

以智慧机场、综合管廊、海绵机场等先进理念和实践，为国内民航业发展贡献青岛样板

# 数读胶东机场：“4F”的“高大上”

□青岛日报/观海新闻记者 周建亮

## 关键词 等级

·**4F级**：机场等级专业术语叫“飞行区等级”。飞行区等级用数字+字母来表示，第一部分是数字，表示跑道长度，“4”表示1800米以上；第二部分是字母，表示能起飞和降落的飞机的翼展

和轮距，从A到F，越往后越大。流亭机场属于4E级机场。4F级机场是目前世界民航运输最高等级，可起降空客A380、波音747等民航运输最大机型。胶东机场是山东省内首座4F级机场。

## 关键词 机位

·**184个**：胶东机场一期工程占地16.25平方公里，总投资360.39亿元；建设2条平行远距跑道，长度均为3600

米，间距2184米；航站楼(T1)面积47.8万平方米，机位总数184个(近机位76个)，为目前国内同体量机场最多。

## 关键词 乘机流程

·**263台**：作为中国民航首批18个“智慧型机场”示范项目之一，胶东机场在建设前期引入信息化规划，以新技术、新理念为驱动，以打造最佳体验机场为智慧机场建设目标，充分运用先进成熟的大数据、云计算、物联网和移动互联网等先进技术，着力打造智慧生产、

智慧安全、智慧管理、智慧服务和智慧交通等五大特色。胶东机场共建设有263台自助设备，应用于自助值机、自助行李托运、自助预安检、自助安检验证、自助登机全流程自助出港流程中，利用证件识别、人脸识别等技术实现全流程自助与刷脸出行。

## 关键词 交通

·**1小时**：作为国家发改委综合交通枢纽重大建设示范工程，胶东机场规划建设了结构合理、衔接顺畅、方便快捷的立体零换乘的综合交通中心(GTC)，最大特色在于与高铁、地铁机场站结合建设，实现了航空、轨道、高铁等交通方式的零换乘，形成空陆一体的“全通型”综合交通枢纽，以胶东机场为中心，“1小时内连通青岛”“1.5小时通达全省”“2小时通达苏北、豫东和皖北地区”。

·**3650个**：胶东机场GTC位于航

站楼正南侧，包括停车楼和交通换乘中心两大部分，提供包括私家车、地铁、高铁、巡游出租车、网约车、长途汽车、旅游大巴、公交车、共享汽车(租赁用车)等多种交通方式换乘功能。GTC与航站楼贯通，分地上两层、地下两层及屋顶层，与地铁、高铁无缝衔接，旅客可自航站楼L2层连廊和B1层连廊步行进出GTC。GTC分为停车楼和换乘中心两部分。停车楼设有小型车位、商务车位、无障碍车位、大巴车位、充电车位等3650个。

## 关键词 商贸

·**300个**：在航站楼、GTC内规划4.4万平方米商业面积，占总面积的9.2%(传统设计6%-8%)，同城同质同价将是胶东机场的突出特色。航站楼规划各类商铺约300个，目前已完成约200个。以品牌化、国际化、特色化和本土化为主导，首次招商引入了BOSS、Emporio Armani等国际一二线奢侈品牌；引

入了海尔、海信、青岛啤酒、澳柯玛、崂山旅游等城市名片；引入了星巴克高端臻选店、米其林餐厅正斗粥面专家、打造胶东机场“网红店”“打卡点”“人气美食”；引入了美颐美鲍汁排骨、卡乐星火烤汉堡等知名美食品牌20个，打造4处“美食街”。在实现全线商品价格品质对标市内商圈的餐饮店将悬挂“三同”标识牌。

星连世界，为梦启航。青岛胶东国际机场已经转场接近半个月。转场以来，航班起降架次和旅客吞吐量稳步增长，目前日均起降飞机近300架，客流2万余人次。

胶东机场建设过程中贯彻“平安、绿色、智慧、人文”理念，通过全过程、全要素、全方位优化，实现安全运行保障有力、生产管理精细智能、旅客出行便捷高效、环境生态绿色和谐，努力打造行业标杆。2019年，中国民航局公布了首批“四型机场”示范项目，胶东机场位列其中，成为中国民航首批未来机场标杆示范项目。智慧机场、综合管廊、海绵机场等先进理念和实践，为国内民航业发展贡献了青岛样板。

“新机场彰显了国际大都市气质”“智能化的设施设备真先进”“综合交通换乘体系很便捷”……通航以来，这座现代化的4F级国际机场给旅客带来了全新体验。新机场都有哪些功能？未来发展能级如何？记者选取了一组有代表性的数字，为您一一解读。



