

4天客流超10万人次,燃动泉城初夏夜晚

济南这场啤酒节为何如此让人“上头”

文/片 记者 王贝艺
济南报道

5月31日夜,第三届济南奥体精酿啤酒节落下帷幕。从5月28日启幕,活动4天吸引客流超10万人次。历经三年打磨、迭代,本届啤酒节以超大的规模、丰富的品类、亲民的模式,为市民游客送上一场酣畅淋漓的潮流派对,点燃泉城夜晚。



啤酒节现场人潮涌动。

650余款精酿啤酒 满足各类人群的味蕾

“济南消费者的热情超出预期,现场氛围非常棒。”活动现场,除了像heysour厂牌这样首次亮相的新面孔,不乏像狮猫精酿、明日酿造、楚门精酿等“老朋友”的身影。

“感觉这里越来越热闹,人一年比一年多。”明日酿造的主理人张茜说,本来只安排一位同事打酒,没想到根本忙不过来,“晚上不到8点,我们的很多热门酒品就卖完了。”

相较于往届,此次济南奥体精酿啤酒节实现了全方位的焕新升级。首先是参展阵容与酒品体量的显著提升——活动集结了76家国内外优质精酿厂牌,涵盖本土新锐品牌、国内头部精酿机构以及多家海外特色厂牌,地域覆盖广、品牌含金量高。各大厂牌携650余款风格各异的精酿啤酒集体登场:口感醇厚的经典IPA、绵密浓郁的世涛、果香四溢的新潮果泥酸啤、小众风味啤酒,甚至对酒精过敏者友好的无醇啤酒……不同浓度、不同口感、不同风格的饮品悉数亮相,满足各类人群的味蕾。

据主办方介绍,本届精酿啤酒节的参展厂牌数量与酒品种类,在全国同类型精酿主题节庆活动中可以说位居前列。如此体量的活动成功举办,足以看出济南奥体精酿啤酒节在行业内的口碑与号召力。

规模扩大的同时,活动继续打破常规,取消门票与酒币限制,全力营造“零门槛、全开放”的沉浸式消费环境,并采用广受好评的厂牌直售模式,砍掉中间经销环节,让优质精酿以最实惠

的价格直面消费者,更让高性价比成为本届活动的鲜明标签。

不仅如此,主办方结合往届客流数据与现场实际布局,对园区通行路线、展位排布、休息区域进行全面优化升级,梳理出清晰流畅的现场动线。游客无需绕路奔波,便可轻松穿梭于各个展位之间,有序品鉴、自由休憩,大幅提升整体游玩体验。

多元化沉浸式创意玩法 让啤酒节变身潮流派对

除了亮眼的厂牌阵容,多元化的创意玩法与沉浸式的潮流场景,更让啤酒节变身为市集、露营、互动、音乐于一体的潮流派对。

现场设置了趣味十足的线下互动游戏区:紧张刺激的速饮大赛点燃热情,经典怀旧的套圈游戏引得男女老少踊跃参与,清凉欢乐的水枪大战让游客尽情释放活力。

夜色渐浓,草坪乐队轮番登台,动感的旋律、悠扬的歌声响彻奥体上空。台下游客跟着节奏

挥手、哼唱、摇摆,酒香、歌声、欢笑声交织升腾。

活动前两天,依托奥体中心开阔的户外空间,济南奥体中心携手本地青年文化厂牌“混凝土公园ConcretePark”,联合打造了乐荷发烧市集,构建起独具城市特色的潮流消费场景。市集上,复古的古着服饰、趣味的潮流玩具、创意的文创手作、精致的小众好物依次排布,吸引大批年轻人驻足挑选、拍照打卡。

大片平整的草坪更成为市民游客的户外露营区。告别城市楼宇的拘束,人们与三两好友围坐一起,举杯闲谈、放松心情,在晚风与酒香中享受慢时光。此外,活动延续了暖心的宠物友好理念,不少“毛孩子”在草地上撒欢,为啤酒节增添了温情与趣味。

蓬勃的青春活力,多元的潮流文化,为济南的夜生活增添全新色彩,也让这座沉稳内敛的北方古城不断展现时尚新潮的一面。据不完全统计,本届啤酒节现场中青年占比超过七成,青年群体成为参与主体。

不仅如此,借助社交平台,济南奥体精酿啤酒节持续出圈:各式各样的游玩攻略、打卡美图刷屏网络,堆叠成“小山”的特色厂牌酒杯,氛围感十足的草坪露营、灯火璀璨的音乐现场……成为网友争相分享的热门内容。

“这里更像一个社交平台。”来自大连的精酿厂牌主理人感慨,“五湖四海的啤酒行业从业者、爱好者因一杯精酿相聚在济南,交流行业心得,分享生活趣事,陌生的距离在举杯之间悄然消解。”

“流量”带来“增量” 休闲盛会燃动夜间经济

一场全民狂欢的啤酒节,既是夏日休闲的盛会,更是凭“一己之力”燃动夜间经济,持续释放消费活力。

作为济南奥体中心自主打造的本土青年文化IP,济南奥体精酿啤酒节从最初的试水探索,到一步步扎根泉城、辐射周边,不仅积累下超高人气,更将实实在在的流量转化为消费增量。据

