

# “流量”变“留量” “网红”成“长红” 青岛旅游旺季激发消费活力

证券时报记者 黄翔

夏日的青岛,海风里裹着麦芽的香气,整座城市跳动着欢乐的节拍。

第35届青岛国际啤酒节火热开启,HOCH汉堡节、咖啡节、明星演唱会等活动连番上演,让这座海滨城市热度持续攀升。作为重点旅游城市,青岛今年以来把激活消费摆在经济发展的重要位置,通过场景创新、政策扶持等多重举措,让“流量”变“留量”,让“网红”成“长红”。

## 1 啤酒、咖啡和演出

夜幕降临,青岛西海岸金沙滩啤酒城内灯火璀璨,来自世界各地的游客举着酒杯穿梭在各个啤酒大篷间,舞台上的乐队演奏着富有动感的旋律,空气中弥漫着啤酒与美食的香气。

本届啤酒节创下多项纪录。分设西海岸、崂山、青岛老城三个会场,举办时间延长至1个月;引入涵盖40多个国家和地区、400多个品牌的2300余款啤酒,数量为历年之最。”在啤酒节现场,工作人员向记者介绍,今年青岛西海岸金沙滩啤酒节会场前10日就举办文体活动300余场,发放现金红包6万余份,在老城会场更是吸引日均近34万人次参与。

在青岛大鲍岛街区,“啤酒交易所”成为热门打卡地。记者注意到,这个“啤酒交易所”引入“交易元素”,让啤酒价格“随行就市”,成为刺激消费的创新玩法。在“啤酒交易所”,30多款啤酒化身“交易品种”,交易规则是,点单量多的啤酒价格会因需求旺盛而自动调涨;此外,当某款啤酒库存告急时,其稀缺性也会导致“溢价”。“每款啤酒有20%的涨跌限制,人流稀少时大部分啤酒的价格会下跌,等到了晚上买的



“啤酒交易所”成为青岛热门打卡地。 黄翔/摄

人多了,又会涨起来。”一位“啤酒交易员”向记者介绍,近期荔枝风味的啤酒销量最好。

啤酒节的热度尚未退去,青岛又接连举办了HOCH汉堡节、海东东咖啡节、尚小咖咖啡节、青岛台湾美食文创嘉年华等活动,这些新兴节会成为点燃城市文旅热度的火花。

演艺市场在这个夏天同样火爆。此前,大张伟、华晨宇、李宇春、毛不易等当红歌手相继在青岛开唱。8月,罗大佑、林忆莲、汪苏泷等明

星也将在青岛举办演唱会。据统计,仅啤酒节期间,青岛各类演艺活动就吸引超50万人次参与,带动周边餐饮、住宿消费增长超三成。

近年来,青岛不单单在景点上做加法形成“景点+”,还通过不断增设新活动、开发新业态,在城市中创造更多“消费点”,在激活消费的同时,增强消费者感受城市、释放自我的意愿,使得流量裂变与消费升级同频共振。

## 2 老品牌焕发新活力

面对火热的消费市场,青岛本土企业紧贴消费趋势、推陈出新。

近年来,青岛啤酒围绕啤酒主业,通过开设精酿啤酒花园、1903酒馆等新业态新场景,在全国布局门店已超200家。

今夏,青岛啤酒时光海岸啤酒花园热度又迎来新高,接待量同比大幅增长。”青岛啤酒(西海岸)文旅有限公司市场总监张兵表示。作为啤酒行业龙头企业,青岛啤酒以“啤酒+”创新生态打造场景消费,将啤酒元素嵌入城市地标。

“我们通过消费者大数据分析,精准识别需

求变化,现在一年研发多款产品,像百香果、草莓等果味精酿就是针对‘她经济’和年轻市场推出的,很受消费者欢迎。”张兵表示,目前青岛啤酒更注重从市场端反推生产端,通过消费者大数据分析、C2M(用户直达制造商),打通了“端到端”供应链,精准识别用户需求,与研发、生产、物流、供应商、销售终端实时共享数据,提前精准预判并快速应对需求波动。

