

以城市之名 赴品牌之约

(上接封面)

今年6月25日,市十七届人大常委会第一次会议审议了《青岛市人民政府关于提请审议设立“青岛品牌日”的议案》,作出《青岛市人民代表大会常务委员会关于设立“青岛品牌日”的决定》,将每年的7月17日设立为“青岛品牌日”,就是青岛为未来品牌经济发展所谋划的关键一步。

青岛成为全国首个以人大行使重大事项决定权的形式,设立品牌的市。这也意味着青岛将在更高层面、更广范围、更深层次上推进品牌建设,最大限度释放品牌经济价值,为青岛城市能级持续提升提供关键支撑。

设立“青岛品牌日”,“品牌之都”再次超前谋划

设立城市品牌日,青岛是全国城市中首个。作为上世纪90年代就闻名全国的品牌之都,青岛无疑再次展现了超前的发展意识。

随着中国制造由要素驱动型向创新驱动型发展,品牌对于企业提升竞争力的作用日益突出。尤其是近两年来,疫情、地缘政治等多重因素叠加,全球产业链供应链正加速重构。人口红利等资源要素优势逐渐消退的中国,持续保持产业链韧性和竞争力的路径只有转向创新和价值驱动,品牌的持续提升愈加紧迫。

于青岛而言,青岛正处于产业转型升级、城市能级提升的关键期。市第十三次党代会提出,建设新时代社会主义现代化国际大都市的总体目标,重点在打造“六个城市”上集中发力,全面推进。其中,打造现代产业先行城市被放在“六个城市”中的首位。

产业演进的趋势叠加城市发展的诉求,青岛需要一个能引领产业进一步提速发展的引擎。而一直以来在品牌经济上的积累和获益,让青岛再次将目光瞄准了品牌建设。

数据显示,目前青岛拥有世界品牌500强企业2家、中国名牌产品68个、山东省名牌产品700个,中国驰名商标123个、中华老字号19个、国家地理标志保护产品6个,总量位居全国同类城市前列。

但青岛也清晰地知道,这一次的品牌战略绝不是以往做法的延续或简单升级。

2017年,国务院将每年5月10日设立为“中国品牌日”。2022年,国务院办公厅印发《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》提出,高水平办好“中国品牌日”活动,支持各地区培育一批特色活动品牌。国家的一系列做法和要求启发了青岛。“青岛品牌日”由此诞生。

通过设立“青岛品牌日”,一方面将进一步强化企业的品牌意识,改变一些企业“重产品 轻品牌”的惯性思维,助力提升质量,打造品牌,实现与城市共成长;

另一方面,在全社会营造一种“热爱自主品牌、使用自主品牌,保护自主品牌”的浓厚氛围,向国内外彰显青岛发展品牌的决心,提高青岛品牌的传播声量,营造青岛制造与城市旅游、节庆经济一脉相承的传播平台,进一步提高青岛品牌的自信心、向心力和荣誉感,吸引国内外年轻人喜爱青岛、留在青岛、创业青岛。

同时,以品牌日为切入点,更好服务企业。发挥政府

“有形的手”,通过制度、政策、理论、媒体等提供更优的公共服务,推动公共传播与企业传播相互加持,放大传播效应,共同讲好品牌故事。

新秀辈出,“品牌之都”打开全新想象空间

新一轮品牌攻势发起的背后,无疑是青岛要塑造制造业新优势,推动实体经济更上一层楼的凌云壮志。但如果缺乏足够活跃的企业和蓬勃发展的产业生态作支撑,一切好的想法都只能是“一厢情愿”。所幸的是,青岛近年来在新兴产业发展中取得了长足进步,越来越多新锐企业崭露头角,为“品牌之都”打开全新想象空间打下了坚实的基础。

日前,山东省工信厅公示了2022年度山东省“瞪羚”“独角兽”企业名单,青岛再添1家省独角兽企业、84家省瞪羚企业。其中,获评独角兽企业的宸芯科技有限公司,就是青岛集成电路产业日益壮大的写照。总部位于黄岛区的宸芯科技,掌握3G/4G/5G移动通信终端技术、大规模集成电路设计、SDR芯片技术平台等关键技术,是我国行业通信终端SoC芯片专业领域的龙头企业。

人工智能是城市抢先布局的新产业,在青岛,多个人工智能“潜力股”正在加快成长。深耕制造业场景应用的创新奇智今年初登陆港交所,成为中国“AI+制造”第一股;瞄准城市应用场景的以萨技术,在行业内较早找到了技术研发和落地应用的平衡点,实现了盈利,IPO申请已被上交所受理;极视角作为国内首个计算机视觉算法商城,瞄准市场对算法的长尾需求,开辟了独特的商业空间。

