

大鲍岛商圈繁华再现

青岛国际海参城引领行业发展 推动行业质量规范

□文/图 半岛记者 马克

“青岛源里、鲍岛市集”，从即墨路小商品市场到市场三路干海货一条街，对于每一位老青岛来说都有一段割舍不断的记忆。历经半个世纪的兴衰变更，曾经车水马龙的干海货一条街经过市场大潮的洗礼，静谧下来。如今繁华褪却，随着一块块崭新门头的竖立，全国知名品牌纷纷落户，大鲍岛正在重新焕发新生。

今年年底，投资近亿元的青岛国际海参城开门纳客，吸引来自大连、威海等地的知名海参企业入驻，市场三路被打造成成为驰名全国的“海参一条街”，让大鲍岛商圈繁华重现。

四十年风雨变更 大鲍岛繁华再现

上世纪七十年代，由于紧邻小港码头，便利的地理位置促使这里成为改革开放后最早的鲜海货市场之一。随着周边农贸市场的增多，新鲜海鲜不再是这里的紧俏货，上世纪八十年代末，市场三路逐渐转换角色，成为远近闻名的干海货一条街。此后很长时间，这里都是青岛干海货的主要批发地。随着市场经济的发展以及网络电商的冲击，大鲍岛商圈逐渐繁华褪却。很多门头一度变更改做其他行业。曾经的车水马龙便渐渐沉寂在老青岛的记忆里。

2018年12月12日斥资近亿元的青岛国际海参城揭开面纱，与市民见面。来自全国50余家知名品牌纷纷落户。开业期间，市民纷纷抢购，现场人头攒动，门口车水马龙。市场三路附近的市民张大爷告诉记者，这个场面仿佛回到了四十年前。

即墨路街道办事处主任张忠乾介绍说：“大鲍岛商圈历史悠久、底蕴厚重，蕴含着巨大的商业机遇和市场前景。”如今大鲍岛商圈的启动、国际海参城盛大开业，历史与现代、创新与活力正在碰撞交融。使大鲍岛商圈自然生长成为青岛干鲜海货高端商贸聚集区、源里文化休闲体验区、重要旅游承载区，逐步建设成为半岛地区著名的商贸文化热点旅游区，大鲍岛商圈的发展前景不可限量。

多品牌抱团发展 助力行业规范设立



12月12日，青岛大鲍岛商圈启动。



现场选购海参的市民络绎不绝。

目前青岛海参市场良莠不齐，不法商贩以次充好，劣质海参、加糖参、加盐参层出不穷。老百姓花钱却吃不到好海参。“建立海参城的初衷就是让消费者放心买到好海参，不用再东奔西走。这也是我们每一个有良心的海参人共同的心愿。”青岛国际海参城负责人宋总告诉记者。百川汇海可振天，众志成城比金坚！同样的行业使命让国内品牌纷纷看好国际海参城，并选择入驻。

“买海参我还是相信品牌店，有店在跑不了，我们放心。”市北区王阿姨已经是第三次来海参城买海参，这次不仅自己来，还带着身边的朋友一起。“工厂开在海参城，既能看见加工过程，价格

还实惠，吃着有保障。”海参城刚开业没多久就不断迎来回头客，最初抱着试试看态度购买的市民都成为了“海参城”的义务宣传员。据了解，国际海参城内设置食品检验检测点，确保海参城内企业海参质量，同时减少入驻商家费用，促使入驻商家提供具有市场竞争力产品。

随着国内一线海参品牌强势进驻，青岛国际海参城必将成为市北区新地标，助推区域内海参行业发展。青岛国际海参城成为引领山东乃至全国海参行业发展的一个重要的平台和引擎。市场三路将成为驰名全国的“海参一条街”。

China公社养生谷 将成岛城养生文化新地标

□半岛记者 关瑛

记者从China公社获悉，转型后的公社定位以中医健康文化为主题体验设计的养生谷建设，打造养生消费聚集区、康养产业孵化器、文化旅游目的地，未来一个全新的养生谷将落座于岛城，成为市南区养生文化新地标。

