

即墨服装市场加快从批发集散地向复合型商圈转型——

当T台搬进服装档口

□青岛日报/观海新闻记者 王 涛 通讯员 孙静秋 田磊阳

刚刚过去的中秋假期,即墨服装市场里烟火气与时尚撞了个满怀。

白天,主市场档口人来人往,背着大包的外地采购商穿梭过道,指尖摩挲面料,跟商户核对拿货数量。暮色降临,蚂蚁市集的灯光成片亮起,年轻游客三三两两结伴闲逛,打卡市集小吃。

作为2026青岛时装周即墨时尚消费季主阵地,自9月16日活动开启,T台直接搬进交易大厅。模特从档口旁缓步走过,拿货客商、探店博主、普通市民挤在一旁,看秀、选货、拍照同时进行。

热闹的中秋人流,是观察老市场转型的一扇窗口。

这里早已不是印象里堆货走量的传统批发市场,正向着“时尚产业平台+商圈化消费场景”悄悄蜕变。这场改变不止墙面翻新,更重塑商户经营思路,编织起白天批发、夜晚潮购、线上赋能、线下体验的全新消费链条。



■T台走进服装档口。



■改造升级后,服装档口更具体验感。



■改造后的即墨服装市场兼具零售和批发功能。

档口之变重塑经营逻辑

“以前六七平方米的小店,人都转不开身,衣服只能一摞摞堆地上。”风格女装店主高丽丽回忆起早年的经营场景,感慨颇多。

高丽丽从事服装批发15年,早些年,她的店铺局促狭小。货品放不下,大部分堆叠在一起,没法完整挂版陈列,只能做少量单品,想上外套、羽绒服都有心无力。“客人来拿货,连落脚的地方都紧张,摆不出来的款式,基本就卖不出去。”

市场改造后,高丽丽搬进29平方米的新档口。如今店内裤子、小衫、大衣、羽绒服、皮草整齐悬挂陈列,全品类女装一目了然。“店大了,客户选货不压抑,体验完全不一样。”高丽丽笑着说,改造之后店铺人流量上涨,销量直接翻了一倍,虽说租金相较之前略有提高,但经营状态明显向好。

同样感受到空间红利的,还有初诱针织的店主梁丽。市场改造前,她在南边二街有一个80平方米的铺面,各类内衣家居货品混堆陈列。小商品挤在一起,客商选品要在一大堆货物里翻找,费时费力。如今新店连同仓库接近500平方米,店内清晰划分内衣区、美背区、吊带区、内裤区、男裤区、家居区。“现在分区摆开,顾客想要什么品类,走到对应区域就能挑选,一目了然。”梁丽说。

档口扩容、分区陈列,不只是面积数字的增长,更是经营逻辑的转变。过去受限于狭小空间,商户不敢多备货,上新束手束脚。改造升级之后,开阔通道、完善灯光导视,部分店铺增设试穿区与洽谈位。客商不再埋头于货堆翻找,可以从容对比样衣。

目前,即墨服装市场DDM女装区、江浙沪女装区、仅发针织城已经完成升级,B

区一楼、C区一楼提升工程还在持续推进。淘汰低效业态,引导商户从“堆货走量”转向“展示选品”,拿货和逛街两种模式在这里和谐共存。

从单一批发市场到多元消费场域

硬件完成更新,业态创新紧随其后。品智公元综合体与服装市场相互呼应,构建起全维度休闲生活场景,精准契合年轻人、亲子家庭休闲需求。

品智公元通过产业互联网赋能,打通“产业链+供应链+消费链”。这里集聚直播基地、供应链整合、服装质检配套,300多家民营企业聚链产销,吸纳10万级创业者扎根于此。曾有一场直播7小时销售额破千万元,观看量高达389.7万人次。线上流量源源不断反哺实体档口,批发商不再只守着门店等待客商上门。

综合体业态丰富多元,特色咖啡店、各类特色餐饮满足味蕾需求;非遗工坊承载本土文化,沉浸式感受传统手工艺;游乐厅适合孩童放肆玩耍,特色宠物经济板块更是圈粉年轻打卡群体,撸宠、休闲、社交一站式实现,是逛完服装市场后休憩放松的绝佳选择。

品智公元打造的“蚂蚁市集”,则为这片商贸区增添了一把“烟火气”。这里以音乐为纽带,把餐饮、文创、社交揉在一起。傍晚时分,美食摊位前人头攒动,驻唱歌手的旋律从广场飘进档口通道。数据显示,市集单日最高客流可达3万人次,消费群体以90后、00后为主,顾客平均停留时间约两小时。

不同业态互通互补,让即墨服装市场商圈打破传统批发市场单一购物局限。在这里,批发采购、日常买衫、亲子游玩、青年打卡、文化体验均可同步实现,差异化业态

相互引流、彼此赋能。

商圈化转型书写老市场新答卷

叠加时装周时尚消费季与假期双重热度,即墨服装市场客群结构正在发生变化。

市场里,除了常年往来的外地拿货客商,20至35岁的本地年轻消费者占比持续走高。越来越多商户学会一手抓线下批量走货,一手抓线上引流,既有批发也有零售,一套货品适配多种销路。

