

千场活动促乐购青岛 16亿元补贴大宗消费 线上线下场景升级 青岛全速迈向国际消费中心城市

从10月14日至11月11日，“史上最长狂欢”的“双十一”中，青岛交出亮眼成绩单：全市实现网络零售额335亿元，占全省近四成的比重，遥遥领先。同比14.8%的增速，比全国也高了近7个百分点。

青岛消费今年之所以火，在于早谋划，2024年开年就定下了春夏秋冬四季千余场促消费活动；亦在于不断加码的补贴力度，家电、汽车甚至家装都被纳入补贴范围，真金白银的补贴市民已享受超16亿元；还在于“乐购青岛”品牌的不断升级，海信广场、万象城、金家岭等商圈焕新升级，百家首店落户，成为城市时尚消费的新增长极。青岛向着国际消费中心城市的目标不断迈进。



尚青龙 青岛报道

市民敢买政府敢补 家电、汽车卖火了

抢抓以旧换新新机遇，青岛不断加码提高补贴力度，对大宗消费的拉动作用明显。

今年5月以来，青岛先后出台加力支持家电、汽车以旧换新实施细则，各市场主体纷纷抓住政策机遇，同步推出大力度促消费活动，部分商家甚至打出“低于五折”的活动力度，一时间开始引爆消费市场。

今年9月，青岛市发展改革委、青岛市财政局、青岛市商务局等9部门联合印发《青岛市加力支持消费品以旧换新实施方案》，补贴范围、力度升级。此次加力支持政策主要通过扩范围、提标准，聚焦汽车报废更新、家电以旧换新、居家适老化改造、农机报废更新等领域进一步扩大政策覆盖面，更多更好地惠及企业和个人消费者。其中，对报废符合条件的乘用车并购买新能源车和燃油车，补贴标准由每辆1万元、7000元分别提高至每辆2万元、1.5万元，补贴力度提高1倍以上；家电以旧换新加码支持，对个人消费者购买补贴范围内2级、1级能效或水效产品的，补贴标准由销售价格的12%分别提高至15%、20%，每件产品的补贴金额也由1200元提高至2000元。

10月底，青岛市加大力度促进消费品以旧换新活动再出新政策。到年底前，对个人消费者购买厨卫等局部改造、智能家居等2个品类共计11类产品给予“真金白银”补贴，每位消费者最高可享4000元补贴；推进全市电动自行车以旧换新工作，最高可享受600元补贴，鼓励市民更新换代电动自行车，带给市民更加高效、环保的出行体验。

在组织线下家电卖场开展以旧换新活动基础上，“线上+线下”结合发力，结合电商消费需求，联合京东、天猫、苏宁易购等电商平台开展线上以旧换新活动，开发上线海尔智家体验店、海信官方商城、美的智慧家会员店等小程序；抢抓汽车补贴标准调整机遇，同步推进“报废+置换”，加快推进汽车报废更新、置换更新。

补贴力度不断升级，效果也显而易见。

截至11月10日，青岛市汽车、家电、家装、电动自行车以旧换新交易金额共118.79亿元，财政补贴共16.24亿元。其中，汽车报废、置换更新累计申领5.09万辆，交易金额73.31亿元，应补贴资金7.56亿元；家电方面，交易金额45.33亿元，补贴资金8.65亿元。另外，家装厨卫、电动自行车方面的补贴效果也已显现。

即便是放眼全国，“家电之城”青岛面对以旧换新这一“同题作文”，也交出了高分答卷。根据商务部同期发布的数据，截至10月24日，全国家电以旧换新销售1984.3万台，带动销售额913.4亿



元，而青岛分别占了全国的5%和4%。

“政策+活动”双轮驱动 “乐购青岛”持续发力

其实，如何通过刺激消费，来拉动内需，释放活力，从开年青岛市就已经提前谋划，做足准备。

今年，青岛市以“2024青岛消费促进年”为主题，坚持政策、平台、场景、载体系统发力，着力办好系列活动、扩大传统消费，培育新型消费，优化消费环境，为巩固和增强全省经济回升向好态势、更好满足人民美好生活需要提供有力支撑。

2月3日，2024山东消费促进年暨“乐购青岛”龙年消费节在青岛中山路历史文化街区举行启动仪式。现场发布2024山东消费年“1+4+10+N”活动安排架构，以“好品山东·商行天下”为主题，策划春、夏、秋、冬四季促消费主题活动，聚焦汽车、家电、建材家居、老字号等十大领域，省市联动举办200场以上专题促销活动，做到天天有场景、月月有活动、季季有主题，形成波浪式消费热潮。

2月29日青岛市召开全市商务工作会议，以创建国际消费中心城市为统领，高水平谋划“2024

‘乐购青岛’消费促进年”千余场活动，激发有潜能的消费，持续增强消费市场回升势头。

在经过春“生”夏“长”之后，在金秋更是迎来满满收获。

“十一”前夕，2024年青岛城市购物节正式启动，本次购物节以“乐购青岛·悦享消费”为主题，聚焦零售餐饮板块、大宗商品板块、网络购物板块、文化旅游板块、体育健身板块、健康服务板块、绿色农村消费板块、国货“潮品”板块等八大促消费活动板块，组织重点商贸企业、商圈、步行街开展特色促销活动，“利企惠民政策+促消费活动”双轮驱动，深度打造多渠道、多样化消费场景，国庆期间，全市10大重点商贸企业实现销售额11.7亿元，同比增长10.8%。

