

即墨市新编地方志丛书

015261

即墨市市场志

即墨市市场志编纂委员会

即墨市市场志

兰州大学出版社

即墨市市场志

即墨市市场志编纂委员会

兰州大学出版社

即墨市史志编纂委员会

(2003年8月25日)

名誉主任	张洪训		
主任	李宽端		
副主任	孙云忠	于 澎	宋希娟
	毛成乐	郭玉娟	梁友全
	李学民		
委 员	乔宪君	韩乃桂	孙正本
	于洪考	徐永国	董良省
	国世清	孙圣瑶	周文毅
	刘崇珂	傅正会	

《即墨市市场志》第一届编纂委员会成员

主 任 李 健

副 主 任 肖志强 刘俊传 吴贤瑞

委 员 牟元贵 张仕训 宋云贵 隋爱玲

《即墨市市场志》第二届编纂委员会成员

主 任 孙俭习

副 主 任 肖志强 刘俊传 吴贤瑞

委 员 牟元贵 张仕训 宋云贵 隋爱玲

刘春波

主 审 刘俊传

副 主 审 宋云贵 刘春波

主 编 江顺世

副 主 编 李泽俊

编 辑 毕利春 江健健 徐 容

工作人员 黄永平 黄玉平 郑 波 刘友芳

匡友洋 刘 涛 顾玉尧 王成科

隋 勇

《即墨市市场志》第一届编纂委员会成员

主 任 李 健

副 主 任 肖志强 刘俊传 吴贤瑞

委 员 牟元贵 张仕训 宋云贵 隋爱玲

《即墨市市场志》第二届编纂委员会成员

主 任 孙俭习

副 主 任 肖志强 刘俊传 吴贤瑞

委 员 牟元贵 张仕训 宋云贵 隋爱玲

刘春波

主 审 刘俊传

副 主 审 宋云贵 刘春波

主 编 江顺世

副 主 编 李泽俊

编 辑 毕利春 江健健 徐 容

工作人员 黄永平 黄玉平 郑 波 刘友芳

匡友洋 刘 涛 顾玉尧 王成科

隋 勇

序 言(一)



即墨是一座古老而又年轻的沿海开放城市,历史悠久,底蕴深厚。早在春秋战国时期,已是齐国东方人众物阜的通商大邑,史称“齐有即墨之饶,与临淄并夸殷盛”。历史沧桑,岁月更迭,数风流人物,还看今朝。

自改革开放以来,素有经商传统的即墨人民,在党的十一届三中全会精神指引下,乘“天时、地利、人和”之东风,从经营服装开始,由“头发换针”的货郎鼓,摇出了一个商品荟萃、特色鲜明、商贾云集、名扬全国的“江北最大市场群”。

“无农不稳、无工不富、无商不活”已被淳朴勤劳的即墨人民注入新的内涵。1999年,即墨市委、市政府审时度势,高瞻远瞩,确立了“商贸兴市”的发展战略和建设“江北最大市场群”的发展目标,出台了8条鼓励社会各界投资建市场的优惠政策和7项优惠待遇。一石激起千重浪,千树万树梨花开,由此吹响了加快市场建设步伐的号角。即墨市市场建设服务中心作为建设与发展市场的主力军,勇立潮头,大胆创新,与时俱进,按照一手抓市场建设,实施量的扩张;一手抓市场升级,实现质的飞跃的发展思路,先后筹集建设资金3亿多元,新建扩建专业市场6处,新增市场面积26万平方米。

自古盛世修志。即墨市场建设波澜壮阔,亮点多多;即墨市场发展突飞猛进,经验多多。编修《即墨市市场志》,就是为了将市场的发展演变串联起来,将市场的内涵提炼出来,为今后更好地发展市场提供历史借鉴。

