

发力“演艺经济”、探索“IP经济”、激活“赛事经济”、加码“甜蜜经济”……

拉满“情绪价值”，青岛消费场景不断上新

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩



今年以来，青岛消费市场传递出一些新变化。

为爱“吃谷”、“任性”婚礼，跟着演唱会去旅行……面对这些消费的新动向，青岛的消费场景随之焕新，“赛事经济”“演艺经济”“甜蜜经济”的业态不断丰富，这些新引擎成为驱动消费增长的重要力量。

新场景持续上新

潍坊二次元爱好者依粥(化名)得知某奶茶品牌与游戏《崩坏·星穹铁道》联动推出主题饮品和周边赠品后，早早就定好提醒闹钟。开售当天，他一早赶到该品牌在青岛的联名主题店时，现场已大排长龙，其中有不少和他一样专程从外地赶来的消费者。

不久前，在内蒙古工作的邢爽趁着休假与男友在青岛崂山区举办了一场特别的婚礼。婚礼没邀请双方亲属，除了在场的摄影师和化妆师，见证他们人生重要时刻的就只有辽阔的山海和温暖的沙滩。这是时下“大热”的“目的地婚礼”——不同于以前的婚拍，新人前往目的地举办一场婚礼，这场婚礼不仅包含庆典，还结合了蜜月和旅拍，“在青岛办完婚礼后，我们回去只需要办场答谢宴。”邢爽说。正是顺应了这一潮流，在崂山区经营民宿的主人欣欣告诉记者，他们有意识地按照“目的地婚礼”的需求丰富了民宿的服务内容、优化了陈设，目前手头已

经收到了20余场婚礼订单，且近八成订单来自外地。

在青岛市民健身中心体育场，密集举办的演唱会会让这里热闹异常。6月13日，一位来自北京的消费者抵达青岛，与从老家蓬莱赶来的父母集合。她一家三口预定了当晚凤凰传奇在市民健身中心体育场的演唱会门票。看演唱会是她自己休闲的方式，这次，她还带父母一同前来，这被戏称为年轻人“尽孝”的新方式。趁周末，她还计划带父母在青岛观光，品尝青岛美食……

不要小看一个周边、一场婚礼、一张演唱会的门票，这些新场景蕴含着巨大的消费能量。

去年10月，青岛举办世界杯亚洲区预选赛期间，近4万观众涌入青春足球场，单场赛事直接收益达8000万元，带动酒店入住率飙升至98%，周边商圈营业额更是增长300%。

“婚庆+”带来的消费增量也十分可观，截取青岛电影博物馆婚姻登记巡回点的样本可以发现，设立不到两年的时间中，该登记点已累计办理跨区域婚姻登记500余对，带动周边消费超过千万元。建筑风格独特的安娜别墅婚登记巡回点更为典型，每年吸引大量年轻人在这里结婚登记，这里还曾入选“全国最美婚姻登记处”，同时带动曲阜路片区相关产业，实现了“领证+旅拍+婚礼”一站式服务，每年接待游客达15万人次。

背后的情绪密码

在这些新兴消费现象背后，是越来越多的年轻人愿意为“情绪价值”买单。

麦肯锡调研揭示，64%的中国消费者将精神满足列为首选。淘宝天猫最新“618”消费数

据显示，潮玩、宠物、运动三大品类爆发，453个品牌成交破亿，2400家潮玩店增速超100%。

在情绪消费中，身份认同的彰显、情感缺失的补偿以及社交资本的积累成为三大驱动力，也因此而催生出一些典型的情绪经济的赛道，呈现出与传统消费方式不同的特点。

身份认同的渴望在“吃谷”文化中体现得淋漓尽致。当依粥抢购游戏联名奶茶时，他购买的不仅是饮品，更是对某个二次元角色的情感投射。这种投射构成了年轻人自我认知的重要部分——通过拥有特定周边来宣告“我是谁”。

