

无人售货员、安防卫士、才艺担当……

机器人矩阵亮相金沙滩啤酒城

本报7月30日讯 在第36届青岛国际啤酒节西海岸金沙滩啤酒城，国家级专精特新“小巨人”企业文达通股份携零售、安防巡逻、人形表演三大系列机器人产品重磅登场，将前沿AI科技融入夏日狂欢，为市民游客带来吃喝、安防、演艺一站式智能新体验，解锁啤酒节潮玩新打开方式！

零售服务机器人成为啤酒节专属“无人售货员”。逛啤酒节不想排队？交给零售机器人！此次，文达通股份与商汤烧卖购零售团队强强联手，专为节庆商圈、园区、活动场景打造的智能零售机器人，是本届啤酒节最受欢迎的服务搭档。

该消费场景可实现一键打鲜啤，机器人自动出酒，冰爽啤酒随点随取，免去大篷排队等候烦恼。机器人可精准拾取玻璃瓶啤酒、雪糕、薯片、零食等不同材质、不同形态商品，下单后自动配送至游客面前。游客直接开口语音点单、闲聊对话，无需手动操作，老人小孩轻松上手，实现啤酒、小吃无人自助售卖，大幅缓解高峰客流服务压力，把便捷智能的消费体验带给每一位游客。

巡逻机器人成为园区全天候智能安防卫士。金沙滩啤酒城人流密集、室内外场地广阔，巡逻机器人同步驻守园区，以AI科技升级节庆安防管理。



零售服务机器人成为啤酒节专属“无人售货员”。

室内室外双场景通用，自主导航避障，可沿星光大道、啤酒大篷、广场、街区自主循环执勤。巡逻机器人集成高清视频实时回传、异常行为智能识别、环境监测、危险预警、远程广播喊话、突发情况远程处置等核心能力。人流高峰自动播报安全提示、夜间实时巡检隐患、发现异常第一时间推送后台管理人员，不间断值守，用智能化手段减轻人工巡逻压力，为整场啤酒节狂欢保驾护航。

人形表演机器人是全能才艺担当。啤酒节演艺舞台C位非它莫属！人形表演机器人自带超强才艺加持，一登场便吸引全年龄段游客围观点赞，成为亲子打卡、拍照出圈顶流。机器人跟随热门音乐卡点律动，肢体流畅协调，节奏感拉满，互动氛围感十足。搭配灯光音效打造科技演艺秀，小朋友争相合影，游客短视频刷屏传播，为啤酒节增添独一无二的科技趣味。



巡逻机器人成为园区全天候智能安防卫士。

本次亮相第36届青岛国际啤酒节西海岸会场，是企业将自研智能装备落地城市文旅场景的重要实践，用看得见、摸得着的科技，向市民与全国游客展示青岛西海岸新区人工智能产业创新成果。未来，文达通股份将持续深耕场景化智能解决方案，让更多智能机器人走进商圈、园区、社区、文旅景区，以本土智造赋能城市数字化升级。（青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 陈小川）



青岛老城会场(上街里)人头攒动。

本报7月30日讯 暮色漫过中山路红瓦檐角，海风裹挟麦芽清香穿梭里院回廊。作为第36届青岛国际啤酒节会场之一，青岛老城会场(上街里)立足百

当百年老城遇上百年青啤

老城会场“双百”文脉酿醇香

年啤酒产业、百年老城街区双百年独特底蕴，深挖城市文化根脉，融合百年青啤、百年光影、百年风华、百年好合、百年老字号“五个百年”文化内涵，串联啤酒产业发展史与老城街巷变迁史，以沉浸式叙事活化啤酒与老城街巷共生共长的城市记忆，让市民游客在举杯闲谈间触摸青岛百年文脉。

青岛老城是城市发展的源头，承载着百年商埠的繁华记忆，而青岛啤酒是享誉世界的城市名片，两大百年IP共生共长、深度交融，沉淀出独一无二的城市文化内涵。本届啤酒节青岛老城会场(上街里)打破传统节庆单一狂欢模式，摒弃封闭式办节思维，以全域开放式街巷为舞台，串联栈桥、海誓山盟广场、劈柴院、三江里等空间，围绕“五个百年”文

