

活力迸发、热力十足 市南多元场景激发消费热情

这个夏日，市南区消费热力全面释放——从历史底蕴深厚的老城区，到活力四射的滨海景区；从人头攒动、时尚潮流的商圈，到充满烟火气的农贸市场、夜市，消费的热浪席卷每一个角落，而新场景、新供给，则成为这场消费热潮背后的关键密码。

今年以来，市南区持续激发消费潜力，开展“好品聚市南精彩消费年”等促消费活动，发放消费券1000万元，带动消费超5亿元，争取更多消费券投向市南零售业企业；发力“四首经济”，新增首店10家，总数达368家，海信广场200余个国际品牌实现离境退税“即买即退”，零售业增速达到19%、全市第一；壮大文旅消费，2025年1—7月，A级景区接待游客超7465.72万人次，同比增长144%，星级饭店接待游客63万余人次，限上餐饮业企业营收同比增长11.1%，培育美食夜校等餐饮消费新地标，旅行社及相关服务业营收同比增长9.06%。



■青岛啤酒节老城会场上街里区域人流熙攘。



■万象城内挤满年轻消费者。



■顾客在商场挑选夏凉被。



■青岛美食夜校成为网红新地标。



■市南区爱情新地标——安娜别墅。

夏日的中山路，人流客流节节攀升，老城区重构新业态、新场景，打造“文商旅体展”跨界融合消费新空间，为市民游客带来全新沉浸式感受。

“这款以青岛天主教堂为原型的文创冰箱贴太精美了！”在位于海誓山盟广场的C3设计师文创集合店里，游客正在细心挑选富有青岛特色的伴手礼。作为山东首家跨界文创集合店，该店铺汇聚了南北半球的设计师作品，将青岛红瓦绿树的建筑美学转化为可携带的时尚单品，文创、餐饮、剧场、手作、生活杂货等多元业态集合，旺季日均客流超千人。

“在这里能最直观地感受到青岛的国际气场。醇厚的原浆、清爽的纯生，带一点回甘的IPA……每款鲜啤都是纯正青岛味儿，而百年德式花园洋房、百年壁炉的就餐环境和地道的全球美食，融合了历史和现代的记忆，是老青岛的时髦气担当。”在中山路壹号传奇club招待来青朋友的

如果说商圈与景区是城市消费的“面子”，那么夜生活则是城市消费的“里子”，关乎着城市的烟火气。

晚上8点，市南区香港中路上公园里景区人声鼎沸，啤酒碰杯声、烤串“滋滋”声、馄饨吸溜声此起彼伏。青岛美食夜校的夜晚，刚刚拉开帷幕。

“来青岛，上夜校”的口号，吸引众多的年轻人争相结伴一探究竟。“在美食夜校，不仅能吃到最正宗的青岛味道，还能感受到那种热闹的，带着海蛎子味的烟火气，这就是咱青岛的魂儿。”带着外地朋友前来体验的青岛市民高女士感慨道。

美食夜校采用一站式餐饮运营模式，汇聚始于岛城上世纪80年代的小帅帅微波炉烤肉、上世纪90年代末的四方大个拉面、小田田烤鱼及百步拉面、姜记馄饨等26家承载青岛风味与历史记忆的头部餐饮品牌。落座即点单，一码点全场。餐桌上的二维码涵盖了所有菜品信息，点点手指下单，工作人员就将各个档口的美食送到桌前。

曹掌柜小酒馆是首批入驻美食夜校的餐饮品牌，这家以青岛小烤肉和海鲜烧烤闻名的本地餐厅在岛城运营已有8年，4家连锁店覆盖市区，烤海肠被市民誉为“天花板”级别美味。曹掌柜小酒馆主人曹国任表示，“我们对这种新鲜的运行模式很感兴趣，也想借助夜校放大‘老青岛味’的品牌效应，让喜爱青岛美食的顾客有更多落脚点。”

美食夜校于去年8月正式营业，晚市下午5点至凌晨2点，午市上午11点至下午2点，一站式供市民游客打卡青岛传统“老字号”和新兴网红美食近1600种菜品，营业面积3000余平方米，可同时容纳700多位客人用餐，是青岛餐饮消费网红新地

首发经济“燃”动夏日新消费

高端运动品牌的山东首店、网红连锁餐厅的青岛首店、热门IP首店频频亮相……近年来，市南区以首店经济的首发效应带动客流与消费，引领消费新潮流。

“关注这个品牌很久了，趁假期来青岛旅游‘扫货’，了却一桩心愿。”正在万象城昂跑门店试穿该店代表产品Cloud综训鞋的外地游客王女士说。

很多到万象城购物的消费者都是冲着“首店”效应来的。据昂跑门店店长谭爱军介绍，昂跑总部位于瑞士苏黎世，是以跑步装备为核心的

高端运动品牌，昂跑青岛万象城店是青岛首店，今年8月2日正式营业当天销售创佳绩。“暑期以来，门店流量和销量都很不错，不少周边城市的消费者会专程来此打卡。”谭爱军表示，青岛市南的活力健身氛围与品牌调性十分契合。

