



“啤酒+”：一杯啤酒，无限可能

演艺、科技、美食、体育多元场景跨界相融，金沙滩啤酒城用“啤酒+”打开节庆想象力

入夜的金沙滩啤酒城，音乐裹着麦芽的香气在空气中流淌，啤酒大篷里干杯的脆响与一阵高过一阵的欢呼声交织碰撞。远处，舞台上的歌声与掌声传来，市集里海鲜烧烤油香四溢，烟火气升腾翻涌。为期30天的第36届青岛国际啤酒节西海岸会场，每一天都上演着这样的场景。今年的啤酒节，“喝酒”之外，演艺、科技、美食、体育等元素被一一装进这只巨大的“啤酒杯”里，一个走过36年的传统节庆，正在用年轻的方式打开自己，与八方宾客干杯。

啤酒+演艺： 从“喝一杯”到“唱一晚”

7月18日晚上，金沙滩啤酒城中心舞台座无虚席。来自武汉的歌手杨搏站上舞台，《十万毫升泪水》的前奏响起，数千名观众举起手机闪光灯，声浪从内场蔓延至看台。这是“致敬经典”演唱会的现场。25场演出、39元看台票、49元内场票——这组数字的背后，是把演唱会门槛降到“买杯啤酒就能听”。歌单横跨几代人，从《后来》《吻别》到《海阔天空》《最炫民族风》，60后与00后在同一片夜空下找到各自的曲风。

本届“致敬经典”演唱会由海信地产冠名，将演唱会融入啤酒节场景，既丰富了市民游客的夜间文化消费选择，也让品牌以更柔软的方式触达消费群体。从商业赞助到内容共创，企业参与节庆的方式正在发生变化。

凤凰之声大剧院里，另一场演出同样火爆。刘老根大舞台首次入驻啤酒节，刘小光、周云鹏等赵家班演员，每晚呈现不同的压轴阵容。周云鹏一上台就调侃观众：“外面这么多免费的好玩的大家不去，来刘老根大舞台花钱看戏啊？”全场哄堂大笑。这句自嘲式的开场，打开了快乐另一个维度，一场高质量的捧腹大笑，值得掏钱。

当“尼古拉斯·赵四”刘小光迈出标志性的顺拐舞步，台下爆发出海浪般的欢呼。《炸雷》《玉芬》等网络神曲旋律响起，那些刻进国民记忆的角色与旋律，在此刻变成千人的集体共鸣。台下观众跟着节奏拍手呐喊，热情附和，这是属于二人转的独特魅力，也是喜剧与啤酒相遇后产生的化学反应。

“下午逛啤酒城、傍晚看二人转”的动线设计，把剧院消费自然嵌入啤酒节行程。传统曲艺与滨海烟火气的碰撞，让刘老根大舞台触达了原本不会主动买票的年轻游客，也让啤酒节多了“合家欢”的内容选项。

啤酒+科技： 从烟火气到未来感

如果说演艺是啤酒节“软件”的升级，那科技则是对“硬件”的重构。“未来啤酒工厂”大篷，内部没有推杯换盏的热闹，却有MR数字交互、机器狗竞速、机器人拳击赛轮番上演。钢琴机器人弹奏乐章，人形机器人与游客对话——这里卖的不是啤酒，是好奇心。

几步之遥的“哈酒鸭的酒仓”，机器人化身专属打酒师。扫码下单、机械臂精准斟满一杯鲜啤，科技感与仪式感同时拉满。一位年轻游客举着手机自拍：“让机器人给我打杯酒，这画面发朋友圈太有意思了。”

青岛啤酒1903大篷外，自助打酒所将品酒变成趣味博弈。各款鲜啤配备专属代码，大屏实时更新酒品行情，看准时



▲ GLX全球街舞联赛青岛站把潮流文化注入节庆场景。

► “致敬经典”演唱会。西海岸新区供图



机一键“抄底”，把买酒这件事做成了“啤酒界的巴菲特”。这种游戏化的消费方式，让“买酒”本身成为体验的一部分。

夜幕降临时，1500架无人机腾空而起，海洋、啤酒、科技元素在夜幕中幻化成形；海上焰火与海面倒影交相辉映，裸眼3D巨幕上啤酒泡沫破屏而出。这些壮美景观，构成了啤酒节独特的视觉记忆点。

今年啤酒城还上新300余套太阳能智能伞铺满啤酒城全域，这是科技服务终端——手机轻触即可解锁免费充电、打卡领文创、AI智能柜购物。科技在此不是炫技，而是润物无声地提升着游园的便捷与新鲜感。美的空调“清凉能量站”用巨型空调装和温感啤酒墙互动，让“制冷快、覆盖广”的产品力变成可感知的体感游戏。诸葛灵犀机器人每日三场主题展演，前沿科技从实验室走进节庆现场，变得可参与、可触摸。

啤酒+美食： 从下酒菜到味觉目的地

来青岛怎能不吃海鲜？“金沙海宴”大篷依托自有海洋牧场和百余条专业捕捞渔船，海鲜从海洋到餐桌全程冷链直供，开放式透明厨房现捞现做，批发价直销、明码标价。“从渔船到餐桌”的直供模式，让“来啤酒节吃海鲜”成为独立于喝酒之外的消费动机。游客可自主挑选鲜活海鲜，以实惠的批发价格直接购买并现场加工，烹饪方式涵盖多种口味，从清蒸、白灼到香辣、蒜蓉，满足不同地域游客的饮食习惯。

