

# 百万游客购优品 品牌之都魅力足

“青岛优品”(奥帆中心)主题馆圆满落幕 历时两个多月 121 万人次观展销售额超 1500 万元



“青岛优品”(奥帆中心)主题馆正门。



夏日市集内人头攒动。



游客猜拳免费领取冰激凌。

8月31日18时,随着夕阳吞吐着最后一丝热气,余晖漫洒到波光粼粼的海面,入驻的品牌商户、企业陆续投入到撤展的忙碌中,这意味着坐落于最美海岸青岛奥帆中心的“青岛优品”主题馆圆满落下帷幕。据悉,此次“青岛优品”主题馆自7月正式投入运营以来,展期为两个多月,汇聚“青岛优品”相关品牌60多家,展示销售1000多款产品,共吸引121万人次到达现场观展,现场达成销售额超1500万元。

## 点赞

客流量过百万销售额超千万

“展馆运营两个多月了,今天就要撤馆了,还有些舍不得。”8月31日傍晚,一家商户负责人王先生感叹道,他们家是利群组织来参展的,现场主打做手工青岛地标特色冰激凌,展期内日均销售额近两万元。在王先生看来,这些都得益于展馆组织方的策划组织、搭建运维等。

“奥帆中心作为人气聚集地,此次参展让更多来青的旅客认识、了解了我们的品牌和产品,还获得了意料之外的收益。”逢时海洋科技的负责人说。

“感谢主办方给我们企业搭建了这么好的品牌展销、互动沟通的平台,此次展销可谓收获不少,为主办方、展馆点赞!”最后一天参展、海滨小金的工作人员高兴地向记者表示。

……

这个被不少参展商点赞、心里有点舍不得的展馆,便是“青岛优品”主题馆。该馆坐落于国家5A级旅游景区,拥有绝佳的海上夜景观视野。据悉,整个展馆按照“政府支持、企业主办、市场运作”的原则,以“青岛优品 畅享世界”为主题,旨在搭建“青岛优品”公共品牌聚合、高端展示、消费品鉴的体验平台,成功吸引青岛品牌、威海品牌展团共计60余家企业参展,展示销售1000多款产品。

据统计,“青岛优品”主题馆自6月28日试运营以来,历时两个多月,“打卡”逛展客流量达121万人次,馆内商户销售额超过1500万元。青岛优品授权大会暨“青岛优品”主题馆的成功举办,先后吸引了中央级、国家级、省市级媒体

聚焦关注,活动期间刊发各类形式的新闻稿件30余篇,“青岛优品”、威海展团的品牌影响力和美誉度得到进一步提升,赢得了业内人士的如潮好评。

## 创新

全省首个海滨品牌集合馆

“展馆建立在青岛奥帆博物馆前广场上,属于临时建筑,可谓是从无到有。”“青岛优品”主题馆的负责人告诉记者,作为全省首个海滨品牌集合馆,历时两个多月,横跨青岛高温高湿时节,经历了狂风骤雨,主题馆的外形结构可谓是经受了“考验”。

该负责人介绍,“青岛优品”主题馆占地面积为1500平方米,展馆以钢结构焊接为骨架,铺设防水、防晒、防火、阻燃篷布,共设置3个出入口,真正实现了进一步一景。从高空俯瞰“青岛优品”主题馆,可以看到篷布上手绘的青岛网红地标。从远处眺望,映入眼帘的便是“青岛优品”主题馆的异形门楼,以深浅不一的蓝色作为主色调,契合青岛海滨城市定位,三层门楼的渐进设计感,不仅美观,视觉具备纵深感,还起到了防风加固的作用。

“麻雀虽小,五脏俱全。”走进馆内,记者发现展馆区内划明确、功能齐全,主要设置形象展示打卡区、优品快闪店、中心舞台区、夏日集市区、餐饮美食区、综合服务区等六大板块;同时在途经情人坝的区域,还特色化布置了中车、青岛啤酒、澳柯玛、青岛饮料集团、国风药业、青岛食品、逢时科技等多家美陈打卡互动点位,充分考虑到了“人气的引擎”,大大提高了青岛品牌企业的知名度。

