

啤酒海鲜灯光秀! 大数据“画像”青岛夜生活

喝啤酒撸烤串、沿海景点拍照打卡、看演出唱KTV……绚烂的夜青岛,你选择哪种方式过夜生活?根据新浪微热点大数据平台统计,在2019年7月1日至2019年9月11日期间,相关“青岛夜生活”的信息量达20.6万条,其中39.21%的信息来自于微博,可见微博是“青岛夜间旅游”的主要信息来源平台,我们通过这些信息针对人们夜间爱去哪儿、最喜欢去哪吃饭、最爱吃什么等话题做了调查分析。

观灯赏景

夜间旅游户外景区热度高

青岛作为知名旅游城市,每年都有全国各地的游客来青避暑游玩,从关注“青岛夜间旅游”网民的地域分布来看,山东排在第三位,广东和北京的网民对“青岛夜间旅游”相关信息更加关注,分别发布了5.6万条和5.3万条相关信息。此外,上海、江苏、浙江、河南等地的网民也对“青岛夜间旅游”相关信息比较关注。

7月1日至9月11日,在景区、商场等夜间旅游

地点中,对“金沙灘”的议论热度最高,为1.67。其次为“栈桥”,热度指数为1.13,“五四广场”排名第三,热度指数为1.04。“青岛夜间旅游地点热度TOP10”均为户外景区,可见游客在进行夜间旅游时,更青睐户外景区。

关注五四广场和帆船中心的网友中,关心灯光秀的网友分占51%,关注游船项目的占6.6%。

吃遍全城

螃蟹在海鲜中脱颖而出

臭豆腐、爆肚、烤鱿鱼、烤冷面……冒着香喷喷的热气,油滋滋作响,充满烟火气的小吃街是生活的味道,在青岛的小吃街上,你可以吃到各式各样的特色小吃。

赋有历史底蕴的劈柴院在微博上最为热议,里面隐藏着许多青岛老字号小吃,被全国各地网友所熟知,关注度最高。台东因为汇聚了全国各地的小吃,深受青岛本地各年龄段人喜爱,关注度排名第二。登州路啤酒街、李村夜市、闽江路美食街紧随其后。

吹着海风喝啤酒吃烤肉是青岛夏季街头巷尾最为常见的景象。据数据统计发现,西海岸居民和游客是“撸串”大户,其次是即墨区、崂山区、市南区。海鲜更是来青岛必吃的东西,其中,网友最为关注螃蟹和蛤蜊,清蒸螃蟹、辣炒蛤蜊都是喝酒必备酒肴,排名第三的海参也是许多游客的伴手礼佳选。

撸串除了配啤酒之外,各类网红饮料也让年轻人跃跃欲试。崂山可乐不仅味道好喝,特别,更因其在崂山矿泉水中加入乌枣、白芷、良姜、丁香等多种中草药成分而让它多了一份健康。崂山矿泉水排名第二,第三名的崂山白花蛇草水一直被网友列为最难喝饮料之一,其实,它可以有效解酒、护肝、养胃、解毒、清热,堪称健康饮料之珍品,喜欢它的人爱不释手,不喜欢的人着实一口也喝不下去。

除了简单的街边小吃,许多具有青岛特色的老字

号饭店备受游客关注。其中,始建于清光绪十七年(1891年)的春和楼最为瞩目,就连康有为也隔三差五要来打个牙祭,香酥鸡、大虾仁蒸饺、红烧大肠都是评价较高的热门菜品。除此之外,开海、青岛饭店、前海沿也都是来青岛请客吃饭的好地方。

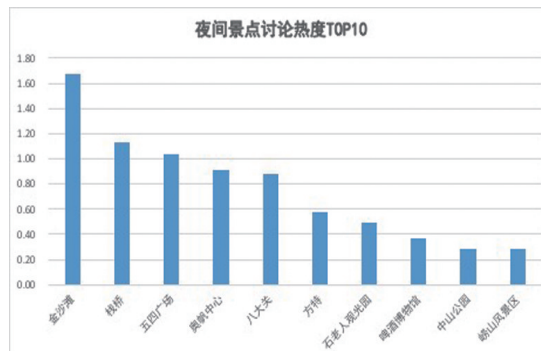
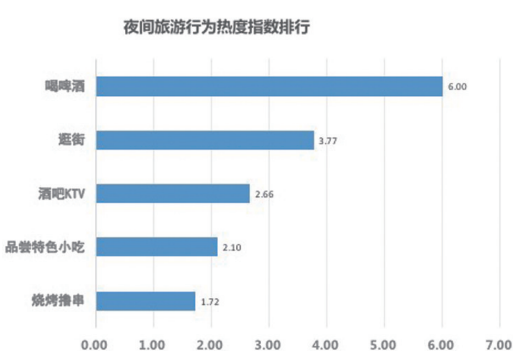
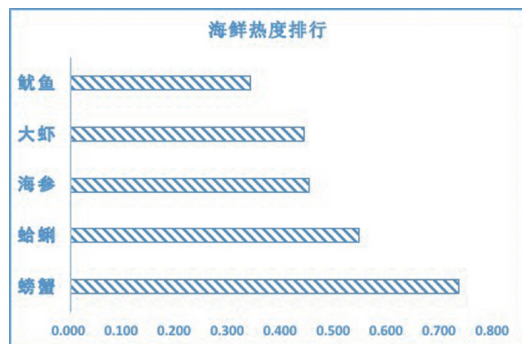
NO.1 劈柴院

