

“跟原来的老百货感觉完全不一样”

上街里MALL 容匯城15日开业 百年中山路新地标燃动年轻力



上街里MALL容匯城8月15日正式开业。市南区委宣传部供图

8月10日,记者从市南区获悉,8月15日,位于中山路44—60号上街里MALL容匯城将正式开业。这座由悦容匯资管倾力打造的城市更新项目,是中山路历史文化街区保护更新进程中的最新成果,标志着这条百年商业老街在延续历史文脉的同时,正式迎来面向年轻消费群体的商业新地标。项目以“年轻力探索中心”为核心定位,融合商业、文旅、社交等多重功能,未来将与栈桥、天主教堂、劈柴院等周边文旅资源联动,共同激活老城区的城市活力。



透过猛犸书局山东首店玻璃幕墙,可看到街区景色。张琰 摄

地标溯源 青岛人记忆里的一座商厦

对于老青岛人而言,提到即将开门纳客的上街里MALL容匯城可能一时“对不上号”,但是如果说到它的“前身”“老百盛”,基本都知道。这座高210余米的购物中心曾是中山路名副其实的“黄金时代”,它的“一举一动”都牵动着市民的心。

1993年3月,国务院下发关于青岛市第一百货商店与马来西亚金狮集团合资兴办青岛第一百盛有限公司的批复,同意青岛市第一百货商店与马来西亚金狮集团在青岛市合资成立青岛第一百盛有限公司,这是山东省第一家由国务院批准的大型中外合资零售企业。1994年双方正式签订合同,项目总投资7.8亿元,注册资本金2.33亿元,双方各占50%股份。1995年1月,项目开工。1998年9月30日,百盛商业大厦购物中心正式开业,引入了雅诗兰黛、兰蔻、香奈儿等国际一线品牌,成为岛城西部的商业地标。到本世纪初,中山路的百盛商厦和山东路上的海信广场、香港路的阳光百货呈现青岛高端零售业“三足鼎立”模式,代表了青岛时尚的风向标。

然而,随着市政府东迁,城市格局再造,中山路的沉寂也在制约着百盛的后续发展。自2015年开始,百盛购物中心持续亏损。至2022年,一线国际大牌基本已撤柜,服装、鞋包等品牌所剩无几。2022年9月9日,百盛集团发布公告,持股95.91%的青岛第一百盛有限公司以2.8亿元将股权出售给青岛海明城市发展有限公司,该公司为市南区设立的国有城市运营企业。2023年6月30日,百盛购物中心于当日营业结束后,正式停止门店经营,进入改造阶段。

空间焕新 当玻璃幕墙遇见老城风貌

2024年,《百盛购物中心裙楼改造提升项目外立面设计方案批前公示》一经发布,便引发广泛关注,市民好奇这栋标志性建筑将以怎样的新面貌重生。按照设计单位青岛腾远设计事务所的构想,将通过削减建筑视觉体量感,增加通透性,优化立面尺度、构图比例和虚实关系,使百盛裙楼部分可以融入历史街区中,实现与周围历史城区的整体风貌相协调。

动工之初,记者曾现场探访。彼时裙楼外立面刚架起层层幕墙龙骨,为后续干挂玻璃幕墙做准备。如今建筑外立面披上了“轻盈”的玻璃外衣,

空间的蜕变已然可感。通透的玻璃幕墙取代了昔日传统百货封闭厚重的墙体,开放式公共空间与室内外动线的有机串联,几乎在楼内的每一家餐饮店凭窗落座,都能找到绝佳的出片点位——或揽海天一线风光,或瞰老城红瓦绿树,建筑不再是阻隔风景的屏障,而成为框景的容器。

值得一提的是,9层打造出一处270°观景平台。试运营期间,相关照片就曾频频登上社交平台。站在平台,向东可远眺云上海天、小鱼山、信号山,近处有老城里院的红瓦肌理层层铺展,圣弥厄尔教堂的尖顶勾勒出老城天际线;向南,可以看到栈桥如长虹卧波,与青岛湾的万顷碧波融为一体;向西,则是团岛湾美景,还有百年光阴在屋顶间流转。这处精心设计的视觉通廊,让多个城市地标尽收眼底,上街里MALL与历史街区的对话在此达成微妙的平衡。

