

青岛172座地铁站成为串联城市商圈、衔接市民生活的交通纽带，消费新场景新业态从站内、站口商业延伸到沿线写字楼、酒店、文化空间等——

“地铁生活圈”：赶路也顺路，“拎走”烟火气

□青岛日报/观海新闻记者 周建亮 见习记者 刘 麒

场景重构

从“过路经济”到“驻足经济”

目前，青岛地铁开通运营8条线路，总里程达352公里，串联七区一市，日均客流140万人次。地铁商业作为城市交通基础设施的商业化延伸，在坐拥百万级、千万级稳定客流的同时，一直面临着“高流量低转化”的行业共性难题。

从单一的基础出行功能转向满足市民游客日益增长的个性化消费需求，地铁商业如何突破“匆匆路过”的空间局限，培育融入城市生活的消费习惯，成为轨道交通行业共同探索的核心命题。

由此，青岛地铁深耕轨道消费场景，以美食为载体，在通勤路上为乘客构建一个个温情触点。

走进地铁站，满足乘客味蕾的不只是烤馒头。清晨的站厅内，瑞幸咖啡的醇香与罗森便利店的新品播报交织；肯德基等各类早餐车比比皆是；现烤面包摊位用热气腾腾的碳水抚慰“早八人”的匆忙；逸衡酒店星级品质的鸭货、小龙虾、卤猪蹄以灵活外摆的形式“搬进”地铁站，为通勤路上增添了一份触手可及的“小确幸”……

“地铁站里开店，不是简单地增设几个摊位，而是要通过商铺布局把通勤场景和人们的生活需求全面贯通，精准匹配乘客多元消费需求。”青岛青铁商业发展有限公司相关业务负责人张严文认为，早高峰有人要赶时间，午休有人要填肚子，下班后有人想捎点吃的回家，站口店铺刚好把这些需求接上了。乘客下车不只有脚步匆匆，还能顺手拎走一份吃喝，这样就能把路过的人变成顺路消费的人，让“过路经济”变成“驻足经济”。

基于这一理念，青岛地铁全面盘点资源点位，优化客流动线，引入精准匹配场景需求的高频消费生态，突破传统通勤消费模式，持续拓宽便民服务边界，发展“随手消费、即停即走”的即时消费，持续激发轨交商圈消费潜能。

如今，青岛地铁在营车站商业面积约5万平方米，构建起“咖啡+早餐+便利店+烘焙+N”的便民业态组合。通过做优场景，高效盘活站内空间资源，构筑便民服务新载体，推动“流动客群”向“稳定客群”升级，服务黏性大幅提升，海量通勤人群稳步转化为城市消费增量。2025年新开发的站厅内商铺均满铺出租，瑞幸、肯德基、十三不靠等入驻品牌的销售额稳步增长，“地铁空间即流量入口”的红利惠及更多商户。



■青岛北站TAB-Market后场项目成为城市文旅展示窗口。
周建亮 摄

空间升级

从“通勤驿站”到“城市客厅”

在地铁站内，除了逛逛商铺，还能干点啥？

随着城市更新进程提速，地铁空间创新利用成为各地发力的新方向，众多新功能、新场景让原本功能单一、仅承担通行功能的地铁站焕发活力，释放城市发展新动能。

在青岛地铁，空间复用的场景也越来越多。地铁站不再只是乘客匆匆而过的交通站点，逐渐演变成集文化、社交、健身等多功能于一体的“地下生活枢纽”。

作为一座综合交通枢纽，青岛北站铁路到发客流日均最高20万人次，3条地铁线路在此交会。7月23日，位于青岛北站站厅空间内的TAB-Market后场试营业。这是青岛地铁深耕“出行+生活”融合发展模式，推动轨道交通空间由单一通行功能向便民城市客厅升级的又一创新尝试。通过全新打造轻消费休闲商业，将便民配套、在地烟火美食、本土原创文创、城市伴手礼有机融合，在交通枢纽内打造富有温度的城市文旅展示窗口，为通勤市民、外地游客、接送亲友人群打造候车休闲新去处。

