

本周五开幕 崂山邀您来“嗨啤”

第33届青岛国际啤酒节(崂山)21日开幕 为期31天 打造国内首个“愤怒的小鸟”主题水上乐园

7月18日,崂山区召开媒体吹风会,发布第33届青岛国际啤酒节(崂山)整体情况。与城相依,与城成长,相互成就。7月21日,备受关注的第33届青岛国际啤酒节(崂山)将在世纪广场啤酒城盛大开幕。

坚守与创新 一座城对节庆的态度

从1991年开始,青岛与啤酒节许下一年一次的约定,33年来从未缺席。这是青岛这座城对节庆的坚定态度。

1991年6月23日,首届青岛国际啤酒节在中山公园拉开帷幕。1994年第四届开始在崂山举办。30年来,在崂山,青岛国际啤酒节已经从节日变成了一种情怀,成为大家在夏日里如约而至的最美邂逅。

记者从吹风会上获悉,今年,崂山区将延续“云上体验+沉浸消费”的创新办节模式,结合本土特色文化和优势特色产业,既体现崂山会场的国际范、科技范、时尚范,又体现“烟火气”“人情味”。

崂山会场首次延长办节时间,聚焦推动消费扩容升级,将节日举办时间延长至31天,时间为7月21日—8月20日;首次引进“愤怒的小鸟”主题游乐设施,打造国内首个“愤怒的小鸟”主题水上乐园;首次在节前对外进行物价公告,接受社会监督,坚决杜绝欺客宰客等消费领域问题,严查价格欺诈、以次充好、设置最低消费等不法行为,妥善处置消费纠纷,提升节日服务质量和游客参与体验度;首次与音乐节联合互动,啤酒节期间将举办首届“山海星潮”音乐节、2023青岛国际吉他艺术节等活动。

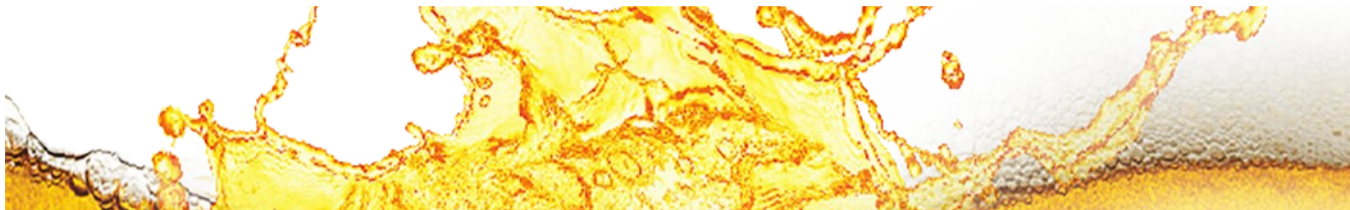
将延续青岛与世界干杯这一永恒主题,打造国际品牌展,规划国际主题日,组织各国啤酒品牌展销,推出具有国际性的文旅推介活动;延续开展“元宇宙啤酒节”,实现线上元宇宙青岛国际啤酒城和世纪广场啤酒城双城联动,开展在线互动、宣传营销等活动,打造沉浸式文娱体验;延续全域办节传统,打造全域办节的浓郁节日氛围;延续三大办节阶段,营造浓厚的节庆氛围,带动全域文旅经济发展。

崂山会场将聚焦推动消费扩容升级,策划举办水上乐园等时尚消费体验类活动;聚焦拉动区域经济增长,实施“文旅+”,形成全域办节氛围,带动住宿、餐饮消费加速回暖;聚焦举办多元文化活动,展示异域文化风采,提升节日国际化水平;聚焦彰显崂山特色,策划组织“崂山街道主题周”活动,为群众搭舞台,提供展示区域形象、推介特色产业的平台;聚焦打造“科技体验节”,策划举办无人机秀、裸眼3D秀等活动,展示崂山区虚拟现实、人工智能产业发展成果。

科技与新潮 串起夏季文旅大戏

记者从吹风会上获悉,作为崂山会场举办史上最长的一届啤酒节,今年,崂山区将通过前、中、后三个阶段有序开展活动,实现节前预热全球传播,节中活动全龄狂欢、节后热度全域辐射。