NO.2 台东步行街

NO.3 登州路啤酒街

NO.4 李村夜市

NO.5 闽江路美食街



开怀畅饮

喝点小酒成为“晚上最爱”

作为老青岛人,晚上打一袋子扎啤,冰冰凉凉最消暑气。

通过统计发现,讨论晚上“喝酒”的热度最高,为6;“逛街”的热度指数为3.77;第三是去“酒吧KTV”等娱乐场所,热度为2.66。

今年,青岛的多条酒吧街陆续开放,聚集着各色酒吧的广场、街区成为夜生活人流的主要聚集点。来自市文化和旅游局的统计显示,截至目前已累计推动全市14条酒吧街开街,营业酒吧总数达115家,其中有驻唱的酒吧94家,驻唱乐队92支。多年来,中联广场一直有各种风格的酒吧入驻,成为网友关于酒吧最关注

的地方,除此之外,香港中路沿线的酒吧、情人坝的酒吧街也备受关注。

一年一度的青岛国际啤酒节更是为爱喝啤酒的市民和游客提供了一个畅饮的好场所,随着喜爱啤酒节的市民和游客不断增多,设置了许多分会场,据统计数据发现,西海岸啤酒节最受网友关注。进一步分析“金沙灘”的夜间旅游数据可以发现,在“金沙灘”的关键词云图中有“啤酒节”“金沙灘啤酒城”“国际啤酒节”等词的出现,侧面表明第29届青岛国际啤酒节的举办对“金沙灘”的夜间旅游热度有提高的作用。其中,青岛啤酒当仁不让地成为最受网友关注的啤酒,其次为百威、纯生、喜力。

彻夜狂欢

音乐节带热夜间演出

狂欢、派对、音乐……这些元素让这个夏天多了一份激情,凤凰音乐节、迷笛音乐节、电音节等活动的举办丰富了人们夜间的活动。据统计,由于凤凰音乐节、电音节的举办,凤凰大剧院的热度占比最多,其次是青岛大剧院。据悉,2019青岛大剧院艺术节也将在9月19日至11月17日,共策划38个项目、55场演出,10个国外项目,

28个国内项目,几乎天天有演出、日日有活动。

舒适度、美食、设施……酒店在旅行中占有着重要的地位。据统计,网友对于酒店的下午茶、大堂、餐厅、婚礼、酒廊等议论较多,可见,酒店的食物是网友关注的重点。在青岛的众多星级酒店中,香格里拉大酒店的热度最高,其次是蔚新大厦、威斯汀酒店、黄海饭店。



青岛财经日报/青岛财经网记者
赵震 王泽佩 王雪丽 朱曦

「首店经济」蓬勃发展的中国消费市场三大信号

“夜经济”被点亮的同时,“首店经济”也在发光。蓬勃发展的首店背后,蕴藏着中国消费的新潮流、新密码,折射出中国消费市场三大信号。

新品牌抢滩,“老字号”发力

从全球最大的会员制仓储连锁超市开市客到丹麦玩具巨头乐高,从外资企业到中华老字号,今年以来,多个类别的首店在各地落地生根,为消费市场注入新鲜、带来活力。

开市客中国大陆首店开业当天被挤爆的消息成为零售界热议的话题。记者在现场看到,开市客超市内销售的商品没有华丽的装饰和过度包装,性价比相对较高。这家超市覆盖的门类也非常有特色,包括钻石、黄金、名牌香水、大牌包包、光学眼镜、鲜花等一般超市很少涉及的品种。

首店不仅吸引人们“买买买”,还成为城市“打卡地”。丹麦乐高集团近期在西安开出其在中国西北地区的首家品牌零售店,栩栩如生的兵马俑和庄严的钟楼3D模型、还原古都长安风韵的马赛克壁画,吸引了不少游客驻足观看。