《即墨市市场志》的编写,是本着实事求是的原则,多方考证,广泛征求意见,反复修改核实,力求做到资料翔实,事实准确,真正起到资政、存史、教育的作用。是为序。

即墨市市场建设服务中心主任 李 健
《即墨市市场志》第一届编纂委员会主任

2002年12月

序 言(二)



编史修志,功在当代,惠泽千秋。市场是活一方经济,富一方百姓的有效载体。底蕴深厚的即墨自古就是人众物阜的商邑之都;朴实勤劳的即墨人民有着数千年的经商传统。近年来,全市上下围绕“商贸兴市”发展战略和建设“江北最大市场群”的发展目标,秉承传统,依托优势,确立经济发展的切入点;多元投资,合理布局,全力建设现代化大市场;科学管理,规范服务,营造良好的经营环境;创新模式,提升品质,实施市场战略性转移,使即墨市场的经营规模、经营水平不断实现了新的跨越。

编修《即墨市市场志》,将即墨丰富厚重的市场文化、发展经验等加以收集、整理和提炼,这不仅益于当世,且惠及后代。尤其是随着社会的发展,历史的进步,市场在社会中所发挥的作用将越来越强。《即墨市市场志》上溯明天启年间,下至2003年8月,历史跨度380多年,囊括其古今,括其兴衰,集历史性、知识性、信息性于一体,是一部可信、可读、可用的部门志书,对加快即墨市场发展,推动两个文明建设有着重要作用。

本次修志发轫于2002年初,成稿于2003年8月,定稿于2003年11月。志书告成,可贺可庆。《即墨市市场志》成书之时,正是即墨掀起新一轮市场建设热潮之时:国内一流、国际水准的新即墨服装批发市场正在规划中;投资1亿元,建筑面积6.6万平方米、被誉为即墨形象工程的即墨商城大厦正在建设中;丰富市场内涵,增强市场实力等一系列提升市场品质的举措正在实施中。让我们同心协力,热爱这片热土,耕耘这方热土,用我们的汗水和我们的聪明才智,使即墨这座古都商邑,焕发新的活力与生机。是为序。

即墨市市场建设服务中心主任 孙俭习
《即墨市市场志》第二届编纂委员会主任

2003年11月

凡 例

一、本志坚持辩证唯物论和历史唯物论,本着详今略古的原则,突出地方特色和时代特征,力求做到思想性、资料性和科学性的统一。

二、本志共7章,计16万字,按章、节、目,采取以“事”为“横”,以“时”为“纵”,上自明朝天启年间金家口辟商港,下至2003年8月,部分章节到2002年底,力求横不缺项,纵不断线。

三、本志资料主要来自档案、报刊、旧志,同时,采用了部分口碑资料。

四、本志采用语体文记叙体,综合运用志、记、图、表、录,以志为主。

五、本志以记录即墨市现辖行政区域为主,个别章节亦涉及历史上即墨市所辖区域。

六、本志用公元纪年,中华人民共和国成立前夹注中国历史纪年,自中华人民共和国成立开始,用公元纪年。

七、本志涉及到的称谓,2001年9月前称即墨市市场发展局,后称即墨市市场建设服务中心。

目 录

市场概述	1
大事记	8
第一章 市场	19
第一节 专业市场	19
第二节 青岛圣帝亚服饰中心	33
第三节 集贸市场	36
第二章 管理服务机构	46
第一节 市场建设领导小组	46
第二节 市场建设服务中心	46
第三节 科室设置	47
第四节 发展服务所	50
第三章 党群组织	53
第一节 党组织	53
第二节 团组织	54
第三节 工会组织	54
第四节 妇女组织	54
第五节 计生组织	55
第四章 职工队伍建设	56
第五章 荣誉榜	58
第一节 市场建设服务中心荣誉称号	58
第二节 所辖市场荣誉称号	59
第三节 先进单位	60

