



从“1”到“926” 万辆公交穿梭岛城

1路公交线迎来75周岁生日 乘中山路复兴东风再现当年火爆景象

细节之美 幸福之变

作为岛城第一条带有线路号的公交营运线路,1路公交车镌刻在每一位老青岛人的记忆中。自1947年开线以来,它始终与城市区域化建设同频共振,见证了老城区的复兴“蝶变”。今年,这条公交线路迎来自己75周岁的生日,乘着中山路复兴东风,近期客流猛增,再现当年火爆景象。75年来,岛城公交线网也越织越密,目前已有926条线路10617辆车穿梭在岛城街巷,真正实现小区建到哪里公交就通到哪里,市民出行越来越方便了。



全市已有926条公交线路。

百张老照片掀回忆热潮

27日上午,1路线“城市回忆专列”上线运行。主题鲜明的顶棚设计、各时代的老照片、设置在车窗处的祝福留言板……丰富的车厢布置让乘客仿佛置身“时光隧道”,瞬间掀起回忆热潮。车厢栏杆扶手及车窗处悬挂、张贴了百张老照片,全面展示车型及站牌的变化发展、老一辈驾乘人员的服务保障场景及公交职工丰富的文化生活。“老照片一部分张贴在车窗上,一部分制作成明信片悬挂在车内,乘客对哪张照片有回忆,可以直接在明信片背面留言。”青岛巴士“一路相伴”志愿者刘路介绍,“回忆专列”将真实记录并广泛收集市民对公交发展的意见建议、对城市变迁的所思所感。“运行期间将开展多彩的车厢趣味互动,既唤起市民的老城情怀,又向外地游客展示城市文化。”刘路说,活动结束后,将选取合理化建议优化提升,志愿者也会对全部留言存档,既以活动促服务质效新突破,又为1路发展建设留下珍贵时代剪影。

作为活动的重头戏,“站点话变迁”主题宣讲随专车运行同步进行。1路经过老四方、大连路、中山路,驾驶员更是见证了与之相关的区域变化发展,活动当天特意邀请3位公交老职工重返现场,以独特视角畅谈城市发展巨变。

“上世纪六七十年代,1路是最火爆的线路,大家挤都挤不上,受大客流影响曾实行双车对发。”公交老职工介绍,上世纪八十年代,四方始发站旁是岛城最有名的第五百货大楼,俗称“老五百”,每天人流如织。



市民乘坐回忆专车感受城市变迁。

乘老城复兴东风客流猛增

近日,中山路这条百年老街伴随啤酒节舞台的精彩演出及3D裸眼大屏、天主教堂光影秀重新成为大众关注的焦点,更点燃了广大市民对老城的澎湃热情。专车行至附近,老驾驶员们的记忆不断翻涌,车厢讨论氛围变得热烈起来。曾在1路线运行30多年的老驾驶员田明仲回忆,当年的中山路,每逢休息日客流爆满,大家为了赶上中山路的公交车,恨不得从车窗爬进车里。“一二一,上街里,买书包,买铅笔,到了学校考第一……当时,有这么一段顺口溜,‘街里’就是指中山路一带城市繁华区。”田明仲说,每天开车经过城市最繁华地段,对他而言是一件幸福的事。

近年来,青岛大力推进以中山路区域为主的历史

城区保护更新,以“光影市南”概念引入为背景,融入数字化解读,历史感与时代感交织共融的特色活动让中山路焕发出勃勃生机与别样魅力。近期统计数据显,线路客流迅猛增加,尤其是晚间时段,几乎每辆车都爆满。“20多年来,我没见过中山路有这么多人,感觉属于它的时代又要回来了,我打心底里高兴!”田明仲说,中山路的盛衰之变与创新破局,不仅更新了他的城市记忆,也让他深切感受到青岛城市建设在实践探索之中的迅猛发展。

岛城公交线网越织越密

1947年,岛城先后开通了2路、3路、4路、5路等多条营运线路。“单1路一条线路,就经历了大通道、解放、汽油车、柴油车、纯电动等多种车型变化,数百条公交线路故事叠加就是一部生动的城市发展史。”据介绍,近几年,我市大范围更新新能源车辆,为市民营造绿色高效、智能便捷的出行环境。从第一条带有线路号的1路,到如今城市大街小巷纵横交织,75年间,我市线网布局调整优化,车型车质迭代升级,技术保障提质增效,服务品质创新突破,走出独具特色的高质量发展之路。

