

从秀场到市场 从流量到销量

2026 青岛时装周·即墨服装产业推介暨时尚消费季成果丰硕

早报 10月11日讯 日前,2026 青岛时装周·即墨服装产业推介暨时尚消费季圆满收官。自9月16日启幕至10月7日落幕,本次活动紧扣“秀场引流、产业赋能、促活商贸”主线,推动城市地标秀场与实体专业市场深度联动。活动依托前期市场分区改造、转型升级打下的坚实基础,实现客流、订单量与品牌影响力同步提升,交出了传统专业市场转型升级的亮眼答卷。

接待客流超百万人次

9月16日,时尚消费季在即墨服装市场正式启幕。开幕式、场内时尚巡游秀、产业对接沙龙轮番上演,拉开本次系列活动的序幕。9月21日,重磅联合大秀亮相青岛电视塔,将市场本土原创服饰搬上高空T台,集中展现商户原创设计实力与产业链供应链优势。活动依托线上直播、全媒体矩阵开展宣传,打破大众对传统批发市场的固有印象,面向全国展示即墨服装产业风貌,构建起“地标大秀造声势,实体市场促交易”的传播闭环。

9月16日至10月7日消费季期间,市场人气持续走高,各地采购商、直播机构、探店达人及消费者纷至沓来。市场借力时装周全网热度,有效将秀场流量



2026 青岛时装周·即墨服装产业推介暨时尚消费季收官。

转化为线下到店客流与实际订单。据统计,活动全周期累计接待客流超百万人次,进场车辆26万台次,整体销售额同比增长20%,批发订货、零售消费、直播选品订单同步上扬;多家商户成功新增外地采购订单,商户经营信心持续提振。

亮眼成效的背后,不只是时尚活动带来的短期拉动效应,更是市场持续推

进转型升级的积淀。今年以来,即墨服装市场立足本土资源禀赋,因地制宜探索契合自身实际的高质量发展路径。以卖场升级改造为抓手,统筹空间更新与环境整治,高标准完成DDM女装区、江浙沪女装区、仅发针织城三大片区改造并投入使用,优化经营面积超1万平方米。改造片区联动DDP韩国女装区、

UUS女装区、品牌联盟区等特色业态,形成业态互补、错位发展的良好格局。同步完善配套服务,增设便民服务台、法律服务中心,布设智能广告机,更新业态导览、停车指引标识系统,着力打造宜商宜购的市场环境。

将热度转化为产业实效

“时装周大秀向外破圈引流,市场分区改造向内苦练内功。”市场相关负责人表示,针对以往客流下滑、同质化竞争等发展痛点,本次实践充分验证“时尚IP造势+业态改造筑基”转型路径的可行性。城市地标大秀持续提升市场全国知名度,吸引外地采购商前来选品;经过分区改造的专业化营商环境留住客商、促成交易,真正实现流量变“留量”、活动热度转化为产业实效。

除销售业绩增长外,活动有效发挥产业资源集聚效应。大批外地采购商、MCN机构、设计师团队走进市场考察选品,达成多项初步合作意向。通过线上线下联动传播,持续放大即墨服装市场品牌声量,全网累计曝光约6500万次。不少商户表示,借助本次系列活动,不仅收获订单,更拓宽品牌展示渠道,看到原创化、品牌化发展新机遇。

(青岛早报/观海新闻记者 康晓欢 刘文超 通讯员 田磊阳 摄影报道)

“黑科技”下田 “向光热要产量”

我市玉米适期晚收、小麦适期晚播机械化推介与演示观摩在平度举办

早报 10月11日讯 金秋十月,田畴鎏金,平度市南村镇绿色增粮先行区内,连片玉米地里,穗粒饱满的玉米植株迎风起伏,田间地头机器轰鸣、人头攒动,秋收的繁忙画卷正徐徐铺展。10月10日,以“农机列阵战‘三秋’ 双晚技术助丰收”为主题的青岛市玉米适期晚收、小麦适期晚播机械化技术推介与演示观摩活动在此举行。来自全市的农技与农机推广骨干、绿色增粮“十百千”示范主体、种粮大户及农机专业合作社代表,共赏“科技秋收”盛景。

演示现场,技术人员一声令下,5

台玉米联合收割机轰鸣着驶入田垄,割台精准卷取健壮的玉米植株,摘穗、剥皮、集粮工序环环相扣,饱满的金黄玉米棒源源不断汇入运粮车。收获刚收尾,打捆机立即跟进,将散落秸秆捡拾打捆、离田利用;粉碎还田机紧随其后,对残留秸秆二次粉碎、培肥地力。液压翻转型、旋耕机轮番上阵,深翻平整,为小麦播种铺好“温床”。包衣设备为种子穿上防虫防病的“防护衣”,复式精量条播机匀速驶过,耙地、施肥、播种、覆土、镇压一次性完成。整套装备连贯作业、行云流水,完整演示了从玉米收获到小麦播种的一体化流