服装产业链间也在加强横向协同。本次时装周消费季开幕当天,现场签订了即墨针织城、童装城相关战略合作协议。各方将在市场改造提升、新兴业态培育、区域品牌塑造、客商引流、运营服务提质等方面深度合作。而青岛国际饰品城的落地,则补齐配饰短板,“生产—展示—销售”的产业闭环进一步完善。

市场转型,并非一蹴而就。时装周、消费季是软实力造势,能带来曝光与短期客流;空间改造、分区运营、线上配套,则是市场发展的硬底盘。

“硬件业态跟不上,热闹只能是一阵风。只改造环境,缺少曝光引流,很难打破固有圈层。”市场运营人员介绍,即墨服装市场选择二者并举;用时尚活动引爆热度,依靠商圈化改造夯实长期竞争力,推动市场从简单承租的物业场地,转型为综合产业服务平台。

回望来时路,即墨服装市场从墨水河边的地摊起步,历经多轮搬迁迭代。曾经比拼低价、比拼规模;如今比拼场景、原创设计与供应链服务。批发的根基没有丢掉,消费、社交、线上赋能不断叠加。

T台走进批发市场,一间间昔日小商铺蝶变为质感老店,年轻人专程前来打卡逛街……一个个鲜活的现场片段,正是老牌市场的新生印记。

即墨区工商联发布“墨商·家”温暖赋能服务品牌

“1+5+N”赋能行动启动

□青岛日报/观海新闻记者 王 涛 通讯员 张雯娟

日前,即墨区工商联发布“墨商·家”温暖赋能服务品牌,同步启动“1+5+N”赋能行动。

“工商联是民营企业之家,‘墨商·家’就是要让企业家在即墨安心经营、放心投资、专心创业。”即墨区工商联党组书记孙介明表示,“墨商”是即墨民营经济人士的共同身份标识,“家”是工商联作为“民营企业之家”的定位回归,体现“此心安处是吾乡”的情感归属和“家人同心、其利断金”的发展合力。

围绕“墨商·家”主品牌,即墨区工商联创新构建“1+5+N”品牌矩阵:“1”即“墨商·家”主品牌;“5”即“墨商·红心之家”“墨商·赋能之家”“墨商·活力之家”“墨商·责任之家”“墨商·成长之家”5个子品牌体系;“N”即所属商会和民营企业特色品牌,形成上下联动、百花齐放的生动局面。

品牌落地,关键在机制。即墨区工商联推出混合编组、轮值组长、领办项目三项机制创新。将企业家副主席、副会长、常委、执委统筹混合编组,每组设组长、秘书长各一名,实行企业家副主席、副会长驻组指导,让不同职务、不同领域、不同行业的企业家在同一个小组里碰撞思想、互通信息、抱团发展。

“以前参加活动,更多是‘听会’;现在混合编组、轮值组长,每个人都有任务、有角色,大家的积极性一下子被调动起来了。”企业家执委于沛敏说。轮值组长制度让组内成员轮流担任组长,牵头参与活动组织、联络协调,变“少数人忙”为“大家一起干”,增强小组活力和凝聚力。

此外,即墨区工商联还全面推行企业家副主席、副会长领办项目制度——立足自身优势自主确定领办方向,每人每年至少领办1个项目,方向涵盖政治引领、政企对接、产业协作、商会建设、社会责任,其他支持六类。“领办项目目标是将企业家的资源、行业影响转化为‘墨商’品牌建设的具体成果。”企业家副主席王俊先表示。

品牌建设,重在落实,贵在长效。即墨区工商联建立“任务清单+责任清单+时限清单”三单管理机制,推动品牌建设与“两个健康”工作主题深度融合;以企业需求为导向,持续深化政企沟通机制,搭建产业对接、金融赋能等服务平台;发挥企业家副主席、副会长示范引领作用和执委小组阵地作用,推动履职清单、领办项目等制度落地见效。

即墨区行政审批再升级

开办超市便利店 一窗联办多证同发

□青岛日报/观海新闻记者 王 涛 通讯员 苏 帆 李嘉赞

“原本以为办证要跑好几个地方,需很长时间,没想到在一个窗口提交一次材料,没几天就拿到三个证照。”近日,在即墨区政务服务中心的开办超市、便利店“一件事”服务专窗前,经营中大型商超的赵先生连连称赞。

今年6月,在青岛市行政审批服务局的统筹指导下,即墨区推出开办超市、便利店“一件事”多事项集成联办服务,打造专属服务套餐,全面简化办事流程、重塑审批模式,实现开店审批一窗受理、一套材料、并联审批、多证同发、免费邮寄,大幅压缩开店时限,让商户办事更省心、开业更快捷。

赵先生表示,此前开办商超,需要跑多个部门单独提报材料办证,流程繁琐,耗时漫长。依托“一件事”联办服务,他仅填写一张综合申请表,一次性提交经营场所布局图、身份证明、场地证明等材料,就同步申报了营业执照、食品经营许可证、公共场所卫生许可三大高频证照,省去了多头奔波的麻烦。

