

2025年蛇年春节假期,青岛消费市场迎来“开门红”。据青岛市商务局监测,春节假期(除夕至正月初七)十大重点商贸企业累计销售额达6.65亿元,同比增长8.1%。作为青岛商业的“老字号”代表,利群集团旗下的利群崂山金鼎广场表现亮眼,假期整体销售额同比增长6%,客流量同比上升8%,成为区域消费活力的缩影。

春节期间,利群崂山金鼎广场围绕“财神巡游”“非遗市集”等主题,将传统民俗与现代消费场景深度融合,福禄寿禧财神巡游队伍携红包、福袋现身商场,派发新春祝福,吸引大量家庭客群驻足互动。

新春人气点燃商业“热力值”

利群集团春节期间消费客流双增长 青岛优品成为春节里的温暖记忆

春节期间利群金鼎广场人气旺。
企业供图



春节“黄金周”人气旺 消费客流双增长

2025年蛇年春节期间,青岛消费市场迎来“黄金周”效应。利群崂山金鼎广场春节期间客流量达到25万人次,销售额超1500万元,成为城市商业活力的风向标。

“日均超过三万人次的核心消费客群,带动了黄金珠宝、生鲜食品等品类爆发式增长。”利群金鼎广场相关负责人介绍。商场通过“交通枢纽+全业态覆盖”的双重优势,构建起覆盖全年龄层的消费场景:老年群体偏爱传统年货市集,年轻人涌入电竞互动区,家庭客群则在亲子手作工坊驻足。这种“一店满足多元需求”的布局,使其成为城市级消费枢纽。

春节期间记者在利群崂山金鼎广场看到,在超市区域,各类年货琳琅满目,坚果、糖果、水果等传统年货备受青睐,销售额一路攀升。而在黄金珠宝区,各大品牌纷纷推出新春特别款,精致的黄金首饰、璀璨的钻石珠宝,吸引了众多消费者驻足选购。数据显示,春节期间,黄金珠宝品类销售额同比攀升5%,蛇年生肖金饰占据热销榜首;超市生鲜区车厘子、帝王蟹等高端食材销量翻倍,折射消费升级趋势;部分餐饮商家日均翻台率超300%,创下单日营业额纪录。

为了助力商户在春节期间取得更好的经营业绩,利群集团积极联合餐饮商户,推出了极具吸引力的餐饮团购券活动。“春节期间利群推出50元团购价值100元的餐饮券活动。”利群金鼎广场相关负责人介绍,“这一举措不仅让消费者享受到了实实在在的优惠,也为餐饮商户带来了大量客源。活动期间,共售出上千张团购券,许多餐饮店铺座无虚席,生意十分火爆,活动效果显著。”

与此同时,青岛市商务局发放的家电以旧换新补贴,也在利群各大家电卖场得到了积极响应。许多消费者趁着这一优惠政策,前来选购新的家电和电子数码产品。

好玩又好逛 沉浸式体验成“留客”密码

“春节不仅是购物旺季,更是文化体验的好时机。”利群崂山金鼎广场相关负责人表示。今年利群崂山金鼎广场紧扣“国潮风”“趣味性”两大关键词,推出“财神巡游+网游大赛+非遗市集”组合活动,打造“可逛、可玩、可拍”的消费场景。

从小年到除夕,“新年福运爆棚”抽奖活动火热开展。活动规则十分诱人,只要在商场内任意品类购物达到一定金额,即可参与即开即兑抽奖,并且抽奖次数不设上限。利群崂山金鼎广场负责人介绍:“具体来说,超市消费满188元、服装类满588元、黄金珠宝家电满988元,消费者就有机会把丰厚奖品带回家。奖品有飞天茅台、山地自行车等,100%的中奖率让每一位参与的消费者都能收获满满惊喜。”

在1月22日至2月16日期间,利群崂山金鼎广场一楼中厅化身新年市集集合的欢乐海洋。主办方精心邀请了多位在民间艺术领域颇具造诣的民俗艺术家,亲临现场与市民展开互动。“在热闹的市集上,一个个栩栩如生的面人儿在艺术家的巧手下诞生;色彩斑斓、工艺精湛的布艺作品,展示着传统手工艺的独特魅力;古朴典雅的木刻制品,散发着岁月沉淀的韵味。消费者不仅可以欣赏这些精美的非遗作品,还能亲自参与非遗拓印活动,亲手拓印象征着吉祥如意的福字和承载着新年祝福的红包,在亲身体验中感受传统民俗的深厚底蕴。”利群崂山金鼎广场负责人说道。

值得一提的是,在“王者集结”新春争霸网游大赛中,年轻消费者通过现场组队竞技赢取购物优惠券,带动数码产品、潮玩周边销量增长超20%;“财神巡游”活动则联动黄金珠宝、服饰品牌推出“满额抽奖”“赠礼券”等促销手段,拉动相关品类销售额提升15%。此外,利群崂山金鼎广场还与崂山区“温馨冬日”年货节联动,引入40余家本地特色美食及



