



## 打“咖”青岛 “啡”同凡响

探 访

海风拂过沙滩,咖啡香飘满街区。在青岛,海东东咖啡节似乎已经成了一张刻着海滨气质、带着自由气息的城市名片。从2021年首届亮相即轰动全城,到如今每年春秋两季如约而至,海东东用一杯杯温热咖啡,串联起全国咖啡从业者与青岛市民的双向奔赴。近日,记者对话海东东咖啡节创始人郭强,以及多位连续多年参展的咖啡品牌主理人,揭开这场海滨咖啡盛宴从无到火爆的幕后故事。

# 外地咖啡展商的第二故乡

### 海东东咖啡节创始人郭强讲述岛城咖啡节火爆的幕后故事



郭强



来自北京的咖啡商吸引了众多市民游客打卡拍照。



来自北京的咖啡商马辰在制作咖啡。

## 大海边的户外之约

在郭强看来,海东东咖啡节的诞生,并非一时兴起,而是青岛咖啡行业多年沉淀后的顺势而为。

在创办咖啡节之前,郭强已经做了22年的咖啡贸易,他和团队深耕咖啡行业多年,连续举办过3届青岛国际咖啡展,长期运营咖啡师大赛、咖啡嘉年华等专业活动,积累了成熟的行业资源、展商渠道与活动经验。近几年,人们迫切渴望走出封闭空间,亲近自然、拥抱户外,而此前团队一直专注于室内展会,也在寻找新的突破方向。正是在这样的背景下,郭强决定跳出传统展会框架,打造一场无屋顶、无束缚、全开放的户外咖啡节。

“海东东”这个充满童趣又亲切的名字是怎么来的?郭强介绍,当时大家都在好奇,新兴的咖啡节到底是个什么“东东”,再结合青岛依海而生的城市特色,便有了“海东东”这个简单好记、又极具辨识度的品牌名称。此后,这个看似随性的命名,很快随着活动的火爆,成为市民口中亲切的青岛咖啡节符号。

2021年,首届青岛海东东咖啡节正式亮相。谁也没有想到,这次活动会迅速火出圈,点燃人们的消费热情。“现场人流密集到周边三条道路全部堵死,活动一度因为人数超载临时限流叫停,即便如此,依然有大量市民不愿离去。”郭强说,那次展会上,全国各地的咖啡从业者纷纷打“飞的”赶来青岛参与,外地展商占比高达八成。

这段至今仍被行业津津乐道的盛况,奠定了海东东在全国咖啡节中的独特地位。此后,海东东步入稳定发展期,每年春季、秋季各举办一届,场地一般选址在海边绿地,例如石老人海水浴场或汇泉湾。如今,海东东已经从一场应运而生的活动,成长为北方最具影响力的咖啡节品牌之一,更成为青岛文旅与时尚消费的标志性IP。

“不做单纯的商业市集,而是打造

自由、放松、亲近自然的生活场景。”郭强说,首届青岛海东东咖啡节没有钢筋水泥,没有封闭屋顶,只有海风、草地、咖啡与音乐,这也是海东东区别于国内绝大多数咖啡节、走出不可复制的海滨特色之路的关键。

## 凭海临风的独特气质

同样是咖啡节,为何海东东能在全中国脱颖而出,让外地展商连年奔赴、市民次次到场?答案藏在青岛得天独厚的城市优势里。

“青岛办咖啡节,有着其他城市难以复制的底气。”在郭强看来,作为滨海旅游城市,青岛拥有稀缺的海边绿地资源,青岛海东东咖啡节历届场地均临海而设,市民在品尝咖啡的同时,能直面蔚蓝色大海,漫步松软草坪,这种“咖啡+海景”的沉浸式体验,是内陆城市无法比拟的。与此同时,青岛春秋两季气候宜人,5月、6月和9月、10月气温舒适、雨水偏少,既不像南方酷暑闷热,也不像北方其他城市过早转冷,天然适配户外大型活动,天时与地利的叠加,让海东东拥有了与生俱来的吸引力。

