

市南:N种方式解锁“冬日暖南”

每年冬季，数万只海鸥翩然栖息青岛湾，与人共舞的和谐画卷已成为这座城市最温暖的冬日名片。“山海韵·鸥遇青岛”第二届青岛海鸥季已在栈桥景区正式启动，横跨元旦、春节、元宵节等重大节庆。来青岛，夏天哈啤酒，冬天喂海鸥，已经成为一种惬意的生活和旅行方式。

海鸥，是打开冬日市南的一种方式。除此之外，逛历史街区，赏海滨风光，享暖心服务，感受冬日消费市场暖意涌动、烟火人气节节高升……多重美好，等待市民游客到市南亲自解锁。



鸥鸟翩跹逐浪飞，弦歌不辍暖冬阳。近日，在海鸥翩翩飞舞的栈桥景区，伴随着浪花阵阵，市南区“鸥遇青岛，友好歌会”正式开唱。一首首动人的歌曲让现场观众不自觉地摆动。“在熟悉的美景中享受高品质的音乐演出，真切感受到了青岛冬日别样的温暖与魅力。”一位现场的游客说。

今年冬天，市南区委宣传部策划推出“冬日暖南”宣传品牌活动，以“冬日暖南·邂逅市南多重美好”为主题，聚焦市民、游客、高校学生、亲子家庭、年轻潮流群体等目标受众，精心策划五大活动板块，联动金茂湾、上街里等商圈，以活动宣传撬动消费转化，助力区域商业活力与城区美誉度的双向提升。

“投喂海鸥千万不能用变质食物，否则容易引起海鸥肠胃疾病。”演出间隙设置的“投喂海鸥小课堂”互动环节温情满满。活动现场还设置“鸥遇青岛”游戏互动区、主题摄影打卡区，特色道具吸引着市民游客纷纷驻足拍摄。#冬日暖南#话题实时社媒分享，单条视频半小时内最高浏览量突破万次，线上线下同频共振，流量热度持续攀升。

红瓦绿树相映，墨香文脉悠长。名人故居是市南区宝贵的历史文化资源。近日，“冬日暖南”系列活动之“赓续红色血脉，重走英雄足迹”名人故居探访活动，组织市民代表和学生走进赵太侔故居、骆驼祥子博物馆，通过沉浸式探访与现场专业讲解，重温历史名人的光辉事迹与家国情怀。

“我的信要放进福山支路5号的信箱，碧海青天，不寒不暑，绿树红瓦，可舟可车，是康有为对这座城市的褒奖。”在骆驼祥子博物馆，诗朗诵《信，从未寄出，却已到达》饱含深情，让现场的观众为之动容。参加活动的学生们用稚嫩的笔触写下一封封寄往过往的信，信里装满对英雄的追思、对历史名人的敬仰，让学生们自觉成为红色基因的传承者与弘扬者。

与此同时，“旧时光里的上街里”照片征集、“我爱我的城”短视频征集活动也在线上同步进行。活动采取“评委评选+大众投票”相结合的方式，最终共有30张摄影作品入选线下主题展览，部分短视频作品入选线上展示专区，优秀作品即将集中呈现。通过光影唤醒集体记忆，展现上街里从过去到现在的变迁轨迹，引起大家对历史城区保护更新成果的认知与情感共鸣。

浪漫海岸、文韵悠长、生态和谐，勾勒出人与自然和谐共生的文艺图景，“冬日暖南”品牌让文旅市场“淡季不淡”。

时近岁末，市南区的消费热度却逆势攀升。从栈桥畔的“追鸥经济”到商圈里的暖冬盛宴，从首店经济到沉浸式消费体验，市南区以多元场景、特色活动和精准服务，让“冷资源”转化为“热消费”，冬日消费市场呈现出“商文旅”深度融合、“烟火气”与“高品质”兼具的繁荣景象，为国际消费中心城市先行区建设注入强劲动力。

冬日服装、床品、饮食等“暖”消费率先拉开暖经济序幕。万象城、海信广场等核心商圈的冬装专区人头攒动。“衣服很轻盈，款式也新颖时尚。”在万象城波司登店内试穿的刘晓辉和朋友对新款“泡芙”羽绒服相当满意。此外，北面、凯乐石等户外品牌的功能性冬装销量显著上涨，兼具时尚感与实用性的服装满足了市民徒步、旅游等多元需求。各大商超同步开启保暖好物促销，取暖器、加厚棉被等商品销量持续走高，“限时五折”“满额赠礼”等活动进一步点燃消费热情。万象城11月底开启的“万象感恩季”系列活动，服装零售、3C数码均推出超值券，多重福利拉动消费热潮。麦凯乐则聚焦“双十二”节点，线上线下联动让消费市场“暖”意浓浓。