垂直街区 一座MALL长出老城新生态

据上街里MALL营运相关负责人高飞介绍,此次改造的核心思路是“出新”——形象新、业态新,让上街里MALL真正对接年轻人的生活方式。目前项目已汇聚超110家品牌,覆盖生活零售、文化阅读、沉浸式娱乐、特色餐饮等多元业态,其中不乏承载几代青岛人记忆的老字号,也有多个北方首店、山东首店、城市旗舰店入驻。正式开业时,品牌入驻率将达85%。从记者的现场探访来看,这座总体商业面积2.2万余平方米的商业综合体,正以垂直街区的逻辑重新搭建老城的生活场景。

负一层,朴里森超市进口商品占比40%,部分采购渠道与胖东来一致。据介绍,这是为了让老城区居民在家

门口就能买到高品质商品,因为“商场不仅是给游客看的,更是青岛人自己愿意常来逛的。”

一至三层主打零售。其中,MINISO名创优品青岛最大双层IP旗舰店6月20日先行开业,首日客流突破9000人次,销售额居山东第一。赛百味城市形象店同步入驻,是全国第三座官方城市旗舰店。英国钟表主题店UNDERBOBO也是首次亮相青岛。

四至五层是业态创新的集中呈现。猛犸书局山东首店打破传统书店单一售书模式,推行旧书寄卖循环体系,打造山东首个循环阅读空间。谷子店集群与次元结界北方首店相邻,瞄准年轻兴趣消费。还有从上海引入的沉浸式小剧场星空间,被视为老百货转型的典型样本,将通过演艺业态拉动年轻客流,同时带动餐饮和零售消费。还有金刚荟、PARTYKING等北方首店,网鱼电竞北方旗舰店集中落位,电竞、健身、KTV多元并置,填补了老城区大型综合娱乐空间的空白。

六至八层则汇集了胶东田妈妈八鲜蒸包、33号大院青岛本帮菜等本土餐饮品牌。但根据上街里MALL的“新”定位,这些品牌都被要求重新定制店面形象。比如吉祥馄饨就在店内专门设计了标志性的“青岛”背景墙,用空间语言回应老城语境。在运营方看来,形象新不是换个招牌,而是让每一家店为上街里MALL、中山路历史街区量身而变。

城市更新 历史空间承载更多年轻力

试运营以来的数据,让运营方对8月15日的正式开业多了几分底气。网鱼电竞北方旗舰店工作人员张艺博告诉记者,近两个月来,每到周末,店内

基本处于爆满状态,通常需要提前半天预约机位。“年轻客群对沉浸式娱乐空间的需求,比我们预想的更旺盛。”子·小台女装品牌主理人辛俊霞曾是百盛一家服装品牌的督导。在得知上街里MALL招商消息后,她果断决定入驻。“我看好的是中山路的发展潜力,也看好这个项目的定位。”真正入驻之后,她发现“跟原来的老百货感觉完全不一样了”——以前商场的品牌多是面向中年人,现在主力客群变成了年轻人。“这样的上街里MALL,让我看到了更大的商机和潜力。”辛俊霞说道。

“我们对上街里MALL的定位,就是一定要突出年轻力。”据悦容匯资管相关负责人介绍。

上街里MALL以IP商业为破局点,跳出了传统商场“零售+餐饮+娱乐”的同质化组合,构建覆盖潮玩、文创、二次元、生活方式、夜间娱乐的全链条IP品牌矩阵。每个楼层都有清晰的内容标签与打卡属性。此外,昼夜双场景的运营策略也颇具特色:白天主打潮流生活,夜间切换娱乐社交,24小时年轻力在此持续运转。项目还高效导入了“本地居民+外地游客”双客群,叠加历史城区保护更新带来的流量红利,缩短了客群培育期。

据了解,开业期间,“自游自在,开新启幕”主题系列活动同步启动,地中海发酵生活节、本土独立乐队全天候Live演出、动漫嘉年华、摇摆舞会等青年文化活动轮番登场。上街里MALL与栈桥、天主教堂、劈柴院等周边文旅地标的联动,也将进一步释放中山路历史街区的综合价值。百年商街的下一程,或许就在这场年轻力的“实验”中提速展开——让历史空间承载更年轻的内容,让年轻人重新瞩目这条老街。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛 记者 张琰 实习生 季逸霏



站在9层270°观景平台,老城美景尽收眼底。张琰 摄