

以城市之名打造品牌盛宴

国内首个城市级品牌日“青岛品牌日”正式启动 六大板块活动将持续至7月31日

本报7月17日讯 17日上午,中国品牌卓越发展论坛暨青岛品牌日启动仪式在青岛国际会议中心举行。市委副书记、市长赵豪志出席活动。

加强品牌建设是贯彻落实新发展理念、加快经济发展由规模速度型向质量效率型转变的重要举措。青岛是一座具有良好品牌基础和深厚品牌底蕴的城市。2022年6月25日,青岛市人大常委会通过决定,将每年的7月17日定为“青岛品牌日”,青岛成为全国首个以人大行使重大事项决定权的形式设立品牌日的城市。设立“青岛品牌日”,全面加强品牌建设,发挥好品牌引领作用,对于我市加快建设现代产业先行城市、实现经济高质量发展,具有重要意义。青岛将深入贯彻习近平总书记对山东、对青岛工作的重要指示要求,大力实施实体经济振兴发展三年行动,推进品牌梯次式培育、高端化提升和数字化赋能,以品牌建设引领经济高质量发展。

活动中,发布了《建设世界一流企业青岛行动宣言》,成立了“工赋青岛”专家智库,并为2021年新一代青岛金花培育企业代表授牌。北大国家发展研究院名誉院长、北大新结构经济学研究院院长、北大南南合作与发展学院院长林毅夫等嘉宾围绕制造业品



中国品牌卓越发展论坛暨“青岛品牌日”启动仪式。

牌建设实践作主题演讲。

2022“青岛品牌日”以“城市与品牌共成长”为主题,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,北京大学新结构经济学研究院、瞭望智库提供学术支持。2022“青岛品牌日”由中国品牌卓越发展论坛暨青岛品牌日启动仪式、“绽放的力量”青岛品牌

体验秀、青岛品牌发布会暨青岛国际啤酒节“工赋青岛”之夜、青岛品牌采购季暨“嗨购一夏”促销活动、青岛品牌开放日、青岛品牌保护宣传讲座等六大板块活动构成,从不同层级、多个维度提升品牌内生引领能力,打造城市级品牌宣传IP。六大板块活动将持续至7月31日。

耿涛出席活动并致辞,张建刚、崔作出席。
(观海新闻/青报全媒体 记者 薛华飞)

为“品牌之都”代言

上百家企业在青岛品牌体验秀集中展示上千种产品



为“品牌之都”代言本次新品发布企业带来的展品。

品牌,正在城市发展中留下更深刻的印记。

7月17日,作为“青岛品牌日”的重要主题活动,2022“三品”全国行青岛市消费品工业新品发布活动在青岛国际会议中心举行,青岛啤酒、酷特智能、琅琊台、雪达集团等18家企业发布新品。这些各行各业的翘楚,用技术创新、产品设计、文化创意以及品牌建设推动产业能级之变,为青岛这座“品牌之都”代言。

发布会:18个品牌强势登场

消费品工业是国民经济和社会发展的基础性、民生性、支柱性产业,在吸纳就业、出口创汇、促进经济发展等方面发挥着重要作用。海尔、海信、青啤、双星、澳柯玛“五朵金花”,以及新一代“青岛金花”,是引领青岛消费品工业高质量发展的中坚力量,让青岛这座制造业名城熠熠生辉。

此次18家企业集中发布新品,将激发消费品工业企业品牌活力,进一步擦亮“青岛制造”名片,提升城市知名度和美誉度,加速打造消费品供应链创新创业生态。

作为与消费者关系最近的品牌群体,青岛消费品工业企业不断提升技术引领力、品质竞争力和品牌影响力,青岛啤酒就是其中的代表。此次,青岛啤酒发布艺术典藏超高端新品“一世传奇”。这款令现场嘉宾感到惊艳的产品,融汇北美经典威士忌过桶酿法与欧洲古典葡萄酒窖藏的方式,突破了传统啤酒酒度、风味及储存时间极限,创造出颠覆传统认知的超高端啤酒。

“这是青啤在产品特色化、品牌高端化征途上一个里程碑式的产品。”青岛啤酒股份有限公司制造副总裁董建军透露,“一世传奇”上市之后即供不应求。

通过强势品牌的打造来确立自己的领先地位,这是很多青岛企业都在寻求的突破点。

BACOLLE是青岛雪达集团有限公司打造的青少年原创品牌,倡导个性鲜明的穿着方式,用服装承载青少年的丰富想象力。

作为国内复合调味料行业的知名企业,青岛日辰食品股份有限公司在保持B端优势的同时,凭借自有品牌“味之物语”加速布局C端市场,涵盖火锅调味料、鱼调料系列、中式小炒调料、烤肉酱系列、小龙虾调料等。目前,“味之物语”已经在商超、电商等终端消费市场进行布局。

