

烟台苹果新口号和形象亮相

“大拇指苹果”形象寓意“中国历史第一个”

本报8月30日讯(记者 李静 通讯员 刘克宁) 28日,记者从烟台苹果品牌战略规划新闻发布会上了解到,为提高烟台苹果的品牌化建设,烟台农业部门对烟台苹果原有口号和形象进行升级。烟台苹果新的品牌口号为“中国历史第一个”,新的品牌主形象为“大拇指苹果”形象。

28日,烟台苹果品牌战略规划新闻发布会在华侨宾馆召开,会上发布了《烟台苹果品牌战略规划》编制完成并实施的消息,介绍了《烟台苹果品牌战略规划》编制的背景、规划的主要内容以及下一步落实实施方案和计划,并发布了《烟台苹果品牌使用管理办法》。

在介绍《烟台苹果品牌战略规划》的核心内容中,首次公开发布了烟台苹果新的品牌口号和品牌形象体系。烟台市农业局局长白国强介绍,经过浙江大学中国农业品牌研究中心专家团队对烟台苹果产业的深入调研和分析,找到并提出了烟台苹果品牌5个核心价值支撑链。

5个核心价值分别是:“口感酸甜黄金比”,皮薄汁多,鲜香脆爽,酸甜比例恰到好处;“种植水平优先级”,种植技术、科技水平和产业化程度,国内领先,世界一流;“生态条件世界级”,位居胶东半岛顶端,生态条件比美国华盛顿、日本青森等世界著名产区;“品牌价值第一高”,连续多年蝉联中国农产品区域公用品牌价值评估果品类第一;“中国历史第一个”,1871年由美国传入烟台,开创中国栽培苹果之源。

“在五个核心价值链的基础上,凝练出了烟台苹果的核心价值及品牌口号:中国第一个苹果,烟台苹果。”白国强介绍,“第一个”即烟台苹果最突出的历史地位,同时,也寓意“第一”的行业地位,将消费者缺乏认知的烟台苹果历史根源和市场中较少提及的烟台苹果行业地位进行结合。同时,基于烟台苹果在中国苹果栽培史上的历史地位,提出了烟台苹果的辅助口号:中国苹果发源地。

“新的品牌主形象为‘大拇指苹果’形象。”白国强介绍,这个品牌主形象将世界范围内普遍表示认可的大拇指形象及苹果自身形象进行了巧妙结合,勾勒出专属烟台的“大拇指苹果”形象,与品牌核心价值诉求完全一致;整体形象以圆滑线条一笔勾勒完成,简洁大方,便于品牌传播及消费者记忆;主形象下辅以品牌辅助口号,进一步丰富形象内涵及画面感。

会上,还公布了品牌卡通形象。卡通形象以品牌主形象为基础,创意出俏皮可爱的“拇指哥”,象征享受的小男孩,欣喜的小男孩、夸耀的小男孩,既是品牌代言,又是消费者的典型代表。“拇指哥”形象将广泛应用于产品包装、品牌推广等画面中,同时,凭借其虚拟属性,在微信、微博等自媒体平台开展趣味营销,促进消费互动,加深消费者的品牌印象。



为何要定位为“中国第一个苹果”?

会上有记者提出,烟台苹果于1871年由美国传教士带入烟台栽培,但根据史料记载,在新疆早有苹果种植历史。那烟台苹果的品牌口号为何要定位为“中国第一个苹果”?

烟台市苹果协会会长姜中武解释说,苹果为一栽培种,迄今尚未发现其野生

原种。中国原始野生苹果称为“柰”,生长在新疆一带,因为“柰”的品质差,生产上早已淘汰,由西洋苹果取代。西洋苹果引进以山东烟台最早,公元1871年,由美国长老会成员约翰·倪维思引入烟台,开创了中国苹果栽培的新纪元。

而西北产区、西南产

区等苹果产区均直接或间接从烟台引进苗木,学习技术,烟台是中国苹果种植、苹果文化的根脉所在。“2006年,烟台市苹果协会邀请国内知名专家对‘烟台苹果’进行论证,专家一致认为‘烟台为我国栽培苹果发祥地。’”姜中武说。

为什么要重新设计商标和口号?

有人不禁要问,烟台苹果已经申请并注册了中国驰名商标,前些年烟台也通过社会公开征集了宣传口号,这次为什么要重新设计商标和口号?

对于这个疑问,烟台市农业局副局长沙声涛表示,烟台苹果连续六年高居全国农产品区域公用品牌果品类第一名,中国水果之王的称号是当之无愧的,然而,与诸多百年老品牌一样,新形势下,烟台苹

果的品牌发展遭遇瓶颈。与此同时,西部一些苹果新兴产区凭借后发优势和大投入,发展迅猛,给烟台苹果带来了诸多压力。

沙声涛说,为顺应市场发展新形势、宏观政策新方向,突破自身发展的瓶颈,正视新兴产区的挑战,烟台市政府推动了烟台苹果品牌战略规划的制定和出台。新的规划立足烟台苹果产业实际,站在全国苹果产业的高度,

对原来传统的宣传推介方法和手段进行了再梳理,对品牌宣传的核心价值和符号体系进行了深入挖掘凝练,找到并提出了烟台苹果品牌5个核心价值支撑链,在此基础上凝练出了烟台苹果的核心价值及品牌口号:中国第一个苹果,烟台苹果。并以该核心价值为基础,从现代传播学的角度,提炼设计出了一套新的符号标识体系。

如何让企业自愿参与使用并维护新的标识体系?

不少烟台人都知道,原来的烟台苹果商标使用的企业并不多,市场上的苹果包装箱也是多种多样,烟台苹果这块区域品牌使用得很不规范,现在新的品牌口号和标识体系出来了,如何能让企业自愿参与进来使用并维护新的标识体系呢?

