

齐鲁晚报

TODAY

今日青岛

2012.5.23

星期三

新闻有奖热线:89772345

广告订版热线:13176870071

“红盾行动”严查八种问题食物

- 每个月有不同严查主题
- “甲醛白菜”、“美容虾”等成严打对象

详见B05版



◎今日导读◎



捐书给伙伴!

详见B04版

得知本报为灵山岛小学及大村中心小学建书屋的事情,22日,山东路小学全体师生自发倡议捐献图书,仅一天的时间就捐赠图书406册。据了解,山东路小学有部分学生为外来务工人员子女,之前他们曾接受过格兰德小学、上清路小学的图书捐赠,但孩子们纷纷表示给予永远比拿快乐,他们受助后也要学会帮助别人。

本报记者 张晓鹏 摄影报道

拿扑克纪念你
我最爱的母校

B03版

青岛造人工眼角膜
有望年底临床试验

B05版

参加月嫂培训
也可申领补贴

B06版

淘汰黄标车
越早补贴越多

B07版

编辑:张潇元 组版:杨帅

今日B01-B16版

独立消费者调查中青啤赢得“消费者之爱”

青岛啤酒荣获“2012中国人喜爱的品牌”



基础。”青岛啤酒百年品牌的发展

得益于一百多年来对品质的坚守,无论在产品营销时代还是在品牌营销时代,青啤始终能为消费者酿造最好的啤酒。用专注的商业气质,从源头开始,将研发、原料、生产、物流、营销、服务等各个环节纳入品质管理全过程,让消费者从每个环节的品质中去体会到了品牌的

价值,不仅酒好喝,而且喝起来够浓。如果说,品质是青岛啤酒百年品牌的重要基础,那么品牌创新则是青岛啤酒为消费者创造更多快乐的源泉。

近年来,在产品创新层面,青岛啤酒围绕消费者的不同需求,开发了

“具有德国啤酒风味,代表欧洲经典的奥古特啤酒”、“符合高端消费者需求,淡爽型的逸品纯生啤酒”,适合酒量尚浅、开车不能喝酒的商务人士的“青岛0.00,无酒精的啤酒风味饮料”等,这些符合时代特色和引导消费潮流的新产品,深受消费者喜爱。

同时围绕体育营销战略,青岛啤酒创新了以“品牌传播、产品销售和消费者体验”为一体的“三位一体”营销模式。无论是签约北京奥运会、连续四年举办“炫舞激情啦啦队选拔赛”,还是签约刘翔、易建联、陈一冰、何姿组成的“中国冠军之队”以及遍及全国的青岛啤酒节、再到日前启动的“全民星周末”,“激喝青啤,游伦敦”有奖销售活动的开展……都成为消费者感受激情、释放激情、畅饮快乐的“体验中心”,品牌保鲜,让消费者享受到更多畅饮青啤的快乐!

用“四维度”经营品牌
赢得消费者持久喜爱

青岛啤酒用“四维度”经营品牌,持久赢得消费者喜爱。青岛啤酒认为,品牌建设第一,要有“高度”,

青啤的愿景决定了是为全球消费者的快乐服务;第二,要有“长度”,品牌需要历史的积累,需要一种耐得住寂寞的坚持,不能投机取巧,否则长久不了;第三,要有“宽度”,就是专业化,用专业化和匹配性为消费者服务;第四,要有“厚度”,这个厚度是文化积累的结果,要不断增加青啤品牌的文化内涵,保持新鲜度,赢得消费者持久的喜爱。

