

青岛历史城区已初步实现潮流场域再造,正向街区全面提质运营迈进

310个业态“混搭”,“潮”起老城正青春

□青岛日报/观海新闻记者 余瑞新 曹森

在老城体味“潮”生活,已成为青岛Citywalk最时髦的打开方式。

夏日老城的热闹,来得要早些:早晨8点,劈柴院的铁锅滋滋作响,金黄酥脆的锅贴、香气四溢的烤鱿鱼挑动着行人的味蕾;手提袋装啤酒的年轻人三五成群,在斑驳的砖墙前定格着独属老城的松弛感;而那些深谙“流量密码”的潮人,早已按小红书上的攻略精准“卡位”,直奔心仪的网红店。

待华灯初上,这些青春的身影又转场至街角的酒馆、剧场,摇晃的酒杯映衬着暖黄的灯光,脱口秀演员的妙语引发阵阵笑声。也有人选择在街边驻足,听一曲吉他弹唱,任海风轻拂,将岛城夏夜的惬意探进记忆。

细察之下,围绕聚合“业”、打造“场”的探索和尝试,青岛历史城区已初步实现潮流场域再造,310个涵盖餐饮、民宿、文创等领域业态集聚。百年里院变身演艺场、老字号和新国潮碰撞,“业态混搭”的化学反应催生出由内而外的时尚蜕变,传递出老城复兴的核心逻辑:能留住年轻人的地方,自然会生长出未来。

如今,青岛历史城区发展正迎来关键转折——从历史建筑修缮、业态招引迈向街区全面提质运营。但无论叙事如何演进,以潮趣业态与“Z世代”展开持续对话始终是核心命题。



■大鲍岛文化休闲街区夜间灯火璀璨。邢志峰 摄

业态多元,老城更“潮”更耐逛

从大数据及线下调研的客流分析来看,当前青岛历史城区主流群体为18至35岁的人群。百年老城何以成年轻人新宠?答案藏在“不按套路出牌”的潮趣业态中。

“这里的文创产品既精致又充满创意,让人爱不释手。”在C1文创西厂的马赛克水池边,来自宁夏的游客孙倩倩正兴致勃勃地用渔船捕捞毛绒海鲜玩偶。这家于今年“五一”假期新开的设计师文创集合店,旺季日均客流量千余人,创意冰箱贴单日销售量最多时超500个。

转角处的太兴里,带嗨静音酒吧正颠覆着传统的夜生活体验,一经开业便迅速走红。“我们想营造一种奇妙的场景转换体验,戴上耳机是震撼的私人音乐空间,摘下来则回归咖啡厅般的安静氛围,朋友可以自在聊天。”主人孙帅阐述他的理念——“我们不是在经营酒吧,而是在创造一种全新的社交体验”。

“年轻人已不满足于‘到此一游’,而更期待在旅途中获得独特的文化体验和情感共鸣。”正如C1文创西厂市场部负责人周琦所说,这种新消费趋势,正在重塑老城的商业生态——200米长的银鱼巷里,潮牌首店集聚;万物潮·CHAOS把老字号和潮玩IP塞进同一个次元,品牌快闪、艺术展览、微综艺拍摄等多维场景“一键切换”;三江里五步一个小店,“小而美”的创意空间激发着年轻人的探索欲望。

百年中山路,从未停止对于时尚和潮流的追寻。在历史城区长周期的运营中,新与旧的磨合不断上演,打破边界、加速迭代仍是街区发展的必然趋势。

“上合国家旅游文化体验馆、奇幻海世界、经典奥特曼主题展……今年上半年,街区新开发运营的特色文旅项目近30个,拉动人气持续升温。”市南区历史街区建设运营中心产业部段立军介绍,下半年,街区还将引进网红餐饮、国潮文创、艺术体验、潮玩零售等业态。大鲍岛街区入驻率也已超九成,将转向精细化提升阶段。

从栈桥北上,深入老城腹地,一个个特色鲜明的业态铺展开来。正是这种差异化定位和协同发展,形成老城的潮流场域。上街里银鱼巷元转潮流,劈柴院主打餐饮,海誓山盟广场聚焦婚恋;大鲍岛南片创意零售、博物展览等业态集聚,休闲氛围“拉满”;大鲍岛北片品质宴请、特色民宿等夜经济入驻,为游客带来“夜游里院”的独特体验。

未来,上街里将实施黄岛路、曲阜路和劈柴院北区等焕新工程,加快培育以影视产业、婚恋产业、艺术体验等为主题的特色街区。大鲍岛高密路芝罘路区域将打造酒吧聚集区,引入“乐动鲍岛”夜间音乐派对,以灯光秀和演出激活夜游;北片则培育“鲍岛食里”品牌,这些不断迸发的创意在独具个性的创意空间上无限叠加,助力老城锁定“年轻力”。

