

烟台中秋“热”力出圈

中秋假期全市景区、文博场馆、文艺院团联动，沉浸式文化盛宴激发消费活力

本报讯(YMG全媒体记者 张洁 通讯员 旅宣)欢跃金秋、乐享山海。昨天，为期三天的中秋假期收官，市文旅局整合全市景区、文博场馆、文艺院团、公共文化阵地资源，带领广大市民游客沉浸式体验山海风光与特色文化盛宴，文旅消费活力持续释放。

这个假期，烟台再度出圈。央视2套财经频道以《今日中秋 山东烟台：月满中秋 仙歌雅韵话团圆》为题，报道烟台蓬莱阁景区推出的八仙、苏东坡等NPC互动和诗文朗诵、月饼制作等中秋特色活动，向全国游客展现了仙境烟台的独特魅力。

山海秋游热度高涨

假期期间，全市各景区街区围绕“双节”主题打造沉浸式场景体验，推动游客由“看景”向“入景”转变。

烟台山—朝阳街、所城里历史文化街区举办了国风巡游、非遗展演、沉浸式演艺、非遗街区体验等活动；蓬莱阁景区推出了中秋诗会、众仙巡游送月饼、NPC趣味互动等特色活动；牟氏庄园、龙口南山景区等举办了落地剧情NPC互动、汉服巡游等活动；崆峒胜境、莱州大基山推出

光影秀、游船夜游等项目，夜间文旅消费场景持续升级。森林、地质公园金秋赏秋研学游持续走热，招远罗山登高赏菊、莱阳白垩纪国家地质公园中秋民俗课堂等研学活动，吸引了大批亲子家庭。

除此之外，诸多农文旅、工文旅融合产品深受欢迎，各田园综合体、酒庄推出果蔬采摘、农事体验、酒庄品鉴DIY等活动；工业旅游点位开展葡萄酒酿造、黄金文化体验，张裕卡斯特酒庄等解锁产业体验新玩法。全市各热商圈、历史文化街区同步落地快闪、合唱等街头演艺，与“舞乐山海”广场文化活动联动，持续营造浓厚节日消费氛围。

文艺演出好戏连台

从专业剧场到城市广场，假日的烟台迎来了一场场文化盛宴。重磅推出的烟台市庆祝中华人民共和国成立77周年文艺晚会暨2026烟台中秋晚会吸引诸多市民关注；市文化艺术中心“星期五剧场”中秋专场上演吕剧《龙凤面》等传统戏曲；胶东剧院上演亲子儿童剧目，兼顾家国主题、传统戏曲、亲子娱乐等不同受众需求。“舞乐山海”广场文化活动多点开花，

市区20余处广场开展文艺汇演、音乐诗会，蓬莱黄海绿洲公园举办庆国庆主题合唱汇演。

好戏不止于舞台，文旅体融合活动也亮点纷呈。9月26日，齐鲁足球超级联赛烟台主场，市文化馆结合足球赛事配套策划推出主题文艺展演，实现体育竞技与群众文化融合，吸引2.3万余市民球迷到场助威。同时，我市深入推进“文旅七进”，推动优质文化资源下沉乡村、社区、景点、福利机构，开展送戏下乡、基层汇演，各地结合实际举办群众性联欢活动，保障基层文化服务不断档。

文博书香满城绽放

中秋假期，全市文博场馆、图书馆、文化馆正常开放，多场精品展览轮番上线。市博物馆引进漳州海丝贸易瓷器与银币特展，同步开放馆藏瓷器精品展等；市文化馆推出三人艺术展、植物染艺术创作展；烟台美术博物馆推出“四季烟台”摄影作品展，全方位展现烟台四季流转之美；烟台图书馆推出体育集藏展等特色展览；蓬莱、牟平等区推出《八仙研究》艺术成果展、书法剪纸作品展，丰富市民的艺术鉴赏选择。

