

强信心·稳经济·促发展

上半年22家“首店”在青持续上新

“自带流量”推动品牌与城市融合,激发市场活力,助力青岛打造区域消费中心

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩

8月31日,拉夫劳伦旗下最为高端的紫标店开业。同一日,新锐家居服装品牌蕉内也在万象城开业,该店铺800平方米,是该品牌目前规模最大的门店。随后9月1日迪奥精品店在海信广场开业,开业当天吸引超千人进店选购……

连日来,多家山东首店密集落户青岛。这些“自带流量”的“首店”们,开业当天就成为热门打卡地。而它们更大价值则在于品牌与城市的融合中,不断开掘出新的需求,为市场不断注入新的活力。

首店加速进驻

市商务局数据显示,上半年青岛落户知名首店22家,涵盖餐饮和零售等多个主流业态。高奢品牌如Fendi、梵克雅宝,高人气品牌如达美乐比萨、麻六记,聚焦文娱的索尼PlayStation次世代全新形象店等均为山东首店,为青岛打造区域消费中心再加筹码。

业内人士表示,今年以来,品牌开设首店的热情有所上升,包括线上品牌线下首店、创

新业态首店、成熟品牌全新产品线等。一方面,购物中心积极引进餐饮、零售和体验式娱乐等业态的首店;另一方面,品牌也希望入驻客流量较高、业态相对丰富、具有主题街区的综合体。其中,南方品牌北上、线上品牌走向线下成为热潮。

相较于普通门店,品牌首店更能以稀缺和新奇激发市场活力、掀起消费热潮。达美乐比萨在青岛开业首月创下该品牌在全球首月最佳销售额的新纪录,乘着新鲜热度,开业仅两个月达美乐就在青岛迅速开出7家门店。日前在万象城开业的蕉内是一家首先在电商平台发展壮大的品牌,拥有众多的年轻消费人群。开业当天,蕉内青岛店就创出所有门店销售额第一的成绩,且领先排名第二的门店两倍多。“青岛首店的表现远超预期,其中销量最高的单品3天内卖出超2000件。”工作人员说。

首店不仅引入稀缺商品,也引入先进的管理理念。于去年9月进入青岛的茑屋书店如今开业已近一年。茑屋运营人员孙德君表示,在日本,茑屋书店对消费者的划分与管理非常

细致。茑屋书店推出多种功能的积分卡,书店会员可以凭积分卡在茑屋书店享受多种购物优惠,超半数日本国民均为茑屋书店会员,同时书店又据此掌握包括消费习惯和喜好等用户画像,从而进一步根据用户习惯精准营销。国内茑屋书店借鉴了日本茑屋的运营体系。孙德君此前也曾任职某大型书店,他表示,入职茑屋书店后,书店在运用数据对消费者进行精准划分与营销上的迅速反应让他印象深刻。据悉,目前青岛茑屋书店的客流已经达到2000人次/日,会员规模近3万人。

延长首店“保质期”

“首店”是城市消费活力的重要指征。青岛某购物中心负责人告诉记者,首店于购物中心而言是品牌不断翻新,能给消费者带来新鲜感。对城市而言,高端品牌首店的引入则是从侧面印证了城市消费市场的活力。

但与此同时,“首店”作为一个新品牌,如何在新鲜感消退之后,通过创新与活力延长

“保质期”,在当地形成稳定的影响力,也是人们需要面对的问题。

杭州2022年引进超过300家市级及以上首店,16%存活不到一年。顶着“法甜界天花板”的雷诺特法式西点于2020年在上海开出全国首店,迅速成为打卡热门地,随后又在上海和深圳开出多家分店,今年5月雷诺特最后一家门店关闭,退出中国市场。

“首店”如何扎下根系成为“名店”“老店”?孙德君认为,首店带来的“网红”标签的确能给门店带来一时的流量,但店铺要长久发展,需要根据自身特色深耕本土市场。“作为起源于日本的书店,我们一方面保持了商品稀缺性优势,通过独家的国际采购渠道为消费者提供原版日本漫画和手办等,另一方面进入青岛后,我们也针对青岛市场的特性作出改变。比如,进店消费者中社区居民占比高,就增加了社区便民服务;亲子需求比较高,就在调整书籍结构比例的同时,增加周末线下的亲子活动。这些调整都让我们客流与业绩稳步增长。”孙德君说。

