

家居大卖场“变身”商品配送仓

山姆“极速达”云仓入驻 青岛好一家家居卖场“变”中寻找新机遇

原本售卖家具、建材的传统卖场，如今却开始配送麻薯、瑞士卷等商品。3月16日，随着青岛山姆会员商店“极速达”配送服务正式上线，一抹抹“火龙果紫”迅速刷屏岛城市民的朋友圈，也让位于辽阳西路的好一家家居卖场意外“出圈”。家居大卖场“变身”商品配送仓，背后是青岛家居建材市场近年来在变革中求生存、谋发展的一个缩影。

现场 山姆配送仓落址家居卖场

3月17日，记者来到位于辽阳西路的好一家家居卖场，远远便能看见不少“火龙果紫”骑手来往穿梭。正值工作日，叠加楼市调整周期影响，卖场内顾客不多，反倒是骑着电动车频繁进出的骑手们，为卖场增添了几分人气。

“除了货车和平时停放的小车，很久没见卖场里这么热闹了。”家住附近温哥华小区的一位市民告诉记者，受电商冲击和房地产市场调整影响，眼下并非家居行业旺季，卖场内平日人流稀疏。而这些身穿“火龙果紫”的骑手，凭借醒目的服装与匆忙的身影，吸引了不少路人的目光。“刚开始不知道是什么，后来才了解到，原来是山姆的配送仓就在家门口。”该市民说。

相较于市民的开放态度，骑手们大多婉拒采访。面对记者关于“日均单量”“站点骑手数量”“薪资待遇”等问题，多数骑手保持沉默。经多方了解，这是因为相关运营方要求骑手不得擅自接受采访。据悉，自3月16日起，青岛山姆会员商店“极速达”服务率先通过市北、崂山两个云仓开启配送。除崂山区好一家配送仓外，另一处位于市北区萍乡路附近。

公开信息显示，“极速达”精选约1000款热销商品，涵盖生鲜、烘焙、零食、个护、母婴等品类，包括麻薯、瑞士卷、黄油华夫饼等网红单品。配送过程中采用专属配送团队与定制保温箱，确保商品品质。

背后 曾是岛城“明星”家居卖场

记者在现场看到，短短时间内便有数十名骑手进出。能够容纳如此规



崂山配送仓的山姆“极速达”骑手。

模的商品与配送力量，得益于崂山配送仓的场地条件——它是用好一家家居的一处展馆改造而成。

回溯历史，1999年，青岛首家展厅式建材卖场在当时尚属农田区的崂山创立，即“好一家”高科园装饰城的前身。它抓住了青岛“东部开发”的历史机遇，为日后成为全市建材源头埋下伏笔。2000年正式开业后，迅速成为青岛首家规范化管理的建材市场，并从一期扩展到二期，汇聚上千个知名品牌。鼎盛时期，青岛建材市场九成以上的品牌旗舰店均落户于此，在很多青岛人心中，从一枚小合页到全屋主材，在这里都可以一站式购齐。

然而，伴随房地产行业进入调整期，传统家居卖场面临前所未有的挑战。此次将部分展馆“变身”为山姆配送仓，无疑是好一家家居一次“跨界”

尝试——既通过资源整合盘活闲置空间，也为卖场带来可观的流量与人气。

调查 青岛家居建材市场演变

青岛家居建材市场的发展，始终与城市经济和消费升级同频共振。上世纪九十年代，以辽阳路、长春路沿线为代表，青岛自发形成零散建材街铺，多为小档口式夫妻店，产品单一、环境简陋。消费者购买建材“像赶集”，品牌意识淡薄，售后保障几乎空白。

进入本世纪初，青岛家居行业迎来扩张与激烈竞争期。国内外巨头争相涌入，市场热度高涨。以百安居为代表的外资大卖场，带来“全球采购”与“一站式购齐”的崭新消费模式。东方家园、百安居、家世界等国内知名建

材超市相继完成在青初步布局，极大激活了市场。尤其是2002年落户、2003年开业的百安居，凭借“全球采购体系”和沉浸式购物体验，让青岛消费者耳目一新。在城阳区，启城建材批发市场、红星美凯龙等大鳄相继进驻，北部家居商圈渐成规模，一度形成“五驾马车”并驱的格局。

此后，伴随电商在家居领域的深度渗透，标准化程度较高的建材品类（如五金、灯具、基础建材）开始被线上渠道分流。传统大卖场逐渐沦为“体验馆”，“线下看货、线上下单”成为年轻消费群体的主流选择。