青岛海东东咖啡节的持续火爆,更离不开对年轻消费群体的精准把握。“没有传统展会的严肃刻板,全力打造轻松休闲的社交场景,搭配年轻人喜爱的音乐表演,让咖啡节成为打卡、社交、放松的城市好去处。”郭强说,青岛海东东咖啡节坚持宠物友好理念,将宠物视为城市的一分子,允许“毛孩子”一同入场,满足年轻群体与宠物相伴的需求,也传递出城市的包容与温暖。在品牌选择上,青岛海东东咖啡节严格筛选参展商户,优先选择自带流量、品质出众的全国头部品牌,同时扶持那些有特色、有理念的新兴品牌,保证现场出品的专业性 with 新鲜感。

在郭强看来,咖啡节要走得长久,必须让展商有收益,让消费者有体验。对于远道而来的展商,主办方提供细致周到的全流程服务,从物流对接、场地

搭建到现场保障,全程跟进、贴心服务,也因此被展商评价为“工作人员最用心的咖啡节”。对于到场的市民,青岛海东东咖啡节持续优化场景与体验,不断升级氛围与内容,让每一次到场都有新鲜感。这种双向负责的态度,让青岛海东东咖啡节积累了大量忠实粉丝。有市民连续多届带着孩子到场,把咖啡节变成一年一度的家庭约定;有展商从第一届坚持至今,把青岛海东东咖啡节当作每年必赴的约会。如今,人们对自然、自由的向往更加强烈,青岛海东东咖啡节所营造的松弛感,恰好契合了当下的消费需求,成为城市生活的“情绪出口”,也让咖啡节跳出咖啡本身,融合音乐、文创、美食、宠物等多元元素,成为青岛时尚生活方式的引领者。

## 千里赴约的外地展商

每一届青岛海东东咖啡节,都有大批外地展商不远千里赶来。他们跨越山海奔赴青岛,用特色咖啡,为海滨增添香气。记者采访到两位来自北京的咖啡展商,听他们讲述与青岛海东东咖啡节的不解之缘。

“这是我们第7次参加海东东,一届都没落下。”北京1/4咖啡主理人张艳说。作为山东人,张艳在北京打拼二十多年,却对青岛有着深厚的家乡情结,而海东东,让她每年都能回到山东,与老顾客、新朋友相聚。这次活动现场,她带来的开心果柚子奶盖咖啡,是海东东的爆款产品。“进口开心果酱制作的芝士奶盖,搭配清爽柚子基底,香甜而不腻,深受各年龄段消费者喜爱。”张艳告诉记者,青岛顾客很懂咖啡,不仅年轻人喜欢喝,很多中老年朋友也会主动购买挂耳、咖啡豆,消费群体的年龄跨度特别大。每次参展都能收获大量回头客,大家的认可让她愿意连年奔赴。“青岛作为港口城市,咖啡消费传统深厚、氛围浓厚,堪称‘北方咖啡第二城’,只要青岛海东东咖啡节办下去,我们就会一直来。”张艳说。

北京熊煮咖啡主理人马辰在北京经营近十年精品自烘焙咖啡馆,已连续六次参加青岛海东东咖啡节。“我很喜欢青岛的城市氛围,更偏爱这里的海鲜与海风,对我而言,来参展等于劳逸结合,一边工作,一边享受这座城市的美好。”马辰说。

而更让他认可的,是青岛消费者的专业度。“青岛人对咖啡的认知和理解很高,做手冲专场时,大家都品出风味差异,这很难得。”马辰告诉记者,今年,他把云南新产季的咖啡豆的首发放在了青岛海东东咖啡节,这款云南咖啡豆,拥有干净柔和的口感,带着圣女果与花茶的清新风味,是市面上少见的优质云南豆。“青岛海东东咖啡节这样的市集,成本低、曝光高、试错空间大,是品牌拓展的最佳选择。”马辰透露,活动首日他就卖出四五十杯,随着人流增多,销量还会持续上涨。

从北京到青岛,外地展商千里奔赴,带来全国各地的咖啡风味,也带走青岛的热情与美好,海风依旧,咖啡飘香。青岛海东东咖啡节用一杯杯咖啡,汇聚山海人气,连接全国行业,点亮城市时尚。未来,这场海滨咖啡盛宴将继续带着自由与热爱,让青岛的咖啡香飘向更远方。

本版撰稿摄影 青岛早报/观海新闻记者 于健



扫码观看相关视频  
拍摄/剪辑  
记者 刘世璇