2023青岛时装周开幕

将设置5个会场,通过举办品牌发布等系列主题活动,持续推进时尚消费升级

□青岛日报/观海新闻记者 孙欣

本报9月6日讯 6日晚,由中国纺织工业联合会、青岛市政府主办的东方时尚季·2023青岛时装周在西海岸新区东方时尚中心拉开帷幕。本届时装周以“新锐力量 原力新生”为主题,金顶奖设计师、中国纺织非遗推广大使刘薇带来本届时装周首场时装秀。来自中国纺织工业联合会、韩国纤维产业联合会、日本纤维产业联盟等行业组织,以及服装品牌企业、原创设计师等参加开幕式。市人大常委会副主任张建刚出席活动。

开幕式《扶摇直上》以非遗为主题,让观众近距离感受“纺织非遗”与现代时尚的融合创新。设计灵感来源于博物馆中的馆藏文物,以服装展现从“博物馆走到当代社会”的理念,是将时尚与传统文化相契合的一次纵深探索。

开幕式上,首届中国(即墨)婴童生态面料设计大赛正式启动。大赛以“呵护之美”为主题,以“科技赋能设计,创新提升价值”为理念,通过大赛为青岛乃至全省纺织服装产业引入全国优质婴童新材料、面辅料等企业新产品新技术,为纺织服装产业输送新思维、新血液、新动力。



■2023青岛时装周开幕式上,开幕秀《扶摇直上》上演。赵健鹏 摄

海阳市工业和信息化局与青岛中纺亿联时尚产业投资集团签署战略合作协议。双方将以“东方时尚中心”产业园区以及青岛时装周为平台,以原创设计赋能为抓手,联合打造海阳毛衫

原创设计交易产业服务平台,提升海阳毛衫产业品牌能力和产业影响力。

山东工艺美术学院产教融合实践基地、青岛大学纺织服装学院校外实践教学基地、青岛

职业技术学院校外实训基地在东方时尚中心揭牌,将推动青岛纺织服装产业产学研进一步合作互动,助推产业创新发展。

纺织服装产业是穿越市场周期、稳定经济增长、实现高质量发展的重要引擎,是创造消费需求、改善民生就业、成就高品质生活的有力保障。作为产业商贸对接的重要平台,本届时装周聚焦原创设计赋能商品力,设置东方时尚中心、纺织谷、海天中心、香格里拉大酒店、时装周设计宇宙等5个会场,以“一主多辅、多点联动、全城联动”的格局开展,突出“贴近市场、贴近企业、贴近市民”,将通过举办品牌发布、时尚体验营销、高峰论坛、行业赛事、时尚潮流等系列主题活动,全面放大时装周人才培养、培育品牌、拓展市场、服务企业、促进产业的引擎效应,持续推进时尚消费升级,深化纺织服装和时尚创意产业生态建设。

此外,本届时装周还将结合体验式品牌发布秀与场景化时尚展,创新时尚消费新场景,采用线上线下双轮驱动营销,在满足和创造更多时尚消费需求的同时,为原创设计品牌打通“时尚+贸易”的新路径,不断强化青岛时装周商业落地功能,推进青岛打造纺织服装品牌培育推广和展贸消费高地。

2023第八届中国先进材料产业博览会在青开幕

展出面积2万平方米,全国300余家企业亮相

□青岛日报/观海新闻记者 王凯

本报9月6日讯 6日上午,2023第八届中国先进材料产业博览会暨军民两用新材料大会在青岛西海岸新区开幕。展会汇聚航空、航天、轨道交通、海工等领域先进材料及制品,搭建先进材料领域专家学者和企业交流合作平台,推动高端装备制造产业发展。市委常委、副市长耿涛出席活动并致辞,来自全国新材料领域的7名两院院士参加活动。

展会以“先进材料引领高端装备发展”为主题,为期三天。活动集中展示我国高端装备领域先进材料及制品的最新研发成果,探讨高端装备相关材料领域发展的最新动向,打造先进材料及制品产业多元化交流、合作和贸易平台。会上,与会院士、专家分别围绕轻质耐热合金材料及应用、我国塑料产业现状分析及发展趋势展望、抓住材料和装备“牛鼻子”根基、筑牢石墨等产业等主题作主旨报告。

中国先进材料产业博览会展出面积2万平方米,全国300余家航空航天、轨道交通、兵器、船舶、海工、汽车等新材料及制品领域科研生产企业亮相,集中展示高强度、超轻、防辐射、耐高温、耐腐蚀、阻燃、防弹防刺防割、超导等高性能材料、制品及高端装备,吸引近3万人次参观交流。本届博览会推出高校、科研院所新材料科研成果展示区,重点展示国内高等院校及科研院所在新材料领域的最新科研成果,清华大学、吉林大学、北京理工大学等40多所高校集中亮相,为高校科研单位与企业搭建信息对接交流平台。同期举办军民两用新材料大会及10余场各领域材料专业技术论坛、供需对接会,打造先进材料全产业链展示交易对接平台。

