

# 啤酒节 IP 与城市流量的“双重奏”

通过不断融合商业、旅游、文化、体育等多元要素，青岛国际啤酒节在带动酒店、餐饮等业态客流持续攀升的同时，也成为开展各类交流合作、举办多样文体活动的夏日会客厅、文化新场域

□青岛日报/观海新闻记者 王凯 衣涛

立秋，代表暑热即将散去，一年一度的夏日狂欢——青岛国际啤酒节也渐渐进入尾声。

今年的夏天似乎比往年更加炎热，今年的啤酒节也比往年更加热烈奔放、激情洋溢。第34届青岛国际啤酒节期间，西海岸与崂山两个会场活力四射，热情招待五湖四海的宾朋；会场外同样气氛不减，啤酒花的香气荡漾在岛城山海之间，各类商旅会议、文体演出精彩纷呈。

啤酒节 IP 与城市文化融合、延拓，演奏出一曲美妙的复调，交织成青岛夏日的五彩斑斓。

■晚霞映照下的金沙灘啤酒城人如潮涌。  
邢志峰 摄



■第34届青岛国际啤酒节吸引了众多外国游客前来游玩畅饮。

## 旅游目的地，夏日会客厅

“青啤大篷是金沙灘啤酒城最大的啤酒大篷，面积超过3000平方米，可容纳2000多人。啤酒节开幕以来，我们一般情况下，工作日晚上八点满座，周末晚上七点人就满了。”青岛啤酒大篷运营负责人董璐璐告诉记者，一座难求是这里的常态。金沙灘啤酒城共有9个啤酒大篷，青啤大篷以其百年品牌不断焕新的魅力品质体验吸引市民游客，工作人员夜晚异常忙碌。

今年，青岛啤酒将青啤大篷升级为封闭式大篷，篷内配备空调，为市民游客带来更好的畅饮体验。此外，大篷还首次采用了双舞台设计，前后互动、身临其境，运营区域设置商务接待卡座区、演出互动区、畅饮区等不同场景。

啤酒是啤酒节的主角。青啤大篷内，不仅有新鲜出厂、全程冷链运输的原浆、纯生、白啤、黑啤、IPA等鲜啤系列，还有草莓西柚、三重柠檬、比利时双料等青岛啤酒6款特色产品，满足不同消费者的口味。本届啤酒节青岛啤酒创新推出“三升酒兴”，一个“酒炮”能提供风味各异的三款酒，成为大篷里的“畅销品”。

7月24日，青岛机场旅客吞吐量首次突破9万人次，跃上旅客量级新台阶。在这些来青岛度假的游客口中，啤酒节是一个绕不开的高频词，有人甚至已经提前约好，下飞机后直奔会场。青岛汹涌的人潮中，不少人都为了一杯啤酒而来。

青岛海都大酒店有限公司总经理崔淑萍对此深有感触：“进入夏季以来，尤其是啤酒节开幕以来，酒店入住率大幅度提高，收入增加了20%左右。”海都大酒店共有客房750套左右，近期入住率基本在95%以上。

“我们接待的大部分是商旅客人，其中50%左右是协议客户，参加团队会议的约占40%，剩下的10%为线上平台预订。近期客人咨询啤酒节情况的非常多，我们也对服务人员开展了相关培训。”崔淑萍介绍，海都大酒店距离金沙灘啤酒城6公里左右，因为不少住客的商务接待、宴请都选在了啤酒节，酒店还为此专门租赁了一辆40座大巴车，提供往返啤酒城的接送服务。

坐落于金沙灘啤酒城的青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园，汇集1903精酿工坊、度假酒店、威士忌俱乐部、啤酒SPA、创意烘焙、婚恋服务等时尚业态，成为很多游人的目的地。

“目前1903精酿工坊每天接待1000人次以上，到啤酒节闭幕式当天的包间已经全部订满。酒店房间天天满房，需要提前七八天预订。”青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园副总经理高文宾告诉记者，今年啤酒节期间公司调集新增了一批员工下沉服务一线，并且有针对性地优化了用餐等环节管理以实现服务的提质增效，但是依旧异常忙碌。“今年客流量多了不少，大厅的散客区高峰期会出现排队等位情况，可能需要三四十分钟才能落座。”

