



夏日之于青岛如同电视节目的黄金档时段,正是这个旅游城市人气最足的时候,巨大的客流量携着没有上限的消费潜能匆匆过境,喜出望外之余,如何在这个“黄金档”聚拢人气、刺激消费,是岛城各界的必做题,而如何捕捉新热点,让消费有名头、时尚有归处,则是道不折不扣的加分题。放眼今夏的青岛,在市南区的“答题板”上,越来越多的文旅消费热点被激活。通过完善吃、住、行、游、购、娱一体化服务,打造特色消费业态和场景,市南区亮出多张“王牌”,引领消费复苏和内需繁荣。



青岛湾

市南区：“浪漫经济”与夏日消费共振

“游世界最美海湾”热度不减高潮纷至 市南消费场景不断上新燃爆夏日

从“最美海湾”探索“浪漫经济”

为持续撬动旅游资源与节庆效应,市南区开启“游世界最美海湾 悅享25℃文旅季”活动,将五大特色海湾串珠成线,以跑步、游学、婚恋、打造艺术岸线等板块点亮线下场景体验,丰富和创新产品服务供给,以更多沉浸式、互动式、体验式新业态和年轻态、活力范、时尚感的新玩法,让“市南之夏”色彩斑斓。

在“最美海湾”,海风吹过情人坝,一曲优美弦乐奏响浮山湾,艺术快闪活动与沙滩酒吧、海边咖啡厅、海鲜餐厅梦幻联动,以公益性、全民性的艺术形式助旅游、促消费;坐落于太平湾畔的C-UP宋公馆,以时尚简约、文艺浪漫的活动形式,结合沉浸式特色庭院体验,精准对接潜在客户,擦亮市南浪漫标签;而“少年强则国强”系列研学活动,通过国防教育、爱国教育、海洋教育、民俗文化、历史城区、亲子活动等研学项目,深化红色教育、厚植家国情怀的同时,带动新的消费契机。

为打造新消费场景,持续释放消费热情,市南区还以婚恋消费为抓手,整合海尔洲际酒店等星级酒店、青岛海信广场等大型商超,以及青岛啤酒集团、薇薇新娘等企业在太平角爱情路举办婚庆主题集市,搭建婚恋产业发展平台,以市集经济激活商圈活力,为市南经济发展带来实际效益。除此之外,依托八大关、太平角区域特色庭院,举办新中式、西式婚礼秀,通过沉浸式体验、影像媒体技术,精准对接潜在客户,实现现场预定签单,为企业营收增势。通过推动艺术与婚恋产业结合,打造市南区庭院婚礼全国样板。

数据显示,“520”活动期间,市南区重点商超销售额合计超过5100万元,同比增长超过30%,“浪漫经济”给予市南区令人惊喜的反馈。

花样繁多唤醒“消费多巴胺”

“周末经济”“打卡经济”“微度假”“出逃计划”……在这个信息发达的时代,对情怀满分的大众来说,消费需要有更多的名头和花样。市南区把准消费群体的脉搏,推出精彩且精美的活动万花筒,不间断的浪漫攻势为夏日经济增添活力。

6月2日,“2023青岛首届YES集物露营节”在市南区汇泉广场中心广场拉开帷幕,活动历时三天,内容包括“净湾计划”公益行动、创意手作市集、后备箱市集、时光音乐会等等,是“游世界最美海湾,悦享25℃文旅季”活动的重点板块之一。“YES集物露营节”不仅仅是露营活动,更集合了市集、相亲交友和音乐派对等多种“露营+”的新玩法与新形态,现场有40余个商家。除此之外,本次活动还联合市南团区委和市南区妇联,共同打造年轻群体的交友平台。在露营节中穿插潮流派对、休闲娱乐游戏,联合多品牌多群体做专属年轻人的



