



品牌是高质量发展的重要象征,也是质量强国建设的内在支撑。2023年2月,中共中央、国务院印发了《质量强国建设纲要》,明确提出:“到2025年,质量整体水平进一步全面提高,中国品牌影响力稳步提升,要形成一大批质量过硬、优势明显的中国品牌。”

经济大省山东诞生了海尔、海信、潍柴、歌尔、魏桥等一大批享誉国内外的知名品牌。2020年,山东提出打造“好品山东”品牌建设,把山东省质量优势转化为品牌优势,促进山东经济高质量发展。

作为全省经济发展的龙头,青岛是品牌经济的践行者,作为全国最早提出并率先实施“品牌战略”的城市之一。为推动青岛品牌的迭代升级,青岛启动实施“青岛优品”工程,擦亮“新时代”品质青岛城市名片。

品牌的打造离不开产品过硬的质量,更离不开强大的品牌运营能力。为进一步扩大山东本土品牌影响力,为全省16地市搭建品牌创新发展的平台,2023年9月22日,由山东省市场监督管理局作为指导单位,青岛市人民政府主办,青岛市市场监督管理局、青岛日报报业集团、青岛市质量发展促进会、青岛市食品工业协会共同承办的2023青岛国际品质生活博览会将在青岛国际会展中心举办,来自全省16地市数百个知名品牌将共同亮相,带来一场精彩绝伦的“品牌盛宴”。



2023 青岛国际品质生活博览会战略合作签约。

# 用品牌力量谱写高质量发展新篇章

## 2023 青岛国际品质生活博览会进入倒计时

局组织岛城品牌企业前往上海宣传推介。  
为提升品牌知名度,青岛市市场监督管理局



### 品牌大省亮出新名片

品牌是高技术、高质量、高信誉的代表,更是经济高质量发展的重要象征。它不仅是企业参与市场竞争的重要砝码,更是区域发展的核心竞争力。

为推进品牌的高端化,并孕育更多的新品牌,山东推出“好品山东”整体品牌,把优势资源、优质品牌集中起来,形成强大的合力,让更多山东本土品牌“走出去”赢得市场和消费者认可。

当前,“好品山东”已然成为山东优质品牌的一张“新名片”。从东阿阿胶、德州扒鸡等老字号到淄博陶瓷琉璃、临朐柳编等老手艺,从智能家电、发动机到磁悬浮列车、手术机器人等高端智造……

截至去年,山东累计获得中国质量奖及提名奖24个,培育山东省省长质量奖87个、提名奖90个,推出1360家高端品牌培育企业,进一步拉平“头部”企业与“腰部”企业的差距,充实壮大“好品山东”的后备力量。

作为山东经济高质量发展的龙头,青岛在品牌建设方面一直走在前列。上世纪九十年代,青岛就涌现出了海尔、海信、青啤、澳柯玛、双星等“五朵金花”,也让青岛收获了“品牌之都”的美誉。深入贯彻“好品山东”发展战略,青岛推出“青岛优品”创建工程,打造代表青岛高质量的公共品牌,以质量提升、标准创新、知识产权保护赋能经济发展。青岛集合全市资源,打造培育、评价、宣传推广工作体系,叫响“青岛优品”品牌。

### 区域品牌推广迎来全新模式

“好品山东”区域公共品牌的背后,折射着一座经济大省的发展思路之变,更是

一次新时代经济高质量发展的有益探索。

经济体量庞大的山东从不缺叫得响的品牌,但与长三角、珠三角庞大的产业集群相比,山东却缺少一个叫得响的区域品牌为强大的制造能力代言。“好品山东”公共区域品牌的推出从某种程度上填补了这一空白。

山东省市场监督管理局积极完善各项制度,结合省情实际,制定印发了“好品山东”区域公共品牌建设推进方案、评价管理办法等配套执行性文件;规范评价标准,建立“好品山东”品牌体系评价细则;在遴选过程中,严格评定,协同把关,组建“好品山东”专家委员会,为“好品山东”建设提供智力支撑,形成协同推进、上下联动、条块结合的良好机制。先后遴选推出两批328家“好品山东”品牌。

“品牌之都”青岛同样面临着品牌发展步伐放缓的尴尬。直面新一轮品牌竞争,作为品牌建设上的“先行者”,青岛推出“青岛优品”工程,力图将“青岛优品”打造成为全国叫得响的公共品牌,提升青岛品牌和质量建设综合实力,重塑“品牌之都”形象。

