

始终同人民同呼吸共命运心连心

——论学习贯彻习近平总书记在省部级专题研讨班上重要讲话

人民日报评论员

“我们取得的一切成就，都是党和人民一道奋斗出来的。”在省部级主要领导干部“学习习近平总书记重要讲话精神，迎接党的二十大”专题研讨班上，习近平总书记深刻指出：“前进道路上，全党要坚持全心全意为人民服务的根本宗旨，树牢群众观点，贯彻群众路线，尊重人民首创精神，坚持一切为了人民、一切依靠人民，从群众中来、到群众中去，始终保持同人民群众的血肉联系，始终接受人民批评和监督，始终同人民同呼吸、共命运、心连心。”

为什么人的问题，是检验一个政党、一个政权性质的试金石。中国共产党是为中国人民谋幸福的党，人民立场是党的根本政治立场。我们党从成立开始，就把为人民服务写在了党的旗帜上。党的根基在人民、血脉在人民、力量在人民。为人民而生，因人民而兴，始终同人民在一起，为人民利益而奋斗，是我们党立党兴党强党的根本出发点和落脚点。党团结带领人民进行革命、建设、改革，根本目的就是为了让人民过上好日子，无论面临多大挑战和压力，无论付出多大牺牲和代价，这一点都始终不渝、毫不动摇。江山就是人民，人民就是江山，打江山、守江山，守的是人民的心。以百姓心为心，与人民同呼吸、共命运、心连心，是党的初心，也是党的恒心。

人民是历史的创造者，是决定党和国家前途命运的根本力

量。党的百年历史，就是一部践行党的初心使命的历史，就是一部党与人民同呼吸、共命运、心连心的历史。从石库门到天安门，从小小红船到巍巍巨轮，中国共产党之所以能够发展壮大，中国特色社会主义之所以能够不断前进，正是因为依靠了人民。我们不会忘记，大革命失败后，30多万牺牲的革命者中大部分是跟随我们闹革命的人民群众；红军时期，人民群众就是党和人民军队的铜墙铁壁；抗日战争时期，我们党广泛发动群众，使日本侵略者陷入了人民战争的汪洋大海；淮海战役胜利是靠老百姓用小车推出来的，渡江战役胜利是靠老百姓用肩膀扛出来的；社会主义革命和建设的成就是人民群众干出来的；改革开放的历史伟剧是亿万人民群众主演的。今天，中国人民更加自信、自立、自强，极大增强了志气、骨气、底气，在历史进程中积累的的强大能量充分爆发出来，焕发出前所未有的历史主动精神、历史创造精神，正在党的领导下信心百倍书写着新时代中国发展的伟大历史。实践充分证明，人民是我们党执政的最大底气，是我们共和国的坚实根基，是我们强党兴国的根本所在。

全面建设社会主义现代化国家，实现中华民族伟大复兴，前途是光明的，道路是曲折的，还会面临许多激流险滩。必须深刻认识到，赢得人民信任，得到人民支持，党就

能够克服任何困难，就能够一往无前、无往不胜。新征程上，我们要坚持尊重社会发展规律和尊重人民历史主体地位的一致性、为崇高理想奋斗和为最广大人民谋利益的一致性、完成党的各项工作和实现人民利益的一致性，永不脱离群众，与群众有福同享、有难同当，有盐同咸、无盐同淡。要深刻认识党的性质宗旨，坚持为人民为中心的发展思想，始终把人民放在心中最高位置、把人民对美好生活的向往作为奋斗目标，推动改革发展成果更多更公平惠及全体人民，推动共同富裕取得更为明显的实质性进展，把14亿多中国人民凝聚成推动中华民族伟大复兴的磅礴力量。要把为民造福作为最重要的政绩，把人民拥护不拥护、赞成不赞成、高兴不高兴、答应不答应作为衡量一切工作得失的根本标准，始终同人民想在一起、干在一起。

世界上最大的幸福莫过于为人民幸福而奋斗。让我们更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，始终与人民心相印、与人民同甘共苦、与人民团结奋斗，不断实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益，继续把中华民族伟大复兴的历史伟业推向前进！

(新华社北京8月4日电 载8月5日《人民日报》)

数字人民币试点范围稳步扩大

配套制度法规提上日程

15个省(市)23个地区参与试点,10家运营机构参与研发,涉及批发零售、餐饮文旅、教育医疗、公共服务等众多领域,涵盖线上线下……当前,我国数字人民币研发试点已形成一定格局,成为全球开展法定数字货币研究的先行者。