与此同时，房地产开发商推行精装交付，从厂家直接集中采购，截流了原本属于卖场的硬装大宗订单。卖场内商户不得不从服务个人转向承接少量工装或软装配套。2008年前后，百安居开始在全国范围内收缩战线，其在青岛的部分传统卖场也逐步暴露出与市场发展不相适应的问题。近年来，青岛家居卖场的演变与城市更新紧密结合，呈现出功能复合化、体验沉浸化的新趋势。拥有20年历史的百安居辽阳路店和山东路店相继关闭拆除，山东路百安居地块亦于今年年初成功出让。

如今，具备强大招商能力和沉浸式体验场景的高端卖场保持旺盛生命力。从早期“卖方市场”主导的摊位制，到外来资本推动的标准化超市，再到如今被线上渠道和整装公司倒逼的“场景化革命”——当下的家居大卖场，早已不再是单纯卖材料的地方，而是在努力转型为“生活方式的提供者”。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 徐美中

举办 AIGC 实战班，为创业者送技能

市北区率先开启深度公益培训课 助力人才解锁 OPC 创业

本报3月17日讯 AIGC即人工智能生成内容，是指利用人工智能技术自动生成文本、图像、音视频等内容的一种全新生产模式。日前，由市北区人力资源和社会保障局打造的AIGC漫剧实战班在市北区劳动就业训练中心收官，29名学员完成了为期3天的系统化实操集训。这是市北区继新春新兴公益培训课后的深度延续，也是在全市率先开展的政府搭台、政企联合模式的系统性AIGC正式课程，标志着市北区在新质生产力人才培养上迈出了从“普及”到“专业”的关键一步。

“3月5日的公益公开课让我见识了AI的神奇，当时就想如果能再深入学习几天就好了。”开课现场，学员王女士说，作为一名全职妈妈，她这次特意把孩子安顿好，挤出3天时间来“充电”。前期公益公开课反响热烈，现场座无虚席，学员追问不断，课后登

记需求爆满，市北区人社局迅速响应，联合青岛电影学院青影生数团队，将原本“尝鲜式”体验课程升级为系统化的正式课程。3天时间里，讲师团队带领学员从文生图、图生视频入门，逐步深入角色场景设计、分镜制作、动画生成、配音配乐、后期合成等全流程创作，真正实现“一人一机”完成一条龙内容生产。

本次AIGC漫剧实战班的最大亮点，是师资力量专业化升级。由来自青岛电影学院的讲师和行业大咖组成的团队，将影视内容生产经验“下沉”到课堂，用听得懂、学得会的方式，把原本需要团队协作的复杂流程，拆解成一个人就能驾驭的标准化操作。学员们在讲师的带领下，从零基础起步，最终独立完成了包含脚本、画面、配音、配乐完整AI短视频作品。

随着OPC概念走红，越来越多的

灵活就业者和创业者开始探索如何用最小成本撬动最大效能。市北区此次培训精准对接这一趋势，将AIGC技能与OPC创业场景深度融合。无论是小店宣传、直播间话术，还是短视频带货、品牌内容输出，学员们在课堂上边学边练，不少人已经开始规划自己的OPC蓝图。“一个人就是一家公司，AI就是我最强的合伙人。用AIGC做视频、写文案，一个人就能撑起一家公司，创业门槛一下子低了好多。”计划创办OPC的学员李先生在培训中格外投入。

“我们的目标不仅是教会技能，更要让技能变现。”市北区人社局相关负责人表示，课程结束后，工作人员将继续为学员对接实习、兼职、创业资源，帮助学员获得接单机会，实现“学完即就业、学完即创收”，让数字创作技能快速转化为实际收益，让OPC真正跑起来。

从无人机运维到微短剧演员培训，

再到AIGC实操落地，市北区人社局正以“产业牵引培训、培训对接就业”的闭环模式，把前沿数字技能送到群众指尖，把“30分钟技能学习圈”做实做深。通过精准对接产业需求、快速响应群众期盼，一场场“冒热气”的技能培训，正在把“指尖技艺”转化为“指尖经济”，让更多劳动者在家门口拥抱数字时代的新机遇。

据介绍，下一步，市北区将紧扣“港产城人融合共兴”发展定位，围绕加快塑造素质优良、总量充裕、结构优化、分布合理的现代化人力资源，持续深化技能型社会建设。通过推出更多适配数字经济、文化创意等新赛道需求的技能培训，让更多劳动者在家门口掌握一技之长，推动技能培训与产业升级同频共振，为区域高质量发展筑牢人才基石。

（青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 张琰 通讯员 刘洋）