

强信心·稳经济·促发展

青岛市质量工作领导小组办公室
青岛市质量发展促进会
青岛优品 青岛早报 联合主办

4月21日,海尔·2024青岛马拉松鸣枪开跑。“最美赛道”上,数万跑者用汗水和力量彰显运动健儿的飒爽英姿,抒写出一曲曲坚持与勇气的赞歌,诠释了竞技运动的无限魅力。而每一场振奋人心的体育盛宴背后,都离不开各品牌的多方支持。海信赞助世界杯,海尔赞助马拉松,国信赞助篮球赛……作为“品牌之都”的青岛,“青岛优品”企业在体育赛事中扮演着重要角色。随着体育观赛和体育消费市场需求的多元化发展,“青岛优品”品牌近年来在体育营销方面正不断拓展边界,注入新理念、新动能、新元素,体育营销的价值也在逐步显现。

海尔赞助马拉松 海信赞助世界杯 国信赞助篮球赛

体育营销 助力优品声名远扬

海尔科技为智慧体育赋能

作为2024“青马”的冠名赞助商,海尔应赛事组委会之邀,参与了从奖牌设计到赛服、博览会的全面升级,更有海尔智家通过最新科技升级赛事全流程,并将绿色理念深入到赛道上,为跑者带来一场专业、智慧、绿色的“新青马”。

4月18日至20日,海尔智家“跑者之家”在青岛国际会展中心全新亮相。海尔智家搭建起服务于跑者备赛全流程的智慧场景,为赛事顺利进行做足了保障。“吃完这顿荤素搭配的营养餐,我参赛的衣服也就洗完烘干了。”饶有经验的杨先生是青马赛事的老面孔,在接受采访时表示:“这几天我在跑者之家体验了非常完善的备赛服务,不仅做了健康检测,还跟专属教练进行赛前热身训练,享用了定制健身餐,跑者之家的服务既温馨又专业。”

据了解,海尔智家搭建的跑者之家囊括了智慧体验、赛事打卡、暖心服务专区等内容,为跑者们提供训练、理疗、装备、饮食等全方位的智慧体验,助力跑者保持最佳备赛状态。在“跑者运动队”智慧客厅,跑者可以现场进行AI个人居家健身智慧体验,在专属教练的带领下跟练跑马备战课程;在“跑者烹饪区”智慧厨房,不仅可以学习健身食谱、享受健康美食,还能根据自己的喜好亲手制作;被汗浸湿的衣物不用回家换,“跑者添新彩”智慧护理场景带来“空气洗”智慧科技,实现快速烘干和衣物护理。同时,还有智慧舞台、生日墙、冲刺明信片、奖牌拍照墙、赛道路线图等诸多体验区,让跑者沉浸式感受青马氛围的同时,留下专属青马记忆,充分满足了参赛者的情绪价值。

除了提供与跑者强交互的智慧场景,海尔智家还将最新科技成果运用在跑者赛前、赛中、赛后全流程,为跑者提供全程专业、智慧的跑马体验。赛前,跑者可以在跑者之家定制跑马备战课程、健康食谱,科学地进行赛前热身;赛中,不仅有数字孪生服务平台全程提供可视化赛道关键信息,跑者还能根据海尔智家与高德联合推出的“青马专线”线上服务,轻松计算自己与集结点之间的距离;赛后,完赛服务区还有能量补给、冰池泡脚、按摩拉伸、号码布塑封等贴心服务。

专业备赛、智慧体验、跑者纪念、暖心服务等一系列定制场景,为跑者建起在青马赛事中的“家”,智能赛事场景的搭建,不仅为赛事提供信息化、人性化、智能化服务,为提升赛事体验提供了一套解决方案,更为品牌点亮了一盏科技赋能之灯。

