

抢抓国庆黄金周机遇,通过场景上新、商超上新、活动上新等举措,促进消费再升级——

即墨解锁假期“新玩法”

□青岛日报/观海新闻记者 王 涛 通讯员 孙静秋

即将来临的国庆黄金周,全国各地又将掀起新一轮消费热潮。即墨区抢抓机遇,通过场景上新、商超上新、活动上新等举措,促进消费再升级。

新玩法、新气象、新惊喜。这里既有潮玩市集,又有全新商超;既有田园风光,也有非遗盛宴。这个国庆假期来即墨,在烟火气与新活力的碰撞中,感受古城新韵与现代时尚的交融,开启一段精彩纷呈的愉悦旅程。

潮玩新地标

夜幕降临,即墨被一股年轻活力悄然点燃。自7月26日蚂蚁市集开市以来,这个依托品智公元商业综合体崛起的新消费场景,迅速成为年轻人争相打卡的“潮玩根据地”,为即墨经济业态注入鲜亮“新”色彩。

作为蚁家人2025年重点建设项目,品智公元创新综合体自身就带有“破圈”基因——这座建筑面积约32万平方米的商业综合体,从规划之初就锚定“品质新国货产业赋能生态”目标,通过线上线下深度融合,推动“产业链+供应链+消费链”高效协同,最终形成质量卓越的产业集群。据项目方透露,待全面投入运营后,这里的总体营业额预计将达到50亿元,成为拉动区域消费的新增长极。

而备受市民喜爱的“蚂蚁市集”,正是这个宏大规划中最具烟火气的一笔。占地约2万平方米的市集,以音乐为灵魂纽带,巧妙融合了餐饮、购物、娱乐、社交等多元业态。如今,市集一期、二期已热闹开市,200余个特色商户品牌在此扎根,300余位个体商户在这里找到了创业舞台,让墨城的夜晚有了更丰富的打开方式——市集里的音乐演出时不时掀起小高潮,年轻人或围坐听歌,或穿梭逛买,热闹氛围从黄昏延续到深夜。

更让人期待的是,这片活力版图还在持续扩容。品智公元正全力推进三期招商,计划打造即墨首个“服装夜市”,精准填补区域消费空白。这个即将于9月27日亮相的新板块,不仅会延续市集的年轻调性,更将融入本土服装产业优势,为夜间消费再添一把火。

记者了解到,目前,项目四期规划也已提上日程。未来,这里将持续升级服务体验,既带动更多本地青年扎根创业,也为即墨乃至整个胶东半岛的消费者提供更具吸引力的消费场景。

商业新引擎

如果说夜晚的市集给市民带来轻松惬意的消费新体验,那么,新入驻的大型商业综合体则为即墨注入更加强大的消费动力。

9月26日,备受瞩目的即墨吾悦广场将盛大开业。这座商业综合体涵盖了时尚零售、餐饮美食、亲子娱乐、生活服务等多元业态。作为新城控股旗下的标杆商业项目,吾悦广场内的



■夜幕降临,蚂蚁市集夜市热闹起来。 白 龙 摄



■吾悦广场效果图。

商户已经全部招满,形成近200家优质品牌的强大集群势能,其中近30%首次进驻即墨。

从国际时尚品牌到本土特色餐饮,从大型亲子乐园到高端影院,通过首店的稀缺性、大店的体验感、旗舰店的标杆性与主力店的引领性,叠加餐饮品类的丰富度与亲子服务的全面性,以满足不同年龄层的消费需求。

值得一提的是,入驻吾悦广场的盒马鲜生于9月5日开启“试运营”,目前线上配送服务已覆盖周边3公里范围,产品涵盖了海鲜水产、有机蔬菜、时令水果、烘焙食品、鲜花等品类,以及盒马OEM商品。开业短短几天,盒马的订单量便超出预期,其中帝王蟹、波士顿龙虾等鲜活海鲜和日日鲜系列生鲜产品最受青睐。

青岛故事·发现即墨之美



在他的带动下,800余户农户、近千亩农田由种大葱改种小香葱,每亩增收3.5万余元——

党员金海谟的“富民葱”

□青岛日报/观海新闻记者 王 涛 通讯员 杨浩川



■金海谟在查看小葱长势。

量最高可达1.5万斤,收入也是节节攀高。

“金大哥教大伙农业知识,帮着买种子、化肥,还帮忙卖菜。”提起金海谟,乡亲们就止不住地夸赞。摸索出经验后,金海谟总是第一时间与乡亲们分享,手把手教他们选种、育苗、施肥、管理。在他的带动下,大庄村周边800余户农户、近千亩农田,由种大葱改种小香葱,每亩增收3.5万余元。

更让村民感动的是,金海谟总是设身处地

为他们着想,在购买种子、化肥时,一向大方的他却“斤斤计较”,一分一厘地为乡亲们节约成本。听说农户蔬菜滞销,他主动帮忙联系收购商,从不收中介费。“我是党员,带着村民致富也是应该的。”金海谟说。不仅如此,他还自掏腰包,购买农业机械供村民免费使用。

“骗别人就是骗自己,有好菜才有回头客。”这是金海谟常挂在嘴边的话。在蔬菜销售中,他始终坚守诚信底线,坚持足斤足两、无

农残、无次品,每一批香葱都要经过严格筛选才会卖给收购商。在他的影响下,周边村民诚信经营蔚然成风,大庄村的优质小香葱也在采购商中打出了名气。

作为村委会成员,农忙时节,为了不耽误村里的工作,金海谟凌晨3点起床,深夜10点回家,挤出早晚时间下地干活,尽量把白天留给村民。有村民对办事流程不熟悉,他主动帮办代办;村庄道路坑洼不平,他积极向党支部书记建议,和党员们自发垫资修路;蔬菜收获时节,他特意雇用村里60岁以上的老人,让居家老人既能照顾家庭,又能有一笔收入。