第四节	先进个人	60
第五节	所辖市场诚信经营户	62
第六节	所辖市场党员示范户	63
第六章	新闻宣传	64
第七章	附录	84
一、重要文献		84
二、领导讲话		96
三、市场发展调研论文		153
四、市场建设服务中心规章制度		164
编 后		189

市场概述

即墨,踞胶东之咽喉,处青(岛)烟(台)之通衢,交通便利,集散快捷,素有“青岛后院”之称。胶济、青烟铁路纵横即墨南部和西部,青(岛)石(岛)、烟青一级公路、青(岛)威(海)、济(南)青(岛)高速公路穿境而过。南距青岛港45公里,西距蓝村火车站20公里,距青岛国际机场15公里。被誉为黄海璀璨明珠的即墨,是古邑盛都,有着4000多年的文化积淀;如今被冠以现代商贸城的即墨,市场星罗棋布,店铺鳞次栉比,八方商贾云集其中,各类商品林林总总,到处呈现出一派蒸蒸日上的繁荣景象。这里有江北最大市场群,有在全国同行业排名前六位的服装批发市场,有被誉为小商品集散中心的即墨小商品城。

秉承传统 依托优势 确立经济发展的切入点

数千年的文化积淀,使即墨历史悠久,文化底蕴深厚。据史称,早在春秋战国时期,即墨已是东方人众物阜的通都大邑,齐有即墨之饶,联袂与临淄并夸殷盛。

经济的发展,商业的振兴,使即墨拥有自己的货币。这种货币名曰“刀币”,制作流通时间是春秋战国时期。当时各种“刀币”大量涌于社会商品流通中的时候,那一定是早期即墨经济发达的一个闪光点。今天,这些“刀币”,不仅先后在即墨出土,在济南等地也被人们发掘出来,部分被国家收藏。

即墨之所以有早期经济发达繁荣、物阜人众的闪光点,是与即墨得天独厚的地理位置密不可分。古称即墨形胜为东方冠。其东,海碧山翠,有183公里长的海岸线,擅渔盐之利;其西,平畴沃野785平方公里,盛产五谷,为兴市提供了丰富的物产资源。近代青岛崛起于南,烟台兴于北,公路、铁路相交境内,鳌山港、青岛港镶嵌左右,为兴市提供了交通便利。

即墨发展专业市场起步于1984年,当时素有经商传统的即墨人民,依靠党的富民政策,依托传统和区位优势,率先从经销服装做起,由“头发换针”的货郎鼓,摇出了一个百货荟萃、商贾云集、名扬全国的服装批发市场。当时,城郊农民利用农闲时节,将自制的针织品、童装等拿到当时位于城区农贸市场出售,逐渐形

成了服装市口,这便是服装市场的雏型。随着规模的扩大,原市口的条件、设施已满足不了形势发展的需要,县政府投资将服装市口搬迁到鹤山路商贸区,定名为即墨服装批发市场,发展起第一处专业市场。其经营范围和经营品种包括成衣、针织、童装、布匹等市口,是一个典型的百货荟萃的市场。之后又先后多次扩建搬迁,到1994年,市政府投资4000万元,在鹤山路中段建起了一个当时档次较高、规模较大、总建筑面积6.5万平方米的现代化市场,即墨服装批发市场也由此名扬全国。目前该市场占地143亩,建筑面积6.5万平方米,拥有经营门市房、摊位4590个,经营业户4435家,其中外地业户954家,厂家代理式业户600家,是全国百强市场,名列全国服装市场第六位;上市商品以服装、针织为主,多达5000多个品种,畅销全国21个省市,部分商品还远销俄罗斯、阿联酋等国家。商品交易额连年攀升,2002年完成商品交易额78亿元。服装市场由自发形成到规模发展,由综合市场到专业市场,由地摊式、棚厦式成为门头式、楼体式,由单一农民经营到汇集全国各地经营者的发展过程说明,即墨数千年源远流长、博大精深的商贸文化,已深深地扎根在这片沃土上。

