

青岛今年即将迈入“千园之城”，“公园+”模式加快推进，功能不断重塑、活动贯穿全年，公园资源与市民生活深度融合——

# 场景多元体验升级，公园变身城市活力新场域

□青岛日报/观海新闻记者 刘栋



■太平山索道  
中国首个汉服活动已成功举办五届。  
刘栋 摄

■市民在浮山森林公园足球场上开展体育活动。刘栋 摄

今年，青岛即将迈入“千园之城”。  
在这座山海相拥的城市里，公园已不再是单纯的“城市绿肺”。当市民开始在草坪上练瑜伽，在公园里淘手作、在樱花树下看沉浸式表演，一场关于公园的价值重构正在悄然发生……

如何让公园资源与市民生活深度融合？如何让公共空间成为城市活力的孵化场？其实，无论是作为新兴的“微度假”场所，还是作为或文化或体育或时尚的活力场域，公园的功能都正在发生重塑，其功能的多元化也让人们的生活方式更加丰富，为青岛的城市吸引力提供有力支撑。



▲橙岛时尚体育公园成为家门口的“遛娃地”。  
刘栋 摄

►青岛女子樱花跑在太平山中央公园绿道开跑。

## 需求升级，从“我来过”到“我体验”

去年春天，“公园20分钟效应”忽然走红，一年过去，这一概念的拥趸者规模愈发庞大。晴朗的日子里去绿地“躺坪”“躺营”，已成为年轻人更具性价比的“微度假”选择。“躺坪”“躺营”是指在草坪上躺下休息，或在露营过程中放松身心，它们都强调在自然环境中放松自我，亲近自然，是现代年轻人喜爱的休闲生活方式。

眼下天气正合适，去没有天花板的地方看风景，让眼睛在绿意中“洗个澡”，放松一下紧绷的神经，这种休闲方式刚刚好。”市民马琳和小伙伴们“躺坪”“躺营”的足迹遍布崂山区、西海岸新区、城阳区、即墨区等多个区域，所到之处留下不少欢声笑语与美好回忆。

截至去年年底，青岛累计开放共享绿地442万平方米，为市民提供了更多亲近自然、享受生活的空间。从“物理空间”到“精神场域”，公园正逐渐成为一座城市对理想生活的生动回应，承载着人们对美好生活的向往与追求。

在各种“公园+”活动的助力下，这股“绿色冲击波”愈发火爆，从4月份刚结束的青岛植物园大草坪咖啡节便可见一斑；在小红书平台上搜索“青岛植物园大草坪咖啡节”，相关笔记达50万+，许多“野生代言人”分享了自己的体验方式。

“大草坪咖啡节之所以受到年轻人的喜爱，一方面得益于现场的设计，它将自然景观、艺术表演、咖啡文化与商业消费巧妙地融为一体，打破了传统公园单一游憩功能的局限，模式更加多元有趣，为年轻人带来了全新的体验；另一方面则得益于强大的品牌力，此次大草坪咖啡节有百余家品牌入驻，其中外地品牌占到三分之二，还有10家品牌来自海外，吸引了众多追求新鲜和品质的年轻人。”谈及大草坪咖啡节广受年轻人追捧的缘由，主办方负责人朱奕表示。

从“我来过”到“我体验”，越来越多的新场景正逐渐转化为新的消费增长点。“现在年轻人都追求一种新的生活方式，我们以咖啡为媒介，打造全新的松弛感，也希望打造出更多消费新场景。”朱奕介绍，4天时间里，大草坪咖啡节营收超过200万元，充分展现了“公园+”经济的巨大潜力。

结果显示，2024年，“为情绪价值和兴趣买单”成为年轻人消费的首要理由，占比超过40.1%。业内人士认为，越来越多的“新五感”场

景正在轻松“征服”年轻人。“新五感”场景即通过松弛感、氛围感、存在感、原生感、社交感来创造能够满足社交互动、情绪价值疏导、文化共鸣及多元生活体验的新空间。

大草坪咖啡节上的游客来自五湖四海，有来自青出差的“上班族”，有平日常住外地恰好回家的青岛人，也有生活在青岛的外国人，很多人惊喜地在这里碰到了许久未见的朋友。“这是第二届大草坪咖啡节了，有了第一年的基础，这一届的知名度也更高。”近年来，朱奕策划过不少城市活动，在他看来，把活动打造成城市IP是领略和感知城市性格的有趣路径，也是分享和传播城市记忆的有效手段。通过这些活动，城市的魅力得以充分展现，能够吸引更多人的关注和喜爱。

