

青岛商圈大焕新 归来依旧是顶流

春节期间岛城重点商圈接待客流量超2600万人次 营业额同比增长20%

本报2月26日讯 在万象城里玩滑板、在百年里院DIY钙奶饼干、在台东步行街边喝酒边炒股票……在首店经济、情绪经济、国潮经济等新消费趋势的引领下，青岛商圈迎来焕新升级。新场景新模式新业态的引入，不仅让年轻人重新爱上逛街，更实现了线下实体商业的重振。

数据是最好的答案。春节期间，青岛重点商圈接待客流量超2600万人次，营业额同比增长近20%。台东商圈春节期间消费热度持续攀升，客流量超240万人次，营业额超3亿元。大鲍岛文化休闲街区春节7天时间吸引游客超280万人次，销售额超过3000万元。中山路步行街春节期间累计接待游客超240万人次，同比增长16%，营业额同比增长18%。即墨古城节日期间客流量突破90万人次。西海岸嘉年华·海信广场春节期间销售额近1500万元，同比增长约35%，客流量累计近30万人次，同比增长约43%。青岛街区商圈呈现出“全域开花、多点爆发”的强劲态势。

浮山湾商圈

首店经济驱动商圈业态焕新

春节假期，青岛各大购物中心里的首店成为热门打卡地。2月初，韩国服装品牌Mmlg山东首店在万象城正式开业，该服装品牌凭借着独特的设计风格深受年轻人喜爱。同样备受年轻人关注的首店还有位于万象城B1的高达基地，高达承载了许多80后、90后的童年记忆，高达基地的开业也吸引了许多粉丝打卡。

品牌首店的超高热度正是当下浮山湾商圈人气高涨的生动注脚。聚集了海信广场、万象城、青岛GT集地广场等购物中心的浮山湾商圈，吸引了大量山东乃至全国首店入驻，首店密度含量超高。

盘点浮山湾商圈内众多购物中心，几乎个个都是“首店收割机”。作为山东高端商业的标杆，海信广场聚集了爱马仕、路易威登、普拉达、GUCCI、梵克雅宝等众多国际一线品牌山东首店。2025年11月28日，海信广场迎来一年一度的“黑五”闭店日，一天销售额达到4.3亿元，创下历史新高。

开业刚满一年的GT集地广场开业即以100%招商率和49%的首店占比形成鲜明的差异化竞争优势。作为青



春节期间，大鲍岛文化休闲街区里热闹非凡。刘栋 摄

岛商业“顶流”的青岛万象城在首店招引力度方面不容小觑。数据显示，2025年前三季度，青岛万象城共完成63家新品牌入驻，包括ON青岛首店、DESCENTE山东旗舰店等20余家区域首店。万象城550多家店铺中，首进山东或青岛品牌占比高达五分之一。

引入首店实现业态焕新的同时，浮山湾商圈的购物中心也不断通过空间的重塑实现商场的重生。通过扩大或对现有商业空间的改造，让老商场讲出了更多新故事。

2025年，青岛万象城迎来了它在青岛扎根的第十年。万象城从未停止过商场改造的步伐，2024年，青岛万象城完成一期L4-L5及二期L4-L5部分区域改造。2025年8月，青岛万象城一期南区改造提前完成开业，涉及区域建筑面积约1.25万平方米。区别于传统的商业空间，天空之城·酒肆、滑板公园等主题街区通过打造新场景，为人们带来了全新消费体验。青岛老牌购物中心永旺同样在去年启动改造。2025年4月，青岛永旺东部店启动外立面改造，目前商场新的外立面已揭开神秘面纱，相比以往外立面更加时尚现代，并且新增了大屏幕。

大鲍岛街区

百年里院变身老字号试验场

春节期间，大鲍岛街区成为青岛各大商圈的顶流。不仅因为糖球会为这

里带来了超级流量，更因为众多扎根于此的青岛老字号，通过产品、经营模式的创新，让街区焕发新生。2026年糖球会落地大鲍岛文化休闲街区，整合200个市集摊位资源，精心打造鱼灯巡游、民乐表演等民俗体验场景，春节7天时间吸引游客超280万人次，销售额超过3000万元。

伴随着大鲍岛片区改造的完善与业态的不断丰富，大鲍岛街区成为青岛商业的“黑马”。作为有着浓厚里院特色的主题街区，大鲍岛充分挖掘里院文化的在地性优势，与青岛本土消费品牌充分结合，让老字号品牌成为大鲍岛街区最鲜明的特色，通过聚集青岛特色的城市文化，吸引了众多市民和游客打卡，成为网红街区。