作为率先兴起的服装市场,其带动作用日趋增强,它的发展壮大,为今日“江北最大市场群”的建成奠定了基础,成为推动市场发展的“助推器”和“孵化器”。自1999年以来,该市场先后派生出建筑面积14.3万平方米的即墨小商品城、建筑面积

2.38万平方米的布匹床上用品批发市场、建筑面积3.8万平方米的即墨服装城和经营面积8800平方米的即墨针织城。

秉承传统,凸现优势,即墨人责无旁贷。审时度势,商贸兴市,是即墨人绘就市场蓝图、推动县域经济发展的大动作、大气魄。1999年,即墨市委、市政府在认真总结反思服装市场发展经验的基础上,经反复论证,确立了“商贸兴市”发展战略和建设“江北最大市场群”的发展目标。邀请专家对全市市场的近、中、长期发展进行了规划论证,规划设计了五条商贸街和以鹤山路为主线的“非”字型市场发展布局。根据国务院管办脱钩的文件精神,成立了即墨市市场发展局,赋予全市市场资产经营和市场建设的规划论证等职能。出台了关于加快市场发展的实施意见和8项优惠政策、7项优惠待遇,由此拉开了即墨市场建设波澜壮阔的场景。

多元投资 合理布局 建设江北最大市场群

早先,即墨人外出或外地人来即,与之交谈时,往往炫耀最多的是历史悠久的即墨老酒和闻名世界的即墨花边。而现在,对外地人夸的最多的是即墨市场。因为即墨1780平方公里的土地上,不但镶嵌着大大小小140多处市场,更可贵的是即墨人对发展市场有着独特的见解:建一个工厂,不如先建一处市场,办好一处市场可带动一批产业,继而使市场与产业相兴

相荣。这种独到的见解和理念,非常自然地吻合着“商贸兴市”战略,带有浓厚的文化色彩,是一种深厚文化底蕴的体现,是推动市场不断发展壮大的社会力量。建设市场群需要大投入,为解决钱从哪里来的问题,即墨本着谁投资,谁受益的原则,向全社会各种投资主体敞开市场建设大门,通过政策的导向作用,激活民间资本,多元化、多渠道筹集建设资金,形成了投资主体多元化、投资项目业主化、筹资方式市场化的运作体制。自1999年以来,即墨市场建设投资达8亿元,这其中有50%来自社会投资,新建各类大型专业市场26处,新增市场面积72万平方米,新增门市房3.2万个,新增业户2.6万家。到2002年,即墨已建成专业市场33处,占地2000多亩,建筑面积70多万平方米。其中投资过1千万元的市场12处;年成交额过1亿元的市场13处;建筑面积过1万平方米的市场17处。形成了高中低档兼有、结构合理、特色鲜明、产销相依的市场体系。2002年全市市场成交总额达238亿元。

在建设市场中,即墨运用创新的思维、发展的眼光和得天独厚的商贸文化优势,逐渐形成了五种市场建设模式。一是主体延伸型。采取梯次发展的策略,即一处市场由小到大发展起来搬迁到新建市场后,将经营范围进行重新划分,培育新的专业市场。即墨服装市场由横河河岸搬到烟青路西侧后,在这里发展了小商品市场;服装市场由烟青路西侧搬到现址后,将横河河岸的小商品市场搬过来,在原小商品市场发展布匹市场。这种梯次式发

展,加快了市场发展培育的步伐,同时又使专业市场更具特色。二是股份合作型。1999年到2000年间,市市场发展局先后与义乌小商品城共同投资1.2亿元,建起了被誉为北方最大小商品集散中心的即墨小商品城,与阁里村共同投资600多万元,建起了即墨木材装饰材料综合批发市场。三是独资开发型。市市场发展局引进北京客商投资3800万元,建起布匹床上用品批发市场,通济街道办事处大同村投资2300万元建起了建筑面积2.2万平方米的电器批发市场。四是旧城改造型。将市场建设融入城市建设之中,高起点、高档次建设了即墨服装城等现代化大市场。五是产地专业型。到2002年,蓝村皮鞋批发市场已带动发展皮鞋加工企业、加工户3100多家,基本形成了产、供、运、销一体化。