据了解,即墨区开办超市、便利店“一件事”服务套餐覆盖面广、适配性强,涵盖营业执照、食品经营许可证、烟草专卖零售许可、公共场所卫生许可、营业前消防安全检查、城镇污水排入排水管网许可等10个事项。商户可根据自身门店的经营规模、经营品类按需勾选、组合办理,真正实现“开店所有手续一站式打包办结”。

“材料受理后,各部门同步推进材料审查,现场核查,各环节无需等待,将原本23个工作日的总办理时限压缩至10个工作日,大幅缩短开店筹备周期。”即墨区行政审批服务局商事经贸二科科长房倩介绍,审批完成后,办理结果可选择窗口现场一次性领取,也可申请免费快递寄送到店。截至8月份,全区超市、便利店“一件事”办件量稳步攀升,已累计为300余家业户提供服务。

即墨区灵山街道抢抓宠物消费新风口

一片“宠物友好”草坪,打开乡村发展新空间

□青岛日报/观海新闻记者 王 涛 通讯员 张 倩

随着宠物经济的兴起,携宠社交、人宠同游已成为消费新趋势。即墨区灵山街道正尝试通过“一片草坪”接住这股浪潮——返乡创业青年把一次简单的“遛狗”,放大为“咖啡+餐饮+休闲+社交”的复合消费场景,也让“带着毛孩子去乡村”成为朋友圈里的新选择。

周末午后,灵山街道“向美而行”艺术空间的草坪上,金毛叼着飞盘撒欢奔跑,雪纳瑞追着同伴打滚,边牧在主人口令下敏捷穿梭。草坪旁,主人们端着咖啡闲聊,不时举起手机,记录自家宠物的“高光”时刻。

“就算开车40多分钟也值,市区这么大、这么软的草坪真不好找。”从青岛市区赶来的汪秀青感叹。如今,越来越多城区的爱狗人士,正把周末遛狗的目的地从城市公园延伸到灵山乡野。

这片草坪的主人,是返乡创业青年李茂骞。他从小在灵山长大,外出打拼过几年。一次返乡后,家乡的变化让他选择回到这片熟悉的土地:道路提升了、村庄美了,田园装置艺术季、采摘节、麦田音乐会,一场接一场,城里人开始往乡下跑。“灵秀原乡”片区的建设更让他看到了乡村发展的势头,也给了他返乡创业更足的信心。

“向美而行”艺术空间就此落地,产业也慢慢做大:咖啡饮品之外,引入年轻人喜爱的手工钩织,听取客人意见增加烤肉等特色美食,看到养



■灵山街道一片乡野草坪成了“毛孩子”的乐园。

宠家庭的遛狗需求,又把草坪打理成“毛孩子”乐园,发展起狗狗休闲、训练业务。把一次简单的“遛狗”,放大为“咖啡+餐饮+休闲+社交”的复合消费场景。

李茂骞的返乡创业之路,离不开街道的用心“托举”。“寻艺灵山·塑韵原乡”艺术季打造的艺术长廊里,雕塑作品散落田间;乡村记忆馆的老

物件,诉说着乡村发展的变迁;3D创富中心迎来研学团队;特色采摘园内,鲜果香沁人心田……片区“三区五方八景十园”26个打卡点串珠成链,“向美而行”正坐落其间。街道正在把宠物友好与采摘研学、艺术观光等线路结合,让“毛孩子”成为串联片区文旅的“新向导”。

同时,灵山街道坚持做好返乡创业人才扶

持,积极帮助做好宣传推广。“草坪刚收拾出来,就有游客循着片区活动找过来。人气就这样一点一点攒起来。”李茂骞说。

“向美而行”不是孤例,而是“灵秀原乡”这片土地上正在生长的新气象。一方良田、一域花海、一处处和美乡村、一季季鲜果采摘,还有麦田音乐会、田园装置艺术季等——一年四季活动不断,一批批游客走进灵山,赏田园风光,品乡土美食,感受“慢下来”的时光。

游客逛完田间地头,拐进小院喝杯咖啡、体验一把钩织;小院有了人气,又为街道添了一处打卡地,让“灵秀原乡”的名片更亮一分。农、文、旅、商四个字,在一杯咖啡、一片草地里悄然融合。人气旺了,大家的日子也跟着热闹起来。周末客流带火周边农产品销售和休闲采摘,给村民带来就近增收的机会。

“草坪上跑起来的不仅是宠物,还有乡村的人气。”灵山街道办事处副主任王琪表示,街道将持续做好返乡创业人才扶持,逐步研究推出“宠物友好微度假”线路,延伸宠物训练、寄养、摄影等业态,引导村集体和农户参与配套服务,把“打卡流量”变“消费留量”。

在灵山街道,宠物经济不再局限于一片草坪,而是把消费新需求转化为田园场景、服务产能和文旅流量,将发展红利落到经营主体和农户手中。