为推进数字人民币稳步健康发展,相关配套法规研究也被提上日程。近日,中国人民银行相关负责人表示,将研究出台数字人民币相关法律法规和行业配套政策,持续完善数字人民币技术标准,夯实数字人民币法治基础。

数字人民币试点范围稳步扩大

今年数字人民币试点地区再度扩容,新增加了天津、重庆、广东的广州、福建的福州和厦门以及浙江的杭州、宁波、温州、湖州、绍兴、金华,北京和河北张家口在2022年北京冬奥会、冬残奥会场景试点结束后也转为了试点地区。

从最初的“4+1”扩展到“10+1”,再到如今15个省市的23个地区,数字人民币试点范围稳步扩大。其中,深圳、苏州、雄安新区、成都4个地方取消了白名单限制。兴业银行也于近期成为10家运营机构中的一员。

在此背景下,体验数字人民币的用户大幅增长,交易场景持续增加。截至5月末,15个省市的试点地区支持数字人民币支付的商户门店数量达456.7万个。

花数字人民币乘地铁、点外卖、逛景点……数字人民币的应用场景越来越丰富,涵盖线上线下。据介绍,各试点地区围绕促进消费、抗击疫情、低碳出行等主题累计开展20多次数字人民币消费红包活动,有力促进社会消费回补与潜力释放。

数字人民币对于经济的助力远不止拉动消费。随着数字化场景越来越多,数字应用领域相关技术创新、产品创新、模式创新不断涌现。数字人民币上下游产业正在产生集聚效应,催生

一批新模式新业态,更好服务地方经济社会发展。

今年6月,全国首个“农业碳汇交易平台创新数字人民币应用场景”在福建厦门落地。当地用户可以运用数字人民币实现农业碳汇交易,助力乡村振兴和绿色转型。

专家表示,当前,数字人民币在拉动居民消费、推动绿色发展、提升普惠金融、改善营商环境等方面提供了新的发展动力。

更多惠企利民新功能加速上线

今年以来,数字人民币钱包推陈出新,对公和个人业务深度融合,一些惠企利民的新功能加速上线。

薪资发放是数字人民币服务中小微企业的其中一项。在雄安新区容东片区1号地块电建智汇城项目工地,工人们正在紧张作业。“通过数字人民币结算,我每月工资都是按时足额发放到个人钱包的。”钢筋工郑杰说。

借助成本相对较低、支付即结算等特征,数字人民币还探索在资金管理、进销存管理、贷款融资等方面为企业提供更便利的服务。

今年已有多家银行探索通过数字人民币发放贷款:苏州银行落地制造业数字人民币贷款,邮储银行在陕西落地数字人民币汽车消费贷款,工行向苏州一家劳务供应链企业发放数字人民币普惠贷款200万元……

“从数字人民币钱包开立到贷款申请,从受托支付到还款,客户可通过手机在线自助完成。”工行苏州分行普惠部副总经理左玲介绍,数字人民币在信贷领域的创新突破,有利于提高企业获得金融服务的便捷性,贷款资金支付贷款更可以做到实时到账。

在加快推进数字政府、新型智慧城市、数字乡村建设的背景下,厦门的数字人民币签约缴税功能已上线,全国首个“数币+”公积金专窗落户深圳福田,长沙正探索数字人民币应用于税费

缴纳和医保、社保缴费……

不少专家认为,数字人民币通过“智能合约”技术,将在财政、税收、政务等方面大有可为,为企业和居民提供更为便捷的服务。

完善顶层制度设计已有安排

当前,数字人民币研发试点工作逐步深化,夯实其法治和监管基础成为需要着眼的新问题。

“目前,数字人民币双层运营架构等顶层设计已通过全方位测试,其可行性和可靠性得到有效验证。”中国人民银行副行长范一飞表示,下一步,要夯实数字人民币法治基础,巩固数字人民币法律性地位。同时,强化对数字人民币业务、风控、技术、安全等方面的统筹协调,充分运用先进监管科技手段,牢牢守住安全运营的底线。

