

啤酒博物馆，洋溢的不止酒花

□青岛日报/观海新闻记者 崔燕



■航拍青岛啤酒博物馆。 王雷 摄



国际博物馆日·工业旅游

个人简介：刘艺东，职业画家，一级美术师，中国书画家协会会员，齐鲁书画研究院副院长，宁波树人书画院名誉院长，西安碑林书画研究院常务执行院长，徽艺书画研究院副院长。作品多次参加国内外书画展览，并多次获得金、银、铜奖。在广东、浙江、山东举办个人画展30场，并连续举办“若有想”刘艺东国画作品全国巡展。

即使是日常生活的烟火场域，抑或红尘万丈中的一草一木，刘艺东皆会赋予其清新静雅的“禅意”之境，令观者在呼啸的数字时代，放空喧嚣，感受久违的“慢日子”和心灵的飘逸。

所谓文人画，在中国传统文化里一直是一种比较特殊的存在。刘艺东的作品则延续了新文人画精神，既吸纳了中国古典艺术的精髓，又融入了“笔墨当随时代”的当代艺术表白，呈现出诗性的新文人画品格和遥远的“士大夫”精神，于疏密得法的笔法神韵中，形成了一套张弛有道的新文人画范式。

作为北方人的刘艺东，似乎更像是从江南走出来的旧式文人。恰恰是这种地缘的冥冥之意，让他的艺术之路和新文人画面貌有着独树一帜的意境。1958年，刘艺东生于青岛，自幼随父母工作调动去往长春市。他三四岁开始，最喜欢的事情就是涂鸦，地上、桌上，冬天里有气雾的窗玻璃上，只要能画画的地方，他都会用各种方法随心所欲地涂鸦。当时他的舅舅在一家大型国企的工会从事美术工作，他便像舅舅的小尾巴一样，大部分时间跟着绘画和写标语。他的模仿力极强，晚上，舅舅白天画画剩下的颜料、油漆又成了他的宝贝，很快就能写出像模像样的大字标语，还模仿画一些宣传画，一画就是大半夜。那个年代，黑板报是重要的艺术传播平台，刘艺东由此大显身手。1972年，刘艺东随家人返回青岛，并进入39中初中部学习，幸运地遇到了他的美术老师杜沂。

杜沂擅长花鸟画，是青岛著名画家。杜沂一眼就看出刘艺东是个画画的好苗子，精心培养他，手把手教，还指导他创作作品参加全市美术大展。1975年，刘艺东创作的作品入选全市国庆美术大展并获奖，自此，他的作品每年参展，连续十多年获奖。这一年，他正式拜师，成为杜沂的入室弟子。杜沂不仅对他精心栽培，更是拿出私藏的古代名家画册，让刘艺东反复临摹。刘艺东在传统基础上自然发展，所以他的画作新中有旧，旧化作新，很好地突出了继承和发展的关系，并慢慢形成了宜古宜新，令人眼前一亮的艺术面貌。

2005年，刘艺东离开青岛去了南方，第一站先到芜湖和南京，尔后又去了广州、深圳、厦门，也曾客居杭州和宁波，辗转穿行于南方各地。南京是新文人画的发源地，传承了六朝古都的文化气韵，刘艺东在南京受新文化领军人物朱新建、刘二刚、王孟奇的影响，给了他认知上强烈的冲击，使他对自己前期的创作进行了深刻的观照和反思，似乎打通了艺术的气脉，灵感迸发，创造出独特的文化符号式的作品人物。他的画作大受欢迎，作品被广泛收藏，大收藏家刘岗一次就收藏了他400幅作品，还有浙江金华浦江三浩轩的陈旭明等，不但收藏了刘艺东的作品，还投入大量资金宣传刘艺东的作品。

近年来，刘艺东的画革古出新，凸显人文情怀，华润与奇趣呼之欲出。画里的人物身高是正常画里人物的一半不到，头部特别大，约占了整个身体的三分之一多，五官都是简笔勾勒出的，符号式的，光头、浓眉、小眼、高鼻子、大嘴巴，神态各异，看上去全都是古人，真是“至相无相，非空非色”，这些变形的人，或喝茶，或对弈，或饮酒、听松、赏月，人人都很清雅、喜气，怡然自得，超然物外。画里的山石、苍松、老树也都是变形的、苍古的，画法自然、朴拙，没有太多刻意的笔墨技巧，却显示深厚功力。整个画面处处流露着古意与超然，谐趣与童真，达观与清雅，已然形成了自己独特而成熟的新文人画创作个性与符号。