全市书香阅读活动同样丰富多彩。

中秋假期，烟台图书馆、烟台少年儿童图书馆及全市城市书房联动，以“月满中秋 礼赞国庆”为主题，线上线下推出主题展览、观影诵读等板块活动，让读者在书香与传统交织中感受中秋魅力。全市各级文化场馆开展中秋主题故事会、国学课堂等活动，推出公益电影放映、线上线下公益艺术培训，为市民打造“假期充电站”。

非遗民俗焕然生香

中秋假期，全市深挖胶东民俗非遗资源，将非遗展示、民俗体验融入景区、街区、文博场馆，打造可看、可感、可参与的沉浸式传统文化体验。

朝阳街—所城里街区、招远金镇等开展非遗展演展销。莱州草辫、面塑、胶东花饽饽等特色非遗技艺，月饼、花灯、传统拓印等节日手工体验，非遗市集、民俗巡游、传统习俗体验等传统文化活动遍地开展，实现了非遗活态传承。依托中秋系列主题活动，推动非遗走出展馆、走进大众，以民俗聚人气、以匠心传文脉，持续放大烟台非遗民俗文化的魅力，营造浓厚的中秋氛围。



9月27日，冠军中国选手杨昊/练俊杰(右)在颁奖仪式后。 新华社

练俊杰亚运双人十米台摘金

本报讯(YMG全媒体记者 刘晋 通讯员 贺红光)第20届爱知·名古屋亚运会赛场再传捷报：男子双人十米台决赛昨天落幕，烟台籍奥运冠军练俊杰搭档杨昊组成的中国队以465.54分的优异表现强势夺冠，为烟台再添亚运会金牌。

从烟台市水上运动学校的训练池出发，一路跃入亚运会、世锦赛、奥运会的决赛赛场。由烟台市水上运动学校培养输送的跳水运动员练俊杰，凭借精湛的“水花消失术”，不断刷新成绩，站上世界跳水之巅。

2008年，练俊杰被烟台市水上运动学校(原烟台市游泳训练中心)选拔入校，开启系统跳水训练。在校两年打下扎实基本功，随后入选山东省跳水队，16岁进入国家跳水队。从烟台的泳池起步，少年刻苦淬炼，一步步成长为中国跳水“梦之队”主力选手。

赛后，练俊杰认为本场比赛发挥正常。“其实我们还可以做得更好，各方面的细节，包括同步，还有上升的空间。”

这枚金牌也是烟台健儿在本届亚运会上收获的第三枚金牌。接下来，练俊杰还将出战男子单人10米台，与15岁小将赵仁杰共同参赛，目前该项目决赛尚未进行。

假期绿茵不打烊

中秋假期烟台三类足球赛事接力点燃港城

中秋假期，港城烟台绿茵赛场好戏连台，热度持续攀升。

9月26日晚，2026山东省齐鲁足球超级联赛四分之一决赛次回合在烟台体育公园鸣金，烟台队力克淄博队挺进四强，23597名球迷共赴月圆之约；27日下午，2026年“烟台银行杯”烟台城市足球超级联赛决赛在莱州一中附属学校体育场打响；26日上午，2026烟台市首届青少年足球联赛“未来杯”正式启航，全市足球小将、教练员及家长代表齐聚赛场，开启港城青训全新篇章。

从牵动全城的顶级竞技，到扎根区县的草根对决，再到孕育希望的青少年赛事，三类赛事中秋假期接踵登场、梯次衔接，勾勒出烟台足球多层次发展的生动图景，也让足球成为这个假期最具热度的城市关键词。

顶级赛事聚人气 最美主场铸品牌

作为全省极具影响力的足球IP，齐鲁超赛烟台赛区的每一个主场日，早已成为港城球迷的节日节点。本赛季开赛以来，烟台赛区常规赛主场场均观赛人数突破两万，上座率领跑全联盟，“最美主场”的名号响彻省内足坛。中秋假期这场八强战恰逢农历八月十六月圆夜，更汇聚了全城球迷的目光。

傍晚时分，体育公园周边车流渐密，身着统一助威服的球迷从四面八方汇聚而来，汇成连绵人流涌向球场入口。人群中有着追随球队多年的资深球迷，也有跟着长辈前来的懵懂孩童。对不少烟台家庭而言，到体育公园看球，早已不是一时兴起的消遣，而是假期与周末的常规生活选项。