“我们将地铁站空旷的空间最大化利用起来，打造地铁站市集。商家可短租长租，业态灵活、流动性强。”TAB-Market后场项目招商运营负责人介绍，不同于地铁站分布的独立商铺，后场项目以规模化市集、商街融合形态，在枢纽内部整合休憩、游览、消费多重功能。通道按照双人并行+容纳24寸行李箱标准拓宽，大件行李通行顺畅；场内设置充足公共休息区域，加密充电宝租借点位，兼顾通行效率与旅客休息需求；市集业态丰富多元，覆盖咖啡茶饮、热食简餐、烘焙零食、本土文创、城市伴手礼等品类，满足“一站式”购物休闲需求。在等人或候车的闲暇时间，可以停下来、慢下来，在市集上逛一逛。

在五四广场站、麦岛站等站点，青岛地铁打造了新青年潮流街区，定期推出“畅享市集”，汇聚文创周边与非遗手作，举办艺术策展、主题快闪与创意互动，为本土手艺人提供温暖的展示舞台，让地铁站成为有烟火气、有人情味的“城市生活客厅”。

融入火热的“演唱会经济”“赛事经济”，青岛地铁以站内空间为载体举办应援市集等活动，将站点巧妙转化为年轻人释放激情的“情绪前站”，不仅收获了大批粉丝的点赞，更让地铁空间充盈市场活力。青岛地铁还推出了以地铁公共艺术品与“青小铁”IP为核心的文创品牌——“青铁美学”，通过跨界联名、展会营销等多元路径提高关注度，塑造城市文化新名片，让每一件文创产品都成为连接城市的“情感信物”。

在地铁五四广场站B/C出入口附近卖烤馒头的荣姐“火”了。每天傍晚时分，她的烤馒头摊位准时开张，淡淡的馒头香气在站内飘散开来。年轻顾客们排起长队，在站务人员的引导下有序购买。

“前段时间，荣姐在地铁站有了专属摊位登上网络热搜。最近有空了，赶紧来买个尝尝。”拎着3个香喷喷的烤馒头，特意从西海岸新区赶来的顾客小郭笑言，“感觉地铁的这一做法非常暖心，既让荣姐有了固定的地方做生意，同时也方便了顾客，大家想吃了直接来五四广场站就能买到。”

从每天需要坐地铁去卖货的“街边摊主理人”变成地铁站内的“轨道合伙人”，流动摊贩荣姐被吸纳到地铁规范化商业版图中，这是青岛地铁向个体小微摊主敞开大门的一次尝试，也是轨交公共空间孕育更加多元包容的商业生态的一个案例。

飞驰的列车承载的是市民出行的步履，传递的是城市生活的温度。深耕商业赛道，青岛地铁聚力打造“出行+生活”融合发展模式，通过多元招商、精细化运营和空间功能复用，将单一的交通枢纽升级为业态丰富的“地铁生活圈”；从站内、站口商业延伸到地铁沿线的写字楼、酒店、文化空间，再拓展到数智商业、低空赛道等创新领域，172座地铁站成为串联城市商圈、衔接市民生活的交通纽带。



►荣姐烤馒头摊位前，年轻顾客扎堆选购。周建亮 摄



站口焕新

推动“轨道+社区”融合发展

在城市进入内涵式发展的新阶段，社区建设应注重民生温度与人文关怀。今年5月印发的《青岛市推动城市高质量发展实施方案》提出，加快完整社区建设，完善社区嵌入式服务设施配套，打造全龄友好的城市便民生活圈。青岛地铁通过精准定位、空间重构与情感化运营，打造兼具实用性、体验感与归属感的邻里生活共同体，探索出“轨道+社区”融合发展的新范式。

从海信桥站C出入口一出站，第一眼就是彩虹阶梯，直接通往3楼的室外网球场；左行步入台港路，就能进入主城区首家供销社生鲜超市，挑选刚到胶州的大白菜；若直行到延安三路，还可以闻到咖啡的香气。倘若“上班族”来不及做早饭，几个餐厅的出口就在手边，立时可取。如果想带孩子吃顿好的，还能乘电梯上行，去楼上的品质餐厅排队等位，吃完饭刚好可以去3楼学街舞、打网球……

