



青岛啤酒在“匠心青岛”主题展馆设立了啤酒吧。



游客在“匠心青岛”主题展馆参观。



参会嘉宾在“匠心青岛”主题展馆参观青岛品牌。



嘉宾在“匠心青岛”主题展馆和品牌方洽谈业务。



《匠心青岛》特刊及画册受参观者欢迎。



“匠心青岛”主题展馆。

城市与人一样，也是有个性的。易中天在《读城记》中评价青岛是刚柔并济的城市。

提起青岛，除了红砖绿瓦、碧海蓝天，还有融入人间烟火气中的闪亮品牌，其中不仅有海尔、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、酷特智能等加速崛起的新一代“金花”。诸多品牌形成了青岛品牌矩阵，彰显着城市发展的澎湃动能；不断扩展的行业品牌，诠释着城市品牌的张力与深度。品牌如山，匠心如海，山海相聚，凝聚出青岛城市品牌的万千风采。

5月10日，2023年“中国品牌日”活动在上海世博展览馆启动，“匠心青岛”主题展馆一经亮相，蓝白相间的海洋特色就引起人们的注意，青岛品牌军团在黄浦江畔刮起了一阵“蓝色旋风”。

2000年，青岛提出质量兴市的战略目标。同年，在年度中国十大经济人物中，青岛市有3位企业家上榜。

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年再次蝉联该称号。同年，英国金融时报公布中国十大品牌，海尔名列首位，青啤列第四位。

2007年，青岛被评为“感动世界的中国品牌城市”。

2017年，青岛马德里商标国际注册申请量全国第一。

时间轴上的“品牌密码”

2018年，从举办上合峰会到跻身中国14个GDP万亿城市俱乐部之列，青岛在收获中坚定前行。

2020年，为在新一轮产业变革和消费升级中发挥品牌引领作用，助推“高端制造业+人工智能”攻势，培育新一代“青岛金花”品牌，大力弘扬“工匠精神”，推动全市新旧动能转换和高质量发展。

2021年，青岛出台《关于加快以品牌建设引领高质量发展的意见》，提出实施“品质青岛”塑造工程，全力打造“青岛制造”“青岛农品”“青岛服务”“青岛购物”“青岛文旅”五大品牌，促使扎根于青岛制造的“金花”遍地开花。这是“品牌之都”的新征程，是对“品牌之都”的重新定义。

在城市发展变迁中，青岛城市品牌在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“青岛声音”：

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，青岛开展“工业企业争创名优产品”活动，并以此为起点，在全国率先启动名牌推进战略。

2000年，青岛提出质量兴市的战略目标。同年，在年度中国十大经济人物中，青

岛市有3位企业家上榜。

品牌是青岛发展最具特色的名片，品牌力已成为青岛高质量发展重要的内生力。一以贯之，久久为功，这就是青岛品牌做大做强的密码。

应用场景中的“青岛品质”

5月10日至14日的2023年“中国品牌日”活动期间，青岛市发展和改革委员会率31家青岛企业亮相2023年中国自主品牌博览会线上线下展示平台，集中展示青岛品牌发展建设新成果、新形象，扩大青岛自主品牌知名度、影响力。

步入“匠心青岛”主题展馆，参展企业设置了一系列应用场景、解决方案，借助特色产品展示各自在品牌发展中的最新成果，于细微之处见真知，于应用场景中可以寻觅到精益求精的“青岛品质”。

展会首日，不少参展同行前来参观学习，他们纷纷为“匠心青岛”主题展馆的设计、参展企业点赞：“青岛品牌就是时尚、大气，整个展馆内容丰富，科技范很强！”

展会期间，海尔带来的三翼鸟智慧厨房解决方案，作为物联网时代智慧厨房规则制定者，海尔对厨房的定义不仅是一个美食烹饪的空间，更是一个呵护健康、交流情感的场所。一些观众认真听着工作人员的讲解，仔细了解关于厨房的一站式定制全场景解决方案。

海信以“尽显美好生活”为主题，展示了系列新品——海信激光电视LX、海信艺术电视、基准级广播监视器以及Vidda

4K三色激光投影C1S。“海信激光电视LX作为全球首款8K激光电视，画面精细程度再升级，宣告海信正式引领激光电视进入百吋8K时代，看清4m巨幕上的3300万个细节，给消费者带来无与伦比的观影体验。”海信现场的工作人员江珊说，这款百吋激光电视售价是15万元，当天有不少参观者前来询问价格。

海信还展出了一款艺术电视，力求将美的艺术体验融入消费者家中，让家电成为家居空间装饰艺术品。在激光显示领域，海信激光显示专利数量全球领先，是唯一在激光显示技术领域荣获中国质量技术一等奖的企业，也是唯一实现全色激光电视全尺寸覆盖的品牌，2022年海信激光电视全球市场出货量份额达到53.5%，位居全球第一。

