

玩转商业时尚 彰显传媒力量

“幕后操盘手”引领消费潮流

本报记者 韩爽

一头连着各大商场购物中心,一头连着万千消费者,媒体转型大潮下,齐鲁晚报商业消费团队从坐在前排跷脚看秀的媒体嘉宾,摇身变成了品牌商家的“营销智囊团”和商业时尚的“幕后操盘手”,角色转换的背后,是服务理念的提升,更是传媒力量的体现。

齐鲁星光夜
刷新省会时尚高度

2017年9月16日晚,大明湖畔,超然楼上,一场抢先米兰济南首发的“蕴彩·大明湖”华服大秀拉开了“2017(第四届)齐鲁星光夜”的序幕。省内各界名流,时尚达人等300余名嘉宾齐聚,共度一个高雅难忘的公益时尚之夜,在齐鲁晚报30周年、鲁能贵和20周年之际,携手为泉城济南带来一场古典与时尚交融的视听盛宴。

作为本报独立运作的高端活动品牌,齐鲁星光夜从2014年诞生至今,已成功举办了四年,成为省内规格最高的公益时尚盛典。着力于将传媒的影响力、公信力和资源优势在活动的各个环节中变现,令“齐鲁星光夜”登上本土商业时尚之巅。

首届星光夜整合了包括Tiffany、希思黎、尚美巴黎在内的多个奢侈品牌资源,并一手打造了“齐鲁星光榜·山东人最喜爱的十大奢侈品牌”调查评选和“星耀齐鲁”公益拍卖环节;第二届星光夜掀起一场“18岁的梦想”全民大讨论,并开创屋顶花园星光派对这一独有社交平台;第三届星光夜在“十大奢牌”评选之外,增设“齐鲁风尚人物”颁奖单元,通过行业大咖的发声和代言,打造公共热点

话题,影响“最有影响力的人”;2017年的齐鲁星光夜更是首创性地把时尚盛典搬到大明湖超然楼这一城市地标举办,并力邀曾凤飞米兰中装秀全球首发,为齐鲁大地带来了国际化的时尚气息。

齐鲁粉丝节
传递晚报活力形象

“今天的齐鲁晚报已不仅仅是一张报纸”——这句被晚报人挂在嘴边的转型宣言,在2016年10月举办的首届齐鲁粉丝节上,第一次直观而高调地呈现在全省读者粉丝面前——报纸、微信、微博、壹点APP、壹家、无人机、智能大屏、VR体验……晚报首次在省城核心商圈亮出全媒体矩阵,与读者粉丝零距离狂欢,巧借商业舞台,唱响传媒大戏。

活动预热期,消费编辑室围绕粉丝节大玩创意,推出了一系列吸睛的营销手段——悬赏万元征集“豌豆粉”卡通形象,吸引海内外大批动漫爱好者和专业设计机构踊跃参与;折纸系列悬念广告,有效实现从线上到线下引流;开幕当天晚报和时报封面同时打出联动广告,在社交平台上迅速发酵,爆点十足。首届齐鲁粉丝节既是晚报与商业客户的一次深度合作,也是公众对齐鲁晚报全媒体发展成果的一次全方位检阅,活动主会场设置了长达20米的粉丝服务区,第一次亮出齐鲁晚报全媒体矩阵,各部门行业——汽车事业部、行业新闻中心、图片新闻中心、拓展部、发行公司、日新传媒的小伙伴们背着易拉宝,带着订报扫码礼品齐上阵,与读者粉丝热情互动,爆米花机、棉花糖机更是成为备受追捧的吸粉利器,订报抽奖区也吸引了众多读者带着报卡前来一试手气。



2014齐鲁星光夜。



粉丝节活动创意十足。

济南市中心医院祝贺齐鲁晚报创刊30周年

时光荏苒 不懈鼓呼



中流砥柱弘医道 心系百姓雅望高

“卒中中心”、“胸痛中心”、“创伤外科中心”三大中心陆续启用

脑梗、心梗、创伤……三种急症一旦发生,将严重威胁患者的生命安全,如不能得到及时快速救治,随时可能夺取患者的生命,或给患者造成严重后遗症。近年来,济南市中心医院以此三种急症为突破口,先后启用了脑卒中绿色通道门诊、胸痛中心和创伤外科中心。

“脑卒中”,也就是大家俗称的“中风”,具有高发病率、高致残率、高死亡率、高复发率等特点,往往造成巨大的社会、经济负担,是我国居民第一位死亡原因。为了缩短患者院内等待时间,争取治疗“时间窗”,2017年10月19日,济南市中心医院开通24小时脑卒中绿色通道,这也是目前济南市唯一一个由神经内外科联合坐诊的脑卒中绿色通道门诊。

而急性心肌梗死更是能体现时间就是生命的一种疾病,越早开通梗死的血管,病人的预后越好。济南市中心医院自2002年建立了24小时待诊的心脑血管急症患者绿色通道,省内率先在“120”急救车配备远程心电图监测设备,打造出了“24小时生命通道,365天情暖泉城”的民生品牌。

2017年11月7日,济南市卫计委正式批准成立“济南市胸痛中心”,挂靠济南市中心医院,胸痛中心(Chestpaincenter, CPC)的成立有助于促进急性非创伤性胸痛得到及时、早期识别,又可以通过整合急诊科、心血管科、导管室、心外科等资源组成心脏救治团队,最大程度的成功救治胸痛患者。济南市中心医院急性胸痛24小时咨询热线:18963061208。

近期,济南市中心医院还将启用创伤外科中心,为急症创伤患者提供更迅速、更完善的医疗服务。