情感补偿的需求则催生了“微度假”和“治愈经济”的繁荣。深蓝智库的调研显示，超九成“Z世代”会因演唱会、电竞赛事或漫展等锁定出行目的地，其中近八成消费者表示，在观看演出或赛事之余，会顺便在目的地及周边地区游览。

在青岛的海边民宿里，有越来越多选择“48小时逃离”的年轻人——周五下班后飞抵青岛、周日深夜返回，只为在沙滩上看一场日出。这些看似冲动的行程，实则是都市青年对日常压力的疗愈。

社交媒体的积累让消费行为具备了公共属性。一场山海婚礼的照片可能在朋友圈收获上百点赞，一个限定版盲盒的开箱视频能在小红书获得数万浏览量。

为新场景赋能

读懂这些情绪密码，当下的青岛正像布局产业体系一样精细化布局消费赛道，力图通过自身的资源禀赋BUFF叠加，抓住快速增长的风口。

青岛明确提出，要打造“大型音乐节会聚集地”、促进“文博消费”、探索“IP+消费”、激活体育消费，规划了多个新情绪消费细分赛道的发展方向；今年4月，借第二十届中国电影华表奖颁奖的聚光灯，青岛提出要打造“目的地婚礼”城市，制定三年行动方案，进一步加码“甜蜜经济”。通过政策先导，为消费细分赛道定好方向和路径。

在此基础上，青岛进一步通过发放消费券，为市场注入流量转化的“催化剂”。近期，随着大流量演唱会的密集开演，以及毕业季、暑期等旅游高峰期的到来，青岛发放1000万元的餐饮券与住宿券，并联动支付宝、美团等平台企业发放各类消费券470万元，让消费者“吃得实惠”“住得舒心”。“进店约30%—40%的消费者都使用餐饮消费券，而且家庭客群和年轻人明显增多。”渔荷食町区域经理王源表示。

比起消费券的短期效应，“一票到底”玩遍青岛的长效机制也逐渐成型。比如今年的青岛马拉松举办期间，青岛推出“青马消费周”，参赛者可享景区免票、酒店折扣、商圈特惠，实现“一人参赛、全家畅游”；在演唱会期间，青岛也频频推出票根联动活动，消费者可凭票游览景区、享受酒店和餐饮优惠。

“本来只是想去青岛听一场演唱会，但在看到凭华晨宇演唱会门票可以打折游青岛电视塔、云上海天这些景点后，我和朋友都决定在青岛深度游了。”来自淄博的杨梦雪说，凭票根打卡景点能节省很多费用，非常划算，“没想到一张门票就可以玩转青岛，下次还要来！”

通过深耕各类消费新场景，特色鲜明的消费IP正在逐渐清晰。这不仅是推动消费升级升级的重要路径，也将成为青岛深入建设国际消费中心城市的有力砝码。

“丝路千古情”大型演艺项目启动全面建设

将建设剧院、风情街等8栋单体建筑，2026年暑期竣工交付

精彩上合

□青岛日报/观海新闻记者 王萌 王珊

本报7月2日讯 2日，记者从上合示范区获悉，备受关注的“丝路千古情”大型演艺项目工程已全面启动，计划2026年暑期整体竣工交付。该项目作为上合示范区聚力打造的标志性文旅项目，将为青岛市打造“上合组织旅游和文化之都”增添亮点，成为促进上合组织国家间商旅人文交流、文明互鉴的新地标。

“丝路千古情”项目建设现场，颜色鲜艳的各类吊机高效运转，挖掘机、运输车等大型机械设备穿梭其中。300余名建设工人各司其职，秩序井然地进行着焊接、切割、混凝土浇筑等工序作业，一派热火朝天的施工景象。

“丝路千古情”大型演艺项目总建筑面积4.9万平方米，将建设剧院、风情街、万国街、穿



■“丝路千古情”项目效果图。

越街、非遗小镇等8栋单体建筑，涵盖文旅演艺及剧场演出、购物及餐饮、配套娱乐等功能。“目前项目正加紧推进，其中，风情街预计7月中旬实现主体结构封顶，剧院预计8月底主体结构封顶。项目整体计划2026年暑期竣工交付。”