随着数字人民币在数字身份、数字消费、数字贸易等领域不断创新应用,隐私保护成为人们关注的重要问题。

中国人民银行数字货币研究所所长穆长春介绍,目前,相关部门正在着手研究建立信息隔离机制,明确运营机构开展数字人民币运营业务的独立性,并通过设立数字人民币客户信息隔离机制和使用限制,规范数字人民币客户信息的使用。

建立信息隔离机制只是完善顶层制度中的一环。记者了解到,从明确数字钱包查询、冻结、扣划的法律条件,到建立相应的处罚机制,再到完善数字人民币反洗钱、反恐怖融资等法规制度……越来越多法规制度将被提上日程。

据介绍,监管部门将强化监管科技应用实践,积极利用大数据、人工智能、云计算等技术丰富金融监管手段,提升跨行业、跨市场交叉性金融风险的甄别、防范和化解能力。

新华社记者 吴雨 邓情倩 秦婧(据新华社北京8月4日电)

记录青岛品牌魅力四射的一幕。同时,展演秀彻底引爆了网络。现场,青岛市自媒体协会30多位总粉丝过千万的会员“网红达人”,化身青岛品牌代言人,为当晚的浮山湾带来3000多万人次流量。

由此来说,一个典型的基于经济行为的节日,也撬动了文旅IP,给当下急于寻找突破空间的城市发展“打了个样”。

众创:以“城企民”联手打造新IP

品牌与城市交融,是“青岛品牌日”最鲜明的特质。企业与市民互动,是“青岛品牌日”最动人的景象。这是一次典型的城市参与、企业参与、全民参与的群创行动。这一刻,品牌与城市完美融合,企业与市民热情交互,“青岛品牌日”无论从形式到内涵,都实现了新的超越。

本屆“青岛品牌日”,企业的参与热情再创新高。“金花”企业和新兴产业领域的代表企业纷纷加入品牌日系列活动之中。

7月17日至23日,“绽放的力量”青岛品牌体验秀在奥帆中心举办。来自六个区市、上百家企业的上千产品在此轮番集聚,各类新品在这里密集发布,在5G、3D、VR等新技术的烘托下,将企业品牌与城市文化要素融为一体。青岛品牌体验秀的中心景观——大型圆环主视觉展屏,以其科技感、虚拟感,以及与市民的互动性、声光电特效等迅速“蹿红”,成为青岛夏季的又一网红打卡地。其间,大屏展示和播放主题片、企业品牌宣传片共80余部,受到市民游客欢迎。

“品牌之夜”活动,是每晚在奥帆中心准时报演的一幕城市品牌场景剧,区市的城阳、胶州,以及海信、卡萨帝、青岛地铁等企业次第参与,纷纷以不同形式设置各种活动,营造出全城共此时的动人氛围。

据不完全统计,为时七天的品牌体验秀,各企业板块共接待游客15万人次,参展企业纷纷用“机会难得”来形容这种全新的跨界营销传播行动。

青岛啤酒品牌推广总监杨仍魁说,“青岛品牌日”在全社会营造了“热爱城市品牌、使用城市品牌、保护城市品牌”的浓厚氛围,进一步提高了青岛品牌的自信心和荣誉感。期待“青岛品牌日”进一步创新形式,讲好青岛品牌故事,带领青岛品牌企业走出去开展相关活动,持续扩大青岛品牌的影响力。

“青岛品牌日”受到企业和市民的如此追捧,还在于以营销传播服务为主的板块的倾力打造。7月17日至31日,青岛品牌采购季暨“嗨购一夏”促销联动借势启动,联动青岛“金花”培育企业和百家品牌库企业,整合企业门店、零售电商平台,发起了一场线上线下大规模促销行动。值得称道的是,此次营销,真正实现了政府搭台造势,企业借势发力,政府引导和市场化运作,让品牌日活动日益走向成熟。

拥有500多位注册成员的青岛自媒体协会,主动参与到2022“青岛品牌日”系列活动之中,仅直播带货就组织了20场。高峰时,每天两场直播。7月18日,参加“青岛品牌日”海信之夜活动时,网红达人“青岛如意”说:“作为一个地地道道的青岛人,

上半年我国服务贸易增长较快

彰显高水平开放活力

服务无处不在,服务贸易是国际贸易的重要组成部分和国际经贸合作的重要领域。上半年,尽管外部环境严峻复杂,我国服务贸易依然交出亮眼成绩单。

商务部发布数据显示,上半年,我国服务进出口总额28910.9亿元,同比增长21.6%;其中服务出口14059.5亿元,增长24.6%;进口14851.4亿元,增长18.9%。

