

“转”上发力 “链”出效益

即墨区构建现代化市场产业服务体系 在转型升级延伸服务链上提质增效

秋色尽染,气温渐凉。在即墨服装、农副产品等批发市场,热闹非凡,一派繁荣景象。在服装批发市场,店铺减少了,面积、品牌却变得“高大上”,一大批“00后”店主,以超前时尚的营销规模,让老市场与新时代更加亲密无间;在农副产品批发市场,只要键盘一敲,新鲜海货、肉类直接送达,从这里供应的农副产品与餐饮实现了无缝对接,降低了成本,活跃了市场业户,又让市民得到了实惠……

今年以来,即墨区市场建设服务中心积极应对经济发展大环境以及交通快捷化、信息扁平化和电子商务给专业市场发展带来的冲击,立足传统产业根基,抢抓市场产业“焕新蝶变”机遇,不断做优市场“软环境”,筑牢发展“硬支撑”,以新动能、新业态、新模式作为推动市场转型升级的重要引擎,做好传统服装市场转型升级,创新农副产品市场“链”上延伸服务,为市场蓄势发展,注入了新的活力。



服装批发市场新面貌。

“转”上发力 传统产业升级提质增效

深秋时节,随着气温下降,即墨服装市场迎来了销售旺季。在一店铺,穿搭时尚的女店员将新款服饰拍照后发给客户,男店员忙活着打包发货。焕然一新的市场面貌、井然规范的经营秩序,市场呈现一派繁荣的商贸景象。而在原先,该区域商铺闲置、品牌缺乏、客流稀缺成为阻碍市场发展的瓶颈。

多元化的消费形势,倒逼服装市场的顶层设计者,开始了一次升级转型。正是转型,为市场蓄势发展注入了活力。市场原有的7000多家商铺,缩减至5000多家,背后蕴含的商业意义却截然不同。往昔的小商铺时代,商家在有限的空间内展示着琳琅满目的商品,空间的局限限制了商家的经营拓展与消费者的购物体验。

UUS精品女装城、ddp韩国女装城、童装工厂区、UUS鞋城……如今,打破原先服装市场“划行归市”传统既有模式,重新将经营模式和理念进行调整,“两间变一间、三间搭一间”的大店铺模式成为主流,商户们将商品的特色与优势展现得淋漓尽致。在展示区,通过精心布置的陈列架和模特展示,吸引顾客的目光;体验区则让顾客亲身感受商品的品质和舒适度;休息区为顾客提供了放松的空间,增加顾客在店内的停留时间,从而提高购买的可能性。

“新”生蝶变 商户年轻化带来新时尚

记者探访发现,不少年轻的面孔在各个商铺内穿梭忙碌,成为市场蓄势发展中的“新生代”。过去,传统的商户群体中,50后、60后曾占据重要地位。而如今,服装市场正迎来一股新兴力量,大批00后“主理人”如潮水般涌入。这一转变在市场招商环节中有着显著体现,在uus、ddp等区域招商中,就将商户年龄不超过45岁作为重要门槛。年轻商户犹如一股清新的春风,为市场注入了新的生机。以新中式、马面裙等流行单品为例,年轻商户凭借其敏锐的时尚洞察力,在设计方面大胆创新,融入更多符合当下潮流趋势的元素。使得这些服装既具有



即墨农副产品批发市场商户介绍鲜虾。

深厚的文化底蕴,又展现出时尚的魅力。

年轻商户的加入,使市场的整体形象得到了重塑。高学历赋予他们更强的数据分析能力,他们能精准地通过大数据分析消费者的喜好、购买习惯以及市场的流行趋势,利用社交媒体平台进行产品推广,通过短视频展示服装的特色和穿搭效果,打造线上线下融合的营销模式。年轻的00后“主理人”们,为优化营商环境和激发商户活力发挥着不可忽视的作用。

年轻的“主理人”引领着时代新潮流风向。在即墨服装市场,青岛升豪旺服饰有限公司总经理李明,在儿童内裤这片“小天地”精耕细作,不仅赢得了业界认可,抓住直播电商浪潮,为抖音、小红书等平台商户供货,实现营销模式转变,今年一季度销量超去年全年,突破百万元。李明表示,即墨服装市场是孕育即墨纺织产业的摇篮,不仅在政策上给予引导,在资源上提供对接,更在市场开拓尤其是电商领域给予了企业切实的帮助。像李明这样探索新模式、踏上互联网列车的商户还有许多。

“潮”引消费 消费群体凸显年轻趋势

新模式引领新时尚,在商户年轻化趋势日益显著的背景下,即墨服装市场通过打造特色经营区,与之相伴的是年轻消费者群体的不断涌入,将即墨服装市场变为潮流服饰“打卡点”。过去服装市场主要以中老年客户为主的局面已经被悄然打破,新鲜的面孔为市场注入了新鲜血液,进一步促进了市场的繁荣。

“即墨服装市场的衣服既便宜又时尚,去商场买一件衣服的价格,在这里可以买上好几件。如果和朋友们都喜欢同一件衣服,还可以一起拼单,性价比很高。”市民李女士说,以前总认为逛服装市场是妈妈、奶奶们的选择,没想到现在的服装市场已经发生了翻天覆地的变化。“在价格上实惠,同时也不乏时尚元素,非常适合追求性价比和潮流的年轻人群。”

2023年,即墨服装市场完成全年商品交易额281亿元,市场综合实力和竞

争力位列全国同类市场前列。2024年1月—8月,市场客流量500万人次,同比增长4.7%;成交额148亿元,同比增长2.7%。车流量124万辆,同比增长2.4%;物流进出吞吐量6万吨,同比增长3.4%;服装市场、小商品市场被评为全国商品交易市场系统文明诚信经营示范市场,服装市场同时荣获最佳服务商称号。

“链”出效益 搭建“同城优采”网销平台

和即墨服装市场一样,从河滩市场一路走来的农副产品批发市场,经过数次变迁,不断迸发出新的业态,六大交易区辐射山东半岛及周边地区,是青岛地区规模较大、档次较高的农副产品综合批发市场之一。

今年以来,为建设多元特色市场,引进经销商青岛凯城公司,改建门市房60间,设立14000平方米精品海鲜经营区;开办“逅海海鲜平价厨房”,以特色海产品现场采购、现场加工为主要模式;线上宣传,线下开展城区精准加工配送服务。“平价厨房”从即墨农副产品中心批发市场直采,实现了商户和食客的无缝衔接,既保证了食材的安全新鲜,又降低了消费成本。今年5月投入运营以来营业额达到200余万元。

为满足不同客户群体需求,引导市场商户转变经营理念,发展农副产品延伸经济。搭建“同城优采”网络交易平台,提供蔬菜、生鲜等全品类配送服务,将生鲜产品配送至城市更广泛区域。目前,辐射学校、企事业单位、酒店和商超已达1000余家,年销售额4000余万元。通过产业化转型创新,打通农副产品市场服务壁垒,只是即墨区市场建设服务中心创新多元化运营的一个缩影。未来,即墨区市场建设服务中心将围绕市场转型升级,精准服务商户,当好商户“店小二”,整体谋划传统产业+电商发展模式,进一步促进市场聚群成势,擦亮本土品牌“即墨名片”。

本版撰稿 观海新闻/青岛早报记者 袁超 通讯员 田磊阳