



责编 刘宗伟 美编 金琳 审读 王忠良 排版 林艳

2023年7月28日 星期五

品牌论坛、创意“五秀”、品牌展览、网红市集狂揽人气,2023年青岛品牌日主场活动13.5亿次传播量刷屏全网——

“青岛品牌”另一种打开方式,炫了!



■7月17日晚,“品牌之夜”活动现场,市民纷纷拿出手机记录无人机秀精彩瞬间。 王雨欣 摄

一场以品牌之名的邀约,让夏日浮山湾热力值拉满!7月17日,2023年青岛品牌日系列活动启幕,品牌论坛、品牌市集、品牌之夜等主场活动密集举办,深度展示“品牌之都”的创新活力,成为全网关注的焦点。本次品牌日活动由青岛市人民政府主办,市工业和信息化局、市发展和改革委员会、市农业农村局、市商务局、市文化和旅游局、市市场监督管理局承办,青岛日报报业集团执行。

在主场活动举办的3天时间内,多场论坛、展览等活动赋能城市品牌创新迭代,点亮秀、无人机秀、网红秀、颁奖秀、市集秀等创意“五秀”展现城市品牌全新气象,“金花绽放 亿惠青岛”品牌体验市集、青岛农产品“兴农记”市集热闹开市,60余家企组团展示各类创新产品,点燃了市民游客品牌消费热度。

在媒体传播助力方面,青岛日报连续3天累计4个整版内容聚焦品牌日系列活动;新华社、人民网、经济日报、中国日报等予以立体化、全方位推广,推广重要位置以及原创量达到前所未有的层次;广州日报、深圳特区报等15家副省级城市党报媒体矩阵刊发各类报道30多篇;观海新闻以图文、视频、直播、创意策划等融媒体传播加码宣推。据不完全统计,青岛品牌日期间全网传播量超过13.5亿次,实现品牌日城市级IP传播能级跃升。

感官盛宴+沉浸体验,全城参与带热品牌节庆IP

品牌日系列活动,不只是企业的主场,沉浸式逛展、品牌之夜“五秀”联动,也让市民网友开启了狂欢的“过节”模式,节庆氛围拉满。

17日晚,在青岛国际会议中心门前广场,“品牌之夜”——致敬青岛品牌·大型展演秀震撼上演,点亮秀、无人机秀等“五秀”联袂,为市民游客,网友献上一场品牌视听盛宴。当500架无人机徐徐升空,青岛品牌LOGO闪耀浮山湾,市民和游客发出阵阵惊呼,当晚共有2万余名市民游客现场观看,网络直播参与受众超百万,“品牌之夜”一举登上城市热搜,品牌网红夜空场景火遍全网。此外,“动感交互品牌霓虹墙”、汇聚了所有金花品牌的“品牌魔方”、展现青岛品牌

的“跃动格子”等均成为网红打卡点。

首场“金花绽放 亿惠青岛”品牌体验市集、青岛农产品“兴农记”市集创新设置多种趣玩互动活动,让市民游客沉浸式体验“逛吃逛吃”和“买买买”的乐趣。新老“金花”企业在各自展区设置交互活动,调制香氛、食品雕刻、啤酒精酿畅饮……让游客大呼“好玩有趣”。

“青岛农品”首次以创意市集形式让市民近距离了解青岛优质农产品产品,农品好滋味、集印章换礼物、扫码抽福袋、拍照赢大奖,品牌日特调、网红大互动六大活动,为市民游客献上一场欢乐的“舌尖盛宴”。

视频发力+网红效应,城市品牌涌动大流量

线下逛不够,线上看过瘾。主会场多场重磅活动现场直播,卡萨帝、澳柯玛、五菱之夜等企业专场直播,让网友们在线见证青岛品牌创新蝶变的魅力,观海主播们也是“日程满满”,聆听大咖论道、玩转创新展、体验新产品、品尝农品美食、体验网红打卡装置、“五秀”航拍等全场景视频呈现,让网友们过足“眼瘾”。由青岛日报抖音发起的“青岛品牌日”话题登上热榜,播放量超1亿次,在央视频、抖音、快手、视频号、今日头条等发布的原创视频,传播量达到3亿次。

