

十城联动共享美食佳饮 四新四特开启燕啤盛宴 第34届北京国际燕京啤酒文化节7月启幕

本报讯 记者杨立娟 6月12日,第34届北京国际燕京啤酒文化节暨2025燕京啤酒消夏嘉年华新闻发布会在北京举办,标志着2025燕京啤酒文化节正式定档官宣。北京市顺义区商务局党组成员、副局长黄楠,北京燕京啤酒股份有限公司副总经理申长亮,首都会展(集团)有限公司新闻发言人刘文涛,北京顺义文化旅游投资集团有限公司副经理辛娜等共同出席,重磅发布本届燕京啤酒文化节的相关内容,并公布了活动内容的新设置、新形式和新亮点。

“1+N”格局扩容 多元场景激活全城热度

第34届北京国际燕京啤酒文化节暨2025燕京啤酒消夏嘉年华活动将于7月11日至20日在首都国际会展中心(新国展二期)隆重举行,为期10天。本届啤酒节继续以“ZUI美北京,干杯燕京”为主题,延续“1+N”场地布局模式,在首都国际会展中心设置主会场,同时联动2个分会场、217个啤酒花园,通过跨领域、跨区域的资源统筹联动,让燕京啤酒文化节真正成为一场全民共享的啤酒盛会。

新国展二期作为核心主会场,将聚合“啤酒+”的无限可能——美食、科技、音乐、体育、游乐、创意市集等元素在此碰撞交融。顺义区商务局党组成员、副局长黄楠介绍,本届啤酒节秉承“国际化、多元化、市场化、拓展化”办节原则,“啤酒节+”的举办思路,聚焦“新场馆、新环境、新内涵、新消费群体”四新内核,以啤酒为媒介,融合顺义区在会展、科技及国际化等方面的优势特点,呈现出一场更精彩、更火爆的沉浸式多元消费体验消夏嘉年华,全方位展示多元交融的顺义文化带来的生机活力和发展潜力。同时,主会场内精心规划的主舞台演艺区、美食天地及新增长达百米的精酿啤酒长廊,将满足不同客群的个性化体验需求。

“四新四特”引擎驱动 树行业品质新标杆

值得瞩目的是,本届啤酒节已强势入选商务部“十城联动共享美食佳饮”重点活动名录,同时也是北京市重磅促消费工程及“北京国际美食荟”的核心项目,这为燕京啤酒节提供了更大的发展和上升空间。北京燕京啤酒股份有限公司副总经理申长亮提出,本届啤酒节将以“四新四特”为引擎,树立行业全新标杆,开启一场令人期待的啤酒文化盛宴。

“四新”引擎:重塑核心吸引力,打造沉浸式体验高地。

新场地:世界级舞台,震撼感官新体验。本届啤酒节主会场重磅升级,移师北辰新国展二期。场馆独特的钢结构穹顶与“沙漠绿洲”主题消费空间,营造前所未有的异域风情氛围。舞台视觉迎来革命性升级——70米超宽巨型LED屏震撼登场,规模较往届实现飞跃,呈现音乐节级别的顶级舞美效果,将为观众带来身临其境的沉浸式视听冲击。

新活动:双线并进,精准俘获核心客群。“燕京U8”“舞动青春”校园舞蹈大赛,深度联动北京大学、中国传媒大学等多所高校,点燃青春风暴,强力吸引年轻群体参与;“燕京粉丝之夜”,专属回馈百万级会员体系,KOL与粉丝齐聚,啤酒、

音乐、美食、游戏等多维互动,打造线下狂欢party。双线并进,为燕京啤酒文化节注入澎湃活力。

新内容:增设特色啤酒专区,开启“舌尖环球之旅”。首次设立“地方特色啤酒专区”,漓泉、惠泉、狮王等区域龙头齐聚,展示燕京旗下各品牌的独特风味和文化内涵,也提供超100种风味燕京创新特调,较往届大幅增加,满足不同消费者的口味需求。本次啤酒文化节堪称“舌尖上的博览会”,满足个性味蕾的探索欲。

