

营造活力消费新场景 ——以城阳区为例

中共城阳区委党校 宋炳海 孙海燕

城阳区做好活力消费文章具有独特优势。一是年轻人占比高的优势。2022 年底,城阳区常住人口 116.92 万人,截至目前,城阳区常住人口已达 140 万左右,常住人口增速和青年人群增幅均位列全市第一。二是对外开放先行的优势。城阳的外贸出口长期占据山东省县市区前列,韩国领事馆也落户城阳,有数万韩国人在城阳居住。国际化的“鲑鱼效应”,催生了日益丰富的国际化消费新场景。三是新晋主城区的优势。2021 年,城阳区新晋青岛主城区。这为民众强化市民意识、转变消费观念、实现消费升级、释放消费活力提供了广阔空间。四是城阳的特殊机遇。红岛高铁站开通进一步凸显了城阳的“海洋气质”,提升了城阳的活力指数,并催生了“明月山海间”等文旅消费新场景。流亭机场搬迁后,宜居宜业宜游的“未来之城”建设为高质量生产消费拓展了空间。五是作为城市副中心的白沙河片区将打造成生态岸线、艺术北岸,必将营造众多的消费新场景,释放“青春北岸”的无限活力。

立足自身优势,城阳区应创新打造“四大消费新场景”,推动城阳“胶东经济圈消费中心区”“国际时尚消费目的地”建设,进而为活力城阳建设提供有力支撑。具体而言:

一是以韩国元素为抓手进一步培育国际化消费新场景。放大韩国人集聚区的独特优势,在发挥好中韩国际会客厅、日韩进口商品博览会等平台作用的基础上,升级“韩国城”化妆品零售、医学整形美容、美容美妆、韩国料理、韩式服装等消费场景,打造韩国料理美食网红街区、韩国化妆品集散中心、韩国“全生活”城阳体验中心、韩国民族歌舞艺术文化街区等新场景,塑造与韩国之间的游学、体育友谊赛事等文化交流场景,充分释放韩国元素的消费活力。

二是着力营造健康城阳消费新场景。城阳是

“长寿之乡”、全国群众体育先进区,正着力打造山东省“公园城市”试点,应进一步发挥好北京大学人民医院等高端医疗资源集聚、康复大学建成运行等优势,落实好鼓励中医药发展的政策措施,加快推进中医文化进校园进社区,并应深入推进社会心理服务体系建设,加快打造全国社会心理服务体系建设先行区。创新营造“健康+文旅”“健康+体育”“健康+游学”“康养城”“康养街区”“康养社区”等新消费场景,营造人们身心健康发展的良好生态,把城阳打造成颐养健康的理想之地。

三是突出做好足球文章,营造“足球”生态、“足球生活”消费新场景。抓住国家实施“健康中国”战略的有利时机,在发挥好中国足球学院、青春足球场的“活力源动力”作用的同时,精心策划一系列“城阳足球”的品牌行动,营造一系列创新有效的活力消费场景,如引进足球产业链品牌企业,举办足球论坛、足球产品和服务展览会、规划足球博物馆、举办创意足球赛事,邀请国际知名球星来城阳踢球,借助名人效应及新媒体营销,快速提升“城阳足球”的品牌影响力。

四是培育传统文化消费新场景。城阳具备弘扬传承中华优秀传统文化的良好基础,文化“两创”扎实推进,优秀传统文化融入社会善治的实践已经取得较好成效。应顺势努力培育打造系列优秀传统文化消费场景,形成优秀传统文化消费的良好生态。如建设智慧化的敬老餐厅、道德讲堂、父母学堂等,鼓励中华优秀传统文化推广服务、传统文化婚礼等礼仪服务;鼓励发展传统文化培训、传统文化游学等产业,更新改造新建一批传统文化基地,如营造国学公园文化消费场景,丰富胡峰阳文化节内涵等;建设传统文化志愿者服务中心、孝道文化园、孝文化社区等,努力把城阳打造成有影响力的中华优秀传统文化旅行目的地、文化消费热点区域和网红打卡地。

