

市南：消费“热”潮涌动 点燃经济增长新引擎



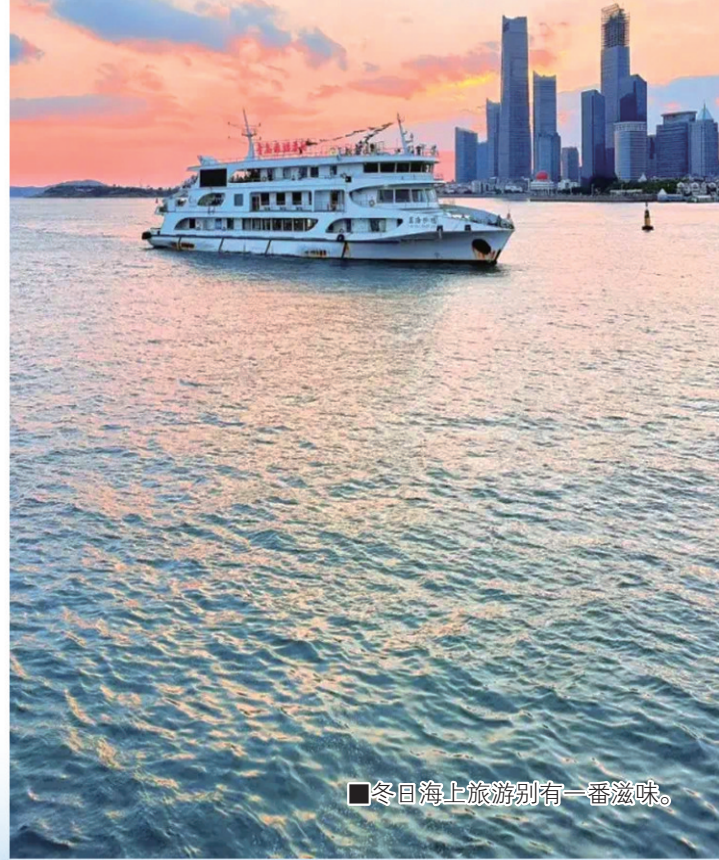
■巧克力博物馆推出不少青岛特色文创产品。

▲市民游客在栈桥赏鸥。
◀青岛GT PLAZA日前正式开业。

浮山湾商圈再添消费新地标

新商圈快速“圈粉”引流，老商圈不断提质升级，“首店”数量爆发式增长，时尚消费可圈可点、文旅消费焕然一新……这个冬天，市南消费市场呈现一派繁荣景象。随着一大批优质项目和全球知名品牌的落地，时尚消费、首店经济、文旅融合等特色消费场景越来越多，助力市南商业布局进一步优化，经济新增长点持续涌现。

今年以来，市南区通过积极提升消费能级、丰富消费供给、激发消费动能和优化消费环境等举措，持续引爆全年潮流消费亮点，积极构建“全场景、全域化、全年度”的“大消费”格局，契合了消费者追求新鲜、个性、时尚的消费趋势，实现了优质供给与消费升级的双向奔赴。今年前三季度，市南区社会消费品零售总额536.5亿元，总量居全市第二；居民人均可支配收入增量居全市首位。



■冬日海上旅游别有一番滋味。

“又一个潮流消费场所开业了！”近日，青岛GT PLAZA正式开业的消息在朋友圈成为热门话题。

作为绿城中国在青岛打造的首个TOD超高层商业综合体，青岛GT PLAZA打造8大业态消费场景，集聚国际一线品牌、本土头部品牌等105个品牌，带来消费新体验，激发消费市场新动能。

青岛GT PLAZA坐落于浮山湾商圈。作为青岛时尚坐标，浮山湾商圈始终保持敏锐商业嗅觉，捕捉最新时尚热点，强化商业核心动能，厚植消费引领优势，始终走在全省时尚消费最前沿，引领潮流消费“风向标”。

青岛GT PLAZA定位“精致美好生活新场域”，项目总体量约7万平方米，8大业态组合中体验、餐饮、文娱、生活类业态占比80%，首店占比达50%，以100%招商率和100%开业率的“双百成绩单”开门纳客。

项目引进意大利COSCIA 潮奢精品百货山东首家旗舰店、“老佛爷”卡尔·拉格斐创建的个人品牌Karl Lagerfeld、LVMH集团旗下的DKNY品牌等国际知名品牌；同时，联合tazaTe大地茶场、BadMarket潮流杂货铺、MOF少女百货、设计师买手店和明星定制店UIXIU等全国知名头部主理人品牌，结合品牌格调气质与青岛的城市底色进行共创。

在本土品牌入驻方面，GT PLAZA表现同样“可圈可点”。黑珍珠品牌铭家、蓝港味莊、双合园、浅蜊小馆等知名餐饮悉数入驻，用美食诠释青岛文化与生活；白山面包、小川的家、Seasons四季花园餐厅等不同风味餐饮主理人品牌荟聚，打造青岛特色咖啡品牌集合地、花园式餐厅、新零售&服装茶点设计空间概念店，形成别具一格的体验场景。

值得一提的是，GT PLAZA打造了原创市集——有光市集，汇聚一众文创手作和主理人好物，带来异“享”天开的艺术想象。此外，商场内还特别打造流动艺术表演，让人们在爵士乐和摇摆舞中自由穿梭，沉浸式感受流动艺术快乐。