程。观摩人员纷纷举起手机,生怕错过任何一个细节。

“要向光热要产量。”活动现场,平度市农业农村局综合服务中心农技推广研究员朱瑞华随手掰开一穗玉米,指着籽粒基部的特征道:“随着灌浆进程,乳线会从顶部逐渐向基部迁移,当乳线完全消失、基部出现黑层时,便是玉米的完熟期。此时收获的干粒重最大、产量也最高。”朱瑞华介绍,当前玉米亩穗数、穗粒数已基本定型,适期晚收能充分利用光热资源,延长籽粒灌浆时间,显著增加粒重,亩均可增产100斤。她进一步解释,玉米适期晚收

指在玉米灌浆后期实施,通过延长籽粒灌浆时间提升单产;小麦适期晚播则能有效规避冬前旺长,培育冬前壮苗,确保安全越冬。配套北斗辅助驾驶系统的复式精量播种机,更能保障播种质量,实现苗齐、苗匀、苗壮,预计小麦单产可提升10%以上。

“以前总觉得‘早收早种’才踏实,今天亲眼看了‘黑科技’的演示,又听了专家的科学讲解,才真正明白‘双晚’技术里的门道。”南村镇种粮大户王玉芹望着颗粒归仓的粮堆开心地说,“跟着专家种地,种粮心里更有底了!”

(文/滕丹宁 通讯员 翟宇鸣 傅景敏)

国有企业工会文化工作的创新策略研究

迟文斌 青岛市境美物业服务有限公司

当前的国有企业发展环境,既有传统管理机制的继承和发扬,也有新媒体时代的变革与创新。面对新的发展环境和人才热点,国有企业的工会在开展文化工作过程中,有了更加广阔的空间,通过融合新媒体平台和互联网思维,文化活动有了质的飞跃。做好国有企业的工会文化工作,对营造良好的企业管理氛围,提升员工对企业的凝聚力,发挥员工的主观能动性,具有十分积极的作用。

企业工会文化工作的主要内容主要分为四个部分:一是做好宣传工作,承担起工会的新闻宣传工作,做好报道,让大众能够了解工会文化工作的内容目的,传播优秀想法,创造一个积极健康的企业氛围。二是做好教育工作,通过文化

组织各种活动,了解企业的发展和经营状况,对个人的成长形成清晰的认知,为自身发展最好规划。三是做好调查研究工作,了解企业员工的个人想法,在素养提升、工作表现和关心问题上形成整体的了解,收集员工对企业发展提出的优秀建议,助力企业的高速发展。四是做好员工互助工作,对员工十分关注的能力提升、家庭生活、专项培训等进行深入了解,关心青年员工的个人成长,解决员工遇到的疑难问题。

工会文化工作对青年员工的成长具有重要的推动作用,是国有企业思政工作的重要抓手之一,建议从以下几个方面开展工作创新:

一是改变传统的人才培养模式,工会通过优化活动开展策略和路径,利用

当代年轻人所能接受的新形式来开展企业的文化工作,以保证这项工作开展得更加顺利,更为企业的青年员工所接纳。

二是坚持以人为本,从活动中努力给青年员工提供各项发展、表现机会,让青年员工能够认识到自我价值,能明白自己对企业的重要性,从而增加对企业的信任感和依赖感,同时也能提高员工的各项素质水平。

三是为青年员工提供担当的机会,企业管理的根本在于“人”的管理,通过各类中小型活动为青年员工创造独当一面的机会,深入挖掘新员工的领导才能,是工会文化活动的潜在价值,有助于提高员工的执行力和创造力。

四是创造企业老员工、新员工之间

的“传帮带”氛围,在工会组织的文化、竞赛等各类活动中,不同年龄段和资历的员工通过深入交流互动,彼此有了更深的了解,也对企业发展历程和优势有了更清晰的认知,无形之中实现企业精神的传承。

文化是企业的灵魂,是国有企业做好本职工作、树立长远目标、谋求更高质量发展的软实力和暖实力。对国有企业的工会组织来说,做好文化工作是对企业发展基础的夯实,是对员工价值观、凝聚力、创新力的不断巩固和提升,有助于维持企业的可持续发展和创新升级。对企业管理者而言,工会文化工作是企业管理、运营的重要载体与途径,企业应该充分利用其优势,提升企业员工的个人素质,并且不断总结宣传文化工作的新方式、新方法,使其能对企业发展做出最大贡献。