城市更新视角下促进 “新青年”与新消费融合发展研究

中共即墨区委党校 邵晓燕 董岳 王晟哲

“新青年”人群是成长于经济腾飞时期的一代,其消费心理和消费行为比上一代要超前,具有较强的独立意识和生活享受意识,追求性价比成为其主流消费理念。而以科技赋能和消费类型多元化为特征的新消费则代表了市场需求的发展趋势。促进青年人群和新消费融合发展已经成为塑造经济发展新引擎的重要力量。根据第七次全国人口普查结果,青岛全市人口中,0—14 岁人口为 1552097 人,占 15.41%;15—59 岁人口为 6476976 人,占 64.31%。青岛市青年人口体量大,发挥青年消费引领作用具有重要意义。近年来,青岛市加快老城复兴与城市更新转型的探索步履,运用“政府+平台公司+社会资本”方式,打造历史城区有机更新典范,提升居民生活质量,改善城区环境面貌。在城市更新进程中,如何将打造青年发展友好型城市融入其中,推动吸引青年人群与激发新消费相融合,将为青岛打造经济发展新引擎提供动力。具体而言:

一是优化提升青岛市商业业态,拓展青年人群消费体验。为更好推动青年人群与新消费融合发展,需要引入在该人群中流行的商业业态,如骑行、露营等产业的零售商入驻。这些商业业态中,新年轻用户群体广泛,且流程度高,既可以引进实体体验店,如头部厂商的旗舰店,又可以线上线下做结合,同时配合直播经济、网红经济等多种模式,将城市更新成果进行网络推广(如小红书、抖音等),吸引人流量,获得更多消费机会,并带动相关就业。同时,应当借鉴外地成功经验,以高质量业态规划保障青年群体消费需求。例如,在历史街区的城市更新建设上,用产业和消费两条腿走路。这既可以促进青年人群就业,也可以保障青年人群的消费水准。相比广州沙面岛以及成都东郊记忆等区域,青岛市城市更新历史街区改造仍具有业态发展不均匀等问题。唯有发展更多业态,引入数量更多、类型更多元的企业,才能吸

引青年人群在此工作、消费,发展诸如餐饮、娱乐、文化与艺术等多个业态才能培育更好的土壤,以消费为主的商业业态才能在非旅游旺季得以存续。

二是提升消费类场景的烟火气,做到先存续再发展。以城市更新为抓手进行的街区改造进程中,消费类商业业态也应更加注重烟火气与市场化的结合。曲高和寡的业态需要更多的成本去维持,而更接地气的业态则可以在存续发展的基础上不断升级改造。在历史街区的城市更新与青年群体融合的问题上应循序渐进,而非要强求一步到位。一方面,可以推动开放长租公寓市场化进程,降低年轻人生活成本。例如,台东步行街周边应以政府提供存量改造旧楼为核心,推进长租公寓市场化进程,同时对青年人群实行精准补贴。发展政府引领的长租公寓模式,在降低青年人群生活成本的同时可以提高年轻人在其他方面的消费。同时,政府应对长租公寓申请人群加以筛选,更加注重吸引刚工作的应届毕业生或外地来青的年轻人,并注重引得来、留得住。另一方面,加大演出业、娱乐业的招商力度。演出业、娱乐业等产业能够与餐饮业、住宿业、文化产业等形成多业态互补,同时还可以有效吸引更多年轻人来此聚集、消费。以大鲍岛历史街区为例,大鲍岛历史街区有多个舞台,而舞台的管理经营权来自于历史街区管委会,管委会应该加大市场化力度,与演出经纪公司合作,多承揽承办受青年人群喜爱的演出形式,通过文旅及娱乐产业,带动餐饮、住宿等业态协同发展。

总之,在城市更新过程中应推动新青年与新消费之间实现双向促进、合作共赢,最大程度发挥青年友好型城市的内在优势和持久潜能,使得更友好的城市和更有为的青年,相得益彰、共融共生。进而为新消费模式的打造,促进城市消费能级的提升奠定坚实的基础。

