

青岛企业如何“玩转”国潮？

老字号与新品牌合力将传统文化与现代“潮品”创新融合，在食品、饮料、文创等行业引领消费潮流

□青岛日报/观海新闻记者 周晓峰

青报观察

年轻人的国潮可能从一套汉服开始，从一杯国风茶饮开始，从一件景区文创开始。

严格来说，国潮不是一个新词，在很长一段时间内是指本土设计师创立的潮流品牌。到了被称为国潮元年的2018年，以李宁亮相纽约时装周为标志，国潮开始泛指消费新潮流，在服装、食品、饮料、文创等行业掀起了一股中国文化的旋风。国潮甚至可以与城市产业相绑定，西安把大唐不夜城打造成国潮沉浸式景区，到长沙喝一杯茶颜悦色一度是旅游必打卡项目，马面裙的走红让名不见经传的曹县登上各大媒体头条。

巨大的机遇也驱动着青岛企业拥抱国潮——青岛啤酒与敦煌文旅联合打造联名啤酒太白醉酒，开启“啤酒+艺术”的奇妙邂逅；青岛食品登陆“与辉同行”直播间，不到十分钟2.5万份钙奶饼干大礼包销售一空；青岛饮料集团推出造型酷似崂山可乐的棒冰，将中华老字号品牌魅力播种到年轻消费者心中；山嗨精怪把山海经元素和潮流文化奇妙融合，打造潮玩手办、潮玩节、IP展等。

老字号焕新

国潮与国风、复古、新中式等概念有相似的地方，都是让优秀传统文化“活”起来。不同之处在于国潮更强调文化价值与商业价值的融合，以活化传统文化激发创新活力，是中国制造从“世界工厂”到“世界品牌”、从商品输出到文化传播的一个缩影。

《国潮品牌年轻消费洞察报告》显示，对比十年前，国潮搜索热度涨幅超过5倍，78.5%的消费者更偏好选择中国品牌，“90后”“00后”贡献了74%的国潮消费，中国前50强全球品牌在发达国际市场知名度逐年上升。

拥有深厚历史底蕴积淀的老字号是拥抱国潮的主力军，通过守正创新不断擦亮金字招牌。“时代在变，我们的味道没变，但是‘打法’必须变。”青岛食品股份有限公司副总经理田健认为，“中国成为全球最大的单一消费市场，中国文化自信崛起，Z世代成为主流消费群体等带来的消费市场变化，是国潮崛起的大背景。当下，国潮是中国企业迈向价值链中高端，塑造



■在青岛奥帆中心举办的山嗨精怪潮玩节。

品牌力的一个重要路径。”

作为拥有74年历史的老字号品牌，青岛食品研发上市“国潮风”系列钙奶饼干新品，试水直播带货、短视频、网络种草等新营销方式，围绕饼干主业延伸更多品类。近期，青岛食品还计划推出钙奶小蛋糕、钙奶小小卷等网红属性新产品，持续刷新老品牌的新尝试。

更打破众人固有印象的是，青岛食品在省外市场有成为网红之势，通过“山东人长高的秘诀”“吃钙奶饼干真的会长高吗”等火爆网络话题，在与年轻人的互动碰撞中深化品牌影响力。

青岛啤酒也是熟稔国潮“打法”的高手。早在2019年，青岛啤酒跨界和中国首家潮流集合品牌NPC联合，成为首个登陆纽约时装周中国日的啤酒品牌。近年来，青岛啤酒向全球陆续推出了生肖、青花瓷、中国结、中国龙等中国文化元素包装的产品，向世界讲好“中国故事”，塑造国潮名片。

新品牌“出圈”

不只是老字号掀起新国潮，许多新品牌也试图借助国潮“出圈”。在创办国潮IP山嗨精怪前，青岛山嗨精怪

品牌管理有限公司创始人胡津豪做过10年的营销策划，发现全球知名的IP主要在美国和日本，它们的平均年龄超过60岁，而中国的IP市场刚刚起步。“随着中国文化的崛起，相信中国一定也会出现很多现象级的国潮IP。”他把目光投向了山海经，开发白泽、貔貅、帝江等100多款山海经文化潮玩，通过众筹手办、潮玩节、光影展等方式精准触达年轻人。

