

“青島品牌”，用创新开启新征程！

2023年“中国品牌日”活动昨在上海闭幕 31个青島品牌大放异彩



从全国最早提出并实施“名牌带动、品牌兴市”战略，到两次荣获“中国品牌之都”称号，再到成为全国首个设立“品牌日”的城市，品牌与城市共同生长的“青島故事”刚健有力、绚烂夺目。

对青島来说，品牌既是城市发展的基调，更是城市向上的气质。

5月10日至14日，2023年“中国品牌日”活动在上海世博展览馆举行。青島市发展和改革委员会携31家青島企业亮相2023年中国自主品牌博览会线上线下展示平台，集中展示我市品牌发展建设新成果、新形象，扩大我市自主品牌知名度、影响力。

从黄海之滨到黄浦江畔，31个青島品牌组团亮相“匠心青島”线上线下展馆，盛装参展的“青島军团”在“中国品牌日”上大放异彩。



“匠心青島”主题展馆。 观海新闻/青島早报首席记者 孙启孟 摄

关键词:沉浸式体验 “青島品牌”闪耀申城

5月10日，2023年“中国品牌日”活动在上海开幕，本次活动的主题是“中国品牌，世界共享；品牌新力量，品质新生活”。

“匠心青島”主题展馆一经亮相，就引起了众多“青島品牌”粉丝的关注。“匠心青島”主题展馆位于上海世博展览馆二楼，和深圳展区相接，展馆采用一体式设计，主体色调简洁明快，整体蓝白相间的海滨特色突出，展厅以“匠心青島”概念为基础，以活力生动的青色、蓝色为主色调，以富有吸引力的主题色彩诠释青島之美，并且各个展台设计巧妙融合了“创新”与“开放”两大元素，将青島的城市风格融入企业的展台设计当中，展现出更丰富多元的空间。

步入其中，开放式、沉浸式参展体验，成为“匠心青島”主题展馆的一大特色。澳柯玛展出全新的玲珑高端套系家电，将数字科技与自然的纹理进行融合设计，创造了新的元素、新的产品面孔，呈现出家居一体美学的生活艺术。

在凯盛浩丰展台上，粉番茄、串番茄、红心番茄、红番茄、水果黄瓜等生鲜蔬果及NFC番茄汁、去皮番茄块等产品闪亮登场；利和味道则展示了“美式芝士牛肉卷”“日式蒲烧鳗鱼”“英国惠灵顿牛排”等创新产品。

除了线下展区外，“匠心青島”云上展区也同时开启。云上展区设置了“新制造、新服务、新消费”三大板块，以大带小、由点及面，充分展现青島以品牌提升来带动产业提升，推动实体经济振兴发展，打造现代产业先行城市的雄心和决心。“新制造”板块着重展示青島制造业实施“增品种、提品质、创品牌”行动和数字化转型最新成果。“新服务”板块着重展现了青島一批生产性服务业加速迈向专业化、不断向高品质和多样化升级延伸。“新消费”生动诠释了“新品牌、新物种、新场景、新消费”四大新风尚。

“匠心青島”云上展馆共有海尔、海信、青啤、澳柯玛、双星、国信、海湾化学、青島银行等31家企业参展。消费者只

需在手机上点一点、划一划，就能了解企业的过往历史和最新发展，全方位了解、体验最新产品，直观感受“匠心青島”的品牌力量。

关键词:迭代升级 “青島品牌”开启品质生活

家电业是我国参与国际竞争最激烈的产业之一。经过30余年发展，中国家电产业已成功进入世界产业竞争的核心，向着引领世界家电产业发展的方向进发。

展会期间，海尔带来的是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。

海信集团作为青島制造业代表企业受邀参展，展示了全球首款8K激光电视。基于对消费升级的洞察，海信深耕ULED超画质电视和激光电视等高端产品，持之以恒地为消费者提供高品质的产品和服务，释放品牌新力量。