在加快市场规模扩张的同时,加大对基础设施的投入,提升服务功能。即墨的专业市场多数是从地摊市场、农贸市场发展而来,受条件的制约和旧观念的束缚,大部分市场设施简陋,或露天式,或棚厦式,其服务功能满足不了形势发展需要。近年来,为突破这一制约发展的“瓶颈”,增强市场竞争力,市市场发展局首先是高起点、高标准规划建设市场。先后建成的即墨服装城、针织城按商场化建设装修,配有自动货梯、中央空调、音响、电子监控及自动消防喷淋系统,配套建设娱乐、休闲项目,实现了市场主体楼体化、基础设施自动化、经营格局商场化。外部配套建设了广场、绿地,达到三季有花,四季长青,美化、亮化、绿化、净化四同步。其次,

对原有骨干市场,按照市场主体建设与配套设施相结合的原则,不断完善基础设施,提高服务功能。为改善服装市场的基础设施和消防设施,近年来,市场建设服务中心先后投资近2000万元,新上了消防泵房、电子监控室、电子信息屏幕及娱乐、餐饮、运输、金融、通讯等基础设施;2002年又先后投资1000多万元,改造二楼建筑面积8800平方米;投资1380万元配备豪华中华中巴车40台,设立客运分站,开通了直达青岛等地的11条客运线路;为所有门市房安装了208电话;在广场上建起了造型优美的喷泉和彩虹桥,使该区域成为即墨市区的一道亮丽风景。即墨小商品城、布匹市场等均增设了各类服务项目,为交易双方营造了良好的环境。

科学管理 规范服务 营造安全宽松的经营环境

市场建起来,业户引进来,那么如何使引进的业户扎根即墨,使其安全放心,让其有钱可赚,这就需要营造一种友情、和谐、舒心的经营环境。

一是打造诚信政府形象。服装批发市场日均上市8万人次,这些人流,既有外地客商,又有外地人在即墨的打工者。市场形象的好坏,从一定程度上讲,既代表着即墨市的整体形象,也代表着政府的形象。市场形象好,服务优,自然会给外地人留下美好的印象,并广泛地传播出去,久而久之,其美誉度得到相应提高。另外,为

提高即墨市场的知名度,2002年,即墨市先后在义乌等地举办了规模庞大的市场宣传推介会,印制市场宣传画册5万多份广泛传播。对出台的优惠政策和优惠待遇,言必行,行必果,全面践诺。

二是推行“五个规范化”管理。推行市场主体规范化。将业户的经营情况、分布情况输入微机,进行统一管理服务。推行商品陈列规范化。本着既便于管理,又便于销售的原则,合理划定市口,划行归市。推行交易行为规范化。建立公安、保安、市场管理人员三位一体的防范网络,采取昼查夜巡方式,对欺行霸市、强买强卖等不法行为进行坚决打击。推行交易环境规范化。在市场内部配置了自动扶梯、电子信息屏幕、宣传栏。近年来,按照市场建设与配套服务相结合的原则,市场建设服务中心先后投资数千万元,改善设施,完善功能,增设项目,增强市场的承载能力。管理机构规范化。坚持公平、公正、透明的原则,对摊位出租、出让实行阳光操作,将租赁工作置于广大业户的监督之下。结合市场特点,成立了相应的管理机构,在工作人员中推行定岗、定责、定人和包管理、包服务、包宣传的办法。在此基础上,建立健全了《市场管理制度》、《市场安全管理制度》、《市场卫生制度》、《市场门市房租赁制度》、《市场巡视制度》等一系列规章制度,并印制成册,人手一份。在市场巡查上,形成了一套有效的督查体系。即:由多部门组成巡查小组,日有责任人巡查,周有小组巡查,月有联合巡查。其巡查范围涵盖了“管理、安全、卫生、商品检验、市场