“现在消费者不仅要喝到好酒,还要体验文化、参与互动,所以我们也在积极探索‘制造+服务’‘啤酒+文旅’的融合模式,让老品牌焕发新

活力。”张兵表示。“近年来,游客在旅游中更加注重深度体验,消费也在向情绪满足、品质享受等方面升级。”一位策展人士向记者表示,当前市场消费趋势的变化呈现出三大特征,一是“融合化”,“美食+文旅+娱乐”成为主流,啤酒节、汉堡节都是典型代表;二是“情绪化”,年轻人追求微醺体验、情感共鸣,citydrink、精酿酒吧等业态快速发展;三是“数字化”,线上预订、移动支付、智能体验等数字化消费渗透到各个场景。

“不管是青岛,还是其他的旅游城市,只有紧贴消费趋势、满足消费者心理需求,才能在不断变化的市场环境中抓住流量。”该人士表示。

## 3 政策频出托举市场

消费市场的火热,除了花样繁多的活动和新玩法,也离不开政策的有力托举。今年以来,青岛陆续出台多项提振消费的政策举措。如《青岛市大力提振消费实施方案》,围绕“能消费、敢消费、愿消费”推出一系列实招硬招,为消费复苏注入动力。

“目前,居民消费需求已从‘有没有’向‘好不好’升级,呈现出个性化、多样化的消费新趋势。”青岛市政府相关负责人表示。

记者了解到,青岛正在加快特色消费场景建设,鼓励综合性商业、创新时尚型商业,培育主题式商业,促进线上线下、“商、旅、文、体、健、展”多业态深度融合。此外,青岛还出台政策促进夜间经济发展,串联夜市、夜秀、夜节等场景,打造地标性夜生活集聚区。

为了守护好城市的消费活力,青岛市政府除了直接参与活动的组织和保障,还通过

优化营商环境,为企业的发展和消费市场的繁荣创造良好条件。比如,降低市场准入门槛,让更多企业能够快速进入市场;优化审批流程,减轻企业税费负担;打造公平透明、可预期的法治环境,维护市场秩序,让企业能够安心经营、放心发展。同时,青岛高度重视消费者体验,坚持以消费者为中心,倡导诚信经营、品质优先、服务至上,让消费者买得放心、省心、舒心、安心。

“从全国范围来看,政府的政策引导和支持是文旅消费发展的重要托举。”上述青岛商业策展人士向记者表示。

# “青岛制造”行 消费韧性強

证券时报记者 黄翔

短期的消费热度靠活动引流,长期的消费活力靠产业支撑。青岛消费市场的韧性,重要基础来自于城市扎实的制造业底盘。青岛之所以能从“网红”城市变成“长红”城市,离不开坚实的产业基础和持续的产业升级。

上世纪80年代末,青岛诞生了以青岛啤酒、海尔、海信、澳柯玛、双星为代表的“五朵金花”,这些工业品牌不仅撑起了城市的经济脊梁,更在消费者心中种下了“青岛制造”的品质认知。如今,“五朵金花”已升级为更庞大的产业集群:家电电子产业年产值突破4000亿元;轨道交通装备产业承担了全国动车组50%的产量;海洋工程装备产业拥有“海葵一号”等全球领先成果。

工业实力直接转化为消费市场的供给能力与创新底气。青岛啤酒从传统酿造厂升级为“可持续灯塔工厂”,通过数智化改造实现

柔性生产,消费者可定制印有专属图案的啤酒,24小时冷链直达全国餐桌;海尔卡奥斯工业互联网平台连接着4.3万家企业,将用户需求实时反馈至生产端,公司的“场景品牌”战略,让冰箱、洗衣机不再是孤立产品,而是智慧家庭的入口,上半年公司智慧家庭场景解决方案收入持续增长。这种“制造端精准响应消费端”的能力,正是青岛消费市场持续活跃的核心支撑。

