

# 青岛啤酒亮相纽约时装周 化身百年国潮“进军”时尚圈

14 日,纽约时装周中国日拉开帷幕,青岛啤酒跨界中国首家潮流品牌集合店 NPC 亮相纽约时装周,成为首家登陆纽约时装周中国日的啤酒品牌,带来一场用经典连接时尚的跨界国潮秀,让现场观众倍感意外、大呼过瘾。同时,青岛啤酒携手天猫国潮行动,以“百年国潮”为主题,以青啤百年历史文化为灵感,玩转国潮大势,限量版走秀款国潮时装也将同步在天猫平台新品首发,与广大潮人们见面。

## “进军”时尚圈 青啤亮相纽约时装周中国日

作为世界时尚潮流中心,纽约时装周在全球四大时装周中历史最为悠久,至今已有 76 年的历史,不断簇拥着众多国际知名品牌,竞相展示下一季最潮最 IN 的潮流设计。纽约时装周中国日则成为集结中国当代设计力量、连接中国时尚与全球市场的平台,展示着时装、潮流界的“中国创造”和“中国设计”,不断成为潮流爱好者们高度关注的热点话题。

据了解,此次纽约时装周中国日以“YOUTH MADE CHINA”为主题,遴选中国当代青年文化代表性品牌登上纽约时装周,向世界重新呈现着敢想敢为的本土青年时尚、潮流文化,吸引了众多业界权威人士与媒体的关注。

诞生于 1903 年,作为全球消费者耳熟能详的中国品牌,此次青岛啤酒携手纽约时装周中国日,联合打造时下最能打动年轻人的潮服和周边潮品,向世界展示有着 116 年历史的“百年潮牌”,满足“中国青年”对个性及品质的追求。

## “啤酒”味潮服 跨界演绎潮味“中国时尚”

参加此次纽约时装周中国日,青岛啤酒特邀 NPC 旗下设计团队定制秀场联名单品,不仅采用了 2019 年秋冬男装最前线的流行趋势,同时也将青岛啤酒的百年潮流元素巧妙而有趣地融入在了时装的细节之中。纽约当地时间下午 5 时,当走秀男模身着白色羊羔绒潮服与男款胸包出现在纽约时装周中国日秀场上,顿时引发现场一阵惊叹。此次青岛啤酒联名推出的时装白色羊羔绒潮服上,右胸刺有国人熟知的经典“青岛啤酒”品牌 logo;左手袖口刺有的中国字“好”和右手袖口刺有的数字“1903”,则完全取材于青岛啤酒经典 1903 系列历史瓶标上的原版字样。走秀时装口袋细节处绣有“中国的 世界的”字样,“民族的就是世界的”设计理念展露无

遗,同时也传递着着中国人爱饮的青岛啤酒,正发展成为全世界人爱饮的青岛啤酒。

除此之外,青岛啤酒还向全世界全新发布了经典 1903 复古罐产品,复刻了百年前经典瓶贴画面的匠心细节,让现场观众爱不释手;在秀场上,铝制瓶身巧妙地安插于走秀款胸包之中,既俏皮又时髦,通过产品的复古元素与国际时尚潮流的碰撞,让世界看到青岛啤酒潮流时尚里的中国气质。

为展示最好的视觉效果,NPC 主理人李晨 nic、潘玮柏也为秀场 LOOK 提供不少搭配建议,让现场观众无不惊艳其用心之巧妙,纷纷赞叹不已。在谈到此次跨界合作时,李晨 nic 表示:“青岛啤酒一直是我很喜欢的啤酒品牌,100 多年始终保持对品质的追求,这也与 NPC10 年坚持不变的初心和使命,默契投缘。因此我们希望通过双方的跨界合作,能够让经典与潮流巧妙结合,为大家带来更多元更时尚的潮流生活体验。”

## 连接经典与时尚 精心慢酿致敬“中国匠心”

作为此次纽约时装周中国日最熟悉的中国元素,“中国日”标识上的中国龙的形象早已深入人心。同样,作为拥有 116 年历史的中国民族品牌,包括美国在内的海外民众对青岛啤酒也并不陌生。

作为中国国货出海的代表品牌,青岛啤酒目前已经远销全球 100 多个国家和地区,成功树立了“高品质、高价格、高可见度”的中国品牌形象。此次青岛啤酒登上世界级时尚舞台,也在向全球展现中国百年潮牌的文化自信。

