

## 青岛调查

## 高温天商家“凉”机在握，新消费助“燃”夏日经济

各类新型避暑“神器”销售走俏、24小时场所迎来更多客流、“上门服务”类订单快速增加，高温为各行各业提供新机遇，也为消费市场注入新活力

□青岛日报/观海新闻记者 李德银

经济学有个术语，称为“一度效应”，即气温只要有1℃的变化，商品销量就会随之发生很大改变，这也是能够形成夏日经济的重要原因。曾有统计显示，夏季气温每上升一摄氏度，就会增加230万瓶啤酒的销售量。

如今，夏日经济已成为拉动消费、促进经济增长的重要引擎。今年的夏日经济有哪些新产品、新场景、新服务？

记者调查发现，冰杯、防晒服、小风扇，2024年“夏日避暑三件套”走俏；冲浪、露营等文旅新场景受追捧；夜校、夜爬等“夜经济”持续升温；“上门服务”受到欢迎……炎炎夏日，深入青岛这座城市的灵魂深处，可以感受到浓郁的人间烟火。夏日经济的蓬勃发展，也令整座城市变得年轻时尚、生机勃勃、富有魅力。



■青岛历史城区一家冰淇淋专卖店，近百种口味冰淇淋吸引众多游客前来选购。



■入夏以来，24小时健身房等场所活跃度陡升。



■夜色降临，台东三路商业步行街上游客络绎不绝。

### 产品上新，网红“清凉产品”走俏

入夏以来，新型避暑产品走俏。走在路上，能看到不少人手握冰杯、穿着防晒服、脖子上还挂着会喷出凉气的小风扇。冰杯、防晒服、小风扇，已然成为2024年“夏日避暑三件套”。

如今的年轻人消费越发理性，往年夏季走俏的高端雪糕渐渐淡出了人们视野，取而代之的是几块钱的冰杯。冰杯成为今夏饮品界的新宠，凭借其独特的DIY乐趣和强大的社交属性迅速走红。

饿了么联合尼尔森IQ发布的《2024夏季即时零售冰品酒饮消费洞察报告》显示，大暑前后冰杯外卖量同比去年增长350%，冰杯搭配啤酒等酒水饮料的外卖量同比增长约300%。

冰杯，就是里面装满了可以食用的冰块或冰球的一次性带盖密封塑料杯，撕开密封就能使用，可以根据自己的喜好添加不同的饮品。

记者走访岛城多家线下便利店、饮品店发现，冰杯几乎成为标配，被摆在货架显眼位置，种类大多分为普通冰杯、柠檬冰杯、咖啡冰杯等。崂山区云岭路一家便利店工作人员告诉记者，大多数消费者是周边写字楼上班族，选择午饭前后购买，会根据自己口味搭配不同饮料，“年轻人尤其热衷于DIY冰杯饮品，如冰杯+咖啡、冰杯+茶、冰杯+酒等。”

“天气太热，就想喝点凉的，购买冰杯比买咖啡奶茶划算很多。”在店里，记者遇到挑选冰杯的王女士，她给记者算了笔账，一杯咖啡最低也要9.9元，但一个冰杯只需3元，“可以兑上不同饮料，还可以DIY，一举多得。”

冰杯的身影不仅遍布各大连锁便利店，饮品巨头农夫山泉等也纷纷下场卖冰。足以洞见，冰杯不只是消费者的夏日乐趣，还成为很多企业赚钱的新赛道。

这个夏天，从头包到脚的“全副武装”式防晒成为一道风景，也推动防晒消费走热。防晒伞、防晒衣、防晒帽等成为许多女孩甚至男孩的夏日出门三件套。在小红书上，“防晒衣”话题有着高达16.7亿次的浏览量。

记者走访岛城多家商超看到，无论是运动户外品牌迪卡侬，还是服装快消品牌优衣库，抑或专业防晒服饰品牌，防晒外套、防晒面罩、防晒套袖等产品一应俱全。销售人员介绍，防晒曾是女性的“专享”，但如今男性对于防晒的需求明显增多。

记者调查发现，当下，消费者对防晒产品需求越来越强烈，防晒消费呈现多元化、场景化和精细化的特点，各个年龄段愿意为差异化产品买单，催生防晒行业创新，不断上新产品。

对于习惯在写字楼里吹中央空调的年轻人来说，各种迷你小风扇成为今夏新宠，其既是外出时的清凉“搭子”，又可在通勤路上、爬山露营等没空调的地方制造凉风。

迷你小风扇，指的是可以挂在脖子上或者拿在手里的小风扇。如今市面上销售的迷你小风扇功能十分丰富，不仅能调节风速和风向，还自带制冷模式，如同移动小空调。

由于物美价廉、携带方便，迷你小风扇十分走俏。记者调查发现，迷你小风扇技术壁垒不高，不仅飞利浦、小米、格力等品牌纷纷推出相关产品，一些传统代工厂等也争相入局，与追求性价比的消费者实现“双向奔赴”。

“夏日经济为消费市场注入了新活力，为各行各业提供了新机遇。消夏产品的各种新变化，顺应了市场需求。市场供给者要紧跟消费需求，通过不断创新，推出更好的产品，抓住夏日经济商机。”青岛大学旅游与地理科学学院教授徐明一表示。