新产品:限定风味,引爆夏日味蕾狂欢。产品创新维度,燕京啤酒持续引领行业风潮。除经典鲜啤、醇厚扎啤与深邃黑啤外,本届啤酒节将隆重推出三款匠心独运的限定风味——“糖葫芦酸小麦”以京味情怀点睛,酸甜灵动;“绿豆风味艾尔”带来清爽消暑的独特记忆;“西瓜小麦”则充满夏日果园的鲜活气息。三款新品精准锚定年轻消费群体对新颖口感与层次香气的追求,以高品质原料为本,巧妙融合时下潮流元素与品牌深厚酿造工艺,为消费者打造差异化、沉浸式的互动体验,强力激活品牌年轻基因。

“四特”塑魂:四大鲜明特点铸就行业新标杆。

据主办方介绍,本届嘉年华引入“露台经济”理念,依托星空、草坪等自然景观,设置星空房、露营帐篷及超大天幕,提供健康舒适的休闲体验;利用东登录厅超大主舞台举办跨界音乐节,穿插校园舞蹈大赛、青年歌唱大赛等精彩节目,形成“双节”加成互促效应;新增机器人足球挑战赛、艺术IP备备鹿北京首展、儿童游乐区等特色网红打卡场景,以美味的饮食盛宴、时尚的展览演出、多元的游乐体验、全新的办节格局,全面提升消费者沉浸感和满足感。

啤酒节期间,每天呈现不同精彩纷呈的演出、游戏和美食体验,乐队、商户、知名博主也将莅临现场共同打卡,更有科技元素贯穿整个活动周期,开启全城“欢动”模式,彰显顺义新魅力。

创新服务 多维度保障国际盛宴现场体验

首次以主办方之一身份参与本次燕京啤酒文化节,首都会展(集团)有限公司新闻发言人刘文涛以“三新”特点介绍本届啤酒节招商引客、演艺统筹、场地布建、售票管理、宣传推广、现场运营等工作的推进情况。

新场地展现品牌文化独特内涵。燕京啤酒节与“紫金丝带”在这个夏天的创新合作,将城市建筑新地标与久负盛名

的燕京啤酒节充分融合,是北京民族品牌与北京服务品牌的强强联合,将为消费者和各界参与者带来酣畅、时尚、愉悦的独特体验,深刻体现北京民族品牌的文化内涵。

新策划打造国际化活动场景。在本届燕京啤酒节的策划过程中,首都会展集团以“国际化”思维,设计多维度的活动场景,联动联通国际展会,邀请国际组织及行业协会、驻华使节、外资企业代表等共同参与活动;精选涵盖韩式、日式、泰餐、新加坡、美式、德式六大类70余种国际美食;结合场地特点和节事特色,规划设置网红打卡地标、亲子游乐区域等,将啤酒节升级为集啤酒、美食、展览、休闲、娱乐为一体的创意、新鲜、潮流的活动集群。

新体验细节服务贯穿活动始终。在交通方面,3700个停车位、馆内接驳车、市内交通保障、滴滴团队现场服务等,并多平台提前发布各类攻略指南多项措施保障交通出行;票务管理方面,基础门票、尝鲜票、双人尝鲜票、帐篷及星空房5类票种,同步猫眼、大众点评、美团等50多个售票渠道进行推送,全面覆盖各类人群。

区域活动联动 持续引爆消夏热情

北京顺义文化旅游投资集团有限公司副经理辛娜介绍,本届啤酒节将以“国际范”与“烟火气”为双主线,深度承接国际网红美食和国内地方优质品牌美食,让市民在品味国内地方特色风味的同时,实现味蕾上的国界跨越,在活动现场开启一场“舌尖上的环球之旅”。在燕京啤酒文化节现场,我们联动国际网红美食商家和地方特色餐饮企业,打造“百米国际美食长廊”,并搭配打卡集章、美食DIY等沉浸式互动体验活动,让每一位参与者不仅能“吃遍全球”,更能“玩转美食”,让游客在沉浸式的欢畅体验中,感受国际美食与啤酒文化的魅力。

