



青岛啤酒节，“醉”美西海岸。
第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)于7月22日至31日在线上举办并取得圆满成功，以创新形式树立了文旅行业的数字化节庆标杆。

本届“云上啤酒节”线上精彩呈现、线下全域联动、全民参与共享，“一节带万店”成效显现，共计139万人次参与啤酒狂欢，各级各类平台和媒体总曝光量16亿多次。“云上啤酒节”闭幕10天以来，金沙滩啤酒城保持“好客”热情不减，青岛西海岸新区继续延续啤酒节精彩，全城欢动，“节与城”共融共生、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，探索疫情常态下办节新路子

这一刻，你在伦敦的小酒馆聆听哈里森和克罗斯乐队现场演唱的乡村音乐；下一刻，你便置身美国洛杉矶喧嚣的Kinsale酒吧；再一转眼，“青岛与世界干杯”的巨大雕塑赫然出现在你面前，将你带回“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，同来自各个国家城市的知名酒吧直播互动，涵盖了俄罗斯、英国、葡萄牙等国家的12个城市以及17个国内城市，真正实现“青岛与世界干杯”。

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，让世界各地的游客在“云端相聚”。“云上互动”，身临其境感受充满啤酒味道的城市热情。

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，进一步放大了青岛国际啤酒节的品牌效应。

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，啤酒节的文创产品和青岛的特色好物从“云端”走向全国。京东、淘宝、快手、抖音四大平台开设了国际啤酒节线上自营旗舰店，推出30多个商家100余种产品。同时，本届啤酒节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，全部开售即售罄。本届啤酒节还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。

“云上啤酒节”让梦想照进现实——无论你身在何方都可以在“云端”身临其境感受青岛国际啤酒节的热情与狂欢氛围，这是大型节庆活动数字化转型的一次创新尝试，传统节庆与现代科技深度融合正不断演绎着全新的精彩。

以创新推动啤酒城升级，丰富青岛文旅地标新内涵

在城市中，文旅地标是一道能穿越时代的风景线，它见证着时代潮流，承载着文化历史记忆，同时也是一座城市的“精神坐标”。

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。

当啤酒激荡的夏天如期而至，在啤酒城内，一座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，一跃成为全球首创、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，焕发出新活力。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；国际啤酒汇平价超市、黄五箱进口网红仓、HI购跨境电商免关税商城等城内商超汇集了30多个国家的7000余款优质商品……这已经是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”成为今夏网红打卡地。循环播放放青岛元素、新区形象、海洋特色的视频的巨幅裸眼3D大屏像是展现城市发展的“多棱镜”，正如其名，是一份献给四海宾朋的“青岛礼物”，一人啤酒城即可感受青岛城市的瑰丽之美。

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……这里不仅可以一站式喝遍全球精酿、吃遍各地美食，还可以玩出多种乐趣，选购特色商品，尽享各种文娱休闲体验。

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”各类业态正以全新的姿态迎接来自五湖四海的朋友。

以节庆激发消费潜力，增强经济发展新动能

青岛国际啤酒节已超越节会本身的意义，成为开放活力的符号，深刻地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

嘉年华、红树林海洋光影狂欢节、海青镇北茶商业街“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，本届啤酒节邀请了青岛西海岸新区65个重点项目的85名企业家举办“企业家之夜”，嵌入式开展商务洽谈；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，再创亚洲第一啤酒赛事规模新高，推动了啤酒产业的交流合作；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旅游消费场景，城市吸引力和竞争力持续增强，奏响以文旅融合助推高质量发展的新乐章。

自啤酒节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。（刘伟）

■青岛西海岸金沙滩啤酒城灯光璀璨。



政策红利“落袋子” 贡献发展金点子

2022青岛会展业务能力提升培训会落下帷幕 现场干货满满



责编 徐晶 美编 时彦丽 审读 苗玲

会展资讯

北京-青岛国际城市轨道交通展览会暨高峰论坛将在青举办

近日，北京-青岛国际城市轨道交通展览会暨高峰论坛(以下简称北京-青岛轨道展)正式官宣，将于2022年10月13日至15日在青岛举办，同期将举办首届中国城市轨道交通高新技术成果交易会。

该展前身是北京国际城市轨道交通展览会暨高峰论坛，由中国城市轨道交通协会主办，已成功举办6届，今年首次迁出首都落户青岛。

北京-青岛轨道展展览面积4万平方米，以“智赋城轨，绿色发展”为主题，重点展示城轨行业绿色发展、节能环保、新一代信息技术、智慧城轨装备制造、新能源、新材料等领域的先进技术和产品。该展是为配套我市轨道交通装备产业链引进的品牌会展活动，中车青岛四方等“链主”企业将深度参与。届时，展会将吸引近千家企业产业链上下游企业参展参会，推动以会展产业链赋能其他产业链发展，推动我市轨道交通装备产业高质量发展。