“跨界不是简单的品牌联合和元素堆砌,而是将品牌的文化和品牌的精神跨界,这次青啤也把‘精心慢酿’的百年匠心带到了跨界合作中。”纽约时装周中国日主办方迅驰时尚创始人兼 CEO 方涛表示。116 年来,青岛啤酒始终坚持“慢、专、精”的工匠精神,对每一瓶啤酒的品质精益求精,而在此次时装跨界中,不管是秀场潮服、包包还是模特的配饰,都非常地凸显质感,让人也感受到青岛啤酒的百年来所坚持的“精心慢酿”。“这让青岛啤酒此次跨界国货与所谓的‘爆款’有着很大的区分度,碰撞出国潮新的火花,达到了国际品质。”

此外,与以往其他品牌的国潮跨界不同,青岛啤酒此次和 NPC 的合作,也大量运用了青岛啤酒的百年历史、文化元素与时尚融合,此次展出的潮牌时装、复古产品的灵感元素,都源自青岛啤酒历史产品和老广告海报。对于这次跨界尝试,青岛啤酒品牌管理总监朱



佳怡表示:“青岛啤酒是一个有着 116 年历史的民族品牌,有着非常深厚的文化积淀,此次跨界将青岛啤酒的经典历史文化和年轻的潮流品牌结合,创造出年轻人喜欢的产品,同时希望作为一个百年潮牌,能够助力国货出海,为文化多元的输出多出一份力。”

## 联手天猫国潮行动 青啤限量版潮服天猫发售

这场中国文化的潮牌热度,也从纽约时装周中国日秀场延伸到整座城市。在纽约时代广场,变化炫目的青岛啤酒经典 1903 复古罐与时尚优雅老广告画,引发着非常高的回头率。而在此次纽约时装周中国日潮服发布之后,青岛啤酒潮服受到了众多纽约年轻人的喜爱和追捧,限量版复古罐产品和走秀款时

装的限时发布,更在纽约街头引起了民众排队追售。

“在迈阿密经常会喝到青岛啤酒,我非常喜欢中国文化,也有机会去中国看看。这次青岛啤酒走秀时装太有趣了,非常有特色和内涵,啤酒、汉字等这些元素非常有吸引力。”专程从迈阿密来到纽约时装周时尚达人布鲁克说,“穿上这身啤酒潮服一定会‘火’,真希望能够买到一套。”走秀刚结束,布鲁克就迫不及待想亲身感受,并多方打听追到了青岛啤酒走秀款时装周潮牌 show 店。

同时,青岛啤酒联手天猫国潮行动,将在天猫同步限量发售青啤国潮走秀时装,打开天猫 app 搜索“百年国潮”,或登录青岛啤酒天猫官方旗舰店即可获取从世界潮流中心带来的国品潮货。

(中新网)

# 海信 2018 海外收入增长 30% “大头在海外”战略持续加速

15 日,海信集团披露了 2018 年的海外营收状况。在复杂的全球经济形势下,海信集团 2018 年海外收入逆市上扬,达到 378.38 亿元,同比增长 30%。海信“大头在海外”的国际化战略,不断加速。

据了解,在美洲、欧洲和南非等重点海外市场,海信 2018 年自主品牌销量均出现较大幅度增长。按照海信国际营销口径,

2018 年,海信在美国的自主品牌销售量同比增长 57.5%,在加拿大市场同比增长 106.1%,在欧洲市场同比增长 14.1%,在海信最先开拓的南非市场,海信自主品牌销量同比增长 41.7%。

自 2006 年海信集团首次提出“大头在海外”的发展战略之后,十多年来海信海外市场保持快速发展态势,年复合增长率超过

20%。而且,海信在海外市场由于坚决瞄准高端、坚持推广自主品牌,通过连续赞助欧洲杯和世界杯等顶级赛事提升国际知名度,通过品牌收购、渠道建设布局全球,2018 年,海信在海外市场的自主品牌占比已经达到 60.9%。

去年底,由中宣部、国务院国资委指导,中国外文局在北京正式发布的《中国企业

海外形象调查报告》显示,华为海信位居榜单前两位,OPPO 和阿里巴巴分列三四名,其中海信还荣获中国家电行业“最佳海外形象”第一名。另外,海信也已经连续五年入选“外国人最熟悉的十大中国品牌”之列,在 WPP 和凯度华通明略联合 Google 发布的《中国出海品牌 50 强报告》中,海信位居十强之列。

(中新网)

# 重庆搭建“国家馆会展” 15 个馆会集原产优质商品

记者 15 日从重庆保税港区获悉,重庆保税港区商品展示交易中心以“国家馆会展”形式聚集世界诸多一流的一手商家,目前已打造意大利馆、日本商品馆、马来印象馆、泰国生活馆、波兰生活馆等 15 个国家馆,2019 年预计将达 20 个。

马来西亚的燕窝、瑞士的腕表、日本的生活家居好物、俄罗斯的马桑德拉红酒、波兰的蜂蜜、新西兰的西拉葡萄酒……重庆保税港区商品展示交易中心在春节期间推出“全球年货节”,以“国家馆会展”形式,将各国原产一流的商品送到中国西部市场,进入当地民众的购物车。

