



青岛市质量工作领导小组办公室
青岛市质量发展促进会
青岛早报 联合主办

青岛优品

2025年1月10日上午,青岛饮料集团在青岛国际会议中心召开2025年度营销大会,会上,集团“新五年创造”“十百千”战略规划发布,集团“3+3”产品战略暨刺猬到家平台启动,集团品牌投放规划发布,青岛饮料集团与经销商代表年度合作目标签署。记者从会前获悉,饮料集团正在打造高端化、特色化产品矩阵,打造崂山矿泉水中国高端第一品牌、白花蛇草水中国草本气泡水第一品牌、崂山可乐东方草本健康型可乐第一品牌。通过发展产品特色化和品牌高端化为代表的新制造,夯实健康产业链基础。

让“国货”变“国潮”

青岛饮料集团开启“新五年创造”战略 实施“十百千”计划



崂山可乐热着喝。



青岛饮料集团产品受消费者青睐。

热着喝 崂山可乐火爆出圈

要说这个冬天哪款饮料最“出圈”,答案非崂山可乐热可乐莫属。入冬以来,崂山可乐重点在火车站、胶东机场、中山路等地持续开展“崂山热可乐 热迎八方来客”系列活动,热可乐奔赴哈尔滨、北京,与青岛三地联动,全网关于“崂山热可乐”的相关信息达8300余条,全网阅读量超1.5亿人次,参与互动、转发、评论破万条,成为品牌助力青岛旅游城市建设的典范。

冬至当日恰逢周末,尽管天气寒冷,但位于大鲍岛的船歌鱼水饺门店却热气腾腾。崂山热可乐在船歌鱼水饺门店前摆放着可乐车,工作人员现场制作温暖的崂山热可乐。在崂山可乐中加入红枣、枸杞、生姜,崂山可乐中独有的本草香味弥漫在大鲍岛片区。

青岛饮料集团相关负责人介绍,公司于2023年12月正式推出崂山热可乐,不仅在青岛本地成为热点,崂山热可乐还走进济南地铁,在济南掀起了一阵崂山可乐热潮。

在济南地铁客流量最大的奥体中心站内,崂山可乐的工作人员已早早在这里布置好了暖心驿站,他们将煮好的热可乐分装到纸杯内,供市民、游客及户外工作者饮用。活动当天,崂山热可乐在济南地铁各大站点共设立了11个暖心驿站,乘坐地铁的市民和地铁工作人员均可以在暖心驿站品尝到崂山本草可乐加热后的独特风味。据了解,本次崂山本草热可乐公益暖心活动将持续到2025年2月12日。

“乐乐冰”受年轻人青睐

除了“热着喝”,崂山可乐还可以“冰着吃”,2024年夏天,崂山可乐以一款别出心裁的“流量产品”——崂山可乐“乐乐冰”,为青岛的炎炎夏日带来了一抹清凉与欢乐。2024年6月29日,在青岛万象城举办的“乐乐冰”首发仪式上,这款外形酷似崂山可乐包装、蕴含纯正可乐风味的棒冰一经亮相,便迅速受到大众的青睞,成为社交媒体上的新晋网红。

在微博上,话题“吃到崂山可乐冰的我有多快乐”,引发网友聚焦,截至目前话题阅读量达2551万。

“乐乐冰”不仅承袭了崂山可乐的经典口味,更是在冷冻后增添了独特的冰爽口感,成为夏日解暑的绝佳选择。“乐乐冰”上市之初,就在广西路31号的崂山矿泉水博物馆试饮活动中赢得了消费者的热烈反响,首批“乐乐冰”在青岛前海一线景区及万象城的热销,更是印证了崂山可乐品牌影响力的深远与广泛。

青岛青饮文旅产业发展有限公司副总经理许隽表示,崂山可乐“乐乐冰”是品牌针对夏日市场需求量身定制的创新产品,通过新颖的形式吸引更多年轻消费者的关注。同时,“乐乐冰”也兼顾了健康理念,其独特的五味本草配方,既满足了年轻人对时尚冰品的追求,又符合消费者对健康饮食的期待。

从春季与TIMS跨界合作的白花蛇草冷萃咖啡,到夏日里的“乐乐冰”,再到冬日里的温暖热可乐,青岛饮料集团每一次的“跨界”尝试都成功打造了市场爆款,“爆款制造机”实至名归。

“东方神水”卖爆海外市场

要说来青岛旅游必买的特产,白花蛇草水一定榜上有名。那么,崂山白花蛇草水究竟有何魔力,能够力压群雄,成为“青岛名片”?网友们试图用生动的语言描绘出它那令人难以捉摸的风味:“一种仿佛混合了汗水与盐粒的微妙气息,带着一股不可言喻的咸涩与闷热。”“好比是刚刚拖过地的抹布,被不小心浸入到碳酸饮料的泡沫中。”……即便是在直播间的展示中,其怪异的口味也让不少专业带货主播纷纷“破功”,董宇辉在直播中尝试体验相关产品时,表情一度失控,罗永浩更是毫不留情地指出:“这何止是清新,简直是清新到让人心惊胆战。”然而,正是这款味道独特的产品,却一跃成为年轻人的“心头好”,并以“东方神水”之名卖爆海外市场。数据显示,这款饮品去年销售额高达56亿元。