作为一项重要创新改革工程,“青岛优品”工程提出构建品牌、标准、评价、推广、保护五大体系,夯实技术和质量基础设施支撑,把质量优势转化为品牌优势,成为推动高质量发展的新引擎。在重点领域推出一批标准领先、自主创新、品质卓越、市场公认的产品和服务,逐步将“青岛优品”打造成“国内领先、国际一流”城市公共品牌,构建全链条的生态发展培育支撑,这也是高质量发展的必然要求。

在任务目标方面,到2024年,“青岛优品”将进一步提质扩容,打造一批重点企业、产业和区域,“青岛优品”标准体系和评价体系更加完善,全市质量共治能力明显提升,质量基础能力建设进一步夯实;到2025年,青岛市质量和品牌意识进一步提升,构建起后劲强劲、结构科学、梯次完备的品牌发展体系,品牌对企业、产业和区域经济发展的引领作用更加凸显,质量整体水平迈上新台阶,为高质量发展提供持续动力。

### 展会为媒为品牌搭建平台

在品牌的管理建设过程中,展会是重要的一环。通过展会,品牌可以链接更多的资源,精准触达目标人群。

山东计划利用多个展会活动,宣讲“好品山东”故事,不断提升“好客山东好品山东”品牌美誉度和竞争力,发挥“好客山东 好品山东”品牌“雁阵效应”,使其从区域公共品牌逐步走向更大的舞台、更远的远方,让海内外充分感受山东品牌的巨大魅力。2023 青岛国际品质生活博览会将为山东16地市品牌搭建一个发展的生态平台。

展览现场将分为“好品山东”、“青岛优品”、国际品牌等展区,国内外数百个

在9月22日品博会开幕当天,还将同步举行相关对话活动,邀请国内资深专家共同探讨品牌建设、品牌发展等内容。除了线下展会,品博会还将在京东商城开设“中国特产·青岛国际品质生活特产馆”,重点面向“好品山东”大众消费品牌,并在品博会期间进行全网推广,进一步提高产品销售及品牌影响力。在展会之外,品博会还将为所有参展品牌企业提供包括品牌赋能、媒体传播、商务对接等相关服务,助力参展企业品牌发展。

### 16 地市企业踊跃参展

品牌是企业发展最大的核心竞争力,同时也是城市竞争的比拼焦点。2023 青岛国际品质生活博览会活动通知发布后,得到了来自全省16地市知名企业的积极响应。记者从组委会了解到,目前已有海尔、海信、青啤、中国移动、日日顺、澳柯玛、双星、青岛食品、英派斯、酷特、国信、万达集团、中欲视频、泰山索道、德州扒鸡、鲁南制药、孚日集团等省内知名企业参展。届时,它们将带来旗下重磅产品,为人们展现一场精彩的品牌盛宴。

为让参展企业品牌影响力实现精准触达,主办方还将定向邀请“好品山东”、“青岛优品”、上合组织、RCEP区域、“一带一路”沿线国家的城市代表、青岛友好城市、中国(山东)自由贸易试验区官方代表参会;邀请中国质量奖、山东省省长质量奖、各地市长质量奖获奖企业、24条产业链链主企业、全国头部品牌企业以及世界知名品牌企业参与系列活动;邀请相关商、行业协会以及采购商、供应商,包括大型商超、电商平台自采、跨境电商平台卖家、品牌商及代理分销商、传统B2B进出口贸易商、线下实体店零售商、供应链服务企业等。

2023 青岛国际品质生活博览会将以质量强市、品牌强市为指导,发挥消费对经济的引领作用,拉动消费为核心,以品牌荟萃为特色,以品质消费为优势,聚焦重点产品、重点企业、重点行业、重点区域、重要业态,提升“好品山东”、“青岛优品”品牌美誉度和品牌竞争力,力争打造成全国首个国际化、权威性、引领性的“品牌+质量”的活动,填补省内空白。

乘着“好品山东”工程的东风,把握机遇,奋跃而上,相信将会有更多山东品牌家喻户晓、享誉世界。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 李沛



青岛市市场监督管理局牵头召开 2023 青岛国际品质生活博览会暨“青岛优品”工程推进工作会议。

知名品牌、省内重点品牌企业参展。众多“好品山东”“青岛优品”品牌亮相,将成为本次品博会最大特色。为了突出“品质”概念,现场还将邀请中国质量奖、山东省省长质量奖、各地市长质量奖获奖企业、全国头部品牌企业以及世界知名品牌企业出席,将此次品博会打造成具有世界影响力的品质消费展。

为了更好地推广“好品山东”和“青岛优品”,此次品博会展览内容不仅包括大众消费品,同时还将涵盖智能制造、高端工业、区域品牌等内容,全面展示青岛市及山东省品牌建设成就。