



搭建国际化交流平台 打造人性化魅力盛会

——访啤酒节副总指挥、市啤酒节办公室主任赵钢

本报记者 孟艳



今日精彩看点

- 饮酒指数:**五星,即特别适宜饮酒
- 1.美国米勒啤酒主题日**
- 2.精彩的啤酒城巡游节目**
时间:18:00—20:00
表演形式:吉祥物展演 欧洲皇家马戏团展演 军威鼓乐展演 东方神韵秧歌展演
- 3.中心舞台活动安排**
17:30—19:30 健身先生、健身小姐预赛
20:00—21:00 “东风日产杯”全国电视饮酒大赛
- 竞技类比赛项目:**
复赛
个人吹瓶、大杯速饮、一分钟速饮
女子个人吹瓶、大杯速饮、一分钟速饮

今年啤酒节首次聚齐世界前十大啤酒品牌,办节标准首次比照慕尼黑;开节首日迎客28万人次,喝酒77吨,创下历年之最;游客说今年啤酒节更加人性化、更加干净了。截至24日,已接待游客260多万人次,消耗啤酒700多吨。

本届啤酒节指挥部副总指挥、市啤酒节办公室主任赵钢连续参与组织了12届青岛国际啤酒节,有着丰富的办节和统筹经验,24日,记者对赵钢进行了专访。

问:啤酒节期间,游客普遍认为今年的啤酒节办节品质有所提升,特别是在人性化服务方面,您从这方面给我们讲一下吧!

答:跟往届相比,我们在人性化服务方面做了些工作,比如说在人性化的导向标识方面,有了多种形式和多种角度的导向标识。今年在啤酒城四个人城口增加了中、英、日、韩四种文字的品酒地图、厕所地图、游乐地图的发放点,并向游客提供游览图。另外,根据啤酒节的实际情况,啤酒城主要道路做了地标式导向指引。

之所以这么做,一方面,以人人为本将啤酒节打造成百姓的节日,为游客创造一个良好的参节氛围;另一方面,在办节的筹备伊始,作为主办方我们就换位思考,从自身出发,把自己当成游客,切身体会参节者的软服务需求,注意服务细节,现在来看取得了比较好的效果,对节日的品质提升起到了促进作用。

问:今年的啤酒节跟往年相比都呈现出了哪些特点呢?

答:从目前情况来看,本届啤酒节主要表现出三个特点,第一个特点是,国外游客多、外地游客多、旅游团队多、商务团队多,这四部分客源占到前一阶段参节游客人数的60%以上;第二个特点是国际化色彩浓厚和本土特色彰显的文化演艺板块精彩纷呈,与世界知名啤酒、饮酒狂欢交相辉映;第三个特点,虽然客流量大,场面火爆,但是整个啤酒城秩序井然,这反映出参节游客文明程度的提高,同时也反映出各相关职能部门为了节日,齐心协力,使这个节日形成一个秩序井然的氛围。

问:啤酒节21岁了,参节商家都表示今年从硬件



今年啤酒节开幕式上的盛大演出。
本报记者 杨宁 摄

和软件等各个方面都有很大的提升,都说本届啤酒节特别火爆,您有这种感觉吗?

答:有。从目前的参节游客和大家的狂欢程度来看,今年的啤酒节确实火爆异常。截止到昨天,啤酒节共纳客260万人次,比上年增长10%左右,消耗啤酒700多吨。本届啤酒节还有五天闭幕,势头不减。啤酒节之所以这么火爆是各方面原因促成的。

首先在于节日品牌在境内外的推广和节日形象的塑造。青岛国际啤酒节的火爆程度反映了青岛这几年比较注重城市的对外推介,特别是对啤酒节的推介和节日品牌形象的塑造。我们在年初曾到境内外一些地方,比如欧美一些国家以及国内的30多个

城市来推介这个节日,并通过各种形式让不同行业、不同人群都能直接或间接地参与到啤酒节中来,使它真正成为我们青岛老百姓自己的节日,同时让啤酒节成为每年夏天外地游客来青岛的必选景点。

