

# 冻口服装国际会展中心年底运行

## 服装网络营销与实体经营将齐头并进

本报10月26日讯(记者 蒋龙龙 实习生 刘娇娇) 26日,记者从冻口服装城获悉,高达132米的冻口服装国际会展中心将于今年底投入运行。在服装城的带动下,未来冻口服装城商圈的面积将突破100万平方米,成为滨河新区的“城市名片”。

冻口服装城成立于1989年,现已成为闻名全国的大型专业批发市场,经营面积50余万平方米,经营业户5000余家。同时今年5月1日冻口服装美食广场正式营业,极大地方便了购物的顾客就餐。

为了发展皮草经营和电子商务而兴建的冻口服装商务大厦现已完工,其中1-5层已经被打造为冻口皮革城,已经于今年国庆节期间开业,填补了冻口服装城无皮草专业经营区的空白。6-26层为商务写字间,将大力引进电子商务经营商家,预计2015年投入使用。据相关负责人介绍,“冻口服装城将形成网络营销与实体经营齐头并进的新格局”。

为了提升冻口服装城商圈的整体形象,主体高度达132米的冻口服装国际会展中心是济南北部城区的地标性建筑,目前已经进入最后内部装修阶段,预计2014年年底投入运营。据冻口服装城相关负责人介绍,服装国际会展中心是集大型服装商场、写字楼、商务酒店、会展于一体的现代化、多功能商贸综合体。

他还透露,冻口服装城正在积极申请政府部门的相关政策扶植,开辟冻口服装产业园,通过产业园真正形成服装原料采集、面料生产加工、服装设计、销售一条龙式的产业链,不断培育自己的本土特色品牌服装。

未来,冻口服装城商圈面积将突破100万平方米,“最终建成以服饰文化、服装会展、电子商务、餐饮娱乐等功能齐全的现代化商业区。



服装节期间,冻口服装城引来了大批客流。 本报记者 戴伟 摄

## 冻口服装城举办论坛

# 众多专家共话服装城发展

本报记者 蒋龙龙

10月24日,由中国纺织工业联合会流通分会与山东省服装行业协会主办,山东省服装行业协会流通分会、济南市服饰鞋帽商业企业协会、济南冻口服装有限公司承办的2014中国服装品牌市场发展论坛在济南举行。

论坛恰逢济南冻口服装艺术节,吸引了纺织服装专业市场同仁、品牌企业家、经销商、行业媒体等300余人到会。

据了解,本次论坛以“创新商业模式,助力品牌全渠道运营”为主题,就中国经济“新常态”环境下,品牌企业未来营销模式的变革趋势及

未来商业模式的发展方向为课题,众多行业专家及学者同场论道中国服装行业的发展,为冻口服装城未来的发展建言献策。

在现场不少专家表示,济南服装品牌较少,希望冻口服装城培养更多自主品牌,把冻口服装城打造成真正的服装品牌孵化基地。

## 服装节期间

# 共抽出10万奖品

本报10月26日讯(记者 蒋龙龙) 持续了10天的中国·济南2014冻口服装文化艺术节于26日闭幕。在艺术节期间,服装城的客流量突破了200万人次,服装城共向顾客送出了10万余份奖品。

整个艺术节从10月17日开幕,体现了“新”、“折”、“奖”、“乐”四个字。“新”字,是顾客感受到全新的服务,对冻口服装城有个全新的认识,顾客在这里吃、喝、玩、乐、购,可以一站式搞定。

此次服装文化艺术节期间,为回馈新老消费者,全部商品折价促销,冰点价格,比网购还便宜。“突出一个‘折’字”。在服装文化艺术节期间,凡在商场单店购物满200元,由业户赠送抽奖券1张,100%中奖,山地车、电瓶车、三星平板电脑等奖品,突出“奖”字。

据了解,除了“新”、“折”、“奖”以外,此次服装文化艺术节还突出一个“乐”字。此次服装文化艺术节期间还举办了丰富多彩的艺术活动,引得不少市民流连忘返。

26日下午,记者从冻口服装城获悉,截至26日下午,中国·济南2014冻口服装文化艺术节抽奖活动共中出特等奖价值4998元的美利达山地车4辆,一等奖价值2999元的阿米尼电动车9辆,二等奖价值1499元的三星平板电脑24部,加上羽绒服、羊毛衫、T恤、餐券、纪念水杯等奖品共计10万余份。“服装节期间,每天客流量在20万人次,周末客流量在每天30万人次。”