啤酒节，是青岛最有代表性的旅游目的地，也是最有代表性的夏日会客厅，一系列商贸洽谈、交流合作在这里开展。

7月19日以来，崂山会场充分利用啤酒节这一“夏日顶流”所带来的红利，积极开展人才、科技、金融等专场交流活动，展现综合发展实力的同时，也诚挚邀请相关产业领域的各类人才共同见证并助力崂山区发展。

“这是我第一次以驻区企业的身份受邀参加啤酒节专题活动，深刻感受到崂山区对科技创新的重视。这种重视，对我们这些扎根崂山、与崂山共同成长的企业而言是一种极大鼓励和支持。”7月27日晚，在啤酒节“崂山科创主题日”活动现场，大朋VR创始人陈朝阳这样说。

## 顶级大流量，活力集散地

历经34年发展，青岛国际啤酒节早已不是一个简单的节日现象。它更像是一块酵母，发酵着整个城市的活力与激情，呈现出越来越显著的溢出效应。

崂山会场周边，各民宿入住率均出现了30%以上的增长，尤其是进入8月以来，随着啤酒节活动的持续火热，多家民宿甚至出现了一房难求的情况。

“我们崂山店的20间客房，目前基本处于满客状态，啤酒节举办以来，房间预订率提升了30%以上。”在崂山区王哥庄街道，朴宿·栖澜海居民宿相关负责人田女士明显感受到啤酒节对旅游业带来的诸多利好。“我们民宿位于崂山风景区仰口游览区附近，近段时间不少客人来青后，都是先到啤酒城打卡，再来仰口感受崂山的自然风光。”田女士说。

崂山区沙子口街道邂逅民宿主理人单冰介绍，从7月的最后一个星期开始，自家民宿迎来预订高峰，尤其是进入8月以来，几乎每天都是满客状态。

在西海岸新区南岛小镇，拥有698套房源的新绿洲·银沙南岛美宿项目同样住客盈门。该项目由青岛海洋投资集团联合薛家岛街道、新绿洲酒店打造，7月1日正式开业运营，目前入住率保持在92%以上。

这是海投集团以轻资产运营模式激活闲置资产“生”出新业态，探索现代服务业的新尝试。项目实施“国企搭

台、街道参与、社区出资产、专业团队运营”四方联合模式，将居民闲置房统一承租后运营。该民宿位于银沙滩路79号，十分钟内就可抵达金沙灘啤酒城。新绿洲酒店运营总监刘丽颖介绍，项目“五一”假期试运营了120间民宿，后期根据入住情况调整提升，为迎接暑期尤其是青岛国际啤酒节期间高峰客流做好了准备。

据了解，仅7月19日至8月4日，新绿洲·银沙南岛美宿项目就接待游客2.6万人次，营业收入超过200万元。根据预计，该民宿年可接待游客77万余人次，为周边居民提供就业岗位100余个，还将有效带动周边餐饮业、零售业、交通业以及旅游纪念品等相关行业发展。

除了直接的客流增加，啤酒节会场周边不少民宿、餐饮企业还主动参与其中，通过创意营销、特色活动、优惠套餐等方式，积极与啤酒节联动。

在沙子口街道流清湾乡村振兴示范区，一场“崂山脚下”的啤酒嘉年华精彩上演。邂逅美宿、瑜上山间、仙居崂山等一批主题民宿与世纪广场啤酒城积极互动，为市民游客送上流清湾畔的“Citydrink”。位于崂山区北宅街道的农家宴品牌禾家泓苑，啤酒节伊始便在店内推出啤酒嘉年华活动。“樱桃是北宅的特色产业，我们将樱桃元素融入啤酒节活动，推出樱桃啤酒等产品，非常受欢迎。”店主阎海涛说。



■“雷神杯”电竞嘉年华近日在第34届青岛国际啤酒节崂山会场圆满落幕。



■第34届青岛国际啤酒节人才主题之夜活动现场。

## 文化代表作，城市金招牌

在啤酒节这个市民节日的营造上，青岛融汇进了自身的各种活跃因子，让其拥有了斑斓的色彩与柔韧的身段，一路风姿绰约。时至今日，青岛国际啤酒节早已是品味青岛城市文化的一个代表作。