对于胡津豪而言，山嗨精怪不是复制下一个泡泡玛特，而是定位为一家国潮IP公司，开展潮玩节庆、潮玩产品、城市国潮文化IP打造、国潮游学基地、山海经潮玩乐园、IP授权联名等业务。从2021年开始，山嗨精怪潮玩节每年夏天都在青岛奥帆中心举办，吸引不少游客排队打卡，这一模式还复制到南京、桂林、黄石等城市。

值得一提的是，IP联名已经成为当下品牌间争夺流量的常规操作，部分品牌甚至到了一个月三到四次联名的高频度。据统计，山嗨精怪的合作方包括千熙酒业、雷神科技、凯德MALL、点石制笔等，致力于在文化层面上为品牌注入新的活力。就在记者采访的当天，胡津豪还接待了来自库迪咖啡的客户，洽谈山海经联名合作。

荷田水铺(山东)餐饮管理有限公司创始人

金智沪同样看好国潮，只不过她选择的赛道是国风养生茶饮。

2020年12月，第一家门店在青岛开业之后，荷田水铺迅速布局全国，打造国风养生新式茶饮连锁店。国潮和健康的叠加是荷田水铺的最核心特征，在产品上围绕经典古方开发青汁刮油水、杏皮生津水、羽衣素颜水等产品，在门店风格上融合了荷花、汉服、飞花令等中国传统文化元素，集合茶饮、汉服、古风剧本等多种业态。

如果说以往的国货还被视为国外大牌的“平价替代”，如今的国货已经成为引领消费时尚的代名词。

从“网红”到“长红”

消费市场向来是你方唱罢我登场，总会有优质供给出现，总会撤下一批失意者。

过去几年，不是所有品牌都接住了国潮带来的“泼天流量”，也有部分品牌陷入困境乃至销声匿迹，比如新中式烘焙品牌虎头局被申请破产清算，国民汽水品牌汉口二厂关门闭店，网红雪糕品牌钟薛高走上了直播带货还债的道路。

“站在商业角度，把国潮作为营销手段来提高自身的业绩和影响力，当然无可指摘。但如果只是打着国潮旗号，品牌很可能昙花一现。国潮应该是企业长久的战略定位，能够与消费者不断产生共鸣。”胡津豪认为。

在业内人士看来，企业在享受国潮带来巨大的流量之后，仍然要踏踏实实着力于研发、生产和管理。36元一个泡芙，60元一支的雪糕，68元一杯的酸奶……打造高端网红品牌溢价，最后难以维持的案例不在少数。

国潮应该具备高品质、高性价比、高颜值优势，要成为消费者有需求时自然而然的选择，但凡只能让人购买一次的产品都不会长久。

“很多新品牌通过新媒体传播很快获得知名度，但这只是浅层次的品牌力，经不起市场和时间的考验。青岛食品70多年来之所以越做越好，背后是几代人的口碑相传，通过日复一日的沉淀，形成深层次的品牌力。”在田健看来，品牌从“网红”到“长红”需要在研发、生产、营销等层面不断精益求精、推陈出新，打造深层次的品牌力。

金智沪认为，所有经典品牌一定是先成为网红，而成为网红之后，持续的创新创造能力、贴合市场能力、组织管理能力，决定了品牌能不能从“网红”到“长红”。

优化营商环境 青岛在行动

中德生态园不断探索对外合作新路径、新模式 政企协商机制发力，德语区国家企业突破40家

□青岛日报/观海新闻记者 王 凯

本报7月6日讯 7月2日，青岛迎来盛夏第一场大雨。踏着雨水，青岛中德生态园对德合作中心项目经理戴蕾匆匆赶往德国卓收国际项目厂房。这已经是两个月以来，园区对德招商经理第6次来到卓收，协调厂房改造升级等一系列问题。