市交通局城交处处长臧忠伟告诉记者,2020年,青岛被交通运输部授予“国家公交都市建设示范城市”称号。目前,我市常规公交线路达到926条、线路总长2万公里、日均客运量近250万人次。6条地铁线路相继开通、运营里程跃居全国前10位,单日最高客运量突破120万人次。今年3月召开的市交通拥堵治理工作领导小组第一次会议提出,要大力发展公共交通,进一步整治提升、优化调整薄弱环节,加快推进地铁线路建设,加强公共交通衔接,推进城市慢行系统建设,鼓励群众绿色出行。

今年,结合市民出行需求、市区步行街改造、地铁及综合客运枢纽衔接等需求,我市将优化调整公交线路80条列入市办实事,着力缓解新建小区和老旧社区居民出行难题,打通公共交通出行“最后500米”。市交通运输局最新数据显示,截至6月底,今年累计开通和优化调整线路、调整首末车时间达到49条,占全年目标任务的61%。为更好满足市民出行需求,我市将针对客流特征发展特色公交。结合重庆路、杭鞍高架等主干路建设改造进度,在城市组团主要通道优先设置公交专用道,打造公交干线客运走廊,提供中速运输服务;在中山路、栈桥、邮轮母港等热点景区和地铁站,优先布设微循环线路,推广小微公交;在学校周边灵活布设“教育专线”,面向中小学师生及接送学生家长提供定制公交服务。

观海新闻/青岛晚报 记者 徐美中

从品牌出海到全球创牌,创世界一流企业的必由之路

在双循环新发展格局下,如何构建经济高质量发展的引擎?配置全球资源、推动技术创新、卡位全球供应链,加快建设具有全球竞争力的世界一流企业显得必要且具有时代意义。

由“品牌出海”到“打造世界一流品牌”,领先的中国企业正在全新的创牌之路加速探索,创全球一流品牌的探索之路已经开启。但在这一过程中,中国品牌依然面临着众多挑战,特别是要打造全球用户认可的品牌,中国品牌“走出去”只是起点,更要“走进去”“走上去”,才能创造出世界一流品牌。

品牌出海: 中国企业全球化初探

应该以何种战略、何种姿态搏击全球化浪潮,不同的企业有不同的选择,这其中的路径大体可以分为两种:一是贴牌代工,二是自主品牌出海。

从贴牌代工到品牌出海,这是中国企业走向世界一流品牌的第一步,在这条漫长而艰辛的道路上,以海尔为代表的领先企业已经探索了30多年,这不仅为从中国产品向中国品牌转型提供了范本,更让中国品牌抢占了在全球市场快速发展的先机。

全球创牌: 以品牌本土化推进品牌全球化

“品牌出海”,只是企业全球化的起点,而一个真正引领的全球化品牌必须能够获得全球各地市场的认

可,成为全球各地用户喜爱的品牌。以本土化思维布局,成为世界各地用户都认可的本土品牌,是一个有效的解题方式。

海尔的“出海”战略,不是某一款产品行销全球,而是根据不同地区用户的不同需求研发差异化的产品,本质上就是满足全球用户的个性化体验。这也是“本土化研发、本土化制造、本土化营销”的“三位一体”战略的成果所在。但成就海尔实现全球化本土引领的秘诀不止那么简单,通过并购快速形成用户喜爱的品牌体系也是海尔打造全球化品牌的利器,这其中的秘诀就是管理模式创新。海尔集团创始人张瑞敏提出了人单合一模式,能够跨文化、跨地域地激活每个人的创新性,通过沙拉式文化融合加速企业发展。

品牌出海让中国品牌走向世界,让全球用户认识到中国品牌的力量;以海外并购等方式打造全球本土化的品牌布局,让全球用户体验到中国企业带来的全新改变,以品牌本土化推进品牌全球化,让中国企业在建设世界一流企业的道路上加速前行。

创世界一流企业: 让中国品牌走近世界舞台中央

承接国家战略、建设卓著品牌,品质是海尔一如既往的坚持。守住高质量的产品和服务,是品牌进化升级的起点。以此为始,海尔围绕“时代的企业”的战略主线,以用户需求为中心,开启了从产品品牌到场景品牌再到生态品牌的转型。而在这场自我迭代的全球化演进中,人们看到了海尔创世界一流企业的坚定决心和创新路径。

这为更多中国企业迈向世界一流、打造世界一流品牌提供了切实可供参详的路径和方案:中国拥有全球最具潜力的市场、最完备的产业体系,也为企业捕捉商机、改进生产、更新产品、变革模式、营造口碑等带来了许多便利。抓住“天时地利”,用好国际国内两个市场、两种资源,不断推进科技创新、管理创新、产品创新、市场创新、品牌创新,企业就有望创造更多卓越产品、擦亮更多卓著品牌。

从出海品牌到打造全球化引领品牌,这是中国品牌转型升级的必由之路。未来世界将看到更多的中国品牌,在全球市场持续创新的身影,创造属于中国的世界一流品牌。