如今，“美好，向园而行”正成为青岛公园的代名词。早在2023年，青岛就举办了首届城市公园节，主题为“美好，向园而行”，旨在通过丰富多彩的沉浸式互动活动，将城市公园与文化艺术、健康运动、文明公益有机结合，展现“推窗见景、开门见绿、出门见园”的城市更新新场景，积极倡导“公园+”的城市新生活，让更多市民在身边就能共享“诗与远方”的城市“桃花源”。此后时间里，包括女子樱花跑、大草坪咖啡节、浮山健康跑、森林脱口秀、森林音乐会、啤酒精酿节等系列活动频频“出圈”，吸引了众多市民游客参与。

今年4月，2025年青岛城市公园节如约而至，仍以“美好，向园而行”为主题，推出六大概块150余场活动，涵盖文旅、公益、运动、文创等多元领域，助力青岛“千园之城”建设与“公园+”经济升级。从1月的太平山非遗山会到12月的地景艺术季，月月都有特色主题。从无人机星空秀到国际咖啡季，从创意活动到非遗体验，从智慧游园到国际交流，精彩活动贯穿全年，实现全域联动。一场场活动正让公园变身乐园、家园，进一步释放公园城市建设红利，提升市民的绿色幸福感、获得感。

值得一提的是，从去年起，青岛还精心打造了“青小园”绿色生态名片，为482处口袋公园精心命名，并推出口袋公园地图手册，方便市民寻找和游览。今年，青岛将深度挖掘“青小园”品牌潜力，提升“青小园”品牌效益，全面实现“青小园”地图导航，让市民更加便捷地享受绿色生态带来的美好。

■青岛植物园大草坪咖啡节备受年轻人青睐。刘栋 摄



▲作为电影《送你一朵小红花》取景地，太平山索道成为“网红打卡点”。  
刘栋 摄

▼象耳山儿童友好公园成为周边居民休闲娱乐的好去处。  
刘栋 摄



## 公园“破圈”，多彩活动提振消费

作为“天然摄影棚”，青岛的公园也为影视作品提供了绝佳的取景地。随着华表奖颁奖典礼在青岛成功举办，电影《送你一朵小红花》的同名索道再次成为“网红打卡点”。连日来，跟随中央广播电视台总台“主播遇见电影”的镜头，太平山索道的美景在社交媒体“刷屏”。

“看着大海，真的仿佛置身于那部感人而动情的电影当中。”主持人邹韵在节目中说。

其实，在电影热播后的次年，太平山索道在中国空中汉服秀活动就已启动，至今已举办五届，通过营造“汉服+索道+自然景观”的立体化场景，打造“人在画中游”的沉浸式体验。“太平山索道不仅拥有欣赏青岛‘红瓦绿树、碧海蓝天’美景的绝佳视角，更是串联城市文脉与自然风光的‘空中纽带’。”太平山索道总经理郭静介绍，自2021年首届活动举办以来，已累计吸引超10万人次参与，还有众多影视剧和综艺节目来此取景。

青岛2022年启动公园城市建设以来，始终秉持绿化为民、绿化惠民的根本宗旨，坚持

绿地总量增加与现有绿地充分利用改造并重。3年时间已完成70个山头公园的整治，建设口袋公园302个、绿道336公里、林荫廊道145条、立体绿化322处。

如今，一处处公园正成为城市活力的生动载体。在刚刚过去的4月，青岛女子樱花跑在太平山中央公园绿道举行，活动报名信息发布不到一天，1000个名额便被抢报一空；“活力机关 健康你我”2025青岛环浮山绿道健步行活动也顺利开展，来自全市机关和企事业单位的108支队伍、近4000名干部职工共赴春日之约。

今年是青岛迈向“千园之城”和“公园+”理念推广的关键年。在开展城市公园节的同时，青岛推出了“公园+消费”提振年活动，发布了首批2025年公园+提振消费战略合作单位。这些战略合作单位将在国际交流、航空旅游、数字消费、节庆创意、文体活动、信息技术等方面与“公园+”携手，通过公园城市建设成果转化，助力消费市场提振。

