



今日之中国经济,早已是品牌经济的时代;今日的中国城市,早已步入城市品牌化的新阶段。当前,全球经济正经历百年未有之大变局,新一轮科技革命叠加疫情等多重因素无疑将重构全球产业格局,中国产业,尤其是制造业的转型升级面临全新的机遇和挑战。重新理解品牌、诠释品牌经济是所有企业和城市都必须解答的全新“时代命题”。

品牌是高质量发展的重要象征,我国将每年5月10日定为“中国品牌日”,以此推动各行各业开展品牌创建行动,提高中国品牌知名度、美誉度和影响力。

百舸争流,品牌当先,作为“品牌之都”的青岛自带流量,如何在竞争中把“流量”转化成为跨越发展的“留量”,实现城市与产业、城市与品牌的双向奔赴呢?

青岛用一次次创新来回答,用一次次匠心经营来回应。品牌引领制造业发展,一直是青岛的鲜明特征;也是在全球产业链、价值链重构的当下,走好具有青岛特色的高质量发展之路的重要战略布局。

01

一马当先

让品牌成为城市软实力

建置132年的青岛,向海而兴,敢于先行先试,敢于大刀阔斧改革创新,这种性格融入到城市发展的历程中,成为青岛的城市基因,她的发展史也是品牌化跃进史。青岛是国内最早一批树起品牌经济大旗的城市,也是品牌经济的受益者。

1903年青岛啤酒诞生。1906年,青岛啤酒获德国慕尼黑国际博览会金质奖,自此,以青岛啤酒为代表,青岛便打下了与名牌紧密相连的烙印。

1984年,青岛市被列入全国首批十四个沿海开放城市,这激发了青岛推行振兴工业、培育拳头产品的城市发展思路。1989年,提出了创“青岛金花”的口号。随后,以海尔、青岛啤酒、双星等为代表的五家制造企业“横空出世”,青岛“五朵金花”声名鹊起,引领青岛完成了城市经济体量的大踏步跨越,青岛逐渐走出了一条从品牌产品到品牌企业,到品牌产业再到品牌经济的路子,形成了闻名遐迩的“青岛现象”。

2005年,中国自主创新品牌高层论坛暨中国品牌经济城市峰会上,青岛荣获“中国品牌之都”称号;2006年再次蝉联该荣誉称号。同年,英国金融时报公布的中国十大品牌,海尔列首位,青啤列第四位。

青岛开创了由“品牌产品—品牌企业—品牌产业—品牌经济—品牌城市”极具特色的城市发展之路,青岛抓住改革开放的历史机遇,形成了以“政府推动、部门联动、企业主动、社会互动”的品牌工作新格局,成就了“品牌之都”的美誉。

2019年,青岛市开展大规模“品牌之都 工匠之城”品牌宣传,以“五朵金花”领衔,采用“以大带小,以老带新”的方式,将青岛制造品牌推向全国、走向世界。

2020年,涵盖“大国重器”“民族品牌”“中华老字号”等产业的首批42家新一代“青岛金花”培育企业名单出炉。

2021年,青岛提出实施“品质青岛”塑造工程,打造“青岛制造”“青岛农品”“青岛服务”“青岛购物”“青岛文旅”五大品牌,作为全面提升城市核心功能、服务能级、高质量发展的重要举措。

2022年,为助推青企高质量发展,青岛鲜明地把“工赋青岛·智造强市”上升到城市品牌的高度。同年6月25日,青岛市十七届人大常委会第一次会议决定,将每年的7月17日设立为“青岛品牌日”,这就是国内首个城市级品牌日。

截至目前,全市共荣获中国质量奖1个、中国质量奖提名奖8个,全国质量标杆19个;中国世界名牌产品2个、中国名牌产品68个;中国驰名商标152件,中华老字号19个,山东省高端品牌232个,“好品山东”入选企业品牌26个,品牌总量位居全国同类城市前列,是名副其实的“品牌之都”。特别是近年来,以海尔、海信、青啤等形成的千亿级世界知名品牌产业链,占规模以上工业总产值比重超过75%,品牌产业、品牌经济在青岛角逐世界知名城市征程中的作用日益凸显。品牌是青岛发展最具特色的名片,品牌已成为青岛高质量发展重要的内生力。

