

醉岛

第二十届青岛国际啤酒节专刊



从求人参节到“啤酒世博”

20岁啤酒节华丽转身

本报记者 刘玉彩

从国外品牌寥寥无几到五大洲名酒汇聚,20岁的青岛国际啤酒节勾勒出了真正的“啤酒世博”。如果说,十几年前的青岛国际啤酒节只是在与“国际”沾边,那么20岁的青岛啤酒节所达到的国际性规模则是实至名归。谈起这些年啤酒节的招商路,已经连续14年参加青岛国际啤酒节筹办工作的张伟感慨万千。

求人参节遭冷眼

“最初就是李村大集上的摊贩来参节,我们也要好吃好喝地招待着,让他们不要走。”青岛啤酒节办公室副主任张伟说起最初啤酒节招商的艰难历程仿佛回到了13年前。张伟告诉记者,他1997年第一次参加青岛啤酒节的招商工作。“当时,这个商很难招啊!我们兵分三路到全国各地有大型啤酒厂的地方去联系,我去了兰州、重庆、武汉。还记得重庆啤酒厂的办公室主任对我说:‘我们的酒连山东市场都销不到,如果去参加你们的啤酒节,要组织专门的人力和运力,而且去了也卖不了多少酒,算算账赔钱,所以不能去。’”到了兰

州的黄河啤酒厂,厂方也有类似的顾虑。最终,张伟这一路无功而返。

张伟说,因为招商难,当时刚刚办完了这届就要着手下一届的招商了。当年的青岛啤酒节,只设了8个面积180平方米的小棚,以青岛周边的几个啤酒厂产品为主,国外品牌只有慕尼黑和荷兰红爵。

有人主动找上门

尽管招商难,但在张伟等人的不懈努力下,当时参节的商户也达到了上百家,只是门槛很低,一年年过度追求招商数量影响了啤酒节的办节水平,而意识到这一问题是在2001年,当时张伟等人专门到德国慕尼黑学习啤酒节的经验,当地啤

酒节上的啤酒大棚每个在上万平方米,而个数只有五六个,这种追求品质的办节风格让当时的青岛啤酒节人顿时大悟。

与此同时,青岛啤酒节的招商工作有了比较明显的变化。“2001年啤酒节我们在啤酒城西广场建了8个三四百平方米的啤酒大棚,不但国内有名的啤酒多了起来,国外品牌的代理商也多了,原装德国进口的碧特博格首次进入。”张伟说,也是从那个时候起,青岛啤酒节的招商不再难了,主动上门要求参节的越来越多。

首个“啤酒世博”

与慕尼黑啤酒节不同的一点,青岛啤酒节不只是

当地啤酒精华的汇聚,更是全世界啤酒节的大聚会。今年,非洲金羚羊啤酒的加盟,让来自五大洲的名牌啤酒首次荟萃啤酒城,青岛国际啤酒节真正实现了“啤酒世博”。

“可以说,世界上顶尖的啤酒都在这里了。”张伟说,今年啤酒大棚保持在16个,但面积在上千平方米的大棚数量占到了多数。参节的有德国的慕尼黑皇家啤酒、柏龙啤酒,菲律宾生力啤酒,美国百威啤酒,丹麦嘉士伯,荷兰喜力,澳大利亚库柏斯啤酒,非洲的金羚羊啤酒等等。但与以往不同的是,国内的啤酒大棚除了青啤外只留下了两三个。可以看出,国内啤酒在不断的竞争中实现了优胜劣汰。

啤酒节这些年来追求品质的变化,参节老厂商有着最深的感触。科隆巴赫啤酒大棚负责人葛恩峰从第十届青岛啤酒节起就在啤酒城内办啤酒大棚,所代理的啤酒品牌也经历了几次变更,直到2005年以后稳定地代理科隆巴赫。“啤酒节是一个世界啤酒展示的大舞台,而直接的经济效益则让这些品牌实现了优胜劣汰。”葛恩峰说。

对于未来青岛啤酒节的发展方向,作为负责人之一的张伟说,他希望啤酒大棚继续实现优胜劣汰,数量在减少,而面积不断扩大。同时吸引国内外的精品酒都来,成为一个精品酒汇聚的大舞台,在给游客尝鲜的同时,推动啤酒产业的不断进化。

今日精彩看点

8月19日城内活动安排
啤酒品饮:今天是美国百威啤酒馆主题日。

艺术巡游:11:00—12:00 18:00—20:00激情鼓乐魅力绽放,异域风情舞蹈倾注岛城,虎虎生威卡通送吉祥,名模超女,激情拉丁。

中心舞台:17:30—19:00 “海之魂”校园才艺之星决赛

19:00—20:00 山东电视台齐鲁频道专场

20:00—20:30 吉林电视台演出

20:30—21:00 “东风日产杯”全国电视饮酒大赛

比赛项目:个人吹瓶、一分钟速饮、女子速饮个人赛、擂主挑战赛。趣味比赛:比比谁能吹。

啤酒指数

今天青岛天气多云间阴,局部有阵雨,最高气温29℃,啤酒指数50,可适当饮用。

捷克啤酒商 飞降啤酒城

本报8月18日讯(记者 刘玉彩 通讯员 杨媛媛) 18日下午,第二十届青岛国际啤酒节指挥部迎来了特别“粉丝”——来自捷克的密罗斯啤酒厂商。密罗斯啤酒厂希望借助青岛国际啤酒节这个平台将密罗斯啤酒这个品牌推向中国。

