

# 百年街区“重生记”在上演

青岛大鲍岛文化休闲街区高密路国庆节开街 激活大鲍岛南域街区城市更新

国庆假期打卡大鲍岛，每天都给你不一样的新派里院潮流生活。10月1日压轴出场的是紧邻东方贸易大厦的高密路，之前路上有学苑书店、有美容美发用品一条街，如今摇身一变成为了岚曦照相馆、建房所、咖啡、快闪店所在地……此次高密路开街，意味着以胶州路为界，大鲍岛南片区域再次迎来阶段性开放，随着入驻商户的增加，新派里院的格调已日益显现。



## 琴声悠扬假期拥抱大鲍岛

伴随着悠扬的小提琴声，10月1日上午，大鲍岛文化休闲街区高密路正式开街。如今的高密路，30余家新业态的店铺鳞次栉比，店铺间人流熙攘，咖啡店、酒吧、文化沙龙、科技馆、手作体验店等一系列新业态让这个老商业区焕发新生，成为了年轻人聚集的地方，一个市区消费的新高地正日渐隆起。据介绍，以高密路为代表的大鲍岛文化休闲街区，在城市更新和建设中坚持既传承文脉，又丰富业态，积极导入“老建

筑+新消费”“原场景+新体验”等新业态新场景，吸引更多的年轻人前来“打卡”。

记者在高密路上捕捉到了一家有意思的店，名叫“建房所”，痴迷于青岛老建筑的市民可以前去一探究竟，现场陈列着由积木拼成的广兴里、天主教堂等。据设计师周柏成介绍，现场展示的广兴里是用时半个月设计制作而成的，共由近五千块积木拼接，三到四个人用时两天才拼完。接下来，青岛人再熟悉不过的馆陶路取引所、劈柴院、老大港等建筑将以积木的方式呈现，让更多人了解、爱上青岛老建筑。

黄金周已成为名副其实的“黄金周”。“十一”黄金周期间，记者探访青岛各大商圈发现，商场内的珠宝首饰专柜一片欣欣向荣。在利群、麦凯乐、金狮广场等商场，周大福、周生生、周大生等品牌首饰占据了相当部分，而在这些专卖店里，黄金饰品则占据了绝对的C位。

青岛人到底有多爱买金银珠宝？数据是最好的答案。青岛市商务局发布的消费数据显示，自疫情发生以来，每逢小长假，金银珠宝消费就要迎来一轮高峰。2021年“五一”小长假，青岛金银珠宝消费同比增长87%；2021年“十一”黄金周，青岛金银珠宝销售同比增长86.8%；2022年元旦小长假，青岛金银珠宝消费同比增长54.3%。中国黄金协会数据显示，2021年全国黄金实际消费量为1120吨，较2020年同期增长37%，较疫情前2019年同期增长12%。其中，黄金首饰711吨，比2020年同期增长45%，比2019年同期增长5%。此外，国内黄金首饰消费已朝着青年化方向发展，在目前的消费群体中，25—35岁的人群占比高达75%。

伴随着人们消费观念的变化和黄金首饰制作工艺的迭代，黄金的消费人群不再只是“青岛大妈”，越来越多的年轻人加入到“扫金”的队伍中来，成为了购买黄金饰品的中坚力量。

## 黄金周里“黄金”热

10月3日上午，记者来到位于崂山核心商圈的利群金鼎广场，尽管才刚刚开始一天的营业，位于商场一楼的珠宝首饰专柜就已经有市民前来选购黄金。在六福珠宝专柜，一家人带着孩子来选购黄金饰品，家长刘女士告诉记者，孩子马上要过四岁生日，想买个有纪念意义的礼物，选来选去还是觉得黄金最合适，既有纪念意义，同时还能保值。

在利群金鼎广场中国黄金专柜，一对夫妇一大早就到商场来为刚出生不久的孙女选购宝宝锁，经过一番挑选，两人选定了一套一万元左右的饰品，包含了宝宝锁和宝宝手镯。利群金鼎广场中国黄金店长周芳告诉记者，自疫情以来，每逢“五一”“十一”假期，店里都要迎来销售高峰期，尤其以黄金饰品卖得最好，以前黄金饰品的消费群体主要是将要结婚的新人购买“三金”，但现在黄金饰品已经成为常规礼物，不光是结婚，也作为日常赠送亲人、朋友的礼物。

