

# “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、政策支持等多重举措，让“流量”变“留量”，让“网红”成“长红”。

## 1 啤酒、咖啡和演出

夜幕降临，青岛西海岸金沙湾啤酒城内灯火璀璨，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湾啤酒节会场前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%的涨跌停限制，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+”，还通过不断增设新场所、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+”创新业态打造场景消费，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。

优化营商环境，为企业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。”上述青岛商业发展人士向记者表示。

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”多业态深度融合发展。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

## 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。

# “青岛制造”行 消费韧性强

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座。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经济的脊梁，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、智能网联新能源汽车等为新兴产业，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“传统产业升级+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)旗下时代骐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电车，并全部接入宁德时代骐骥换电网络，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融合，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，宁德时代骐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，宁德时代骐骥换电

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骐骥换电“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骐骥换电解决方案，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，采用骐骥底盘换电的重卡，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，远快于超充。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骐骥能源管理数据，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增强现实业务的未来发展。

公告显示，Haylo成立于今年3月，注册资本100万英镑，由David Hayes持股60%。David Hayes系原WaveOptics Ltd.的董事长/CEO，曾带领该公司成长为全球领先的光波导技术供应商，并最终被行业头部厂商收购。

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

东签署相关股权转让协议是Haylo使用上述借款资金的前提条件。

双方约定，在借款期内，如Haylo或Plessey发生被收购(包括核心资产出售)或IPO上市发行情形，香港歌尔泰克除全额回收借款本息外，还将另外获得前述主体被收购总价值或上市总市值的25%的收益。

此次投资的最终标的Plessey成立于2000年，注册资本仅6英镑。

据称，Plessey是目前全球Micro-LED领域内较为知名的科技公司之一，在Micro-LED领域内具有一定的研发和技术优势，与国际知名的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，Plessey有望在Micro-LED领域内取得更大发展，推动相关技术和产品的成熟，从而对公司相关业务产生积极影响。”

歌尔股份认为，随着AI智能眼镜和AR增强现实产品全球市场规模的快速增长，Plessey经营业绩和财务状况有望进一步改善。

## 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。

根据发行通知介绍，《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影片。

《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电影，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年全年的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。

根据公开发行人信息，《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。