



一杯“微醺”里的产业雄心

九月的烟台，海风里裹着葡萄的甜香。
滨海广场上，1892微醺造浪场的展位正在搭建，嘉酒庄自助打酒终端亮起灯箱，“全球葡萄酒旅游目的地——烟台”主题巴士穿行于山海之间——9月29日，由烟台市葡萄酒产业链、市委宣传部、市商务局主办的2026烟台葡萄酒季将正式启幕。
这不是一场简单的节庆。
从2022年“烟台·让世界微醺”城市品牌首次推出，到2026年以“季”为载体全域联动——这一演进脉络，折射出一条清晰的逻辑链：烟台正在用“链长制”的系统思维，把葡萄酒从“产区的酒”变成“城市的酒”，从“产业的酒”变成“生活的酒”。

十年榜首，半壁江山

品牌价值864.06亿元，连续十年位居中国葡萄酒类榜首；产销量占全国40%以上，营收、利润占全国半壁江山；全产业链综合产值突破500亿元，配套企业250多家……这是烟台葡萄酒产业的“基本盘”。
数字背后，是“链长制”带来的制度红利。市委出台实施意见，市人大常委会立法颁布产区保护条例，市政府制定“链长制”实施方案，市政协创设“葡萄酒产业·界别同心汇”，构建起“链长—链办—区市—链主企业”四级联动体系。商务、财政先后落实惠企资金5000多万元。

烟台把葡萄酒产业纳入重点产业链顶层设计，用链式思维重塑产业生态。黄渤海新区柳林河谷集聚张裕卡斯特、丁洛特、可雅三大酒庄及工业旅游线路，获评国家4A景区和山东生态旅游度假区，“葡萄酒+文旅+消费”多业态融合发展开创国内先河；蓬莱丘山谷汇聚7座精品酒庄，致力打造中国葡萄酒特色小产区；莱山瀑拉谷获批国家现代农业产业园，已建成8座酒庄。三大区片产能占全市70%以上。
这份答卷，是烟台葡萄酒季最厚实的底色。

一条递进的城市IP之路

回看烟台葡萄酒产业的品牌化路径，一条清晰的递进线索贯穿始终。
2022年，提出“烟台·让世界微醺”城市品牌——用“微醺”这个更具年轻感、生活感的表达，替代传统的“干红”“干白”专业叙事，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。

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。
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。
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。
“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。

YMG全媒体记者 孙长波



光大云缴费®
Cloud Fee Payment

光大银行·云缴费 交暖气费有优惠啦！

活动时间：10/09—10/31 每日10:00:00-23:59:59

满1000元有机会立减

18.8-188元

缴费路径：云缴费APP/官方小程序“首页”-选择“供暖费”项目-选择“微信支付”绑定光大银行借记卡/信用卡缴纳供暖费，即有机会赢立减优惠。

参与限制：活动期内每天释放330个名额，每位客户借记卡、信用卡共参与活动一次。

Bank 中国光大银行
CHINA EVERBRIGHT BANK

*注：付款页面如无“本单可随机立减”字样则表示当日名额已用完。

活动详询光大银行客服电话 95595

