

2025年4月10日 星期四
主编 杨海振 美编 李飞 审读 王岩 排版 吕雪

上街里MALL、希尔顿摩庭酒店、猫的天空之城等60余个项目即将与市民游客见面，
青岛十二里、波螺油子·十二阶等一批主题街区将陆续亮相——

青岛历史城区：密集“开业”“开街”“开演”

□青岛日报/观海新闻记者 曹森 余瑞新

繁花布景、多巴胺色装饰，春日的青岛历史城区，充满诗意与浪漫。清明节假期，历史城区客流量暴增，三天累计接待市民游客100.11万人次，单日最高32.76万人次到中山路“逛街里”。显然，凭借深厚的文化底蕴与独特的文旅魅力，青岛历史城区已成为城市文化传承与经济发展的强劲引擎。

当下，历史城区围绕打造多元化消费场景、挖掘青年消费潜力持续上新新业态，这些“新潮”“复合式”“场景化体验”的首店，极具“流量”与“看点”，为市民游客解锁更多新体验，“拉满”历史城区消费活力值。随着历史城区全面转入街区运营阶段，业态升级、场景换新、活动创新、文旅深度融合等无疑将为老城“长红”发展注入新动能。

围绕激活文旅消费，打造国内一流商业街区。今年，历史城区将在做精做优业态、提升主题街区品质上下功夫，在常态节庆演艺活动上持续发力，不断激发老城商业活力、提升消费质效，推动青岛历史城区特色商业街区高质量发展，助力国际消费中心城市建设。



■清明节假期，青岛历史城区吸引众多市民游客打卡。刘栋 摄



■“小岛日记”店内琳琅满目的图章为集章爱好者提供丰富选择。

业态上新，一批特色首店“开业”

“好运喷雾”等情绪虚拟产品走俏、Jellycat带来全沉浸式“过家家打包服务”热潮……当下兴起的这些消费新现象无不证明，在存量市场白热化竞争的格局下，消费的核心正在从物质产品消费迈向体验消费、情绪消费。

在新入驻历史城区的业态中，主打提供情绪价值的特色创意店占多数。这些宝藏店铺以独特创意与文化内涵，为消费者提供全新的消费体验，一经入驻，便迅速在小红书等社交平台上“走红”，收获众多年轻消费者的关注与追捧。

在大鲍岛街区易州路和高密路交叉口，薄荷曼波装饰风格的国风手霜创意店——青稚，让人眼前一亮。青稚手霜在上海、北京、长沙等旅游城市中心地带均有布局，全国门店数量已达百余家。今年1月，青稚手霜进驻大鲍岛街区。“我们的产品定位是文创伴手礼，选择历史街区，一是这里客流量充沛，二是文化底蕴浓厚，和产品风格契合。”谈及落地原因，店长谌丹说道。

走进店内，便可发现青稚“拿捏”年轻人的密码——小小手霜通过设计驱动，衍生出多个细分主题，如姓氏、幸运字母、语录、十二生肖、十二星座、宠物等主题迷你手霜，365天生日专属花语手霜，以及青岛地标建筑、历史街区手绘主题手霜。这些产品不仅满足了消费者的实用性需求，更赋予了每一份手霜独特的文化内涵与情感价值。

“来到这里，才知道手霜原来也可以这么有‘创意’。不同设计风格都被赋予特殊意义，怎么选都不会‘踩坑’。”来青岛旅游的黄女士向记者展示她挑选的两款特色手霜，“一个是生日专属花语手霜，一个是青岛地标建筑手绘主题手霜，准备带回去送给朋友，很有纪念意义。”

位于青岛天主教堂对面的山东首家C³设计师文创集合店，是一家集文创、餐饮、剧场、手作、生活杂货等于一体的跨界店铺，主打集合艺术和生活时尚消费，目前正在装修，预计一周后开业。“从古老的手工艺品到现代的文创产品，从日常的餐具杯碟到稀有的艺术收藏品，我们精心搜罗南北半球的各式杂货，满足消费者对美好生活的无限向往。此外，我们也有专业的设计师团队，能够打造出符合市场趋势且能引起消费者共鸣的设计作品。”C³设计师文创集合店相关负责人李真真说。