提升传统商圈能级的对策建议 ——以台东商圈为例

中共市北区委党校 修丰东

商圈提档升级是拉动消费、更好满足居民群众对美好生活需求的重要抓手。锚定关键环节进行重点创新突破,立足区位优势实现差异化发展,进一步激活发展新动能,是推动台东商圈持续健康发展的必然要求。具体而言:

发力“招商+”,构建全链条招商引资体系。加强产业链统筹谋划,做好建链、延链、补链、强链文章,加快改变商圈整体大项目、好项目仍比较少的现状。一是招商图谱瞄准年轻人喜好。瞄准新消费群体特别是年轻人的消费需求和消费方式,统筹考虑文旅产业的业态布局、引流方式、变现模式等,围绕剧本娱乐、研学旅行、电竞数娱、趣味体育等产业“风口”领域,结合台东三路活力商业段改造提升、原骨伤医院改造、滨县路台东记忆馆、威海路平战结合地下工程等项目规划建设,谋划实施一批成长性好、带动性强、附加值高的文旅项目,大力发展区域首店、新品首发、品牌首秀、行业首牌等“四首经济”,借助年轻人自带流量、乐于分享、善于使用各类社交平台等特点,推动形成线下场景、线上流量、促进消费的良性循环。

发力“夜态+”,打造夜间经济示范商圈。台东商圈人员密集、商业集中,发展夜间经济具有得天独厚的条件。要立足消费新趋势、新需求,全方位推动夜市提档升级和夜间经济业态完善,不断增强台东商圈夜经济在全市首位度和辐射力。一是打造“1+3+N”夜间经济发展格局。加强夜间经济整体规划布局,依托台东商圈建成 1 个全区、全市夜间经济核心区;台东片区、衔接段片区、啤酒街片区依托商业、文化、旅游资源,规划 3 条高品质夜间经济示范街,其他点位结合实际打造 N 个各具特色的夜间经济集聚点。二是打造台东特色夜间经济形态。要以“吃在台东”为主线,打造“夜宴”业态,发展特色老字号、品牌餐饮、特色美食、轻酒吧等业态,举办各类美食节、小吃节、餐饮嘉年华等活动,以活动聚人气,促进夜间消费。

共同富裕背景下发展 特色乡村旅游产业对策初探

中共城阳区委党校 孙新平

发展特色乡村旅游产业具备“经济、文化、生态”三重价值,是促进融合发展的重要力量、传承传统民族基因的重要手段、实践“两山”理念的重要途径。青岛地区各乡村在经济基础、传统文化以及自然资源等方面具有特殊的地缘性和优越性,发展地域特色的乡村旅游产业助力实现共同富裕具有其独特价值。然而,实践中仍然存在制约乡村旅游产业快速发展的诸多因素。具体而言:一是缺少硬件支撑,配套设施落后。部分乡村旅游基础设施水平较低,信息化水平偏弱,餐饮、厕所等方面的卫生问题突出。二是缺少资源整合,难以形成合力。大部分乡村旅游项目属于分散经营模式,同质化竞争问题严重,资源深度挖掘和整合程度不高,难以形成品牌效应。三是缺少精准定位,渐失乡土特色。部分乡村旅游项目效仿网红景点,追求现代化、城镇化、商业化,存在“去农村化”倾向,以“生态、绿色”为核心的乡村特色不足,吸引力逐渐弱化。

共同富裕背景下乡村旅游产业助力乡村振兴的经验做法,可以概括为以“旅游+”为手段,积极拓宽旅游产业发展空间、延伸相关产业链条、加快与相关产业的融合发展。一是“旅游+农业”深化农旅融合。增加农业和旅游业在广度和深度方面的关联,助推农业转型升级,实现产业联动发展。二是“旅游+工业”促进产业升级。将产业链向第二产业延伸拓展,促进农产品深加工,提高农产品附加值。将传统手工业融入乡村旅游产业,增加农民财产性收入;加大乡村建筑业支持力度,提升民宿硬件设施,满足旅客更高层次的旅居需求。三是“旅游+文化”传承内涵底蕴。传承红色文化,打造“红色+生态”乡村特色旅游新格局;重视和支持研学旅行,打造吸引城市居民的家庭亲子旅游项目;依托渔村、村寨、历史文化名镇,开展农村文化、民风民俗、乡土建

