

线上线下、节中节后无缝衔接——

青岛啤酒节热度延续

本报记者 刘成

消费正回暖

舞台上DJ电音热浪不断袭来,青岛市民张迪和朋友边听音乐边喝啤酒。在青岛西海岸新区金沙滩啤酒城里的精酿嘉年华,一场“精酿啤酒按米喝——距离挑战赛”激荡着啤酒节激情。

第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)虽然在7月31日落下帷幕,但节后的“好戏”仍接连不断。创新的“云上办节”新模式树立了文旅行业数字化节庆标杆,“一节带万店”成效显著,有力激发了城市消费新活力。

线上消费热起来

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”巨大雕塑赫然出现在你面前,将你带回“云上啤酒节”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,同来自俄罗斯、英国、葡萄牙等12个国外城市以及17个国内城市知名酒吧直播互动,真正实现了“青岛与世界干杯”。

“我们还组织了10场大型直播,以及青岛雄风拳王争霸赛、电竞嘉年华、街舞大赛等体育赛事。”第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)现场指挥部副指挥崔西军介绍,“云上啤酒节”以科技打破时空限制,探索出疫情常态下办节新路子。

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到进一步彰显。

“线上精彩纷呈的节目带来大流量,我们联合各平台开设啤酒节线上自营旗舰店,推出30多个商家100余种产品,并邀请人气主播入驻带货。”直播带货活动负责人胡顺鹏告诉记者,“从销量看,消费者特别喜欢地方特色产品,青西金啤的精酿啤酒、哈舅精酿的黑美人果啤、琅琊台的浓香型光瓶酒这三款产品卖得最好。”

封思源是一名“90后”,也是青岛国际啤酒节的忠实爱好者,这个夏天他的啤酒节有了不



青岛金沙滩啤酒城内的梦幻岛主题乐园吸引了很多游客。

(资料图片)

一样的“打开方式”。“我在直播间买了不少青西金啤的精酿啤酒,晚上约上三两好友,边看直播边聊天喝酒,别有一番滋味。”

此外,本届啤酒节还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1.2万份主题数字藏品,全部开售即售罄。

不难看出,青岛国际啤酒节让线上消费热了起来。“云上啤酒节”的全新打开方式,为“一节带万店”注入新内涵。节庆所带动的“店”有了更多表现形式,它可以是线下的也可以是线上,可以是有形的也可以是无形的,它们都因“节”而火热。

节与城共融共生

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,城内吃、喝、玩、游、购、娱各类业态竞相发力,不断引领城市消费场景焕新升级。

在金沙滩啤酒城内,全球规模最大的沉浸式消费生活体验MALL——青岛啤酒·时光海

岸精酿啤酒花园开业运营。在1903精酿工坊,八大系列24款产品加上160多道文化融合菜,为消费者创造了全新的“味蕾记忆”。

除了啤酒与美食,金沙滩啤酒城内,来自全球各地的商品琳琅满目,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余个国家的7000余款优质商品,创造了新的消费点。

“每年到了啤酒狂欢的季节,能明显感到客流量攀升,来金沙滩啤酒城游玩的游客,不少都会进店挑几件商品带走。”HI购跨境电商免关税商城企划主管沈青告诉记者,商城7月份销售额环比增长近30%。

金沙滩啤酒城的“黄五箱”是一家集进口、批发、零售于一体的进口会员仓储超市,吸引了不少市民游客的目光,销售热度不断攀升。“昨天来这里买了一些小零食,带回家后孩子非常喜欢。”游客张小奎说,“这不我们今天又来了,准备再买点国外的网红零食。”

8月10日晚,记者再次来到金沙滩啤酒城,城内各类主题灯组如梦如幻,很多游客驻足打卡拍照。走进梦幻岛主题乐园,过山车载

着游客在半空蜿蜒而行,哈雷机车上的小朋友玩得亦乐乎,大人、孩子欢声笑语不断。

据了解,梦幻岛主题乐园今年扩建至1.1万平方米,新增了六组大型游乐设施,可以覆盖满足全年龄段的游乐需求。梦幻岛主题乐园运营经理明杰介绍,截至目前,各类游玩套票已售出1万多张。

