

今年青岛开展城市小微空间艺术化改造,让城市管理可感知可参与可品鉴 100处“微精彩”,唤醒城市“美学基因”

□青岛日报/观海新闻记者 贾 臻



遇到轻微破损的树穴、道板、地砖、墙体,传统的处理方式“填平补齐”。在青岛,这一传统模式正在被“瑕疵即创作元素”的改造理念所打破。

记者从青岛市城市管理局获悉,今年,青岛将在全市范围内策划开展100处城市小微空间美化提升行动,聚焦城市功能完好但存在视觉瑕疵或轻度破损的设施,全面推进小微空间艺术化改造。

而通过“微更新、微提升、微整治、微治理、微精彩”五大精细化举措,助力建设舒适便利的宜居城市,更是以“小投入”撬动“大民生”,让城市治理成果更加可感可及。

从“填平补齐”到“艺术化改造”

老城区墙体的岁月痕迹被勾勒成山海剪影,步行街地砖裂纹延展为浪花纹饰,裸露树穴变身迷你花园,这些既保留城市记忆又赋予美学张力的场景,正在青岛次第“上新”。

随着市民对城市空间美学体验需求的日益提升,传统大规模改造难以覆盖碎片化区域,聚焦“小而美”空间激活的“微精彩”应运而生。

上海、深圳等城市都对小微空间艺术化改造进行了探索和尝试。上海市静安区大宁路街道的“疗愈花园”,由原本黄土裸露的空地改造而来,为居民提供了绿色休憩空间。位于深圳市龙华区的森林巴士节点,以“桥下之森”为主题,将废弃公共巴士通过彩绘结合园艺景观的手法进行艺术改造,还增设了森林列车、猫头鹰等景观小品,将桥下“灰色空间”转变为“活力空间”。

“今年以来,我们创新开展城市小微空间美化提升行动,以‘精致美观、突出重点、经济实效、公众参与’为原则,选取100处小微空间进行艺术化改造。”青岛市城市管理局相关负责人介绍,改造打破以往“填平补齐”的传统理念,聚焦城市功能完好但存在视觉瑕疵或轻度破损的树穴、道板、地砖、墙体等设施,通过彩绘、装扮等多元手法,让自然痕迹与艺术创作和谐共生。

位于李沧区果园路的青沧里商业文化园区是一处集办公、休闲、娱乐、餐饮、住宿于一体的现代化时尚园区。园区靠近果园路一侧的墙面为素白墙,使这座现代化园区的外墙显得单调并缺少活力元素。园区结合青岛市开展的城市小微空间美化提升行动,对园区外墙进行美化,采用鲜艳的色彩和俏皮的图案进行搭配,点亮园区外墙,吸引路人目光,营造一个个年轻且充满活力的现代化园区氛围。园区外多彩靓丽的彩绘,通过墙绘艺术、形象设计等实践项目,为街区注入青春创意和艺术气息。

李沧区的“你好酒店”观海墙绘、市北区嘉定山树木涂鸦、即墨区服装市场哪吒主题墙绘、崂山区箱体喷绘等项目成为市民打卡热点:……在青岛,这样的艺术化改造正在为城市注入“美学基因”。



■以栈桥回澜阁为主题的彩绘设备箱体。

从“美颜工程”到“全民参与”

微笑的粉太阳、嫩绿的向日葵、火红的哪吒、枝蔓垂挂的丝瓜……在永安小筑民宿的院墙上,这些创意十足、栩栩如生的画作,让路过的市民游客纷纷驻足观看。

永安小筑民宿位于沧口街道永安路,西侧和南侧是紧靠路边的院墙。如何让这些墙体更有生机和活力? 民宿负责人别出心裁——联合蓝丝带公益组织,邀请20多位“来自星星的孩子”,让他们挥舞颜料自由创作,用画作表达内心。

“我们把民宿作为活动站,尝试聘用一些自闭症孩子做基础工作,教他们谋生技能,更好地融入社会。”民宿负责人告诉记者。

在青岛的很多地方,越来越多的小微空间正在被社会力量认领,打造成散落在城市各处的“微精彩”。

“这场‘微精彩’行动不仅是城市形象的‘美颜工程’,更是全民参与的社会实践。我们鼓励社会力量通过‘公益认领’加入改造,以‘作品身份证’记录创作故事,让城市美学可阅读、可触摸、可传承,同步启动群众意见征集和效果评价程序,让‘人民城市人民建’理念真正落地生根。”青岛市城市管理局相关负责人表示。