海信桥站位于延安三路、台港路包围区域，周边聚集着海信·都市阳光、天泰阳光地带、台港路小学等居民社区，中联U谷2.5产业园等商业园区，还有台港路小学等学校。在这样的中心城区建地铁站，常见做法是将其点缀为口袋公园，青岛地铁却展开别样的尝试——将站口土地建成精准服务周边社区居民的小型商业综合体，其自营的站口商业产品线“畅享汇”应运而生。

这种微型社区商业综合体，与地铁站近在咫尺，交织在通勤路径与生活轨迹的必经之路。其背后的商业逻辑是，地铁站口周围人口密度高、业态需求多，容易形成消费商圈，可吸引乘客、旅客及周边1至2公里的居民前来消费。建设小型商业综合体，就是将地铁的线网优势、流量优势转化为提振消费的场景优势，稳步释放消费动能。

社区商业的破局之道，在于回归“人”的需求本质。“畅享汇”站口小型商业产品线，坚持“小而美、精而全”，以齐全业态组合满足周边居民高频日常刚需，超市、餐饮、教培、健身等居民多样化需求都能在这里轻松实现，为后续空间运营筑牢“生活底盘”。

以定位为“多元人文睦邻社区”的畅享汇·海信桥项目为例，从规划之初，项目就聚焦周边社区居民的实际需求进行设计，放大地铁站点作为“社区生活圆心”的功能。项目建筑面积约1.1万平方米，相当于传统购物中心的十分之一，却囊括了从生鲜超市到教育培训，从餐饮服务到体育休闲的完整社区生活链条。

这种组合看似偶然，实则精心设计：传统供销系统带来的农产品直供模式，保证了生鲜产品的品质与价格优势；网红餐饮和娱乐业态吸引了年轻消费群体；儿童兴趣辅导和体育项目则牢牢抓住了家庭和品质人群消费。在这里，商业不再是单向售卖，而是多方共同参与的生活场景。青岛地铁与商户、社区及居民开展“内容共创”，全年近百场亲子、康养、公益、文化活动，让商业回归邻里日常。

目前，青岛地铁海信桥、青岛站、团岛、台东4个“畅享汇”项目已开业。其中，青岛站项目引入本地品牌和流量品牌，依托周边丰富的旅游资源，打造青岛印象第一站“文旅特色商街”；台东项目引入时尚快消品牌，让年轻人聚集的传统地标焕发文旅商业新势能；团岛项目将餐饮休闲、生活服务网罗起来，打造兼具活力与烟火气息的便民生活场景。

这些独具青岛特色、地铁特色的“小而美”站口商业综合体，不仅为现代城市生活增添了便利，成为城市社区商业的新范式，还不断印证着“轨道+社区”模式的强大生命力——商业不再是空间的附加品，而是社区生活的有机组成部分。

“当商户能赚到钱、留住人，商业活力自然生不息。”张严文介绍，今年，青岛地铁前瞻布局“新商业实验室计划”，打造跨界共创平台，孵化培育新业态、新模式。该计划链接顶尖设计与策展专家组建智库，为商户提供从空间到内容的端到端解决方案，塑造独特品牌竞争力；与商户共创策展式互动体验，将商铺从销售点升级为吸引客流的“生活目的地”，并通过创新业态与模式，推动商业逻辑从“功能销售”向“情感体验”转型；整合地铁优势资源，打造一个集品牌曝光、资源对接与跨界合作于一体的共享平台，精准赋能超500家中小微企业经营主体。线上做活生态，上线“地铁生活圈”数字服务平台，串联沿线小微商户资源，会员数超25万人。通过“线上+线下”双向发力，青岛地铁持续织密“15分钟便民生活圈”，在回应市民出行与生活双重需求的同时，带动商户经营增收，有效释放地铁“流量红利”，为城市消费升级注入新动能。

站内便民外摆上新、站口空间高效利用，搭建跨界共创平台……从包容一份质朴的民生烟火到系统规划便民服务场景，青岛地铁正逐步实现从“满足出行刚需”向“提升生活品质”的跨越，日常出行的地铁空间正变成一个极具温度的城市生活场景。