

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。



众多年轻人打卡高密路。

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,在城市更新和建设坚持既传承文脉,又丰富业态,积极导入“老建

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年轻化方向发展,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,黄金的消费者不再只是“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。

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,现场展陈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,黄金首饰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

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。口唛·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,融合口唛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,烘焙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

近年来,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”,不断导入新兴业态,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

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