

青岛军团点亮“中国品牌日”

“匠心青岛 荣耀品牌”城市品牌专场推介会昨举行 青岛新老“金花”企业分享各自品牌故事

品牌推介

5月10日至14日2023年“中国品牌日”活动期间,31个青岛品牌组团亮相“匠心青岛”线上线下展馆。盛装参展的“青岛军团”在“中国品牌日”绽放光芒,连日来,“匠心青岛”主题展馆成为很多参展人员的“打卡地”。

5月11日,青岛市发展和改革委员会举行“匠心青岛 荣耀品牌”城市品牌专场推介会,既有老“金花”企业代表澳柯玛,也有新一代“金花”企业代表青岛国信、赛轮股份、宝佳智能,企业代表介绍了各自的品牌故事。

先行先试 率先实施品牌战略

“品牌是城市的名片,是高质量发展的新动力、新引擎。”青岛市发展和改革委员会总经济师鲍梅在推介会上介绍,青岛是一个品牌与产业相携并进的城市,“品牌之都”是青岛最具特色的名片之一,涌现出了以海尔、海信、青啤、双星、澳柯玛等为代表的“五朵金花”,以及青岛国信、赛轮股份、宝佳智能等新一代“青岛金花”培育企业。

青岛是全国最早提出并率先实施品牌战略的城市之一,闯出了一条“品牌产品—品牌企业—品牌产业—品牌经济—品牌城市”的发展之路。

近年来,在国家发改委等部门新时代品牌建设的指引下,青岛出政策、建机制、强保障,加快以品牌建设引领高质量发展,打造提升农业品牌、壮大升级工业品牌、做强做精服务业品牌、围绕优势产业培育区域品牌,大力支持企业实施品牌战略。

2022年开始,青岛将每年的7月17日设立为“青岛品牌日”,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。

今年是第七个中国品牌日,青岛发改委会同相关部门坚持优中选优,参加品牌博览会的企业31家,争取展区面积300多平方米,均创历年新高。目前,青岛有中国世界名牌产品2个、中国名牌产品68个,入选山东省高端品牌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。

接续奋进 打出品牌发展组合拳

政府市场协同发力。围绕构建适宜品牌发展的产业生态和制度环境,青岛形成了以“政府推动、部门联动、企业主动、社会互动”的品牌工作新格局,在优化营商环境、诚信体系建设等方面持续发力,着力打造“青岛制造”“青岛农业”“青岛服务”“青岛购物”“青岛文旅”五大品牌。

目前,青岛正实施新一代“青岛金花”培育行动,推动老“五朵金花”等第一梯队迭代升级,新一代“青岛金花”等第二梯队提升壮大,专精特新“小巨人”、单项冠军等第三梯队培育完善,实现品牌建设由“树标杆”向“建梯队”延伸。

在扩大品牌影响力方面,推动建立政府主导、媒体策划、个性服务的平台型传播新模式,聚焦智能、健康、时尚、创意等领域,建立新产品和新企业品牌培育库,海尔、海信、青啤等知名企业领衔100多家新锐企业亮相各大媒体,“以老带新”创品牌、“以大带小”拓市场,扩大新老品牌市场影响力。去年公布的“中国500最具价值品牌”榜单中,青岛有22个品牌上榜,其中海尔、青岛啤酒、海信、双星轮胎、卡奥斯5个品牌跻身100强。

齐头并进 搭建品牌培育体系

以实体经济筑牢品牌发展之基。青岛把实体经济振兴发展、构建具有国际竞争力的现代产业体系,作为培育品牌的现实路径。

青岛突出“三个并举”推动构建现代产业体系,产业增量崛起与存量变革并举、项目招大引强与“专精特新”培育并举、关键细分领域突破与全产业链发展并举,构建战略性新兴产业引领与传统产业数字化转型相互促进、先进制造业与现代服务业深度融合的现代产业体系,具体来说就是重点发展“7+10+7”共24条产业链。第一个“7”是指智能家电、轨道交通装备、新能源汽车、高端化工、海洋装备、食品饮料、纺织服装,这七大优势产业链是青岛实体经济高质量发展的基石;第二个“10”是指集成电路、新型显示、虚拟现实、人工智能、生物医药及医疗器械、智能制造装备、先进分子及金属材料、精密仪器仪表、通用航空、氢能等这十大新兴产业链正在突破发展,是青岛决胜未来的关键所在;第三个“7”是指现代金融、现代商贸、现代物流、软件和信息服务、科技服务、文化旅游、会展,这七大现代服务业正在聚力发展。