从文创风的兴起到密室逃脱的流行，从体验消费到为情绪买单，随着“Z世代”消费主力军的崛起，个性化、体验化、社交化的新兴消费需求迎来广阔市场空间。

入驻青岛地标建筑“海上皇宫”的国内头部密室IP——UMEPLAY山东首店已入场施工，将于今年5月份揭开神秘面纱。UMEPLAY位于海上皇宫的三、四层，占地面积1000多平方米。作为国内首批用“实景”搭建虚拟游戏世界的团队，UMEPLAY将沉浸式互动模式融入传统密室行业，以超感官实景电影体验、逻辑缜密的优质剧情、专业的角色演绎触达当年轻人的嗨点。

除UMEPLAY山东首店外，旅游旺季前，上街里MALL、芳园里、希尔顿摩庭酒店、猫的天空之城、民宿锦里、元吉里等60余个重点项目将密集开业，顺兴楼、盛锡福等老字号品牌将同步焕新，新增消费场景8万平方米以上，为老城增添时尚消费新空间。

文化赋能，更多主题街区“开街”

纵观国内，各色历史街区不在少数，并因各自独特鲜明的标签而广为人知。

例如，宽窄巷子以“历史+时尚”结合的模式吸引客流，成为成都城市地标；磁器口古镇融合瓷器手工艺与特色小吃，成为重庆“活着的古镇”代表；上海田子坊吸引艺术家入驻并衍生出小众画廊、手作工坊，一批文化创意与时尚消费类品牌由这里走出上海、走向全国。

“商旅文融合”是街区发展的核心路径，要注重以在地文化为内核，构建“可逛、可玩、可记忆”的消费生态圈，避免业态同质化。”中国步行商业街工作委员会主任韩健徽认为，主题街区打造要结合地域文化，如活化历史建筑、挖掘历史文化、展示传统技艺等，使其成为城市文化传播的窗口。

在青岛，初建于1905年的黄岛路全长400余米，曾是远近驰名的马路市场。俯瞰这条百年老街，十几座里院建筑分布两侧，场景资源十分丰富。“目前，我们正加快推进业态招商谈判及协议签约，确认各里院具体落户项目，并按照院落功能、业态定位，细化设计方案。”市南区历史城区保护发展局相关负责人介绍，市南区正联合区内专业商业运营团队加快完善街区功能定位，计划重点引进里院沉浸剧场、演艺综合体、明星品牌集合店、文学主题酒店等融合青岛本土文化和影视元素的体验类业态，将这里打造成影视元素集聚的主题街区——“青岛十二里”影视文化街区。

在青岛历史城区，关于在地文化的挖掘从未停止。提起波螺油子，老青岛人或许都不陌生。去年，波螺油子游园节在无棣路历史街区举行，修复后的波螺油子地貌一亮相，成为青岛历史街区又一文化IP。为了强化这一文化符号，街区在更新时更强调在地性、社区性，注重延续街区烟火气息，除引进网红餐饮、时尚零售外，还加力布局民宿、青年公寓等业态，打造闲适生活文化体验街区。预计今年夏季开街，位于该街区核心地段的“波螺油子·十二阶”主题街区届时将一并亮相。

为迎合年轻群体对场景化消费的需求，青岛历史街区正通过差异化定位、精致化营造，打造兼具购物、休闲、社交的综合性体验“第三空间”。

今年，市南区将对主题街区进行优化升级，促进劈柴院美食街区、银鱼巷年轻力街区、太兴里北区潮玩街区等品质提升，实施河北路、天津路、山西路等精品酒店集群载体改造，进一步丰富消费场景、集聚街区人气。