■在青岛，冲浪运动吸引了众多的各年龄层次爱好者参与。  
高静文 摄

### 场景创新，多元化体验释放活力

动，让更多人领略到了冲浪的魅力，也打响了青岛“北方冲浪胜地”的招牌。

夏日清凉，水上娱乐必不可少。除了大海，记者走访发现，岛城提供水上娱乐项目的场所逐渐增多，李沧百果山森林公园、高新区方特梦幻王国、平度安徒生童话乐园、莱西草花山温泉等都吸引了不少亲水的市民，且游玩项目在娱乐性、体验感等方面有了很大提升，进一步满足年轻、亲子家庭的消费需求。

夏日经济，也少不了“夜经济”身影。入夏以来，青岛“夜经济”新意频出，呈现出场景新颖化、多元化、个性化特征。

晚上10点，市北区中央商务区逐渐安静下来，写字楼里的灯渐次熄灭，最后一波“打工人”陆续离开，而写字楼附近的24小时健身房却热闹起来。记者走访发现，这些24小时健身房多数开在办公楼、居民生活区附近，设有智能门禁、自助服务，以全时段营业、智能化运营、月付

甚至周付的收费模式为卖点，吸引“打工人”夜间健身。

一家24小时健身房负责人告诉记者，根据记录统计，顾客最晚离开健身房的时间记录是凌晨一两点钟，最早的到店记录是早上五六点钟。“大都是年轻人，平时忙加班，加上白天太热，所以选择晚上来健身。”

除了24小时健身房，记者调查发现，岛城24小时书吧、24小时影院、夜校等也悄然增多，特别是入夏以来，这些场所活跃度陡升，成为餐饮、逛街、景点游览等主流夜经济消费形式之外的新选择。

徐明一认为，夏日经济中消费新场景、新模式的出现，反映了人们多元化、个性化需求，这是经济社会发展到一定阶段的产物。对此，相关企业应及时捕捉消费新动态，拓展消费新场景，创新产品和服务，满足消费者多元化、个性化需求。

### 服务更新，新消费订单快速增加

是由于暑期到了，放假在家的学生增多，叫人上门做饭成了不少双职工家庭的选择。

除了“上门服务”，即时零售作为一种新商业模式，在夏日经济助力下，获得了新发展动力。

“一个三明治、一罐可乐、一个冰淇淋。”在崂山区深圳路一家保险公司上班的小周不愿冒着烈日外出购物，便选择在同城便利店下单了上述商品。约半个小时后，外卖员将商品送到他手中。

炎热的天气，消磨了很多人外出购物的热情，而电商平台购物往往需要两三天的配送时间，这对于购买即食食品、消暑用品的消费者来说，“远水解不了近渴”。于是，“线上下单，就近门店发货”的即时零售，成为越来越多消费者的

新选择。

为了应对激增的订单，多家知名第三方即时零售平台纷纷招募骑手。近日，达达快送正式启动2024夏季骑士招募，并投入5000万元用于骑士补贴，全力保障暑期等重要节点的即时配送服务，应对不断增加的即时配送需求。顺丰同城也于近日启动“夏季大狂欢”活动，投入资金扩大骑士队伍，确保为广大用户提供有效可靠的配送服务。

夏日经济带动的不仅仅是即时零售行业，跑腿行业在夏季也迎来订单高峰。相比外卖，跑腿的业务范围更广。除了配送服务，跑腿还提供代买、代送、代办服务，如帮顾客代买东西、代送文件、代取快递、代排队、代缴费用等。

### 政策出新，引领消费扩容升级

因此，青岛在促进夏日消费方面也不遗余力。

最近几年，每到夏季，青岛都会在促进消费方面“出招”。例如，2023年8月5日，由青岛市政府指导、青岛市商务局主办的“亿惠青岛·嗨购仲夏”2023青岛88购物节拉开帷幕，开启青岛夏日购物狂欢……

今年召开的全市商务工作会议提出，青岛将以创建国际消费中心城市为统领，高水平谋划“2024‘乐购青岛·消费促进年’”千余场活动，促进商旅文体健融合发展，激发有潜力的消费，持续增强消费市场回升势头。当下，伴随着青岛国际啤酒节等一系列高质量夏日消费活动的开展，青岛夏日经济活力十足。

消费是观察经济运行状况的一个窗口。消费旺了，经济才会是“一池活水”。“夏日经济可以带动旅游、餐饮等相关行业发展，为经济增

长注入新活力。人们对夏日清凉消暑的需求增加，为相关产业带来商机和发展空间。更好地发展夏日经济，需要不断创新和拓展夏季消费产品、场景、服务，同时提供完善的基础设施，加强相关产业链建设。”青岛农业大学教授李中华认为，应从实际情况出发，做好相关规划，既要突出特色，也要分步骤、分领域、分层次发展，通过丰富消夏活动、创新消费模式、拓展消费场景等方式提高夏日经济活力。

作为商家，应该积极拥抱新变化，主动挖掘夏日经济潜力，提高消费者体验感，发现并培育新的消费增长点，形成可持续发展的消费模式。此外，在积极开拓新消费场景、为消费者提供更加丰富选择的同时，也要加大市场监管力度，维护好市场秩序和消费者权益，为夏日经济蓬勃发展提供保障。



■夏日海边，水上摩托等项目备受游客青睐。  
本版摄影 邢志峰(署名除外)