7月21日开幕式当晚(20:00—20:15),1000架无人机夜空展示崂山区山海城相融底蕴,与啤酒节创意元素、



世纪广场啤酒城已开始布置会场。

在中广场北入口设置裸眼3D大屏幕,通过32届啤酒节征集吉祥物“啤啤”“玖玖”的视角,讲述崂山文化故事,领略崂山旅游风光,体验崂山科技力量。

传播与迭代 节庆让城市更美好

青岛国际啤酒节不但成为国际节庆活动,更实现了节庆文化的成功输出,已经成为青岛节庆活动中的最强IP。

今年3月17日,第十九届中国会展行业高峰论坛(春季)暨年度颁奖盛典活动在上海举行,第32届青岛国际啤酒节(崂山)成功获评2022年度中国十佳品牌节庆活动。

第32届青岛国际啤酒节,崂山会场打造了全球首座元宇宙啤酒城,实现了青岛国际啤酒节与崂山优势产业跨界融合和有机衔接。在这个元宇宙世界的第二个年头,“元宇宙青岛国际啤酒城”增加了许多虚拟互动场景,包括啤酒节水上乐园、“遇见啤酒节”网红打卡墙等。今年的升级版不仅提供剧情式体验和定制化虚拟形象,还允许用户参与社区活动、观看线下世纪广场啤酒城潮玩区、“愤怒的小鸟”水上乐园、芳草地·梦剧场、“崂山好品直播”、VR科技体验、“裸眼3D秀”等活动直播。线上线下的联动以及虚实融合的体验,让市民和游客跨越时空,全身心地投入青岛国际啤酒节的活动中。

自7月21日起,用户访问“文旅崂山”微信公众号自由选择动漫形象进入“元宇宙青岛国际啤酒城”,进行3D场景漫游、弹幕社交、打卡合影,在线参与互动趣味游戏,赢取线下啤酒品饮券、美食代金券、水上乐园门票等啤酒节专属礼品。

青岛国际啤酒节的元宇宙升级迭代,进一步推动了数字文旅的发展。这项创新举措为市民和游客带来了独特的体验,同时也提升了啤酒节的吸引力。

观海新闻/青岛早报记者 陈勇
通讯员 张绪霞 赵子健 摄影报道

歌舞表演相结合,打造沉浸式体验。8月20日啤酒节闭幕当晚,800架无人机进行未来创想表演,发出“干杯2024”诚挚邀约。

在南大门人口广场及西侧草坪设置芳草地·梦剧场舞台,组织崂山基层群众队伍进行非遗和民俗文化展演,目前已组织5个街道、21个社区及艺术团体,共展演近40台文艺演出。同时为崂山区各协会、各企业提供商务推介、形象展示,打造崂山区产业全时段宣传窗口。

在南广场北侧靠近梅岭东路开阔区域打造潮玩区,联合崂山区各行业、组织电竞健身节、电竞狂欢夜、国际街舞争霸赛、健美大赛等30余场参与度高、观赏性强的主题活动,实现“日日有活动,场场有亮点”。

在南广场入口东侧设置“遇见啤酒节”网红打卡墙。通过多种展示方式,结合艺术装置,整合啤酒、美食、运动、创意、文化等主题活动元素,打造啤酒节活动主题沉浸式网红打卡空间,为游客们留下美好记忆。

在南大门人口广场东侧设置“崂山好品”直播基地,通过抖音平台直播形式,邀请网红达人直播串联崂山区文化

旅游场景,进行旅游景区门票、酒店民宿、研学等消费场景以及文创、书刊等消费产品直播带货活动,并邀请市民、非遗传承人、手工艺人走进直播间,为“崂山好品”代言,体验直播带货。

崂山会场将打造网红美食荟,引进移动商业快闪项目MOSHOP,带来艺术生活品牌IGELATO意大利手工冰激凌、撒露·欧洲冻酸奶、石榴红了新派美食、茅台冰激凌等知名餐饮潮牌,通过美食餐车、霓虹店招、打卡形象墙等,打造“IP+新零售+打卡”的街头消费新模式。

联合红纺文化引入芬兰知名手游“愤怒的小鸟”IP,打造国内首个“愤怒的小鸟”主题水上乐园,开展亲子互动和水上游乐活动,组织“愤怒的小鸟”人偶互动表演,酷暑盛夏,为游客带来清凉一夏。

7月21日至8月20日17:00—21:00,每日进行8场半艺术嘉年华巡游活动,主要为“啤啤”和“玖玖”人偶、街头艺人、热门动漫、动画人物COSPLAY巡游,为游客打造一个沉浸式奇幻体验。

对“啤酒女神”雕像进行包装展示。通过声光电等多媒体技术,打造波涛汹涌中屹立的“啤酒女神”,并展现四季变幻的“啤酒女神”光影秀,打造啤酒城新地标。