重庆保税港区相关负责人介绍,目前已建成日本商品馆、马来印象馆、韩国馆、俄罗斯商品馆、泰国生活馆、意大利馆、澳洲馆、澳大利亚生活体验馆、新西兰馆-澳新生活体验中心、肯尼亚风情馆、瑞士馆、美国馆、波兰生活馆、斯里兰卡馆、新加坡馆等 15 个别具风

情的的特色国家馆,商品涵盖了食品、酒类、服饰、箱包、鞋类、家居、家具等多品类。

记者发现,其中有不少“一带一路”“沿线国家的代表性产品。例如,中欧班列(重庆)途经波兰,重庆保税港区商品展示交易中心打造了波兰生活馆,主营食品、酒类、服饰、鞋包、化妆品等。重点推荐的是 Sante(三特麦片)、松鸡啤酒与波兰蜂蜜。通过中欧班列(重庆)和波兰生活馆,当地希望从物流运输、产品、文化等多个方面加强与波兰各城市的双向交流。

俄罗斯也是中欧班列(重庆)的途经国家。俄罗斯商品馆呈现了丰富的产品:红参、野生海参、亚麻籽油、鲱鱼罐头、葵花籽油、榧树蜂蜜。马桑德拉红酒更是该馆的重点产品,坦途牌伏特加是一大亮点。

除了特色国家馆,重庆保税港区商品展示交易中心建筑面积 4.7 万平方米的场地内还设有东南亚生鲜馆,重点引入金枕榴莲、红



● 图为重庆保税港区商品展示交易中心内展示的特色进口商品。

唐诗雪 摄

肉菠萝蜜等东南亚地区优质水果;布局 6000 平方米的奇柯世界汇项目,展示与销售来自意大利的美食和时尚产品,汇聚欧洲数千种优质原产地产品及意大利主流一线时尚轻奢品牌。

据重庆保税港区相关负责人介绍,目前

入驻重庆保税港区商品展示交易中心的商家有 75 家,共有 40 多个国家和地区的 4 万余种进口商品。重庆保税港区 2019 年将持续优化商业布局和资源配置,逐步打造以“一带一路”沿线国家馆为特色的展示交易集群,力争 2019 年国家馆数量到 20 个。

(刘贤)

便民服务

QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行)

广告热线 028-69959066

地址:红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 310A

● 成华区观悦西餐厅遗失增值税普通发票(卷式),发票代码 051001800107, 发票号码 44630468, 44630469 声明作废

注销公告

成都坤津阁影视文化传媒有限公司统一社会信用代码 91510100MA6CNPQM8W 经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务.特此公告。

● 注销公告:成都尚仕玻璃制品有限公司统一社会信用代码 91510111MA6C5MJ66C 经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务

注销公告

● 注销公告:成都小袋訊息技术有限公司统一社会信用代码 91510108MA68D73G57 经股东会决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务

注销公告

四川正弘华太置地有限公司统一社会信用代码 91510000071438157R 经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务

● 注销公告:成都市九和世嘉酒店管理有限公司统一社会信用代码 91510100394180015W 经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务

● 成都市九和世嘉酒店管理有限公司股东会决议解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区一环路北三段 76 号向公司清算组申报债权债务。

组申报债权。成都市九和世嘉酒店管理有限公司清算组

● 成华区浩放河商贸部(统一社会信用代码:9251018MA6CNWHMXT)营业执照正本副本遗失作废。

注销公告

成都市立特丽保洁服务有限公司(注册号:510109000176717)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报

债权债务.特此公告。

注销公告

成都冰肌玉商务信息咨询有限公司统一社会信用代码 91510107MA61T8QUXF 经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

● 注销公告:成都爱可信商务有限责任公司(统一社会信用代码 91510107728074264R)经股东会决议决定注销,请债权

务人自公告之日起 45 日内申报债权债务。

● 注销公告:成都市斯耐体育设备销售有限公司(注册号:51010500005062 2)经股东会决议决定注销,请债权债务入自公告之日起 45 日内到公司申报债权债务。

● 注销公告:成都恒信致美科技有限公司(统一社会信用代码 91510107572275958P)经股东会决议决定注销,请债权

务人自公告之日起 45 日内申报债权债务。

● 注销公告:成都农香绿商贸有限公司(统一社会信用代码 91510107MA6C6DQ7XG)经股东会决定注销,请债权债务入自公告之日起 45 日内到公司申报债权债务。

● 四川美盛系统集成有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码 91510100794916618 F)遗失作废。

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均由刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及其结果承担法律责任。