

2024年12月6日 星期五
主编 杨海振 美编 郑燕 审读 沈寒冰 排版 姜金

青岛 聚焦

3

文化体验、创意零售、休闲娱乐等业态持续上新，喜剧节、艺术季、街头演艺等活动接连不断

聚焦“年轻力”，老城打造潮流消费新场域

□青岛日报/观海新闻记者 曹森

商业活力是城市经济增长内生性动能的重要体现，而今的青岛老城正聚焦“年轻力”，打造潮流消费新场域，引领消费市场不断升温。

从海上皇宫 U-SEA 奇幻海世界到栈桥地下通道“元宇宙乐园”，从银鱼巷潮牌街区到三江里青年街区，从大学路“网红墙”到龙江路“漫画街”……“Z世代”循着“Citywalk 路线”，穿梭在青岛历史城区的大街小巷。近年来，青岛历史城区在保护更新和业态升级过程中，着力引入具备“新潮”“复合式”“场景化体验”等特征的商业项目，集聚了一批注重体验感和情绪价值的潮流时尚业态。

据统计，青岛历史城区已引入餐饮美食、精品住宿、文化体验、创意零售、休闲娱乐等业态商户300余家，运营面积达19.3万平方米，构建起多元消费新场景。其中，“潮人聚集地”银鱼巷、太兴里微醺街区、文旅沉浸式体验真人秀《你们说了算》之里院来福战、里院喜剧节以及即将开业的潮玩体验社交空间万物潮·CHAOS，正在装修的C³文创产品艺术集合店等一批新场景、新业态，正在重塑老城商业格局，与青年消费群体碰撞共鸣，为历史城区持续繁荣复兴注入新鲜活力。

■首届青岛里院喜剧节巡游演出气氛热烈。



“潮”业态频频上新

在新经济消费中，被称为“互联网原住民”的Z世代青年脱颖而出，正不断影响和改变着生产、流通、分配、消费等环节，快速成为名副其实的消费“新势力”。在此趋势下，新型复合业态成为消费市场新风向，能够满足青年群体追求新潮个性、重视丰富体验、充满情绪价值等多元消费需求。

同样，Z世代青年也在重塑着青岛历史城区的消费“版图”。

在潍县路上，青岛本土原创IP潮牌AIMEEWQ于今年7月份开业，是一家集文创、服装、潮流周边贩卖于一体的集合店。店内毛绒公仔、服装、包包、帽袜等贩售商品都是原创设计制作，店面美陈和商品包装也都是满满“ins风”，吸引众多年轻消费者进店拍照打卡。“下一步，我们还将在院子里提供咖啡饮品，以多业态集合的形式来满足年轻消费者多元化的消费需求，呈现一种全新的购物体验。”潮牌AIMEEWQ店铺主人孙澍说。

位于海泊路与潍县路交叉口的万物潮·CHAOS，目前已进入正式开业前的预热阶段。室内正在加速推进装修和布展，室外街角舞台上歌手已经开始“营业”，悠扬的歌声吸引过往市民游客驻足欣赏。据万物潮·CHAOS创始人杨阳介绍，万物潮打破传统业态边界，以新零售、品牌孵化、营销娱乐为主线，集聚盲盒鸡尾酒、橘喵咖啡、NBA周边产品、潮玩潮物、艺术展、微综艺等18个业态，在有限的空间内提供多样化的的产品和服务，加速集聚潮流资源，打造青岛里院特色沉浸式潮玩体验社交空间。

复合业态经营模式，正在不断打开实体商业转型发展的广阔空间。放眼全国消费市场，以潮流业态组合体形式存在的商业体并不少见。杭州Im park打造潮玩场、潮货场、潮夜场和潮动场“四大潮场”，不仅有囊括盲盒、手办的超大潮玩集合店，还引入密室逃脱等游戏娱乐项目。此外，KTV、小酒馆、烧烤店等业态也很好地满足了年轻群体的夜生活需求。深圳南山区万象天地引入花厨·Island概念店，该店铺不仅是花店与餐饮结合的主题餐厅，还打造了自然之家FOUNDHOME、企鹅兰登出版社灯塔书房、四季花艺课堂、主题私享空间等七大板块，为年轻消费者提供一站式多维体验。

