

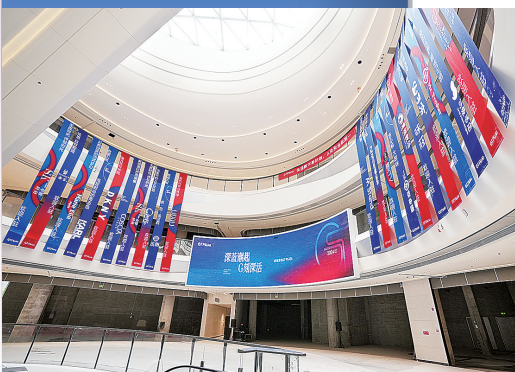
# 绿城青岛深蓝中心·GT PLAZA即将启航,浮山湾商圈再添时尚消费“新地标” 市南:聚力打造国际消费中心城市核心区



■游客在栈桥景区体验VR游戏。

党的二十届三中全会《决定》提出,完善扩大消费长效机制,减少限制性措施,合理增加公共消费,积极推进首发经济。

市南区围绕万商云集的消费供给,培育独树一帜的首发经济,建设闻名遐迩的消费商圈,创新丰富多彩的消费模式,打造近悦远来的消费环境,落实“完善扩大消费长效机制”要求,全面提升消费繁荣度、商业活跃度、到达便利度,加快建设国际消费中心城市核心区。



■绿城青岛深蓝中心·GT PLAZA项目。

## 浮山湾商圈时尚再升级

在青岛乃至山东省,以海信广场、万象城等商业综合体为代表的浮山湾商圈,一直是拥有强辐射力的高端时尚消费中心,创造着消费热点和消费看点,引领时尚潮流风向标。日前,这一商圈再添“新丁”:绿城青岛深蓝中心·GT PLAZA招商工作已完成,定于今年11月29日正式开业。

位于东海西路11号的青岛深蓝中心项目,是绿城中国在青岛打造的首个TOD超高层商业综合体,是目前青岛在建“第一高”,汇集GT PLAZA、丽思·卡尔顿酒店、5A甲级写字楼、海景公寓、海景豪宅五项业态。GT PLAZA对外公布开业时间,也标志着浮山湾商圈再添时尚消费新地标。

该项目紧邻延安三路地铁站,入口正上方的弧形裸眼3D超级屏,抢占香港西路视觉焦点,主入口贯穿至地下下沉广场。商场内部装修工作正在如火如荼进行中,主力店中影国际影城、Mr Fresher精品超市、魅KTV、向象书店已全面进场施工,青岛本土餐饮龙头铭家、蓝海味庄、双合园等商家装修已经进入隔间搭建收尾阶段。“因为主力店品牌租赁面积大,且餐饮业的装修更为复杂,他们进场时间普遍更早一些。”GT PLAZA工作人员表示,目前已有30多家店铺入场。

GT PLAZA共有“地上+地下”五大楼层,规划两大主力店六大主力业态,与全国知名、本地头部、首进亮点品牌强强合作,整体体验、餐饮、文娱、生活类业态占比80%,首店占比近40%,这也是项目的一大亮点。意大利潮奢精品百货COSCIA山东首家旗舰店、“老佛爷”卡尔拉格斐创建的个人品牌KARLLAGERFELD、LVMH集团旗下的DKNY品牌、UIXIU尤宿、tazaTe大地茶坊、BadMarket潮流杂货铺、MOF少女百货、中影国际影城青岛首家直营店等全国知名买手店、明星定制店、头部主理人品牌等齐聚,构建有品位、精致的生活方式,打造城市首进、娱乐体验、社交生活业态的时尚消费商业氛围。

“我们更加注重体验和社交属性,在浮山湾商圈实现与其他商业综合体的差异化定位和发展,让消费者有更多的选择。”GT PLAZA工作人员表示,骑行友好、宠物友好、社区友好都是GT PLAZA的醒目标签,让消费者体验偏治愈、偏松弛感的生活方式。