打造“中国工业旅游的旗帜”

“五一”假期，青岛啤酒博物馆凭借“花游博物馆”创意主题活动再次带火青岛旅游。

“花游博物馆”原创话题在抖音平台播放量突破700万；“为了这个镜头特意去了一趟青岛”话题冲上抖音同城热搜榜TOP2；多个创意打卡点成为年轻人争相打卡的新晋网红地，其中，“时光画框”的人气尤为火爆，现场提供的免费拍摄和剪辑服务更是吸引游客排起“长龙”；而登州路啤酒街的巨型啤酒罐、1903时光影舍旅拍打卡点等也持续引流……

“这种或沉浸或创意的场景设计在社交平台传播后，更好地激活了游客的二次创作热情。”有游客表示，在小红书、抖音等平台刷到其他人的打卡视频后，特意调整行程前来青岛打卡“网红同款”。

青岛啤酒博物馆的“工业旅游价值”一直备受赞誉。国家旅游局副局长孙钢点赞它是“中国工业旅游的旗帜”，原国家文物局局长单霁翔则称赞它为“中国工业遗产保护和利用名副其实的典范”。据了解，早在2018年，青岛啤酒博物馆就以105.89亿元的品牌价值入围中国百亿品牌行列，成为工业旅游行业唯一入选品牌。2024年，青岛啤酒博物馆成就斐然：先后荣获国家工业遗产保护利用典型案例、国家文化产业示范基地、2024文旅融合创新场馆十佳案例，全国博物馆（展览）海外影响力百强等荣誉称号；与此同时，凭借376.82亿元的品牌价值，青岛啤酒博物馆作为唯一入选的工业旅游品牌，连续10年登榜“中国500最具价值品牌”，持续引领行业发展新高度。

随着中国免签政策持续释放“磁吸效应”，青岛啤酒博物馆已是韩国等境外游客打卡青岛的必选地。

数据显示，青岛啤酒博物馆2024年境外游客占比达10%，其中，韩国游客同比增长240%，凸显免签政策与文旅服务升级的叠加效应。2025年，面对境外游客占比近20%的客源结构，该馆打出“智慧服务组合拳”：全新票务系统搭载中英日韩四语场景，覆盖从在线预约到AB导览全链条；支付端打通美元、日元、韩元外币支付，支持VISA、万事达JCB，美国运通等支付工具，境外游客可通过线上线下双平台访问系统界面，自主选择英、日、韩等多语种服务完成游览购票。“以上系统的创新举措，有效解决了购票语言障碍、线下购票排队、跨境支付折算繁琐等痛点，全面提升了境外游客的参观体验。”青岛啤酒博物馆品牌推广经理路春萍介绍，青岛啤酒博物馆以百年工业遗产为基底，构建“文化体验+便利服务”双引擎，诚邀海内外游客走进这座中国工业文明的“第三空间”，在麦芽芬芳中解码中国工业文明密码，在免签政策文化软实力的过程中感知城市人文温度。

创新“沉浸式体验”场域

博物馆不仅是收藏、保护、展示文物的场馆，更是连接历史与当下生活、连接公众与多元文化的纽带。科技进步为博物馆发展提供了新的机遇，博物馆也在不断创新展览展示方式、推动文物活化利用，让观众通过视、听、触等多重体验，以更生动、更喜闻乐见的方式深度融入参观之中。

作为百年青岛啤酒企业文化的一个重要组成部分，青岛啤酒博物馆集青岛啤酒的历史发展历程、深厚的文化底蕴、先进工艺流程以及品酒娱乐、购物为一体，是国家首家国际一流的工业啤酒博物馆。游客游览青岛啤酒博物馆，不仅可以获悉“啤酒史”，观看青岛啤酒的工作间，了解啤酒是怎样酿造的，还能进“醉酒小屋”体验醉酒的晕眩感。当然，最重要的是在边参观边游玩的过程中，还能边吃边喝，体验青岛人“哈啤酒”的快意。

在这里，随处可见科技手段与文物展陈的融合。旗袍美女款举杯邀游客共饮，“奥古特爷爷”调皮地泼“酒”互动，还有啤酒隧道、全息投影、4D影院等更多科技创意项目，让参观更有沉浸感。