烟台市苹果协会会长姜中武说,“烟台苹果”新

的品牌标识和口号出来后,经过调研,新的品牌形象和口号深受果品企业和果农的欢迎。为此,烟台市苹果协会召开了常务理事会议,“烟台苹果”十大品牌企业、常务理事单位积极响应,先行一步,以墙体广告、设计包装箱、终端应用等多种方式,将新的品牌形象和企业品牌有机结合,打造母子品牌相得益彰的良好体系。

“相信在市委、市政府的坚强领导下,市农业局的具体指导下,新闻媒体的大力宣传下,通过《烟台苹果品牌战略规划》的实施,会大大提高经销企业和果农的品牌意识,凝心聚力让‘烟台苹果’这个百年品牌再创辉煌。”姜中武说。

本报记者 李静 通讯员 刘克宁 报道

芝罘区投入360万 整治水源地环境

本报8月30日讯(记者 王永军) 记者从芝罘区财政局了解到,根据《烟台市人民政府关于进一步加强河道及水源地环境治理的意见》要求和芝罘区相关要求,芝罘区财政局按照分工要求,今年以来,共投入河道及水源地环境治理资金360多万元。

安排100万元,用于夹河周边畜禽养殖场、户的关停搬迁工作。安排60万元,用于夹河生态园、湿地景观园和城市慢行系统建设。安排夹河河道整治经费170万元,专项用于损毁维修及垃圾清运工作。

还组建专业河管员队伍,安排保障经费36.42万元,进行日常垃圾清扫和监督外来车辆、人员乱倒垃圾行为,强化水源地及重点流域的环境监管。

金都招远 第九届黄金节闭幕

本报8月30日讯(通讯员 赵中松 刘伯珣 记者 钟建军) 8月29日,山东金都·山东招远第九届黄金节在招远龙湖大酒店闭幕,中国黄金协会、世界黄金协会代表出席闭幕式并致辞。闭幕式上还颁发了“2014年度中国黄金协会科学技术奖”和“2014年度中国黄金系统一线职工科技成果奖”。

有着“中国金都”美誉的山东省招远市地处胶东半岛,黄金年产量、已探明储量均占全国的1/10以上,居全国县级市之首,为全国首个自产黄金超百万两县市,2014年完成自产黄金136.9万两。目前,招远已经形成了集黄金勘探、采选、冶炼、金银制品加工、黄金机械、黄金化工、设计研究等于一体的产业体系,已成为全国重要的黄金生产加工区和珠宝首饰集散地。

120道菜品 角逐齐鲁名吃

本报8月30日讯(记者 王永军) 28日上午,由山东省商务厅和大众报业集团主办,烟台市商务局、大众妙客承办的“美食山东·齐鲁名吃”专家现场认定会烟台专场成功举办。120道菜品参与角逐,最终龙须面、盘丝饼、糖酥杠子头等菜品获得专家认定前10名。

相关新闻

低价倾销将取消使用资格

《“烟台苹果”地理标志证明商标使用管理办法》中规定,获准许可使用“烟台苹果”证明商标的使用者,违反使用管理办法和行业规范,有下列十种情况之一者,将由执法部门给予处罚,取消其使用资格。

- 1、收购、销售不成熟果品的;
- 2、用外地苹果冒充烟台苹果销售的;
- 3、接受他人委托用外地苹果冒充烟台苹果的;
- 4、以次充好,用残次果冒充品牌果欺骗消费者的;
- 5、低价贱卖,损害“烟台苹果”品牌信誉的;
- 6、不正当竞争,低价倾销抢夺市场的;
- 7、转让、出售、转借、馈赠“烟台苹果”品牌包装或标贴给他人使用的;
- 8、“烟台苹果”包装或标贴被盗、遗失,不报告、不声明,任其产生不良后果的;
- 9、未经授权许可,私自定制印刷“烟台苹果”包装和贴标的;
- 10、其他违反许可使用合同,侵犯品牌持有人合法权益行为的。

本报记者 李静 通讯员 刘克宁 报道

“烟台苹果”地理标志证明商标使用管理办法9月1日正式实施 擅用“烟台苹果”商标将被追责

果香源创
祥府庄园
苹果白兰地

源自于法国十六世纪的传奇经典
特产自烟台的碱性果香酒

JISI 吉斯集团 健康产业兴 吉斯中国梦
烟台吉斯波尔葡萄酒有限公司 健康热线: 0535-4237199

本报8月30日讯(记者 李静 通讯员 刘克宁) 28日,记者从烟台苹果品牌战略规划新闻发布会上了解到,为有效规范“烟台苹果”地理标志证明商标的使用和管理,维护生产者、经营者和消费者的合法权益,《“烟台苹果”地理标志证明商标使用管理办法》将于2015年9月1日起正式施行。涉农组织或果农要使用需申请,违规使用将被追究责任。

烟台市苹果协会会长姜中武介绍,《“烟台苹果”地理标志证明商标使用管理办法》将于2015年9月1日起正式施行,涉农组织或果农要使用需申请,违规使用将被追究责任,有效期为三年。

获得“烟台苹果”地理标志证明商标使用者,具有以下权利:可以使用“烟台苹果”证明商标专用标识;使用“烟台苹果”证明商标进行产品广告宣传;优先参加烟台市苹果协会主办的各项活动。

而对未经烟台市苹果协会认可,擅自使用与“烟台苹果”证明商标相同或相似标识的,烟台市苹果协会将依照有关法律法规,提请有关部门依法查处或向人民法院提起诉讼。“烟台苹果”证明商标的使用者如违反本办法,可责令其停止使用商标并限期整改,整改后仍达不到要求,终止与其签订的合同,取消其“烟台苹果”证明商标使用权。