城市中的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”。与青岛国际啤酒节一起成长,金沙滩啤酒城不断推陈出新,进一步丰富了青岛文旅地标新内涵。

激发消费新潜力

距离金沙滩啤酒城15公里的星光岛自从进入“啤酒节时间”就充满了生机与活力。炫酷灯光秀伴着阵阵涛声翩跹起舞,星光汽车影院声光电组合高潮迭起,星光市集上创意工艺品琳琅满目……

游客焦剑来自甘肃,带着家人在星光岛度假偶遇海岛嘉年华,“晚上的氛围太好了,这就是我心中理想的假日的样子”。

今年啤酒节期间,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、星光海岛嘉年华、红树林海洋光影狂欢节等活动板块,城市阳台、奥特莱斯等特色商业街区 and 旅游景区景点借势发力,让夜经济飘散着“啤酒香”。

“暑期以来,星光岛酒店营业额近5000万元。海岛嘉年华启幕当周,几家酒店基本处于满房状态。”青岛海发文化集团酒店事业部总经理刘鹏告诉记者。数据显示,青岛西海岸新区酒店入住率环比提升45%,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。

作为中国十大节庆活动之一,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,深刻融入了城市风貌和市民生活之中。

市场瞭望

四方食事,不过一碗人间烟火。

中华美食文化博大精深,源远流长。各地传统美食更是五花八门,各成体系。无论是享誉海内外的八大菜系,还是百姓餐桌上的家常菜、深宅小巷里的特色菜或路边小吃,遍布大江南北的各地传统美食都因其鲜明的地域性、民族性而特色鲜明、风味独具。

每种传统美食背后都隐藏着制作者的智慧,而其来历、传说更是天然“增味剂”,每每勾起人们挥之不去的乡愁。

毋庸置疑,传统美食市场潜力巨大。随着时代的发展,在新消费场景下,地域限制被打破,科技的进步和新消费方式、模式的涌现,让地方传统美食在科技、工业化和电商的助力下,纷纷走出了起源地,走向全国乃至世界。

如何让历史悠久的各地传统美食在适应现代人的消费要求下,在不断推陈出新的同时,特色长存,代代相传?

无论何种美食,其广为流传的核心一定是货真价实,其材“真”,其味“真”,是人们追求的本源。在地方传统美食的传承中,必须最大限度保留其本真元素和原始风味。

但守真并不是保守,而是更好传承、发扬光大的基础;创新也不是脱离传统的创新,而是基于传统的延伸和升级再造。守真和创新要保持传统产品原汁原味地发展,让创新产品带着传统产品的基因密码传承弘扬,切勿不能跑偏。

如何在守真的前提下,让地方传统美食的消费版图更大更广?不少地方已经做出了卓有成效的创新尝试。

依靠科技力量探寻地方传统美食的“基因密码”,创新出更多适应时代的健康美食;以现代化创新手段,实现制作方法的升级,让地方传统美食产业化发展;突出产业融合,通过延伸打造传统美食原材料特色种植基地,提升产业附加效益……

一系列的探索创新表明,步入新时代,让地方传统美食经久不衰,我们必须以健康、风味、绿色为导向,以守真为基础,以科技创新为驱动,借助现代企业运行机制,借助网络电商等新的推广、销售模式,让其在充分保留传统味道的前提下走得更远。

赵梅

本版编辑 李丹美 编高妍



2022世界莞商大会经济峰会暨半导体产业发展论坛

指导单位: 经济日报社

主办单位: 中共东莞市委、东莞市人民政府

承办单位: 中共东莞市委统一战线工作部、东莞市工商业联合会、世界莞商联合会、广东省高智新兴产业发展研究院

协办单位: 《中国企业家》杂志社

中国东莞 | 2022年8月29日