黄金饰品销售火爆。

民俗工艺品展商,单日销售额突破百万元,传统年货与潮流体验的碰撞,为消费者提供了“一站式”新春消费目的地。

黄金销售旺 生肖主题引领“开年添金”热潮

蛇年新春,黄金消费成为利群集团业绩增长的“重头戏”。利群崂山金鼎广场黄金专柜推出“新年添金·好运常临”主题活动,克减优惠叠加新春消费券,吸引大量消费者选购生肖金饰、投资金条。数据显示,春节期间黄金品类销售额同比增长5%,其中蛇年生肖主题金饰、古法工艺手镯等单品销量位居前列。“春节是黄金消费的传统旺季,今年春节期间金价上涨进一步刺激了需求。”利群崂山金鼎广场黄金销售相关负责人介绍。

除黄金外,蛇年主题服饰、红色系穿搭也备受青睐,国潮风格卫衣、生肖刺绣外套等单品销量同比翻番,年轻消费者通过“新年战袍”表达对传统文化的喜爱。

商场斐乐店铺负责人董大卫介绍,今年过年期间店铺销量同比上升5%。“我们店铺月均销售额是140万,春节当月销售额能达到200万以上,与春节、生肖元素相关的服饰最受顾客青睐,能占到店铺销售额的20%左右。”董大卫说。

据了解,青岛市商务局“2025青岛迎新春消费季”活动自1月26日至3月31日,通过银联云闪付APP累计发放5000万元消费券,覆盖餐饮、零售、文旅等领域,面额从20元至200元不等。利群崂山金鼎广场作为消费券核销重点场所,联动“满减折扣”“品牌特惠”等活动,将政府补贴转化为消费增量,餐饮、零售类消费券使用率达70%以上,进一步放大政策效应。

新闻延伸

镜头定格温情瞬间

春节的喧嚣渐渐归于平静,但那些关于青岛优品的温馨记忆,却依旧温暖着每个人的心。青岛早报这个春节特别策划推出“我与青岛优品春节故事”风采征集活动,市民纷纷记录下春节期间与青岛优品相伴的美好时光,每一帧画面都承载着家的温馨与年的喜悦。

活动期间,许多市民通过青岛早报微信号和微博号上传了他们精心挑选的照片和视频。年夜饭桌上,青岛啤酒泡沫细腻、香气扑鼻,与家人举杯共饮,开启幸福时刻;孩子们手中的青食钙奶饼干,熟悉的味道唤醒儿时的记忆;餐桌上,即墨老酒醇香四溢,暖身又暖心,让家的味道更浓厚;崂山矿泉水清甜甘冽,为佳肴增添清新;波尼亚火腿肉质鲜嫩、口感独特,成为餐桌上的独特美味……每一个瞬间,都是青岛优品融入美好生活的见证。

通过优品爱上这座城

除了通过网络平台分享,许多市民游客还拨打青岛早报热线电话82888000,讲述他们与青岛优品之间的感人故事。今年68岁的张慧娟女士打进热线时,声音里满是激动:“我每年春节都会准备一些青岛特产送给亲朋好友,今年我特意选了可以热着喝的崂山可乐和波尼亚火腿,这两样东西不仅代表了青岛的味道,更承载了我对他们的祝福和思念。”

与张女士同样喜悦的,还有来自成都的游客李易凡先生。他分享了自己与青岛啤酒的不解之缘:“我是第一次来青岛过年,没想到青岛啤酒竟然这么受欢迎。除夕之夜,我和家人品尝着新鲜的青岛啤酒,我们举杯庆祝,每一口都让我感受到青岛这座城市的热情与活力。这次来青岛,我还参观了青岛啤酒博物馆,让我对青岛啤酒有了全新的认识,也让我深深爱上了这座城市。”李易凡说。

成为“品牌之都”新名片

2023年8月,青岛决定实施“青岛优品”工程。同年9月,第一批“青岛优品”遴选名单正式发布,包括卡萨帝冰箱、海信电视、澳柯玛冰柜等92家企业、100个产品和服务入选。2024年,由青岛市市场监督管理局牵头组织的第二批“青岛优品”名单公布,共有85家企业的85个品牌成功入选。“青岛优品”品牌也成为青岛这座“品牌之都”的一张新名片。

青岛早报通过这次活动,收获了一份份真挚的情感和故事。这些故事和记忆,将激励着更多人去了解、去品味、去传承青岛优品所蕴含的深厚文化底蕴。展望未来,青岛优品将继续承载着家的温馨与喜悦,成为更多人心中不可或缺的美好元素。青岛也将继续致力于提升产品品质和文化内涵,让青岛优品走向世界,成为连接不同文化和人群的纽带。

观海新闻/青岛早报记者 于健 邹忠勇