“上半年服务贸易增速较快,且高于货物贸易9.4%的增速,体现了我国开放型经济增长的亮点。”商务部研究院国际服务贸易研究所所长李俊说。

建立健全跨境服务贸易负面清单管理制度,推进服务贸易创新发展试点开放平台建设,继续放宽服务业市场准入,主动扩大优质服务进口……近年来,我国推动服务贸易高质量发展,开放步伐不断加快。

中国贸促会研究院副院长赵萍分析称,我国坚持高水平对外开放,不断对标高标准国际经贸规则,使得服务贸易市场空间进一步开拓,企业投资机会更多、业务领域更广。与此同时,我国产业转型升级步伐加快,促使先进制造业和现代服务业融合发展,带动服务贸易需求加大。

数据显示,上半年,我国服务出口增幅大于进口5.7个百分点,带动服务贸易逆差下降34.3%至791.9亿元。

“服务贸易出口份额增加,表明我国服务产业的国际化程度进一步提高,服务贸易国际竞争力不断上升。”赵萍说。

谈及服务贸易逆差,赵萍表示,近年来旅行服务是我国服务贸易最大逆差领域,短期看,受疫情影响我国出境旅游人数大幅减少是我国服务贸易逆差大幅下降的重要原因,但从长期看,随着我国服务贸易结构调整,出口竞争力提升,逆差逐步缩窄,趋向平衡将是大概率趋势。

知识密集型服务贸易继续平稳增长,是我国服务业发展一大特点。数据显示,上半年,我国知识密集型服务进出口12144.9亿元,增长9.8%。其中,电信计算机和信息服务出口增长16.3%。

“知识密集型服务贸易保持平稳增长,体现了我国数字经济蓬勃发展的态势。”李俊说,视听服务、医疗、教育、网上零售等在线服务与线上消费大幅增长,数字支付手段大量运用,为知识密集型服务贸易增长拓展了空间。

数字服务贸易是近年来我国贸易发展一大亮点,也是国家大力支持的方向。日前,商务部等27部门联合印发《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》,提出了大力发展数字文化贸易、健全文化贸易合作机制、提升便利化水平等28项具体任务举措,为对外文化贸易发展注入新动力。

李俊表示,随着我国服务贸易开放水平进一步扩大,自由化便利化水平进一步提升,技术、知识、文化密集型服务贸易会进一步增长,这也为服务贸易的高质量发展带来新机遇。

近期,商务部等部门又公布了一批新的专业类特色服务出口基地名单。截至目前,我国特色服务出口基地已覆盖文化、中医药、数字服务、人力资源、地理信息、知识产权和语言服务等7个领域。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明说,特色服务出口基地建设是促进中国服务贸易高质量发展的重要举措,有利于培育服务出口竞争新优势,推动专业服务业扩大对外开放,提升贸易和投资自由化便利化水平。

还有不到一个月,2022年中国国际服务贸易交易会即将开幕。进一步敞开了“中国,必将吸引更多‘世界服务’”。

展望未来,李俊认为,面对严峻复杂的国际环境,要继续做好自己的事,充分发挥现有政策促进服务贸易继续保持稳定增长,继续推进服务贸易创新发展试点开放平台建设,发挥自贸区等对外开放平台引领作用,为国内外服务供应商搭建平台,共同做大合作蛋糕。

赵萍表示,要坚定不移扩大高水平开放,构建服务贸易领域覆盖更广的制度体系,持续深化供给侧结构性改革,进一步推动国内产业升级,推动制造业与服务业深度融合;鼓励企业加大研发创新,用好新一代信息技术,围绕市场所需,为世界提供更好的“中国服务”。

新华社记者 谢希瑶 潘洁(新华社北京8月4日电)

希望青岛品牌在全国、在全世界,都能越来越好。”

通过“青岛品牌日”,青岛企业得到实实在在的回报,一方面品牌的知名度提升;另一方面,又引发了“订单效应”。据率先开展品牌日营销活动的利群集团介绍,从7月17日至31日,“青岛品牌日&利群自有品牌节”活动销量环比增长297.5%、销售额环比增长351%。增幅最大的一家商场,销售额环比增长1047%。