场景再造,老城成“超级接口”

34.26万平方米——这是青岛历史城区已开业运营面积。但在这个可见的数字之外,青岛历史城区正以“超级接口”的开放和包容,持续突破物理空间,链接资源,再造场景,丰富老城的潮流叙事。

日前,青岛历史城区正紧锣密鼓地筹备第35届青岛国际啤酒节。这是啤酒节首次开设老城会场,将围绕食、游、购、娱4个主题策划实施20项活动。届时,啤酒文化将与历史场景深度融合,游客可以一边品酒,一边漫步老街巷,体验“一步一景、一店一故事”的独特魅力。沉浸式“百年中山路”主题秀、光影秀、巡游舞队等将轮番上阵,“食、游、购、娱”各主题活动不间断,打造“白天畅饮、深夜狂欢”的全时段体验。

去年历史城区的“现象级”活动——里院喜剧节也将在下半年重磅回归。脱口秀、即兴喜剧、互动游戏等轻量化、高参与度的活动将陆续登场,为游客带来一场喜剧盛宴。

不同的是,今年的喜剧节不只逗乐,运营团队还尝试让快乐“变现”,推动喜剧节从单做活动向全域文旅生态转型。比如,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;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,将里院喜剧节固化为城市文化新名片。

“啤酒节与喜剧节,一个唤醒味蕾,一个点燃笑声,为老城注入活力,带来流量。”在青岛市民俗学会副会

长、青岛大学文学与新闻传播学院教授马光亭看来,啤酒节用升腾的烟火气激活街巷,喜剧节以互动表演打破舞台界限,这些IP节庆与老城相互激活、生发、成就,使老城不仅是静态的文化容器,更成为可触摸的生活现场。

大型IP活动带给老城的是一场全民狂欢和流量爆发,但“爆红之后如何长红”的深层命题仍值得探究。尤其是在历史城区业态焕新和街区规划日渐成熟的当下,如何实现流量“精准滴灌”,已成为新业态扎根生长的关键所在。

在这场精细化运营的实践中,青岛海源里商业运营团队探索常态化开展“小而精”的社群活动,以“大活动引流+小社群沉淀”的模式,实现“细水长流”。“公域流量”的转化有限,为了精准赋能商户,我们联合商户发起付费新品品鉴、手作等活动,在平台发出邀约成团,少则五六人,多则二三十人。活动结束后组建社群,并定期在群内分享新品,从而形成持续互动的私域阵地。”其负责人王伟解释,因为有付费门槛,所以能筛选出真正愿意为品牌停留的“同路人”,转化率自然就高。

目前,通过社群赋能经理人计划,青岛海源里商业运营团队已帮助趣奇家、银玻璃等商户建立起社群私域,推动街区商户联合举办品酒会,并与主人共创香事雅集、掼蛋放肆嗨、非遗趣探所等优质社群活动IP。“我们的目的是搭建一个持续生长的体验平台,通过它,人与人可以深度共鸣、产生链接。”王伟说。

更新“外溢”,老城潮范儿新生

青岛历史城区的更新浪潮正形成“涟漪效应”。

漫步中山路,改造中的百盛商场已现雏形。建筑原本厚重的外墙被轻盈的铝板线条勾勒,全景落地玻璃如同精心设计的画框,将老城胜景纳入——置身6至8层西南角,可远望碧海上的海上皇宫;在4至8层从东侧眺望,天主教堂的双塔尖顶与观象山的天际线相映成趣。

这不是简单的立面翻新,而是建筑与城市、游客与景点的空间对话。“项目在改造之初就确定了要通过削减建筑视觉体量感,增加通透性,从而让游客的购物体验升级为沉浸式的城市漫游。”项目施工方相关负责人说。

百盛的焕新不是个例。如今,中山路片区历史建筑的业态招引相对成熟,承载着城市记忆的东方贸易大厦、丽达奥莱等老牌商业地标都开始求变,街区“二次更新”进程加速推进。

透过这些自带文化基因的项目,我们可以看到一条区别于传统商业的全新路径——通过深挖城市文化记忆、打造人文体验场景,实现商业更新与文化传承跨界混搭,从而与历史城区流淌的潮流时尚气息相融。

比如,中山路百盛在建筑外观融入历史城区的同时,还考虑如何打通业态经脉,打造与商圈时尚定位相匹配的业态组合;东方贸易大厦将立足片区发展实际,打造集办公、休闲、文化等功能于一体的城市会客厅。

“目前,我们已对接专业商业策划运营团队,洽谈储备商户2400余家,完成近8000平方米载体招商,占比35%,预计今年老百盛就能以‘上街里MALL’商业新地标形象亮相。”市南区历史城区保护发展局相关负责人说。