越是网红节日,越能汇聚网红达人。品牌日主场活动期间,包括千万粉丝级大V在内的20多名网红达人现场打卡探访,通过短视频传递青岛品牌日的精彩活动,为城市品牌盛宴再添网红热度。“点亮秀、无人机秀感官体验十足,品牌市集也超级有‘料’!”抖音大V、民俗民艺专家鲁汉表示,自己已连续两年打卡青岛品牌日活动。通过网红大V打卡、探集,品牌日的网红效应持续放大,自媒体矩阵传播量达2.5亿,助力青岛品牌提升知名度、美誉度。

陈海萍

“学习强国”青岛学习平台:“遇见学习达人”挑战赛等你来战

在青岛学习平台上线四周年之际,“遇见学习达人”短视频账号正式开通运营。“遇见学习达人”街头挑战赛是青岛学习平台将线上推广与线下交流相结合,将城市宣传与全民学习相结合的创新举措,通过群众喜闻乐见的街访形式,寓教于乐、寓学于趣,为广大党员干部群众带来极具互动感和参与感的新学习体验。

7月17日,青岛品牌日盛大启幕,“遇见学习达人”走进致敬青岛品牌·品牌创新展,与市民游客共庆城市盛会。“你知道被称为青岛产业发展的‘五朵金花’分别是什么吗?”在主播的提问下,学习达人细数青岛家珍,讲述品牌故事。

“遇见学习达人”还结合青岛学习平台“奋进有为 强国有我”主题系列活动,走进驻青高校,和同学们一起挑战答题,该平台已成为莘莘学子的“掌中宝”和“充电器”。

接下来,“遇见学习达人”街头挑战赛将定期走进景区、企业、学校,随机寻找学习达人互动问答,并送上精美的文创产品,与广大学员一起游青岛、长知识,赛出“达人风采”,奏响“学习强音”。

(刘晶晶)

读报参考:
乡村振兴海报设计大赛上线

为展示青岛农业农村现代化成果、展现宜居宜业和美丽乡村的魅力,青岛报业传媒集团联合市农业农村局、市乡村振兴局等单位,自7月下旬起共同举办2023青岛乡村振兴海报设计大赛。本次活动由读报参考融媒体、市工业设计协会承办,市青年美术家协会、市现代乡村振兴研究院共同协办,由尚好科技有限公司提供特别支持。

本次大赛围绕“青岛乡村振兴新图景”这一主题,分初评和复评两个阶段。初评阶段将把线下选出的若干优秀作品,在相关网络平台发布。复评阶段通过市农业农村局官方微博信号、读报参考融媒体等开设网络投票窗口,根据投票结果,并结合专业评委意见,评选出相关奖项,颁发荣誉证书和奖金。10月份,大赛入选作品将制作成展板面向社会发布,优秀作品还将专题展出。

(侯伟莉 邓超)

智慧城市:
推进传统手造与现代制造共融共生

智慧城市深度参与城市品牌建设,发挥“媒体+技术+运营”综合优势,先后打造“青岛制造媒资库”和“手造产业数字化与融媒体传播服务平台”,广泛连接起手造和制造上下游产业资源。近期,抓住“文化两创”和“青岛品牌日”宣传契机,促进传统手造与现代制造跨越界限共融共生,为城市品牌和产业化发展贡献媒体力量。

智慧城市去年承办了青岛市首届手造节,此后持续聚焦手造领域,整合资源打造“手造产业数字化与融媒体传播服务平台”,在手造产业平台建设、手造融合传播、手造产业资源库建设等方面综合发力。其中,青岛手造产业融合平台“青岛手造街”整合手造上下游产业,已入驻商家100家,上线手造产品1000余件,提供便捷的手造文化全产业链综合服务;青岛手造媒资传播平台承载20余项赛事活动,链接手造创作者700余名,“青岛手造”全网相关话题新闻宣传报道达124万余条(次),掀起手造艺术社会化传播热潮;青岛手造产业资源库收录10个区市150家手造企业信息,收录近百个非遗传承人资料,全面、精准展示青岛手造产业资源。