新兴产业的崛起也为消费注入新动能。在虚拟现实领域,歌尔声学、小鸟看看等企业领跑,青岛崂山区集聚起虚拟现实领域的科研力量;在生物医药领域,阿斯利康吸入剂基地、海尔大健康产业园开工建设,“中国康湾”加速成型。今年上半年,青岛战略性新兴产业增加值同比增长速度高于规上工业增速,新产业带来的新就业、新收入,转化为新的消费需求。

当前,青岛正构建“10+1”产业体系——

以新一代信息技术、人工智能为先导产业,以生命健康、智能网联新能源车等为新兴产业,以智能家电、高端化工等为优势产业,前瞻布局量子通信、生物制造等未来产业。这种“传统产业+新兴产业培育”的双轮驱动模式,也将在一定程度上为消费市场提供长期支撑。

目前,青岛市境内外上市公司超80家,境内上市公司超60家,居省内第一、北方城市第三,其中与消费相关的企业占比近四成。近年,海尔智家借助资本运作收购国际品牌,完善高端消费产品线,还有众多上市公司通过资本市场持续壮大,为消费市场扩容提供了充沛动力。

从城市文旅的烟火日常,到产业转型的升级之路,消费市场展现活力的背后,青岛不止做了一篇文章。除了玩法丰富、花样出圈之外,政策的细致托举、产业的有效支撑,都是青岛能为其他区域带来的启示。

# 传化智联牵手宁德时代 共同构建低碳物流新体系

证券时报记者 李小平

8月8日,传化智联(002010)旗下控股子公司传化物流集团与宁德时代(300750)旗下时代骥骥新能源科技有限公司签署战略合作框架协议,双方将开启新能源补能网络共建及多场景生态合作,助力物流行业绿色转型与能源生态融合,共同构建低碳物流新体系。

根据协议,双方将联合在传化公路港内建设高效新能源换电示范站,依托全国公路港网络与属地资源精准开发客户,在港内推广底盘换电车,并全部接入宁德时代骥骥换电网络,提升换电站运营效益;通过物流数据、客户资源与应用场景的深度联动,实现“物流节点”与“补能节点”的无缝衔接,全面提升物流补能效率。

据悉,传化智联拥有覆盖全国的公路港网络与庞大的运力生态,宁德时代则掌握电池技术、换电系统集成与能源管理能力。双方可以优势互补,形成“场景+技术”的强协同效应。

近年来,我国的电动重卡市场快速增长,2024年,国内电动重卡市场实现累计销量达8.27万辆,同比增长139.4%,换电市场同步扩张。基于此,宁德时代骥骥换电联合传化智联的公路港资源,加大换电站投入。按规划,到2030年,宁德时代骥骥换电

将建成覆盖全国80%干线运力、16大城市群的“八横十纵”换电绿网,加速重卡行业低碳转型,实现物流切实降本。

作为低碳物流园区建设先行者,传化智联长期打造“光伏发电、充电场站、储能设施”一体化绿色生态,此次合作是其绿色愿景的延伸。多个传化公路港将纳入宁德时代骥骥换电“八横十纵”换电绿网核心节点,加速形成“物流即补能”全国布局。

此次合作项目采用宁德时代骥骥换电解决方案,支持多品牌车型一站通换;同时通过“光伏+储能+换电”一体化模式,构建绿电自发自用的可持续能源体系。

据了解,采用骥骥底盘换电的重卡,按照全年跑10万公里来计算,单公里比油车节省0.62元,一年多挣6万元;跟LNG(液化天然气)比,单公里节省0.2元,一年多挣2万元;补能效率上,换电重卡满电出发最快仅需5分钟,与LNG速度相当,略快于柴油,远快于充电。场景全面贯通后,预计为物流企业降本20%,提效30%。

此次合作,可以打通传化物流运输数据与时代骥骥能源管理数据,为新能源重卡提供“进港即换电”的“零等待”续航方案。双方将以此次合作为契机,将核心能力转化为行业共享基础设施,赋能物流产业链各方,共建绿色高效、协同共赢的新能源物流产业新生态,助力实现国家“双碳”目标。