“我们从啤酒节的网站上了解到了青岛国际啤酒节,今天是专门‘飞’过来看看。青岛国际啤酒节是亚洲最大的啤酒盛会,我们想通过与啤酒节的合作在中国推广我们的品牌,借此进入中国市场。同时通过参节,与中国的啤酒厂商交流,进一步合作。”捷克密罗斯啤酒中国区总经理刘浩磊说,中国是世界上第二大啤酒生产国,而啤酒节正是难得的机遇。据了解,密罗斯啤酒在中国尚未正式上市。

捷克是世界上人均消费啤酒量最高的国家,捷克人均消费啤酒156升,平均每人每天消费一瓶500毫升的啤酒。



虎虎生威卡通送吉祥。本报记者 盛文静 摄

记者探访啤酒保鲜秘诀

冷冻集装箱像冰窖

本报8月18日讯(记者 宋珊珊 曲凯) 品尝原装进口啤酒,是游客来啤酒节最主要的目的。这些漂洋过海的美酒是怎么保持它们最纯正鲜美的口感的呢?就跟随记者探秘德国柏龙啤酒,了解啤酒保鲜秘诀吧。

“朋友们喝起来吧。”18日,记者走进德国柏龙啤酒馆,还未进入馆内,就听到表演乐队富有感染力的劝酒声,啤酒馆内一片热闹,很多柏龙啤酒的忠实“粉丝”正在享受最具有德国传统风味的啤酒。

柏龙啤酒是德国六大啤酒品牌之一,360多年的酿造历史,让它有了众多狂热的

“爱好者”,14日开馆时,就有德国酒迷从德国赶来捧场。柏龙啤酒馆负责人朱勇强告诉记者,柏龙进驻啤酒节已16年,已有了大批追随者,他们每年都特意赶来品尝纯正德国啤酒,“只有在啤酒节才能喝到,平时可买不到这么纯正的。”

柏龙啤酒最大的特色是细腻的口感浓浓的麦香,这些从德国原装进口啤酒是怎么保持其出厂时的口感呢?朱勇强带记者到了啤酒储存的地方,见识啤酒的保鲜秘诀。

在啤酒馆的后面,记者见到了几个硕大的集装箱,集装箱上方有粗粗的电线,

“这可不是普通的集装箱,是可以制冷的,一个集装箱可以装20多吨啤酒,最冷可以达到零下10摄氏度。”朱勇强介绍,从德国厂里生产出来的柏龙啤酒就是装在这样的集装箱里运过来的。

“柏龙啤酒最佳保存温度是5摄氏度,集装箱的温度就是恒定在这个温度,保持啤酒最佳口感。”随后记者跟着工作人员进入集装箱感受一下,一打开门,就有一股凉气袭来,与箱外的高温炎热形成强烈对比。进入集装箱就像进入大冰窖,“主要是室内外温差太大,你才觉得格外冷,其实温度是5摄氏度,没有到零下。”工作人员说。



“说俺服务不好 俺不要工资了”

本报记者 刘玉彩

“说俺服务不好,俺不要工资。”在一家德国啤酒馆里,刚刚因为和主管吵了几句嘴而被炒鱿鱼的小赵豪爽地说。

从啤酒城开城以来,每天早上七点多,小赵就从家里出发赶往啤酒城,到达后立马进啤酒大棚收拾桌子准备开工。上午九点多,入城的游客开始一拨接一拨,游客们喝酒,吃烤串,样样玩得欢。而留下的垃圾都是服务生们的活。

点酒、上酒、上菜,然后整理桌子,打扫卫生,这样不停地重复,一直到晚上10点多,她平时在学校上学还真没受过这种苦。累了,对游客不能发火,和主管吵了几句嘴,情绪太激动了,导致被炒鱿鱼。

小赵原本想利用暑假锻炼一下自己,被炒了鱿鱼自己也觉得“很过意不去”,直接找到主管说,把押金和健康证给俺就行,俺不要工资了。

人老了心没老

传统民俗杂耍老人唱主角

本报记者 刘玉彩

啤酒节这个时尚前卫的舞台不只属于年轻人,老年人也是其中狂热的一分子。

两个五彩斑斓、精巧别致的旱船在划桨人的身后随波摇曳;两只大蛤蚧扇动着两扇巨大的贝壳,蹦跳着在人群中穿梭;几个抖空竹的老人身轻如燕,灵巧地将空竹在身体周围旋转,仿佛有吸引空竹的魔力一样,让它怎么转也离不开他们的掌心……18日,艺术巡游中由沧怡社区老街艺术团带来的精彩杂耍表演吸引了游客驻足。

而接下来,栩栩如生的跑蛤蚧,灵巧的抖空竹、耍花鞭、打花棍、猪八戒背媳妇、啤酒车、媒婆说亲、老汉赶毛驴……十余种民族传统表演把中国传统民俗文化淋漓尽致地展现在游客们面前。这个青岛土生土长的杂耍团主要由退休的老年人组成,年龄最大的今年80岁,最小的也已经50多岁了。

每年的啤酒节,艺术巡游是必不可少的一部分,而在这个以展示传统特色民俗为主的舞台上,老年人占了主角,啤酒节在打造狂欢节的同时,从多角度诠释了全民节的内涵。