聚焦重点产业链,青岛注重发挥链主企业引领作用,实施百家龙头和骨干企业倍增计划,实施中小企业“育苗”计划,让新老品牌竞相绽放。

▶ 国信集团出品的深海养殖大黄鱼在“中国品牌日”活动现场展出。



▼ “匠心青岛”主题展馆中的赛轮集团展区。



国信集团 第6次海水养殖浪潮从青岛开启

青岛国信集团党委委员杨善星介绍,2022年1月25日,“国信1号”——海上粮仓、世界首艘10万吨级智慧渔业大型养殖工船顺利实现出坞下水,“国信1号”的运营成功,标志着我国以设施渔业为特征的第六次海水养殖浪潮正式拉开序幕。

青岛国信集团利用青岛得天独厚的自然条件和海洋科研优势,从2012年起开始研究,历经10年时间,2022年5月20日,“国信1号”正式交付运营。

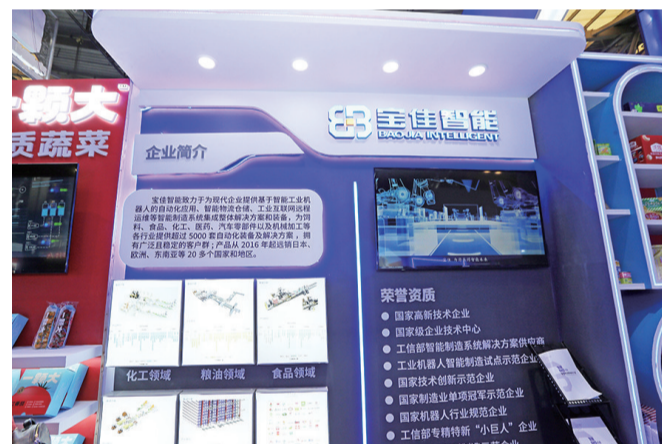
自上世纪60年代起,我国海水养殖先后经历了“藻、虾、贝、鱼、参”5次产业浪潮,前5次产业浪潮均发源于青岛,但都是解决海洋资源种苗产业化问题。这次“国信1号”把目标锁定在深远海大规模工业化生产,融合种苗繁育、工业化养殖、船舶装备、人工智能、信息化、数字化等先进技术,实现了集成创新,代表了海洋渔业最新的生产方式。

“国信1号”全球首艘10万吨级智慧渔业养殖工船,被媒体誉为深远海养殖的“大国重器”“渔业养殖航母”,总投资约4.5亿元,船长249.9米,型宽45米,排水量13万吨,载重量10万吨,设15个养殖舱,养殖水体近9万立方米。世界首创深远海“游弋式船舱养殖模式”,突破船舱养殖、水体交换、减摇制荡、减振降噪、清污防腐、智能集控等六大关键技术。

我国是世界第一渔业大国,养殖水产品占世界60%,高品质海洋蛋白满足不了公众需求,加上这些年来近海养殖几近饱和,急需拓展新的养殖空间。“国信1号”满负荷运转可年产高品质鱼类3700吨,相当于查干湖一年的渔获量。未来5年,将持续建设50艘,形成总吨位突破1000万吨、年产值超过500亿元的养殖船队,真正让深远海成为“蓝色粮仓”。



▲ “匠心青岛”主题展馆中的澳柯玛展区。



▲ “匠心青岛”主题展馆中的宝佳智能展区。

澳柯玛 追求品质,打造“温度科技专家”

品牌是企业、城市乃至国家综合竞争力的重要体现,更是推动企业发展的内生动力。澳柯玛股份有限公司品牌部部长冯波介绍,澳柯玛创建于1987年,2000年在上海证券交易所上市。澳柯玛始终将品牌建设摆在企业战略发展高度,持续赋予品牌新使命、新内涵。

为了在用户与品牌间建立温情的情感链接,更加丰富品牌形象和认知,拉近与用户的距离,澳柯玛对品牌进行了全新定位升级。基于对商业策略和对品牌机会的分析研究,以及用户对美好生活的向往和需求,确定了“温度科技专家”的全新品牌定位,焕新品牌理性与感性价值,统一品牌调性。

近年来,全球家电业消费升级趋势明显,用户对套系化、智能化、场景化的高端家电需求持续迸发。围绕

“温度科技专家”的全新品牌定位,澳柯玛积极推动全温度区间的产品创新,形成了智慧客厅、智慧卧室、智慧厨房、智慧卫浴、智慧阳台等多个家庭场景,涵盖深冷冰箱、新风空调、高端厨电和生活电器等产品,让消费者尽享专业温度科技带来的美好生活。