新版《青岛港口章程》发布

全港规划“一湾两翼辖六区”,现有生产性泊位123个

□青岛日报/观海新闻记者 周建亮

本报9月6日讯 港口章程是为港航企业和相关部门开展涉港业务提供全面、系统、准确的指南性文件。近期,市交通运输局组织重新修编的《青岛港口章程》向社会公开发布,对提高港口管理水平,提升船舶周转效率,持续优化港口营商环境,更好地服务港航企业等具有重要意义,将进一步增强青岛国际航运综合服务能力,助力青岛港加快建设世界一流海洋港口。

近年来,随着经济社会发展,青岛港口规划经历了多次调整,港口规模实现了快速增长,涉及港口管理的部分法律、法规发生了重大变化,旧版《青岛港口章程》已难以适应港口发展需求。

新版《青岛港口章程》对青岛港地理位置、港口设施、港口管理部门、港口建设、港口经营、船舶进出港口、港口服务、港口安全与环境保护、港口应急事件处置等方面进行了详细规定,共四章四十九条。其中,根据港口现状更新了港口设施信息;新增岸电设施信息;完善了港口铁路、公路、管道集疏运通道。更新了青岛港口企业名录、青岛主要船舶修造企业名录。

根据《青岛港口章程》,青岛港主要由老港区、黄岛港区、前湾港区、董家口港区、海西湾港区、鳌山湾港区六个港区及小型港口组成,全港规划形成“一湾两翼辖六区”的总体发展格局,现有生产性泊位123个。

下足绣花功夫 提升城市精细化管理水平

青岛开展整治提升行动,确保工地文明施工、标准化管理

建筑工地“颜值”“内涵”双提升

□青岛日报/观海新闻记者 王冰洁

本报9月6日讯 “见缝插针”的鲜花绿地,堆放整齐的物料场地,随处可见的喷淋降尘系统……如今分布在青岛大街小巷的不少建筑工地,已经打破了人们以往“晴天一身土,雨天两脚泥”的印象,工地“颜值”和“内涵”实现双提升,更加“洁净净美”。

走入位于市南区南京路1号的航运贸易金融总部大厦项目,机器轰鸣、焊光闪烁,呈现出一片热火朝天的景象,现场除了配备喷淋设备之外,工地防尘“黑科技”——巨型“天幕系

统”也为建筑工地撑起了“绿色保护伞”,实现整个基坑施工场地封闭式管理,让工地告别“尘土飞扬”;市北区开封路的万科未来城配套学校项目,一排排新型装配式围挡整齐排列,一幅幅精美公益广告扮靓沿街风景,工地围挡成为传播文明风尚、展现城市形象的重要窗口;李沧区世园LC0605-142a地块项目,素混凝土色的内部道路和门口路面干干净净,时不时看到工人在洒水清扫,出场车辆挂着晶莹剔透的水珠,干净的漆面反射着阳光。

“以前说起建筑工地,大家的普遍印象就

是“脏乱差”,但如今青岛的工地环境发生了非常大的改变,扬尘越来越少,围挡也越来越靓,成了展现青岛特色、传播文明风尚的城市靓丽“风景线”。现在谈起建筑工地,一位市民给出了这样的评价。

这些变化,得益于我市启动的城市管理领域重点问题专项整治攻坚行动,行动聚焦建筑工地整治等13项重点任务,下足“绣花功夫”,持续提升城市精细化管理水平。自行动开展以来,聚焦建筑工地整治,全市建设施工领域积极响应,立即行动,印发建筑工地整治专项工作方案,

细化整治标准,明确方法步骤,健全工作体系,召开专题会议,持续督导检查,围绕提升工地围挡及周边环境品质、加强工地出入口硬化、提升渣土车冲洗设施有效使用率等重点,全方位推动建设工地环境整治提升取得实效,力争在较短时间内实现建设工地整体形象显著改观提升。

“下一步,全市建设施工领域将统筹开展建设工地专项整治行动,持续强化责任、精准施策,常态化开展检查巡查,发现问题立即整改,做好整改复核验收,确保工作取得实效。”市住房和城乡建设局相关工作人员介绍。

青岛启动家庭医生团队入户大走访及健康宣教行动,做好“医药”双下沉

家庭医生能帮市民“约上”医院专家号

提升基本公共服务 青岛在行动

□青岛日报/观海新闻记者 黄飞

本报9月6日讯 6日,市卫生健康委召开全市家庭医生团队入户大走访及健康宣教行动启动仪式。记者现场获悉,青岛各委属、驻青医疗机构和专业公共卫生机构将组织专家团队主动加入网格内家庭医生服务团队,并做好“医药”双下沉,确保基层家庭医生手中有上级医院的专家号、预约检查、预约床位等资源。