青岛制造媒资库收录百余家企业信息,包含近2万条资讯以及青岛制造图片库、视频库,基于内容算法,可实现“横+纵”双向搜索。该平台实现了青岛制造资料库从无到有的突破,成为唯一、全面、精准展示青岛制造史料和新动态的平台。同时成为官方信息集散中心,大规模集成整合青岛制造信息资源,方便大众和媒体查找资料,并实现了青岛制造信息资源深度开发利用。

抓住“文化两创”和“青岛品牌日”宣传节点,智慧城市融合传统手造、现代制造优势资源,通过创新策划,实现资源嫁接。其中,手造艺人与制造匠人对话,挖掘传统技艺何以跨越百年岁月、智造企业何以引领行业背后共同的精神内核;手造艺人创作青岛制造品牌手造,手造作品成为制造业产品包装,诠释手造和制造对技术和美学的共同追求。

(张倩)

青岛早报全媒体策划重热度、视频抢速度、报端探深度、传播有温度——

“巧克力大爷”顶流是怎样形成的

6月份以来,青岛海滩上的“巧克力大爷”成为新晋“网红”。青岛早报结合网络热点,经过编辑部精心策划报道,再次将“巧克力大爷”推上顶流,被众多央媒转发点赞,让青岛“巧克力大爷”在全国出圈。

策划重热度。早报编辑部认为,“巧克力大爷”在网友们调侃中,已成为城市的正能量,需要主流媒体深入策划报道,推动这一正能量典型落实。7月20日下午,早报派出全媒体记者来到第一海水浴场沙滩上探访,过程中恰巧拍下一次海水浴场中的救援行动。

视频抢速度。有了第一新闻现场的优质素材,早报迅速制作推出视频产品。当晚7时许,视频《青岛巧克力大爷又出手了》独家首发在青岛早报微信视频号和抖音号,立刻引来全国网友点赞和留言。到翌日下午,抖音平台的点

击量超过百万,并冲上抖音同城榜第一的位置,全网流量超千万。央视、南方都市报等媒体,纷纷联系早报采访或寻求素材。

报端探深度。7月21日起,《青岛早报》连续在头版和重要版面追踪报道“巧克力大爷”,包括4次头版在内,共发布10个版的相关新闻报道。整组报道以救人现场为引子,在寻找救人“巧克力大爷”过程中,重点突出对“巧克力大爷”特质的报道,用评论、记者手记等有深度的文字报道,引领着社会传播的方向。

22日晚,央视新闻频道《新闻周刊》栏目专题报道青岛“巧克力大爷”,称“他们已经成为大家心目中的英雄,传递着城市的正能量。”

传播有温度。及时关注网络热点走向,结合网友们有温度的留言和评论,澎湃正能量实现大流量。让读者和网

友对青岛“巧克力大爷”这个群体有了更深度了解,很多网友留言,想亲自来一次青岛,看看“巧克力大爷”,并和心目中的超级英雄合个影。这也再次引起众多国家级媒体的关注,25日,人民日报微信公众号、新华社每日电讯、新华社快看等平台,纷纷编发青岛早报“巧克力大爷”报道,一时间,国内上百家媒体再次关注转发,让青岛“巧克力大爷”被冠以“城市新的旅游打卡项目”的名号。

从“巧克力大爷”这个称呼在网络上出现、热传,到经过青岛早报策划报道助推,“巧克力大爷”火爆出圈,显示出早报团队的典型打造能力。多年来,青岛早报坚持打造典型,先后独家挖掘推出“微尘”“九月天使”等典型,成为青岛城市文明中靓丽的名片,也成为外地人眼中“青岛好人”的代表。

孙启孟

同城榜TOP1 昨天19:59 · 完整榜单> ...

青岛巧克力大爷又出手了