博物馆也能玩出更多新花样。在这里，白天游客可以体验沉浸式剧游，穿越民国与NPC一起飙戏。晚上，游客还可以在《金色奇妙夜》“行浸式”夜游中，邂逅神秘的啤酒精灵，观赏震撼的巨幅3Dmapping秀，参与星际啤酒狂欢派对，感受博物馆奇妙夜。此外，场馆内还有首个啤酒主题沉浸式光影趣游互动剧场《酒神的奇幻漂流》，结合多维裸眼3D、全息投影等沉浸式影像互动，带来全新参观展览体验。

“这个博物馆是一个有趣的多场域体验场所。在中途酒吧，每位游客都可以品尝一杯原浆酒。其目的，一是让游客短暂地休息，二是加强消费者的体验、互动，让来宾在穿过发酵车间后，便能品尝到这

以文塑旅 以旅彰文
@悦赏分享

星辰大海，
踏月之旅



分享理由：

作为行业风向标之一，沉浸式文旅的发展备受业内关注。在这其中，以科技创新驱动的沉浸式文旅，不仅重塑了游客的体验方式，还推动着文旅产业的创新升级和可持续发展。在青岛极地海洋公园，青岛首个360度球幕影院观影屏幕直径达22米，投影天幕面积达600平方米，在裸眼3D、球形投射和虚拟现实等技术的加持下，营造出立体、深邃、震撼的视听效果。

走进影院，近期正在播出的《星辰大海，踏月之旅》以探月工程为背景，引领观众穿越时空的界限，漫步星辰大海，身临其境地踏上一段震撼心灵的月球探险之旅。360度全景环绕的巨大幕之下，每一帧画面都细腻入微，让人仿佛置身于浩瀚无垠的宇宙之中。球幕影院定期更换影片，让海洋、星空、宇宙等近在咫尺，或以昆虫等视角，带领观众发现奇妙自然世界，不断解锁沉浸式文旅新体验。

马晓婷 文/图

藏马合院： 山水画卷中的隐逸桃源



分享理由：

在藏马山风景区内有一座融合古典中式美学与现代舒适体验的精品民宿——藏马合院。此处以其独特的苏派建筑风格和隐逸的山水意境，成为都市人逃离喧嚣、回归自然的理想之所。

藏马山风景如画，层峦叠翠，而藏马合院民宿恰似镶嵌在这幅山水画卷中的一颗明珠。民宿以纯正苏派建筑为基调，白墙黛瓦、飞檐翘角，与蓝天白云、远山近水相映成趣。13套风格各异的中式合院错落有致，31间客房或拥山景，或揽院景，每一处细节都彰显着古典庭院的雅致气息。

华灯初上时，璀璨灯光与繁星月色交织，倒映在镜面水景之中，营造出“水光天色两相和”的诗意画面。藏马合院不仅还原了国人记忆中的街巷院落生活，更圆了现代人“隐于山水，归于桃源”的梦想。在这里，游客可暂别都市繁忙，于一方庭院中品茶赏景，感受自然与文化的双重馈赠。此处除了视觉上的极致享受，还有很多影视作品的取景地。到这里或许可以和你喜欢的演员来一次偶遇。

王雷 文/图

博物馆化身“六边形”战士

在登州路的喧嚣中，几栋清水砖楼格外醒目，这就是青岛啤酒博物馆。建筑以红砖砌成，屋顶也覆盖以红瓦，清新亮丽的色调延续了青岛德式建筑的经典气质。爬墙虎像一幅油画，在外墙肆意流淌，婆娑的树影与德式建筑的气质相映成辉，让这些老建筑的“文物感”呼之欲出。老建筑前，在此与之合影的游客络绎不绝。这里保护的不仅是一段品牌记忆，更是中国工业文明的发展传承，还是游客穿越回去的时空隧道。