持续的政策+活动刺激，让消费后劲十足。

在刚刚过去被称为“史上最长”的“双十一”，青岛再次交出了亮眼成绩单。第三方统计数据显示，“双十一”期间，青岛市网络零售额335亿元，同比增长14.8%，其中，实物商品网络零售额316亿元，同比增长15.3%。青岛市网络零售额位居山东省第1位，所占比重为38.3%。

国家统计局青岛调查队共对

530名城乡居民开展了“双十一”专题调研。调研结果显示，今年“双十一”活动力度受到消费者广泛认可。近四成受访者认为今年“双十一”促销活动的优惠力度明显大于往年，三成左右的受访者认为活动“提前预热时间较长”“活动花样增多”，而且“优惠活动由线上延伸到线下”让市民多了更多选择的时间和购物体验。家住市北区的李先生购置的新房正准备装修，本来还在为家装、购置家电等事宜纠结，这个“双十一”全都解决了。“本身商家都有活动，政府还给补贴，就看了一些更高端的产品，也享受下智能家电带来的便利。”李先生说，因为补贴力度大，他们选购的家装家电都实现了“升级”，选择的都是海尔、海信等大品牌的中高端产品，等新房装好就可以享受品质生活了。

浮山湾商圈强势焕新 打造城市时尚新地标

如今，青岛正加快推进国际消费中心城市建设，不断上新消费场景，引领时尚潮流，促进消费升级。前三季度，青岛首店首发首秀接连落地，商业综合体持续升级，成为消费新的承载场和转化地。尤其是，青岛乃至山东省高端时尚品牌最集中的区域，浮山湾商圈正在品牌影响力、商文旅联动发展等方面持续发力，不断迸发时尚消费新活力，成为引领消费的“新增长极”。

8月，海信广场历时三年进行4.0升级焕新收官，继SKY BOWL惊艳亮相后，再度迎来“新地标”SKY DOME，集海景、城景和夜景于一体。万象城业态和空间同样在8月再次完成迭代升级。深耕岛城9年，万象城相继亮相了N次方公园、天空之城等多个首创主题区域，今年新增始祖鸟BETA LANDMARK等40余家首店。与

此同时，海天MALL在8月迎来开业三周年，“上新”西班牙米其林餐厅CASAJOSE、葵山料理艺术馆等7家全新品牌。

GT PLAZA定于11月底开业再为浮山湾商圈增添时尚消费新地标。据了解，GT PLAZA与全国知名、本地头部、首亮点品牌强强合作，引进意大利轻奢精品百货COSCIA山东首家旗舰店、“老佛爷”卡尔拉格斐创建的个人品牌KARLLAGERFELD、LVMH集团旗下的DKNY品牌、UIXIU尤宿、taza Te大地茶场、BadMarket潮流杂货铺等全国知名买手店、明星定制店、头部主理人品牌，打造城市首进、娱乐体验、社交生活业态的时尚消费商业氛围。

“商圈是促进消费升级的重要载体，是提升城市经济活力的重要引擎。下一步，我们将发挥好海信广场、万象城、GT PLAZA、海天MALL等国际化知名商业地标优势，打造全球新品首发地，支持国际品牌、本土品牌和潮牌来市南开展新品首发、首展、首秀等活动。”市南区商务局相关负责人介绍，近年来，该区聚焦商业载体建设，打造城市时尚新地标，时尚消费产业呈现出欣欣向荣之势。这些高端商业载体在区域内产生强辐射作用，具有引领时尚潮流、催生新消费热点、促进消费升级的作用，助力市南加快高标准建设国际消费中心城市核心区。

除了浮山湾，青岛市依托台东、金家岭等核心商圈正在同步发力，打造首发经济的集聚地，吸引更多国内外知名品牌开展区域首店、行业首牌、品牌首秀及新品首发。超3亿播放量的萌系IP《ROLLIN' WILD》膨胀动物城展山东首秀、第十届乌镇戏剧节古镇嘉年华单元剧目《雪兔和月》山东首演纷纷亮相青岛海信广场。

2024年青岛城市购物节开幕式上，青岛本土女装品牌——一洲时装带来新品首发秀，京东MALL山东首店、达美乐比萨青岛首店代表亮相并推介，卡萨帝冰箱·c标系列、海信璀璨系列产品进行全球新品发布，青岛本土服装设计师与景观设计师创立的“山谷少年”品牌携作品亮相青岛国际时装周闭幕秀。据统计，2024年以来，青岛已招引零售、餐饮各类首店、旗舰店、品牌店近100家，消费市场活跃度和市场多样性显著提升。

消费一头连着经济大盘，一头连着千家万户。前三季度，青岛已经交出了一份让人满意的答卷：社会消费品零售总额4532.2亿元，同比增长5.1%，高于全国1.8个百分点，增速在全国副省级城市列第二位，北方副省级城市中列第一位。青岛市商务局党组书记、局长王志俊表示，下一步青岛将进一步创新消费场景，改善消费条件，激发消费活力，不断擦亮“乐购青岛”消费品牌，不断激发有潜能的消费，积极争创国际消费中心城市。