首店并非外资零售企业所独有,不少本土企业也迎来了自己的“首店之春”。

在跨界推出的润唇膏、香氛系列产品大受欢迎之后,国民奶糖大白兔近日在上海新开设了一家“快闪店”,联手巧克力品牌歌帝梵主推冰淇淋产品,一时间成为社交媒体上的“新网红”。“大白兔”方面表示,下一步还将把“快闪店”模式向杭州、北京、成都、西安等城市复制推广。

新零售企业盒马鲜生今年7月在昆明开出了云南首店,除了进口海鲜、新鲜蔬果等主打商品,还积极向本地口味靠拢,开发出干巴菌韭菜花蒸、剁椒蒸等海鲜烹饪方式,把海鲜原料和滇味结合起来,“烹制”出丰富的味觉感受。

蓬勃发展的中国消费市场三大信号

相关市场机构的统计数据显示,今年上半年,上海、北京、成都分别引入首店498家、328家、237家,排在全国前列。这只是一个缩影,蓬勃发展的“首店经济”折射出消费市场三大信号。

——只要创新商业模式,就能打开发展新空间。千变万变,唯变不变。中国的消费者并不缺购买力,只要能提供更具有性价比的商品、更优质的服务、更独特的体验,消费者愿意为之买单。

以开市客为例,这家会员制超市的最大特点是商品毛利率低,会员费是其盈利的主要来源。2019财年前三季度,开市客净利润为25.62亿美元,而会员费收入就达到23.02亿美元。开市客在中国大陆门店开业前推出了入会费优惠,从原本的299元下降到199元,在开业前就吸引了数万名会员进行注册。

——中国市场魅力不减,外资零售看好中国。在蓬勃发展的首店经济中,外资是重要参与力量。同济大学国家创新发展研究院副院长石建勋认为,开市客的开业火爆是中国市场潜力巨大的最好见证。

一个颇有意思的案例是日本知名百货高岛屋的“欲走还留”。6月一度宣布退出中国市场的高岛屋近日声明表示,将继续运营上海门店。高岛屋态度大转变,最根本的因素是“看好中国市场”——在宣布关店之后的7月,高岛屋整体销售额超过1亿元,跃至上海全市单体百货排行第四。中国市场的热情,让高岛屋最终做出了留下的决定。

——多点开花与市场下沉正为消费增长提供新动能。首店并不是一线城市和沿海地区的专利,中国内需市场之大,可以多点开花、梯次跟进,这为消费增长提供了源源不断的动能。

近期发布的《2019上半年西安首店报告》显示,今年上半年西安共引入各类品牌首店84家,其中,中国大陆首店6家,西北首店32家。乐高集团中国区总经理黄国强说,下一步乐高将去更多的新一线城市和二线城市开店。

从“爆红”到“长红”还需多方助力

蓬勃发展的首店使得居民在消费时拥有了更丰富的选择。然而,首店从开业时的“爆红”,到持续发展的“长红”,离不开政策、企业和消费者的多方助力。

今年8月,国务院办公厅印发《关于加快发展流通促进商业消费的意见》。其中提到,因地制宜,创造条件,吸引知名品牌开设首店、首发新品,带动扩大消费,促进国内产业升级。

之前企业每开一家门店,需要重新办理营业执照、食品流通证、烟证等相关证照,这样“重复”的办证流程制约着企业的开店周期,也带来了额外的空置成本。奥乐齐中国区相关负责人称,根据最新出台的“一照多址”新政,未来连锁企业开店不仅申请材料减半,还有望享受当场办结的“绿色通道”服务。“以后开新店都只需要备案,一下子就便利很多,希望类似的政策能多多益善。”

不少消费者表示,首店只是吸引大家打开新消费的第一步,“长红”关键还是看其产品和服务,是否能真正满足美好生活需要。倘若体验和口碑不好,再好看的首店可能也就是一个“空壳子”。

“这离不开跨国公司的本地化学习和老字号的年轻化学能力。”上海市商业经济学会会长齐晓斋表示,中国市场潜力巨大,但不等于所有的企业都能在中国市场一帆风顺,如何更好利用大数据、线上线下协同等方式,了解中国消费者的需求,并基于这样的需求进行商业模式和服务的创新,至关重要。

据新华社电

太平人寿向海大学子宣传金融知识

青岛财经日报/青岛财经网讯(记者 崔峰)在“金融知识进万家”宣传服务月活动启动之际,为进一步提高大学生群体对金融产品和服务的认知能力,提升金融消费安全意识,太平人寿青岛分公司日前特邀中国海洋大学90余名师生,展开了一场别开生面的金融知识宣教活动。