秩序、交易行为”等方方面面。

三是积极开展富有成效的评选活动,引导业户参与市场管理服务,增强自我管理、自我约束的能力。2001年,市市场发展局按照市委组织部创建“党员示范岗”的要求,结合工作实际,在党员中推行了党员联系业户制度,党总支要求各市场党员每人联系10名业户,每人建起一本联系业户簿,详细记录所联系业户的基本情况、经营状况和生活经营中遇到的实际困难,并认真帮助解决。到2002年底,各市场党员共建起联系簿60多本,联系业户600多名,为经营业户办好事、办实事数百件。与此同时,将创建活动赋予新的内涵,在各市场81名党员业户中,开展了“党员示范岗创建业户”活动,要求各市场党员业户,每人联系两名困难业户,以传帮带等形式,传授经营经验,帮助走出困境,达到共同发展的目的,继而形成了市场党员与党员业户共创共建的良好局面。此外,为使各市场党员业户由松散型变为紧密型,增强党组织的凝聚力和向心力,使大家发家致富不忘党,离乡离土不离党,积极探索新形势下党建工作新路子。2002年,市市场建设服务中心按照有关秩序,报经组织部门批准,在服装批发市场和即墨小商品城成立了业户党支部。为大力倡扬诚信待客、文明经营的良好风气,市市场发展局自1999年以来,每年都在所辖市场组织开展一次“诚信经营户”评选活动,共评选出“诚信经营户”341户。对评选出的“诚信经营户”实行动态管理,发现在经营中出现与评选活动要求相悖的行为时,取消其称

号。对连续3年被评为“诚信经营户”的业户,授予“诚信经营户标兵”称号。创建评选活动的深入开展,对提升市场品质,优化市场形象,提高即墨市场知名度,营造安全公平的经济秩序起到了极大的促进作用。

四是转变观念,优化服务,提高效率。针对中国加入WTO,外地市场快速崛起,大型商业机构抢占县域商业地盘,行业竞争日趋激烈这些新问题、新情况。2001年,市市场发展局在干部职工中实施了“三项基本素质”建设教育等一系列学习教育活动,进一步增强了大家的危机感和压力感,继而带来了观念的转变和更新。市场管理人员以业户需求为出发点,以业户满意为落脚点,积极开展调研活动,真心诚意地与业户交朋友,为业户排忧解难。

创新模式 提升品质 实施即墨市场战略性转移

近年来,在发展培育市场中,坚持新建市场与扩建完善市场相结合,市场主体建设与配套服务建设相结合,硬件建设与软件建设相结合,市场建设与基地建设相结合的原则;坚持一手抓市场建设,实施量的扩张,一手抓市场升级,实现质的飞跃,使市场规模与品质实现了双兴双赢。