02

矩阵出圈

让品牌成为城市最美风景

品牌兴,则城市兴;品牌强,则企业强。2021年,青岛市委、市政府首次联合出台了《关于加快以品牌建设引领高质量发展的意见》,将品牌建设上升为城市新一轮竞争发展的核心战略,不断强化青岛市质量工作领导小组工作职能,明确由政府主要领导定期调度全市品牌建设,将品牌工作作为“一把手”工程,各区、市政府参照执行。

以链主魄力带动城市产业链、价值链持续迈进全球高端,海尔拉满引擎。中国家电国际标准提案80%来自海尔,中国家电企业国际设计大奖最多,中国在海外布局发明专利最多、国家科技进步获奖最多均为海尔。前不久,计划投资130亿元的海尔卡奥斯工业互联网生态园项目开工,将打造成为全球规模最大、产业链配套最全、智能化水平最高的国家级工业互联网园区。

以创新引领释放发展活力,海信突破向前。不仅在技术研发上研发出中国首颗全自研8K画质芯片,而且在城市云脑、智慧交通、智慧医疗等领域提供产品和解决方案,以创新塑造高质量发展新优势。

以龙头担当助力青岛高质量发展“走在前、开新局”,青岛啤酒勇立潮头。2021年世界品牌500强中,青岛啤酒的品牌价值为1985.66亿元,连续18年位居中国内地啤酒行业首位。

以品牌代表拥抱数字赋能、实现积极转型,双星华丽蝶变。淘汰全部落后产能的双星,建成了全球轮胎行业第一个全流程“工业4.0”智能化工厂和全球轮胎行业第一个“工业4.0”芯片轮胎工厂。

以“智造”实力进军全球竞争体系,澳柯玛表现卓越。近年来,澳柯玛坚持以全球视野谋划品牌建设,提出“打造全冷链第

匠心青岛

点亮品牌荣耀

一品牌”的目标,品牌价值不断提升,先后多次入选中国制造业500强、中国轻工业百强企业。

当前,青岛品牌总量位居全国同类城市前列,知名品牌产业链占规模以上工业总产值比重超过75%。对于青岛而言,城市能级就是产业能级,要完成城市能级的再提升,必须有产业升级的支撑,而支撑产业能级的,则是那些响当当的品牌企业。

青岛市委、市政府正在积极实施“品质青岛”塑造行动。重点打造“五大品牌”:即“青岛制造”,重在强化创新驱动;“青岛农品”,重在扩大高附加值农产品供给;“青岛服务”,重在提升城市服务品质;“青岛购物”,重在引领消费升级;“青岛文旅”,重在提升城市文旅软实力和影响力。从顶层制度设计上,进一步明确市场监管、发改、工信、商务、农业等部门的工作职能、工作目标、工作路径,在强化部门联动的同时,提高了品牌资源地有效集聚,实现“握指成拳”再提升。

随着“品牌战略”上升到国家战略层面,优势品牌成为城市实力与高质量发展的重要彰显。而且伴随大众消费理念的转变,“品牌消费”成为居民首选,这从侧面也对企业品牌打造及高质量发展提出了更高要求。

近年来,青岛市加快推动品牌建设由“树标杆”向“建梯队”延伸,由“重评定”向“重培育”转移,着力解决“峰高山低”的现象。完善引导机制。先后出台《青岛市新一代“青岛金花”培育行动方案》等系列措施,在全国率先实行首席品牌官制度,从科技、人才、信用、组织、政策等全方位赋能,引导企业参与品牌创建。强化主体地位。组建“企业品牌培育库”,迭代升级第一梯队,提升壮大第二梯队,培育完善第三梯队,实现品牌建设由“树标杆”向“建梯队”延伸。构建品牌发展生态圈。开展企业品牌价值评价系列活动,发布“品牌价值榜”,用货币化的形式,构建多个品牌发展生态圈,形成同领域品牌建设“比学赶超”的良性发展局面。