齐鲁超赛自落地烟台以来，带来的远不止球队战绩的提升，更培育了规模庞大且稳定的球迷群体。从最初的核心球迷组织，到如今全家出动的普通观众，足球



2026年“烟台银行杯”烟台城市足球超级联赛决赛。

早已跳出小众圈层，成为融入城市肌理的公共话题。场场爆满的看台、整齐划一的助威，构成了省内闻名的主场标识，也让更多人在耳濡目染中走近足球、爱上足球。看台上那些跟着节奏呐喊鼓掌的少年身影，让足球的种子悄悄生根发芽，成为未来球迷群体源源不断的新鲜血液。

草根对决接地气 本土联赛深扎根

如果说齐鲁超赛是站在城市高度的全民狂欢，烟台城市足球超级联赛就是扎根区市、属于普通人的家乡赛事。参赛队伍全部来自各区市，球员都来自本地各行各业——脱下球衣，他们是身边的教师、上班族、大学生、个体经营者；踏上赛场，他们就是代表一方土地的“家乡球队”。

历经三个多月的小组赛与淘汰赛，12支参赛队伍层层突围，最终莱州队与黄渤海新区队会师决赛。比赛当天，千余名球迷从莱州各地赶到一中附属学校体育场，为家乡球队呐喊助威。有人从乡镇专程赶来，有人约上同事朋友结伴而行，也有全家老少齐上阵，把看决赛当成中秋假期的特别安排。场上拼抢的是熟悉的面孔，台下喊的是带乡音的口号，地缘与情感的双重联结，让草根赛事拥有了最牢固的球迷根基。

与高规格职业赛事不同，烟超的魅力正在于接地气。它让每个区市都有了自主队，让普通球迷在家门口就能为家乡荣誉加油，让业余球员有了正式的竞技舞台。这种扎根生活的足球生态，持续激活着基层足球活力，也让球迷群体向县域、向乡镇延伸，填补了职业赛事覆盖不

到的角落，让足球的热度渗透到城市的每一处肌理。

青训搭台育新苗 代际传承续动能

两场成人赛事，两种规模定位，共同营造了烟台足球的浓厚氛围。齐鲁超赛站在城市高度，用高规格赛事聚拢人气、扩大影响，夯实上层球迷基础；烟超深入基层区市，用本土化赛事激活活力、扎根群众，筑牢底层球迷土壤。两者上下联动、优势互补，构建起覆盖全市的足球群众网络。

在烟台，足球热爱的代际传递，往往在日常的观赛经历中自然完成。老球迷带着晚辈看球，从进球队过往到喊助威口号，一代又一代人的热爱在看台上接续传递。从市区到县域，从万人体育场到校园球场，不同的赛场里藏着同样的执着。没有一蹴而就的火爆，只有长年累月的浸润；没有刻意营造的热度，只有发自内心的热爱。

由烟台市足球运动协会主办的首届“未来杯”青少年足球联赛，更是直击我市青训俱乐部资源分散、各自为战的发展痛点。烟台市足协青少年足球训练中心通过整合全市场地、教练、赛事资源，打破俱乐部壁垒，搭建起市级青少年足球公共发展平台。中心依托会员俱乐部选拔优秀苗子组建市级队伍，参加省内外高级别赛事，推行以赛代练模式，帮助小将在实战中提升竞技水平；同时积极对接体育升学、专业梯队等发展渠道，为有足球特长的青少年拓宽成长路径。

中秋假期的足球热潮虽渐渐散去，但这座城市的足球故事仍在继续。坚实的球迷基础，深厚的民间热爱，完善的梯队建设，正是烟台足球不断向前的底气所在。月圆有尽时，热爱无止境，扎根于这片沃土的足球生命力，将持续生长、生生不息。