发力“文旅+”,选优做强最具台东特色文旅 IP。文化是台东商圈的根和魂,是百年商圈永葆青春的动力和源泉。学习淄博的烧烤、洛阳的汉服、云南的泼水节等成功案例,做好历史文化和旅游资源串联开发,以独一无二的城市元素集聚全国各地网民的消费热情和关注度。一是大力挖掘提炼特有的本土文化符号。邀请专业研究机构,精选兼具消费需求、群众触手可及、价格亲民特色鲜明,同时有一定话题度的文化符号,打造小切口、个性化的独特 IP,系统构建贯穿台东文化特质、文旅体验、非遗文创、业态布局的台东印记 IP 矩阵,讲好台东故事,展示台东魅力,塑造台东品牌。二是多样化营销形成流量入口。整合线上线下资源,深化与“两微一抖”、小红书、携程、B 站等新媒体、OTA(在线旅游)平台的合作,开展立体化、多样化、持续性营销。

发力“智慧+”,让百年商圈用上新工具。以台东建设省级智慧商圈为契机,强化“政府牵头、企业联盟、平台支撑”的共建共治共享模式,推进云计算、人工智能、区块链等底层技术在传统消费、新型消费、数字消费等领域的融合运用,实现商圈运营信息化、数字智能化、服务平台化的发展新格局。一是加快实施“云上台东”数字金街建设探索,线上线下联动精准识别消费者需求,针对不同消费群体需求提供差异化服务,完善消费者进店、逛店、离店的全流程数字化、智能化体验,加快构建舒适便捷、运营高效、丰富多元的智慧消费体系,通过搭建“智能无人餐厅”“共享食堂”等推动消费场景创新升级,吸引消费者不断“尝鲜”。二是协助商户提高经营效能,借助专业的第三方力量进行数据监测,从多方面实时掌握商圈人流情况,并向商场、商户经营者提供客流分析、游客行为分析、画像分析等数据服务,为商业体进行经营决策、提高获客能力提供参考依据,促进商圈业态优化布局。

筑、民族风情等旅游项目。四是“旅游+体育”整合特色资源,将体育产业引入乡村旅游产业。利用特色资源,开展康养养生型乡村旅游项目;利用山区、沿海地形,开展体育观赏型、探险刺激型乡村旅游项目。五是“旅游+营销”形成品牌效应。建立特色鲜明的旅游品牌,提高乡村旅游的竞争力;按照“一镇一业、一村一品”的原则,培育乡村特色旅游品牌;成立专门机构,负责品牌策划、包装推介、政策扶持、指导监管等工作;加强宣传力度,提高乡村旅游优秀品牌的知名度、附加值和竞争力。六是“旅游+电商”拓宽产业链条。注重形象设计,突出抓好乡村旅游的包装设计和网络宣传;加强网络互动,拓宽市场销售渠道;整合网络资源,实现乡村旅游产品精准投递、农户成本精确计算、旅游资源精细保障。

借鉴先进地区经验,结合青岛市实际,提出加快乡村旅游产业发展的几点建议,具体而言:

一是建立旅游标准体系。逐步建立完善的乡村旅游等级划分和星级标准规范体系,全面落实市政府下达的厨房卫生和食品卫生安全标准。二是建设旅游营销平台。依托青岛旅游网,建立乡村旅游网络营销平台。筛选形象鲜明、特色突出的乡村旅游品牌,纳入全市旅游营销体系。三是健全旅游咨询体系。依托公共交通系统,逐步完善乡村旅游集散和咨询服务体系。在高速公路、城市出入口、乡村旅游干道等区域设置工作站或交通引导标识,对符合标准的乡村旅游咨询服务中心给予补贴扶持。四是壮大旅游产业主体。突出农民作为参与主体与受益主体的地位,支持农民联户经营和公司化运营,提高农民的组织化程度和参与市场竞争的能力。五是加强旅游行业培训。完善乡村旅游服务资格认证制度,建立常态化、规范化的乡村旅游培训机制,将乡村旅游纳入全市旅游人才队伍建设范围并予以重点支持。