一是抓业户品质的提升。原先即墨市场业户多数属郊区农民和下岗职工,人员的素质决定着经营品质,受固有意识的制约和束缚,这些业户大都采取贩运中转、

多级批发的经营模式。如服装市场经销的牛仔褲,大部分产于福建,批发商由厂家提货后进入石狮、义乌等市场,即墨市场的业户再到这些市场进货,待到出售给消费者,已是第四道环节了,这种多环节进货,高成本经营,自然无价格优势可言。再者,业户在进货时,人云亦云,随意性大,既无固定品牌,又无拳头产品。这种经营模式在即墨市场发展初期,对扩张市场规模起到了积极作用。但随着中国入世,流通业竞争日趋激烈,市场发展步伐加快,如果仍将市场定位在安排几名下岗职工和农村富余劳动力上,继续抱着旧观念、旧传统不放,以固有的模式来经营,不但不适应发展形势,久之将被淘汰。面对这一“窘境”,2000年,市市场发展局适时转轨,把招商重点转移到引进和发展厂家直销、总代理、总经销上,通过牵线搭桥,鼓励引导有信誉、有经验、有实力的经营大户做品牌经销。近年来,仅服装批发市场就先后引进发展厂家代理式业户600多家。该市场本地业户徐延华、外地业户潘建伟到2002年已分别拥有多个国内服装品牌的区域总代理。没有产业支撑的市场缺少发展后劲与活力,没有市场为依托的产业,其发展是缓慢而滞后的。围绕加快基地建设,2001年,市市场发展局将市场建设与基地建设融为一体,设立加工生产基地和园区,鼓励引导完成原始积累的经营大户,兴建生产加工项目,根据市场需求,研究开发新产品,使部分经营大户逐步走上了市场内有店、基地里有厂的产销一体化路子。即墨小商品城业户王剑,在

市场内开办了万祺文化店,为适应形势需要,低成本运行,他投资数十万元,兴建起生产加工基地,其产品出厂后,直接进入市场。

二是抓摊位利用率的提升。近年来,在“谁投资、谁受益”政策的推动下,即墨市场如雨后春笋,蓬勃发展。建设市场固然重要,但更重要的是招进业户繁荣发展市场。经过几年来的不断完善,市场建设服务中心已创出了自己的品牌,积累了一笔丰厚的无形资产。由青岛客商投资兴建的灯具市场,在建设初期,便打出了市场建设服务中心招商的牌子,当年建成的门市房出租、出让率达到95%。由青岛客商投资建设的即墨厨具商城,2002年委托市场建设服务中心帮助招商,在较短的时间内,先后引进海尔、奥柯玛等著名生产厂家在此设店经营,其门市房利用率大幅增高。市场建设服务中心塑造的这种招商文化无处不在,无时不发挥着品牌效应。培育一个企业品牌、名牌产品历尽艰难,培育创造一个招商品牌何尝不是呕心沥血,市场建设服务中心这一招商金牌就是在时时刻刻、点点滴滴中不断发展丰富清晰起来的。

三是聚集强大的招商合力。经过近几年的不断发展壮大,服装批发市场等龙头市场已聚集了大批外地业户,这些外地业户大多来自江浙一带经济比较发达的地区,自身条件好,信息灵,视野开阔。为充分发挥他们朋友多、路子广的优势,参与市场招商,市场建设服务中心在积极做好安商、稳商、富商等工作的基础上,出台了

鼓励招商的优惠政策,激发业户参与招商的积极性。服装市场业户韩丰舟通过现身说法,先后引进南方业户20多家。温州业户潘建伟,动员50多名自己的亲朋好友,由外地市场来到即墨市场。以商招商、友情招商,使外地业户纷至沓来,形成了“扎堆”效用。温州人说,哪里有市场,哪里就有温州人,这说明温州人善于经商,遍布全国。但在即墨,不仅有温州人,还有湖北人、东北人、浙江人、河北人等等。在经营中,有温州一条街、湖北一条街、河北一条街;在居住上,有湖北村、浙江村、东北村。南北文化对接和意识交流,使即墨人与外地人浑然一体,和谐相处,主客共建,共同

发展。在经营特色上,形成服装市场的女人街、小商品城的双星街和布匹市场的窗帘街,其独具特色的经营方式,成为推动市场整体繁荣的亮点。

当今社会,科技进步日新月异,知识创新空前加快,行业竞争日趋激烈,抓住机遇,抢先一步,就等于占领了发展的制高点;慢走一步,差之千里,耽误一时,落后多年,就会被淘汰。围绕解放思想,干事创业,加快市场发展,即墨市场建设的新一轮蓝图已经绘就,新一轮市场建设的号角已经吹响,即墨人民将一如既往,与时俱进,推动即墨市场从胜利走向更大的胜利,从繁荣走向更加繁荣。