YMG全媒体记者 刘晋 摄影报道

防爆无人机“慧眼”巡库 保税仓库验收提速

烟台港油品保税仓库38个储罐通过验收，验收时长由十几小时压缩至十几分钟

本报讯(YMG全媒体记者 王鸿云 通讯员 张妍 程彦翔 廖丹)近日，一台防爆无人机在烟台港油品保税仓库平稳升空，按照预设航线穿梭在油品储罐全域，采集保税货物标识、储罐外观状态、隔离设施、安全设施、监控设备影像信息，协助工作人员完成了保税仓库验收工作。

保税仓库是经海关批准设立的专门存放保税货物及其他未办结海关手续货物的仓库。此次通过验收的油品保税仓库包含38个储罐，进口油品存入保税仓库后可随用随取、分批出库、分批缴税，可有效缓解企业的资金压力。

“储罐库区多存原油、燃料油等易燃易爆货物，我们每次验收进入库区都要穿戴繁琐的安全防护设备，防止产生静电、碰火花，同时大型储罐攀爬风险高，人工拍照存在盲区。”青岛海关自贸区生产特殊区域发展处综合科一级主任科员刘非非表示，根据库区安全生产要求，采用专用防爆无人机替代人员进入库区开展保税场所验收，可有效规避坠落、危化品泄漏、静电起火等各类安全隐患，还可通过空中终端图传、AI识别等智慧化手段进一步提升保税场所监管效能。

“无人机影像直观反映储罐建设、隔离设施、安全设施、监控设施等保税监管场所设立标准，同时航拍影像自带时间、定位信息，自动形成可溯源标准化电子档案，办事效率大幅提升，储罐的验收工作时长由十几小时压缩至十几分钟。”烟台港油品仓库主管张立颖介绍，验收工作无须准备安全防护设备，也省去调度入区准备、人员报备等前置流程，节约了大量人力物力成本。

“应用无人机开展监管作业是保税监管场所数字化、智慧化监管的高效技术手段，海关将持续优化监管流程，助力大宗商品保税物流产业发展。”烟台海关驻八角办事处主任李涛介绍。

据统计，今年1—7月份，烟台保税仓库入出库货物总值1037.1亿元，同比增长224.5%。

一杯“微醺”里的产业雄心

(上接第一版)降低葡萄酒的认知门槛。此后数年，烟台持续深耕这一IP，实现了从“产品输出”到“品牌输出”的跨越升级。

在今年的葡萄酒产业链工作会议上，烟台市人大常委会主任、市葡萄酒产业链链长于永信提出了新的战略发展方向：“要紧跟当前国家促消费大势，创新思路扩大葡萄酒主题消费，推动‘微醺品牌’向‘微醺经济’转变。”

市商务局局长、葡萄酒产业链链办主任杨东霖表示，把葡萄酒从普通商品拉升到城市文化的高度进行系统性创新，运用新理念新打法，让葡萄酒所代表的微醺生活成为新的消费增长点，引领产业进一步向上突破。

从“微醺品牌”到“微醺经济”，一词之差，折射的是烟台对产业阶段转换的清醒认知：当产区规模、品牌价值、国际荣誉等供给侧指标已稳居全国首位，产业进一步增长的瓶颈正在从“酿得好”转向“卖得好”“喝得好”。

这种转向，在消费端已有迹可循。最直观的变化，是葡萄酒消费场景的物理扩张。2026年4月，首批5处“烟台葡萄酒城市会客厅”授牌；4月16日，大德葡萄酒文化博物馆正式启用；4月26日，华纳酒窖(芝罘店)酒文化驿站与黄渤海新区炼金密藏葡萄酒主题餐吧同期开业；5月1日前后，微醺驿站一烟台葡萄酒慢生活体验中心开门迎客；嘉酒站24小时自助打酒终端相继落地渔人码头、烟大小吃街和上市里。短短一个月内，从博物馆到酒窖，从主题餐吧到自助打酒终端，一批葡萄酒消费新场景在烟台密集落地。更深层的变化在于：葡萄酒的消费场景正从宴席、酒庄向商圈、街区、校园延伸，消费决策正从“品牌驱动”向“场景驱动”迁移。

支撑这一转向的深层根基，是文化。文化与产业，正如鸟之两翼、车之双轮。134年的历史文化是烟台葡萄酒产业不竭的动力源泉。从“产”到“销”，从“专业”到“大众”，从“品牌”到“经济”——烟台葡萄酒产业正在完成一次从产业思维到城市思维的升维。