青岛如意湖投资发展有限公司总经理张增斌介绍，项目工期紧任务重，现场实行24小时不间断作业，对照进度计划倒排工期，不断优化施工方案，确保在既定时间节点完成建设任务。

今年1月，上合示范区与宋城演艺发展股份有限公司签署合作协议，共建“丝路千古情”大型演艺项目。该演艺项目聚焦齐鲁文化、海丝文化和上合元素，用穿越历史的宏大叙事与天马行空的艺术手段，在凝聚齐鲁大地厚重历史文化的同时，集中展示上合组织国家多元文化、地域风格，打造集文化展示、演艺体验、休闲娱乐等于一体的文旅标杆项目。“我们将持续深化与宋城演艺合作，提供全链条、全周期、全要素的服务保障，全力推进项目实施，确保如期开园纳客。”上合示范区投资促进局局长迟永欣表示。

随着数字技术的快速发展、“巨头”的跨界融合，物业行业正在不断开辟新蓝海——

身边的物业变了：从“小区管理”到“城市服务”

□青岛日报/观海新闻记者 贾臻

一个全国性的产业博览会，是观察这个产业发展的最直接窗口。

7月2日，2025中国国际物业管理产业博览会在青岛国际会展中心(崂山馆)开幕。238家国内外参展商通过这一平台，展示物业管理产业链新技术、新设备和服务。

作为物业管理行业一年一度的盛会，中国物博会到今年已经成功举办七届。作为行业发展的风向标，从本届物博会上，我们可以清晰地洞察到有着37.5万家企业、从业人员达883.3万人的物业行业的发展趋势：正在通过跨界融合不断实现产业升级，重塑从“社区服务”到“城市服务”的新版图。

巨头跨界：多方竞逐新蓝海

当青岛海信立空调系统有限公司出现在物博会上，并以大面积展位宣传自己的空调更新和控制系统方案，可以为物业服务企业“团团围住”，成为物业服务企业眼里的“香饽饽”。原因很简单，电能能耗在物业能耗里占比60%，如何降低电能成本，是任何一家物业服务企业都想要解决的问题。

“巨头”跨界，能在物业服务领域“玩出”什么花样？这次物博会给出了答案。

物博会上除了中海物业、长城物业、保利物业等传统物业服务巨头，不乏中国联通、腾讯、钉钉、美团等大型运营和服务商的身影。此次物博会上，他们携带的物业管理领域数字化解决方案以及配送新应用场景等集中“揭开面纱”。

以美团为例，去年7月份，美团开始在下沉城市招募电梯媒体广告加盟商，要求加盟商具

备社区/物业楼宇资源及广告销售经验、计划铺设500个以上视频梯媒点位，此举被视为美团拓展物业领域服务的新尝试。去年8月份，美团与万科物业合作推出“骑手友好社区”解决方案，通过数据对接实现骑手快速登记通行，该方案在万科物业管理的3000余个小区入口部署，骑手使用微信扫描物业小程序码即可完成身份证验证和配送状态识别，全程仅需数秒。

根据美团在此次物博会上的展示，其物业服务业务版图扩张迅速。截至2025年5月底，已经在150多个城市建设“骑手友好社区”27620个，和18家TOP物业服务企业以及包括山东全省在内的10个省市达成“骑手友好社区”通行解决方案，月度覆盖骑手人数超过68万人。

除了数据赋能，美团还在物博会上展示了其研发的小黄蜂机器人，该款机器人可满足封闭、半封闭小区和园区范围内的即时配送需求，为物业管理助力。

作为中国“5G”的领航者，联通也将产业触角跨界至物业管理行业。“我们在这次展会上集中展览了‘智慧社区’的全套方案，从智慧家居到物业智管、员工智管，再到楼宇智管、社区智管，面向物业企业推出了物业管理领域全生命周期的一站式”解决方案，推动物业管理模式创新升级。”中国联通智慧社区展区相关负责人告诉记者。