# 2.27米,章丘“状元葱”身高赛姚明

## 章丘大葱品牌价值飙升至29.03亿元,比去年增加2.25亿元

本报10月26日讯(记者 邢振宇 通讯员 袁致甲 朱恒彬) 25日,第十二届中国国际农产品交易会暨第三届中国山东农产品交易会(以下简称“农交会”)在青岛开幕,章丘首次将大葱节搬到了农交会上,比姚明还要高0.01米,2.27米的章丘“状元葱”出尽了风头。来自章丘绣惠镇王金村的宋光宝,以高于姚明身高1厘米的大葱拔得头筹,这是他第二次获此殊荣。

章丘大葱是农交会的常客,但在农交会上举办大葱节还是首次。章丘“状元葱”一直在跟小巨人姚明比身高,此次农交会章丘别出心裁地在展馆上布置了一个背景板,上面按照1:1的比例印上了姚明的全身照,并且用标尺标示出了小巨人的身高。旁边放置了一棵大葱,其高度超过姚明达到2.27米。葱的主人宋光宝介绍说,他从2006年开始就参加章丘大葱的评比,这是他第二次夺魁。“章丘大葱体高白长、脆嫩甘甜,品相俱佳,药食两用,适合生吃、蘸酱,没有辛辣的口感,葱白高达1米、茎圆达5厘米。”宋光宝说。宋光宝的葱田在绣惠镇女郎山上,水土条件适合大葱种植。如今,宋光宝所在的绣惠镇大葱种植户们都在摸索改良葱种,保持大葱种植生长的持续性。通过精细化的管理和培育,使大葱保持了良好的质量。



农业部长莅临章丘展区。 本报记者 邢振宇 摄

据了解,章丘“大葱状元”评选程序严格,评委需对每棵葱的长度、葱白、葱径粗度和葱重四项指标进行测量,依据评分规则算出分数后再取平均分进行角逐,最终宋光宝以243.38的综合得分胜出。像宋光宝一样,当日还有5名章丘大葱种植能手及7名种植大户受到表彰。

大葱评选,章丘不仅关注大葱的外在美,更注重内在品质的持续提升。“从葱种培育一直到端上餐桌,我们实行精准

化管理,这是章丘大葱能有今天成就的关键因素。”章丘大葱种植专家胡延萍言简意赅。

作为地方特产,章丘大葱久负盛名。早在明代,就被明世宗御封为“葱中之王”,成为历代的皇室贡品。时至今日,标准化生产、科学化管理的章丘大葱再上一层楼,品质和信誉更是有了长足发展,先后注册全国“产地证明商标”和“地理标志证明商标”,获得“山东省著名商标”、“中国名牌农产品”、

“中国驰名商标”等多项荣誉,品牌价值达到29.03亿元,比去年增加2.25亿元,成为瓜果蔬菜中的“白富美”。

作为章丘名优农产品的“带头大哥”,章丘大葱成为该市的主导优势农业产品,种植面积达15万亩,实现年产值7亿元。为使章丘大葱的标准化生产和质量安全提高到一个新的水平,章丘市实施了章丘大葱文化产业园建设项目,投资600万元。

章丘大葱拦路“邀请”部长

## 农业部长为

# “状元葱”点赞

本报10月26日讯(记者 邢振宇) 25日,农交会开幕式一结束,在章丘展厅里的几位大葱种植能手有些迫不及待地吧“状元葱”从展区里面挪到了过道旁,让众人有些看不懂。“听说农业部长要到各展厅看看,希望能注意到咱。”种植大户赵建刚道出了其中的小秘密。

记者注意到,今年农交会章丘市专门在会展中心2号馆4号馆的连廊处设了展区,穿梭于各展馆的参观者必须从此经过。

上午9点40分,农业部部长韩长赋在众人的期待中来到章丘展区,瞬间就被过道旁的“状元葱”给吸引了。“章丘大葱,富裕农民。”农业部长韩长赋看着如此“高大上”的大葱对葱农说,章丘大葱是山东农业的品牌,一定要种好大葱,并欣然与葱农合影。

当听到葱农说“状元葱”比姚明还高后,他笑着对葱农说:“章丘大葱与姚明比身高,这个创意好。”

据介绍,在大葱标准化生产中,章丘市重点把好葱种培育、施肥、灌溉、治虫防病四个关口。在推行科学化管理上,章丘统一印制档案手册发给葱农,要求从大葱育苗到收获、出售的整个过程全部记入档案。凡是上市销售的大葱,都必须通过农产品安全检测,并公开检测结果。