8月展会信息

2022(GIAC)智能视听大会

举办时间：8月16日-8月18日

展会介绍：本届智能视听大会将以“数字化、产业化、全球化”为目标，打造开放共享的产业交流联动平台。大会采取“5+N”模式，将融合会议、展览、发布、产业对接、论坛及配套活动等一系列内容，交流智能视听领域前沿趋势，展示数字产业发展成果，推动各行业创新协同发展，为数字中国建设持续注入活力。



■培训会现场

政策解读

确保企业红利“入袋”

今年年初，我市率先出台了《青岛市促进会展业发展10条政策》，力求进一步激发会展市场活力，提高会展业发展专项资金的使用效益，优化会展业营商环境，促进青岛会展业高质量发展。制定政策后，如何用好政策，让政策精准到位，市贸促会强化矩阵传播功能，多形式、多渠道宣传解读政策。在本次培训会开场，就是关于《10条政策》的解读，从政策的制定背景依据、实施细则等方面详细展开介绍。据市贸促会会展规划处王丽萍介绍，设立专项资金扶持会展业发展是国内大中型城市的共同做法，但我市“支持会展业做大做强”的补助政策在全国范围内是较有吸引力的，“很多城市的政策都是前几年看基础量，之后看增量，按照增量来奖励，而我市是按照存量来奖励，展览面积达标后就可领取相应的补助。”

“支持会展业做大做强”是《10条政策》的核心，“鼓励数字展会、绿色展会发展”是《10条政策》的创新点，我市是首个落地鼓励数字展会、绿色展会发展的城市，对数字展会、绿色展会进行了详细界定，明确了扶持资金。“想要申请这

一专项补助的企业或展会项目，可以请市经济研究会或其他会展专家对照数字展会和绿色展会评定标准、原则及方法指南，看看申报材料是否有需要改进和完善的地方，有利于顺利拿到该政策的补助。”王丽萍说，通过与企业负责人面对面的形式，帮助企业明晰政策、掌握政策、用好政策，精确指导、精准帮扶，切实帮助企业纾困解难。

专家亮相

送来发展“金点子”

面对市场的不确定性，会展企业还可以做什么？如何提升自身竞争力？本次培训会邀请了三位行业专家为企业带来了“解题思路”。会展三新展组委会秘书长、会展BEN公众号主人翁，中国会展经济研究会副秘书长许锋在本次培训会上带来了主题演讲——会展公司的技能进阶和服务边界的扩展，直击当前会展企业面临的困境，包括生意不稳定，收入锐减，人员流失，同业竞争压力大，客户的新需求难以交付，企业无法走出舒适区等。就企业怎样走出困境，许峰提出，首先提升公司管理能力，要注重现金流；其次尝试实施合伙人模式；再者要走出舒适区，到“山洞外”觅食；“强肌体”形成让客户依赖的独特能力，会、展、赛、节，线上这些都要

会，提高传播能力、内容创造和社群运营能力。听完许峰的主题演讲，参会企业代表收获颇丰，“许总为我们拨开了挡在前行路上的迷雾，每一条建议都值得我们细细回味、深入研究。”

所谓不破不立，在本次培训会上智海王潮传播集团总裁谌立雄提出要勇敢地撕掉会展标签，重新定义“会展业”和“会展的专业性”，结合实际案例，剖析如何洞察政务市场、服务市场客户需求，为企业的发展谋出路。“会展业新机遇在于客户行业和营销领域的变化。”谌立雄说，“我们要跳出会展内部视角，从行业视角和客户视角来看。”

会展业向数字化发展是大势所趋，利用数字化手段提高活动转换率，扩大获客渠道，打响知名度，需要新媒体的力量，提升新媒体营销和运营能力对企业而言尤为迫切。聚焦企业数字化营销需求，苦瓜科技董事长、创始人，中国会展经济研究会会展新媒体营销专委会主任潘涛说：“当下客户在变，行业在变，竞争在变。数字化营销已经从WEB门户营销、两微营销、短视频营销演进到现在第四代智能营销。”这一代呈现出过程智能、效果量化的特点，比拼的是内容和技术。演讲结束时，潘涛提出了个人建议，会展主办方要从业务驱动向市场驱动转变，服务方要加强服务的技术含量，从而满足客户的数字化营销需求。

尚政涛 徐晶

会展业发展催化会展专业人才和专业能力需求的提升。近日，青岛市贸促会联合青岛市会展行业协会、青岛西海岸新区会展业联合会举办了2022青岛会展业务能力提升培训会，吸引我市会展主办机构、承办机构、会展场馆、会展酒店、会展服务企业及相关配套企业的代表积极参与本次活动。市贸促会副会长宋磊、青岛市会展行业协会会长王德文、青岛西海岸新区会展业联合会秘书长李辉及市贸促会相关处室负责人出席本次活动。

记者从市贸促会了解到，本次培训旨在提升我市会展业经营模式转型和数字化提升，提高从业人员的综合素质，为同业交流合作搭建互动平台。

培训期间，市贸促会详细解读了新出台的促进会展业发展10条政策，市委市政府关于安全生产和纳统工作的相关要求，市会展业协会介绍了会展标准体系建设工作以及《会展活动碳足迹核算指南》标准立项等内容；三位国内会展业内专家为与会人员带来三场专题讲座。