海信持续冠名重大国际赛事

“海信未来发展,大头在海外”,2004年,海信成立35周年时,这句话被第一次提起,并于2006年正式被确立为海信集团的国际化战略。大头在海外,重



海尔用科技赞助青岛马拉松。青马组委会供图



海信赞助国际足球重大赛事。企业供图



国信助力青岛打造国内一流的CBA篮球俱乐部。资料图片

点就是做品牌,品牌的国际化并非一蹴而就,是一项长期事业。海信秉承“没有品牌的国际化,就没有企业的国际化”的理念,坚持品牌国际化“造船出海”。而要成为全球一流品牌,就必须在欧美和日本等主流市场建设品牌。这几年来,海信不断摸索建设品牌的路径,持续发力体育营销,缩短了消费者认识、接受一个品牌的过程,把海信品牌带到了新的高度。

2008年,海信澳洲公司发现了“冠名澳网公开赛体育馆”的机会。不论是对于澳洲公司、国际营销总部,还是海信集团,这都是一笔很大的费用,也是海信第一次体育营销投入。经慎重考虑,海信抓住了这次机会,当“Hisense”大大的logo(品牌标志)第一次立在大洋洲的澳网公开赛主场馆上,海信开始被澳大利亚消费者认识;随后海信又赞助了澳网公开赛。当中国网球运动员李娜创下

了“Hisense Arena 球场不败”的奇迹并成为首位闯入澳网决赛的亚洲选手,并在2014年1月25日在澳大利亚网球公开赛女单决赛中首次夺得澳网冠军时,事实证明这笔投资是正确的。

2016年1月,海信宣布赞助法国欧洲杯,成为欧洲杯56年历史上第一个来自中国的赞助商。当“海信电视”中文的字样出现在欧洲杯赛场上时,“欧洲杯56年以来终于和中国有了关系”,全球观众和球迷在看到海信的广告牌之后,便纷纷开始搜索“Hisense”究竟是谁。与此同时,海信从新闻、公关、自媒体、市场、海外品推、广告、产品等多个维度,以“世界看我表现”为主题展开360度全方位整合传播,不仅增加了海信品牌的国内热度,还极大提高了海信品牌在海外市场的知名度。

2016法国欧洲杯、2018俄罗斯世界杯、2020英国欧洲杯、2022卡塔尔世界杯,从欧洲杯到世界杯,海信连续赞助了4次国际大型体育赛事,这在中国企业中是绝无仅有的创举。海信作为赛事的“重度”参与者,已经与体育营销深度绑定,体育营销已经成为海信征战全球“品牌高地”的利器,不断支撑着海信品牌逐步迈向全球的中高端。

国信搭建综合性文体产业平台

今年3月15日成立的青岛体育集团是由青岛国信集团出资,在原青岛国信文化体育产业有限公司的基础上,整合成立的大型城市体育产业集团。青岛体育集团运营管理着青岛体育中心、青岛大剧院、青岛汇泉广场及第一海水浴场等文体平台资源,坚持“体育+文化”双主业定位,承接承办省内各种体育赛事、创新创办文化演出。

青岛国信集团始终将体育产业作为承担国企责任、弘扬“成就城市梦想”使命的重要支撑,专注发展、潜心培育,每年承接青岛市约80%的大型赛事活动,接待各类运动爱好者超过200万人次,年投入1.7亿元打造国内一流的CBA篮球俱乐部,先后获评行业内首个国家级标准化试点、全国群众健身活动模范场馆、山东省体育强省建设先进集体、山东省体育产业示范单位、山东省五星级体育服务综合体等荣誉,已成长为区域最具活力和影响力的行业排头兵。

青岛体育集团的成立迈出了青岛体育产业发展的新步伐,是引领青岛体育产业高质量发展的重要抓手。国信集团致力于建成国内一流体育生态圈,为打造城市高质量发展新引擎贡献“国信力量”。据青岛体育集团党委书记、董事长杨强介绍,未来,青岛体育集团将紧紧围绕“健康中国”“体育强国”战略主题,以场馆运营为基础、赛事运营为龙头,以职业俱乐部运营、文化娱乐为品牌引领,全力打造以赛事操盘+场馆运营+职业体育为核心的核心竞争力,构建健康、活力、时尚的“大文体”生态圈,为创造城市美好生活夯基蓄力,为加快打造全球知名体育城市、国家体育中心城市作出新的贡献。本版撰稿 观海新闻/青岛早报记者 刘鹏 实习生 吴涵