

两个多月的葡萄酒季， 让葡萄酒从产区的酒窖里走出来，走进商圈、

YMG全媒体记者 孙长波 董佳怡 衣玉林 通讯员 阮喻晓

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·摇摆舞会在趣浪沙滩开场，“鱼水饺配干白”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。

启动活动上，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。

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、多名利烧烤进驻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。

扫一扫“微醺+”地图，24小时有酒喝

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，目前线上地图已推出微醺漫游、微醺美食、微醺潮饮、微醺栖途等模块，供市民游客浏览。

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3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。

让葡萄酒走进日常，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说。

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。

不难发现，一套覆盖“线上-线下、城市-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。