近年来,市南区聚焦商业载体建设,打造城市潮流新地标。GT PLAZA新增商业面积约7万平方米,将进一步提升传统消费、培育新兴消费,释放市南区消费市场发展潜力。此次GT PLAZA吸引众多新零售业态入驻,更是为区域经济发展带来新业态、注入新活力,为建设国际消费中心城市核心区助力添彩。”市南区商务局党组书记洪琳说。

奥帆中心区域内常住、就业、旅游三类客群叠加,消费需求丰富。常住人口聚焦基础生活消费业态,拥有商住小区、公寓23个,对便利店、餐饮、青少年教培等基础配套、生活服务业态提出大量需求;就业人口偏好时尚、品质类消费业态,拥有远洋大厦等写字楼14座,覆盖高端商务、都市白领等人群,在时尚零售、精致餐饮、美容健身等领域具有较大消费潜力;旅游人口偏好特色消费,商圈毗邻的奥帆中心景区,衍生特色餐饮、特色购物、娱乐体验等消费需求。市南区充分调研消费群体特点,满足消费需求,除了聚焦商业载体建设外,还聚焦消费环境改造,以奥帆中心景区步行街为核心,聚焦外地游客群及全市民游客群,打造24小时滨海“城市窗口”。加快奥帆中心智慧化改造,发展智能、时尚、绿色消费,优化夜间消费环境,丰富夜间消费特色业态。

## 老街区引领消费新潮流

始建于1897年的中山路,是集金融、餐饮、娱乐等于一体的商业中心,也是青岛历史文化发展的名片。随着城市发展重心东移,中山路一度沉寂。近年来,依托老城焕新,中山路区域引入餐饮美食、精品住宿、文化体验、创意零售、休闲娱乐等170多个新业态商家,成为集文化、艺



■绿城青岛深蓝中心·GT PLAZA外景效果图。

术、商业、旅游等业态于一体的“上街里”特色街区,尤其受到年轻人的青睐,引领消费新潮流。

在今年第三届上街里啤酒节期间,上街里总客流量达720万人次,日均客流量超31万人次,172家重点商户总营业额达1350万元,日均营业额约60万元。节庆搭台,聚拢人气,带动消费。除了精彩的活动外,历史城区还以不断更新的业态,吸引更多游客游玩在老城、消费在老城。

“在中山路商圈的复兴过程中,我们既保留了其独特的历史文化特色,又引入了新的经济业态和文化元素,这是城市文脉与人间烟火的相遇,二者融合带来了不一样的化学反应,让百年老商圈焕发出新时代的勃勃生机。”市南区委历史城区保护发展工委书记张卫平说。

博山路是一条韵味悠长的老街,见证了大鲍岛商圈的变迁,记录了青岛城市发展的轨迹。日前,位于博山路9-13号的百年里院经变身青岛古巴文化交流中心,正式对外开放。据青岛古巴文化交流中心店长姚敏介绍,“交流中心是一个复合式文化体验空间,内部设有古巴餐厅、古巴文化展厅、演艺酒吧、古巴雪茄房、古巴风格客房等,将通过餐饮、展览、非遗体验等,把古巴文化和里院文化、青岛文化、中国文化链接起来,打造成中古友谊融合交流的新地标。”

稍早前,“青岛老字号”海天大酒店全新餐饮品牌“海天·棠里”入驻博山路3号。“‘海天’品牌布局老城区具有时代立意,我们希望通过在老城区开设高端餐饮,为顾客带来独特的餐饮体验,同时也为老城区注入新商业活力,让百年老城区焕发新生机。”青岛海天大酒店总经理李子华表示。

围绕“食、宿、恋、集、礼、博、游、乐、学”九大要素,中山路区域集中打造一批主力店,集中提升一批精品小店,百年老街区正在成为时尚体验街区。“在青岛,我们选择以海洋为主题建设一家巧克力博物馆,这是一次品牌与城市IP的双向奔赴。”巧克力蔻创始人、董事长时翔宇表示,博物馆选择与百年老店天真照相馆、春和楼为邻,这对他们而言也是一种激励。