“巨头”跨界，能在物业服务领域“玩出”什么花样？这次物博会给出了答案。

物博会上除了中海物业、长城物业、保利物业等传统物业服务巨头，不乏中国联通、腾讯、钉钉、美团等大型运营和服务商的身影。此次物博会上，他们携带的物业管理领域数字化解决方案以及配送新应用场景等集中“揭开面纱”。

以美团为例，去年7月份，美团开始在下沉城市招募电梯媒体广告加盟商，要求加盟商具

卫生间的温度、湿度、烟雾、异味，通过分析计算及时进行处置……

走进物博会的展区，AI管家系统、智慧能源平台等创新产品令人目不暇接。这些技术成果的背后，折射出物业管理行业正处于从劳动密集型向技术密集型转变的关键阶段。

从全国范围来看，头部企业如万科物业已在全国3000多个小区投入AI摄像头、出入通行、自助客服、设备传感器等智能设备，搭建起统一运营的智慧服务平台，并凭借“AI大脑”实现对社区人员、车辆、安全、环境等动态的24小时监测，5秒内即可识别异常并预警。

大量的数字化、智能化产品和解决方案集中亮相，展示了科技赋能物业行业的最新成果：AI技术在物业管理中的应用越来越广泛，通过智能识别、数据分析等功能，实现对人员、车辆的智能化管理，提高了管理效率和安全性；智能机器人也逐渐走进物业管理领域，承担起清洁、巡逻、配送等工作，减轻了人工负担，提升了服务质量；智慧照明、智能测漏仪等设备的应用，实现对设施设备的智能化监控和管理，降低了能耗，提高了设备的使用寿命。

“我们通过集成物业管理的各个环节，包括客户服务、设备管理、财务管理、社区运营等，实现了数据的实时共享和业务的协同处理，提高了管理效率和决策的科学性。同时，企业还通过大数据分析，为业主提供更加精准、个性化的服务。”山东彩恒云生活科技有限公司研发与市场部总监孟欣说。

“我们通过集成物业管理的各个环节，包括客户服务、设备管理、财务管理、社区运营等，实现了数据的实时共享和业务的协同处理，提高了管理效率和决策的科学性。同时，企业还通过大数据分析，为业主提供更加精准、个性化的服务。”山东彩恒云生活科技有限公司研发与市场部总监孟欣说。

数智融合：物业行业“生态重构”

清洁机器人灵活躲避着摩肩接踵的参观人群，全方位清扫着地面，实现了垃圾不落地的“即时洁净”；智能马桶监测设备可以随时监测

卫生间内的温度、湿度、烟雾、异味，通过分析计算及时进行处置……

走进物博会的展区，AI管家系统、智慧能源平台等创新产品令人目不暇接。这些技术成果的背后，折射出物业管理行业正处于从劳动密集型向技术密集型转变的关键阶段。

从全国范围来看，头部企业如万科物业已在全国3000多个小区投入AI摄像头、出入通行、自助客服、设备传感器等智能设备，搭建起统一运营的智慧服务平台，并凭借“AI大脑”实现对社区人员、车辆、安全、环境等动态的24小时监测，5秒内即可识别异常并预警。

大量的数字化、智能化产品和解决方案集中亮相，展示了科技赋能物业行业的最新成果：

AI技术在物业管理中的应用越来越广泛，通过智能识别、数据分析等功能，实现对人员、车辆的智能化管理，提高了管理效率和安全性；智能机器人也逐渐走进物业管理领域，承担起清洁、巡逻、配送等工作，减轻了人工负担，提升了服务质量；智慧照明、智能测漏仪等设备的应用，实现对设施设备的智能化监控和管理，降低了能耗，提高了设备的使用寿命。