同时,自7月25日开始,延续本届燕京啤酒文化节消夏嘉年华,奥林匹克水上公园将以“消夏吃喝汇、消夏摊玩场、消夏水上运动、消夏音乐趴”等四大主题,开启周末消夏季系列活动“顺义奥水公园消夏季”,将燕京啤酒文化节主题持续整个盛夏,并推出燕京啤酒文化节和奥水公园消夏季。在此期间市民和游客可以凭第34届燕京啤酒文化节门票的购买记录享受顺义文旅集团指定消费优惠活动,为市民和游客全方位打造一个周末沉浸互动式的微度假休闲娱乐场景。

中关村国际美食节开幕 跟着餐饮老字号地图找美食

本报讯 孙颖 第23届中关村国际美食节日前在畅春园·畅饷里开幕。海淀饮服协会正式揭晓“海淀餐饮老字号”,首批29家历史悠久、风味独特的餐饮企业上榜。

经过广泛宣传和组织报名,评审团从企业历史沿革、文化传承、菜品特色、服务质量等多个方面进行了综合考量,最终确认29家海淀餐饮老字号分别为:半亩园、紫玉食府烤鸭店、羊大爷涮肉、峨嵋酒家牡丹园店、全聚德清华园店、友仁居、西部马华、小吊梨汤、中央电视塔空中观景旋转餐厅、大永徽、禾谷园、海碗居、名轩、柳林烤鸭、海富门、潇湘府、沸腾鱼乡、大上海、宏状元、老来顺、无名居、三姐家常菜、海凌食府、聚宝渔港、鸿毛饺子、中卫御苑福膳、基辅罗斯餐厅、烤肉宛、白家大院。

这些“海淀老字号”不仅是海淀餐饮行业的佼佼者,更是海淀餐饮文化的传承者,见证了海淀的变迁与发展,承载着人们的美好记忆。在美食节开幕式上,海淀饮服协会为这些老字号企业颁发了“海淀餐饮老字号”牌匾,并发布了“海淀餐饮老字号”地图,方便市民按图索骥找美食。

接下来美食节还将举办更多的活动:6月至8月,在中塔旋转餐厅举办东南亚美食节和西班牙盛宴美食节;9月,将在海淀区各大商圈和美食聚集区举办多项活动,并以养生大讲堂、大厨教做菜、美食市集等形式举办美食进社区活动。整个美食节将持续到今年年底。

通州传统美食 瓢豆腐焕发新生机

本报讯 石峰 瓢豆腐作为北京市通州区非物质文化遗产,距今已有600多年的历史,如今,这项古老的传统非遗美食正逐渐焕发出新的活力。据了解到,非遗瓢豆腐所属企业田麦谷(北京)科技发展有限公司与河北马大姐食品有限公司正式签订合作协议,将共同推动这项传统非遗美食的传承与发展。

“瓢豆腐”又名“洪武豆腐”,最早起源于安徽,于洪武十三年(1380年)随朱棣就藩北平而传入通州,经过通州百姓几百年的传承与改进,使其符合北方饮食习惯,并逐渐成为通州家喻户晓的传统美食。2024年1月,瓢豆腐制作技艺被列入通州区级非物质文化遗产。

此番两家企业联手合作,将整合线上、线下资源,提升非遗瓢豆腐的市场知名度。通过开展非遗文化进社区、进校园等活动,向广大群众普及瓢豆腐背后的历史故事和文化内涵。并打造“非遗瓢豆腐体验博物馆”,将传统非遗文化通过创新形式保存下去,让这项非遗美食被更多人所熟知。同时,双方还将在瓢豆腐的口味和品类上持续创新,推出更符合当代消费者需求的系列产品,以此提升非遗美食的经济价值,促进其可持续发展。

“瓢豆腐作为非遗美食,承载着深厚的文化底蕴和独特的风味魅力。”田麦谷(北京)科技发展有限公司董事长孙振洪说。下一步,双方将在传承与创新中推动瓢豆腐走向更广阔的市场,让非遗美食在新时代焕发出新的生机。