位于易州路附近的1903青岛酒馆MIX·淘醉里院，则是将青岛啤酒文化与里院文化高度融合的典型代表。这里完整地保留了里院的原始结构，并根据不同的空间特性设计了酒吧、餐饮等业态，在临街的区域，还有膨胀酵主面包房和青岛啤酒文创店，人们在这里既可以体验里院建筑特色，还能品尝到青岛啤酒，也可以购买青岛啤酒文创产品。如今，这里已经成为人们来青岛的打卡地。

聚集了众多青岛老字号品牌的大鲍岛也激发着品牌的创新力。2025年12月，崂山可乐与新中式茶饮品牌荷田水铺联名推出崂山热可乐系列产品，在崂山可乐中加入陈皮、人参、

洛神花等，受到了众多消费者的欢迎。同样是在去年12月，青食品旗舰店在大鲍岛街区正式开业，门店内不仅销售青食产品和文创产品，还设立了DIY空间，儿童可以在这里制作钙奶饼干，门店外还设计了游戏区域，供市民和游客打卡。尽管开业时间不长，但青食品旗舰店已成为大鲍岛的网红打卡地。

台东商圈

市井烟火气拥抱新消费

台东商圈凭借着特色小吃、夜经济等业态，一直稳居青岛商圈“顶流”。每到节假日，台东步行街人潮涌动的盛况便会反复上演。台东商圈依托浓郁市井烟火气，做强特色小吃、夜间经济等业态，春节期间消费热度持续攀升，客流量超240万人次，营业额超3亿元。走过百年历程的台东商圈有自己的“流量密码”，在不断对业态进行焕新升级的同时，坚守着那股浓浓的市井烟火气。

2025年端午节假期，青岛啤酒交易所台东步行街亮相，并迅速成为社交媒体上的热点话题。青岛啤酒交易所将股票定价机制引入啤酒销售，让消费者获得了新鲜有趣的消费体验，来自全国各地的游客慕名来到台东打卡。这种全新的模式也迅速在青岛乃至全国遍地开花。青岛啤酒交易所里也藏着台东商圈百年长青的流量密码。无论是台东夜市上的特色小吃还是其他业态，在坚守主业的同时，不断引入新场景、新模式，使得人间烟火持续升腾。

作为台东商圈代表的台东利群近年来同样在焕新升级。2025年2月，台东利群接管台东万达广场，并且启动升级改造，通过在两栋建筑间增加连廊，实现了台东利群商业面积的扩大。如今，原台东万达广场的区域已被改造成了精品超市、餐饮、亲子等业态，不仅有了更现代化的购物环境，同时也使得台东利群业态更加完善。

青岛各大商圈街区不仅成为展示城市形象与活力的重要窗口，更以丰富的消费供给精准对接市民游客需求，为消费注入源源不断的动力。

（青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 李沛）

销售额超6000万元！崂山区新春消费“超燃”

重点商超客流量增长超25% 销售额较平日增长超20%

本报2月26日讯 记者从崂山区商务局获悉，春节假期，崂山区内重点商超客流量增长超25%，累计销售额超6000万元，较平日增长超20%。

各大商业综合体与超市围绕年货采购、礼品消费、家庭娱乐等核心需求，推出力度空前的促销活动，并融入传统文化元素，打造沉浸式购物体验。崂山区充分利用春节消费旺季，推出一系列精准有效的惠民政策，为消费市场注入强劲动力。餐饮消费券方面，崂山区于2月10日10:15启动2026年一季度200万元餐饮消费券活动，推出“满100减30、满300减90、满500减150”的消费券，覆盖市民多元餐饮需求。消费券当日领取、当日使用，数量有限，先到先得，领完为止，活动持续至3月底。活



春节期间，极地海洋公园接待游客约12.5万人次。崂山区供图

动期间通过云闪付App在“青岛消费券—一区消费券—崂山区—餐饮消费券”活动专区领取消费券。不仅为消费者带来了实实在在的优惠，也为餐饮企业带来了更多的客流量和营收。

有奖发票方面，青岛市2026年有奖发票活动于2月10日启动，至7月31日结束，总奖金池2.6亿元，居全省首位。活动分6期推进，首期覆盖零售、餐饮、住宿行业，第二期推广至文化艺

术、娱乐、旅游、体育、居民服务业等八大民生行业。

以旧换新方面，崂山区落实国家和省、市关于推动消费品以旧换新的部署要求，扎实营造浓厚的家电、3C消费品以旧换新活动氛围，以释放居民消费潜力为导向，积极协助市商务局做好政策宣传与活动组织。辖区内金鼎等重要商场广泛宣传以旧换新，提升群众知晓率与参与便利度。组织海信等龙头企业深入社区开展惠民活动，推出“政府补贴+企业让利”叠加优惠，切实打通以旧换新福利走进千家万户的“最后一公里”，让更多消费者了解以旧换新政策，享受国补优惠，提升居民生活幸福感，进一步拉动消费。（青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 陈小川）