有数据显示，Z世代青年虽然不到全国人口的20%，但其消费比重却占到全国的40%以上。Z世代正以其独特的消费需求和理念带动消费市场的年轻化、潮流化转向。

青岛历史城区在街区更新、商业布局方面，关注消费新势力，打造消费新场景，进一步激活青年新消费潜能，拓展消费新空间。截至目前，大鲍岛街区整体招商率超过80%，上街里街区中山路新增3万平方米消费场景，古巴文化交流中心、巧克力博物馆、北京同仁堂、老茶铺等78个特色商文旅项目开业运营，C³文创产品艺术集合店、国内知名逃脱艺术系列密室IP“UMEPLAY”等新潮项目即将揭开神秘面纱。

记者手记

唯“新”不破

曹森

在中国武侠世界里有这样一个说法：天下武功，无坚不破，唯快不破。而在当今经济发展、产业升级和社会文化快速变迁的时代，我们好像发现一个相似的道理，那就是面对可持续发展、高质量发展的时代之问，唯“新”不破。

回首百年中山路，历经沧桑巨变，而今因保护更新再度引领“潮流”。当然，青岛并没有因更新而“造”新，而是坚持“修旧如旧”原则，通过“老建筑+新消费”“旧里院+新经济”“原场景+新体验”等业态场景的构建，加速街区活力“焕新”。

老城变新了，如何让老街“活”起来？在支撑变量中，让青年消费旺起来成为当务之急。这其中，既要研究青年消费新的习惯、需求和趋势，还要借助“政策工具箱”为新型商业模式经营“添力加火”，不断打造消费新场景、丰富消费新体验、推动消费产品创新，进一步激活青年新消费潜能，拓展消费新空间，从而创造老城新的经济增长点。



场景丰富

青岛历史城区已引入餐饮美食、精品住宿、文化体验、创意零售、休闲娱乐等业态商户300余家，运营面积达19.3万平方米，构建起多元消费新场景

业态更新

截至目前，大鲍岛街区整体招商率超过80%，上街里街区中山路新增3万平方米消费场景，古巴文化交流中心、巧克力博物馆、北京同仁堂、老茶铺等78个特色商文旅项目开业运营，C³文创产品艺术集合店、国内知名逃脱艺术系列密室IP“UMEPLAY”等新潮项目即将揭开神秘面纱

活动云集

今年，上街里街区围绕打造“百年青啤、百年光影、百年风华、百年好合、百年老字号”五个百年特色品牌，举办上街里啤酒节、婚恋文化周等活动；大鲍岛文化休闲街区开展“艺”起来大鲍岛2024高雅艺术进历史城区艺术季活动，其间共为市民游客集中送上歌舞晚会、京剧、儿童剧等不同形式的近50场高质量文化演出，观看人次突破10万



■银鱼巷潮牌街区成为年轻人的聚集地。邢志峰 摄



■劈柴院内聚满前来寻味的市民游客。邢志峰 摄

历史城区“潮流之变”

“一二一，上街里，买书包，买铅笔，到了学校考第一……”这首传唱于改革开放初期的童谣，是刻进青岛人骨子里的情怀，是独属于上街里的“潮流”。

20世纪90年代，山东省第一家肯德基在位于中山路的青岛饭店一楼开业。开业当天，店门口被闻讯而来的市民挤得水泄不通。那时候，去中山路吃一次“洋快餐”是一种“潮流”。

20年前，中山路百盛购物中心开启并引领了青岛传统百货业的“黄金时代”，引入雅诗兰黛、兰蔻、香奈儿等国际品牌，当时国内流行的一线品牌几乎全部在百盛设有专柜，成为赶潮流的时尚人士聚集地。

百年中山路，自诞生起便蕴含引领潮流的基因。

近年来，青岛历史城区持续推进保护更新，老城在保留老建筑原始风貌的基础上，导入充满时尚活力的新产业、新业态，并以在地化、松弛感、强社交属性等全新运营特点吸引人群回归，老城再次焕新成潮流打卡地。

