

烟台，举杯！

2026烟台葡萄酒季开启金秋微醺盛宴

属于烟台秋天的浪漫，在昨日绽放。

9月29日，这座亚洲唯一的国际葡萄·葡萄酒城准时按下“微醺键”——2026烟台葡萄酒季如期而至，开启为期两个多月的金秋盛宴。

海滨的落日余晖洒在滨海广场，1892微醺造浪场的60余个潮流展位次第排开，嘉酒站自助打酒终端亮起灯箱，“烟台微醺+”地图正式上线，10位外籍“微醺推荐官”接过旗帜……台上，乐器合奏《仙境游》悠扬婉转，男声小合唱《冲向巅峰》昂扬奋进；台下，市民游客举杯品尝张裕焕新产品，微醺·摇摆舞会即将在趣浪沙滩开场，“鱼饺子配干白”的香气弥漫在秋夜的海风里。

这座城市与一杯酒的关系，正在被重新定义。

两个多月的“微醺”季全域拉开

134年的发展历史，在烟台沉淀了浓厚的葡萄酒文化环境和氛围，葡萄酒文化已成为城市IP的重要组成部分。烟台因葡萄酒而扬名，葡萄酒因烟台而兴盛。

从9月29日开始，历时两个多月的2026烟台葡萄酒季主体活动正式启动，统筹各方面资源，推出系列惠民措施，把本次葡萄酒季办成有热度、有影响力、有实效的文旅盛会。

启动活动中，3位致辞者从不同维度，勾勒出这届葡萄酒季的底色与方向。

烟台市人大常委会主任、葡萄酒产业链链长于永信并没有停留在过往的数字上，而是将目光投向更深处，他提出葡萄酒

季要着力做到“时间更长、范围更广、参与度更高”“参与主体更多、活跃度更强、配套活动更实”“媒体赋能更足、宣传声势更大、社会影响更广”，并明确“通过每年接续举办，打造成为全国知名的葡萄酒特色节庆品牌”。这不是一次性的热闹，而是一座城市对葡萄酒文化的耕耘与坚守。

战略方向明确，关键在于落地执行。烟台市商务局党组书记、局长杨东霖在发言中，用“11大主题、33项具体活动”概括了本届葡萄酒季的总体安排，提出三个“聚焦”：聚焦消费提质，依托5处“烟台葡萄酒城市会客厅”和嘉酒站自助打酒终端，打造微醺消费新场景；聚焦产业增效，联动张裕推出双节惠民举措，设计开发3条“微醺之旅”旅游线路，君顶、龙亭、国宾、瀑拉谷等酒庄同步开启丰收采摘艺术季；聚焦品牌文

化，做优“烟台微醺+”地图，开设线上葡萄酒专区，举办葡萄酒文化知识大赛和大学生葡萄酒文化季。

政府搭好台，企业如何唱戏？张裕作为链主企业的回应，给出了最具体的答案。张裕葡萄酒股份有限公司总经理孙健直接“上干货”——海边千人宴，邀请400多位达人，在落日与晚霞中举起长尾猫，品海鲜、喊号子；10月1日烟台山“抓住这只猫”趣味游园，提前一晚藏好1892瓶长尾猫，游客找到即可参与抽奖；烟台10个葡萄酒主题景区推出免门票、折扣、套餐等惠民政策；长尾猫进驻380家海鲜餐馆、烧烤多名利进驻169家烧烤店，就餐即可免费品饮，发朋友圈还赠酒。

让葡萄酒从产区的酒窖里走出来，走进商圈、走进街区、走进餐馆、走进市民和游客的日常。这正是“微醺烟台”从品牌走向经济的核心逻辑。

24小时有酒喝，解锁“微醺+”地图

本次活动的最大亮点，无疑是将葡萄酒与烟台的融合从产区观光延伸，渗透进市民和游客吃、游、购、娱的日常生活。

市民与游客只需扫一扫，便可解锁全城微醺目的地，让葡萄酒体验触手可及。活动现场发布的“烟台微醺+”地图，串联起全城酒旅资源的数字化指南。“这份地图整合全市酒庄景区、特色餐饮、文化空间、潮流打卡地等多元资源，打破单点游玩的局限，打通吃游购娱全消费场景。”烟台市融媒体中心副主任刘镇介绍时表示，目前线上地图已推出微醺漫游、微醺美食、微醺潮流、微醺栖迹等模块，供市民和游客浏览。

有了全域资源导航，配套的出行体验同样是产业落地的关键。烟台葡萄

酒文旅产业发展联盟理事长李军现场发布“微醺之旅”葡萄酒特色旅游线路，围绕仙境海岸的山海禀赋，推出葡萄酒起源探寻 CityWalk 一日游、2天2晚寻仙微醺线、2晚3天小众宝藏线共三条差异化精品路线，兼顾城市漫游、深度度假与小众沉浸式体验，给不同需求的游客提供可落地的出行选择。