如果说外形结构坚固的“青岛优品”

主题馆给了参展商户满满的安全感,那么,对于展馆内一步一景的细节考量和本土特色化的布置,则大大增加了消费者的逛展体验感。

比如说,“青岛优品”主题馆的正门两侧设置了形象展示打卡区。其中在右侧的打卡区域,集合了“安阳来”“张倒了”“鼓扎”等经典的“青岛话”,这些经典的“青岛话”以多画面串珠的形式进行呈现,游客只需转动串珠就可以从不同的角度打卡拍照。左侧的打卡区域设置了打卡条幅,以小众文案、飘逸文字结合“青岛”二字予以呈现。靠近星巴克一侧的大门,室外设置了休闲小憩区,游客可以品鉴美食、欣赏美景。服务咨询处每日安排工作人员值守,设置消费纠纷处置站、问题咨询处、快递驿站、鲜花满屋等多个功能区,及时为游客解决问题。

## 便捷

青岛特产一站式购齐

青岛特产崂山可乐、口感独特的青岛啤酒雪糕、记忆中奶味十足的青食饼干、欢乐互动的海信足球和游戏体验吧、网红地标盖章和猜拳有奖引流……“青岛优品”主题馆运维期间,馆内每天花样翻新,迎接来自全国各地的游客,可以说是好吃好喝还好逛。“感觉这里是个官方品牌集合地,购买不光有品质方面的保障,还能一站式领略青岛的品牌风采。”“一站式带走青岛特产,好吃好喝还好逛。”……参展游客纷纷表示。

作为整个展馆的“C位”,优品快闪店汇聚了首批青岛优品获评企业以及青岛优品培育企业,包括海尔、海信、青啤、澳柯玛、中车、青岛食品、琅琊台、即墨老酒、老尹家海参、晓阳春等优品企业,以及双星、

郑庄脂渣、海滨小金、鑫友盛、逢时科技等优品培育企业。

众多参展企业、商户瞄准暑期消费旺季,契合火热的消费需求,为“青岛优品”主题馆提供了优质的产品,俘获了众多游客和市民的“芳心”。其中,作为青岛优势传统产业家电制造业的代表,海尔、海信、澳柯玛等知名品牌此次组团出现在了“青岛优品”主题馆,除了带来先进的品牌理念,更带来了最新的产品。例如海尔推介的高端智能家电套系,其冰箱产品融合了荣获国家科技进步奖的最新保鲜技术,可以实现食材的长久保鲜;海信展台的璀璨套系家电,好看、好用、更智能;在澳柯玛展台,除了推出智能化家电之外,独有的生物样本低温存储技术,更是实现了全球领先。

此次展会,青岛啤酒展台一如既往地推出特色品鉴活动,系列中高端酒类产品,引来众多消费者排队品鉴、购买;利用“国信1号”大型养殖工船模拟大黄鱼野生环境,可以媲美野生大黄鱼品质的国信水产裕鲜鲈深海野游大黄鱼成了不少消费者带回家的特色伴手礼。此外,双星的全防爆轮胎、中车的品质模型、即墨老酒的首款气泡黄酒“嗨酷泡”,滋养了几代青岛人的青食钙奶饼干、口感品相俱佳的郑庄脂渣等众多本土产品云集,让不少游客惊呼青岛品牌的庞大矩阵。

随着人们对健康的愈发关注,逢时科技的磷虾油胶囊也成了不少消费者选购的对象;游客自发前来寻找并购买的崂山可乐和白花蛇草水也收获了不少好评;除了具有青岛各大网红地标造型的凯菲文创雪糕、手作青岛雪糕受欢迎外,由青岛啤酒开发的“青岛啤酒 新鲜添加”“啤咔冰”啤酒味雪糕更是惊掉了味蕾,每天都会售罄、补货;此外,海滨小金、海栈干海产品也是不少游客争相快递回家的礼品。