今年“中国品牌日”活动期间,澳柯玛玲珑高端套系也带到现场。全新的玲珑高端套系家电,涵盖了家庭保鲜、衣物洗护、智慧厨房、空气净化等多个场景,为用户提供智慧家庭整体解决方案。作为伴随着国家改革开放大潮成长起来的知名品牌,澳柯玛将加快以品牌建设引领高质量发展,持续激发企业创新创造活力,致力于成为智慧制冷领先的国际一流创新科技企业,为中国制造赢得世界尊敬。

宝佳智能 科技创新,获得数百项专利

青岛宝佳智能装备股份有限公司品牌总监张光瑞介绍,2009年成立的宝佳智能是一家科技创新型企业,成立初期,宝佳智能致力于推广工业机器人智能集成应用。成立后不久,宝佳引进了世界领先水平的机器人生产线,并聘请日本专家,与日本不二越合资成立研究院。

宝佳智能专注于前瞻性研发和技术储备,并与清华大学、中国石油大学、中国海洋大学等专家团队合作,成功打造了一支高素质研发团队。针对食品、粮油、化工等细分行业,持续开展创新研发,拓展解决方案供应能力,宝佳的解决方案实现了对输送、拆垛码垛、智能仓储、自动装车等业务环节的覆盖,敏捷实现与客户原有软硬件系统高效集成。

迄今,宝佳智能已建成国家级企业技术中心,成为工信部认定的首批

技术创新示范企业、服务型制造示范企业、首批机器人行业规范企业;同时,宝佳还成功入选“专精特新”重点小巨人企业、国家制造业单项冠军,有5项产品被认定为山东省首台套装备,1项产品获得中国粮油学会科学技术奖二等奖,主持科技部重点研发计划专项1项。

目前宝佳已获授权专利数百项,仅机器人技术及应用和高端装备的核心技术专利就有20多项,主持和参与了多项行业、团体及国和国际标准。

“对于我们来讲,将产品做好、做专、做精、做出特点、不断创新,是我们企业始终遵循的路径,从‘专精特新’产品,到隐形冠军,到‘专精特新’小巨人,到国家制造业单项冠军,印证了我们发展的足迹。期望通过‘品牌日’助推更多的企业重品质、树品牌,打造企业特色。”张光瑞说。

赛轮集团 助力中国橡胶站上世界新高度

赛轮集团创新发展部部长王慧敏介绍,赛轮始于2002年。2009年,由青岛科技大学、软控、赛轮共同承建了国家橡胶与轮胎工程技术研究中心。2013年,国橡中心被认定为全国唯一一个创新模式试点单位,2022年国橡中心主导的“橡胶轮胎全产业链关键技术攻关与应用示范”荣获我国工业领域最高奖项——中国工业大奖。

依托国橡中心的产业链优势,赛轮为行业带来世界首创颠覆性创新产品液体黄金轮胎;自主研发世界最大63吋巨型工程子午线轮胎,填补了国内行业空白;发布了全球首个投入使用的橡胶轮胎工业互联网平台“橡胶云”,入围全国首批数字领航企业等。

赛轮以685.68亿元品牌价值上榜2022年“中国500最具价值品牌”“亚洲品牌500强”榜单;同时,在2023年“全球轮胎品牌价值15强”中位列全球轮胎行业第11位、中国轮胎企业第1位,赛轮品牌价值增速第一。

液体黄金轮胎经过多次实地油

耗测试,获得包括欧盟标签法规双A级、中国橡胶工业协会《轮胎分级标准》3A级等专业认证,这是中国轮胎企业在世界橡胶轮胎领域取得的最好成绩。

去年12月份,由国橡中心产业链单位怡维他橡胶研究院、益凯新材料和赛轮集团联合开展的合成橡胶连续液相混炼技术开发及产业化应用项目,荣获中国石油和化学工业联合会技术发明一等奖和山东省技术发明一等奖。

从率先实施品牌战略,再到率先设立“青岛品牌日”,青岛一直高度重视品牌建设,出台系列政策支持品牌发展,助力青岛品牌影响力、竞争力得到有效提升。

下一步,市发改委将借助“中国品牌日”这一国家级品牌盛典,持续增强品牌发展意识,营造品牌发展氛围,改善品牌发展环境,激发品牌创建活力,增加品牌消费热情,加快扩大青岛品牌的影响力,不断提升青岛品牌的市场影响力和美誉度。

