



## 礼品桶装啤酒 一天卖出500桶

本报8月18日讯(记者 曲凯 宋珊珊) 在啤酒城的16个啤酒体验馆内,品尝完纯正美酒的游客,不忘给亲朋好友也带点尝尝,5升装的礼品桶装啤酒成了抢手货,虽然价格不菲但销量不错,一天能卖出近500桶。

啤酒城内16个啤酒体验馆,个个有“镇馆宝”,来自世界各地的原装进口啤酒让人喝不够,都想带点回家与家人分享,外表华丽的5升桶装啤酒就成了游客最爱。

“为了参加青岛啤酒节,我们专门从德国进口了2800个桶装啤酒,没想到这种包装华丽的啤酒还真受到了热捧。”威麦负责人纪先生告诉记者,这种威麦桶装啤酒价格在300到500元之间,一天能卖出40多桶。

记者围着啤酒城转了一圈,除了威麦,柏龙、金羚羊等啤酒馆的桶装啤酒也都是专门为了啤酒节从国外运来的。“桶装啤酒的销量一点也不逊色于瓶装和散装啤酒。”柏龙啤酒馆的负责人朱先生表示。

## “虎虎”纪念品 每天能卖400个

本报8月18日讯(记者 宋珊珊) 啤酒节上人气最旺的是各国啤酒,如果还有最受欢迎的就是吉祥物“虎虎”了,啤酒节指定纪念品经销商表示,来啤酒城的游客见到虎虎就爱不释手,一天能卖出400多个,是最赚钱的“法宝”。

“妈妈,我想要这个小老虎,真好玩。”山西游客李丽带着女儿逛啤酒城,走到纪念品销售点,6岁的女儿看到“虎虎”就不走了,非要李丽买给她,问过价格一个小“虎虎”65元,李丽觉得还挺值就买给女儿玩,“这个我只有在啤酒城看到过,应该挺有纪念意义的,女儿大了看到也能想起虎年来过青岛啤酒节。”

啤酒节纪念品指定经销店的魏店长告诉记者,这几天来最受欢迎的啤酒节纪念品就是本届啤酒节吉祥物“虎虎”了,6个店一天能卖出400多个。

魏店长说他们公司每年都是指定的啤酒节纪念品经销商,“都有了啤酒节情结了,每年参加不光为了赚钱,更是宣传青岛啤酒节这个著名节日。”除了虎虎受欢迎外,啤酒宝贝这个老牌明星依然受游客欢迎,一天也能卖出几百个。



酒文化带来无限商机  
20年游客增了十几倍

# 啤酒节效果 超俩黄金周

本报8月18日讯(记者 孟艳) 青岛一些企业一年中最忙的不是过年,而是啤酒节;青岛最火的旅游时期不是黄金周而是啤酒节。据有关部门统计,青岛啤酒节带来的经济作用赶超两个黄金周。

## 啤酒城成企业“宴客厅”

18日,在青岛啤酒城的多个啤酒馆内,不时看到有人预订桌位,动辄几十人,多则上百人。青岛啤酒馆的一名工作人员表示,这多是一些企业、商家组织的各种答谢会、联谊会、采购会等,每年都有不少。

青岛市一家股份制银行的办公室主任表示,今年的接待任务特别重,各城市分行都要到青岛来开年会,而且外省的同事很多是冲着啤酒节来,晚上有个项目就是“啤酒城内拼酒量”。而市南区一家软件企业的客户答谢会也选在了啤酒城,“喝酒才能拉近感情,但是平时的酒桌又太正式,啤酒城里狂喝一番,客户多都同意第二年续签合同了。”该公司策划部的徐小姐说。

啤酒节期间除了宾馆一房难求,记者发现宾馆的会议室、

宴会大厅等也被各种会议挤得满满当当,记者在青岛海天大酒店看到,仅是在大厅内的会议指示牌就有三个,指向不同的方向。记者了解到,这些会议大都是冲着啤酒节而来。

据有关部门统计,青岛啤酒节对青岛经济发展的贡献超过两个“黄金周”。郭先登对此表示,之所以说超过两个黄金周,是由于啤酒节把节、会、玩、乐、游六位一体,也就是把黄金周的效果集合到了一个啤酒节上,“青岛啤酒节是一个支点,撬动经济发展。”青岛社会科学院研究员郭先登说。

## 20年游客数量增十几倍

记者在青啤集团了解到,第1届啤酒节时,当时的青岛啤酒厂在向市政府提交的申办申请书中表示,参加啤酒节的厂商逾50家,可吸引至少1万名游客。可是连筹办者都没有料到的是,第一届啤酒节游客达30万人次,啤酒节期间举行了中外啤酒饮料技术讲座与交流、时装表演、文艺晚会、海上风光游览等活动。为青岛啤酒打开了更广阔的国内外市场,