恒尼智造(青岛)科技有限公司借力数字技术打造知名品牌,在用海藻纤维开发内裤、袜子、家居服、保暖内衣的基础上,建立国内唯一针织内衣定制系统,全球用户一键下单,智能定制24小时出库。

体验秀:既“高精尖”又“接地气”

同日还举办了青岛品牌体验秀,集中展示上百家企业的上千种产品,展现了青岛品牌既“高精尖”又“接地气”的气质。

此次参展企业数量远超上届,不乏海尔卡萨帝、海尔三翼鸟、五菱汽车、高合汽车等先进制造业“结晶”,也有预制菜品牌朕宅、原创潮鞋品牌ISTEP、高端健身器材品牌RELAX等新消费品牌。

临做饭才发现菜不够了,该怎么办?海尔集团此次携高端家电品牌卡萨帝以及场景品牌三翼鸟而来,展示了智慧客厅、智慧衣帽间、智慧厨房等智慧家庭场景。在三翼鸟智慧厨房中,海尔冰箱能够自动感应食材余量,当识别到余量不足时,提前加购新鲜食材,实现新鲜食材不断供。

如果不擅长厨艺,那么高端冷冻预制菜品牌朕宅最适合你了。依托于母公司利和味道集团的味道萃取技术、研发团队和供应链体系,朕宅(青岛)电子商务有限公司构建了冷冻调理食品核心竞争力,山姆会员店中的芝士牛肉卷、蒲烧鳗鱼、惠灵顿牛排、日式鳗鱼炒饭等系列产品都出自朕宅。

值得一提的是,展会中心还打造了一个大型圆环主视觉展项,由一个大型户外LED弧形屏和两组小型组合LED屏组成,轮播品牌日主题影片和品牌绽放影片。当大屏处于待机状态时,主屏区和副屏区会播放粒子状运动的海洋画面,当观众快速挥动手臂到达某一速度时,人体周围的粒子将快速散开并空出一块圆形区域,区域内将浮现出“五朵金花”的粒子状logo,形成主题形象墙。

整个青岛品牌体验秀通过运用5G、VR、3D等创新展示形式,以科技感与声光电特效,展示青岛品牌的持续创新与蝶变,突出“工赋青岛”时代特征与形象。

观海新闻/青报全媒体 记者 周晓峰

未来新势力 新一代青岛“金花” 正式授牌

本报7月17日讯 17日,2022年青岛品牌日启幕。在上午举行的中国品牌卓越发展论坛暨“青岛品牌日”启动仪式上,新一代青岛金花培育企业正式授牌。

中车青岛四方机车车辆股份有限公司、青岛汉缆股份有限公司、青岛海湾化学股份有限公司、青特集团有限公司、青岛银行股份有限公司、利群集团股份有限公司、青岛百洋医药股份有限公司、凯盛浩丰农业有限公司、青岛康大外贸集团有限公司、利和味道(青岛)等企业作为代表上台接受授牌。

会上,海尔、海信、青啤等五朵“金花”携手10家“新金花”培育企业,共同发出《建设世界一流企业青岛行动宣言》。宣言倡议“青岛金花”企业共同行动起来,以“品质为基、文化为魂、科技为先、数字为要”,叫响“工赋青岛·智造强市”城市品牌,为青岛建设“活力海洋之都、精彩宜人之城”作出更大贡献。

近年来,青岛把品牌建设作为转变经济增长方式的重要举措,着力培育一批具有国内外较强影响力的新一代“青岛金花”品牌企业和高端品牌产业集群。2021年,经过一年的培育和考察,31家制造业企业、15家服务业企业、20家农业企业入选新一代“青岛金花”培育企业名单。

“青岛金花”不仅是青岛品牌的“新代言”,更代表着青岛产业结构不断优化、产业能级持续进阶的“新势力”。随着青岛品牌日正式设立,城市品牌战略再升级。以城市之名保护品牌、培育品牌,将引导企业重视品牌建设,提高核心竞争力,加快形成工业品牌带动服务业和农业品牌创建、三次产业品牌协同共进。更多“金花”将在青岛品牌的沃土上迎来绽放,共同擦亮“工赋青岛·智造强市”名片。

(观海新闻/青报全媒体 记者 王国钰 刘希金 荣潇)