▲网红地标打卡互动活动引来不少游客。

夏日集市区由青岛优品获评企业——青岛利群集团统一运维,现场集合了国信水产、明月海藻、琴岛电器、万里江茶业、海栈干海产品等青岛品牌产品,同时集合了船歌鱼海鲜水饺、捞汁海鲜、新鲜水果捞、炒酸奶、网红手作冰激凌、青岛文创雪糕、特色手打茶等美食,以及贝壳、珍珠等旅游纪念品,为游客提供了一站式吃喝玩乐的夏日购物新方式。

此外,各参展品牌企业还组织开展了青岛优品消夏夜、健康产品科普课堂、王者荣耀游戏互动、足球快闪互动等众多活动。为了增加人气,“青岛优品”主题馆还在出入口开展了网红地标盖章引流、猜拳赠送冰激凌等互动活动。

## 吸睛

特色非遗产品销售火爆

运维期间,“青岛优品”主题馆的中心舞台区举行了丰富多彩的主题推广活动,为游客带来了手工葫芦雕刻、非遗糖画糖人、高密泥老虎、非遗黄酒、掐丝珐琅、书法手作礼等,并开展非遗皮影、非遗漆扇制作等现场互动活动。

手工制作的掐丝绕线青岛元素饰品、现场可DIY互动的非遗漆扇、讲解中华历史典故的皮影演出……非遗之美,美在心间。借势非遗的关注度,位于优品主题馆的“了不起的非遗”市集,凭借十足的吸睛力、互动性,深受年轻一代的关注和喜爱,每天一开馆都是“人气展区”。

在非遗掐丝饰品展位,泛着彩色光泽的贝母、珍珠,体现梅兰竹菊元素的胸针,精致的琵琶、葫芦等饰品种类繁多,不少俊男靓女精心挑选到最中意、最富特色的“心头好物”。驻足观看间,多数掐丝绕线的饰品契合了多种传统元素,还有一些则结合了青岛海洋城市的特色,体现出美好的寓意。该展位手作人孙丝雨介绍,展位每天都能实现销售额上万元,得益于他们的掐丝手作饰品均是采用独家设计,珍珠、水晶绝对保真,考虑到游客来青岛购物多数是为了纪念,所以很多饰品都融入了青岛元素,更让游客爱不释手。

金刚、哥斯拉、寄居蟹、章鱼、海豚、生肖龙……采用PLA聚乳酸环保材料打印的玩具品类丰富,颜色各异,触感颇佳,现场时刻工作的3D打印机更是吸引了不少家长和小朋友的目光。该展位负责人介绍,3D打印玩具价格在28元到1288元不等,“我们的3D打印产品非常受欢迎,收益颇丰,其中卖得最好的是海洋类产品,均价在68元左右。”

“非遗漆扇采用漂染技法,要使用20多种染料,从树脂中提取出来的染料天然环保,顾客可以现场自行搭配颜色、亲手体验制作过程,成就感十足。”摊主王叙告诉记者,团扇36元一把,折扇49元一把,算下来,平均每天能售出上百把扇子。记者现场注意到,卖得最好的主要是颜色清新、大海相接这类画面感的漆扇,“半夏”“紫气东来”“摇钱来”“顺遂”等文字印章的漆扇也颇受大众喜欢。

## 联动

威海展团赴青展销人气旺

“没想到在青岛就能找到威海的好物。”除了推广本土品牌,“青岛优品”主题馆还承担起推介山东优质产品的重任。今年,威海企业再次组团来到青岛参展,由威海市市场监督管理局组织的20余家品牌企业,携上百款特色产品精彩亮相,政企合力推广当地品牌,为来青游客、青岛市民带来了丰富的产品体验。