统计,前两届活动累计吸引超10万人次到场参与,本届活动客流再创新高:初步统计,为期4天的活动吸引客流超10万人次。

“流量”带来的消费需求,直观体现为餐饮、零售、休闲、出行等多领域消费的全面升温。济南奥体中心北广场南侧的商业街上,300+海鲜串店、鑫立旺烧烤的露天摊位座无虚席……此次奥体精酿啤酒节凭借丰富的供给、多元的体验,拉长游客停留时长,带动现场及奥体周边餐饮、小吃、文创零售等业态销量明显上涨。

同样的城市、同样的场地、同样的潮流派对,不一样的体验与惊喜。随着“济南奥体精酿啤酒节”常态化、品牌化,每年初夏,与爱好精酿的朋友们相聚济南,似乎已被不少人列入“休闲清单”。

“每年五月必去的活动,就是济南奥体精酿节。”网友“腊肉洋芋炒香饭”在社交平台分享自己的酒单,“有些厂牌和啤酒还没来得及及尝试,所以留下点遗憾,明年再见。”

如今,济南奥体精酿啤酒节,早已不再局限于“喝酒玩乐”的单一范畴,而是成为一座城市对外交流、文旅展示的窗口。来自天南海北乃至世界各地的精酿从业者与游客奔赴济南,在参与活动之余,开启一场深度游。

来参加啤酒节本是因工作所需,但这趟行程对张茜来说全程倍感轻松愉悦。活动间隙,她特意打卡了大明湖、趵突泉等景区,“特别是拍到了‘网红’锦鲤,短视频里还要萌。”

“我们将继续立足城市特色,持续优化活动内容、丰富消费业态场景,提升服务品质,将‘济南奥体精酿啤酒节’这一活动IP进一步打造成为城市文化新名片,以此为契机,让更多人走进济南、了解济南、爱上济南。”济南奥体中心相关负责人表示,“未来,我们将进一步深耕,打造自主IP活动,推动奥体中心变身潮流文化聚集地。”

一年多堵了五六次,业主饱受污水外溢困扰

物业已联系施工队,计划对单元楼排水主管道进行彻底维修



爆料平台: 齐鲁壹点情报站
爆料热线: 13869196706
为群众办实事

记者 杜春娜 张浩 济南报道

5月29日,济南齐鲁花园小区居民李女士反映,近两年,家中厨房下水管道和主卧卫生间频繁遇到堵塞返水,多次出现污水外溢情况,日常生活备受困扰。

当日下午,记者来到齐鲁花园小区。在李女士所住单元楼门口和电梯处张贴着“暂停厨房排水的紧急通知”,落款为物业服务

中心。该通知提到,因本单元厨房污水管道及主卧卫生间管道堵塞,目前正在检查维修中。为确保维修期间排水安全,请西户5月28日起暂停厨房及主卧卫生的排水,预计至5月29日方可处理完毕。

记者看到,李女士家中厨房地漏已被封堵,但仍有污水渗出。主卧卫生间吊顶脱落,缝隙处不时有水滴滴落,地上放着一个盆和一个桶,用来接水,其中一个白色桶已盛满黄色污水,房间内弥漫着异味。

“从昨天晚上开始,厨房下水管道一直返水,洗菜池的积水伴有恶臭味道。”李女士在小区

已经住了20多年,自2024年10月以来,一年半多的时间里已发生五六次下水管道堵塞返水、污水外溢情况,且问题愈发频繁、严重。污水多次漫溢至卫生间、厨房甚至卧室,不仅清理耗时费力,刺鼻异味久久不散,家中木地板也受到损害。

“为了避免往外溢水,我们已经堵住了主卧卫生间和厨房的下水管道,拆了马桶,并安装了止水阀,但还是无法彻底解决问题。”李女士表示,其间,物业曾承诺将对管道进行疏通、检修及更换改造,但并未有实际行动。“不光我们家,我们楼上住户也受到了很大影响。”

随后,记者致电该小区物业相关负责人了解情况,该负责人建议记者第二天当面与其沟通具体情况。

“家中返水的情况已经有所好转。”5月30日上午,李女士向记者反馈,家中厨房下水管道已经被疏通,地漏处目前也没有出现返水。

“我们一直在采取措施解决问题。”小区物业经理王先生表示,针对小区住户遇到的下水管道堵塞、返水等问题,此前物业已联系管道施工队排查原因。

“住户家中的主下水管道位于厨房,两套卫生间与厨房间的管道通过横管连接,使用时间久

了,很容易发生堵塞。”王先生解释,同时,单元楼内的排水主管道也有一段横管,污水不易下流,而油污等会慢慢附着在管壁上,日积月累形成油垢,最终造成管道堵塞。

5月30日上午,施工人员对堵塞管道进行了疏通。

“下水管道堵塞问题能不能彻底根治?”李女士对此仍有顾虑。王先生表示,物业已联系施工队,计划对单元楼排水主管道进行维修。“我们会先让施工队现场勘查评估,出具施工方案并上报维修报价。”王先生说,完成评估、报价并公示后,将动用维修资金开展管道维修工作。