

“峰会效应”赋能，“青岛优品”消费体验再升级

■青岛财经日报/首页新闻记者 高奕静

6月18日,第六届跨国公司领导人青岛峰会(以下简称“峰会”)首场促消费活动——“山海约·新消费”助力青岛提振消费活动启动,掀起“峰会效应+消费场景”的联动热潮。

活动汇聚数十家头部主播团队,通过现场推介会、“青岛优品”电商直播、原产地溯源等丰富形式,全方位展示区域发展成果,强力打造“青岛优品”“乐购青岛”品牌。

青岛用城市魅力“带货”

本次活动是为全面落实国家及山东省关于提振消费的部署要求,由山东广播电视台联合青岛市商务局、青岛市文化和旅游局、青岛市市场监督管理局共同发起。活动由山东广播电视台广播经济频道、青岛华通优选供应链有限公司共同承办,创新采用“广电IP+城市品牌+数字营销”模式,实现电商直播的“跨越破圈”。

启动仪式上,主办方介绍了“峰会消费周”“放心消费在青岛”活动进展,并通过青岛优品促消费典型案例分享、重点文旅产品推介、优质供应链企业展示等环节,生动展现了开放链接全球的活力。

当下,青岛正在持续推进以“城市IP+消费体验”为核心的创新路径,把品牌消费、场景消费和品质消费更紧密结合。在此背景下,文化与消费的融合,是“峰会消费周”的一大亮点。

为充分发挥峰会品牌效应,青岛同步开展了多场具有地域特色的配套活动,包括组织嘉宾打卡“鲍岛食里”美食节,推出“美食地图”“老字号地图”等,让更多消费者沉浸式感受青岛老字号的匠心传承,品尝具有地方特色的非遗美食,参与技艺体验



主播们的倾力推介,全方位展示了青岛区域发展成果。

互动,形成“逛吃游学”一体化的新型文化消费场景。此外,青岛还同步开展利群卡萨帝滨海音乐节、市南区微醺爵士生活节等活动,打造多点联动、全城参与的促消费氛围。

一系列针对消费者的“真金白银”补贴同步启动。据悉,本次“峰会消费周”活动持续多日,青岛市商务局联合多部门发放多种消费补贴:其中包括“2025青岛之夏”汽车消费补贴、500万元餐饮消费券等,涉及“海誓山盟·浪漫青岛”主题新车首保、商超餐饮、酒店民宿等多个消费场景,全力点燃市民与游客的消费热情。

新车首保、买婚车均可领补贴

“2025青岛之夏”汽车消费补贴活动开启

■青岛财经日报/首页新闻记者 高奕静

日前,青岛市商务局发布《关于开展“2025青岛之夏”汽车消费补贴活动的公告》,6月16日至6月30日,青岛市开展“新车首保消费”补贴和“海誓山盟 浪漫青岛”婚车消费补贴活动,充分释放汽车消费潜力,促进汽车消费提速升级。

根据活动安排,对在青岛市购买10万元(发票价税合计)以上(含)乘用车新车,且发票开具地为青岛市的个人消费者,可凭在青岛市开展车险业务的保险公司首次购买车辆保险(商业保险+交强险)的保险单,申领最高8000元的新车首保消费补贴。其中,保险费合计金额在4000元(含)至5000元的,每辆补贴4000元;保险费合计金额在5000元(含)至6000元的,每辆补贴5000元;保险费合计金额在6000元(含)至7000元的,每辆补贴6000元;保险费合计金额在7000元(含)至8000元的,每辆补贴7000元;保险费合计金额在8000元(含)以上的,每辆补贴8000元。

同时,围绕打造“目的地婚礼城市”,开展2025年“海誓山盟 浪漫青岛”婚车消费补贴活动。对在青岛市购买乘用车新车且发票开具地为青岛市的个人消费者,凭2024年1月1日以后本人有效结

婚证件(不限户籍、地域),申领消费补贴可用于加油、充电等。其中,购车金额(发票价税合计)10万元(含)至30万元的燃油车每辆补贴4000元,新能源车每辆补贴5000元;30万元(含)以上的燃油车每辆补贴5000元,新能源车每辆补贴6000元。