这些新产业新领域是过去青岛品牌经济中较少触及的,这些新面孔所带来的新气象,将为青岛品牌注入新的内涵。

如果说新产业将为青岛品牌经济开拓更多的未知领域,那么老牌优势企业和产业的持续进阶,将助推青岛品牌经济势能的提升,为青岛品牌在更大范围整合资源、提升影响力打下基础。

2021年7月,中车四方股份公司世界首套时速600公里高速磁浮交通系统成功下线,代表我国在高速磁浮领域取得重大创新突破,具备高速磁浮交通系统和装备的完全自主化与产业化能力,推动青岛轨道交通产业进一步冲击世界一流产业集群。

2021年11月,工业和信息化部批复组建国家高端智能化家用电器创新中心,这是国家首个家电行业的制造业创新中心,也是青岛首个落地的国家级制造业创新中心。创新中心由海尔、美的、海信、方太、澳柯玛、中国国家电网、中国电研等行业骨干力量共同参与建设,将聚焦家用电器高端化、智能化、场景化的发展方向,重点在本体技术、智能技术、安全技术、场景技术等领域突破一批关键共性技术。

轨道交通和家电,这两个青岛极具代表性的产业双双取得新突破,无疑将青岛新一轮品牌战略的起点拉升到了一个新高度。作为先进制造业集群“国家队”的代表,青岛的品牌实践也将代表着中国智造以及中国创造的最高水平,在全球舞台上竞技。

作为青岛企业群体中冰山水面之下的大多数,中小企业实力的持续增强也不能不提。2021年7月,工业和信息化部公示第三批专精特新“小巨人”名单,青岛50家企业入选,占全省总数的23%,在全部三批名单中总计上榜企业数量达97家,位列全国第八,超过广州、杭州等城市。2021年9月发布的2021全球独角兽企业500强榜单显示,青岛独角兽企业总量达13家,在中国独角兽城市排名中位列第五,在全球独角兽城市中排名第7。越来越优秀的小企业,将为青岛品牌经济带来新动力。

全城狂欢,“品牌之都”打造城市品牌盛宴

首个“青岛品牌日”的到来,开启的不仅是青岛企业品牌打造的新起点,也是青岛全力打造城市品牌的新开端。

产业的竞争,已经由单个企业的竞争转变为产业集群和产业链的竞争。上升到品牌层面,也就意味着要从单个企业品牌,升级为城市品牌。

品牌不单单是一个标识,它是一座城市人文、经济、环境、消费、产业的独特载体,是最独特和差异化的城市形象。城市品牌既汇集了这座城市的底蕴、优势,又彰显了城市的未来、雄心。这意味着,一个城市的品牌建设只有与时俱进,高度匹配并服务于城市发展战略,才具价值和意义。

面临数字经济时代产业的新特征,青岛提出打造“工赋青岛 智造强市”城市品牌就是最好例证。工赋青岛是“魂”,智造强市为“标”,青岛要通过推动数字经济与实体经济融合发展,实现制造业的全面重塑,在数字经济时代赋予青岛制造更多新使命、新内涵,为青岛品牌经济注入更多新机遇、新能量。

“青岛品牌日”系列活动期间,我们有机会聆听顶级智慧为青岛品牌建言献策。北大国家发展研究院名誉院长、北大新结构经济学研究院院长、北大南南合作与发展学院院长林毅夫,以及品牌建设领域的专家和来自知名企业的代表将在中国品牌卓著发展论坛作主题演讲。

在青岛的地标建筑奥帆中心,将搭建青岛品牌展,通过运用5G、VR、3D等创新展示形式为企业提供产品和品牌展示的窗口,进一步拉近青岛企业与用户的距离。

城市品牌的打造,一定是打破产品和产业边界的。参与本次“青岛品牌日”活动承办的包括市工业和信息化局、市发展改革委、市农业农村局、市商务局、市文化和旅游局、市市场监督管理局等众多部门,充分体现出全城参与、多领域合作联动的特点。

通过品牌日活动的举行,青岛将加快形成工业品牌带动服务业和农业品牌创建、三次产业品牌协同共进的良好局面,不断提升青岛制造、青岛服务、青岛旅游、青岛购物、青岛农品等品牌价值;引导企业重视品牌建设,提高核心竞争力,不断培育世界一流企业品牌、新一代“青岛金花”企业品牌、知名新锐品牌;着力推动品牌集群发展,做大做强七大优势产业链、突破发展十大新兴产业链、大力发展七大现代服务产业链,打造一批国内知名产业集群。

□青岛日报/观海新闻首席记者 孙欣