在全面做好中山路核心区运营提升的同时，市南区还将高标准推进苏州路、大学路、八大关等拓展区域保护更新，构建“1+3”组团式发展模式，加快打造彰显历史城区特质和城市精神的特色商业街区矩阵。

着眼街区更新，市北区则深挖街区文化，结合实际列出“一街一策”的业态导入路
径——上海路-武定路街区定位多元文
化消费体验街区，依托特色别墅群、里
院住宅等，规划精品民宿、创意零
售、餐饮美食等业态，预计今年
签约率70%；馆陶路街区定位
老城沉浸式市井文化休闲街
区，保留百年“青岛华尔街”
建筑风貌，规划餐饮美食、
创意零售、娱乐体验等业
态，预计今年签约率80%
以上。

活动创新，节庆演艺常态“开演”

对于历史城区来说，节庆演艺活动不仅是提升客流吸引力、推动业态升级的关键动力，更能通过文化赋能，增强城市认同感、塑造独特形象，并提升整体竞争力。

40余家国内顶尖喜剧演出团体、近百位国内一线影视综艺明星走进里院公益演出；10天吸引247万人次到老街区看喜剧、观街景、尝美食、品文化，单日最高客流量超34万人次……去年，首届青岛里院喜剧节成为历史城区“现象级”活动，“到里院看喜剧”成为青岛新的文化名片。

区别于传统喜剧多在大舞台上表演，里院喜剧节基于青岛独特的建筑空间、文化背景、明星资源等，将喜剧融入生活化场景，为观众带来耳目一新的体验。目前，新一届里院喜剧节正在筹划当中，将继续依托里院空间，邀请国内顶级的喜剧团队和明星参与，挖掘里院历史中的邻里文化、市井故事，转化为喜剧创作素材，通过脱口秀、即兴喜剧、互动游戏等轻量化、高参与度的形式，给游客带来一场喜剧盛宴。

与上一届不同的是，今年喜剧节将尝试市场化运作模式，推动喜剧节从单纯做活动向打造全域旅游生态转型。街区将设置喜剧装置艺术、快闪剧场，联动周边咖啡馆、民宿推出“喜剧套餐”，开发“喜剧+市集”“喜剧+夜游”等复合业态，延长游客停留时间，让游客在赏剧的同时将更多的消费留在街区。同时，加快“里院喜剧节”IP化运营与衍生开发，推出专属IP形象及文创产品，将里院喜剧节固化为城市文化新名片，推动市南区从“景区旅游目的地”向“文化旅游目的地”转型，助力老城复兴与文旅产业升级。

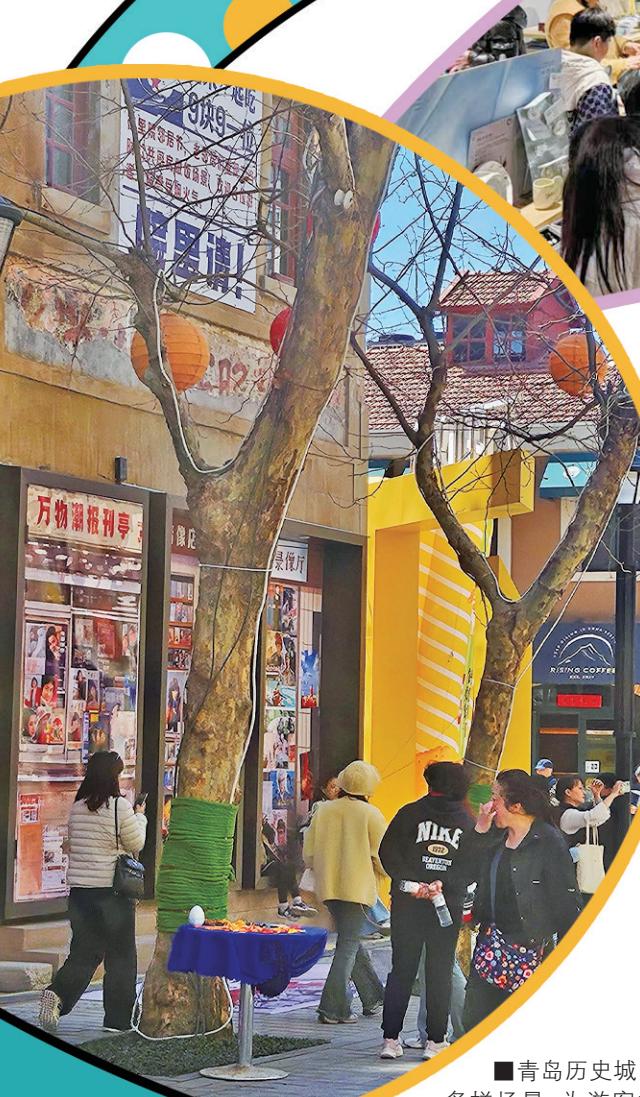
“今年以来，大鲍岛已组织举办各类文旅活动400余场次，客流量超350万人次。依托历史
文化街区和传统民俗文化活
动，已形成多元化消费场
景，推动商文旅深
度融合发展。”环海