把“微醺”种进城市的日常

葡萄酒季的价值，不在于一两个月的热闹，而在于能否把“微醺”种进城市的日常。

将于9月29日启动的2026烟台葡萄酒季，将“常态化”三个字贯穿始终。“红酒海岸·周末微醺”被明确为子品牌，优选10月至11月周末开展系列主题体验活动。“鱼饺子配干白”全民品鉴活动，把胶东民俗“饺子就酒，越喝越有”转化为可体验、可传播的美食场景；微醺·摇摆舞会在趣浪沙滩举办，配套葡萄酒品鉴专区；微醺国风漫游在朝阳街、所城里等景点，游客参与互动任务即可获取专属代币，兑换品鉴体验或消费满减。

“烟台微醺+”地图以“葡萄酒+”为理念，串联全域微醺场景。嘉酒站24小时自助打酒终端在市区核心商圈和文旅地标批量投放，“用喝奶茶的方式随时随地体验微醺”正在成为现实。

“10+3”文旅体验矩阵为四季运营提供空间支撑。张裕酒文化博物馆晋升一级博物馆，大德酒窖创建葡萄酒文化博物馆，葡萄酒主题消费场景增至25处。5处“烟台葡萄酒城市会客厅”布局完成。张裕推出长尾猫、熊司令、烧烤多名利、1931解百纳小瓶葡萄酒四类焕新产品；华纳酒窖(芝罘店)酒文化驿站与黄渤海新区炼金密藏葡萄酒主题餐吧同期开业；世芳楼观景酒吧、小巴黎葡萄酒餐厅等各具特色的消费文化体验场所，带动葡萄酒、起泡酒、鸡尾酒及各类低酒精新型饮品常态化消费。

这些活动的共同目标是让葡萄酒消费在时间上贯穿四季、在空间上覆盖全域、在人群上触达全民，把“城以酒为名、酒以城而兴”写进烟台街头的日常。

让年轻人端起第一杯烟台葡萄酒

葡萄酒季的终极愿景，是让“微醺”成为一种生活方式和长久的城市记忆。

这种生活方式的根基，是文化。烟台系统梳理130多年产业积淀，把“历史文化、风土文化、城市文化、发展文化”确立为烟台葡萄酒文化核心内涵。从孙中山先生题赠“品重醴泉”，到周恩来总理日内瓦“白兰地外交”；从毛主席“让人民多喝一点葡萄酒”的殷切嘱托，到新时代产业振兴的奋进征程——每一段历史都构筑起中国葡萄酒文化自信的坚实底气。

这种生活方式的载体，是人。全市策划组织“烟台大学生葡萄酒文化生活季”系列活动，推选“烟台葡萄酒文化青春推荐官”，构建青年文化传播矩阵。5所院校新开设葡萄酒专业，新增2处博士后科研工作站，全市葡萄酒领域科研平台达到32处。培育壮大品酒师、酿酒师、调酒师等专业人才队伍，让“微醺生活”有专业支撑、有文化厚度、有青春活力。

这种生活方式的未来，是年轻人。张裕几款焕新新品市场表现颇具说服力：长尾猫白葡萄酒上线3天预售破百万、全网曝光超6亿次；熊司令果汁葡萄酒开创国产果汁葡萄酒新品类；多名利烧烤葡萄酒在啤酒长期统治的烧烤场景撕开一道属于葡萄酒的增量入口。下一步，烟台将紧盯年轻消费群体，复制推广长尾猫、熊司令、悦炫等产品经验，积极研发起泡酒、低度酒、果汁葡萄酒等新品类。

“烟台·让世界微醺”——这句城市口号里，藏着一座城市的产业雄心，也藏着一种生活的温柔主张。当葡萄酒不再是宴席上的仪式，而是街头巷尾的日常，当“微醺”不再是酒精的作用，而是一座城市的气质——这座亚洲唯一的国际葡萄·葡萄酒城，下一程才刚刚开始。