德国卓收国际有限公司是研发、制造高端农业收割台的全球领先企业，2017年落户青岛中德生态园。由于割台设备技术升级，企业租赁的原有1000平方米厂房未配备燃气接口，且冬季温差较大，已无法满足新设备组装、存储需求，急需升级改造。

“3月的德语区企业圆桌上，企业提出了对现有厂房实施升级改造或提供新通用厂房的需求。会后，我们和企业对接多次，明确了相关需求。4月中旬，我们与园区建设相关部门沟通，详细研究了引入天然气采暖、厂房保温改造和提供新厂房等解决方案的可行性，最终确定租赁新厂房是最快解决问题且性价比最高的方案。”戴蕾介绍。

“中德生态园的招商人员很负责，积极帮助我们跟进、协助预约厂房考察。目前，我们已决定租用同为德资企业的青岛苏菲瀚玛建筑五金有限公司厂房。”能够及时解决问题，德国卓收国际有限公司总经理张三军十分高兴。苏菲瀚玛是最早落户园区的德资企业之一，近些年发展态势良好，企业正计划扩大中国市场，希望找



■青岛中德生态园是中德两国政府间重点合作项目。

到比现在在大到二到三倍的厂房。目前，苏菲瀚玛正在设计新厂房的装修方案，其原有厂房正好可以租赁给德国卓收国际项目，对两家企业都是个好消息。

这个问题能快速顺利得到解决，中德生态园政企协商机制功不可没。2023年，园区成立

对德合作促进工作领导小组，整合优质资源组建青岛自贸片区·中德生态园对德合作中心，统筹青岛自贸片区、中德生态园与德语区国家经济、技术、人才交流合作，精准开展对德招商引资和企业服务等工作，推动青岛自贸片区、中德生态园国际交流工作不断提质升级，赋能增

效。今年，中德生态园引入圆桌会议形式，进一步丰富政企协商形式及渠道。

3月的德语区企业圆桌会议，不只解决了德国卓收国际项目厂房问题。会上，包括欧科林格、倍世、西门子等在内，共有11家德语区企业提出13项制约企业当前生产发展的难题及意见，内容涉及厂房租赁、搬迁，外资企业政策宣传及上下游客户资源引进等。中德生态园听取困难问题和意见建议，并会同青岛自贸片区管委和相关部门共同推动了问题解决，帮助企业渡过生产经营“难关”。

中德生态园管委副主任张云清介绍，今年园区不仅召开了德语区企业圆桌会议，而且借助日本嘉年华等活动召开中日企业家圆桌会议。圆桌会议坚持问题导向，请参会企业提供问题详细情况，部分问题在会上就可得到解决。对于会上未解决的突出难点和共性问题，园区建立了督查台账，督促招商部门牵头会同有关部门研究提出务实举措，帮助企业解决生产经营问题。

近年来，中德生态园不断探索对外合作新路径、新模式，建立了稳定高效的政企协商机制，搭建起德企与政府、企业之间的交流合作平台。2024年以来，园区先后落户青岛西萨国际贸易有限公司、辛北尔康普贸易(青岛)有限公司、克吕伯国际贸易(青岛)有限公司等3家德资企业。截至目前，园区落户德语区国家企业已突破40家，重点在谈项目及储备项目达百余个。

海洋一所牵头的联合国“海洋十年”项目获批

提升西北太平洋台风预报及灾害应对能力

□青岛日报/观海新闻记者 李勋祥

本报7月6日讯 近日，联合国教科文组织宣布了联合国“海洋十年”框架内批准的43项新行动，其中，由自然资源部第一海洋研究所(以下简称“海洋一所”)牵头、联合国内外多家高水平科研单位共同申请的“西北太平洋台风预报及灾害应对(以下简称TFRiN)”项目在列。

西北太平洋是全球台风发生频次最多的区域。准确的台风预测和预报一直是前沿科学难题，是西北太平洋沿岸国家应对台风所面临的共同挑战。TFRiN项目依托海洋一所“海洋与气候无缝预报系统(OSF)”大科学计划，由海洋一所副所长魏泽勋团队，联合日本笹川和平财团海洋政策研究所、中国气象局上海台风研究所、自然资源部海洋发展战略研究所等多家单位科研人员共同实施，将促进西北太平洋沿岸国家间的科研交流合作，增进对气候变化背景下台风活动的理解，从而提升台风监测和预报能力。

