

烟台新春年货会 31日盛大启幕

为市民和商家打造城市级新春消费目的地

本报讯(YMG全媒体记者 金海善)记者昨天从有关部门获悉,“山东海洋大集暨2026烟台新春年货会”将于2026年1月31日至2月11日在烟台国际博览中心举办。这场以“山海团圆·全城热购”为主题、历时12天的消费盛会,旨在融合传统年俗与前沿科技,为市民和商家打造一个集文化体验、一站式采购、互动娱乐于一体的城市级新春消费目的地。

与以往不同,本届年货会由烟台市工商联与烟台市融媒体中心首次联合推动,不仅是企业商家展示特色、拓展市场的重要平台,更是工商联系统主动作为,带领百家商会、千家企业集体“闯市场”的创新实践。市工商联相关负责人表示,这将是“服务企业、赋能发展,共同激活城市消费活力的一次重要实践”。

规划创新:两大主题馆营造沉浸式体验

本届年货会紧扣“品牌IP提质、传统年俗焕新、广电资源赋能”三大主线,科学规划展区,全面提升展会格调与辨识度。展会设置序厅及“寻味中国年”(B馆)、“焕新享新年”(A馆)两大主题展馆。

序厅作为流量入口,以“福启港城”为主题,整合胶东大秧歌展演、微短剧选秀、全龄段文艺演出,

并特别打造“温暖年代光影秀”科技亮点,通过AI技术实现观众实时换装与老照片动态焕新,结合机器人互动,营造怀旧与趣味兼具的打卡氛围。

B馆“寻味中国年”重点打造沉浸式“胶东年俗大街”,集中展示非遗年货并进行民俗表演,设置“烟台特色专区”与“全国特产展区”,实现本

地风味与全国各地特色年货的一站式购齐。

A馆“焕新享新年”则侧重潮流与惠民,重点推出“融媒惠民产品专区”,提供新春大礼包展销与共享直播间服务,赋能商家线上线下融合销售。同时,“非遗手造专区”与“潮玩文创专区”将汇聚非遗传承与国潮文创,吸引年轻消费群体。

亮点纷呈:六大创意举措激活全域流量

为打造“商家愿来、市民爱逛”的双赢局面,本届年货会精心设计了六大创意亮点:

1. 品牌形象升级:通过高规格特装展位与差异化主题装饰相结合,摒弃传统“摊位罗列”形式,树立高端城市展会形象,强化“城市名片”属性。

2. 流量热点制造:在A、B馆每日

筛选优质商家开展“免费赠礼”活动,为其免除展位费并提供宣传倾斜,以此形成“每日新热点”,吸引市民重复逛展,并带动周边展位招商。

3. IP商品打造:推出“2026烟台新春大礼包”专属IP商品,依托“广电出品”公信力,实现“线上蓄客、线下核销”的引流闭环。

4. 中小商家孵化:创新推出“零展

位入驻”方案,商家可将产品委托广电专区统一运营销售,按比例分成,降低参与门槛,丰富展会品类。

5. 招商工具创新:制作展会3D宣传视频,直观呈现展会规划与效果,提升招商效率与成功率。

6. 权威背书强化:邀请行业协会、头部企业及大型采购商巡展,提升展会公信力与行业影响力。

商会聚力:“工商联专区”成最大亮点

“工商联专区”将成为本届年货会最亮眼的板块之一。主办方将在A、B两馆预留充足展位,进行整体设计包装,打造专属形象专区。在筹备调度会上,35家直属商会积极响应,现场讨论热烈。

内蒙古商会、青年企业家商会、福建商会、山西商会、黑龙江商会、河北商会、湖北商会等代表纷纷表态,将积极组织会员企业携特色产品参与,如草原特产、海产品、鹿茸酒、五常大米、金黄小米、沙棘汁等。