化内涵，用展览、戏剧、市集、实景演绎构建沉浸式叙事。街巷为幕、全城沉浸的无边界节庆体验中，游客穿行老街之中，既能打卡新潮文旅业态、畅享啤酒美食盛宴，也能品读百年建筑故事、追溯城市发展根源，实现可逛、可品、可玩、可忆的全新文旅体验。行走街巷，处处是可触摸的历史细节。水龙池子广场将基层文化快闪、青春开放麦等演艺活动融入，让历史街巷充满青春动感；三江里推出社区电影节观影活动，湖南路举办“艺起上街里”主题美术书法摄影展，曲阜路甜蜜经济街区打造浪漫婚恋市集，深挖文化内涵，唤醒城市情怀；还有“游老城·话文脉”主题研学、老字号嘉年华、街头乐队演出等活动，全方位盘活老城文化资源。

青岛老城会场(上街里)同步推出的

9.9元边走边喝畅饮计划，降低体验门槛，让市民游客能漫步老街、浅酌鲜啤，读懂老街老城与啤酒相伴生长的岁月悠长。“小时候整条街到处是打啤酒的铺子，如今老里院修旧如旧，啤酒节把老青岛的烟火气找回来了。现在年轻人愿意来老街喝酒打卡，老底子的城市记忆有人传承，我心里特别欣慰。”一位老城居民的话，道出了老城会场的与众不同。本地老居民拎着塑料袋打鲜啤，年轻游客举着精酿打卡拍照，新旧人群同框，勾勒出鲜活的老城烟火画卷。节庆是载体，文化是灵魂。今年青岛老城会场(上街里)坚持以文塑节、以节兴城，让百年文化底蕴成为啤酒节最动人的底色。

(青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 张琰 实习生 季逸霏 通讯员 尹文丽)

情绪经济+微醺场景

啤酒节崂山会场“乐园化”下的年轻消费新逻辑

第36届青岛国际啤酒节崂山会场自7月17日启幕以来，已累计接待游客超30万人次，销售啤酒约4.6万升，餐饮、文创等多元消费同步走高。这组数字背后，折射出青岛国际啤酒节崂山会场办节理念的一次升级——今年以“啤酒节乐园化”为全新探索方向，在经典的“啤酒+美食+演出”模式基础上，融入了更多元的情绪体验和微醺场景。

当情绪价值成为“新通货”，当微醺取代酣醉成为年轻人的饮酒理念，啤酒节崂山会场的一系列创新，恰好精准踩中了这波浪潮的节拍。

距离南大门不远的青岛啤酒情绪发酵厂，是今年崂山会场颇具辨识度的创新场景。这个由传统“啤酒大篷”升级而来的互动空间，首创国内“微醺+社交+情绪疗愈”模式。投篮、保龄球、啤酒小

游戏等十余种解压互动游戏让游客在趣味竞技中酣畅淋漓地释放情绪。

这里还引入了“酒量基因DNA”检测技术。1分钟口腔采样，3分钟完成样本提取，20分钟内系统便根据体内酒精代谢相关基因的特质生成专属“酒量星级”报告。当喝酒从“拼酒量”变成“测基因”，从社交压力变成科学趣味，啤酒节正在完成一场从“酒桌文化”到“微醺文化”的范式转移。

如果说情绪发酵厂瞄准的是成年人的解压需求，那么Luluworld萌宠乐园则补上了亲子家庭和宠物爱好者的情绪缺口。今年Luluworld萌宠乐园集结了卡皮巴拉(水豚)、羊驼、设特兰矮马、侏儒兔、荷兰猪等多种网红萌宠。不少带着孩子逛啤酒节的家庭，从北门一进入便被萌宠乐园吸引。



第36届青岛国际啤酒节崂山会场年轻人热情洋溢。

与萌宠的软萌治愈形成鲜明对比的，是硬核科技带来的新奇体验。南广场的“太空舱”机器人超市里，银河通用G1具身智能机器人灵活转动机械臂，主动向游客问好、推荐商品、取酒递送。这款“马年春晚同款”机器人具备对话、握手、舞蹈等多重交互功能。“在啤酒节上看到机器人售货员，能近距离互动，孩子玩得特别开心。”一位带着孩子的游

客表示。

从萌宠的软萌治愈到机器人的硬核新奇，啤酒节正在成为全龄段情绪的“连接器”——年轻人在这里释放压力，亲子家庭在这里收获陪伴，科技爱好者在这里感受未来。这与情绪经济的多元需求图谱高度一致：疗愈、陪伴、悦己、社交，四大需求正在重塑消费格局。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 陈小川