消费者可以根据实际情况,自由选择参加婚车消费补贴或新车首保消费补贴活动,两项补贴政策不可重复享受。

需要注意的是,补贴申请人、机动车所有人,申领“新车首保消费”补贴的投保人、被保险人,申领“海誓山盟 浪漫青岛”婚车消费补贴的有效结婚证件登记人,均需为同一人。机动车保险包含机动车交通事故责任强制保险和机动车商业保险,其中机动车商业保险仅允许上传一份,保险费合计金额为所有保单的保险费的总和,重复投保的商业保险不计入保险费合计。机动车保险单日期在2025年6月16日至6月30日之间,保障期限为1年,被保险人需签订保险补贴诚信承诺书。

拟申请补贴的个人消费者购置新乘用车并在青岛市开具《机动车销售统一发票》,申领“新车首

保消费”补贴的需签订保险补贴诚信承诺书,最晚于2025年7月31日前登录汽车之家App,点击首页“政府补贴”按钮或搜索“新车首保消费”补贴和“海誓山盟 浪漫青岛”婚车消费补贴等关键词,进入活动专题页面选择拟申请的补贴种类,在信息提交页面准确填报信息,并清晰完整上传相关证明材料,逾期不予受理。

申请人录入本人身份信息及名下可正常接收短信的手机号码,申请人本人持有的商业银行在境内发行的I类借记卡卡号、开户行名称等信息,上传申请人身份证正反面照片或扫描件。录入购置新乘用车的车辆识别代号(VIN码)、号牌号码、购买日期、注册日期等信息,上传新乘用车的《机动车销售统一发票》(第一联“发票联”)和《机动车登记证书》(第一、二页)原件照片或扫描件等。

申领“海誓山盟 浪漫青岛”婚车消费补贴的还需上传申请人本人有效结婚证件包含完整信息的内页;申领“新车首保消费”补贴的还需上传机动车交通事故责任强制保险单和至多一份机动车商业保险单,以及保险补贴诚信承诺书等。

从京东“618”看山东消费趋势 青岛市购买力增速全省最高

■青岛财经日报/首页新闻记者 郝林 宋大伟

6月18日,2025京东“618”媒体开放日活动在北京举行。记者从开放日上获悉,相比往年,今年“618”期间,中国品牌加速崛起,下沉市场活力释放,即时零售和生活服务消费迎来爆发。据京东平台数据显示,“618”期间,山东省的表现依旧亮眼,山东省的购物用户数全国排名位列第3名,成交额增速全国排名位列第12名。

山东最受关注本地品牌为东阿阿胶

京东平台数据显示,“618”期间,山东省内购买力最强的城市是省会城市济南市,青岛市则是购买力增速最高城市。老字号品牌东阿阿胶是山东省最受关注的本地品牌,阿胶糕是最受关注的本地产品。

从细分品类来看,山东省消费增速较高的产品品类为数码3C为主,成交额增速TOP3品类是数码相机、运动相机和3D打印设备,增速分别为473%、310%和244%。人均消费金额TOP3品类是手机、平板电视和空调;人均购物件数TOP3品类是卫生巾、宝宝零食和婴童拉拉裤。

不同年龄段的消费者,消费的重心各不相同。“00后”偏好数码3C类产品,偏好TOP3品类是平板电脑、有线耳机和键盘;“80后”购买婴童用品表现突出,购物偏好TOP3品类是奶瓶奶嘴、婴童纸尿裤和婴童拉拉裤;“银发族”消费时关注健康,同时注重提升生活品质,偏好TOP3品类是厨房储物器皿、盖白染发膏和蛋类。

县域农村订单增长超130%

今年京东“618”消费趋势呈现四个显著特点。首先,AI浪潮催动AI相关产品受到高度关注,同时

国潮商品受到消费者更多青睐。在“科技+传统文化”的双重驱动下,京东“618”期间热度TOP100品牌中有七成是中国品牌,“AI元素”、“非遗元素”产品搜索量同比分别增长超120%、270%。

其次,下沉市场消费活力十足,县域农村地区订单量同比增长超130%,用户数同比增长超140%。南昌市南昌县、菏泽市成武县分别成为京东“618”消费力最强、消费力增长最强区县。此外,截至目前,京东拼拼团购店落地合肥、北京、宿迁,总覆盖用户数同比增长34倍。

