啤酒狂欢新IP引力爆棚

多元业态汇聚金沙滩啤酒城，提升啤酒节延展性，引领新区多元化消费新格局

HI购-跨境电商免关税商城吸引游客前来选购。(西宣供图)

HALO SOUL咖啡店工作人员精心制作咖啡。□记者 李涛 摄

□本报记者 李涛

青岛国际啤酒节激情继续，这一IP引爆的“狂欢热浪”由青岛辐射全国乃至全球。从单一节庆到多元文化，今年金沙滩啤酒城全新升级，不仅从场景出发识别消费者真实的需求，还链接多元业态，构建更丰富的消费服务场景，提升啤酒节的延展性，引领西海岸新区多元化消费新格局。

精品咖啡首次亮相客盈门

夜幕降临，金沙滩啤酒城热浪涌动、麦香四溢，青岛啤酒1903大篷对面，以蓝色为主色调的HALO SOUL咖啡店时尚吸睛，带给入城游客耳目一新的感觉。

“我们精心挑选品质极佳的咖啡豆，口味很独特。”HALO SOUL咖啡店负责人之一的孙子沐热情向顾客介绍，今年是HALO SOUL咖啡店首次进驻金沙滩啤酒城，带来了“埃塞俄比亚厌氧日晒”与“洪都拉斯雪莉威士忌”两款独具风味的精品咖啡豆以及六种口味的意大利冰淇淋，“我们希望游客在畅饮啤酒之余，可以来这里感受更醇厚、优雅的咖啡气息。”

HALO SOUL咖啡店为金沙滩啤酒城带来了更丰富的元素。“我们前两天刚结束了星光岛的咖啡集市活动，就立即来参加啤酒节了，为了啤酒节，我们专门花十几万元买了一台咖啡机。”孙子沐告诉记者，青岛国际啤酒节在全国乃至世界都有很大的影响力，吸引来自各地的游客，“今年是我们做精品咖啡的第6个年头，我们希望通过啤酒节的平台，向来自各地的游客展示我们的精品咖啡，交流咖啡文化。我们也会一直坚持初心，让更多人体会到品尝精品咖啡的乐趣。”

登上啤酒节的舞台，是精品咖啡在本土发展壮大的缩影。HALO SOUL咖啡店在西海岸新区有两家，其中，2016年第一家店落子庐山路，第二家店于今年4月在海上嘉年华澳乐购开业，可提供60多款精品咖啡供消费者选择。“希望通过啤酒节把HALO SOUL的品牌宣传出去，也希望游客们通过咖啡了解西海岸除了啤酒之外的另一面。”孙子沐说。

多元业态汇聚金沙滩啤酒城

海小青茶集旗舰店、哈舅大本营、HI购-跨境电商免关税商城……今年金沙滩啤酒城业态种类更加丰富，IP效应逐渐显现。

走进位于金沙滩啤酒城啤酒文化博物馆一楼的HI购-跨境电商免关税商城，来自日本、韩国、德国、法国等全球各地的优质商品琳琅满目，它是中日韩消费专区电商体验中心的分店，让游客不出境就能购买全球优质商品。“借助啤酒节，我们想让更多朋友在哈啤酒、吃蛤蜊的同时购买到国外优质商品。”中日韩消费专区电商体验中心运营主管刘海龙介绍，“我们本着‘不出国门 嗨购全球 轻松实现品质生活’的服务宗旨，将款式更新、品类更全的商品带给广大市民游客。大家可在店内扫码关注小程序，实名认证后凭身份证信息即可享受单笔不超5000元，全年不超过26000元的跨境电商免关税优惠红利。”

在金沙滩啤酒城星光大道西侧，海小青茶集旗舰店清新自然，旗舰店内融合了水果茶、茶酒、甜点等各类饮品和美食，突破了传统意义的奶茶店。目前，海小青已与国内行业领军企业深度合作，打造“茶饮+餐食+衍生品”产品体系，并逐步在国内一线城市布局线下品牌加盟店，让这一IP走出青岛走向全国。