第二年就有媒体报道,受啤酒节拉动,利用外资发展的项目数超过该年以前历年累计项目数的总和。

第2届啤酒节节日期间举办的名优特新产品展销订货会吸引了大量客商,成交额达2.8亿元。经济技术协作洽谈会吸引了2000多项科技新成果与会,成交额5000万元。

第十四届青岛国际啤酒节16天里,共吸引中外游客290万人次,其中160万游客聚集啤酒城,130万游客聚集汇泉广场,分别比同年“五一”黄金周旅游接待人数多出34.64万人次和4.94万人次。

而19年后,涌入啤酒城的海内外游客达370万人次;啤酒消费量达1065吨,其中接待旅游团队6000多个,参节海外游客达到8.5万人次。对青岛经济的拉动超过两个黄金周。

郭先登表示,青岛啤酒节不仅是数字的增长,经过20年的发展已经走向成熟,对青岛的经济发展有重要的推动作用。而且青岛啤酒节已经是青岛节会的龙头,带动青岛旅游、展会、会议的发展,青岛啤酒节未来会起到一比十的带动作用。

千余私家车啤酒城外抢车位

## 泊车生意“日进斗金”

本报8月18日讯(记者 宋珊珊) 忙碌一天的市民晚上有了放松的好地方,就是去啤酒城里喝啤酒。千余辆私家车每天晚上上演“抢车位”,火了泊车生意,一辆车停车费10元,算下来可以日进几万元。

18日中午,记者来到啤酒城,海尔路和香港东路两个入口旁的停车场已满满当当,车位所剩无几。一辆私家车旁边等别的汽车出来。“来啤酒城别得都好,

就是停车有点难,来早了还行,一到饭点就停不下车了。”车主老徐告诉记者。

啤酒城西门停车场的泊车员告诉记者,他们这个停车场每天都能停近800辆车,到了晚上七八点好几辆车抢一个车位,有的车主得等半个多小时才能等到一个车位。“主要是青岛本地的车,此外,北京、内蒙古、山西、江苏等地的车也不少,最远还有从新疆开车过来喝酒的。”该泊

车员告诉记者,他们一晚上能收近万元停车费。

记者了解到,啤酒城周边设有七个停车场,能提供4000多个停车位,包括:P2麒麟大酒店北侧;P3深圳路半幅封闭;P4生物谷停车场;P5啤酒城西门外停车场;P6苗岭路停车场;P7仙霞岭路两侧。紧靠啤酒城的几个停车场晚上都爆满,很多车主抢不到车位,只好把车停在很远的地方走过来。



## 啤酒“生力军”

本报记者 宋珊珊

这次啤酒节办得比以往都周到,把喜羊羊与灰太狼也请来了陪孩子玩,孩子主题乐园里一放,父母可以到啤酒馆内尽情一饮了,有人说这是个一举多得的好创意,让家长放心,让孩子放松,让商家乐和的事。

据说这啤酒节一天能有几十万游客,带着孩子来的能有一半,这么多孩子从小就看大人肆意喝酒,接受酒文化的熏陶,为啤酒产业培养了庞大的生力军,也是该歌功颂德的溢出效益了。

中国人从来百无禁忌,不信鬼神,也不信所谓专家,毕竟专家太多,而且经常互相打嘴仗,今天你说吃大蒜健康,明天他说吃大蒜伤胃。今天你说房产调控该紧了,他又说房产调控该松绑了,说来说去只说得房价不停涨,买房依然难,所以中国人说尽信专家不如无专家。

所以,虽然有专家说了,珍爱生命远离烟酒,儿童更要从小别染上喜欢酒的毛病。显然没人会听,又有了这儿童乐园解除后顾之忧,天南海北的父母们都放心的带着孩子去感受酒文化了。

那边大棚里,年轻的父母抱着2岁的孩子品尝纯正的德意志啤酒,喝到酒酣处,不仅让幼儿伸舌头舔舔,感受一下这液体黄金的魅力。这边父母自豪的炫耀,我孩子才15岁就酒量了得,真是自古英雄出少年,过两年也来喝个酒王试试。你不见酒王年龄越来越小,不到20岁就称王称霸带着小汽车回家的,喝酒能力还得从娃娃抓起。

其实喝醉酒要酒疯的也是大酒量的人,夜夜买醉丧失斗志的人也是酒精里泡多了,神经麻痹的人。啤酒节是压抑太久的成年人狂欢的节日,是成人世界里所剩不多的可以肆意而为肆意撒娇的机会,对于依然单纯如白纸的孩子,还是不要早早熏陶酒文化的好。

啤酒城是不是按规定未满18岁不准入内呢?!