TFRiN项目从2024年7月1日开始实施，为期6年半。其间，将通过开展国际合作研究，促进台风数据共享，进一步完善关于台风形成和发展机制的理论体系；推动建立西北太平洋沿岸国家共同应对台风的合作机制与合作平台，并针对配套的合作政策与管理方针开展研究，以提升国家间共同开展台风监测和预警行动的科研能力；发展新型风-浪-流耦合的台风预报模式，提高对台风路径和强度的预报水平。

青岛海关与济南海关签署合作备忘录

共同服务山东打造高水平对外开放新高地

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星

通讯员 姜雪丽 张丽媛 本报7月6日讯 近日，青岛海关与济南海关共同签署《深化新形势下全方位合作备忘录》，推进双方合作更加紧密，在服务山东开放型经济方面形成更大合力。

自2013年首次签署合作备忘录以来，青济两关不断深化合作交流，为支持山东外贸高质量发展推出了多项举措。此次签署的新一轮《合作备忘录》，确立了共同服务发展大局，共同提升国门安全守卫水平等5大类19项合作内容，明确了日常联络协调、专项交流合作等2项机制。

下一步，青济两关将共同服务发展大局，重点在提升服务重大战略能力、深化智慧海关建设合作、推进国际物流大通道建设、深化海关国际合作、推动山东自贸试验区深化改革创新等方面加强合作。共同提升国门安全守卫水平，着重在提高事前环节风险把控精准性、事中环节查检规范性、事后环节稽查打私有效性上下功夫，着重在协同推动税收安全治理、加强口岸公共卫生核心能力建设、提升科技应用和实验室管理水平等方面寻突破，着重在做好口岸动植物疫病疫情防控、深化执法统一性建设上聚合力。共同服务山东打造高水平对外开放新高地，推动助企纾困保市场主体、促外贸稳增长保市场份额、提速增效保产业链供应链安全稳定。

青岛市中小学(幼儿园)劳动教育系列活动举行

□青岛日报/观海新闻记者 赵 黎

本报7月6日讯 6日，青岛市2024年度中小学(幼儿园)劳动教育系列活动暨第五届劳动教育成果展在青岛市中学综合实践教育中心举行。活动分为劳动教育成果现场展示会、劳动教育技能大赛、非遗传承文化嘉年华三个部分，全市中小学(幼儿园)近万名师生参加活动。

今年是青岛市中学综合实践教育中心成立三十周年。市教育局积极探索新时代劳动教育新模式，以青岛市中学综合实践教育中心为核心校组建青岛市综合实践教育集团，已发展为全国第一个以劳动教育、科学教育为核心的教育集团，目前集团已建有6个分校、30个实践飞地和6个少科院分院，确保全市中小學生都能接受有质量的劳动和科学教育。

封路通告

根据上级安排，因实施青岛市普通国省道干线公路治超专项养护工程，自2024年7月10日至2024年9月14日，S102(胶州市施戈庄村至苑家小庄村路段、墨水河桥东)采取“半幅封闭施工、半幅调流通行”方式进行施工；G309(胶州市西外环与北外环交汇处附近)，采取“两侧半幅封闭施工、半幅调流通行”方式进行施工。途经上述路段的车辆，请按现场设置的引导标志的提示减速、安全通行。施工期间道路拥堵，过往车辆可以通过以下线路绕行：

S102青兰线：

近端绕行路线(小型车辆)：S102-X041(胶高路)-Y192(苑杜路)-S102。远端绕行路线：向南绕行S217。

G309青兰线：

近端绕行路线(小型车辆)：X103(西外环路)-S102-X041(胶高路)-Y192(苑杜路)-S102。远端绕行路线：向南绕行S217。

施工期间给您的出行造成不便深表歉意，敬请谅解。

特此通告

胶州市公安局
胶州市公路事业发展中心
2024年7月2日