在追求美学创新的同时,行动始终坚持“实用为本”的原则,所有改造采用环保耐久材料,确保艺术创作与市政功能

有机统一;建立“设计—实施—维护”全周期管理体系,为每个项目制定专属养护方案。

据了解,目前全市七区三市已全面启动前期摸排,以发现美的眼睛搜寻街角巷尾的“待美角落”。根据计划,2025年将建成100处精品点位,形成可复制推广的城市美学品牌。截至6月底,已累计完成36处改造项目,剩余64处正在有序推进。未来几年,“微精彩”将逐步向背街小巷、社区庭院延伸,让城市管理成为可感知、可参与、可品鉴的美好生活体验。

从“微小处”入手让城市更动人

伴随城市化进程进入存量提质、内涵发展的新阶段,精细化管理成为城市治理转型的必然选择。

如何从“微小处”入手,让城市更动人? 今年以来,青岛开展了“微更新、微提升、微整治、微治理、微精彩”五大精细化举措,以“小投入”撬动“大民生”,让治理成果更加可感可及。

聚焦拆违腾退土地、桥梁桥下空间、老旧厂房等闲置低效区域,青岛探索实施城市空间“微更新”行动,累计落地民生项目710余个。昔日的火柴厂、印染厂等老旧厂房,经改造变身中华通文化创意产业园、国源通创意产业园等新型产业载体;通过功能优化与景观提升,小麦岛路西侧生态公园、中苑码头等滨海区域焕然一新,成为网红打卡地;236处拆违腾退空间被打造成公园绿地、停车场与休闲广场等,平安路旧货市场、夏塔路青银高速桥下等一批以往脏乱差、暗灰闲的空间实现华丽变身。

背街小巷作为城市空间的“毛细血管”,承载着居民交通通勤、休闲社交等重要功能,却长期处于城市管理边缘地带,普遍面临环境卫生脏乱、基础设施老化、交通秩序混乱等问题。青岛将全市819条背街小巷纳入规范化管理,围绕环境卫生、市容秩序、门头牌匾、园林绿化、基础设施、交通秩序等六大领域,按照提升类、严管类、规范类进行分类整治。同时,精选150条重点街巷开展“微提升”行动,通过硬件改造、环境提升、文化塑造等具体措施,让一批背街小巷蝶变升级,成为“有温度、有故事、有活力”的城市公共空间典范。

面对窨井盖、箱体等城市基础设施分属多个部门、陷入“重建设、轻维护”的管理困境,青岛市城市管理局牵头多部门开展城市窨井盖和道路两侧箱体专项整治行动。依托数字化管理手段,将180余万个窨井盖录入城市管理部门数据库,并安装窨井盖位移报警装置5000套、RFID+二维码标签10万余套。近年来,累计排查整改井盖移位、破损等安全隐患2.7万余个(次),整治问题箱体3900余个(次),有效消除城市安全隐患,为市民筑牢出行与生活的“安全防护网”。

面对绿化带正对斑马线两端、无障碍坡道设置不规范、便民设施损坏维修不及时这些不精细、不规范、不便利的“小”问题,青岛市城市管理局创新开展城市管理领域“微治理”行动,对各类城市管理细节问题进行了全面摸排。针对摸排发现的问题,创新引入公众委员、社区志愿者等社会力量深度参与,通过“一点一策”制定整治方案,形成“群众点题、共同答题”的治理闭环。截至目前,“微治理”行动已累计完成3.5万余处“小而精”的改造。

构建更加优化完善的 驾驶培训服务管理体系

市交通运输局党组成员、副局长乔文锋
做客民生在线,谈推动驾培消费群体权益保护



□青岛日报/观海新闻记者 周建亮

本报7月17日讯 17日下午,市交通运输局党组成员、副局长乔文锋做客民生在线,围绕“推动驾培消费群体权益保护,促进行业健康优化发展”主题与网友交流。

乔文锋介绍,2023年5月,市交通运输局牵头实施驾培培训“先培后付”模式,两年多来,已为全市26万余名学员培训保驾护航,学费安全有保障,培训消费更透明、更自主,退费类纠纷投诉发生率由80%大幅降至0.5%,行业服务质量进一步提升。下一步,市交通运输局将继续构建更加优化完善的驾培培训服务管理体系,持续推进“放心消费、舒心学车”生态建设。

网友:暑假期间,驾考热度上升。请问,在保障市民学车合法权益、提升驾培行业服务质量方面采取了哪些措施?

乔文锋:作为行业主管部门,我们主要从以下几个方面着力:在规范计时培训方面,强化停车打学时、跑码、异地学时造假等违规培训整治,实施学员+教练员培训过程活体抓拍验证,保障培训学时真实性。在夯实驾培基础安全方面,对教练员、教练员、教练场地实施动态管理,确保符合国标及教学要求。在全力化解投诉纠纷方面,实行投诉数据“月通报、月公示”,定期公布驾校投诉量、类型及排行。对拖延退费驾校发布报名信息预警,不配合处理的列入重点监管名单督促解决,涉及违规的及时移交执法。

网友:正值滨海旅游旺季,针对海上旅游乱象问题有何治理举措?