除做好同城资源整合、开展战略合作外，青岛还致力于扩大国内外影响力，扩容公园“朋友圈”。日前，青岛太平山中央公园与北京颐和园、广州越秀公园、成都人民公园、济南趵突泉公园、包头赛罕塔拉公园5家国内知名公园正式签约成为友好公园。后续，将互相宣传公园特色及节庆活动，通过官方网站、社交媒体、宣传手册等多种渠道进行推广。同时，结合各自热点节庆，联合策划文旅推介活动，促进游客互访。此外，将共同开发公园文创产品，探索“公园+商业”模式，助力城市消费提振。

青岛正以更开放的姿态拥抱世界。今年，青岛亮相第196届费城花展，成为本届费城花展唯一境外参展城市。工作人员介绍，由于前来参观交流的游客络绎不绝，青岛展区还临时增加了4名志愿者以应对需求。其间，不少游客咨询了关于青岛的更多信息，期待前往游玩。“公园城市”正逐步成为青岛一张亮丽的“城市新名片”。

## 功能多元化，探索公园价值重构

随着公园场景不断扩容、功能持续叠加，公园的价值正在发生变化。当然，在这一进程中，也面临着诸多挑战。

有年轻人直言，公园活动存在同质化倾向且许多公园活动属于短期项目，如何以长期主义视角为公园带来可持续的价值，仍是一个“问号”。

有市场化运营主体提到，开展更多有趣的活动需要公园场地更加开放地被利用，同时完善水、电等基础设施配套及改造公共空间，但该如何分摊这些成本成了摆在面前的现实问题。

有公园管理者也表达了担忧，“躺坪”容易，养护不易。影响公园绿地开放共享成效的关键在于游客密度与绿地养护成本之间的平衡，需要审慎考量。

公园，无疑是城市发展的一道特殊考题。上述的系列挑战，都指向了一个方向——当公园的“玩法”日益丰富，仅依靠传统管理模式，能否承载这份“甜蜜的负担”？在公园价值重构的过程中，活力与秩序又该如何共生？

公园能玩出哪些“新花样”，关键在于规划运营过程中能否妥善处理好市民需求、生

态环境与城市发展三者的关系，而这需要各方运用更多智慧探索新的发展范式。

上海蟠龙天地与徐汇万科广场的实践打破了人们对公园的传统印象，提供了新思路：前者以23万平方米绿地为核心，将商业空间与3公里环形步道、户外运动区无缝衔接，通过“消费积分兑换公园权益”等机制，实现商业流量与公共服务的双向导流；后者则通过“POD（生态公园为导向的城市开发）模式”，将7万平方米的生态绿轴打造为多功能运动场、亲子乐园等，这种“商业反哺公益”的融合模式，既提升了市民体验，又为企业创造了差异化价值。

公园的可持续发展需要引入社会资本、公益组织、市民代表等多元力量，以“多元共治”构建长效生态。例如，深圳华侨城湿地公园通过“政府监督+企业运营+志愿者参与”模式，将科普教育与商业研学相结合，探索出一条可持续的运营路径；成都麓湖社区则以“社区基金+企业赞助”等形式，支持居民自主设计“共享菜园”“星空剧场”等特色空间，让“人人都是公园共建者”的理念落地生根。

有业内人士建议，可通过“负面清单+正向激励”方式进一步激活城市公园价值。例

如，将儿童游乐区、智能健身设施等兼具社会效益与商业潜力的项目纳入“绿色通道”，允许企业通过特许经营、冠名权等方式参与，同时明确收益的百分比定向用于公园设施升级，形成“投入—产出—再投入”的良性循环。

城市的升级，本质上是一场关于“价值共生”的探索。有观点认为，公园城市的价值主张涵盖6个方面：一是绿水青山的生态价值，体现在优美的环境质量和生态服务能力；二是诗意栖居的美学价值，展现于蓝绿交融之美、城市风貌之美和公园形态之美；三是人文价值，包含历史、社会、场景、精神等多重内涵；四是绿色低碳的经济价值，主要体现在生产组织方法和消费场景等方面；五是简约健康的生活价值，让市民享有与良好生态环境相得益彰的简约健康生活方式；六是美好的社会价值。

当绿地的盎然活力与商业街区的璀璨光影交织，当人们的笑语与生态绿轴的鸟鸣共振，这些看似矛盾的元素正在重构公共空间的深层逻辑。在守护公共属性的同时，为每一份需求找到落脚点，在平衡中生长出新的生命力，需要城市中的每一位主体都成为公园城市中的“园丁”。