“书记带头干,党员要跟上,乡亲们都支持,工作也好干。”金海谟举例说,现在,村里的环境卫生不用再强调,大伙儿主动就把门前打扫得干干净净。

没有豪言壮语,只有躬身耕耘。金海谟像一头“老黄牛”,扎根田野、服务村民,用“俯首甘为孺子牛”的奉献精神,诠释了一名基层党员的初心与使命。在他身上,我们看到了科技兴农的生动实践,也看到了一名党员在乡村振兴时代大潮中的担当与坚守。

现实生活中,还有很多像金海谟这样的党员,他们在平凡的岗位上,以知识为犁、热忱为种,在乡村振兴的“田野”上耕耘出一条不平凡的共富之路。

线索征集:
电话:88551073 邮箱:jmwaixuan@163.com

即墨入选全省农村“信用+”体系试点系青岛唯一入选区市

□青岛日报/观海新闻记者 王 涛 通讯员 王富星

近日,山东省农业农村厅公布第二批农村“信用+”体系试点名单,即墨区入选成为全省16个新增试点县(市、区)之一,也是青岛市唯一入选区市。这标志着即墨区在以信用赋能乡村振兴、推进基层社会治理现代化方面迈出了坚实步伐。

近年来,即墨区积极探索“信用+”治理新路径,推出“信用+积分”模式,把群众日常行为与信用积分挂钩,把道德规范转化为可量化的积分指标,让信用真正融入群众生活,成为推动乡村善治的新抓手。

现实生活中,村民通过参与环境整治、孝老爱亲、邻里互助等志愿服务获得积分,并在“信用超市”兑换生活用品,实现“有德者有得”。积分既是荣誉,更是实实在在的激励,群众参与积极性不断提升。

期间也涌现出不少典型做法:环秀街道建立并推行“信用+志愿活动”模式,在社区党群服务中心设立积分超市,制作居民“积分存折”,动员热心居民组建志愿服务队,鼓励居民通过参与社区治理活动获取积分;温泉街道则结合实际推出了“温情共治”小程序,设有村民端、村级端、街道端三级管理平台,村民可以线上申报积分,村级组织实时审核,街道端统筹管理,让积分管理更加公开、公平、便捷,变乡村治理为“智”理。

截至目前,即墨区共有29个行政村采用“信用+积分”模式,更多村民从“被动参与”转变为“主动共治”。

下一步,即墨区将以试点建设为契机,持续拓展“信用+”应用场景,健全激励机制,形成一套可复制、可推广的现代化乡村治理“即墨样本”。

即墨探索家庭成长与基层善治协同发展新路径 激活家庭“小细胞” 凝聚社会“大能量”

□青岛日报/观海新闻记者 王 涛 通讯员 房 田

近日,在即墨区金口镇周疃村党群服务中心,“爱润墨童”爱心妈妈关爱项目的志愿者们为困境儿童带来一场团体沙盘游戏活动。“以前,孩子总把自己关在房间里,今天第一次主动和我分享沙盘里的故事。”困境儿童小桐(化名)母亲感慨道。这是即墨区深化家庭家教家风建设的生动缩影。

家庭是社会的基本细胞,也是基层治理的重要基石。即墨区立足家庭视角,通过创新志愿服务、启动公益课程、弘扬家风家教、实施关爱项目等举措,探索家庭成长与基层善治协同发展新路径。

发挥组织优势,围绕服务全区发展大局,探索具有妇女特色、符合群众需求的“即美大姐”巾帼志愿服务品牌,整合妇联干部、三八红旗手、广场舞大妈、女性网格员等优秀女性力量,组建巾帼志愿者队伍20支,吸纳志愿者500余人,打造有标识、有场所、有人员、有活动、有记录的高标准“五有”巾帼志愿服务阵地13个,深入村庄(社区)开展矛盾调解、关爱帮扶、文明倡导、庭院美化等工作。今年以来,因地制宜开展特色志愿服务活动260余次,解决家庭纠纷80余件。

启动“公益课程进基层 服务群众零距离”项目,将家庭教育、母婴护理、应急救援、普法宣传等300余节课送到群众家门口,惠及妇女儿童2万余人次。其中,针对家长迫切需要解决家庭教育困扰这一难题,即墨区还组建了一支由学校教师、心理咨询师、家庭教育指导师等27人组成的家庭教育宣讲团,推出亲子关系、青少年成长等48门公益课程,深入镇村开展家庭教育宣讲指导服务。

以“传承好家风 共筑家国梦”为主题,在全区组织开展家规家训、家书家信、家庭作品征集活动,组织家风故事讲述会,开展集中宣传展示活动,凝聚起爱国爱家、相亲相爱、向上向善、共建共享的社会主义家庭文明新风尚。此外,还将“家风美”纳入美丽庭院建设标准,推动千余户家庭实现“庭院美、家风正”。

募集爱心资金30余万元,资助“春蕾女童”347名,联合德韵心理咨询有限公司发起春蕾女童“心灵守护”项目和“爱润墨童”爱心妈妈关爱项目,为“春蕾女童”、留守儿童、孤儿和事实无人抚养等困境儿童开展心理咨询、心理绘画和团体沙盘等关爱活动,进行情感抚慰和心理疏导,服务困境儿童260余人次。

家庭家教家风工作既是基层治理的起点,也是落脚点。通过激活家庭“小细胞”,凝聚起社会“大能量”,实现家庭成长与基层善治的“双向奔赴”。下一步,即墨区将继续深化家庭赋能,让万家灯火照亮社会治理的“最后一公里”。