■新机场人头攒动。刘栋 摄



■图为8月23日早高峰期间拍摄的地铁8号线列车内景。周建亮 摄

■机场内设置电子导览屏，可便捷查看各类商店店铺。刘栋 摄



■新机场日均起降飞机近300架。刘栋 摄

# 一杯啤酒，搞活一座城

经过31年发展，青岛国际啤酒节已成为亚洲最大啤酒盛会，成为驱动区域经济发展、展示城市形象的极佳载体

□青岛日报/观海新闻记者 李德银 通讯员 毕海虹

## 从单纯喝酒到各得其乐，啤酒节不断蝶变升级

青岛国际啤酒节与西海岸新区的缘分始于2015年。从那时起，金沙滩啤酒城见证了无数激情狂欢的时刻，也给这座城市的夜经济注入强劲动力。

18天的全城欢动，花灯灯汇如梦如幻，啤酒美食香飘四溢，文化演出精彩纷呈，时尚体育热血沸腾，文化创意层出不穷，为市民游客奉上了一场视觉、味觉、听觉绝佳的“饕餮盛宴”，也让第31届青岛国际啤酒节成功“破圈”，极大提升了西海岸新区乃至青岛的国际影响力。

“最早的啤酒节感觉还是以喝酒为主，现在的啤酒节增加了很多文化体育节目，啤酒文化更加鲜明，啤酒节的档次明显提升。”参加过25届啤酒节的市民周先生见证了青岛国际啤酒节的拔节生长。

今年啤酒节期间，除了“哈酒吃肉”，啤酒文化得到了提炼升华，啤酒节的内涵更为丰富。24组造型花艺组合、47组自贡彩灯灯组 and 10组艺术灯光互动装置，呈现出辉煌图景。

除了游花海赏彩灯，金沙滩啤酒城还安排了678场文艺演出和1463场次体育竟演活动，吸引了大量市民游客参与互动。在这里，游客还可以欣赏到中心舞台的盘尼西林等知名乐队的现场演出，“空中舞台”上演的萨克斯秀、桑巴等国际化表演，凤凰之声大剧院的王者荣耀交响音乐会、儿童剧等精彩演出，以及激情四射的青岛斗腕公开赛等9大项全国性、全省性体育赛事活动。

这届啤酒节，消费业态十分丰富，游客到这里，不仅可以享受到美酒美食，还能体验各种游乐项目，欣赏比赛、表演，参观展会展览，无论男女老幼，无论喝酒与否，都可各得其乐。

## 品牌价值368亿元，影响力达到全新高度

觥筹交错之间，青岛小哥周斌总会有些恍惚，仿佛回到了30年前在太平路观看花车巡游的那个上午。1991年6月23日9时许，几十辆花车组成的车队从湛山宾馆出发，敲锣打鼓一路巡游，穿过位于中山公园的啤酒节举办地，拉开了第一届青岛国际啤酒节的序幕。第一届青岛国际啤酒节，吸引来自全国各地的36个啤酒生产厂商携酒进城参展，日本、美国、加拿大、德国、新加坡等国家和地区的啤酒厂或代理商参加了展销



■第31届青岛国际啤酒节开幕式现场。

和交流，30多万游客涌进啤酒城参加饮酒和娱乐活动。

当年，骑在父亲脖子上的周斌虽然并未品尝啤酒，但却感受到了这个节日的盛况，以后的每一届啤酒节，只要有空他总会参加。“啤酒节对我来说，已经成为一种情结，一种流淌于血液中的情怀。”

啤酒节留给周斌的是记忆，是情怀，留给这座城的是活力、影响力。今年啤酒节开幕式现场，中国会展经济研究会会长袁再青向啤酒节执行单位青岛黄岛发展集团董事长刘书武颁发了一张青岛国际啤酒节品牌价值证书——青岛国际啤酒节品牌价值达368亿元。这彰显了青岛国际啤酒节作为中国十大节庆活动之一和世界四大啤酒节之一的含金量，开创了节庆品牌价值评估的先河。这是青岛国际啤酒节第一次由国内权威机构进行品牌价值评估，对进一步提升行业标准化，推动节庆经济高质量发展有重要意义。

让刘书武更看重的，是这一纸证书对提升啤酒节品牌及啤酒节推广能力的重大价值。以此为起点，啤酒节的商业化、证券化探索都值得期待。

本届啤酒节，啤酒文化的魅力也不断被激发。其中，第二届啤酒文化创意设计周通过链接国内优质文创设计资源，面向国内外高校征集了2124件创意设计作品，20余位国内知名设计师开展了设计学术交流。“华彩啤酒节·干杯西海岸”摄影节累计收集了3000余幅参赛作品。来自7省10地市的百余名摄影家聚焦啤酒城，用光影记录下了啤酒节的精彩瞬间。

## 汇聚全球目光，国际化程度持续提升

作为中国十大节庆活动之一，青岛国际啤酒节精彩的节日内容、丰富的美食美酒得到海内外游客的广泛赞誉。本届青岛国际啤酒节汇集了40多个国家和地区的1600余款品牌啤酒、千余种美食小吃，举办了国际啤酒节联盟合作机制系列活动及成员国主题活动，让啤酒节的国际化程度持续提升，国际啤酒节的交流平台作用进一步凸显，参节商品更加突出国际化。

