

## 新企点

产经

责编/王亚楠 美编/王婧 审读/王林宏

消费已成为拉动经济增长的第一动力。在“双循环”新发展格局之下,消费的重要性更是不言而喻。今年上半年,青岛交出了一份漂亮的“消费成绩单”,1-6月份,全市社会消费品零售总额实现2566.5亿元,同比增长1%,总量列北京之后、居中国北方城市第二位。社会消费品零售总额1%的增速来之不易,分别高于全国、全省社会消费品零售总额增速1.7和1.3个百分点,是全国15个副省级城市中唯一正增长的北方城市。近年来,青岛发力打造国际消费中心城市,通过不断引入新消费新模式,大力发展“首店经济”,在疫情冲击之下发放惠民消费券等,推动了青岛商业的快速发展。



国际知名品牌Lululemon进驻青岛。

# 发力国际消费中心城市 青岛商业逆风飞扬

消费券助企惠民实惠满满 上半年青岛社会消费品零售总额居北方城市第二位



## 来之不易的1%增长

今年上半年,受新冠疫情影响,消费受到冲击,尤其在三四月份,商业、餐饮业商家几乎陷入停滞。在这样的大背景下,青岛社会消费品零售总额增长的这个1%更加显得来之不易。青岛市克服疫情不利影响,拼实力、拼赛道、比韧劲,全市限上批发、零售、餐饮业分别增长23%、11.8%和3%,增速分别高于全省11.1、6.2和0.2个百分点。

根据青岛市统计局发布的数据显示,从类型看,商品零售实现2291.8亿元,增长1.2%;餐饮收入实现274.7亿元,下降1.1%。上半年全市餐饮收入月度增速呈V型走势,3月受疫情影响取消堂食服务影响,当月餐饮业限额以上零售额同比下降17.2%,4月开始餐饮业复苏反弹,6月当月餐饮业限额以上零售额同比增长14.9%。

尽管线下消费受到一定影响,却意外带动了青岛网络零售业的强势崛起。根据青岛市商务局发布的数据显示,今年上半年,青岛市网络零售额949亿元,占全省网络零售额33%,稳居全省首位,同比增长29.2%,高于全国、全省增速26.1个和10.5个百分点。值得关注的是,在全市的网络零售品类中,家用电器排名第一,454.6亿元,占比52.6%;服装纺织品排名第二,86.5亿元,占比10%;日用品排名第三,82亿元,占比9.5%。

## 新消费新业态引领商业“扩容”

面对不利的经济发展因素,青岛消费非但没有下滑,反而逆势上扬交出了令人感到惊喜的成绩单,究其原因,不断涌现

的新场景、新消费、新业态为消费注入了新活力。

打造购物名店吸引新客流。青岛市致力成为山东半岛乃至中国北方高端消费集聚地、休闲消费集聚地、青年人消费集聚地。星巴克在青岛门店已达60多家,数量居全省第一;万象城“N次方公园”、青啤1903旗舰店等“沉浸式、体验式、互动式”的新消费场景,吸引年轻人和游客打卡消费。目前,盒马鲜生已在青岛市场布局了8家生鲜店和1家奥莱店,门店数量居北方城市第二位。

越来越多的商业综合体在青岛开业。在市北区,青岛丽达茂购物中心7月15日正式亮相市北区浮山后商圈。在崂山区,华润万象汇将于8月27日开业,其建筑面积达12.8万平方米,将引进240余家品牌,其中一半以上为区域首进。在西海岸新区,青岛自贸全球消费综合体项目3号楼于近日顺利封顶,该项目建成后将打造一个集跨境电商、体验消费、奢侈品牌、特色美食于一体的具有自贸、海港特色的区域消费中心。在即墨区,百联集团在全国投资的第九座奥莱广场7月30日开始试营业,一期引进品牌130多个,其中包括2个山东首店和11个青岛首店。在高新区,金茂览秀城项目总建筑面积19万平方米的商业综合体将为高新区再添商业新地标。

青岛市商务局副局长王志刚介绍,青岛市制定实施“十四五”商贸业发展规划,加快构建“一带四区”发展布局,打造消费升级的新载体、消费聚集的新高地。市南区、市北区、崂山区等五区历史、人文、自然、商业资源丰富,区委区政府正在按照市委市政府城市更新工作部

署,分别围绕改造中山路、台东步行街、东李片区、张村河片区、原流亭机场等区域,拓展消费空间,释放消费潜力、增加投资机会。

## “首店经济”大爆发

近年来,“首店经济”成为拉动商业发展的助推器,青岛“首店经济”同样迎来了爆发,2021年以来,世嘉、嗨贝天地、锦官小釜、东阿驴肉火锅等5家全国首店,THOMBROWNE(汤姆布朗)、U.T.、油花等20多家时尚首店,莆田、湘爱、lululemon、TOMEALLEE、CGV等32家山东首店以及51家青岛首店落户海信广场、万象城、银座商城、永旺东部店等商场;继IKEA宜家家居在青岛开业后,日本龙头家居品牌宜得利山东首店今年落地李沧乐客城,计划8月开业。截至目前,青岛已招引各类国内外首店项目300多个。

王志刚表示,青岛将依托商业综合体、特色街区、城市更新区域,积极发展“区域首店、行业首牌、品牌首秀和新品首发”,形成定制、体验、智能、时尚消费的新热点,吸引消费人流、资金流到青岛集聚,打造青岛购物的风向标。

## 消费券推动商业升温

如何让因疫情降至冰点的消费重新活起来?青岛给出的答案是,消费券。消费券的发放为商业引入活动,激发了消费者的购物热情。

数据显示,上半年,青岛市统筹社会各界及各区(市)资金2.67亿元,组织开展了“亿惠青岛 嗨享生活”消费券活动,自5月21日正式启动,热度持续升温,助企惠民诚意满满。截至目前,已发放家电、餐饮、零售、汽车消费券共计110万张,财政资金补贴直接拉动消费54亿元,总计带动全市总体消费超过70亿元。6月份,全市限上单位家用电器和音像器材类商品零售额49.3亿元,增长51%;汽车类零售额56.2亿元,增长31.2%,其中,新能源汽车零售额11.6亿元,增长239.3%。

消费券带来的拉动力作用可谓立竿见影,家电消费券直接交易额超过2亿元,给消费者让利1600多万元,消费者使用家电券每笔平均消费额4858元,对家电升级消费促进效果明显。同时,在家电消费券的拉动下,海尔、海信、澳柯玛三大家电制造企业在青岛地区的家电产品销售已超过12亿元,带动海信家电商家削减库存1.4万台,海信空调已经在青岛地区“卖断货”,正在加班加点组织生产;利群、利客来、苏宁、国美、海信等家电销售企业累计产生销售交易10万笔,直接消费4.5亿元。

餐饮消费券惠及企业最多。本次餐饮消费券活动,参与企业215家、门店527家,经营范围囊括快餐、堂食、家庭餐、商务餐等各种场景。餐饮消费券自6月1日发放以来,全市餐饮企业银联刷卡消费笔数环比增长196.58%,同比增长143.59%。

汽车消费券销售规模最大。截至目前,汽车消费券已经发放3990.3万元,带动汽车销售额84.45亿元,根据测算,活动期间汽车全口径销量约3.11万辆,销售额同比增长25.5%。

观海新闻/青岛晚报 记者 李沛



扫码看新企点财经