在这里，传统啤酒的韵味与创意玩乐的新奇相交织，碰撞出一站式的新鲜多元旅游体验。在青岛啤酒博物馆中，不仅可以品尝到新鲜正宗的青岛啤酒，还能解锁啤酒的新奇“吃法”。啤酒酵母面包传承经典，带来舌尖上的全新滋味；啤酒茶饮巧妙融合，开创了“啤酒+茶”的新式茶饮风尚；啤酒冰激凌更是独具青岛特色，将冰爽口感与馥郁酒香完美结合，每一口都是独特享受。除了美食体验，这里还有琳琅满目的文创产品，让历史文化“链接”现代生活。近20个产品大类超500款产品，深度挖掘啤酒文化内涵，通过跨界联合与IP打造，以深厚文化为产品创意赋能，每一件都承载着青岛啤酒独特的文化记忆。

从不断优化参观路线，到场馆持续改造升级；从文创产品的创意研发，到开拓餐饮烘焙新领域；从引入剧游互动体验，到打造夜游新业态……青岛啤酒博物馆持续优化参观路线，到场馆持续改造升级；从文创产品的创意研发，到开拓餐饮烘焙新领域；从引入剧游互动体验，到打造夜游新业态……



■游客在青岛啤酒博物馆内
打卡留念。 王雷 摄

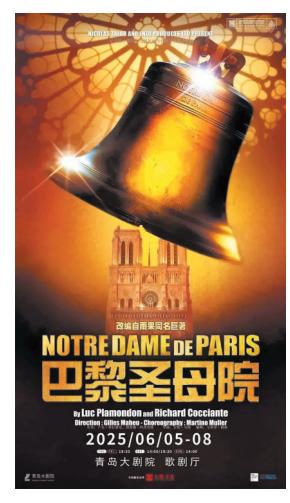
博物馆推陈出新、突破边界，通过时尚又富有创意的新场景、新业态、新模式，不断刷新着博物馆的新定义。

啤酒文化不仅是快乐的，更是包容的。继20周年联动20+工业博物馆及20个文旅知名IP共同庆生之后，青岛啤酒博物馆的“好友阵营”还在不断扩充。去年，青岛啤酒博物馆与景德镇中国陶瓷博物馆达成品牌战略合作，并发布了联名产品大师杯“青花回澜”；与敦煌文旅发行了系列联名文创，开启了啤酒+艺术的奇妙邂逅；和慕田峪长城联动，打造了独具创意的啤酒，续写啤酒与英雄的故事。

有意思的是，青岛啤酒博物馆还走出博物馆所在的本体，在城市花开处处，拓展“啤酒+”的新场域。城市更新样板项目1903青岛酒馆MIX·淘醉里院、中山路壹号·传奇Club，啤酒文旅休闲度假新模式青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园，助力乡村振兴的仙居崂山、瑜上山间民宿……迈出博物馆的大门，青岛啤酒博物馆工业旅游的触角在城市街区、在乡村角落生根发芽、蓬勃生长。

“啤酒+”的惊艳，还在于青岛啤酒博物馆积极推进跨界合作，全力开展IP联合，精心策划品牌互动，不断拓展发展版图，携手各领域优质资源大放异彩，展现文化多元价值。以“啤酒+万物”的全新体验模式，带来富有文化内涵的新场景、新业态和新模式。

法语音乐剧《巴黎圣母院》 青岛“返场”



分享理由：

演出时间：6月5日-8日；演出地点：青岛大剧院。法语音乐剧《巴黎圣母院》的再次来青演出让音乐剧迷们狂喜不已。

作为世界四大传奇音乐剧之一，《巴黎圣母院》凭借非凡的演出数据彰显其艺术魅力：这部法语经典音乐剧制作了10国语言版本，历经26年全球巡演征程，足迹

跨越24个国家，累计征服逾1600万观众。6月，凭借其独特的浪漫气质与人文情怀，这部法语音乐剧力作将在青岛重现跨越时空的风范。

作为世界文学巨匠雨果同名小说的舞台呈现，音乐剧《巴黎圣母院》1998年在巴黎首演即引发轰动，之后横扫美国百老汇与伦敦西区，被誉为法语音乐剧王冠上的明珠。全剧包含55首风格多元的歌曲，从全球百余位歌手竞相翻唱的首发金曲《美人》，到被誉为“法语音乐剧启蒙圣歌”的开场曲《大教堂时代》，每段旋律都成为叩击心灵的听觉传奇。舞美呈现上，诡谲的塔楼石兽、悬浮的钢铁王座配合巴黎盛景，构筑出沉浸式的中世纪时空。《巴黎圣母院》此次“返场”也将为2025岛城演艺市场树立新的里程碑。

荆玉