还有商会代表提出设立“乡村振兴产品展示专区”、尝试“源头直播”等建设性意见,与工商联“会员商城”计划形成联动,共同激发内需潜力。

目前,年货会各项筹备工作已全面提速。一场汇聚山海风味、融合传统与现代、惠及商家与市民的新春消费盛宴正蓄势待发,等待全城热购。



莱阳志愿者关爱农村老人

为50位80岁以上的老人送去年货



本报讯(YMG全媒体记者 纪殿国 通讯员 刘春妍 李建阳 王瑞亭 摄影报道)1月15日上午,莱阳市万第镇黄金沟村洋溢着浓浓的节日氛围,优秀志愿者姜丽娜携手莱阳市菜哥公益联盟的8名志愿者、7位书法家,走进该村开展新春送温暖活动,为全村50位80岁以上的老人发放年货,并向村民赠送福字,传递社会大家庭对老人们的新春祝福。

今年30岁的姜丽娜是黄金沟村人。10年前,她回乡创办蔬菜加工点,扎根乡土创业。自两年前起,每年岁末,她都会主动为村里80岁以上老人及

周边村庄的孤寡老人、残疾人发放年货。这次,她带来的年货有大米、挂面、鸡蛋、点心、砂糖桔、海参粥以及红彤彤的福字,这不仅是一份新春礼物,更承载着她对乡亲们的深厚情谊。短短一上午时间,姜丽娜和志愿者们为50位老人发放了价值1万余元的年货,7位书法家创作并赠送福字书法作品140余幅。

此次新春送温暖活动,不仅给老人们带来了物质上的关怀,更送上了精神上的慰藉。红纸墨香间、欢声笑语中,黄金沟村洋溢着温馨喜庆的气氛。

记者了解到,在家风的熏陶下,姜丽娜从小就懂得了“帮助他人”的意义。姜丽娜走上公益之路后,助人为乐成了她一直坚持的信念。10多年前,为了给乡

亲们更多支持,姜丽娜做了一个重要决定:放弃进城发展的机会,回到故乡黄金沟村创办蔬菜加工点,为村里和周边百余名村民提供了就近工作机会。她还把生意的收益,变成了支撑公益的力量。10年来,她平均每年帮助10个家庭,累计让百余户家庭得到帮扶,捐赠款物总价值超过20万元。

姜丽娜这位从黄金沟村走出去又回归乡土创业的年轻人,用她的善良与坚持,温暖着身边的父老乡亲。“尊老敬老是中华民族的优良传统,春节即将到来,我们给老人们送年货,送祝福,让老人们感受更多来自社会大家庭的温暖。”

去年莱山区楼市 成交量和价格均领跑全市

本报讯(YMG全媒体记者 杨健)去年一年,烟台楼市表现咋样?记者昨天从腾策数据获悉,2025年,烟台六区商品房总成交量与前两年相当,成交均价与2024年基本持平。莱山区以全年成交33.2万㎡、成交总量占比30%的成绩单领跑中心各区,均价12233元/㎡同为各区中最高。万科·天琴湾成交金额、面积为全市各项目中最高,120-130㎡成为成交最集中的面积段。

去年,烟台楼市跌势明显收窄,从“规模化增长”转向“结构化生存”。从区域看,莱山区成交量、价格双双领跑,芝罘区紧随其后,高新区则受益于改善项目集中入市,量价实现同比双升。而福山区、牟平区则更多承担了价格敏感型需求,以价换量特征显著。市场不再依靠全市普涨驱动,而是由几个核心优质板块,凭借产品力与资源禀赋,率先构筑起价格防波堤和交易活跃池。

得益于高品质住宅的持续布局和建设,2025年,在成交量、价格前十的楼盘中,高品质住宅占据了绝大多数。其中,全市商品房销冠万科·天琴湾,单盘贡献8.01亿元,成交面积4.8万㎡。莱山区多个单价领先的板块,几乎都由蓝天翰文苑、正大青特尚誉府、蓝天博识雅苑、长安映月等主打“高品质”标签的项目支撑。开发区的盈科翠园、绿城蘭园以及海信君悦,同样以改善型产品获得市场青睐。而在销售额前十房企中,外地与本土房企各占5席,万科以14.26亿元销售额继续领军,蓝天集团以6.98亿元紧随其后。

而在市民最为偏爱的户型方面,改善型需求对市场的助推作用格外明显,120-130㎡成为成交最集中的面积段。莱山区、开发区、芝罘区的主力成交总阶段已上移至110万元以上,160㎡以上的中高端改善产品,开始成为市场向上的新增长极。改善型需求,正在从过去的“可选消费”,变成如今支撑市场活跃度的“主力消费”。