China公社养生谷地处青岛市中心区，位于市南区闽江三路8号，占地23亩，建筑面积15000㎡，主要以中医健康文化为主题体验设计。未来China公社将形成以中医健康文化为主体的精神养生、强身养生、休闲养生、医疗养生、滋养商城五位一体的养生体验系统，形成以中医健康文化为主题主体的养生消费体验区、康养产业孵化基地和文化旅游目的地。

千人美酒美食盛宴现青岛

□半岛记者 马克

12月27日，劲酒在青岛海尔洲际酒店举办了一场中国劲酒·金标健康生活体验会，近千人品尝秋冬美食大餐，共享美酒美味。

记者了解到，中国劲酒·金标采用精酿、精选、精制的制作方法，以七眼深山泉水为酿酒水源，精选蛹虫草、黑枸杞、人参等原料，采用数字提取2.0先进生产技术酿造而成。风味清醇绵甜，性温味暖的金标劲酒，与冬季美食搭配起来，两者相得益彰，使得美食更为健康，达到秋冬养生效果。体验会期间，被邀请而来的劲酒忠诚消费者和意见领袖们纷纷表示，通过这次体验会，他们对秋冬养生美食有了新的认识。

一年开了2000家，门店扩张实现“luckin速度”

瑞幸咖啡明年能否跃升业界巨头？

□半岛记者 关瑛

近日，瑞幸咖啡上海新世界大丸百货店正式营业，这是其在全国的第2000家店。不到一年时间，瑞幸咖啡成功实现2000家门店开张的佳绩，这意味着瑞幸咖啡已提前完成了2018年的门店扩张计划。这款业界黑马也将有望在2019年，从新秀晋升为咖啡业界的巨头。

咖啡界瑞幸速度 一年开出2000家店

12月25日，瑞幸咖啡的第2000家门店正式营业，创下咖啡行业门店扩张新纪录。

新世界大丸百货店位于上海南京

路步行街，覆盖和平饭店与外滩商圈等，随着此店营业让瑞幸咖啡真正实现了在北京、上海等城市核心区500米范围内100%覆盖，顾客步行5分钟到达。而在青岛，瑞幸咖啡的门店也已经覆盖了市南、市北、李沧等多个区的商业中心及写字楼集中地。

1年时间开出2000家门店，瑞幸咖啡的建店速度在业内是史无前例的。业内人士分析，如果按这样的速度，瑞幸咖啡的门店有望在2019年起超国际知名咖啡品牌。中国食品行业分析师朱丹蓬也表示，瑞幸咖啡创造了食品行业的“luckin速度”，快速密集的门店布局，不但有利于提高用户咖啡消费的便捷性，还能提高公司的竞争壁垒，为未来

规模经济的释放奠定基础。

8亿换千万用户 远低于互联网获客成本

门店激增的同时，瑞幸咖啡的市场份额也不断扩大。最新数据显示，目前已经进入22个城市，拥有1200万消费用户，咖啡销售杯量达8500万。

瑞幸何以能快速扩张？上述业内人士表示，新品牌迅速打出知名度，其线上+线下的多渠道引流功不可没。通过线上的瑞幸APP、朋友圈LBS广告、腾讯小程序、美团外卖、企业API平台，以及线下布局的门店，让瑞幸咖啡真正实现无限场景，触手可及。

当然，这也离不开其过硬的产品质量。瑞幸咖啡一直选用埃塞俄比亚等全

球四大著名产地的上等阿拉比卡当季咖啡生豆，调配最适合国人口味的咖啡配方。11月份，通过10个月用户信息采集与口感反馈，瑞幸咖啡又升级了原有配方，并在IIAC 2018国际咖啡品鉴大赛上斩获了意式浓缩组金奖。

快速扩张同时离不开资本的助推。下一步，瑞幸仍会在不同的时期采取不同的方式对用户进行补贴，在坚持高性价比和高便利性的基础上，为客户提供高品质的咖啡。朱丹蓬表示，瑞幸启用快速增长来消灭问题的方式，按照瑞幸亏损8.57亿、消费用户1200万来计算，瑞幸平均每个获客成本才不到80块（71.4元/人），这相比当下多数互联网领域已高达二三百元的人均获客成本来讲非常划算。