在咖啡节喝咖啡、品美食、赏文创。



浪漫经济带来更多消费场景。



露营市集带来消费新潮流。

交际圈,开展互动交友,开辟新的户外相亲场景。

而金茂湾后海广场的落日后备箱市集,同样以多元丰富的创意带来更高层次的消费满足感。游客与市民不仅可以一站式购入喜爱的物品,还能近距离体验市南艺术文化,伴随着迷人的日落感受百人瑜伽阵带来的松弛感。

民以食为天,游客也以食为先。为推动餐饮业发展、打造市南美食品牌,市南区商务局、市南区工商联联合市南区餐饮协会开展的2023“畅飨青岛 寻味市南”系列餐饮促消费活动于6月15日正式启动,发布了青岛(市南)美食数据报告和寻味市南等系列板块活动,充分联动多家优质餐饮商户打折让利促销,在餐饮旺季中占得先机。市南区是青岛市美食消费的集聚地,拥有3000余家

餐饮机构,4处知名餐饮文化街区,市南区餐饮不仅代表着“岛城味道”,更是市民和游客畅享品味青岛美食故事的重要途径。此次活动,是为市民和游客提供优质餐饮服务、进一步擦亮市南美食名片的有力举措。

当咖啡与夏日精彩碰撞,百年老街再添新活力。6月16日上午,“打‘咖’老街 ‘啡’比寻常”大学路咖啡节在黄县路正式开启。市南区向广大游客、市民朋友发出邀请,欢迎大家到大学路咖啡街喝咖啡、品美食、赏文创,沉浸式感受焕新后老街的“啡”比寻常。下一步,江苏路街道还将开启大学路咖啡文化季,举办大学路艺术市集、大学路的美好时光音乐演出等丰富多彩的活动。

新老兼顾把握流量密码

今年以来,市南区先后推出新春逛街里节、逛春天旅游艺术季等爆款文旅活动,文旅资源与节庆活动叠加,文旅市场活力迸发,A级景区2023年一季度接待游客500.06万人次,同比增长69.5%,星级饭店2023年一季度营业收入25562.72万元,同比增长88.9%。

市南区是青岛的时尚消费地标,是名副其实的艺术商圈,在海信广场、海天MALL、万象城三足鼎立的浮山湾商圈,文旅融合与消费升级正发生着同频共振。今年,海信广场全方位升级,为青岛这座时尚之都提供更多品牌承载:LOUIS VUITTON升级为华北地区最大旗舰店,山东首家DIOR即将亮相岛城,CELINE、FENDI等重量级品牌山东首店相继与青岛市民见面。

以国际一线品牌消费、特色文化旅游消费、专业服务型消费和国际时尚娱乐消费等为方向,全球精品百货店、国际品牌体验店、旗舰店、主题商场、连锁品牌专卖店、星级酒店、体育器材店和美食品牌体验等高端业态在市南区集聚,品牌美誉度与商圈知名度的叠加升级,使首店经济成为商场聚客、人气攀升的流量密码。市南区有海天中心、万象城、海信广场、麦凯乐、永旺等大型商业载体12座,依托这些商业体推进“首店经济”,市场消费潜力将得以更充分释放。

再将目光转到老城区,从银鱼巷到三江里再到太兴里,一条条老街一个个里院,这里的店铺为人熟知的方式大都离不开节庆活动的助推,从啤酒节到“新春逛街里”,从“逛春天”旅游艺术季到“游世界最美海湾 悅享25℃文旅季”,以节为媒,这些新空间、新场景,如拼图般衔接起老城区的消费场域。近期,上街里又发布了新体验、新玩法。既有“最美+醉野”为标志的美食产品,又有以“城之南·海之角”为代表的住宿产品;既有海誓山盟婚恋全业态产品,又有汇聚诸多品类的“爱尔兰市集”;既有别具一格的上街里IP文创产品,又有以文博场馆为依托的研学产品;既有18条文旅特色线路,又有四大主题节庆品牌。这些将使老城区在夏日经济的浪潮中翻涌出绵延不绝的消费活力。

观海新闻/青岛早报记者 王彤

图片由市南区委宣传部提供