上街里·银鱼巷是较早实施保护修缮的老街区，这条长200多米的百年街区保存着多处青岛特色传统里院建筑。如今，这里成为潮流原创品牌集合地，聚集Honey Future、致璞、SFY原创主理人集合店等品牌店铺，咖啡、古着、手作、音乐、市集等业态占据一半以上。“银鱼巷不长，但韵味悠长；建筑是老的，但感受历久弥新。”来自北京的张宇静从事金融行业，于她而言，银鱼巷既古老又现代，既传统又时尚，隐藏着很多迷人的角落和有趣的故事。

焕新后的三江里青年街区，主打复古文艺风格，已入驻的各类文艺小店涵盖本地特色美食、咖啡茶饮、艺术文化、手工杂货铺等，深受年轻群体喜爱。此外，太兴里微醺街区、海誓山盟广场婚恋街区等潮流街区客流量进一步集聚，成为青岛游玩网红打卡点。

“青岛旅游第一站”“中山路已是next level”……在小红书、抖音等社交平台，青岛中山路历史街区相关话题热度居高不下。其中，仅在小红书上，中山路游玩攻略笔记就达4万多篇。

相关调研显示，当前青岛历史街区主要流量群体为18至35岁的中青年，尤其注重旅游的体验感。

“我们旨在打造场景区沉浸式休闲生活街区，传承建筑历史文脉，让老街区在保护中蝶变为更具商业价值的新生活街区。”市南民宿业态IP“城之南海之角”品牌运营方——青岛茉欢商业运营管理有限公司项目经理徐国栋介绍，截至今年11月份，该品牌旗下三家民宿累计销售客房2.6万余间，为历史城区留下过夜旅客超5.3万人次。这其中，入住三江里街区民宿的青年客群占70%，四方路繁昔入住客人中50%以上为年轻人。

老城尽显“年轻范儿”

近年来，随着文旅融合不断深化，文旅体验类综艺节目不断发掘内容特色属性，深耕新的文化表达场景，从文化体验、情感链接、生活质感等多角度为观众带来更丰富的云体验和更深层的情感满足。

文旅沉浸式体验真人秀《你们说了算》之里院来福战近日在爱奇艺、抖音平台联合播出，引发全网关注与讨论。节目中，明星嘉宾们化身青岛里院“新居民”，不仅迈入当地职场，体验打工人的喜怒哀乐；在街头巷尾推车出摊，以美食为媒介交换温馨动人的人生故事；还以激烈的游戏对抗，在碰撞中产生无限乐趣。

据了解，早在录制期间，节目就接连接策划了三场预热直播，累计观看人次超3800万，获得超千万的直播互动量。节目播出后，众多市民游客去青岛里院打卡，参与节目内容同款挑战赛，沉浸式体验里院Citywalk，感受青岛独有的里院文化。

在文旅综艺节目、剧场脱口秀等泛娱乐业态赋能推动下，青岛里院持续“出圈”，成为城市文旅新名片。今年9月份，市南区成功举办首届“青岛里院喜剧节”，在里院建筑群近距离向观众展示包括脱口秀、Sketch、传统非遗、地方喜剧、新喜剧等22种喜剧形态，10天时间吸引247万人次来到老城区看喜剧、观街景、品美食，“喜剧节”成为2024年现象级节庆活动。

节庆活动聚人气，青岛历史城区创立“传统+时尚”节会模式，以市场化、在地化、专业化为导向，今年，上街里街区围绕打造“百年青啤、百年光影、百年风华、百年好合、百年老字号”五个百年特色品牌，举办上街里啤酒节、婚恋文化周等活动；大鲍岛文化休闲街区开展“艺”起来大鲍岛2024高雅艺术进历史城区艺术季活动，其间共为市民游客集中送上歌舞晚会、京剧、儿童剧等不同形式的近50场高质量文化演出，观看人次突破10万。

市南区保发局相关负责人介绍，市南区将深入探索市场化运作模式，在做好四季节庆活动创新策划的同时，持续对接国际国内优质文娱演艺资源，做好里院综艺类节目的策划推广，引入滑板公开赛等新潮体育赛事，持续打造上街里“街头微演艺”“街头艺术秀”等多元化老城文化艺术品牌，不断创造新的消费增长点。

脚下是百年老街，抬头是红瓦绿树，身旁是潮流小店，耳边是涛声回荡……在青岛历史城区这片天地，随处逛逛，感受新旧“潮流”的交融与碰撞。

推开时间之门，青岛历史城区正不断注入新活力、焕发“年轻范儿”。