湾集团扬海传媒公司相关负责人张洋介绍，目前，大鲍岛活动已排布到6月份，其中，鲍岛食里美食节是一大亮点，活动将通过整合传统老字号与创新餐饮，激活街区商业活力，带动周边经济增长。

活动是历史城区引流的重要方式，但活动策划只有紧贴消费者需求，才能释放更大吸引力。张洋认为，历经几年的摸索，历史城区应从“广撒网”转向分层运营，针对不同群体设计差异化活动；强化“在地文化+潮流”融合，用沉浸式剧本杀、数字光影技术等现代方式诠释老城文化；强化打造季度性主题IP意识，推动由“单点活动”向“长线IP培育”转变，促进街区吸引力持续提升。

今年市北区将在开展常态化活动的基础上，加码活动创新力度。如，通过场景创新、角色代入等形式升级街区沉浸式体验业态，策划历史场景还原互动游戏、“穿越老城”角色扮演活动等，吸引游客领取任务卡解锁街区故事；设计“15秒挑战赛”等轻量化内容，降低用户参与门槛，实现社交媒体裂变传播；与老字号等品牌合作推出限定产品，打造品牌联名快闪；鼓励街区商家发起“店主故事计划”，通过商户共创内容，实现商企与文化的深度联动。

市南区将继续开展常态节庆演艺，引入优质演艺资源，做好“逛春天”“啤酒节”“赏秋天”“逛街里节”系列节庆活动策划，常态化开展“街头微演艺”等各类演艺活动，提升文化演艺品质，丰富文旅产品供给，培育消费新热点。



■山东首家C³设计师文创集合店试营业期间人气火爆。

历史城区“上新”更多精彩

●60余个重点项目将开业

旅游旺季前，UMEPLAY山东首店、上街里MALL、芳园里、希尔顿摩庭酒店、猫的天空之城、民宿锦里、元吉里等60余个重点项目将密集开业，顺兴楼、盛锡福等老字号品牌将同步焕新，新增消费场景8万平方米以上，为老城增添时尚消费新空间。

●一批主题街区将“亮相”

黄岛路将打造成为融合青岛本土文化和影视元素的主题街区——“青岛十二里”影视文化街区；无棣路历史街区将打造闲适生活文化体验街区，预计今年夏季开街；上海路-武定路街区定位多元文化消费体验街区；馆陶路街区定位老城沉浸式市井文化休闲街区。

●多样活动主打沉浸式体验

新一届里院喜剧节正在筹划当中，将邀请国内顶级的喜剧团队和明星参与；大鲍岛活动已排布到6月份，其中，鲍岛食里美食节将整合传统老字号与创新餐饮，激活街区商业活力；“街头微演艺”等各类活动将常态化开展。



■青稚
手霜大鲍岛
店工作人员
在介绍该店
特色产品。

■青岛历史城区
多样场景，为游客提
供独特旅行体验。