7月16日，有一群特殊的客人来到了开幕式的现场，他们是出席第二届跨国公司领导人青岛峰会的领导和嘉宾们。从峰会会场所在的中铁世界博览城的庄重严谨，到金沙滩啤酒城的如火如荼，他们感受到了西海岸新区的勃勃生机。全球跨国公司领导人云集，峰会与啤酒节两个国际展会品牌交相辉映，共同打造了开放、现代、活力、时尚的城市名片，让这座城市成为极富国际吸引力的“磁场”，吸引了更多跨国公司纷至沓来、牵手合作。

2019年，青岛国际啤酒节、慕尼黑十月节、丹佛啤酒节和多伦多啤酒节联合发起成立机制，开启了青岛国际啤酒节参与国际合作的新篇章。如今，这一机制的国际啤酒节联盟合作青岛会议已连续三年在金沙滩啤酒城举办。值得注意的是，今年，以啤酒节庆闻名的日本札幌和韩国大邱派出代表参加了国际啤酒节联盟合作2021青岛会议，并作了主题分享推介，标志着这个诞生于西海岸新区的合作机制“朋友圈”的进一步扩容。

7月19日，国际啤酒节联盟啤酒风情街区在金沙滩啤酒城内启动，举办了慕尼黑十月节主题

周、丹佛啤酒节主题周、多伦多啤酒节主题周等联盟成员国啤酒节主题活动，展示了各啤酒节所在国家、地区、城市的啤酒、美食、文化演出及特色产品，成员国相关企业开展了交流推介活动，推动了联盟合作机制从室内走向室外，从理念走向行动，从会议走向节庆。

啤酒节国际化之路动作频频，打法灵活，为西海岸新区塑造了国际消费打卡地的标签形象，擦靓了“啤酒之城”的国际城市名片。

## 以酒为媒，“啤酒+”之路蹄疾步稳

以酒为媒，以啤酒节为平台，西海岸新区还与其他城市、区域形成了更多商贸、旅游、文化、产业等方面的深度互动，释放出汇聚资源、交流合作的节会效应，促进了南北交流、东西协作。

其中，凭借啤酒节丰富多彩的节庆活动，西海岸新区旅游城市形象得到了进一步提升，旅游推介成效显著，啤酒节期间开通的陇南专列、上海专列以及“干杯西海岸”啤酒节旅游直通车，带来了千人旅行团、旅行社等大批游客。

备受关注的“逛啤酒节、游西海岸——同程旅行千人团”活动、“啤酒节+”特惠旅游联票主题营销活动等，是依托第31届青岛国际啤酒节，提升西海岸新区文旅业整合营销的全新尝试，消费拉动强劲有力。数据显示，第31届青岛国际啤酒节期间，新区住宿、餐饮火爆，酒店入住率再创新高，星级酒店和品牌酒店平均入住率较平日增长30个百分点，实现全区旅游业总收入达36.6亿元。

自青岛国际啤酒节落户西海岸，西海岸新区就开始用“时尚”重新定义“经典”，用创新来探索新的模式与空间。对于西海岸新区来说，青岛国际啤酒节不只是一场简单的“啤酒狂欢”，而是具有国际影响力的城市文化IP之一。在这个全民参与、共享欢乐的狂欢节之中，自然、人文、时尚等各种文化个性都被调动起来，构建出一个包含文化、艺术、旅游、消费等多个要素在内的新型消费场域，使各年龄层的消费群体在不同的场景中，都能找到共鸣。“七年磨一剑”，扎根西海岸的青岛国际啤酒节，“读懂”了当下大众和消费者对时尚、文旅、夜经济的新需求，走出了一条以金沙滩啤酒城为原点，以“啤酒+”多元链接的城市发展之路。

从“海上啤酒节”“智慧啤酒节”“音乐啤酒节”，到“上合啤酒节”“活力啤酒节”“时尚啤酒节”，再到今年的“华彩啤酒节”，青岛国际啤酒节这一品牌在传承与创新中不断发扬光大，品牌内涵日益丰富，美誉度不断彰显，国际影响力不断攀升，“啤酒之城”这张国际城市名片愈加熠熠生辉。

纵观全国的节会经济，无论是南方还是北国，无论是东部还是西部，虽然各地举办节会的热情持续高涨，但拥有持久生命力的节会却屈指可数。已经举办了31届的青岛国际啤酒节，无疑是其中的佼佼者。

今年7月16日至8月2日，第31届青岛国际啤酒节在金沙滩啤酒城成功举办。短短18天里，金沙滩啤酒城汇聚五湖四海游客207.06万人，畅饮啤酒1450吨，总曝光量达20.17亿次，让开放活力的西海岸新区再次刷屏，青岛再次站到全国城市的“C位”。

创办31年来，青岛国际啤酒节正从一个地方小型节会发展成为亚洲最大的啤酒盛会，成为驱动区域经济发展、展示城市形象的极佳载体。一杯啤酒，搞活了一座城。



■金沙滩啤酒城开城仪式。



■金沙滩啤酒城灯火璀璨。