第三,即时零售爆发,京东外卖日订单量突破2500万单,品质餐饮门店入驻超过150万家。京东七鲜线上订单同比增长超150%,京东七鲜自有品牌商品销售同比增长340%。

第四,生活服务类消费增长显著,率先推出“先享后付”的京东自营家政服务成交额破亿元,自营家电清洗、洗衣订单量分别同比增长211%、超10倍。京东拥有12万名全职外卖骑手和近30万名养车技师、家电维修师、家政保洁师等专业人员,随时响应用户需求。

“送装一体”订单大增300%

京东拥有超百项行业首创和独有的服务,构建了全程安心保障的服务体系。京东客服今年创新打造“京东客服国补直播间”“京东客服小百科直播”栏目,通过场景化实时互动答疑,让服务更直观、更高效;京东“618”期间,京东客服国补直播间7×24小时不间断为用户答疑,累计互动超百万人次。

京东物流相关负责人表示,今年京东“618”期间,京东物流“提前送”通过大数据智能化分析,提前将商品前置全国下沉地区仓储中心,保障诸多新品、爆品第一时间送达,还降低物流成本约

20%。此外,京东物流还进行了供应链产品升级,实现了211时效,次日达时效覆盖城市数量分别增加60%和35%。“618”正逢国补消费火热以及空调旺季来临,京东物流凭借行业领先的大件家电家居仓配一体化供应链解决方案,通过首创的“送装拆收”一体化末端配送服务,以全行业储备量最多的超10万专业家电家居送装工程师资源,实现全行业最广的100%全国区县覆盖。“618”期间,京东物流大家电“送装一体”订单同比增长超300%。

从底层大模型到各种端到端AI产品,AI技术应用为京东“618”提供扎实的助力。今年京东“618”期间的大模型调用量较去年京东“双11”增长130%,超过1.4万个智能体和数字员工在京东上岗工作。超100万京东商家正在使用京小智服务客户,1.7万京东商家使用京东数字人直播带货。京东Joy Inside,将AI交互能力接入元萝卜、众擎、云深处等众多机器人及玩具,成为消费者购买硬件产品的一大吸引力。京东零售XR创新团队也首次将“京东立影-裸眼3D广告”、3D智能家居搭配工具“立影-美家”“立影-3D直播”等创新3D内容产品应用于多个品类或场景,在行业中率先开启“3D信息流时代”,为品牌带来新的增长空间;用户则通过手机屏幕即可获得如同近在眼前的逼真观感和全感官互动,让购物体验像玩游戏般生动呈现。

同时,今年“618”京东在境外市场取得亮眼表现。京东全球售海外直邮网络覆盖全球37个国家和地区,新加坡、马来西亚、泰国等十大海外站点千万自营商品均支持包邮,订单量同比增长239%,休食与美妆类商品成交额同比增长达数十倍。京东欧洲零售业务已覆盖25个国家,并已在英国提供当日和次日达服务,让欧洲消费者也能享受“又好又便宜”的购物体验。

介青岛好品与城市魅力。

优质产品的集聚效应应对消费产业链的影响逐步显现。“这次真是收获满满。”现场,今生缘健康有约项目创始人刘革显表示,“我们栏目组本身就一直在寻找优质产品,这次看到政府部门积极落实促消费政策,现场也集聚了许多高质量产品,让我非常期待后续深度合作。”

目前,“青岛优品”已达到185个,其中,63个品牌累计入选“好品山东”。现场,逢时科技携旗下中国首款有助于维持血脂健康水平及增强免疫力的双功能蓝帽磷虾油、首款复合解酒护肝产品——逢时轻醒以及刚刚获得“好品山东”认证的逢时863系列58%高磷脂南极磷虾油等明星产品亮相。

据了解,成立仅七年,逢时科技已发展成为“全球磷虾油连续2年销售额第一的企业”,旗下产品已连续5年在国际权威检测机构ORIVO质量认证中抽检合格率100%,成为全球首家且唯一荣获ORIVO“5年0缺陷”质量金标准企业。紧跟国家“一带一路”建设,产品出口英国、法国、德国、新西兰等21个国家和地区。