从沿海一线的各大海水浴场、崂山

景区、小麦岛、大鲍岛等网红打卡地,到城市的商场超市、中高端餐饮酒店及便利快餐店,崂山白花蛇草水、崂山可乐等产品成为众多来青游客的首选饮品之一。据盒马鲜生相关负责人透露,国庆期间,这两款饮品的销量增幅分别为15%和50%。

“旅游人数的增加、走亲访友的习惯、宴请活动的增多以及对健康饮品需求的增长等因素,共同推动了崂山产品的热销。”青岛崂山矿泉水有限公司生产总监孙炳竹告诉记者,“崂山可乐、崂山白花蛇草水等产品,因其独特的口感和健康的品质而供不应求。”为了持续提升品牌影响力并做大市场,青岛崂山矿泉水有限公司近年来采取了多项重点举措,成功完成了多款矿泉水、崂山白花蛇草水、崂山可乐等10款产品的焕新上市,这些新产品不仅丰富了产品线,也满足了消费者不断变化的需求,使得崂山产品的销量持续增长、市场份额不断扩大、品牌知名度显著提升。

在青岛基地市场,崂山产品深受消费者喜爱,在海外市场,青岛饮料集团的产品同样备受青睐。20世纪60年代,东南亚经济蓬勃发展,吸引了众多中国劳工前往。面对湿热的气候,劳工们急需一种能够清热解暑、提神醒脑的饮品。正是在这样的背景下,1962年,青岛崂山矿泉水有限公司携手青岛医学院研究所、青岛疗养院等科研机构,以白花蛇舌草和崂山矿泉水为精髓,精心研制出了中国首款草本风味饮料——崂山白花蛇草水。这款饮品一经推出,便迅速风靡东南亚国家,远销新加坡、印尼、马来西亚等国家,销量破亿,成为我国的出口创汇佳品。

2024年10月8日,随着新加坡山东周活动拉开帷幕,“好品山东”新加坡展示会也在新加坡盛大开幕。青岛饮料集团旗下明星产品——崂山矿泉水和崂山白花蛇草水,凭借无可挑剔的品质与深厚的文化底蕴,成为本次新加坡山东周活动的会议用水。这一殊荣不仅彰显了“崂山”品牌的雄厚实力,更赢得了世人对中华传统文化的广泛赞誉和尊重。

此次新加坡山东周的成功举办,不

仅进一步提升了崂山白花蛇草水的知名度,也让它成为了连接中国与东南亚友好情谊的桥梁,见证了双方在经济、文化等领域的深入交流与合作,更为山东品牌的国际化征程铺设了坚实的基石。

开启“新五年创造”战略

今天上午,青岛饮料集团营销大会在青岛国际会议中心召开。会上,“新五年创造”战略、“十百千”计划发布。记者在会前获悉,“新五年创造”战略以推动饮料集团“由高端健康产品提供商向健康生活服务商跨越,创造中国式现代健康产业发展新模式”为目标,重点发力“新制造”,布局“新产业”,提供“新服务”,搭建“保障网”,力争到2029年实现“利润向10亿元、营收向100亿元、品牌价值向1000亿元迈进”的“十百千”计划,打造行业一流企业,建设全国性知名品牌,成为青岛“新金花”、制造业“新名片”、现代健康产业“新典范”,为青岛市建设品牌之都贡献“青饮力量”。

重点发力“新制造”,要突出品牌高端化和产品特色化,有效增大市场投入,快速提升市场份额,夯实产业发展基础。要围绕“崂山”“青岛”两个“中华老字号”,“华东”这一知名品牌,打造品牌矩阵;要以大单品思维为抓手,培育形成“3+3+N”产品战略矩阵,“以事件造潮品、用潮品带本品、靠本品做爆品”,焦点化、系列化塑造崂山矿泉水“中国高端矿泉水第一品牌”、崂山可乐“东方草本健康型可乐第一品牌”和“国货复兴第一可乐品牌”、崂山白花蛇草水“中国草本气泡水第一品牌”“特色化健康饮品新锐品牌”,华东干白“中国干白第一典范”“中国干白领军品牌”,推动产品和品牌“走出去”,加快“国货变国潮”;要以不低于40%的市场投入,广招商、拓渠道、强推广、重营销,培育经销商梯队、探索特色合作模式、建设全国经销体系,与合作伙伴共同推进“全国化”战略,实现互利共赢。到2029年末,打造形成“顾客至上”的命运共同体,集团实现营销“特色化”、渠道“体系化”、品牌“全国化”,产品出口覆盖五大洲,成为青岛“新金花”代表。

观海新闻/青岛早报记者 于健 企业供图