



啤酒节首张门票花落有主

游客网上团购享受9.2折,可凭收到的二维码短信兑票

本报8月2日讯(记者 孟艳 通讯员 杨媛媛 王永超) 2日上午,啤酒节门票、酒券正式开售,首张门票在淘宝聚划算上卖出,市民任小姐通过淘宝网订票,于当天中午拿到了啤酒节前十张门票。

记者在啤酒城东一门的票务中心,看到不少市民和游客都在咨询购票事宜。据一名工作人员介绍,本届啤酒节门票早在几天前便在淘宝网聚划算的青岛国际啤酒节网上商城开售,已有不少市民订购。

2日上午11点,记者见到第一位到票务中心兑票的任小姐,她是临沂人,目前在青岛定居,由于每年啤酒节都会有不少亲戚朋友来青岛游玩,所以她提前从网上团购了5张白天门票和5张晚间门票。“我平时就很喜欢从网上买东西,这次从啤酒节官网上看到开通了网上商城,就网购了10张门票,想要等啤酒节开节之后跟家人和朋友一起过来玩。”任小姐说,没想到自己竟会是首位买到啤酒节门票的市民。

据了解,啤酒节进城门票



2日,在啤酒城,任小姐领到第一张门票。 本报记者 杨宁 摄

网上团购可享受9.2折优惠价,嘉年华通票、饮酒券等享受8折优惠,购买达到一定数量最多可享6.5折优惠价。购买成功后,本人指定的手机上就可以收到一条由淘宝网发

送的二维码短信,游客们可凭此二维码短信到啤酒城东门票务中心内兑换纸质门票,也可以在装有刷码设备的啤酒场馆内直接使用二维码消费。想要购票的市民和游客

可以到啤酒城东一门的票务中心咨询购票,订票与咨询热线:0532—88898935。另外,啤酒节指挥部提醒广大游客为了维护合法权益,请市民和游客到指定售票点购票。

相关链接

奥飞欢乐王国门票同期开售

本报8月2日讯(记者 孟艳 通讯员 杨媛媛 王永超)

2日,记者从啤酒节指挥部了解到,“奥飞欢乐王国”门票即日起开始发售,每张门票60元,同时还设有110元/2人的亲子套票和160元/3人的家庭套票。该门票在啤酒节举办的16天中通用,1次有效,1米以下儿童还可以免费入场(须家长陪同)。

据了解,奥飞欢乐王国规划了梦幻魔仙、超级英雄、狂欢天地、竞技乐园、中心舞台区、亲子互动区、宝贝反斗城等十大主题板块,近30个项目。园内游乐设施设计新颖,安

全趣致,充分运用了动画场景和人物元素。届时,孩子们可以在多个环节中与动漫偶像明星零距离接触,充分互动,不仅可以与铠甲勇士一起战斗,还能和巴拉啦小魔仙共同跳舞,一起欢唱,在奥飞欢乐王国的狂欢世界里享受美好的童年时光。

想要购票的市民和游客可以到啤酒城东一门的票务中心购票,也可到香港中路50号的新闻中心一层大厅、青岛大剧院直接购买,或通过青岛国际啤酒节官网、中国票务在线等进行网上订购,购票热线:0532—85870059。



年年参加啤酒节

小女孩4岁时抢着喝啤酒

本报8月2日讯(记者 孟艳 通讯员 宋凯琳)

4岁时就知道抢喝啤酒,一直到现在11岁了,每年参加啤酒节。2日,小子懿与家人来到啤酒城,讲述了他们和啤酒城的故事,当天他们幸运获赠奥飞欢乐王国首张门票。

第21届青岛国际啤酒节指挥部开展“啤酒节往事图文征集”活动以来,得到了岛城市民的广泛关注和热情参与。家住佳木斯路的苏女士今年60多岁了,得知啤酒节征集往事的消息后,多次致电啤酒节指挥部,想要分享她家与啤酒节的不解之缘,苏女士还带去珍藏的一家人在第12届青岛国际啤酒节上的老照片。

自从参加过第12届啤酒节后,苏女士一家每年都来啤酒节转一转。“生活越来越好,不愁吃不愁喝的,老百姓都盼着啤酒节,亲戚朋友一起乐呵乐呵。”苏女士兴奋地说。说起自己的外孙女耿子懿,苏女士十分自豪,第12届啤酒节的时候,子懿才两岁,现在已经11岁了。“她在家画了吉祥物‘朵朵’,这次也专门带到啤酒城来了。”苏女士说,外孙女还在画上写了“祝啤酒节开幕成功”。

苏女士介绍,第一次带外孙女参节的时候,外孙女还参加小志愿者活动,在台上唱歌,得过一个小挂包。苏女士说,子懿在4岁参加14届啤酒节时,还和大人抢着喝啤酒,随着年龄增大,小女孩不爱喝啤酒了,但是爱上了啤酒城的热闹和游戏,每年都嚷着来。