青島与啤酒的缘分，从1903年开始，历经百余年的积淀，青島啤酒已然成了青島的一张闪亮的城市名片。从酿造“好啤酒”到创造“美好生活”，今天的青島啤酒跳出生产者单一角色，并以场景为突破口，率先将质量管理从控制走向感知，从交付走向互动，从产品走向服务，让消费者视觉、听觉、嗅觉、味觉沉浸其中，为消费者打造“超预期”的沉浸式品牌体验，通过品牌与年轻人关注焦点的有机结合，潜移默化地塑造起了青島啤酒年轻时尚的品牌形象。

关键词:创新引领 “青島品牌”大步向前

无论是品质的升级，还是品牌的提升，背后都是创新力的提升。作为今年中国品牌日活动新增加的板块，“创新100+”精品展区对百余件具有行业引领

性的创新产品进行了集中展示。值得一提的是，来自青島的“国信1号”养殖工船、海尔生物主动式航空温控集装箱、赛轮液体黄金轮胎入选，代表了青島品牌在产业前沿的突破性探索。

双星是一家具有百年历史的企业，目前的产业包括橡胶轮胎、人工智能及高端装备、绿色生态循环利用等。2014年，双星开启了“创世界著名品牌”的“二次创业”新征程。2020年，双星又开启了“三次创业”的新征程，通过实施“生态化、高新化、当地化、数智化”的“新四化”战略，打造数智化、高新化和可持续发展的世界一流企业。

青島银行着力打造蓝色金融特色银行，在蓝色金融领域持续发力，积极开展产业资本与金融资本有效融合，致力于构建完备的蓝色金融发展战略规划和高标准的蓝色金融服务体系，创新探索出服务蓝色经济的新金融模式。

高合汽车是华人运通旗下的高端智能纯电汽车品牌。5月10日，“中国品牌日”活动启动当天，高合汽车旗下三款产品——豪华纯电超跑SUV HiPhi X、豪华纯电超跑 HiPhi Z、科技豪华 SUV HiPhi Y亮相展台，呈现了高合汽车丰富的产品组合与完备的创新技术实力。

赛轮集团是国家橡胶与轮胎工程技术研究中心科研示范基地，始终以“做一条好轮胎”为使命，不断提升产品竞争力和品牌影响力。近年来，集团在基础研究、新材料应用、工业互联网等方面持续发力，实现了一次又一次的跨越，助力中国橡胶工业站上世界新高度。

酷特智能以3000余人的自有服装工厂为实验室，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。

青島国信集团从2012年起开始研究，历经10年时间，于去年5月20日实现了“国信1号”的正式交付运营，去年9月首批65吨深海野游大黄鱼正式捕捞上市。“国信1号”的运营成功，标志着我

国以设施渔业为特征的第6次海水养殖浪潮正式拉开序幕。

宝佳智能于2009年在青島高新区成立，如今公司已成为国内饲料行业智能装备的龙头企业，市场占有率超过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。

关键词:双向奔赴
“青島品牌”与城市共荣

青島食品带来了钙奶饼干、花生制品、巧克力制品、豆制品等系列产品，青島沃隆食品股份有限公司展出了“沃隆”“坚果星球”两大品牌产品，鲁海丰现场展出了香辣小鱼、各类鱼罐头、吞拿鱼酱小饼干等，波尼亚带来了黑森林火腿，另外还有琅琊台酒、老尹家海参等，这些国货品牌吸引了大批“粉丝”体验。

青島亿联控股集团始建于1975年。2013年，集团正式进军以服装设计为代表的时尚产业，并提出打造“智慧型·全体验时尚创意产业生态园”——东方时尚中心。经过十年的艰苦创业和蓄势积淀，东方时尚中心已成为青島的一张时尚名片。

品牌是有生命力的，在“品牌之都”，品牌精神已经融入城市肌理中，在“匠心青島”，品牌文化已经成为城市的审美标准、独特符号、气质和精神。“青島品牌”已经开启新征程，必将书写更为辉煌的双向奔赴故事。

本版撰稿 观海新闻/青島早报记者 陈勇 邹忠昊 孙晶 刘鹏



扫码关注
政青島了解更
多详情