## 节日新观察

责编/于慧琳  
美编/王衍斌  
审读/岳蔚  
2022/10/8 星期六

## 新兴店铺落户丰富街区业态

如今的大鲍岛街区有1903青岛酒馆MIX，围绕啤酒这一要素，构建起文化、艺术、食宿、休闲于一体的多维度沉浸体验空间，项目装修既采用了现代的时尚创意，又保留了老建筑老青岛的特色。口啖·青岛gala选址广兴里，立志做“最地道的青岛蛤蜊”品牌，以蛤蜊食材为主体深加工，融合口啖香海鲜的一系列特点精制而成，汇聚岛城地道口味，传承多种烹调方法，弘扬岛城美食特产文化，吸引食客品鉴尝鲜。此外，烘培店十一手作则入驻芝罘路。市民还可品尝到青岛高家糖球、韩糕等。同时，街区还引进入驻了一批新的商户，即将面向市民展示，其中包括久川料理店、NEXT ROUND二场·日咖夜酒等。

## 大鲍岛街区重新惊艳亮相

今年来，青岛市启动了城市更新和城市建设三年攻坚行动，一批历史城区在保护、修复、更新后，得以“重生”。位于青岛市市北区的大鲍岛街区，作为青岛近代化后最早的商业中心，承载着城市的记忆，是市北区城市更新的重点项目，在开街仪式上，经过建筑修复、重新规划、产业导入的大鲍岛街区重新惊艳亮相。

下一步，市北区将加速大鲍岛文化休闲街区北区的规划建设速度并尽快开街，与高密路“南北呼应”，不断导入新业态、落地新消费场景，努力实现“建筑可阅读、街区可漫步、城市可记忆”，让大鲍岛文化休闲街区再度成为消费、活力集聚的城市街区，实现城市功能的“复活”和升级，成为城市更新和建设的标杆区域，助力青岛新时代社会主义现代化国际大都市建设不断迈上新台阶。

观海新闻/青岛晚报 记者 于波 通讯员 吴佳璇

# 黄金周含“金”量高 这届年轻人开始“囤黄金”



利群金鼎广场中国黄金专柜消费者正在试戴金手镯。

## 金手镯取代“金链子”成爆款

在消费市场，低价通常是引爆消费热潮的利器。然而近两年，金价却是创下了一次又一次的新高。今年“十一”黄金周期间，金价为499元/克，加上工费，每克黄金的价格超过500元。崔芳介绍，自2020年初疫情发生以来，黄金价格也一直起伏不定，但总体来说保持在高位运行，最低的时候到过460元/克，最高的时候达到了580元/克。

高位运行的金价并没有降低人们购买的热情，崔芳介绍，黄金首飾品类中以金手镯卖得最好，尤其是当下流行的古法工艺的金手镯，深受消费者喜爱。伴随着制作工艺的提升，黄金饰品也变得越来越具有时尚感，有些手镯上雕刻着花纹，有些手镯上镶嵌着景泰蓝，令人赏心悦目。时尚的样式也让消费者下单时毫不手软。一只金手镯的重量基本在20克以上，按照目前的金价，再加上工费，一只金手镯的价格就在15000元以上。

对于黄金手镯的热销，从业六年的崔芳感触颇

深。“母亲节一直是黄金饰品销售的高峰期，我记得刚入行的时候有一年的母亲节卖出去四个手镯，已经算很好了，现在我们有时候一天就能卖十个。”崔芳回忆。

## 年轻人成购买黄金主力军

伴随着黄金首饰的热销，购买黄金的主力人群也在发生着变化。从前购买黄金的主要群体以老年人为主，在为儿女结婚购买三金的同时，也会为自己购买一些黄金首饰。但现在黄金首饰的主要消费者已经发生了显著变化，最具消费能力的年轻人成为了购买黄金的主力军。

北京黄金经济发展研究中心发布的《2021中国黄金珠宝消费调查白皮书》显示，黄金珠宝的消费主力趋于年轻化。目前，金店主要消费人群年龄集中在25—50岁之间，其中25—35岁群体消费黄金所占比例约为75%，未来25岁以下的Z世代消费者将逐渐扛起金饰消费的大旗。记者在利群金鼎广场看到，各大品牌将古老工艺与中国元素注入黄金饰品设计中，还推出各种新潮款式与联动文创，诸如明星同款、迪士尼授权IP、故宫联名、王者荣耀联名、哈利波特联名等，吸引了较大一部分年轻消费人群。

## “悦己”又“保值”吸引年轻人

崔芳介绍，年轻人购买黄金饰品一是用来自带，二是用来当做礼物送人。伴随着黄金饰品制作工艺的变化，穿戴黄金饰品已经成为了一种时尚，吸引了很多女性消费者购买，有些消费者更是反复多次来店里购买黄金手镯。

黄金饰品同样成为了送礼的选择。崔芳表示，相比于其他商品，黄金更具有纪念意义，它不仅不会随着时间的流逝被消耗，同时还能保值，另外制作精良的黄金首饰也可以作为装饰品，因此受到年轻人的喜爱。

观海新闻/青岛晚报 记者 李沛