乔文锋:青岛的海上旅游项目很丰富,有客运、垂钓、体育竞技等等。交通运输部门主要负责海上旅游客运发展和监管。为破解行业难题,青岛市在2022年11月专门成立了海上旅游客运码头整治专班,推行“五统一”模式(统一码头、统一航线、统一售票、统一结算、统一运营)。经过两年多的系统整治和“五统一”的联合运营,效果明显。目前已进入旅游旺季,我们把规范市场秩序作为重中之重,坚持“疏堵结合、标本兼治”的思路,用实实在在的举措净化环境。首先是组织13家客运企业和12家游艇租赁企业签订《守法诚信经营承诺书》,以信用“软约束”激发行业规范发展“硬实力”。其次是采取“定点值守、动态巡查、便衣暗访、短信提醒”相结合的方式,持续强化执法服务力度,打好行业监管组合拳。针对啤酒节、旅游旺季等高峰时段,实行全员上岗、定岗定责,全力维护秩序稳定。对查实的海上旅游消费欺诈等违法行为,坚决依法顶格处罚,形成有力震慑。

“民生在线”下期预告

网谈时间:7月18日(周五)下午2:30—4:00

网谈单位:市农业农村局

双拥在岛城

青岛市第四届退役军人 创新创业大赛决赛举行

□青岛日报/观海新闻记者 余 博

本报7月17日讯 16日至17日,由青岛市退役军人事务局、青岛市财政局、青岛市人力资源和社会保障局、青岛市总工会共同主办的青岛市第四届退役军人创新创业大赛决赛暨青岛市退役军人创新创业成果展在青岛科技大学举行。

决赛中,30家军创企业分五个赛道展开比拼。现场采用“PK打擂”形式,设置商业计划书展示、评委质询与“1v1”破题攻擂三大环节。在7分钟路演+3分钟答辩的“硬实力”比拼后,选手还需站上特设擂台,以4分钟即兴演讲应对对手的“刁钻”提问。青岛云世纪信息科技有限公司以“数字城市低空全域智能感知方案”打通低空航路链接、挖掘低空经济新价值,获得新兴产业赛道一等奖;青岛中海潮科技有限公司专注海洋信息处理及应用、深耕水下决策支持技术,自主研发的“数字海洋建模仿真基础科研软件”获批青岛市关键技术攻关及产业示范项目,获得现代服务业赛道一等奖;北京汽车制造厂(青岛)有限公司以“新品驱动、管理续航”构建企业高质量发展双引擎,获得传统产业赛道一等奖;青岛云集控制技术有限公司以其“特殊场景直线电机的控制系统”得到现场评委青睐,获得综合产业赛道一等奖;青岛湘楚字草传媒有限公司通过“非遗技艺创新×数字传媒赋能”将民俗手工与国际时尚结合,帮助新河草编完成华丽转身,获得乡村振兴产业赛道一等奖。

据介绍,自2020年首届赛事举办以来,青岛市退役军人创新创业大赛已累计吸引近500名退役军人创业者参与。这些昔日的军营尖兵,如今在商海浪潮中勇立潮头,将军人的执行力与创新力转化为企业发展的核心动力。

深化AI赋能,推动城市与品牌共成长

(上接第一版)

2025年青岛品牌日系列活动为期5天,设置城市巡礼、实战研讨、品牌展示、品牌调研、品牌之夜、品牌共创等6大板块。青岛将充分发挥品牌日的节会带动效应,为市民和游客带来“青岛品牌长廊”灯光秀,以及“AI预言瓶”和“拍相机”城市互动项目,开展“我为品牌日代言”活动,通过消费场景创新、文旅场景融合、全民互动参与等方式,以品牌促消费、以消费强产业,实现品牌与消费的双向赋能。

市委常委、副市长王波,市人大常委会副主任张建刚出席启动仪式。

上合组织国家当“主角” 经贸合作站“C位”

(上接第一版)

记者了解到,自2019年9月国务院批复上合示范区建设《总体方案》以来,上合示范区区域物流、现代贸易、双向投资合作、商旅文交流发展“四个中心”和上合组织经贸学院建设实现全面突破。累计开行中欧班列4300余列,对上合组织国家进出口年均增长56%以上,累计引进160多个项目,总投资额3400亿元,推出118项制度创新成果,近30项案例获全国推广。

“百团汇演” 激情开赛

7月17日晚,平度市民服务中心广场化身一片欢乐的海洋,由青岛市文化和旅游局主办,青岛市文化馆、平度市文化和旅游局承办的2025“百团汇演”暨青岛市广场舞大赛在这里激情开赛。

