式享受赶海拾贝的野趣，傍晚入住民宿，在山海环绕中放松身心。还将举办西山情王哥庄跑山赛，将体育赛事与乡村风光结合，吸引运动爱好者参与。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛 首席记者 张译心 摄影报道



扫码看相关视频

双榜连登

青岛银行以品牌韧性与服务创新书写区域银行高质量答卷

在全球经济格局深刻变革、金融行业竞争日益激烈的当下，青岛银行以其独特的发展路径和突出的品牌建设成果，成为中国区域性银行发展的典范。今年6月，在第22届世界品牌大会上，青岛银行以362.36亿元的品牌价值连续九年跻身“中国500最具价值品牌”榜单；9月24日，在“2025年亚洲品牌500强榜单”中，青岛银行排名攀升至第408位，较2024年上升7位。青岛银行用连续登榜的亮眼表现，印证了品牌的韧性发展。青岛银行正以稳健之姿，走出一条品牌价值与金融服务协同提升的高质量发展之路。



以稳健经营 锻造价值成长内核

品牌价值的提升，离不开稳健的经营业绩支撑。2025年上半年，青岛银行实现营业收入76.62亿元，同比增长7.5%；实现归母净利润30.65亿元，同比增长16.05%；截至6月末，不良贷款率1.12%，较上年末再降0.02个百分点；拨备覆盖率252.8%，较上年末提高11.48个百分点，风险抵补能力持续夯实。

青岛银行充分发挥城商行的属地化和集团化经营优势，持续构建科技金融、绿色金融和蓝色海洋金融等特色化优势，不仅展现出自身强大的经营韧性和发展潜力，也为行业穿越周期提供了信心及路径。

截至半年末，青岛银行科技金融贷款余额达312.25亿元，增幅达20.85%；科技金融客户群增幅为15.97%。作为海洋经济大省的重要金融力量，截至上半年末，青岛银行蓝色贷款余额较上年末增长24.44亿元，增幅14.56%。绿色金融方面，青岛银行通过建立重点项目储备库，创新产品，并制定综合服务方案，持续深化绿色金融服务体系。截至上半年末，绿色贷款余额较上年末增长142.60亿元，增幅38.18%，超过全行贷款平均增速。稳健的经营与特色化金融服务，为其品牌价值提升奠定了坚实基础。

在金融业竞争步入价值重构时代的背景下，青岛银行以实际行动诠释了“金融功能—品牌价值—社会认同”的正向循环路径，为中国乃至亚洲区域银行的发展提供了可资借鉴的范式。未来，青岛银行将继续深耕细作，以更卓越的品牌实力和更优质的金融服务，为地方经济发展和社会共同价值创造贡献更多力量。

以跨界融合 激荡品牌时代热血

为保持品牌鲜活生命力，青岛银行积极探索创新之路，开创了金融与体育融合的新范式。该行与山东泰山、青岛海牛、青岛西海岸三家中超俱乐部达成合作，通过牵手球童、定制足球课等活动，将金融服务与亲子成长记忆相结合。更具意义的是，“山海相望·青银圆梦”足球冬

令营活动，将体育精神延伸至边疆儿童关怀，彰显了社会温度。

这种跨界合作，不仅强化了青岛银行的品牌曝光，更构建起社会情感联结，让品牌从单纯的商业符号转变为承载情感与责任的载体，为品牌注入了时代热血，使其在市场竞争中脱颖而出。

以艺术赋能 为品牌注入新活力

青岛银行深知，品牌建设需有深度与内涵。因此，其积极与艺术世界链接，以艺术赋能金融场域。2025年初，《美好·重逢》数字艺术特展在青岛银行总行启幕，银行大厅化身美学空间，让客户在办理业务的同时，享受艺术的熏陶。

“艺启童行”亲子艺术公益活动，吸引众多家庭参与，将金融教育融入艺术创作。通过“艺术+公益+金融”的模式，青岛银行打破了金融与艺术的界限，将品牌从功能提供者转变为情感联结者，为品牌注入了独特的艺术活力，提升了品牌的人文价值和社会认可度。

