

园霏初步同行展示非遗魅力，智能垃圾回收机倡导低碳生活，青岛海底世界将展缸搬进啤酒城，“青啤派送员”把新鲜佳酿送到身边……

游玩新场景带来嗨啤新体验

□文/图 本报记者 龚鹏

创新，一直是青岛国际啤酒节的办节理念之一。老节目玩出新花样，老味道打造新惊喜，青岛国际啤酒节始终用“传承+创新”的方式，让多年的经典IP持续释放出“夏日顶流”新效应。

园霏初步同行引入鸟虫篆等非物质文化遗产项目，深得市民游客喜爱；“爱回收·爱分类”设置智能垃圾回收机，通过回收返现的方式提升游客垃圾分类积极性；青岛海底世界将展缸“打包”搬到啤酒节现场，让市民游客在品尝美酒的同时，也能领略到奇妙的海洋世界；“青啤派送员”每晚8时至10时在啤酒城内来回穿梭，让游客想喝就喝……青岛国际啤酒节期间，一连串新奇场景在金沙灘啤酒城不断涌现，为市民游客带来了一场“新”味十足的狂欢盛宴。

展示非遗文化 打造手造盛宴

位于金沙灘啤酒城内的园霏初步同行，是人民日报社与青岛出版集团联合推出的全国首个“人民文化遗产守护工程-非遗空间传播项目”的落地载体。园霏初步同行锚定“健康+文化”文旅新赛道，以“借势节事流量、绑定顶级资源、深耕长效运营”为发展思路。

“本届啤酒节，我们推出‘福文化文体竞赛’活动，吸引市民游客参与体验，形成‘体验+竞赛+传承’的闭环。”园霏初步同行负责人葛海友告诉记者，园霏初步同行引入了鸟虫篆等非物质文化遗产项目，深得市民游客喜爱。据葛海友介绍，园霏初步同行以福文化为纽带，对山东各地非遗资源进行整体性串联，构建层次分明、协同联动的非遗矩阵。“此举旨在推进非物质文化遗产的活态传承，让非遗在新时代焕发新活力、绽放新光彩，推动手工艺产业创新与繁荣。”葛海友表示。

值得一提的是，在健康板块，园霏初步同行计划以植物基轻餐饮为切口，不论披萨、中式简餐还是咖啡，都主打低负担、高营养。“这只是起点，未来整个空间将常态化举办主题沙龙与专业培训，并借力相关资源持续推出健康生活方式课程与相关活动，最终把这里打造成一个开放、共享的健康生活平台。”葛海友介绍，本届啤酒节闭幕后，园霏初步同行将继续以文体竞赛为抓手，转向常态化运营。

手机扫一扫 废品“码”上变现

离开园霏初步同行后，记者来到了一个智能垃圾回收机前。“今年，我们‘爱回收·爱分类’首次加入青岛国际啤酒节，旨在解决啤酒节期间产生的可回收物即时回收问题，提升资源循环利用效率，为打造‘无废啤酒节’提供智慧化解决方案。”“爱回收·爱分类”城市经理王宪忠告诉记者，通过向投递者返还相应现金奖励的方式，提高公众参与垃圾分类的积极性。

“市民游客只需用手机扫码后，按照操作步骤将废弃的饮料瓶、易拉罐



▲园霏初步同行引入鸟虫篆等非物质文化遗产项目。



▲智能垃圾回收机让废品“码”上变现。



▲青岛海底世界将展缸搬到金沙灘啤酒城。



▲“青啤派送员”为游客打酒。

等可回收物投入智能回收机，设备自动识别、计数后，便会向投递者返还相应现金奖励。”王宪忠说，回收机每天会收到大量矿泉水瓶、易拉罐、塑料杯等垃圾，市民游客的参与度远超预期，屏幕上的“参与数字”也随之攀升。“另外，我们也准备了部分小礼品，只要参与投递的市民游客，都有机会获得。”王宪忠说。

青岛海底世界 “空降”金沙灘

随后，记者来到青岛海底世界展区，看到一个个小水母像一把把小伞一样立在水中，黑斑条尾缸贴着亚克力板缓缓游过，一条条小型鲨鱼列队巡游。青岛海底世界将展缸“打包”搬到啤酒节现场，让市民游客在品尝美酒的同时，也能领略到海洋世界的奇妙。

据青岛海底世界营销部品宣策划李岩介绍，为保证这些海洋生物健康，他和同事每天进场后第一件事就是测水质。据悉，青岛海底世界展区的每个展缸都配有独立循环水系统和紫外线杀菌灯，并有多名饲养员轮班值守，确保这些“暂住客”在啤酒城里吃好、住好。

据了解，这些展缸里共展出了10余个品种、近千只海洋生物。不少游客举着啤酒杯凑到缸前拍照，“干杯”声隔着玻璃和鱼群撞个正着。

另外，据李岩透露，移动展缸其实是青岛海底世界“盛夏狂欢季”的“前菜”。今年暑期，青岛海底世界夜场首次推出了极具震撼的“蓝眼泪瀑布”，白天则有“蛋仔派对”和“水下川剧变脸”轮番上演。“先在金沙灘啤酒城尝一口‘前菜’，再去青岛海底世界享一场视觉盛宴。”李岩说，“让啤酒泡沫和海洋浪花一起留在游客记忆里。”

“青啤派送员” 让你畅饮无忧

每晚8时，两名身着绿白橙三色衣服的“背包客”便准时出现在金沙灘啤酒城。他们每人背着一只绿色的保温背包，里面装着新鲜的啤酒，只要按动软管上的开关，酒液瞬间入杯，他们就是今年被官方正式命名的“青啤派送员”。

“每天晚上8点到10点，我们会在青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园和啤酒交易所之间巡回，随时随地为游客打酒，让游客想喝就喝，游客也可亲自打酒。”一位“青啤派送员”说，“背包里的这款全麦拉格酒精度略高，小麦香气浓，目前只在啤酒花园和啤酒交易所售卖。”

“目前来看，百香果味的果啤和原浆鲜啤最受顾客欢迎。”青啤1903大蓬运营经理杨琪萌说，不少游客还把“青啤派送员”当成啤酒城内的打卡点，与他们合照后发朋友圈。“太潮了！像把酒吧背在身上。”来自济南的游客林潇说。“在朋友圈发完与‘青啤派送员’的合照后，不到十分钟就有五六个同学问我在哪儿，说也要来打卡，今晚我就先让他们隔着屏幕闻闻麦香。”一旁的上海游客王磊说。