

临朐“幸福来临”全域公共品牌战略全面启航 打造品牌矩阵 将零散优势拧成一股绳



市民在“幸福来临”政务市集上挑选特产。

□文/本报记者 周晓晴 薛静 图/本报记者 周晓晴

9月21日上午，临朐县人民政府新闻办公室召开“幸福来临”全域公共品牌战略新闻发布会，系统发布县域全域公共品牌建设规划与实践成果。

会场之外，临朐县政务服务中心一楼“幸福来临”政务市集同步火热开集，山楂制品、蜂产品、非遗手编等印着统一品牌标识的本土特色产品集中亮相，往来市民驻足挑选，烟火气中透着产业活力，场内场外形成战略发布与落地展示的双向呼应。

“搭上‘幸福来临’这趟快车，政府免费帮我们搭市集、做宣传，还推送适配的惠企政策。这块‘金字招牌’既降低了企业拓客成本，也让消费者对产品更放心。希望借着品牌东风，把临朐农特产品卖到更远的地方。”山东康宝蜂业有限公司总经理李文说。

企业的真实感受，印证着全域公共品牌的实践价值。作为潍坊首个全域公共品牌实践，“幸福来临”的



非物质文化遗产项目亮相“幸福来临”政务市集。

科普育苗 培青树人 ——潍坊市科技馆构建全学段馆校协同育人体系

□本报记者 刘元超

金秋科普润童心，科教协同育新苗。全国科普月期间，潍坊市科技馆聚焦“科技改变生活 创新赢得未来”主题，持续深化馆校合作、盘活科普资源，开展多学段、多层次科普进校园系列活动，让科学之光浸润青少年成长之路。

活动期间，市科技馆与潍坊高新金马公学签订馆校合作协议，以常态化机制推动科普资源与校园教学深度融合；联动市创新教育研究院走进潍坊行知学校，开展沉浸式户外科普实践；走进北宫大街幼儿园，以趣味科学实验启蒙孩童科学认知；走进山东第二医科大学，招募新生科普志愿者。系列活动贯通学前到高校多个学段，实现科普教育分层覆盖、精准施教。

近年来，潍坊市科技馆深耕科学教育主责主业，创新打造“科普育苗、科普培青、科普树人”三阶段递进育人模式，精准对接不同年龄段青少年认知特点，推动优质科普资源走出展馆、走进校园，构建全学段馆校协同育人新格局。

面向学龄前儿童，科技馆精心打造“小萝卜知识课堂”，通过趣味实验、情景科普表演等形式，寓教于乐激发孩童科学好奇心，播撒科技创新种子。面向中小学生，常态化开展“潍小科知识课堂”“科普小达人闯关”等特色品牌活动，创新推行科普“按需点单、精准接单”服务模式，面向全市义务教育阶段学校全面开放预约资源，贴合各年级学情定制科普课程，让科普教育更贴合校园需求、更贴合学生成长。

面向驻潍高校，科技馆共建“大思政教育基地”，吸纳广大大学生加入科普志愿服务队伍，参与展厅讲解、课程助教等工作，引导青年学子从科普教育的受益者，转变为科学知识的传播者、科创精神的践行者，实现双向育人、赋能成长。

潍坊市科技馆将持续拓展馆校合作广度与深度，常态化推送优质科普课程、特色科创活动进校园，持续完善全覆盖、分学段、精准化的协同育人体系，厚植全市青少年科学素养，涵养科创后备人才沃土，为潍坊科教事业高质量发展积蓄蓬勃青春动能。

诞生，根植于临朐深厚的发展底蕴与现实的发展需求。临朐产业基础雄厚，食品加工、高端铝材、特色农牧等产业业态发展势头良好，文旅资源禀赋突出，市场主体数量充沛。但长期以来，资源分散、业态割裂、主体各自为战的问题始终存在，缺少能够贯通政务、商务、产业、文旅领域的综合性公共品牌，零散的优势难以凝聚成县域对外竞争的整体合力。