作为最贴近群众的“健康守门人”,近年来,

青岛的家庭医生团队逐渐深入群众生活。截至2022年底,青岛共组建家庭医生团队2246个,拥有家庭医生6382人,老年人、儿童和慢性病患者等重点人群签约率达到75%以上。此次大走访行动是青岛家庭医生签约服务的进一步拓展,计划在10月底前实现全市家庭医生团队入户走访全覆盖,让签约服务和卫生惠民政策深入楼道、家庭、小区和单位,确保家庭医生团队公开服务牌进楼道进社区张贴全覆盖,以“网格”为单位全面落实家庭医生签约服务,协调解决群众看病就医不够便利问题,持续提升基本医疗满意度。

此次行动将由重点人群个人签约拓展到重点人群家庭签约,建立家庭和个人健康管理相

结合的家庭医生签约服务模式。基层医疗卫生机构可以在上级医院指导下,围绕家庭医生签约计划制定、疫苗接种计划制定、家庭医生管理指导、居家跌倒指导、全民中医体质辨识、家庭医生药膳指导、居家艾灸或理疗康复指导、居家健康监测设备购买和使用指导等项目,制定专门服务清单,供以家庭为单位签约的居民选择。按计划,到2023年底,每个区市至少为辖区10%的签约重点人群提供“家庭”签约服务,家庭医生全人群签约服务覆盖率至少再增长5个百分点。

到2023年底,市级医疗机构和专业公共卫生机构至少与10家单位建立对口协作服务关系,根据机关企事业单位、学校、社区、乡村等功能社区需求,上门为协作单位开展健康教育讲

座和义诊活动,普及卫生防病知识。有条件的医疗机构可提供定期体检、定期巡诊、季度随访、互联网+康复和护理服务等院内、院外相结合的家庭医生服务。各区市要组织以网格为单位做好居民健康状况分析,精准对接居民诉求,有针对性地做好“六个拓展”的“再拓展”,重点向居民需要的专科拓展,向居民愿意签约的专病服务拓展。

启动仪式现场,青岛大学附属医院、青岛市市立医院、山东大学齐鲁医院(青岛)、市中医医院(海慈医院)、市中心医院、市第八人民医院的20余名青岛知名专家与所在区市基层医疗卫生机构组成家庭医生团队,现场开展义诊、签约等活动。

反对浪费 崇尚节约 文明行动

让“节约有理打包光荣”成为文明用餐新风尚

市南区发挥餐饮企业作用深入创建“文明餐桌”

□青岛日报/观海新闻记者 余博

本报9月6日讯 酒店餐厅是践行“文明餐桌”理念的主要阵地,也是“光盘行动”的主战场之一。除了增加食客自身的文明用餐理念外,还需要大力营造“厉行节约 反对浪费”的用餐氛围。市南区发挥餐饮企业作用,引导餐饮企业将公筷公勺和分餐制纳入日常餐饮服务管理,通过电子屏、餐桌提示牌、电子点菜系统等方式,加大宣传力度,让“节约有理、打包光荣”的文明用餐风尚蔚然成风。

位于云霄路美食街的蓝港海鲜厨房是一家经营了近20年的本地餐厅,除了确保海鲜等食材新鲜、注重菜品质量把控外,一直坚持向顾客传递文明餐桌理念。餐厅经理孙甜表示:“大厅餐桌我们都会摆放公筷公勺,包间还会随部分菜品再放一把公勺,客人点餐时服务员根据用餐人数提供菜品数量的建议,用餐结束时如有剩餐都会询问客人并提供打包服务,在各个环节倡导‘光盘行动’,推动形成厉行节约、反对浪费的良好社会风尚。”

走进市南区蜀蜀门第餐厅,店内张贴着“光盘行动从我做起”等文明餐桌宣传标语,在客人点餐时服务员也会主动提醒适度点菜,避免浪费。蜀蜀门第餐厅负责人介绍:“光盘”要改变的不仅是餐饮方式,更是背后的生活习惯、消费理念,希望通过自己的努力把绿色、健康的用餐理念传达出去,让每一位顾客都能带头传承勤俭节约的中华传统美德,养成健康文明的生活习惯。

在市南区,各新时代文明实践中心(所、站)联合美食街区、小餐馆、酒家、饭店、夜市和便民摊点等“九小”餐饮场所、餐饮企业,广泛开展“反对浪费、崇尚节俭”文明餐桌倡导活动,号召商户树立健康服务理念,主动提供公筷公勺,引导商家在外卖配送平台推出“小份菜”“半份菜”“单人套餐”,在提升餐饮品质的同时,进一步减少“舌尖上的浪费”。