03

匠心经营

让品牌成为城市最强硬核

以平台思维和生态思维,充分引导社会各界优质资源向品牌建设集聚,实现品牌溢价增值。聚焦智库参谋,先后组建了中国品牌创新发展联盟、青岛市质量发展促进会、青岛市质量科学研究院,打造体系化品牌智库服务模式。聚焦市场开拓,连续举办21届青岛(国际)时装周、6届工业互联网产业大会、5届青岛国际软博会,打造高端产业市场开拓平台。聚焦产业优化,深入开展产业集群品牌培育试点和产业链招商攻坚。着力培育“平台+生态、龙头+配套、制造+服务”的新生态,着力提升全产业链品牌价值。加大品牌推广,通过举办中国品牌日、青岛品牌日系列活动,累计开展品牌发布直播、集中带货、专场促销等活动超过700场次,多元传播覆盖超过2亿人次,助力企业营收超过7亿元。

2023年,青岛市委、市政府研究决定,在全市开展“青岛优品”创建工程,其目的就是充分发挥品牌的引领作用,立足青岛城市精神特质和发展愿景,挖掘品牌资源,壮大品牌数量,优化品牌结构,提高品牌竞争力,推动供需结构升级,重塑“品牌经济”的新动力、新引擎。

以迈向全球产业链、价值链高端为目标,放眼全球、对标国际领先,坚持以企业为主体、以创新为动力,聚焦重点产品、重点企业、重点产业、重点区域,更加聚焦24条产业链,通过将“青岛优品”打造成“国内领先、国际一流”城市公共品牌,进一步提高青岛产品和服务的美誉度、竞争力,重塑“品牌之都”城市竞争的新亮点、新优势。

将原先的由“评品牌”向“优品牌”转变。通过“青岛优品”创建工程,建立一套完备的品牌工作体制机制,围绕“产品、企业和产业全生命周期”的发展需求,切实提供计量、标准、检验检测、认证认可、知识产权、质量管理、销售推广、执法护航等全套服务,从一个一个产品做起,从一

个一个企业做起,从一个一个行业做起,从一个一个区域做起,积少成多、聚沙成塔、久久为功,让产品收益、企业收益、产业收益、广大群众收益、城市发展收益,彰显“青岛优品”创建工程的核心价值。

欲成品牌,必有匠心。“匠心”贯穿于中国品牌打造的全过程,更凝聚着中国品牌未来发展的核心要素。青岛品牌的发展中,不仅有海尔、海信、青啤、双星、澳柯玛“五朵金花”璀璨夺目,还有国信、海湾化学、赛轮、宝佳、酷特智能等新一代金花的加速崛起,各领域、各行业的“产业新锐”“未来之星”花团锦簇,共同聚起青岛“品牌之都”的荣耀。

“品牌之都”青岛,每一步都离不开工匠精神的锤炼与传承。在青岛众多知名品牌的背后,是历代企业家的匠心执守,是各级各部门的匠心秉持,新时代、新征程,青岛以匠心守初心,讲好品牌故事,开创“品牌之都”落地落实的新纪元。

品牌是青岛最宝贵的城市发展资源。实体强,则城市强。青岛提出聚焦七大优势产业链、十大新兴产业链、七大现代服务产业链等24条重点产业链。着力培育一批供应链稳定、要素完备、创新链活跃、竞争力强的现代产业集群,塑造“青岛制造”“青岛服务”新优势。

赛道决定终点。作为闻名海内外的中国品牌之都,集群化的品牌力量聚合向上,为青岛高质量发展注入澎湃动力,青岛正高举荣光旗帜,勇担使命,向着社会主义现代化国际大都市奋力进发。在城市发展变迁中,青岛城市品牌总会在特定的时间坐标上镌刻下熠熠生辉的印记,用独有的方式向世界传递“匠心青岛”的精神。

本版撰稿 观海新闻/青岛早报记者 陈勇 观海新闻/青岛早报首席记者 孙启孟 摄影 观海新闻/青报全媒体记者 王雷