参与展出的还有益海嘉里集团的代表性产品,包括“金龙鱼”“胡姬花”等粮油品牌。益海嘉里集团山东济南分公司特渠部青岛区域负责人赵继田坦言,“青岛作为特色旅游城市,本身就是优质产品的展示窗口。对于我们厂家而言,本次活动对于触达消费人群起到了非常好的作用。”

“山海约·新消费”的成功启动,不仅是峰会活动的一次创新破题,也为“青岛优品”讲好品牌故事提供了更大的舞台。山东广播电视台表示,下一步将继续深耕青岛丰富的物产资源,依托旗下“闪电优选”自有品牌深化电商“好物赋能”,充分发挥媒体融合传播优势,为“青岛优品”走向全国乃至全球提供强大声量支持。

重现“小时候的味道” “鲍岛食里”美食节启幕

■青岛财经日报/首页新闻记者 辛小丽

即墨路是青岛著名的早期商业集聚地之一,即墨路小商品市场作为改革开放的先行受益者,为青岛的经济社会发展贡献了重要力量。如今,从即墨路小商品市场起,至即墨路与中山路交界处的370米老街,已建立起“鲍岛食里美食街”的牌匾,吸引了几十家青岛老字号入驻。6月18日大鲍岛“鲍岛食里”美食节同步拉开帷幕,在为期一个月的时间里,这里不仅集结了青岛老字号非遗美食与网红小吃,更通过复古游戏、国风演出等沉浸式体验,让市民在现代繁华都市中重温牵着长辈手逛小吃摊的温暖记忆。

找寻“小时候的味道”

记者走进“鲍岛食里”美食街,仿佛踏入了一个充满怀旧色彩的美食世界。即墨路与中山路交界处的这片7700平方米的空间内,几十家青岛老字号齐聚一堂,用一道道地道的青岛美食唤醒着市民游客的味蕾记忆。

高家糖球的摊位前人头攒动,第三代传人高士湘正忙着为市民展示拔丝“雪里红”糖球。晶莹剔透的糖衣在阳光下闪耀着诱人的光芒,仿佛童年的甜蜜时光在这一刻被凝固。高士湘介绍说:“我们保留了祖传的去核工艺,同时将只能在冬天裹糖衣的工艺,创新传承到了夏天,希望能让更多人品尝到这份独特的甜蜜。”

不远处,英记楼的鸭尾酥、双合园的鲅鱼水饺等老字号美食也散发着诱人的香气,吸引着食客们前来品尝。这些老字号美食不仅仅是味蕾上的享受,更是青岛人文化记忆的延续。在这里,每一位食客都能找到属于自己的那份“小时候的味道”。

沉浸式体验唤醒怀旧情怀

除了美食的诱惑,“鲍岛食里”美食节还精心策划了一系列活动,让市民游客在品尝美食的同时,也能享受到一场穿越时空的怀旧大派对。

在复古游戏闯关区内,跳房子、拍画片等老游戏吸引了不同年龄层的市民参与。大家沉浸在童年的欢乐中,挑战成功后获得的印章更是成为了兑换美食代金券的“通关秘籍”。一位年轻女士兴奋地说:“没想到在这里还能找到小时候玩的游戏,真是太有趣了!”

此外,美食节期间还举办了国民民乐快闪秀、老味道厨神乱斗秀、老记忆音乐角等系列活动。

激活老城区商业新生态

“鲍岛食里”美食街不仅为市民游客带来了味蕾上的享受和文化上的体验,更在拉动消费、激活老城区商业生态方面发挥了积极作用。

开街活动吸引了大量市民参与,带动了周边零售业态的客流。不少商户已经感受到了人气的显著提升。京口锅贴老板表示:“以前要跑到台东买我们的锅贴,现在下楼就能买到。伴随着鲍岛食里美食节的开幕,客流量越来越大,我们后期也会在大鲍岛街区增加人手,让越来越多的市民了解到自家品牌。”

“鲍岛食里”美食街的诞生,是青岛城市更新的一次生动实践。它以味觉体验为纽带,实现了传统商业记忆与现代消费场景的深度融合。在这里,高家糖球、英记楼、双合园等传统美食与国潮快闪等新消费形式形成了共振,不仅激活了百年里院的空间价值,更探索出一条老城区商业生态重构的可行路径。