如何把零散优势拧成一股绳？临朐选择在成熟民生品牌基础上迭代升级。

“‘幸福来临’在原有成熟民生品牌基础上迭代升级而来。”临朐县行政审批服务局党组书记、县政务服务中心主任曾庆昌介绍，该民生服务品牌早已深入人心，以此基础升级全域公共品牌，既延续了群众的既有认知基础，更把政务服务的民生温度植入产业发展内核，以品牌为纽带整合政务服务、本土产业、生态文旅核心资源，打造专属县域超级IP，下好全域发展“一盘棋”。

发布会现场解读了品牌核心内涵。民生属性是根本，“幸福”彰显便民利民、惠民安商的初心，“来临”凸显临朐地域专属标识，传递暖心政务服务理念。产业属性是骨架，品牌全面覆盖食品加工、服装制造、电商商贸、物流文旅、科创教育等全域业态，打造统一县域产业名片。人文生态属性是辨识度，品牌采用图形+文字组合商标，绿色圆环代表县域生态底色，字母“L”搭配爱心图案象征诚信暖心服务，特色书法字体兼具乡土气息与辨识度，适配多场景宣传应用。

品牌落地，规则先行。该县围绕实物商品、服务业态两大板块，完成11大类别商标注册，既覆盖纸制品、服装鞋帽、肉鱼制品、啤酒饮品等实体产品，也包含电信服务、旅游运输、教育培训、科技服务、餐饮住宿等服务行业，实现一二三产业商标保护全域覆盖。

在此基础上，“总品牌引领、子品牌支撑、全领域覆盖”的三级品牌矩阵逐步成型：总品牌“幸福来临”统揽全局；向下孵化“首善城关”“铝都东城”等159个镇街特色子品牌，凸显区域禀赋；横向筛选“金孚龙啤酒”“洛神山楂水”等19家优质本土企业授权合作，开发联名系列产品；同时整合政务市集、“胸有好礼”连锁门店等9个运营载体，纳入24项非物质文化遗产项目。此外，“沂山论健”“出山达海”等配套品牌也同步推进商标申报，前置防范抢注风险，形成储备充足的品牌资源池。

“三级矩阵的核心，是让每个主体都能在品牌体系里找到定位、借势发展。”曾庆昌说，随着品牌体系持续完善深化，“幸福来临”将不断释放品牌效能，为县域高质量发展凝聚更强合力，让发展成果更多更公平地惠及千家万户。

精心护绿 扮靓城市“颜值”

本报讯（记者 赵春晖 通讯员 杨群 王珊珊）9月21日，记者采访了解到，为持续提升城市精细化管理水平，奎文区紧扣季节绿化管护特点，开展绿化修剪专项作业，从景观塑造、根部养护、安全便民多个维度精准发力，以“绣花功夫”打磨城区绿化品质，让道路更加整洁有序。

针对东风东街、胜利东街、新华路等主次干道和涵芳园、交银公园等口袋公园绿篱模纹色块，开展整形修剪作业，打造层次丰富、整洁优美的城市街巷绿化景致。

以行道树树穴为重点开展专项管护，逐路段完成1250余株行道树排查梳理，清理树穴内杂草、残枝落叶及各类杂物，修剪树穴内杂乱的地被植物，同步规整树穴边缘，整治土地裸露点位630余处，优化苗木根系生长微环境，为行道树稳健生长筑牢基础。

行道树部分枝条肆意延展，出现遮挡交通标识、信号灯及沿街商铺招牌等问题。奎文区坚持科学适度修剪原则，累计处置枝条遮挡问题2720余处，实现绿化风貌提质、道路交通保畅、营商环境优化的多方共赢。

声 明

本人张强购买的潍坊大邦房地产开发有限公司开发的月河楼商业街B区1-3-1420，收据号1479330，房款187344元。以上收据丢失，声明作废。

欢迎刊登

中缝广告

受理热线：

8196661

13863679001

微信：

13863679001