

青岛啤酒博物馆



类型：遗迹遗址类

所属地区：青岛市市北区

提报单位：青岛开放大学

提报负责人：谭敏

一、背景与历史价值

青岛啤酒博物馆依托青岛啤酒厂早期建筑建成，2003年于青啤百年华诞之际开放，2018年列入首批中国工业遗产保护名录，2021年获评国家一级博物馆。馆内藏有30182件/套藏品，以“百年酿造工艺展”和“啤酒文化发展史”为核心陈列，是集历史展示、工艺传承与文化传播于一体的重要文化地标，完整承载着中国啤酒工业的百年记忆与多元价值。

1. 历史背景：中国啤酒工业的百年缩影与遗产见证

作为中国啤酒工业百年缩影，博物馆见证行业发展全历程。1903年德英商人创办“日耳曼啤酒公司青岛股份公司”，开启中国现代啤酒工业脉络，1906年获慕尼黑国际博览会金牌；1949年后收归国有，培育新中国第一株啤酒花、制定首部啤酒操作法；1978年以来，1993年成为中国首家海外上市大陆企业，1998年实施“大名牌发展战略”，2003年以“活态遗产+科技赋能”模式活化工业遗产，成行业典范。

2. 红色基因内涵：国企担当与精神传承的生动实践

1949年成立党支部后，青啤以党建为“根”与“魂”，将党组织内嵌治理结构。作为改革开放践行者，实现上市融资、奥运赞助等突破，建成全球啤酒行业首个工业互联网“灯塔工厂”；工匠精神代代传，郝全青33项技术革新创8000余万元价值，尹花团队获国际奖项，形成“1+N”党员引领技能传承体系。

3. 地域特色：华东地区文化经济融合发展的纽带

作为华东文化经济融合纽带，博物馆保留德式工业建筑群，是华东近代工业文明与中西文化交融遗存；带动登州路啤酒街区及周边产业，构建“工业遗产—旅游消费—城市经济”联动模式；通过啤酒节等活动凝聚社会认同，是了解华东文化窗口与本地文化自信载体，为区域文旅融合与经济增长注入动力。

二、现状与开发情况

1. 实体资源：分级保护体系完善

核心依托的1903年青岛啤酒厂早期建筑，2018年入列首批中国工业遗产保护名录，德国青年派风格的糖化车间、百年西门子

电机等遗存意义重大。后续又获国家一级博物馆、国家工业旅游示范基地等称号，2024年成为国家工业遗产保护利用典型案例。展馆面积超6000平方米，分A、B馆呈现工业发展脉络，馆藏超3万件/套，含1906年金奖证书等珍贵实物，完整记录行业百年史。

2. 数字化资源：科技赋能智慧化

建成含票务管理等六大模块的“数字中台”，数字化藏品占比45%，同时筹划NFT化开发与专属大语言模型。推出“元宇宙游览”测试版、数字孪生系统，结合VR/AR技术提升互动体验。线上服务矩阵多元，AI导览机器人支持四国语言，智能票务与大数据平台提升效率，2025年多语种系统将覆盖境外游客流程。

3. 现有利用方式：聚焦多场景文化活动

红色教育场景中，以国企发展史为脉络建沉浸式课堂，借实景剧游具象历史，助力精神传承。研学实践场景构建全龄科普体系，每年200余场青少年公益活动，还为行业从业者提供专业实训。文艺创作与文旅融合场景亮点突出，形成创作素材基地，推出微纪录片，打卡点受追捧；打造全时段文旅产品，2025年升级夜游项目；构建立体文创矩阵，推动跨界联名；以博物馆为核心延伸多元场景，将啤酒文化融入城市生活。

三、特色与创新点

青岛啤酒博物馆在文化传承与创新实践中形成鲜明特色，兼具地域独特性与时代创新性，通过多维传播矩阵构建强大品牌效应。

1. 地域独特性：锚定青岛文脉的文化融合实践

(1) 推动非遗技艺现代表达。联合本地非遗传承人打造跨界作品，如“百年青啤故事剪纸系列”再现历史节点，“啤酒酵母花饽饽”融合传统面食与啤酒文化；设“青岛工业技艺传承角”，对比展示啤酒酿造与本地传统发酵工艺。

(2) 深度绑定民俗活动。作为青岛国际啤酒节核心载体，每年推出非遗特展与民俗体验周，2024年啤酒节接待游客超25万人次；复刻上世纪“啤酒屋”场景，还原市井生活画面，设置“老青岛啤酒宴”展示区，诠释本地饮食民俗。

2. 时代创新性：数字技术驱动体验革命

2024年数字化建设投入占比达35%。在元宇宙场景构建上，上线“元宇宙游览”测试版，打造三大虚拟场景，游客可化身“虚拟酿酒师”；推进核心藏品NFT化，已上线30款数字藏品。AR技术实现全场景应用，80%常设展区部署AR导览，扫描展品可重现历史场景、演示酿造工序；打造沉浸式光影剧场与夜间AR解谜项目，带动夜间经济收入占比升至28%。升级智慧服务体系，“数字中台”贯通六大模块数据，AI导览机器人服务覆盖率60%，大数据平台需求预测准确率82%。

3. 传播影响力：通过多维矩阵持续攀升

2024年接待游客180万人次，综合收入超2亿元，文创收入破1亿元；获中央级媒体报道32次，抖音话题播放量超2.3亿次，小红书笔记超12万篇。品牌荣誉丰硕，斩获多项国家级荣誉，2024年入选文旅融合创新十佳案例，品牌价值达376.82亿元；主导编制行业指南，与30家博物馆共享数字资源，培训行业人员超100名。国际传播成效显著，2024年境外游客占比

15%，线上特展覆盖 12 国，海外观展超 80 万人次；与多国啤酒博物馆合作，推出联名文创，提升国际品牌认知度。

四、相关资料



实践基地照片