首店经济继续激发城市发展新活力。11月28日，海信广场迎来一年一度的“黑五”闭店日，海量优惠引爆高端消费市场，一天销售额达到4.3亿元，创下历史新高。除了满减引流，作为浮山湾高端消费矩阵的标杆载体，海信广场通过品牌迭代、场景创新与业态融合，成为市南区首店经济的“主阵地”，带动商圈整体消费链条活跃。而GT集地广场开业即以100%的招商率和49%的首店占比形成鲜明的差异化竞争优势，“如今一周年之际，我们焕新升级4大创新空间：Vala地下城·青岛电车生活馆、M Tennis空中网球场、兔兔博士高压氧舱青岛体验中心、入屋策展艺术空间，通过‘运动+艺术+科技’的复合场景布局，为亲子家庭及年轻客群提供差异化的社交与休闲选择。”青岛绿城深蓝商业管理有限公司总经理李珍介绍。

据了解，今年以来，市南区借助高品质商圈打造近悦远来的消费环境，构建起浮山湾高端消费与中山路新消费的“双核矩阵”，形成差异化互补的首店集聚格局，加快打造青岛创建国际消费中心城市先行区。2025年，市南区已新增首店36家，持续强化“首发市南”品牌效应。

消费需求升级、社交需求转变，体验消费刚好适配消费升级的趋势。为丰富冬日文旅消费新场景，市南区各大商圈纷纷以主题化场景重塑消费体验。GT集地广场将动漫嘉年华与周年庆结合，吸引大量年轻消费者；海天MALL联动冬日爵士小镇，打造“文化+消费”沉浸式场景，主题化光影与故事化场景相映成趣，让商圈从购物空间变身治愈人心的冬日秘境，在温暖的氛围中为消费者解锁“打卡、体验、消费”的多元新场景。



拥抱“冬日暖南”

释放消费热情



解锁新年仪式感

①老城焕新，烟火气浓。 杨广科 摄
②雪落老城。 王华 摄
③沉浸式体验项目进入商场，带来更多客流。
④“鸥遇青岛，友好歌会”正式开唱。
⑤GT集地广场动漫嘉年华活动受到年轻人追捧。
⑥中山路上游人排队体验数字电车。 况恒 摄

辞旧迎新之际，市南区精心策划多场特色活动，以文化为媒、以体验为桥，串联自然之美、历史之韵与黄河之魂，为市民游客奉上独具格调的新年盛宴，持续激活区域文旅消费与文化活力。

作为市南区迎新亮点活动，橘子海音乐角将浪漫氛围感拉满，以沉浸式演绎勾勒海滨新年图景。活动立足市南区“山、海、城、湾”一体独特空间格局，以冬季青岛诗意地标“橘子海”日落为视觉主题，巧妙融合音乐艺术、滨海美学、青年文化与城市营销，落地金茂湾商圈打造沉浸式城市音乐角。活动精心策划“日落+音乐+市集+艺术+公益”五大板块，精准覆盖年轻潮流群体、情侣游客、高校学生及本地文艺爱好者，既带来视听享受、社交打卡等多元体验，更实现流量引流、情绪共鸣、消费转化、品牌沉淀的完整闭环。现场特设市南区企业展示区和政务服务展示区，12处展示台同步亮相，各企业、单位携特色物料集中展示，让商业空间升级为兼具文化底蕴与服务温度的城市场域。

元旦当天，青岛康有为故居纪念馆以笔墨寄情，开启一场辞旧启新的文化仪式。观众进馆即可领取特制笺纸，在“辞旧联”写下过往一年想告别的旧习惯、小遗憾后投入辞旧联，卸下过往轻装上阵；随后移步“迎新联”，亲手拓印康有为手书“新”字，落笔间寄托新年美好愿景，最终将专属寄语悬挂于祈愿墙，让个人心愿与百年历史回响交融，在笔墨书香中解锁新年仪式感。

文脉赓续迎新年，黄河文化润人心。青岛德国总督楼旧址博物馆推出“从黄河走来的文化遗产——‘黄河花语’新年日历手作”活动，以文化传承助力黄河流域生态保护和高质量发展。活动围绕黄河流经9大省份的代表性花卉展开趣味科普，带领参与者解锁黄河流域自然文化密码；大家亲手利用特色干花制作2026年专属日历，将黄河流域的自然之美定格于方寸之间，在沉浸式手作中感受黄河文化的深厚底蕴，以别样方式开启新岁。

青岛奥帆海洋文化旅游区跨年夜是青岛与市民游客一年一度的暖心城市之约。2025年12月31日至2026年1月3日，青岛旅游集团重磅打造“你好 2026”跨年主题活动，以奥帆中心为核心激活冬游消费活力。核心狂欢夜（12月31日18:30-次日0:15）亮点纷呈，潮流演艺区囊括流行、嘻哈、摇滚、街舞等多元演出，微信上墙、人浪气球互动点燃全民热情。地标打卡点、创意AI拍照机就位，复古报纸模板即时打印出网红大片。市集、品牌、观演三区明晰，美食、文创、演出无缝衔接。更有海上限定航线“追鸥逐浪橘子海”定格2025最后一帧落日”惊喜上线，海陆联动打造沉浸式体验，以高品质供给擦亮冬游青岛名片，助力文旅消费潜能集中释放。

（曹森 尹文丽 陈乐）