在人声鼎沸的四方路,紫晋民宿的店长靳海蓝介绍,他们目前经营着8种房型48间客房,出租率能达到90%以上。与四方路的热闹不同,在距离紫晋民宿步行仅3分钟的三江里历史文化街区,这里的里院民宿,打造出13种不同风格房型,迎合历史城区愈加多元化、年轻化的客群需要。

三江里主打“松弛感”“反内卷”,“失物招领”照相馆、悠然商店、琢木工坊等一批精致小店,吸引了大量年轻人,其中“失物招领”照相馆单日平均客流量已突破500人,这家用拍立得拍照的照相馆,萌芽于三江里,目前已在全国开出12家分店。

百年老街焕发新活力,成为年轻力消费新场域。“我们通过线下调研以及借助大数据平台发现,当前历史街区的主流群体为19-44岁的中青年,主要有效消费群体年龄为25-34岁之间。”青岛海明城市发展有限公司招商运营部经理吴鹏说。

## 新型消费蓬勃发展

赠送消费券、发放补贴,完善以旧换新渠道……今年以来,以旧换新成为大众消费领域的“热点”。眼下,在以旧换新政策的带动下,社会消费潜力进一步释放,消费品市场焕发新活力。市南区商务局持续开展家电以旧换新工作,组织海信广场、佳世客、百安居、中山路悦喜客来、前海利群等商场参与家电以旧换新补贴活动,持续促进消费转型升级。

“焕新消费呈现出绿色健康、智能优选等新趋势。从消费端来看,以旧换新政策措施的加速了老旧家电的淘汰速度,直接带动家用电器绿色智能升级。”青岛百安居城市总经理蒋杰介绍。

8月31日,青岛开启新一轮家电以旧换新活动。其中,在家电消费方面,补贴标准由销售价格的12%分别提高至15%、20%,每位消费者累计补贴由上一轮的最高3600元提升至16000元。青岛永旺东泰商业有限公司东部店

经理牟青明明显感受到消费市场的升温,“店内产品以青岛本地品牌海尔、海信为主,推出涵盖多种品类的以旧换新商品。活动开始以来,店内张贴活动流程及优惠力度海报,并在线上设置宣传专栏,累计销售额提升42.3%。”

近年来,以绿色、健康、智能等为代表的新型消费蓬勃发展。新型消费科技含量更高,绿色消费、低碳消费所占比重也更高。市南区成功引进国内循环经济头部企业“爱回收”北方总部,“爱回收”采用智能价格评估系统,给予二手电子产品合理透明的定价,并对电子产品进行深度隐私清除,建立起一整套标准回收和以旧换新体系,不断提升资源利用率,为绿色低碳经济的发展贡献力量。

在人工智能、虚拟现实等前沿科技加持下,新型消费不断孵化出更多应用场景。在栈桥旁边的海上皇宫,一名



■海信广场内景。 邢志峰 摄



■商家积极开展家电以旧换新。



■巧克力蔻巧克力博物馆开业。

游客正乘坐“海洋传声舱”进入“深海”,沉浸式体验神秘海洋。如今,海上皇宫化身“海洋元宇宙”乐园,通过AR等科技手段,为游客提供沉浸式、虚拟化、多维度的海洋探索体验,开业仅一周便接待游客8000余人次。

而在不远处的栈桥地下通道,游客戴上VR眼镜,进入宇宙科幻生存题材游戏《寻找黎明:异星》场地,开启一段奇幻的星球冒险之旅……线上线下体验,虚实互动交融,通过立体沉浸、数字孪生、AI、XR等前沿技术赋能,城市文旅产业实现迭代更新,旅游场景更加多元,游客体验不断丰富,商圈消费焕发新活力。

(曹森 王玮)



■浮山湾景色。