



万，啤酒节永不落幕

“世界著名啤酒节联合会”首次年会明年来青办

/ 现场特写 /

全民酒王争霸赛前三强同台“争霸”

闭幕式上，刚刚夺得全民酒王争霸赛冠、亚、季军的任光超、张树军、张清波再次被请上舞台，一如25日的比赛现场一样站到了巨型酒桶后面。

为了在闭幕式上再次向观众们展示酒王的风采，当晚三人在舞台上再次进行了一次吹瓶大赛。

其中，酒王任光超和季军张清波都是地地道道的青岛人，而亚军张树军则来自河北沧州。既然被誉为“酒王”，喝酒的实力自然不在话下，对于这三个人来说，喝掉一瓶啤酒的实力相差无几，用时或许只差几秒钟。当三瓶啤酒摆在面前，三个人各自进入了备战状态，选定了自己最稳健的

姿势。

比赛开始，只见三人稳稳握住酒瓶，一仰脖，快速摇晃酒瓶方便啤酒入喉，还没等大家看得真切，已经有人喝掉了一瓶啤酒，将空瓶猛地拍在酒桶上，前后几秒钟的时间，三位酒王就全部完成了吹瓶，酒桶上的计时器显示的时间分别为——3:56、3:77、4:01。这一次，全民酒王争霸赛亚军张树军一马当先，只用了3秒56就喝掉了一瓶啤酒，全民酒王争霸赛季军张清波喝掉一瓶啤酒用了3秒77，全民酒王争霸赛冠军任光超用时为4秒01，三人吹瓶的时间相差不到一秒钟，让现场观众看得目瞪口呆，掌声四起。



几十名俄罗斯舞者带来的《康康舞》可谓激情四射。

/ 记者探访 /

进城游客：赶着“尾巴”来，邂逅大优惠

8月26日中午，啤酒节最后一天，皇家慕尼黑啤酒大篷里热闹非凡，台上主持人强势“带节奏”，与台下游客激情互动，气氛热烈。“正好是周日，我就和朋友一起赶着啤酒节的‘尾巴’来凑热闹！”从市南区过来的马女士告诉记者，预想到啤酒节最后一天肯定人气爆棚，“估计前往金沙滩啤酒城的路会非常堵，我们就没开车，乘地铁到了火车站，坐L2过来的，非常方便。”

赶着最后一天来，除了凑个热闹，马女士一行三人还有更多的考量。“这最后一天了，应该有不少优惠活动吧，不管是啤酒还是小吃，这也是我们的目的之一。”马女士笑着说。

还别说，当天的慕尼黑啤酒大篷，优惠力度真不小。“扎啤和酒炮都是买一送一的。”该大篷现场负责人车晓明告诉记者，今年是他们第二年参节，“跟去年一样，卖得最好的还是黄啤和黑啤这两种扎啤。而且因为今年节会时间长，卖得量也比较大。”最后一天，他们的优惠力度也非常大，除了“买一送一”，“其他啤酒也都有不同程度的优惠，而且我们的礼盒也优惠很大，原价128元现价68元。”“真是来对了，正好买个礼盒回老家给爸爸带回去，让他也尝一尝德国啤酒。”马女士笑着说。

在第28届青岛国际啤酒节上，各式各样生动新颖的文创产品也深受广大游客青睐。黄发集团推出了吉祥物“合合”等58种衍生品，共生产了38万余件，首次在啤酒城西停车场、东停车场、北一门、啤酒大篷区、

东音乐广场、凤凰之舞区设六个经销店，方便游客选购。随着啤酒节来到尾声，国内外的游客将这些衍生品带回家，也把啤酒节的文化和魅力带回了家。

据悉，本届啤酒节衍生品设计结合上合主题元素，突出青岛及西海岸新区特色，从艺术定制、文创产品套装、优质品牌合作等方面展开。种类包括生活用品、文具、服装等，其中与本土艺术家、品牌合作的产品可谓一大亮点。其中，啤酒节吉祥物“合合”的创意延续了往届啤酒节以生肖作为吉祥物的惯例。“合合”戴着充满科技感的眼镜、腰系啤酒小木桶、手持盛满啤酒的酒杯，其形象活泼可爱、吉祥欢乐、动感十足。既放大了上合峰会的溢出效应，又传达西海岸人民对四海宾朋“一切合美”的美好祝愿。“合合”抱枕、“合合”纪念衫、“合合”纸扇、“合合”雨伞等多款“合合”系列衍生品，为游客提供了更多选择。

以啤酒城“青岛与世界干杯”巨型雕塑、“万国灯塔雕塑群”为蓝本，设计推出系列钥匙扣、开酒器等，极具纪念价值；“凤凰之声”纪念水晶摆件以啤酒城新落成的青岛凤凰之声大剧院外观为蓝本，设计创意构思巧妙，展现了凤凰之声大剧院作为西海岸新区新的地标性建筑的恢宏气势。“购物是旅游活动六大要素之一，我们推出的啤酒节系列文创产品，定位以物寓情，以节带购，为游客提供丰富的具有啤酒节元素及西海岸特色的旅游商品，促进新区旅游产业链的延伸。”青岛国际啤酒节综合服务组组长张茹说。



全民酒王争霸赛前三强同台“争霸”。