其次,啤酒节火爆在于大家对这个本土节日的热爱。青岛人本身有种啤酒情结,老百姓对这个节日的热爱源于对青岛啤酒这个品牌的热爱。另外,青岛国际啤酒节有它的本土特色,在本土特色的前提下,我们比较注重吸纳一些国际大品牌。今年啤酒节期间,我们邀请了世界十强啤酒品牌参节。大家对青岛啤酒比较熟悉,但是国外的这些啤酒品牌到底是什么味道,老百姓也想过来看一看,尝一尝,这也是节日



今年啤酒节着力打造人性化细节服务,增加了安保人员。
本报记者 杨宁 摄



截至目前,啤酒节迎客260万人次,比去年同期增长10%。
本报记者 杨宁 摄

火爆的一个原因。

问:今年不少游客觉得整个啤酒城比往年干净多了,乱扔垃圾的几乎没有了,主办方是不是在垃圾桶的设置上也加密了一些?

答:在卫生方面,首先,啤酒节指挥部首创网格化卫生管理办法,聘请的100多名环卫工人在啤酒城内分区域、画网格工作,使垃圾的清理非常及时和快捷。同时也给环卫定了标准,加强监督管理,有定期巡查。其次,指挥部根据游客和市民集中的区域科学设置了一些垃圾桶、垃圾回收点,比较科学,促使游客自觉把垃圾扔进指定位置,避免了人为地乱扔垃圾的现象。最后,我觉得啤酒城变得比以前干净归根结底还在于市民文化素质的提高。

问:啤酒节火爆程度的提升跟整个啤酒节国际影响力的扩大是相辅相成的,节日的火爆是不是跟青岛整个城市知名度的提升也有一定的关系?

答:有关系。青岛国际啤酒节是我们青岛的一张城市名片,是我们与国际交流的一个平台,同时也是展示我们青岛发展的方方面面的窗口,青岛国际啤酒节知名度的不断提高,离不开我们青岛城市核心竞争力的提高,也离不开青岛对外良好形象的塑造。比如我们通过奥运会的帆船比赛等一些大型活动,提升青岛市的知名度。可以说,青岛国际啤酒节既是城市的推广者,也是这个城市的受益者。

问:啤酒节和城市的发展是相辅相成的。去年啤酒节受到天气和世博会分流的影响,今年的这些客观因素都不存在了,会不会也是今年节日特别火爆的原因?

答:今年啤酒节开节以来这么火爆,天气好是一个原因,但是我觉得并不是主要原因,这关键在于节日的发展,在于节日的国际化程度和可参与性的提升。在这里我要披露一个信息,今年我们在啤酒品牌的招商过程中,在接待捷克黑山品牌厂商代表时,他们传达了一个信息,说要把黑山啤酒参与啤酒节的一些资料收集起来,向欧盟农业委员会申报补贴。因为欧盟农业委员会对啤酒厂商参加展会有个补贴,并且这个补贴在中国的众多啤酒节当中只针对青岛国际啤酒节,在我们国内大大小小的啤酒节这么多的情况下,欧盟农业委员会这样做表明了它对我们青岛国际啤酒节的认可。当然这个消息是捷克黑山厂家提供的,我们还需要进一步核实,但是从这方面看我感觉到我们青岛国际啤酒节的国际地位在不断提高。

问:种种迹象表明,青岛国际啤酒节越来越得到国际的认可,已经成为一个真正国际化的节日。今年的啤酒节不管是在火爆程度上还是办节品质上来讲都上了一个台阶,那么您对节日将来的发展有什么展望呢?

答:啤酒节已经走过了21年的发展历程,从开始几届的创办,经历了中期的一些成长,现在逐渐进入了节日的成熟期。对一个节日来讲,进入成熟期之后,要想提升就会面临很大的压力,在创办初期我们不断学习借鉴,而在成长的过程中我们可以不断探索提升,但在成熟时候要想再发展,面临的困难就会很多,但困难与机遇同在,我想通过我们的努力不断创新完善,会让这个节日越办越好,不辜负青岛老百姓对这个节日的期望,也不辜负社会各界对这个节日的关心。