

莱西凭一盘“棋”出圈

多部门协同联动打出“组合拳” 上演小城逆袭让消费的烟火气更旺

今年以来,莱西市以“提质增效年”为总牵引,商务局、贸促会、市场发展中心、体育中心、文旅局等多部门协同联动,通过展会引流、政策赋能、场景创新、业态融合等组合拳,让消费的烟火气更旺、发展的底气更足,上半年社会消费品零售总额同比增长2.9%,限上餐饮业增速更是突破20%,一幅“惠民生、促增长”的消费画卷正徐徐展开。

消费狂欢

从糖球会甜香到“莱嗨啤”

“刚出锅的糖球裹着芝麻,咬一口就能拉出金丝!”2025年开春的第十一届莱西糖球会上,来自平度的游客王女士举着手机记录现场盛况。这场持续5天的民俗盛宴,累计吸引10万人次“赶场”,40万元的营收背后,是老手艺与新流量的碰撞。

而三个月后的“莱嗨啤”啤酒龙虾狂欢节更显热闹:40万人次的客流里,既有举家出游的本地市民,也有专程从烟台、潍坊赶来的食客,350万元的营收数据,印证着节庆经济的强大号召力。

这只是莱西展会矩阵的一角。围绕“会展+产业”的发展逻辑,一系列专业展会正成为撬动产业链的支点:

- 首届中外进出口商品展上,100余家企业带来的苏杭丝绸与进口好物,吸引10万市民逛展,150万元消费额背后,是“家门口买全球”的便利;

- 春季汽车展销会上,新能源汽车成绝对主角,40台意向订单、480万元销售额创下近五年新高,不少市民拿着消费券现场下单,“政府补贴+企业让利,比平时省了近2万元”;

- 石墨新材料展上,晶莹的石墨晶体与前沿科研成果同台亮相,不仅促成3项国际合作意向,更让“莱西石墨”的名片走向全球;

- 食品产业产销对接会则架起“田间到餐桌”的桥梁,万福食品的冷鲜肉与超市采购商直接签约,一天达成800万元供货协议。

……从民俗节庆到专业展会,莱西正以“月月有活动、季季有主题”的节奏,让展会成为消费的“催化剂”与产业的“助推器”。

民生温度

从消费券到以旧换新

“用旧手机换了台新5G手机,政府补贴了300元,太划算!”在莱西某数码卖场,市民李先生的经历道出政策红利的实在。2025年上半年,莱西市精准落实国家促消费政策,打出“消费券+以旧换新+纳统培育”组合拳,让政策春风吹进千家万户。

消费券发放堪称“精准滴灌”。通过莱西融媒、掌上莱西等平台密集宣传,青岛市级消费券累计核销7.4万笔,撬动销售额2000余万元。本地同步推出的“周末嗨购”活动更具巧思:20余家商超、餐饮企业组成“异业联盟”,一张优惠券既能吃火锅又能逛超市,1000余份券带动消费额环比增长35%。

以旧换新则激活“存量市场”。14家新增企业纳入国家补贴范畴后,家电、3C产品销售迎来爆发:1.3万台家电、2万部手机的换新量,带来超1.15亿元销售额。某家电卖场负责人算过一笔账:“政策实施后,空调销量同比涨了40%,很多老客



环湖马拉松受到跑者热捧。



激情四射的LBA篮球赛。



日趨火爆的低空飞行。本组照片均由莱西市委宣传部提供

户都是冲着‘旧机折价+补贴’来的。”

企业培育更着眼“长远增量”。上半年新增的15家纳统企业里,8家零售业企业贡献6243万元增量,4家餐饮大个体拉动消费近千万元。在王府井购物中心,商务局工作人员逐户摸排70余家商铺,筛选20家纳入“储备库”,“一户一策”指导达限纳统,“现在商户积极性很高,都想成为‘规上企业’享政策红利。”

时空重构

从山会庙会到直播带货

“400年的山会,现在逛着更有味道了!”这是老莱西人对冬季山会的新评价。2024年的冬季山会,不仅有“看大戏、品小吃”的传统项目,更增设“莱西有礼”展区、非遗剪纸体验区,45万人次客流量里,超10%是来自青岛市区的游客,

他们不仅要让市民‘有的买’,更要‘买得新、玩得潮’。”

流量密码

从体育赛事到文旅盛宴

“跑完马拉松,再去吃碗院上烤鸡,这趟莱西行值了!”来自潍坊的跑者张先生,道出“体育+消费”的融合魅力。2025年的莱西,正以“商旅文体展”深度融合,打造消费增长“新磁极”。

体育赛事是“流量引擎”。13场国家级、10场省级赛事落地,不仅让环莱西湖自行车赛、青少年足球邀请赛成为品牌,更带动“赛事经济”爆发:参赛人员的住宿、餐饮消费,观众的周边购物,让每场赛事平均拉动消费50万元。即将举办的环莱西湖马拉松,已提前带动沿线民宿预订量上涨80%。

文旅活动是“体验载体”。“莱西周末”品牌全年无休:冰雪嘉年华3万游客消费60万元,“五一”190场活动吸引16.9万人次,渔乐季让莱西湖边的农家乐座无虚席。更妙的是“文旅+”的乘数效应:航空研学接待万名学员创收300万元,低空旅游项目“空中看莱西”让游客从云端俯瞰田园风光,带动通航机场周边消费65万元。

节会经济则是“综合平台”。从春季车展到夏季燃夏文化季,从秋季“秋莱·迎鲜”嘉年华到冬季山会,“四季+”活动全年拉动消费超800万元。其中,夏季海洋大集最具代表性:10天活动里,15万客流在啤酒大篷、非遗展位、儿童乐园间穿梭,85万元消费额中,外地客群占比达25%,“很多人是刷到抖音上的网红打卡视频来的。”

持续发力

从问题导向到长远布局

尽管成绩亮眼,莱西市仍清醒看到短板:促消费活动的业态融合度有待加深,商圈同质化竞争需破解,线上消费规模与先进地区有差距……针对这些痛点,一系列“升级版”举措已在酝酿。

活动矩阵将更“立体”。计划举办的50场促消费活动中,“婚嫁购物节”整合珠宝、家电、酒店资源,“十大美食评选”挖掘院上烤鸡、夏格庄蒜香鸡等本土品牌,让消费更有“莱西味”。

业态创新将更“精准”。瞄准“Z世代”,计划再引3家首店,发展“谷子经济”“国潮文创”;针对家庭客群,推动王府井、利群差异化招商,避免“千店一面”。

线上能级将更“强劲”。深化与抖音、美团合作,争取承办省级电商直播季,目标新增70家电商企业、1000名从业人员,让“莱西好物”通过云端走向全国。

服务升级将更“暖心”。培育“青岛老字号”,组织企业参加广交会拓市场;强化部门协同,让山会、展会的安保、环卫服务更精细,“既要烟火气,也要文明风”。

从糖球会的甜香到“莱嗨啤”的狂欢,从农贸市场的晨雾到直播间的灯光,莱西的消费故事里,有市井烟火的温度,有产业升级的力度,更有民生幸福的厚度。随着各项举措落地,这座城市正以消费为笔,书写着“提质增效惠民生”的新篇章。

本版撰稿

青岛早报/观海新闻记者 康晓欢 袁超



扫码关注“政青岛”
了解更多详情