## 歌尔股份子公司拟提供借款 用于收购知名微显示公司

证券时报记者 曾剑

歌尔股份(002241)8月8日晚间抛出一笔重磅财务资助——控股子公司香港歌尔泰克拟向Haylo Labs Limited(下称“Haylo”)提供不超过1亿美元的附股权收益权的有息借款, Haylo 将用该借款收购 Plessey Semiconductors Limited(下称“Plessey”)的100%股权,并对Plessey增资用于购买Micro-LED相关固定资产及补充营运资金。Plessey及其相关子公司对前述借款本息的偿还提供担保。

Plessey系全球知名的微显示技术巨头。对于这笔财务资助,歌尔股份称是为了推动Micro-LED相关技术和产品的成熟,支持公司AI智能眼镜和AR增强现实产品厂商具有较为良好的合作关系。

从公开报道来看,Plessey曾在今年一季度宣布与相关方共同研发出了一款亮度高达600万尼特的超亮红色Micro-LED显示屏。这款显示屏专为AR眼镜设计。

歌尔股份表示,公司高度看好AI智能眼镜和AR增强现实产品的未来发展,在此领域内积极投入,并与众多行业领先客户开展相关合作。“Haylo对Plessey的投资整合,在公司及行业头部客户的支持下,并与众多行业领先客户开展相关合作。

截至目前,Haylo总资产约267.1万美元,总负债及净资产均约为133.5万美元,资产负债率为50%,未实现营业收入。

此次交易,香港歌尔泰克向Haylo提供借款的年化利率约为6.34%(按照当前市场数据估算),按年付息,到期一次性还本付息(借款期限5年)。Haylo与Plessey原股

## 暑期档票房大战正酣 《东极岛》背后数家A股公司受益

证券时报记者 吴志

暑期档“票房大战”正酣。

8月8日,多部暑期档影片集中上映,其中包括备受市场关注的《东极岛》,今年暑期档进入票房争夺高峰。

根据发行通稿介绍,《东极岛》是一部剧情、历史、战争片,讲述了二战期间中国渔民营救国际战俘的故事。上映前夕,影片就已备受市场关注,截至8月8日,灯塔平台“想看”人数达到53.6万人,在暑期档影片中位居前列。

截至8月8日上午10时30分,影片票房已超过3000万元,排片占比达到34.3%。8月9日预售票房近1000万元,为当日预售票房冠军。灯塔平台AI预测,该片票房有望接近12亿元。

公开资料显示,《东极岛》背后参与方众多。其由北京七印象文化有限公司(导演管虎、腾讯等持股)、淘票票、珠江电影集团等联合出品。A股公司中,光线传媒、中国电影、北京文化等参投或发行该片。

《东极岛》由知名导演管虎、费振翔执

导,朱一龙、吴磊、倪妮等领衔主演。影片早在2021年8月即取得同意拍摄备案,2024年6月24日开机。该影片既是一部展现民族大义的影片,也是一部视效大片。据片方介绍,该片是一部拍摄规模上“一部顶三部”的工业巨制,打破了华语电影史最长时间水戏拍摄纪录。

随着《东极岛》的上映,2025年暑期档进入最火热的阶段。目前,《南京照相馆》以19.2亿元稳居暑期档票房冠军,正在上映的《戏台》《罗小黑战记2》《浪浪山小妖怪》等票房均超过3亿元。《东极岛》的加入,有望进一步提升市场热度。

在春节档电影的支撑下,截至目前,2025年累计票房已超过351亿元,达到2024年全年80%以上。不过,今年暑期档电影市场热度较去年有所下降。截至目前,2025年暑期档票房接近78亿元,相当于2024年暑期档的67%,而当前暑期档仅剩20余天。

根据公开发行信息,《东极岛》等影片上映后,今年暑期档后续仍有42部影片拟上映,其中包括《捕风捉影》《7天》《非人哉》《限时玩家》等热门影片。