在金沙灘啤酒城，全国首部大型啤酒主题演艺秀《酒秀》今年迎来重磅改版升级，来自俄罗斯、哈萨克斯坦、白俄罗斯、墨西哥、保加利亚、美国和西班牙等10个国家的百余名艺术家，为市民游客带来震撼体验。啤酒节期间，这里将组织举办音乐演出、艺术巡游、体育竞演、酒庄争霸赛、啤酒欢乐女神选拔赛等2000余场次活动。“一场球（中超足球赛事），一场秀（360度全景秀《海上青岛》），一场酒（青岛国际啤酒节）”，成为展现西海岸新区城市新风采的代表。

崂山世纪广场啤酒城先后举办篮球赛、花样滑板等多元化的体育赛事活动。7月28日晚，一场热血篮球赛在啤酒节崂山会场潮玩街区举行，勇夺2024耐克中国高中篮球联赛亚军的青岛六十七中篮球队队员，为市民游客带来了一场精彩的篮球表演赛。本届啤酒节，崂山会场将电竞与啤酒节这个城市大IP相结合，为市民游客打造独一无二的旅游、美食、啤酒、电竞多维度体验。经过两天精彩刺激的比赛，7月30日，第34届青岛国际啤酒节崂山会场“雷神杯”电竞嘉年华落下帷幕。

今年啤酒节恰逢奥运年，啤酒节上也多了不少奥运元素，实现了啤酒与奥运的碰撞。金沙灘啤酒城时尚体育节特别增加了奥运元素，其中2008年北京奥运会、2022年北京冬奥会火炬、奖牌最为引人注目。“北京冬奥会的火炬！原本只在电视上看过，现在终于见到实物了。”西海岸新区隐珠街道居民赵女士兴奋地说。

“变化与融合是本届啤酒节所呈现的一个鲜明特点。”市政协委员、市委党校管理学教研部副主任李光全如是评价。在他看来，本届啤酒节在商业、旅游、文化、体育等多元要素的交融以及众多产业之间的深度融合、相互促进方面，都达到了一个新高度。这种融合，不仅为34岁的青岛国际啤酒节增添了更多色彩与活力，也推动了城市特色产业的协同发展，为青岛的国际形象与经济繁荣贡献了新力量。

李光全表示，从节与城融合的视角审视本届啤酒节，青岛将商、旅、文、体等不同要素深度注入城市建设与发展当中，充分激发了全方位、各领域的城市活力。“这不仅使得青岛因啤酒‘与世界干杯’，更进一步推动青岛在商业、旅游、文化、体育等多个层面，从不同角度‘与世界对话’，讲好内容不同但结果同样精彩的城市故事。”李光全说，啤酒节虽然会结束，但啤酒为媒下的精彩青岛故事却会一直上演。

持续举行的文化活动、体育赛事，让啤酒节形成了一个城市文化新场域，成为青岛的一个标志性符号。2021年，中国会展经济研究会发布品牌价值评估报告，青岛国际啤酒节品牌价值为368亿元。今年3月在泰国举办的2024尖峰奖暨亚洲节庆城市研讨会上，青岛国际啤酒节斩获“2024亚洲节庆·最具狂欢氛围奖”及“2024亚洲尖峰奖·最佳文创产品奖”两项国际大奖。

在研讨会上分享青岛国际啤酒节主要成就和成功经验的，是国内知名节庆文化学者、青岛国际啤酒节首席顾问林醒愚。从第1届到第34届，林醒愚看着啤酒节诞生、成长、壮大。

“啤酒节这驾马车是停不下来的。”林醒愚表示，三十多年来，啤酒节作为一个节日的体量不断加大，参与人次几乎可与慕尼黑十月节等量齐观；声量不断放大，在国内外的影响力越来越强；度量不断扩大，国际啤酒节联盟合作机制等显示出城市的开放胸襟；容量不断增大，成为“中国啤酒之都”，证明了啤酒节不断走向成熟。

“对已过‘而立之年’的啤酒节来说，应该一步一个脚印，更精准地为自己画像，打造出专属于自己的精神特质和文化风貌，形成自己的文化范式。”林醒愚表示，在不断创新之外，啤酒节同样应该懂得坚守，坚持调性，注重沉淀，把这块标志性招牌打造得更好。