每年一届的青岛市广场舞大赛已成为深受百姓喜爱的文化品牌,撬动了乡村文化生活的繁荣。本次大赛历经发动、海选、复赛等多个环节,通过逐级推荐、层层选拔,最终19支广场舞队伍脱颖而出。比赛现场,各支队伍轮番上阵,以精湛的舞技、饱满的热情和独特的创意,为观众带来一场视觉与听觉的盛宴。

王 雷 摄影报道



(上接第一版)

除了产品创新外,青岛啤酒还频频加码时尚跨界,以超越产品功能属性的情绪价值和文化价值来与消费者连接,塑造百年潮牌的形象。

前不久,青岛啤酒携手时尚品牌KARL LAGERFELD推出第二季“夜猫子”系列,瓶身设计以极简线条勾勒出爱猫Choupette的“傲娇”轮廓,彰显年轻人时尚不羁的态度。这样的案例还有很多,比如复刻百年前青岛啤酒经典商标画面的1903国潮罐,重温20世纪80年代风格的“老青岛”产品,每年更新的生肖版“鸿运当头”啤酒,与消费者创意融合共创的青岛白啤樱花罐,联动敦煌文旅打造的品牌联名啤酒太白醉酒等。

青岛啤酒的创新还延伸到场景和生态,充分发掘用户需求,重新定义产品和服务的形态。与乐事联名推出的经典啤酒味薯片,与红山动物园联名的动物主题文创,与景德镇中国陶瓷博物馆联名的艺术联名限定款大师杯,还有各种啤酒口味冰激凌、啤酒花护手霜、啤酒酵母饼干……在青岛啤酒博物馆,啤酒文创产品都是以啤酒元素为核心,可观、可赏、可吃、可玩,开启啤酒文化的多元惊喜体验。

得益于创新能力,青岛啤酒的业绩和品牌价值稳健增长。青岛啤酒发布的2025年第一季度报告显示,销量营收净

利实现“三增长”。在6月18日举行的第22届世界品牌大会上,青岛啤酒品牌价值蝉联中国啤酒品牌榜首。

永不落幕的啤酒节

青岛啤酒与城市的互动还有一个鲜明特征,即通过持续创新实现节庆全国化、常态化,将影响力从青岛延伸至全国乃至海外。

创立于1991年的青岛国际啤酒节被公认为中国最具影响力的啤酒文化盛会,青岛啤酒正是其发起者。如今34年过去,广义上的青岛啤酒节超越了一个城市节日的范畴,以独特的包容性、文化性和全民参与性,赋予了更多城市情感共鸣,打造永不落幕的啤酒节。

有着“塞外明珠”之称的宣化、充满草原风情的呼和浩特,啤酒与小串深度绑定的鹤岗、以魅力美食和文创打卡为特色的济南……自西向东,从南贯北,青岛啤酒节扎根于每一座城市,每一座城有每一座城的风情,每一杯酒有每一杯酒的新鲜。青岛啤酒每到一地,都与当地文化交融在一起,打造独具城市魅力的特色节庆。

“体育+啤酒”“音乐+啤酒”“电影+啤酒”“邮轮+啤酒”等都是青岛啤酒打造的重要消费场景。从青岛马拉松赛道到华表奖颁奖典礼,再到长沙的草莓音乐节、烟台的养马岛音

乐节、长春的青岛纯生禧都音乐节,青岛啤酒用国潮好味道讲述中国故事,与消费者建立更紧密的情感连接,使品牌保持旺盛的生命力。

就在7月12日,青岛啤酒旗下高端品牌奥古特成为澳网中国官方合作伙伴,以网球体验赛与沉浸式互动体验为核心,打造“2025澳网·奥古特杯网球嘉年华”。

今年以来,青岛啤酒在体育消费场景上持续创新,将“喝酒自由”带回了中超看台,一款青岛啤酒无醇白啤0.0%让球迷既可以感受“舌尖上的激情”,又避免球场边的“上头”。青岛啤酒引领的消费热潮也与火爆出圈的“苏超”联赛相结合:在南京的2025江北新区青岛啤酒节,“苏超”观赛融入节会,数千球迷三五围坐在一起,看球、撸串、喂虾、喝青啤;在扬州青岛啤酒节“苏超”之夜,球迷在此此起彼伏的畅饮声和碰杯声中一道观战。

乘着邮轮经济的风,青岛啤酒还开展了“海上嘉年华,码上启航”主题活动,让消费者在国产首艘豪华大邮轮“爱达·魔都”号上来一场说走就走的海上旅行,感受手握青啤、乘风破浪的独特体验。

未来,青岛啤酒还将演绎更多城市文化与啤酒元素融合互动的故事,提振城市消费,彰显城市特色,为美好生活干杯。