作为金沙滩啤酒城的主题IP形象馆，哈舅大本营在此次啤酒节期间全面升级，设置了“哈舅带你游，哈舅带你玩，哈舅带你品”三大主题，打造了全方位全年龄段IP的文旅体验，展示了哈舅联合青岛及全国的设计师共同打造的近千款哈舅文创衍生品。

金沙滩啤酒城用IP力量为啤酒节增添了一抹靓丽的色彩。

新区持续放大“啤酒节效应”

作为极具特色、高粘性的节庆生态，青岛国际啤酒节从青岛走向全国，从海内潮涌海外，成为多元文化交流的载体及拉动区域经济发展的活力IP，创造着越来越多的服务和价值。

HALO SOUL咖啡店、海小青茶集旗舰店、哈舅大本营、HI购-跨境电商免关税商城等汇聚青岛国际啤酒节，是多元业态在西海岸新区汇聚壮大的缩影。而啤酒节扎根于西海岸新区，把自然、人文、时尚各种文化个性都调动起来，构建出一个包含文化、艺术、旅游、消费等要素在内的新型消费场域，使各年龄层次的消费群体在不同的场景中，都能找到共鸣。

今年啤酒节，通过布局消费新场景，推动更多新消费模式和产品加速推出。不少消费者表示，啤酒节虽然是老朋友，但各种新场景的碰撞、新业态的簇生，催化了奇妙的“化学反应”，能够真正触发人们的情绪，触动大家的欢乐。据孙子沐介绍，啤酒节开幕以来，HALO SOUL咖啡店吸引了很多游客的喜爱，更有不少回头客光顾，每天营业额达2万元左右，“我们通过啤酒节结识了很多新朋友，不少市民游客都打听我们西海岸店铺的地址，约好经常来光顾。”

青岛国际啤酒节的这些特征正逐渐成为新区消费空间的发展趋势，新区也将积极放大“啤酒节效应”，展示开放、现代、活力、时尚的国际化新区形象。

西海岸新区城市推介齐鲁行圆满收官

11场推介活动擦靓“啤酒之城”

□记者 梁玉鹏 报道

本报讯 7月25日晚，“青岛啤酒节 醉美西海岸”第31届青岛国际啤酒节暨青岛西海岸新区城市推介齐鲁行在东营火热开启。西海岸新区推介团以精彩的推介、别开生面的表演，展示了新区文旅资源与城市形象。至此，城市推介齐鲁行圆满收官。

据了解，自2015年起，新区文旅推介团连续7年进行啤酒节及旅游度假产品推介，省内客源市场逐步细化，组合式“走出去”推介的效果更加明显。本次省内巡回推介，是新区首次以啤酒节为载体，创新启动融啤酒节推介、文旅营销、城市形象推广于一体的综合推介活动。活动由西海岸新区管委办公室牵头，文旅、商务、住建、人社、招才中心五部门与青岛黄岛发展(集团)有限公司、青岛西海岸旅游投资集团等十几家文旅企业紧密合作，实现了1+1>2的聚合推广效应。

本次推介打破了往年只在啤酒节前发出邀约的惯例，在啤酒节开始前的7月2日至6日，前往枣庄、济南、潍坊三地进行啤酒节节前推介；在啤酒节进行时的7月21日至25日，前往临沂、济宁、泰安、聊城、东营五个城市进行推介，穿越8个城市，跋涉近2500公里。同时，通过现场连线方式，向各个推介城市展示啤酒节现场盛况，让各地市民游客直观感受啤酒节的激情与狂欢。此外，本次推介展现了新区的“软实力”，充满新区及青岛元素和特色的文艺节目相继亮相，文旅推介、城市推广与文化艺术深度融合，有效促进了文化旅游对外交流，提升了文化软实力对外影响。

此次推介的11场活动通过多家主流媒体和直播平台同步直播，放大推介宣传效果，全部活动网络直播累计吸引观看人数近600万。