

新
企
点

开业即出圈

青岛首店经济 热辣滚烫

知名品牌借首店拓展新赛道 加速开店争抢下沉市场

近日,肯德基旗下能量轻食品牌KPRO山东首店正式开业。区别于以往肯德基以红色为主色调的门店,KPRO门店以绿色为主基调,被网友们亲切地称为“小绿店”。开业当天,门店吸引了众多消费者和网红达人打卡。“小绿店”的火爆出圈是青岛首店经济发展的缩影。记者从青岛多家大型购物中心了解到,今年以来,又有一批品牌首店落户。伴随着首店经济朝着纵深发展,首店早已不再是简单的“第一家”,而成为了品牌探索新赛道、拓展新市场的利器。

1 一批首店集中落户青岛

除了肯德基旗下能量轻食品牌KPRO山东首店外,记者盘点青岛各大购物中心微信公众号发现,今年以来,又有一大批首店落户青岛。

作为青岛的“首店收割机”,万象城一直是青岛的首店聚集地。根据青岛万象城微信公众号发布的信息显示,On昂跑、KEEN等品牌的首店将落户青岛万象城。On昂跑是来自瑞士苏黎世的运动品牌,主打高性能跑鞋、服装及配饰。今年一季度,On昂跑销售额同比增长43%,亚太市场增速突破130%,业绩表现亮眼。On昂跑官网显示,目前该品牌仅在上海、南京、天津、武汉、成都、广州、深圳等城市开设直营门店。KEEN则是来自美国的户外品牌,主营鞋履产品,陆续推出了适用于雪地、山地、溪流等户外场景的功能性鞋款,如徒步鞋、登山鞋等。

青岛海信广场通过其官微发布梵克雅宝Perl é e限时体验空间全国首站。据介绍,6月5日至7月6日,“Perl é e限时体验空间”全国首站登陆青岛海信广场。

青岛凯德MALL在微信公众号上发布了新店开业计划。知名服装品牌UR山东首家2025形象店将在凯德MALL开业。有着“上海面包排队王”之称的HOT CRUSH趁热集合青岛首店将在凯德MALL开业,HOT CRUSH趁热集合以其新鲜出炉的创意面包和精致甜点吸引了无数面包爱好者。

2 知名品牌借首店布局新赛道

记者盘点近日已经开业或即将开业的首店发现,不少首店是原有品牌孵化出来的新品牌,而这些原有品牌都是人们耳熟能详的品牌。

1993年,肯德基山东首家门店在中山路开业,目前肯德基在山东市场的门店总数已超过600家。近日,肯德基旗下能量轻食品牌KPRO山东首店正式开业,该门店以清新绿作为品牌主色调,门店采用开放式厨房设计,让消费者直观感受食材的新鲜与制作的透明化。区别于肯德基传统门店,KPRO主打“能量轻食”,三大招牌主食包括谷物能量碗、焖饭能量碗、能量堡卷。据介绍,此次山东首店的开业,也标志着肯德基旗下能量轻食品牌KPRO在全国布局的进一步深化。

着手布局新赛道的还有知名餐饮品牌海底捞。近日,青岛金狮广场通过其微信公众号发布了即将开业的首店信息。海底捞旗下烤肉品牌焰请烤肉铺子山东首店即将在金狮广场开业。焰请烤肉铺子延续了海底捞一贯的创新服务与快乐基因,集“白天烤肉+夜间酒吧+洗发服务”于一体的复合型首店模式,消费者在店内可以体验烤肉、洗头、编发、调酒、DJ等服务,通过业态跨界、场景创新和时段延展三重突破,不仅重构传统餐饮空间体验,更精准激活夜间消费、社交消费等新增长点。目前,焰请烤肉铺子已进驻西安、杭州、南京、广州、昆明、大连等城市。

3 品牌首店争抢下沉市场

随着城市化进程的加速和消费升级的推动,下沉市场的消费潜力正逐渐释放,部分曾经只考虑核心城市的品牌纷纷开启布局下沉市场,拓展品牌发展新空间。

今年5月26日,海底捞金茂览秀城店正式开启试营业,这一消息在高新区众多年轻消费群体中引发热议,不少人感慨:“以后终于不用再到市区吃海底捞了。”记者通过大众点评网了解到,目前海底捞在青岛共有19家门店,除了市南、市北、崂山、李沧等核心城区门店外,也在城阳、即墨、胶州、西海岸新区等地开设门店,其中仅西海岸新区就有四家海底捞门店。

下沉市场正是海底捞近年来重点发力的方向。3月25日,海底捞发布的2024年财报显示,其营收与净利润稳健增长。全年接待顾客超4.15亿人次,日均客流量较上年增加4.5%,翻台率达4.1次/天。在主营业务持续向好的基础上,海底捞去年3月启动的加盟业务已初见成效,年内完成13家门店落地,超70%加盟申请来自三线及以下城市,下沉市场潜力加速释放。

近年来,在青岛发力下沉市场的还有知名餐饮品牌达美乐披萨。记者通过大众点评搜索发现,自2023年青岛首店开业以来,达美乐披萨在青岛的门店总数已达23家。据悉,达美乐中国计划2025年新增300家门店,重点布局已进入的二三线城市。截至今年3月底,达美乐中国在中国大陆45个城市经营1105家门店。在建、已签约及新开门店数量已完成全年开店目标的近六成。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 李沛

圆我中国梦
福到家家门

中宣部宣教局 中国文明网



河南舞阳 张新亮作