

上街里·啤酒节“硬控”一夏 市南老城书写“城市寻宝记”



上街里·啤酒节期间，在老城区经常能邂逅一场街头演艺。



夜幕降临，游人游兴不减。张琰 摄

在社交平台上获取“线索”，游走于街巷之间，找寻“藏宝人”提前藏好的明信片、水彩画、暖心小纸条等“宝藏”……“城市寻宝”，这项全新的休闲活动网络相关搜索量已经破百万，它走红的关键在于，满足探索需求，实现社交链接，提供情绪价值，收获未知惊喜。8月11日，第三届上街里·啤酒节收官，在这场为期23天的全域欢动中，市民、游客犹如开启“城市寻宝”模式——从多元丰富的消费场景，到引领风潮的街头演艺，从炫酷十足的元宇宙体验，到有颜有质的城市家具……大家在深入城市肌理中“各得其所”，都能找寻到自己的专属“宝藏”。而经历保护更新之后，首次在上街里·啤酒节中全方位、立体化展示整体成效的历史城区，正在持续擦亮“老青岛·上街里”品牌，实现从网红打卡地到长红宝藏地的嬗变。

宝藏1 新消费场景绘新文旅世相

经历了前两届上街里·啤酒节的人潮人海，在接收到市民、游客个性化需求持续释放的信号后，第三届上街里·啤酒节解锁更多业态交融的消费新场景，成为继续引流的法宝。

本届啤酒节以中山路为主轴，串联起太平路、海誓山盟广场、太兴里、四方路、黄岛路、三江里等区域，依托不同色调和啤酒品牌设定区域主题，推出了富有创新特色的多元场景。在太平路，科罗娜啤酒市集带来柠檬黄的清新，市民、游客在这里畅享啤酒，参与市集活动；中山路至广西路则是主打金色国潮风，供游人回溯旧时光；广西路至湖北路展现橙黄色的运动风情，年轻人来此秀球技，点燃奥运激情；而曲阜路至德县路以暗红色调演绎欧陆风貌；太兴里微醺街区以暗红和金色调，突出青啤一世传奇系列。

啤酒的独特品味，更有各色美食引人“逛吃”；四方路、黄岛路、三江里街区用木色调营造出舒适的休闲氛围，主营福佳白啤酒。

除了无需走出老城就可畅饮“全球”，市民、游客还能体验各色展览、互动巡游、烟火市集、潮流快闪店等，多元消费场景丰富了“吃住行游购娱”全产业链要素，也体现着城市内涵与地域特色。同时，奇幻海世界、巧克力博物馆、海天荣里等72个特色商文旅项目也全面开放运营。据统计，上街里·啤酒节期间，日均有28.5万人次漫步老城。

“我们从‘五一’开始营业，生意一直不错。啤酒节开幕后，人气直接‘飞升’。”青岛计划文创店工作人员田相慧感慨地说，最火爆时每天约有1万人次进店打卡，店内极具青岛特色的冰箱贴、贝壳类文创产品是最受欢迎的。

宝藏2 街头演艺的显性文化表达

从纽约地铁站，到巴黎歌剧院门外，再到巴塞罗那“流浪者大街”……街头演艺总能俘获众人的目光。有数据显示，街头演艺带来的流量效应明显。以杭州为例，在“文艺赋美”街头演艺活动期间，仅武林路的日均人流量就增加了50%，达到15万人。

在今年的上街里·啤酒节中，更多文艺演出走出剧场、走进上街里的街头巷尾，拉近艺术与市民、游客之间的距离。8日晚6时30分，中山路城市记忆馆前人头攒动。沉浸式剧目《百年中山路》又在此拉开序幕，演员们以舞蹈倾情演绎老青岛的如烟往事。《心心念念的老建筑》《上街里的故事》《来自家人的那封信》等剧目，也分别在历史城区的不同点位上演，通过