让葡萄酒走近日常，不仅要有路线和地图的指引，更要有触手可及的便利。活动现场，嘉酒站自助打酒终端集中上线。作为24小时自助打酒新零售品牌，嘉酒站自助打酒终端现已布局在渔人码头、烟大小吃街、上市里等核心商圈与文旅地标。“我们希望能够推动烟台的葡萄酒、起泡酒、低醇饮品等，形成常态化‘街卖’，让大众像买奶茶一

样轻松体验微醺。”烟台嘉酒站公司总经理梁进忠介绍。

线下场景扩容的同时，线上渠道同步补齐。烟台本土葡萄酒线上主阵地烟海e家嗨e购商城葡萄酒专区正式上线，多款葡萄酒开启1元秒杀，拓宽葡萄酒线上消费入口。

一座城市的魅力，需要被看见，需要被传播。本届葡萄酒季，10位外籍友人担任“微醺推荐官”，向世界传递“微醺烟台”的魅力。烟台市委常委、宣传部部长吕波为推荐官授旗。

不难发现，一套覆盖“线上一线、城市一山海”的葡萄酒文旅消费矩阵正式亮相。烟台也正跳出传统葡萄酒产销思维，以文旅为纽带，将一瓶葡萄酒演化成一种城市生活方式。

微醺的氛围，是海岸边这场“造浪”给的

海风一吹，酒香一漫，滨海广场就成了一个巨大的微醺现场。

走进1892微醺造浪场，60余个潮流主题展位沿海岸线铺开，六大板块各有各的热闹。

“酒力全开·微醺聚场”里，张裕等本土酒企把展陈做得很轻。新品试饮、小份品鉴、文创周边等，少了严肃展销的距离感，多了打卡体验的松弛感。张裕展位前，DIY鸡尾酒调配区排起了队，年轻人自己摇出一杯专属特调，举杯拍照的劲头比喝酒还足。仙岛酒庄展位工作人员向记者介绍，今年带来的品丽珠白葡萄酒很受年轻客群欢迎，“用红葡萄酒种酿的干白，很多人盲品时都猜不出来，几位酒友已经当场下单。”

“猫鱼CP·美味对对碰”把胶东人“饺子就酒、越喝越有”的民俗搬到了海边。鱼馅儿水饺在锅里翻滚，旁边就是冰镇干白品鉴台。一位本地大叔端着杯子说：“热饺子配冰干白，比啥都熨帖。”

再往前，“微醺潮饮 Chill 局”融合精品咖啡和创意特调，降低了葡萄酒的体验门槛；“酒旅漫游计划”联动旅行社、民宿推介微醺线路；“微醺海岸生活家”把高品质住宅项目搬进展区，传递“面朝大海、举杯微醺”的生活场景；而“AI微醺造像馆”前排着长队，游客扫码上传照片，AI即时生成微醺主题海报，还能现场做成冰箱贴。一位刚拿到成片的姑娘笑着说：“发

朋友圈比喝酒还上头。”

傍晚，微醺奇遇大巡游把气氛推向高潮。微醺八仙、酒神精灵、葡萄仙子、小丑和充气玩偶组成巡游队伍，从滨海广场一路串联到朝阳街历史街

区。他们不只是巡游，更是NPC——游客通过互动游戏赢得微醺银票，集齐不同数量就能兑换不同权益。

暮色渐沉，“山海仙境·落日微醺”长桌海鲜宴沿海铺开。落日、海风、海鲜，再配上一杯白葡萄酒，烟台把秋日的浪漫摆上了桌。张裕工作人员穿梭斟酒，一位带着全家来的市民举起杯子：“在烟台住了这么多年，第一次觉得海风是甜的。”

落日褪去，滨海广场的热闹仍在延续。

从展位品鉴到巡游互动，从长桌宴饮到AI打卡，这场“微醺造浪”，让更多人读懂烟台葡萄酒的别样魅力。一时的狂欢是流量，而真正的考验，是如何把这份海岸边的氛围感，转化为长久的城市消费与产业动能。

属于烟台的微醺故事，还将持续上演。

YMG全媒体记者
孙长波 董佳怡 衣玉林
通讯员 阮喻晓



①

①市民与人偶互动。
②游客在启动活动上“打卡”。
③市民和游客在百米海鲜宴上干杯。
④演员在2026烟台葡萄酒季启动活动上进行巡游表演。
YMG全媒体记者 唐克 摄



②



③



④