



“是小鹿哇”在线“种草”，在海小青尝试制作饮料。

# 60位网红引爆的“全民直播”

## “醉嗨品鉴团”游园会：人气热度值超3000万

□文/半岛全媒体记者 王好 王贝贝  
图/半岛全媒体记者 吴璟

8月12日，由第30届青岛国际啤酒节组委会和黄发集团主办，上海无锋网络科技承办的首届无锋炫石粉丝文化节迎来活动“重头戏”——“醉嗨品鉴团”游园会。在主会场西海岸金沙湾啤酒城，约60位来自斗鱼、B站、抖音、快手等平台的红人主播现场集结，通过沉浸式直播、游戏互动等方式，带领线上千万粉丝在城内8处网红景点游园打卡。

据统计，当天游园会活动的直播间人气热度值总计超过3000万。与此同时，在主播们的推荐下，哈舅IP周边、精酿啤酒、海小青茶饮等青岛国际啤酒节热门商品被“种草”，不少网友留言在线“求链接”。

### ■联动 啤酒城变“全民直播”现场

当天下午4点，三三九户外、旭旭宝宝、雨神、狐狸酱大魔王、大龙猫、风云八卦、长沙乡村敢死队等七位红人队长分别带领各自“战队”，在金沙湾啤酒城地标——“青岛与世界干杯”主题雕塑前集合，准备出发开启此次粉丝文化节的游园会直播活动。

记者在现场看到，网络红人们人手一部直播手机，一边与直播间内的在线粉丝互动热聊，介绍目前所在的位置，一边与现场来参加粉丝文化节的粉丝们合影留念。此刻，啤酒城俨然变成了“全民直播”现场，通过一个个线上直播间被送至云端，线上、线下联动，共享啤酒城内的时尚欢乐。

据上海无锋网络科技有限公司副总裁唐恺介绍，主播游园会共分为七个组，

每组6至7名主播，此外还会有十余位主播进行OB直播（旁观直播），总计现场主播人数约60位。“游园会主要是主播们通过沉浸式体验的方式，带领线上粉丝游览啤酒城，探寻城中好物。”唐恺介绍，为了迎合直播粉丝年轻化的群体特点，现场还特别设计了游戏互动环节，主播们在游园打卡点需要根据任务卡提示完成相应任务游戏，并根据游戏情况获取相应奖励分。最终，根据每队的奖励数量进行排名，排名靠后的团队成员需要接受俯卧撑“惩罚”，而俯卧撑具体数量由排名靠前的队伍决定。

### ■带货 网红主播现场“种草”

根据安排，当天7组红人主播的游园打卡地点分别为哈舅大本营、青西金啤体验馆、海小青旗舰店、国际啤酒汇超市、啤酒文化博物馆、胭脂公社、不是书店。

“不到10分钟已经接到8笔订单了。”在海小青旗舰店“打卡点”，美食博主“是小鹿哇”变身店员，在工作人员指导下学习制作店内网红饮品“杏仁青柠苏打”。根据游戏规则，红人主播们需要在十分钟内比拼销售数量，销售越多获得奖励分越多。记者在现场看到，茶饮店前，不少线下前来参加粉丝文化节的粉丝们已经排起了队，等候购买自己心仪主播的手作茶饮。

线下粉丝捧场，线上直播间同样热闹。“爱了爱了”“好想喝！”……在“是小鹿哇”的直播间里，不少网友在观看主播亲手制作的过程中，已经被“种草”。与此同时，青西金啤体验馆里的精酿啤酒、哈舅大本营里的IP文创产品等也引发网友们关注热议，更有人留言在线“求链接”。

“我自己特别喜爱美食，平常也会在

直播间分享美食和短视频，这次在海小青茶饮店打卡，探访了他们的制作过程和原材料，感觉都非常天然健康，很适合目前年轻人追求口感的同时，又不希望给身体增加负担的餐饮时尚。”“是小鹿哇”告诉记者，通过参与粉丝文化节的游园会活动，通过自己的沉浸式体验，把啤酒城的好物直播分享给更多的粉丝和网友，作为一名美食博主，她感到很有意义。

### ■人气 直播间总热度值超3000万

作为为期两天的无锋炫石粉丝文化节“压轴大戏”，当天的游园会也吸引了众多线上流量关注。记者在全网游戏顶流主播“旭旭宝宝”的虎牙平台直播间看到，大约一个小时的游园会活动直播过程中，其直播间的人气热度峰值一度超过800万。

“关注度和现场效果都非常给力，初步预计此次游园会在直播间人气热度值总共超过3000万。”唐恺告诉记者，青岛国际啤酒节和金沙湾啤酒城为红人主播们提供了丰富的创作素材，可以预见的是，虽然线下游园活动时间有限，但是后续关于此次直播游园会引发的互动话题将在直播间的粉丝群中继续发酵，同时“红人主播、博主们也会以此为素材，进行短视频等内容创作，并在抖音、快手、B站等平台分发扩散，持续为啤酒节增加流量入口”。

据了解，今年啤酒节首次打造“线上+线下”办节模式，首次利用新媒体下的新经济手段，依托无锋科技等网红数字营销服务商优势资源，紧靠当下潮流文化，通过直播手段、KOL营销等新型营销手段，在各类平台持续曝光，实现线上、线下直接引流，提升年轻群体的关注度，为啤酒节营造参与热度和氛围。

### 延伸>>> 啤酒节好物可线上购 100多种产品等着你

“这次能够和第30届青岛国际啤酒节合作，将首届粉丝文化节落地金沙湾啤酒城，非常幸运。”无锋科技创始人、CEO吴迪飞认为，通过优质红人主播的创作传播实现线上、线下流量互通、互动是公司一直在尝试的营销方式，金沙湾啤酒城恰恰提供了实现这一规划的绝佳场景。啤酒城里的时尚气氛以及各个网红打卡点和特色商品，给我们的户外、旅游、美食、歌舞等等各具所长的主播提供了创作养料，通过沉浸式体验，可以让他们尽情发挥各自的创作才能，从而创作出更加优质的内容，推动流量经济健康发展。

借势新经济，培育新动能。今年7月，西海岸新区已与无锋科技达成战略合作，后续将落地在线新经济人才培训基地项目，打造新区无锋科技直播与内容产业孵化基地，开展全方位、多角度、深层次合作，助力新区打造新经济产业集群，在城市IP打造、重大活动推介、“四张名片”宣传、网红经济孵化等领域全面赋能。

另据悉，对于此次游园会上网红主播们打卡过程中“种草”的诸多好物，作为线上销售渠道，青岛国际啤酒节商城官方淘宝店铺已经上线，目前已有来自30多家企业的100多种商品上架，涵盖了茶叶、食品、美妆、文创等各类特色产品，以及金沙湾啤酒城内的各种品牌啤酒。

网友在淘宝网搜索“青岛国际啤酒节商城”，即可足不出户在线嗨购。