

◆“云”上精彩无限,总曝光量超16亿次 ◆线下全城联动,139万人次参与狂欢

城酒共生,在“云端”遇见醉美西海岸

——第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)留下的收获和希望

西海岸观察
 更深一度看新区

□本报记者 李涛

青岛啤酒节,醉美西海岸。7月31日,第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)闭幕式在西海岸新区金沙滩啤酒城1号演播厅举行。以“海洋”为主题,创新办节形式,打破时间与空间限制,本届啤酒节让啤酒上“云”、快乐上“云”,让“云端相聚”“线上互动”成为广大市民游客参与其中的重要方式,打造了一场简约精彩、特色鲜明、充满活力、安全祥和的国际化啤酒盛宴。

从1991年初亮相,到创新“云上啤酒节”的办节模式,以城为厅,以节会客,32载城酒共生。围绕“青岛与世界干杯”这一永恒主题,在开放、创新的引领下,啤酒的香气从西海岸弥漫至“云端”,连接起来自天南海北的欢笑,打开了引爆夏日激情狂欢的新窗口,打造出一场国际化的啤酒节盛宴,展现了一个以更加开放姿态“与世界干杯”的西海岸。



云上直播间内,嘉宾举杯共饮。

一场国际化的“云上”狂欢

狂欢是啤酒节不变的主题。举办10场大型直播,连线12个国家;1700余款啤酒参赛,2600余种精酿啤酒参加挑战赛;首个独立景观式裸眼3D亮相金沙滩啤酒城;

青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园开业运营,打造全球规模最大的沉浸式啤酒+消费生活体验MALL……

“云上啤酒节”让梦想照进现实,线上精彩呈现,线下全城联动,全民参与共享,无论你在哪里都可以在云端身临其境地感受青岛国际啤酒节的热情与狂欢。

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:明星嘉宾、网红达人纷纷走进直播间,畅聊啤酒节与啤酒文化;国内知名艺术家带着歌舞、杂技、摇滚而来,文艺演出高潮迭起;国际连线、多城互动、全城联动贯穿始终,尽显开放包容;酒王争霸赛、啤酒文化时装秀以及电竞、街舞、搏击等线上文体活动与各地观众线上相约,真正实现了“无形的云端、有形的精彩”。

“云上”邀客,一条以金沙滩啤酒城为原点,以“啤酒+”多元链接的城市发展之路越走越宽。“云上啤酒节”通过探店VCR的形式,打卡特色景点、探访特色美

食,传播西海岸新区人文荟萃的城市文化。同时,将啤酒城内的狂欢氛围传递到更多商户,达到了“一城带万店、一城带万户”的效果。第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)总曝光量超16亿次,金沙滩啤酒城、城市阳台、星光岛、红树林及各大特色商业街区全城联动,吸引139万人次参与啤酒狂欢。

一个“顶流IP”的强势出圈

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。“云上啤酒节”期间,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,发起“云上啤酒节”主题视频征集活动,支付宝、淘宝也设置云上啤酒节消费专场,啤酒节的文创产品和西海岸新区的特色好物由此从“云端”走向全国各地。此外,如火如荼的微博抽奖、全民任务抖音挑战赛等线上营销活动进一步提升了青岛国际啤酒节的知名度、美誉度,办节模式的创新与品牌效应的扩大实现了良性互动。

各种新场景的碰撞、新业态的簇生,催化出奇妙的“化学反应”,为人们创造了专属于这个夏天的独家回忆,也为西海岸文旅产业项目数字化转型积累了宝贵的实践经验。

作为青岛国际啤酒节的主要载体,金沙滩啤酒城与青岛国际啤酒节双向奔赴、互相成就。擦亮啤酒节这块“金字招牌”,西海岸新区已经在金沙滩畔打造“永不落幕的啤酒节”。云上啤酒节闭幕前一天,金沙滩啤酒城宣布8月1日至20日全面开放常态化运营,金沙滩啤酒城将保持“好客”热情不减,向市民和游客全面开放,城内“吃、喝、玩、游、购、娱”各类业态不断上新,精彩持续,啤酒城也将做好园区运行全方位服务保障,迎接来自五湖四海的朋友。

一座城的活力迸发

办好一次会,搞活一座城。

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。第33届青岛国际啤酒节拟于2023年7月14日至8月6日举行,历时24天。城酒共生长成的精彩故事将在这里不断演绎。

从2015年开始,啤酒节与金沙滩结缘。8年来,西海岸新区举全区之力、谋全区之智,不断推动啤酒节实现新的跨越与提升。而今作为世界上面积最大的啤酒主题广场,金沙滩啤酒城聚集了国内外知名精酿啤酒,为游客打造精酿啤酒体验目的地;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。

啤酒为媒,城市亮相。啤酒节一直是城市形象和实力最好的展示舞台。

从啤酒城到“啤酒之城”,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、艺术、旅游、消费等要素在内的全域文旅消费场景,奏响了以文旅融合助推高质量发展的新乐章。从单一的“流量入口”到拉动区域经济的“流量引擎”,青岛国际啤酒节早已成为西海岸新区汇聚全球资源、引领高质量发展的大平台,不断提升西海岸新区的城市影响力、触达率与美誉度。

2022中国国际啤酒挑战赛收官

参赛作品数量创历届之最,蝉联亚洲最大规模啤酒专业赛事

□记者 刘腾
 通讯员 耿晓月 报道

本报讯 7月30日,2022中国国际啤酒挑战赛颁奖典礼在西海岸新区盛大举行,401款作品荣获不同星级的天禄奖,本次大赛再创亚洲专业啤酒赛事规模新高。

本次大赛由中国酒业协会指导,中国国际啤酒挑战赛组委会、青岛黄岛发展(集团)有限公司联合主办,来自国家级评酒委员序列、BJCP品酒师以及往届中国国际啤酒挑战赛裁判队伍的48名裁判参与本届赛事评审工

作。本次大赛共收到2616款有效参赛作品,较去年增长27%,作品数量创历届之最。大赛延续了以往严格的评判标准,代表最高奖项的“五星天禄奖”仍然虚位以待。

据悉,参赛样品按商酿组和家酿组分组进行评比。每组按风格分别分为12组,包括国际拉格组、特色拉格组、小麦啤酒组、经典IPA组、特色IPA组、波特/世涛组、英/德/美式艾尔组、比利时艾尔组、中式啤酒组、酸啤组、增味啤酒组、低醇无醇/无麸质/其它及创新/苹果酒/蜂蜜酒组,涵

盖复古、流行等71种不同风格,本次大赛继续蝉联亚洲最大规模啤酒专业赛事。

值得一提的是,本次大赛赛制设计中加重了中式啤酒组的表现力,在中式风格分组中,鼓励参赛品牌在具有中国特色的谷物、花果、香料、传统茶、特殊工艺等方面进行创新,极大地激发了酿酒师们的创作热情,带动了中国本土啤酒品类创新。

“今年,我们创新推出‘场外评比、线上呈现’的办赛模式,取得了诸多亮眼的成绩。”青岛黄岛发展(集团)有限

公司董事长刘书武介绍,此次大赛持续提升“青岛国际啤酒节”和“中国国际啤酒挑战赛”两大IP品牌知名度和影响力。

CBC中国国际啤酒挑战赛诞生于2018年,是由中国酒业协会指导下具有权威性和影响力的啤酒专业赛事之一,其所设奖项“天禄奖”得名于《班固·汉书》“酒者,天之美禄”。大赛自举办以来,极大推动了行业交流,引领行业创新和多元化发展,拉近了行业与消费者的距离,为中国啤酒发展探索开辟新征程。