2022“青岛品牌日”共推出六大板块系列活动,包括中国品牌卓越发展论坛、声光电品牌体验秀、系列品牌之夜、品牌采购季、“嗨购一夏”全城促销等,以及《工赋青岛》品牌日特别节目、《青岛考工记》系列微纪录片、各类媒体专栏、专版等等。在半个月的时间里,持续不断地展示了青岛“品牌之都”的魅力,以及“工赋青岛 智造强市”的全新形象。

一切创新,从无终点。开创性的2022“青岛品牌日”,所激发的不仅仅是市民呵护品牌、企业发展品牌的意识,更在城市层面达成了建设好、传播好品牌的共识;它增加的也不仅仅是企业和市民的自豪感与荣誉感,更凝聚起城市向上的精神力量。

开创性的2022“青岛品牌日”,张扬的不仅仅是城市和企业品牌,更将深化青岛品牌城市、品牌经济的底蕴。新华社在评价“青岛品牌日”时提到,本次品牌日活动对进一步发挥青岛制造品牌优势,加快振兴实体经济,建设现代产业先行城市具有重要意义。

显然,以“品牌日”为契机,常态化打造“青岛制造”和“工赋青岛”品牌,持续打造“青岛品牌日”IP生态,持续打造专业化、全方位品牌传播新模式,持续演绎好“青岛品牌日”的故事,将是青岛品牌升级和产业进阶的持久战略。

工赋青岛,未来可期。青岛品牌,前景可期。

(上接第一版)

而补链则主要体现在招商引资层面。“根据园区定位,我们将依托高端智能家电国家制造业创新中心等高端平台,重点发展、引进计算机辅助设计、辅助制造和生产过程智能化管理系统等工业软件企业。”刘赞科透露,未来一段时间,园区还将重点围绕智慧医疗、交通、教育等智慧城市领域及工业互联网领域发展行业应用软件、信息安全软件、信息技术集成服务等,做强应用于智能家电、智能交通等领域的嵌入式软件产业。

“除青岛国际创新园这个核心外,软件和信息服务产业园还将重点规划布局中科院曙光全球研发总部基地、智扬科技两大重点项目。”据崂山区工信局副局长孙明介绍,中科院曙光全球研发总部基地项目将具备先进计算、产业创新、软硬件产品研发、人才培养、企业孵化等综合功能的产业基地;智扬科技规划建设现代工业厂房,大力招引软件、信息服务等领域龙头企业,助力崂山区打造集生态、时尚、宜居为一体的绿色化软件和信息服务产业园区。

城市与品牌的奋力共进

(上接第一版)青岛立足“走在前、开新局”,以“时至势到”的敏锐、“争先创优”的勇气,通过人大行使重大事项决定权的形式正式设立“青岛品牌日”,一举成为全国首创。而从拟议到正式设立,从人大、政府相关部门紧密磋商的首研到正式通过,仅仅用了半年多时间,显示了这座城市时不我待、干事创业、奋力争先的内在冲动。

7月17日,首个城市级品牌日——2022“青岛品牌日”如约而至。从形式上看,像“青岛企业家日”一样,这仅仅是一个有关品牌发展的节日形式的表达。而本质上,却是青岛把握城市发展内在底蕴、顺应时代发展需求的一次大胆尝试。它传递的不仅仅是品牌建设的意志,展现的不仅是品牌发展的力量,更释放了城市发展的能量,实现了城市与品牌共进共赢共成长的完美闭环,促进了城市能量与品牌能量的完美融合。它不仅为青岛品牌打造了一个新的城市级舞台,更为中国品牌的成长开拓了一片新的实验空间。

7月17日,2022“青岛品牌日”系列活动正式启动。在同时举行的中国品牌卓越发展论坛上,著名经济学家林毅夫、工信部相关领导以及来自高校、科研院所的专家学者,就中国品牌的进阶之路、数字化时代企业品牌建设之路等前沿话题展开研讨,内容丰富、论述多元,引发满堂共鸣。

来自政界、业界、学界的相关人士,对青岛设立品牌日的做法,所给予的肯定充满了赞赏性。工业和信息化部工业品牌培育专家组组长周宏宇认为:“青岛把品牌日作为一个重大事项予以确立,这是青岛迈向高质量发展,面向品牌强市,面向未来的鲜明态度。充分利用品牌日以及相关活动引发的各种传播效应,面向全国、面向全世界宣告,彰显青岛品牌的魅力和价值,非常具有意义”。青岛市工业和信息化局党组书记、局长卞成认为,“青岛品牌日”的设立,不仅彰显了青岛重视品牌培育、支持品牌发展的决心,更将进一步擦亮“青岛制造”名片,提升城市知名度和美誉度,激发企业创新创造活力,加速打造全链条创新创业生态,推动“城市与品牌共成长”。