在“青岛优品”主题馆内,一名来自威海的商户将电煎锅准备妥当,一个个外形呈金黄色馒头状的面食排排坐,随着煎制过程中的“滋滋”声,香味很快弥散在空气中,让不少游客食指大动、驻足购买。

“这是什么?这么香!”面对游客的提问,这名商户热情地介绍,“这是我们威海的一种特色美食,叫‘菜耙耙’,纯玉米面制作,馅儿可以用各种野菜、猪肉进行搭配,吃起来既有野菜的鲜,又有猪肉的香,大家尝尝看!”众多游客品尝后对这一美食竖起了大拇指。

展会现场,威海喜饼外皮金黄、口感酥软,据介绍,该产品常用于婚礼、庆典等喜庆场合,寓意着甜蜜幸福和美满。威海有全国最大的西洋参生产基地,特别是文登区种植的西洋参质量上乘,有补肺降火、养胃生津之功。威海海马是一种名贵中药材,具有极高的药用价值和滋补功效。丑梨个大形丑、皮薄核小、肉细味甜、软糯多汁、老少皆宜。文登花饽饽、金镶玉、葫芦雕刻等非物质文化遗产,更是收获了众多游客的喜爱。

“继去年青岛国际品质生活博览会成功组团展销后,今年我们威海再次组团来青岛参展,感谢青岛搭建了良好的品牌推广展销平台,未来期待更多的区域联动、政企合作,大力共推品牌,给青岛市民带来更多的威海好产品!”威海市文登区市场监督管理综合服务中心副主任吕秀丽表示。

## 青岛品牌花开正艳

一场展会就是一个大型的平台,也是观察行业发展的窗口。六大板块设置、上千名品汇聚,为期两个多月的展期,吸引过百万人次、销售额超千万元……青岛优品(奥帆中心)主题馆聚众智、汇众力,成功创新打造了全省首个海滨品牌集合馆,超长展期下安然着陆,初次尝试可谓交上了一份合格答卷。

“原来青岛有这么多品牌。”“这么多优质品牌都是我们青岛的!”一句句惊叹背后,我们满脸骄傲、满心欢喜。探究这份自豪、这份底气的缘由,仿佛在《青岛城事绘》这本书中找到了答案——“青岛建市的百年光阴里,出了好多老字号,在每一段光阴下,都形成了城市不断变迁的文化。”可以说,百年青岛,城市与品牌一直共生共荣。

青岛品牌犹如繁花,朵朵盛开,时光正好。品牌的成长,自然离不开一杯城市的沃土,少不了质量源泉的灌溉。

据悉,2024年,青岛市有23个品牌入选“中国500最具价值品牌”,品牌总量占全省入选数量的一半以上,位居全国同类城市前列。青岛市荣获中国质量奖1个,中国质量奖提名奖8个,占全省获奖数量的1/3;青岛新前湾集装箱码头有限公司山东港口集团青岛港“连钢创新团队”、中车青岛四方机车车辆股份有限公司等两家单位入选了第五届中国质量奖提名奖公示名单;获得山东省省长质量奖(含提名奖)18个,居全省前列。连续举办七届青岛市市长质量奖评审,先后有54个单位(个人)获得青岛市市长质量奖。全市入选“好品山东”品牌51个,拥有中华老字号19个、山东省高端品牌304个。可以说,品牌是青岛发展最具特色的名片,追求品牌已成为青岛城市发展的灵魂,成为城市高质量发展的重要内生动力。

当然,我们同样相信,在品牌征程上,不只青岛国际品质生活博览会,不只“青岛优品”主题馆,不只“青岛品牌日”的创设,未来还会有更多的品牌盛宴上演。盛会落幕,生生不息,每一次,都将是青岛对于品牌高质量发展的孜孜探索。

本版撰稿摄影 观海新闻/青岛早报记者 孙晶