“我们通过集成物业管理的各个环节，包括客户服务、设备管理、财务管理、社区运营等，实现了数据的实时共享和业务的协同处理，提高了管理效率和决策的科学性。同时，企业还通过大数据分析，为业主提供更加精准、个性化的服务。”山东彩恒云生活科技有限公司研发与市场部总监孟欣说。

“我们通过集成物业管理的各个环节，包括客户服务、设备管理、财务管理、社区运营等，实现了数据的实时共享和业务的协同处理，提高了管理效率和决策的科学性。同时，企业还通过大数据分析，为业主提供更加精准、个性化的服务。”山东彩恒云生活科技有限公司研发与市场部总监孟欣说。

产业升级：向城市综合服务拓展

在当前市场环境下，物业行业单纯依靠规

第三轮中央生态环境保护督察在山东

中央第三生态环境保护督察组向山东省交办第三十三批群众信访举报件涉及青岛市有关情况

□青岛日报/观海新闻记者 吴帅

本报7月2日讯 7月2日，中央第三生态环境保护督察组向山东省交办第三十三批信访件涉及青岛市40件(重点关注件4件)。其中，市南区1件、市北区1件、李沧区5件、崂山区1件、西海岸新区11件、城阳区7件、即墨区3件、平度市2件、莱西市1件，市生态环境局6件，市地铁集团1件、市城市发展集团1件。当日，上述信访件全部交办各相关区(市)政府、市直部门及市直企业。

本批交办青岛市的信访件涉及生态环境问题59个。其中，水污染问题8个、大气污染问题15个、土壤污染问题8个、生态破坏问题9个、噪声污染问题8个、其他问题11个。

截至7月2日，中央第三生态环境保护督察组向山东省交办的信访件涉及青岛市累计985件(重点关注件38件)。交办的信访件中涉及市南区17件、市北区63件、李沧区62件、崂山区41件、西海岸新区172件、城阳区129件、即墨区151件、胶州市107件、平度市89件、莱西市68件、高新区4件，市民政局1件、市生态环境局13件、市城市管理局2件、市交通运输局8件、市水务管理局3件、市海洋发展局1件、市卫生健康委2件、市退役军人局3件、市市场监管局2件、市气象局1件，市地铁集团12件、市水务集团1件、市市政开发集团1件、市城市发展集团2件、省调水中心棘洪滩水库管理站1件、国网青岛供电公司5件、中国移动青岛分公司3件、中国铁塔青岛分公司2件、山东港口青岛港1件；胶州市、李沧区共同办理1件，即墨区、莱西市共同办理1件，市北区、市公安局、市生态环境局、市住房城乡建设局、市城市管理局、市地铁集团共同办理2件，城阳区、胶州市、市城市发展集团共同办理1件，市北区、崂山区共同办理1件，崂山区、市退役军人群共同办理1件，市住房城乡建设局、市地铁集团共同办理1件，即墨区、胶州市共同办理1件，市北区、国网青岛供电公司共同办理1件，市市场监管局、市生态环境局共同办理1件，市南区、市北区共同办理1件，胶州市、市交通运输局共同办理2件，市北区、市海洋发展局共同办理1件，城阳区、即墨区、平度市共同办理1件，城阳区、即墨区、高新区共同办理1件；涉及生态环境问题1351个，其中，水污染问题231个、大气污染问题393个、土壤污染问题241个、生态破坏问题191个、噪声污染问题196个、辐射污染问题12个、海洋污染问题12个、其他问题75个。

中央生态环境保护督察群众信访举报件交办和边督边改情况(第二十七批)

□青岛日报/观海新闻记者 吴帅

本报7月2日讯 截至7月2日，中央第三生态环境保护督察组交办我市第二十七批42件信访件，已办结23件，阶段性办结16件，未办结3件。其中，责令整改4家，立案处罚1家。根据督察要求，现予以公开。

具体办理情况详见青岛政务网(www.qingdaogov.cn)。



市政府召开基本公共服务成效提升工作推进会议

□青岛日报/观海新闻记者 刘萍

通讯员 吕行