啤酒节故事仍在征集中,如果您有故事,如果您想分享您的记忆,请拨打0532—88892376,您的美好故事如果被指挥部采用并通过媒体发布,就将获得由指挥部提供的白天、晚间赠票各两张。



子懿的画。(图片由苏女士提供。)

啤酒城17场馆有名儿了

基础设施完工,内部装饰完成80%

本报8月2日讯(记者 孟艳 通讯员 隋冲 黄真) 非洲金羚羊啤酒风情馆、醉美街7号……啤酒城17个特色啤酒场馆名称新鲜出炉,目前全部场馆的基础设施及配套工程完工,现已进入场馆内外的装修装饰阶段,完工度达80%以上。

在啤酒城施工现场,记者看到工人正在紧张

进行城内的施工与美化。据指挥部工程设备处的负责人介绍,各大场馆的建设装修将于近日完工,只等8月13日啤酒城开门纳客拉开新一届啤酒盛宴的帷幕。

本届啤酒节品饮区面积近3万平方米,场馆的设计和布局更人性化,无论从哪个入口进,都能很快进入啤酒场馆。其中,德国

贝克啤酒至尊殿、碧特博格啤酒品牌馆、德国柏龙啤酒广场、德国科隆巴赫啤酒堡在啤酒城沿海路一侧一字排开。科隆巴赫啤酒堡对面的新加坡虎牌beer天地和丹麦嘉士伯啤酒馆并肩搭建,丹麦嘉士伯啤酒馆正对西门。

今年,啤酒城的中心地段仍设立世博景观雕塑,它的西面坐落着德国

慕尼黑皇家啤酒宫、荷兰喜力时尚馆,东面则是今年的新朋友捷克黑山啤酒堡、德国猛士啤酒宫。同样充满异域风情、中西合璧的啤酒节指挥中心,坐拥非洲金羚羊啤酒风情馆、醉美街7号和青岛啤酒纯生馆三个啤酒场馆,打造更加国际化的啤酒盛事。德国威麦啤酒馆和德国卡士堡啤酒宫处于品饮区和嘉年华的交接处。

为打造立体啤酒节,啤酒城内还特别引进了30余块30平方米以上的LED屏幕,与各个啤酒场馆的欢动场景相结合,实时展现游客开怀畅饮的壮观景象。所有场馆均采用高强度铝合金型材料作为结构支架,韧性极强,可抗8级以上台风;屋面及墙面均采用进口白色篷布进行维护,其防水性、防火性等特点完全达到国际标准。同时为更好地比肩慕尼黑啤酒节,场馆内全部铺设木地板,充分美化啤酒城内的品酒环境,不断提高啤酒节的办节品味与层次。



2日,在啤酒城内,啤酒大棚已经准备就绪。 本报记者 杨宁 摄

光大推新资本协议下的资本管理

本报讯 随着审慎资本监管措施的陆续出台,资本约束不断强化,商业银行传统的规模主导型发展模式已经难以为继。在这种背景下,光大银行前瞻性地提出了“更有内涵的发展”理念,将基于新资本协议内部评级法的资本计量框架纳入资本配置和评价考核体系,成为加强其风险管理的重要举措。

记者从光大银行了解到,进入2011年,该行在资本配置和评价考核体系中,以公司信贷为先行,正式引入基于新资

本协议内评法的资本收益指标,包括体现单位资本回报水平的RAROC指标、及经济增加值(EVA)指标,直接与分行基础薪酬和绩效奖金挂钩,引导分行落实资本回报要求,强化风险定价。

2008年的金融危机引发了国际社会对现行监管框架的全面反思,不同国家、地区推出了一系列的监管改革举措,都不约而同地指向同一个焦点——商业银行的资本监管。

展望未来,更加严格的资本监管已是大势所趋,商业银

行必须主动适应这一趋势,记者从光大银行了解到,作为自愿实施新资本协议的商业银行,该行自2004年即开始在对公信贷业务中应用新资本协议内部评级法,经过多年的持续建设及完善,目前已经实现了内部评级法对公司信贷资产的全面覆盖,为实施具有高度风险敏感性的资本管理提供了扎实的技术基础。2010年,伴随着A股成功上市,为进一步强化资本运用效率,该行开始尝试在资本配置和评价考核体系中引入基于新资本协议

内部评级法的资本收益指标。

光大银行相关负责人表示,光大银行大力推行新资本协议下的资本管理措施,在组合层面,将股东的资本回报(ROE)期望有效传导至一线经营单位,引导资本分配向风险回报水平更高的机构和业务条线倾斜;在个体层面,强化一线经营单位的资本回报理念,引导经营单位对不同风险程度的业务采取差异化策略,实施风险定价,进一步提高了光大银行资本配置及使用效率。