在青岛啤酒展台，“百年之旅 一世传奇”占据了绝对C位，此外还有“青岛啤酒国潮”、青岛啤酒白啤等时尚新品。“不少喜欢喝青岛啤酒的上海市民前来参展，他们看到这么多的青岛啤酒品系，现场好评不断。”工作人员说。

澳柯玛则推出了全新的玲珑高端套系家电，呈现家居一体美学的生活艺术，其中玲珑套系洗衣机14种洗涤模式、多档干衣程序专衣专护，成堆的衣物随洗、随烘、随穿，省去了手动晾衣的麻烦。

在国信水产展台处，不少上海市民围着大黄鱼询问情况。国信水产特通渠道负责人陈超宏忙着给观众做介绍：“我们打造了全球首艘10万吨级智慧渔业养殖工船‘国信1号’，推出了首个工船系列品牌‘裕鲜舫’，并借助中国

品牌日活动的平台把特色水产品向全球推介。”

“作为机器人生产商，我们在国内率先研发建成了全国首个工业互联网远程在线监控服务平台，实现机器人全生命周期管理，已拓展到海外项目的远程管理服务。”作为青岛“新金花”培育企业，青岛宝佳智能装备股份有限公司是行业内名副其实的“小巨人”。宝佳智能为饲料、粮油、食品、化工、医药、机械加工等行业提供近5000套解决方案和装备。如今，宝佳智能已成为国内饲料行业智能装备的龙头企业，市场占有率达到70%，海尔、海信、新希望六和、中粮集团、益海嘉里、金沙河等知名企

业都是宝佳智能的客户。

宝佳智能的产品从2016年起远销日本、俄罗斯、保加利亚、埃及以及东南亚等20多个国家和地区。

创新发展中的“青岛匠心”

“品牌之都”青岛的每一步发展都离不开工匠精神的锤炼与传承。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。

从1903年到2023年，穿越双甲子的青岛啤酒在与时代“同频”、与城市“共振”的路上，变得更加年轻，也更加开拓进取。今年4月7日，青岛啤酒年产100万千升高端特色啤酒生产基地项目落子崂山，项目将融合“高端特色啤酒、威士忌生产、时尚酒吧、文化旅游”等多业态集聚发展，成为具有全球一流水平的高端化、智能化、绿色化生产及文旅体验基地。

游”等多业态集聚发展，成为具有全球一流水平的高端化、智能化、绿色化生产及文旅体验基地。

为使所有车主能够用上防爆轮胎，双星轮胎历经5年汇聚了中国和韩国、欧美等科学家的智慧，开发了新一代适用于全部乘用车的安全轮胎——“全防爆”安全轮胎，填补了市场空白。与同类型的普通轮胎相比，双星“全防爆”安全轮胎更耐撞、更耐刮，可以极大降低车身发生侧翻的可能性；同时，即使在零胎压的状态下，依然可以60km/h的速度继续行驶30分钟，方便用户到最近的维修点更换轮胎。

赛轮集团历经10多年研究，终于创造出整个轮胎行业破“茧”的液体黄金轮胎。这场创新恰是中国从制造业大国向制造业强国迈进的样本。

酷特智能以3000余人的自有服装工厂为试验室，用10多年的实践探索，建立了C2M产业互联网的核心能力——智能制造、个性化定制解决方案和数字化治理体系。

“第一次参加中国品牌日活动，非常震撼，看到来自全国的知名品牌齐聚上海，更感受到了品牌的力量。”站在2023年中国品牌博览会匠心青岛展台前，青岛老尹家海参创始人尹宝昌激动地说，他也通过此次博览会看到了市场对优质产品的需求，下一步，他将把老尹家海洋牧场的系列产

品推向全国市场，让诞生在青岛的“老尹家海参”在全国打响。

城市品牌是一座城市有别于其他城市的独特符号、气质和精神，更是一座城市综合实力的体现。城市品牌的终极目标是提升生活品质、创造美好生活。5月5日晚，由中央广播电视台总台、国家统计局、中国邮政集团有限公司、北京大学国家发展研究院、清华大学社会科学院等单位联合发起的“中国美好生活城市”发布盛典在成都举行，青岛上榜“中国十大美好生活城市”榜单。

青岛坚持以更深层次改革激发新活力，以更高水平开放增创新优势，不断激发高质量发展的动力和活力，筑牢美好城市建设的底气和后劲。

时间轴上的“青岛品牌”见证了诸多品牌的奋进故事，应用场景中的“青岛品牌”见证了诸多品牌的品质追求，创新发展中“青岛品牌”见证着企业与城市、人与城市对于匠心精神的双向奔赴。