

# “节”与“城”共融共生相互成就

## 金沙滩啤酒城与“云上啤酒节”共同擦亮西海岸新区“啤酒之城”名片

位于金沙滩啤酒城内的青西金啤大篷。



扫码关注  
政青岛了  
解更多详情



在青岛,有两种泡沫令人沉醉,一种来自大海,一种来自啤酒。可以说,啤酒文化成就了青岛不拘小节、大气豪爽的城市性格。而青岛啤酒文化中最重要的组成部分,无疑是在每年夏季如约而至的青岛国际啤酒节。

青岛啤酒节,“醉”美西海岸。7月22日至31日,第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)在线上成功举办。本届啤酒节以创新形式树立文旅行业数字化节庆标杆,线上精彩呈现,线下全域联动,全民参与共享。青岛西海岸新区以“啤酒+”多元链接的城市发展路径,将“啤酒之城”这张国际城市名片再次擦亮。10天内,本届啤酒节实现了139万人次参与狂欢,各级各类平台和媒体总曝光量16亿多次。闭幕10天以来,与“云上啤酒节”共融共生的青岛西海岸金沙滩啤酒城,持续保持“好客”热情不减,继续延续啤酒节的精彩。通过“节与城”的相互成就,再次在传承中实现超越,彰显了青岛“活力海洋之都、精彩宜人之城”的城市魅力。

### 以科技打破时空限制

这一刻你在伦敦的小酒馆里,下一刻便置身美国洛杉矶的Kinsale酒吧,再一转眼,你又被带回“云上啤酒节”的直播间……这是本届啤酒节特别打造的线上“青岛与世界干杯”活动,以直播连线、短视频等方式,同来自俄罗斯、英国、葡萄牙等12个国外城市以及17个国内城市的知名酒吧直播互动。

无形的“云端”,有形的精彩。本届啤酒节还组织了10场大型直播,包括“知味啤酒节”“云游西海岸”“主题之夜”等推介活动,国际演艺连线、酒王争霸赛、啤酒文化时装秀等文化演艺活动,以及琴岛雄风拳王争霸赛、电竞嘉年华、街舞大赛等体育赛事。

啤酒节“上云”,创新不止于形式,更是一次从“表”到“里”的全新呈现。这是大型节庆活动数字化转型的又一次创新尝试,传统节庆与现代科技深度融合,进一步放大了青岛国际啤酒节的品牌效应。



本届啤酒节云上直播间现场。



本届啤酒节的云上商贸板块。

这一品牌效应在云上商贸板块得以进一步彰显。本届啤酒节与京东、淘宝、支付宝、无锋科技等强强联合、品牌联动。在京东、淘宝、快手、抖音四大平台开设国际啤酒节线上自营旗舰店,推出30多个商家100余种产品。联合支付宝开发青岛国际啤酒节数字程序,首次限量发行1万份啤酒节数字纪念票,开发4款1.2万份哈舅主题数字藏品。在官方微博以及抖音、B站等新媒体平台开展“全民任务抖音挑战赛”、B站UP主共创大赛等线上营销活动,节会品牌价值进一步放大。

### 以创新推动业态升级

今年的啤酒节虽然全部在线上举办,但金沙滩啤酒城依然常态化运营,同样精彩纷呈。

在啤酒城内,两万平方米的青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园悄然落成,与北纬36度黄金海岸线上的浪花一起酝

酿着夏日惊喜。这座“精酿啤酒花园”涵盖1903时光精酿工坊、青岛啤酒时光海岸度假酒店、威士忌俱乐部、汤谷啤酒SPA、1903面包坊、婚恋基地等六大时尚业态场景,成为全球首创、规模最大、业态最全、体验最丰富的沉浸式啤酒+消费生活体验MALL。

除了新增业态外,啤酒城内的原有业态也不断升级。在精酿啤酒嘉年华,20米超长酒墙上的100个酒头一字排开,可同时接管百款国内外啤酒;城内商超汇集了30余个国家的7000余款优质商品……这里已经成为国内知名的精酿啤酒“体验目的地”。

在啤酒城中心位置,国内首个独立景观式裸眼3D“青岛礼物”成为网红打卡地。作为世界上面积最大的啤酒主题广场,金沙滩啤酒城精心打造了如梦如幻的光影乐园,园区内星光大道的哈舅迎宾、庆典花篮等主题灯组美轮美奂;西广场的“哈舅气模”装置、凤凰飞行器飞行表演,时尚和科技感十足;啤酒文化博

物馆处的星空天幕,打造出漫天星辰的奇妙世界……

如今,金沙滩啤酒城已向市民和游客全面开放,城内“吃、喝、玩、游、购、娱”各类业态正以全新姿态迎接来自五湖四海的朋友。

### 以节庆激发消费潜力

青岛国际啤酒节已成为开放活力的符号,深刻融入了城市风貌和市民生活之中。

本届啤酒节期间,青岛西海岸新区全域联动,同步启幕中德生态园消夏文旅周、星光海岛嘉年华、红树林海洋光影狂欢节、海青镇北茶商街“侠义岛”消费节等活动板块,城市阳台、奥特莱斯等特色商业街区和旅游景区景点借势发力,让新区的“夜经济”飘散着啤酒香。

一节带万店。青岛西海岸新区25家重点商超、商贸综合体与线上啤酒节联动,开展线下“欢动西海岸”购物节等系列主题活动。新区酒店入住率环比提升45%,餐饮饭店、小吃摊点等生意红火。发放“金沙滩啤酒城数字人民币消费券”812.5万元,直接带动消费收入3000余万元。

在促进交流合作方面,本届啤酒节邀请青岛西海岸新区65个重点项目的85名企业家举办“企业家之夜”。与中国酒业协会联合主办2022中国国际啤酒挑战赛及交流活动,再创新亚洲第一啤酒赛事规模新高。金沙滩啤酒城与黄河口生态旅游区达成战略合作,有效拓展了啤酒节旅游营销渠道和客源市场。

办好一次会,搞活一座城。从啤酒城到“啤酒之城”,青岛西海岸新区充分发力“IP+”,以金沙滩啤酒城这一文旅地标为基点,以啤酒文化为纽带,不断拓展文旅新业态,创新文旅消费新模式,构建起一个包含文化、旅游、消费、交流合作等要素在内的全域文旅消费场景,城市吸引力和竞争力持续增强,奏响了以文旅融合助推高质量发展的新乐章。自2015年登陆青岛西海岸新区以来,不仅青岛国际啤酒节这一品牌得到了不断丰富和超越,青岛西海岸新区“啤酒之城”这张城市名片同样愈加熠熠生辉。以啤酒之名、节会之形、品牌之实,再启新发展,“节与城”共融共生、相互成就的精彩故事将在这里不断演绎。

本版撰稿摄影 观海新闻/青岛早报  
记者 张孝鹏 通讯员 刘伟