更新还在“外溢”。在离中山路片区千米外的无棣路街区,一场大型艺术疗愈共创体验展《我曾给情绪寄过信》正在举行,这是波螺油子艺术谷联合艺术疗愈大师首次将艺术疗愈搬到公共空间。这种针对青年群体的大型策展,在这里月月都有。

由此可以看到,以中山路片区为核,更新正不断拓展延伸,以期通过片区联动加速历史城区“破茧成蝶”。

“与大鲍岛的熙攘不同,馆陶路可瞄准‘闲适风格’,实现德式建筑与文旅体验深度融合。历史城区各街区应差异化发展。”入驻馆陶路的青岛推瓦文旅创始人王飞的观点与历史城区更新的核心逻辑不谋而合:既要引领潮流,也要保留独特属性。

事实也是如此。从馆陶路街区有机融合慢生活业态、特色餐饮、创意零售,打造沉浸式街区,到无棣路街区以“波螺油子”为文化IP,引入具有审美特色的总理人品牌和设计师品牌,打造艺术社区和精致的烟火气,再到上海路-武定路历史街区变身多元文化消费体验区,这些街区各放异彩又相得益彰。

“潮”起老城,跨界共生。老城的青春故事才刚刚起笔,未来可期。

①市民游客在青岛历史城区“逛吃”。

邢志峰 摄

②银鱼巷里人头攒动。

刘栋 摄

③C1文创西厂吸引了众多年轻游客的目光。

邢志峰 摄

青岛历史城区成“超级接口”

第35届青岛国际啤酒节老城会场

●将围绕食、游、购、娱4个主题策划实施20项活动,啤酒文化将与历史场景深度融合

●沉浸式“百年中山路”主题秀、光影秀、巡游舞队等将轮番上阵,“食、游、购、娱”各主题活动不间断,打造“白天畅饮、深夜狂欢”的全时段体验

里院喜剧节

●将在下半年重磅回归,脱口秀、即兴喜剧、互动游戏等轻量化、高参与度的活动将陆续登场

●从单纯做活动向全域文旅生态转型,将联动周边咖啡馆、民宿推出“喜剧套餐”,开发“喜剧+市集”“喜剧+夜游”等复合业态,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

青岛老城文化旅游区上半年纳客超4082万人次

同比增长19.93%



■2025青岛国际民间艺术季为市民游客带来多元民间艺术体验。

刘栋 摄

□青岛日报/观海新闻记者 刘栋

本报7月6日讯 记者从市历史城区保护更新指挥部办公室了解到,今年上半年,青岛老城文化旅游区共接待游客4082.29万人次,同比增长19.93%,展现出强劲的旅游吸引力。

目前,该区域已成功引入餐饮、民宿、文创等310个重点业态,开业运营面积约34.26万平方米。在业态布局上,按照“网红时尚业态、老字号品牌、本土潜力企业”3类主要方向精准发力。通过积极培育,荷田水铺、南枝小馆等一批独具特色的网红店铺成为热门打卡地,春和楼、荀不理、宜今兴等老字号品牌焕新升级,波螺油子、船歌鱼水饺等本土餐厅开业后便迅速收获了游客喜爱。不仅如此,该区域还巧妙将建筑特色与业态植入有机融合,精心打造出“老建筑+新消费”“原场景+新体验”的业态新场景。

为营造吸引人、留住人的艺术街区氛围,青岛老城文化旅游区策划开展了包括巡游、演出、脱口秀、交响乐等在内的多场特色主题活动,真正实现了“月月有主题、周周有活动、天天都精彩”。值得一提的是,在青岛与世界日益频繁的“对话”中,该区域也正成为城市展示的一扇重要窗口。以刚刚过去的6月为例,“鲍岛食里”美食节作为跨国公司领导人青岛峰会启动活动之一,将青岛当地美食呈现在来自世界各地的嘉宾面前;2025青岛国际民间艺术季将历史城区中山路等区域作为活动开展地,邀请国内外优秀演出团队为市民游客带来多元民间艺术体验。

近年来,研学游在市场上备受关注。此前,青岛老城文化旅游区已精心打造红色印迹、金融财商等主题板块,涵盖亲子、学生、成人等多元群体,足迹覆盖青岛本地中小学生及来自北京、俄罗斯等境外团队。今年,该区域围绕“上街里”“大鲍岛”两大核心IP,通过组织开展“2025城市更新&研学旅行双向赋能研讨会”等多场宣传推介会、建设专业讲解团队、构建研学游线路等方式,以老城区独特的文化底蕴与资源,深入研发独具特色的课程体系,打造集历史文化传承、教育实践创新、文旅融合发展于一体的示范性研学目的地。太兴里、平康里、王统照故居、银鱼巷、三江里等项目不仅保留了青岛的历史风貌和文化特色,还融入了现代功能和教育元素,成为“行走的课堂”,生动诠释了“城市即教育场景”的理念。