太平人寿青岛分公司首先以讲座的形式向海大学子们详细讲解金融知识,对青年学生风险辨识度较低、抵抗诱惑能力较差等特点进行分析;结合“校园贷”等典型案例,揭示了校园网络欺诈、非法集资、反洗钱等非法金融服务的危害;倡导大学生要加强自身的金融

知识,树立正确的人生观和消费观,自觉抵制非法金融活动,提升自我保护能力。

讲座结束后,太平人寿青岛分公司组织海大师生参观职场,进一步感受“防范非法金融活动”良好氛围。公司还向海大师生现场发放金融知识宣传折页,并对折页内容进行讲解;带领海大师生参观职场内悬挂的“防范和打击非法集资”“反洗钱”等宣传内容的条幅、海报及宣传金融知识的电子显示屏;共同观看金融风险宣传片,增强在校师生的风险防范意识。通过丰富多彩的形式使在校师生真切感受防范金融风险的意义,提高了宣传效果。

38家上市青企上半年贡献全市三成GDP

青岛财经日报/青岛财经网讯(记者 李冬明)记者日前从青岛证监局获悉,截至2019年8月末,青岛辖区38家上市公司披露了2019年年报,38家青岛上市公司上半年共实现营收1972.11亿元,增幅11.10%,占上半年我市GDP的三成,高于全国上市公司营收增幅1.75个百分点;共实现净利润147.28亿元,增幅5.75%,低于全国上市公司净利润增幅0.81个百分点;2家亏损,盈利面95%,高于全国上市公司盈利面7个百分点;总市值约4000亿元。

在地方经济中发挥中坚作用。38家上市公司上半年共实现营收1972.11亿元,增幅11.10%,占上半年我市GDP的三成,高于全国上市公司营收增幅1.75个百分点;共实现净利润147.28亿元,增幅5.75%,低于全国上市公司净利润增幅0.81个百分点;2家亏损,盈利面95%,高于全国上市公司盈利面7个百分点;总市值约4000亿元。

直接融资超去年全年

今年以来,辖区9家上市公司直接融资合计151.25亿元,超过去年全年总额,全部为股票融资。其中,8家公司首发融资88.22亿元,1家公司(天华院)发行股份购买资产63.03亿元。此外,汇金通申请非公开发行股票融资不超过4亿元,已获证监会核准;利群股份申请发行可转债融资不超过18亿元,正在审核阶段;天能重工和青农商行两家公司筹备发行可转债,金额分别为不超过7亿元和50亿元。

并购重组走向全球

上半年,辖区上市公司完成并购重组6起,总规模118亿元。海尔智家完成对意大利Candy公司的收购,交易金额38.05亿元人民币,不断优化资源整合能力、发挥全球战略协同优势。完成本次收购后,海尔智家实现了七大品牌布局与全球化运营,上半年公司海外收入占比达到47%。

青岛金王根据发展战略,出售子公司杭州悠可100%股权,进一步聚焦数字化新零售业务,本次交易金额14亿元,在显著改善公司现金流的同时,直接减少公司商誉账面价值7.86亿元,提升了公司整体抗风险能力。

整体业绩稳中有增

上半年,辖区上市公司业绩整体稳中有增,继续

经营质量持续向好

上半年,辖区上市公司专注主业,共实现扣非后净利润132.84亿元,同比增长3%;34家公司上半年扣非后净利润为正,占比约九成。大多数公司自身造血能力较强,现金流较为健康。实体上市公司中,经营性现金流为正数的公司22家,较去年增加1家,经营性现金流净额合计数虽然小幅下滑4%,但仍保持在100亿元以上;投资活动现金流净额合计数继续扩大,2/3企业的投资活动现金流为净流出,反映出企业增加投资、扩大生产的积极性较高。

头部公司表现稳健

作为辖区资本市场的基本盘、优等生,5家头部公司实现了高于平均水平的快速增长,营收合计1303.58亿元,净利润合计116.44亿元,同比分别增加12%、9%,占辖区整体营收和净利润的66%、79%。

在家电市场低迷背景下,海尔智家营收989.8亿元,同比增长9.38%;净利润51.5亿元,同比增长7.58%。

青岛港实现营收60亿元,净利润20亿元,分别增长12%、6%,上半年货物和集装箱吞吐量分别继续保持全国沿海港口第五位,外贸吞吐量继续位居全国沿海港口第二位、北方港口第一位。

青岛银行和青农商行净利润分别增长9%和13%,不良贷款率分别为1.68%、1.46%。

青岛啤酒通过品牌及品种结构优化提升等举措,净利润同比增长25.21%。