

2024/9/3 星期二

**新
企
点**责编于慧琳
美编宋平航
审读王法军

青岛饮料集团系列产品

瞄准“三个中国第一” “崂山三绝”将面向全国招商

青岛饮料集团发布“新三年创造”战略 转型健康生活服务商

有着“崂山三绝”之称的崂山白花蛇草水、崂山可乐、崂山矿泉水一直是青岛食品饮料行业的一张名片。它们不仅是外地游客来青必打卡的伴手礼，也是青岛人走亲访友采购礼品时的重要选项。近年来，崂山白花蛇草水、崂山可乐在小红书、抖音等社交媒体上走红，崂山白花蛇草水被誉为“青岛神水”，崂山可乐则被誉为“青岛快乐水”。尽管有着响亮的名头和超强的生产力，但“崂山三绝”却受限于销售范围，未能像农夫山泉、王老吉等头部企业一样叫响全国。

近日，青岛饮料集团发布“新三年创造”战略，明确提出以实现“由高端健康产品提供商，向健康生活服务商跨越”为目标，通过深化国企改革，搭建“三新”产业结构，提供高质量健康生活服务，实施利润向10亿元迈进、营收向100亿元迈进、品牌总价值向1000亿元迈进的“十百千”计划。作为青岛名片的崂山白花蛇草水、崂山可乐、崂山矿泉水也将加速走向全国。



崂山白花蛇草水

■ 青岛快乐水“焕新”亮相

8月29日，在“新质焕新 国货当潮”青岛饮料集团新三年创造战略暨新品发布会上，崂山矿泉水（新古冰川）、崂山本草可乐经典、无糖及华东云雅干白葡萄酒、威士忌预调酒等五大品类系列新品首次亮相。记者在现场看到，有着青岛快乐水之称的崂山可乐迎来了“焕新升级”。新推出的崂山可乐在包装上相比经典款有了很大的改变，外包装更加新潮时尚，同时在包装中凸显了产品的中草药特色。

根据青岛饮料集团发布的“新三年创造”战略，公司旗下三款拳头产品将进行全新升级，提出了“三个中国第一”的发展目标。崂山矿泉水，将聚焦打造“中国高端矿泉水第一品牌”，坚持产品高质量、品牌高端化，强化“崂山矿泉崂山产”的水源血统，焦点化打造“1号井”，通过高端瓶型全球设计征集、限量水权全球慈善拍卖、高端矿泉精品实验室建设等活动，塑造崂山矿泉水高端品牌形象。

崂山白花蛇草水，聚焦打造“中国草本气泡水第一品牌”，强化网红产品特性，突出健康属性，推动崂山白花蛇草水由“国潮网红”向国内知名、市场覆盖广、国人喜爱的爆款单品演变进化。

崂山可乐，聚焦打造“中国草本养生可乐第一品牌”，强化“五味本草中国味”的养生特性，深化崂山可乐“热着喝”“冰着吃”等创新营销打法，对崂山可乐消费认知度再提升。

青岛饮料集团党委副书记、董事、总经理刘富华表示，“三个中国第一”的产品虽然各有定位，但将共同承担“引领国货变国潮”的使命，讲好品牌故事、青岛故事、中国故事，传播中华优秀传统文化。

■ “崂山三绝”加速“走出去”

纵观当下中国饮料行业，农夫山泉、王老吉、东鹏、元气森林等品牌占据了绝对头部地位。无论是从品质还是口感甚至是卖点上来看，崂山可乐、崂山白花蛇草水、崂山矿泉水都有实力与这些头部品牌竞争。青岛饮料集团已经意识到，想要在全国饮料行业占据一席之地，必须要走出去。

刘富华介绍，根据集团发布的“新三年创造”战略，下一步我们将继续走向全国、走向世界。今年下半年，我们将面向全国招商，向国内的合作伙伴发出邀请。我们首先将重点进入北京、上海、广州、深圳等一线城市，通过引入经销商、举办路演、事件营销等活动，打出产品在这些一线城市的影响力。在这四个城市稳扎稳打的基础上，我们还将走向省会城市、新一线城市、二线城市，把我们旗下的产品推向全国。

在国际市场方面，青岛饮料集团开始启动布局。本次青岛饮料集团发布的新品还将登陆北美市场。刘富华介绍，适时启动白花代加工、择址建厂等工作，推动东南亚市场、南方市场、北方市场良性互动、共同发展。

■ 转型健康生活服务商

活动现场，青岛饮料集团“新三年创造”战略正式发布。向健康生活服务商跨越，要发展“新制造”，围绕产品特色化和品牌高端化，以水、酒、饮料等健康产品制造产业为重点，强化健康产品力，夯实健康生活服务的产业基座。通过战略性调整原料和产能布局，围绕“崂山”“青岛”两个“中华老字号”，打造

品牌矩阵，优化产品结构和产业结构，以大单品思维为抓手，“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、崂山可乐、崂山白花蛇草水“三个中国第一”，培育华东干白、华东鲜葡、青岛威士忌、青岛小甜酒等单品，形成“3+N”产品战略矩阵，推动产品和品牌“走出去”，海内外协同发展，加快“国货变国潮”。

向健康生活服务商跨越，要发展“新产业”，围绕经营范式化和服务优质化，以发展高端特色康养为重点，强化健康服务力，培育健康生活服务的产业轴心。通过坚持产业驱动型发展模式，加快“崂矿健康苑”CCRC项目为代表的特色大健康产业转型示范引领项目建设，转化特色服务资源落地，吸引集聚产业配套，塑造健康产品聚合应用场景和健康服务模式，打造“住、医、食、为、游、饮、娱、购”八位一体特色服务体系于一身，全市乃至全省首屈一指的高端特色康养项目，形成大健康产业链服务管理模式，集团初步实现由高端化健康型产品提供商，向健康生活服务商转型升级。

向健康生活服务商跨越，要发展“新服务”，围绕产业融合化和服务信息化，以发展城市健康生活服务平台为重点，塑造健康服务新模式，战略性推进产业布局。通过坚持实体经济+数字经济“双轮驱动”，推进“最后100米”服务布局，聚合“新制造”的健康产品力和“新产业”的健康服务力，有步骤地推进城市智慧绿色产品配送平台，向城市健康生活服务平台升级，刺猬网公司等企业力争成为全市健康生活平台化服务领军企业。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 李沛 刘慧