在空间打造方面，GT PLAZA展现出其独特的魅力。该项目由世界领先的国际性建筑设计事务所、迪拜哈利法塔缔造者美国SOM等27家建筑设计团队联合打造，将国际艺术美学前沿和潮流的概念融入建筑及室内空间设计，并将

青岛独有的湾海风帆元素巧妙融入设计之中，让顾客在享受购物的同时，也能体验到这座城市独有的风情与魅力。

助力国际消费中心城市建设

近年来，“她经济”“Z世代”等消费新势力崛起，越来越多的年轻人涌入消费市场，“悦己”“松弛感”正成为新一代消费者的时尚表达，不仅重塑了年轻消费者的消费观，更带来了可供挖掘的新消费点。

在市南，时尚、休闲、前卫、潮流的购物体验场所俯拾皆是。作为青岛乃至山东省高端时尚品牌最集中的区域，市南区浮山湾商圈集聚了海信广场、万象城、海天MALL等十余家大型购物中心，汇聚千余个国际一线品牌。这些高端商业载体在区域内产生强辐射作用，具有引领时尚潮流、催生新消费热点、促进消费升级的作用，助力市南加快高标准建设国际消费中心城市核心区。

“周末来这里逛逛，感觉非常惬意，真是青岛宝藏海景书店。”正在鸢尾书店闲逛的大学生小赵说。鸢尾书店面朝大海，自带“流量”，是时下的“网红”。书店所在的海天MALL将健康、时尚的海滨城市特色融入项目，打造出人与自然和谐共生的消费新体验。

随着城市发展能级跃迁，浮山湾商圈持续进行一系列的高端升级，全面发力“四首”经济，吸引各类品牌“首店、首牌、首秀、首发”进驻。今年以来，市南区新增首店28家，总数达到332家，为全省首店最集聚区域。其中万象城、海信广场、GT PLAZA等陆续引进国内外高端时尚品牌首店，形成集聚效应。品牌首店与商圈相互成就，商圈借首店拓宽知名度、丰富供给，品牌首店则依托商圈的区位优势 and 成熟稳定的消费客源形成品牌认知。

近年来，市南区聚焦商业载体建设，打造城市时尚新地标，促进城市时尚消费扩容升级，时尚消费产业呈现出欣欣向荣之势。下一步，市南区还将不断培育消费新业态、新模式，打造浮山湾高端时尚商圈，提升奥帆时尚消费圈业态层级，加快太古广场等地下空间改造，持续打造近悦远来的消费环境，持续释放市南区时尚消费市场巨大潜力。

场景更新拓宽文旅市场空间

登上游船，追鸥逐浪，环游浮山湾、

日落橘子海，海上旅游风光无限；漫步老城区，看落叶缤纷，品特色餐饮，逛潮流小店，citywalk惊喜不断……冬日气温持续下降，文旅热度却不减。在市南区，“淡季不淡”的文旅场景随处可见。

“小时候父母在黄岛上班，我常常坐轮渡到海的那一边去找他们，没想到那时的海上交通线，现在变成一条旅游观光线啦。”在位于市南区四川路的青岛轮渡站，熙攘的乘船者中，刘洋显得格外激动，在接下来的40分钟航程里，她将在汽笛声中尽情回望年少时光，看百年灯塔，眺望胶州湾大桥，感受城市时代变迁。

“青岛轮渡—环游胶州湾航线”自今年8月份开通以来，一直广受市民游客欢迎，既能观赏青岛后海日落，又饱含怀旧色彩。进入秋冬季节以来，不少游客将这条航线视作最“暖”海湾路线。

据青岛旅游集团相关负责人介绍，目前青岛奥帆中心“追鸥逐浪”航线已上线，手持“暖冬卡”，游客在两个多月的时间里可多航线不限次乘海上游船环游魅力三湾，体验夜游浮山湾及环游胶州湾航线，多次进出青岛海底世界景区。在冬日领略青岛美丽的海岸线，日常遛娃、全家出游等实现“一站式”全体验。

随着“最美海湾 鸥遇青岛”青岛海鸥季文化旅游主题活动正式开启，在人头攒动的栈桥，喂海鸥的游客多了起来。他们选择在冬日来到大海边，听海赏鸥，拥抱山海，感受青岛海滨魅力。

逛栈桥，吃“栈桥”。“最能代表青岛的元素造型，非栈桥莫属。”皇家美孚为拉近与年轻人的距离，推出了“青岛citycake·逛栈桥蛋糕”，让人每一口都能联想到轻柔的海风与波光粼粼的大海，“一落地青岛，本地朋友就给我买上了这款栈桥造型文创蛋糕，带上‘栈桥’去栈桥打卡，特别有意思。”广州游客黄晓倩说。

将青岛元素、大海味道做成文旅产品的，还有中山路上的巧克巧蔻巧克力博物馆。这里可定制设计青岛印象礼盒、青岛铅笔礼盒、青岛时光收藏家巧克力礼盒、“交个朋友吧”海底世界巧克力礼盒等丰富产品，联名护手霜也已上线，秋冬呵护游客的“小心思”让人直呼“太暖心”。

冬日游青岛，玩累了，逛累了，到安娜别墅吃个下午茶，到八大关遇园，有茶围炉煮茶，或者干脆约上三五好友，攒个火锅局，热辣滚烫的好滋味，正如市南冬日文旅的热气腾腾。

（曹 森 尹文丽 王 玮）



■科技感满满的“失重餐厅”山东首店。



■浮山湾商圈首店效应凸显。



■栈桥造型文创蛋糕受到游客欢迎。