凤凰里美食街区沙滩市集集结200余摊位、300余种美食，升腾起另一番人间烟火。鲜活海鲜、川渝小吃、特色卤

味、网红饮品一站式覆盖。琴岛鱼小鲜鱼王争霸赛更把“吃”变成竞技——2斤三文鱼刺身限时比拼，冠军斩获888元现金。比赛开始前，资深切鱼师傅现场上演开鱼秀，整条深海三文鱼在刀锋下利落分割，油脂纹理通过大屏特写一览无余，瞬间点燃全场。

如果说美食是啤酒节的烟火底色，那来自全球的精酿，就是当之无愧的味觉主角。9座啤酒大篷汇集2300余款来自全球各地的啤酒。金花奖精酿大赛征集海内外430个品牌、2342款酒品同台角逐。超级“PENG”酒墙配备300个专业酒头，标注品牌与酒精度数，精酿爱好者可以像逛酒展一样逐一品鉴。精酿文化的引入让啤酒节不只是“大口畅饮”的狂欢，更成为品质消费和圈层社交的场域。

全民欢乐国潮不能少。西海岸新区中医医院将药食同源美食、免费脉诊、八段锦教学搬进啤酒城，生姜冰淇淋等轻食养生单品走红。游客举着啤酒杯去体验推拿，逛完大篷来一杯养生茶，“一边熬夜一边养生”的朋克养生潮流，在啤酒节找到了落地场景。除了生姜冰淇淋，海青茶冰淇淋、啤酒味冰淇淋等跨界冰品也成了年轻人的“打卡必点”，茶香混着奶香，白啤款吞下一口体验麦芽的回甘。

啤酒+体育： 从万人共舞到酒王争霸

7月25日晚，金沙滩啤酒城星光大道变成了一片舞池。全网话题热度突破50亿的恰恰裁判舞引爆了“万人恰恰·干杯一夏”主题狂欢活动。

世界体育舞蹈联合会国际级裁判胡耀领衔裁判天团，全程复刻出圈正装造

型，以专业舞姿领衔示范。“条纹姐”沈洁、“丝巾姐”雯雯等网络红人悉数到场，入园游客及本地市民踊跃参与，学习简化舞步跟跳互动，星光大道上形成万人共舞恰恰的壮观场景。

“我们策划这个活动，是把大众潮流舞蹈与啤酒节的狂欢氛围相结合。”全域互动表演负责人、时空文化集团副总裁毕蓉说，“用轻快的舞蹈传递健康向上的生活理念，让参节的各地游客和市民沉浸式体验啤酒节独有的夏日活力。”

体育元素的融入不止于舞蹈。本届啤酒节期间，第七届青岛时尚体育节同期举办，11项赛事涵盖气排球、羽毛球、搏击、斗腕、跳绳、篮球等多个品类。2026年中国气排球公开赛在啤酒城举办，130余名运动员在金沙滩的夏夜晚风里展开角逐。“斗汽”三人篮球赛，成人男子3V3公开组强强对决。斗腕公开赛集结375名全国顶尖选手，决赛从单挑升级为四强车轮鏖战。GLX全球街舞联赛青岛站则把潮流文化注入节庆场景，齐舞编排与即兴Battle轮番炸场，青春与热爱在舞台上尽情绽放。

专业赛事之外，喝酒的“竞技”最具群众基础。“旋一个”吹瓶速饮、“哈起来”扎啤速饮、“白养鱼”吸管限时比拼——三个项目简单直接，却精准戳中了年轻人的好胜心。一位北京游客来啤酒节游玩，随手参加了一场日赛，“随口一喝”就拿下第一名，离开青岛后又专程买票赶回来参加周赛。赛场上有胜负欲，更有温情。网红选手江津三妹，把自己赢得的奖金全部捐给了贫困儿童。她说，啤酒节给了她展示自己的舞台，她想把这份幸运传递下去。

跨界背后： 一杯啤酒打开广阔空间

“今年最大的感受是，能玩的东西多了，待的时间长了。”从北京来的游客张先生说。他原本只打算在啤酒城逛两三个小时，结果从下午一直待到晚上10点，“听了演唱会，看了无人机，还去机器人那边打了个卡，感觉还没逛够。”

张先生的经历并非个例。延长游客驻留时间，正是跨界融合最直接的效应。当啤酒城不再只有推杯换盏，而是可以听演唱会、看舞剧、玩电竞、观赛事、逛市集、体验科技，游客的停留时长便从“小时”延展为“半天”乃至“全天”。停留得越久，餐饮、零售、住宿等消费链条上的每一环都被顺势带动，形成可观的乘数效应。

国际啤酒节联盟合作机制2026青岛会议也在啤酒节期间举行。来自加拿大、比利时、韩国、泰国等国家和地区的代表围坐一堂，共议“节庆如何赋能产业”。会议传递出一个清晰信号：啤酒节正从“城市文旅名片”向“区域经济增长极”转型。

数据是最有力的注脚。2025年第35届青岛国际啤酒节期间，西海岸新区累计接待游客超697万人次，带动新区实现旅游业收入77亿元。今年，业态更丰富、体验更多元，消费拉动的想象空间正在被进一步打开。

数字之上是质的变化。当一场节庆能够同时承载文化表达、科技交互、体育竞技和产业对话，它便不仅是一年一度的狂欢，而成为城市综合实力的集中展示。青岛国际啤酒节36载，如今杯中酒更醇，举杯的方式也愈发动人。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 陈小川