在当日下午举行的卓越品牌建设交流会上,海尔、利群、益海嘉里等30余家工业、服务业、农业领域的著名品牌企业参加会议,与会的董事长、总经理和品牌负责人,与知名专家、学者和媒体代表等一起,在长达3个多小时的时间内,聚焦“双循环体系下的自主品牌建设”和“数字化时代的品牌传播”两大主题,分享各自企业的品牌创建经验,把脉企业品牌创建和传播的做法。

青岛力克川液压机械有限公司是一家新兴企业,参加会议的副总经理邵庆说:“这次交流活动,让我们进一步认识到品牌对企业的重要性,一个企业的价值主要来自品牌价值,品牌影响力不仅仅代表着产品知名度,更意味着用户对产品的认可。在今后的发展中,我们要提高品牌意识,解决‘重产品、轻品牌’的问题。”

这也是青岛企业首次以学术探讨的方式汇聚一起,共同追问城市和企业品牌发展之路。企业的踊跃度,说明了这种探讨本身具备的意义,也证明了“青岛品牌日”活动在企业层面上的热烈响应。

开创:借跨界融合绽放品牌力量

传播,既是品牌建设的路径,也是建设的目标。如何突破传统媒体、传统载体的传播方式,利用节日效应,实现城市传播;利用场景媒体,实现场景传播;利用网红效应,实现流量传播;利用社群效应,实现覆盖传播;利用专业效应,实现创新传播,成为本届“青岛品牌日”的核心追求,也是最终成功的最大特色。

7月16日晚,一部以青岛“金花”企业品牌为主角的AR大片——《金花绽放全媒体》正式上线,一下子火遍了各类社交媒体。仅在观海新闻视频号,这段时长2分31秒的视频,短时间内就实现了传播渗透,收获110多万的点击量,全网播放量更是高达1230万。

场景传播时代,场媒体体的营造至关重要,是线上线下一体化传播的立足点。2022“青岛品牌日”立足传播效果最大化,选择浮山湾这一主要城市场景,以360度声光电沉浸式品牌体验场景为核心,以宏大的浮山湾灯光秀为场效,打造了震撼、炫目的“五秀”——壮观的“庆祝青岛首个品牌日”无人机空中秀表演、科幻感的矩阵汽车秀、潮时代的品牌新势力快闪秀、系列品牌之夜表演秀交错演绎,线上线下万众云集、场内场外欢乐交融,品牌热情瞬间燃放……广域化场景、大跨度时空、密集型布局、梯次性接力,一天之内举办10余场大小活动,半个月之内推出72场传播活动,主流媒体发布1100多篇(件)原创作品,及自媒体4500万级的原创传播,都成为2022“青岛品牌日”火出圈的原动力。

一时之间,“青岛品牌日”传播话题迅速形成信息流,汇聚成主流媒体、社交媒体交汇传播的态势。由此,“青岛品牌日”也正式以节日的形态,成为青岛市民、国内外游人的共同记忆。裂变式的口碑传播,基于城市自豪感的情感传播,以及对青岛品牌贴近的知情传播,让“青岛品牌日”成功走入千家万户。

2022“青岛品牌日”,是一次智库+、内容+、技术+、传播+、社群+共同发力的大型城市IP营造行动,它充分聚合最优智库资源,释放了浮山湾优质场媒体的能量,采用VR、AR、AI等前沿技术,动员了媒体生态圈资源,发挥了专业策划的力量,成为由政府、企业、媒体、市民等合力打造的一场极具科幻感的品牌盛宴。

7月17日晚,浮山湾灯光璀璨,青岛日报报业集团联手“千机秀”,在美丽的青岛海晏星空之下,以公益方式上演了一场“青岛品牌日”大型空中展演秀,以城市之名向青岛品牌告白。这是青岛品牌第一次以这样的方式集体亮相美丽星空,它表达着青岛企业对于星辰大海的内在期望。

炫酷又惊艳的表演震撼了现场人群,人们纷纷拍照、录像,