截至目前，市南区已经成为全省首店最集中的区域。2024年，市南区共引进各类品牌首店54家，占全市67.5%，增量实现翻番。今年以来，已新增KPRO、TEAM CHINA、四季椰林等首店10家，为时尚消费注入新活力。

“我区首店经济呈现强劲发展态势，不仅招引数量连续3年保持两位数增长，更实现了从区域性首店突破至国家级首店的能力跃升，区域消费能级和商业影响力进一步提升。”市南区商务局相关负责人介绍。

从分布区域来看，市南区首店分布呈现“双核引领、多点开花”的格局，万象城和海信广场作为

核心商业载体，3年累计吸纳首店占比达73%，持续发挥首店经济主阵地作用，2024年绿城GT广场异军突起，首店入驻量在当年占比达44.4%，反映出新兴商圈对品牌首店的吸引力显著增强。

海信广场引入法国设计鬼才塞吉·布洛克“线条魔法师”山东首展，直接把法式浪漫搬进广场内，沉浸式的线条奇幻世界轻松带动观赏者的情绪。逛吃、看展、运动、购物……多元业态的融合，为市民游客提供了消费休闲新方式，也为潮流购物中心带来强大的流量和消费动能。

如今，市南区首店经济业态呈现出“核心业态引领，新兴品类扩容”的鲜明特征，在服饰鞋包、餐饮美食、护肤彩妆等传统消费业态持续领跑的格局下，潮流零售、娱乐休闲、汽车首店等业态也逐渐聚集，首店业态结构优化趋势明显，正从传统零售向“大消费生态”升级，新兴业态矩阵加速成型。

场景创新“激”起消费千重浪

张家鸿说。

多元文化视角下，国际化是老城焕新的具象表达。百年劈柴院里市井烟火气缭绕，百年“老字号”春和楼里沉淀商业文明，上合国家旅游文化体验馆、古巴文化交流中心里展示多元文化……丰富的商业业态，不但让老城人气越来越旺，也为街区增添别样风情。“真是大开眼界，巧克力还能和啤酒‘神仙搭配’呢！”在中山路139号巧克力博物馆，来自湖南的游客小李说。

不同业态的集合形成特色主题街区，其焕发出的勃勃生机成为激活文旅市场、释放消费新活力的关键引擎。仅有200余米长的银鱼巷潮牌聚集，独特“网红”魅力吸引年轻身影；太兴里微醺街区、劈柴院构建起“餐饮+”消费场景，以青春业态和时尚玩法释放消费新活力；海誓山盟广场深耕婚恋经济；三江里“五步一店”，尽显精致文艺气质；中山路区域更有奥特曼特展、TeamChina、奇幻海世界等，拉动街区消费人气持续升温。

丰富的业态搭配潮流玩法，逛街里再度成为一种时尚。在第35届青岛国际啤酒节期间，上街里区域接待游客共计1086万人次，较2024年增长12%，日均接待游客量突破36万人次，创近年来旅游旺季新高；通过全域布局“嗨啤吧”及发布“嗨啤币”游玩攻略，带动重点商户啤酒消费量突破36万升，City Drink潮流体验方式遍布青岛老城。

近年来，市南区通过持续推进历史城区保护更新，深挖老城资源，创新打造“旧里院+新经济”“老建筑+新消费”模式，侧重对文化肌理的传承与发展。从巡游到演艺，从NPC体验到互动活动，从名人故居里的海湾音乐角到水龙池子、三江里的露天电影，无一不在诉说着老城新故事，让传统文化在当代语境中焕发新生。

当节会带来汹涌“流量”，市南区抢抓机遇，将资源优势转化为文旅经济发展生生不息的能量，推动老城文旅“活起来”“火起来”。

夜经济蓬勃 澎湃城市新活力

标。一年来，美食夜校每晚翻台3—4次，夏季外地游客占比超30%。

美食夜校的火爆离不开高效的运营策略。“代表青岛招待世界”不仅仅是一句口号，硬件设施的实时更新与优化，现场服务团队的专业高效，夜校负责人傅千岁的亲力亲为，让商户和食客有了更加强烈的归属感与认同感。在美食夜校用餐，夜校免费提供打印复印、测血压血糖等服务，以及儿童用品、除颤仪、咽喉部负压吸引器、轮椅等各类生活和急救用物品，贴心的服务让食客感到宾至如归。

“我们只需要专心做好菜品，服务和运营交给美食夜校，省下了大量人力服务和运营成本。营业一年内，旺季周末日均营业额达到1万元以上。”曹国任说。

烟火袅袅，酒香四溢，正值旅游旺季，热情周到的服务，令人垂涎欲滴的美食香气，别开生面的餐饮消费新模式，为市民游客提供了文旅打卡新地标，带来了烟火经济勃勃新机，让夏日的市南“越夜越美丽”。

（曹森 尹文丽 陈乐）



■第35届青岛国际啤酒节老城会场。