精湛的演技和创新的编排，将青岛老城区的历史故事和人文情怀生动再现，带给观众沉浸式动态阅城体验，实现了“人在戏中、戏呈路上、人戏合一”的演出效果。

此外，欧陆管弦乐音乐秀、夏日夜醉吉他、原创民谣秀、爵士夜等演出也陆续出现于太兴里下沉广场、四方路、博山路等年轻人的聚集区。除了本土特色演艺，自上海引入的新国风沉浸式互动展演《画堂春》也在圣心修道院旧址启幕。这也是这座不可移动文物经历修葺重新亮相后，再度与现代先锋艺术跨界融合。

一场场精彩演出，如吟唱给老城的一曲颂歌，实现了台上与台下、市民与游客的一种共鸣共情，成为青岛文化的一种显性表达。



市民、游客坐在时光邮局内休息。

宝藏4 城市家具成就都市风景

宝藏3 元宇宙让啤酒节“永不落幕”

今年5月，文化和旅游部联合国家发展改革委、工业和信息化部等部门印发了《智慧旅游创新发展行动计划》，明确提出“鼓励和支持文博场馆、考古遗址公园、旅游景区、旅游度假区、旅游休闲街区、主题公园、演艺场所、夜间文化和旅游消费集聚区等，运用虚拟现实、增强现实、拓展现实、混合现实、元宇宙、裸眼3D、全息投影、数字光影、智能感知等技术和设备建设智慧旅游沉浸式体验新空间。”

当元宇宙遇见上街里·啤酒节，会产生怎样的“化学反应”？今年，市南区委区政府和阿里巴巴淘天集团联合打造了全国首个城市级3D元宇宙体验联合活动平台“永不落幕的啤酒节”。不论市民、游客身处何方，通过淘宝APP搜索“2024青岛啤酒节”登录“永不落幕的啤酒节”，栈桥、青岛火车站、老里院等青岛标志性建筑即可呈现在眼前。动动手指就能在上街里游览、购物，享受和现实世界一样的体验，开启一场“科技+旅游+文化”的奇妙畅行之旅。

据统计，平台上线20天后，累积曝光量就突破8740万，超过24万用户在啤酒节数字世界云游玩，1.6万用户浏览了商铺，完成了14.5万余个任务，用户共获得了27万余个啤酒币，观看表演秀1.2万余次。这种线上+线下联动的创新模式，打破了时间和空间的限制，为游客提供了更加便捷和丰富的旅游体验，也促进了城市旅游文化与数字技术结合的全新模式探索。

宝藏4 城市家具成就都市风景

近年来，富有设计感、赋公共空间以诗意与功能的城市家具，方兴未艾。从第一届上街里·逛春天旅游艺术季“百花齐放”的艺术装置，到今年新春逛街里节的主打龙文化的复古彩灯、打卡装置，上街里的城市家具持续“上新”，以符合年轻人审美的姿态融入老城，引领文化潮流。

在第三届上街里·啤酒节期间，市南区推出了一批更具特色风貌、更富时尚魅力的城市家具。比邻百盛的城市家具时光邮局正向市民、游客寄出来自中山路的“一封信”。走进这里，可以“触摸”中山路的百年印记，并在便利贴上随笔写下感想、心愿或祝福，贴在背景墙上，留下“到此一游”的记忆。继续一路向北，街头大屏幕前摆满蓝色乐高式座椅，游人们可以随时坐下休息，并欣赏屏幕上的奥运赛事。

“我以前就住湖南路，对老城区有很深的感情。现在的上街里真是旧貌换新颜，隔三差五我就想来看看。”七夕节当天，市民董良专门赶到上街里感受“双节”的火热气氛，中山路上酒红色城市家具吸引他掏出手机，“你看设计得多好，不仅为大家提供了舒适的休息区，设计得还很时尚，展现出老城区年轻的一面。”

“玩了一小会儿，孩子就了解了山花、塔楼、山墙等青岛的建筑元素，比导游的讲述更生动直观。”在位于肥城路和曲阜路路段的心心念老建筑城市家具区，来自济南的游客郭虹和女儿兴致勃勃地拼凑着历史建筑拼图。在郭虹看来，这样的城市家具犹如一种标签，能体现出历史积淀和在地文化，也是一道亮丽的都市风景。