

《2024山东最具影响力品牌榜》揭晓

银座天蒙、漱玉平民、山东黄金、齐鲁粮油等40个品牌荣登榜单

记者 袁野 济南报道

5月14日,由齐鲁晚报·齐鲁壹点主办、壹点智库承办的“品牌强省 新质山东”品牌高质量发展融媒宣传月暨《2023—2024山东品牌影响力智库报告》发布活动在济南举行。活动现场发布《2024山东最具影响力品牌榜》,共40个品牌荣登榜单。

该榜单由壹点智库服务平台,从品牌传播力、用户服务、市场反馈、技术创新、社会责任等多个维度,对省内部分重点品牌进行智慧化数据收集和智能化指数分析,并经过相关支持单位权威专家评议后发布。

在服务质量和服务创新方面成效显著的品牌:

银座天蒙、山东文旅·红叶柿岩旅游区、济南方特东方神画、灵岩寺景区、山东学益程教育科技有限公司、山东智博教育投资集团有限公司、金龄健康产业投资(山东)有限公司、喜乐生物科技有限公司、山东信洁物业管理有限公司、山东华夏良子健康管理有限公司。

具有良好用户口碑和社会信誉的品牌:

漱玉平民大药房连锁股份有限公司、烟台喜旺肉类食品有限公司、福胶集团、山东华森建筑消防项目管理有限公司、济南首创奥特莱斯、青岛品品好粮油集团、山东婴贝儿健康管理有限公司、槿椿康养发展(山东)有限公司、济南趵突泉酿酒有限责任公司、山东顺丰速运有限公司、济南圣都食品有限公司。

在产业和行业引领方面表现突出的品牌:

山东黄金集团有限公司、浪潮集团有限公司、东阿阿胶股份有限公司、海尔集团公司、济南华侨城实业有限公司商业管理分公司、山东种业集团有限公司、济南轨道交通集团运营有限公司、银座集团股份有限公司、山东京博控股集团有限公司、威高集团有限公司。

在公共服务和社会责任方面表现突出的优秀品牌:

齐鲁粮油、“泉心为民”省市区机关联动“双报到”为办实事、中国银行山东省分行、建设银行山东省分行、中国人寿山东省分公司、中国人保财险山东省分公司、新华保险山东分公司、山东中医药大学附属医院、滨州“粮油金三角”。

记者 袁野 王开智 徐宁 刘志坤
济南报道

本次活动发布《2024山东最具影响力品牌榜》,上榜的40个优秀品牌一定有着自己的心得和收获,部分优秀品牌代表在活动现场进行了品牌建设方面的经验分享。

滨州市粮食和物资储备局副局长田翠萍讲述了山东滨州区域公共品牌“粮油金三角”的故事。目前,粮油金三角旗下拥有中国驰名商标和中国名牌11个、山东著名商标和山东名牌25个;滨州市有33个产品入选“中国好粮油”产品,占全国的6%;62个产品入选“齐鲁好粮油”产品,占全省的34%。现在滨州粮油呈现的是一个品牌众多、品类齐全、品种丰富的良好局面。

去年,淄博文旅一火到底,收获了无数好评。作为淄博文旅的典型代表,山东文旅景区投资集团运营管理中心主任总经理、山东红叶柿岩旅游发展有限公司总

上榜企业有何过人之处

经理李鹏作了主题为《新文旅趋势下山东文旅·红叶柿岩的品牌再造》的分享。刘鹏介绍,红叶柿岩的品牌之路并非孤立存在,它与所在地区的发展紧密相连。品牌的崛起不仅为当地带来了经济效益,更为区域注入了文旅发展活力,成为推动地方发展的强大引擎。

人生的风景,需要以健康为前提。漱玉平民大药房连锁股份有限公司市场中心总经理张雅君在主题为《品牌的创新营销之道》的演讲中分享了IP“漱小玉”。张雅君称,独特的品牌标识和视觉感才是消费者形成品牌偏好的密钥。

电子商务是这个时代的伟大创造,如今出行购物处处离不开电商服务。淘天集团山东公共事业部总经理张明泉在活动现场作了《淘宝天猫赋能零售的数字化模式》的专题分享。张明泉表示,希望通过电商平台的赋能,通过直播产业的赋能,能够助力山东品牌有更大的影响力。

5月14日,由齐鲁晚报·齐鲁壹点主办、壹点智库承办的“品牌强省 新质山东”品牌高质量发展融媒宣传月暨《2023—2024山东品牌影响力智库报告》发布活动在济南举行。大咖学者会聚一堂,共话品牌高质量发展路径。

AI时代传统媒介如何转型提升?

媒介公信力品牌建设是必由之路

记者 范佳 济南报道

复旦大学新闻学院教授、博士生导师,山复品牌智库主任汤筠冰带来题为“数智赋能品牌传播新趋向”的精彩演讲,并接受了齐鲁晚报·齐鲁壹点记者专访。

汤筠冰告诉记者,在内容生产方面,齐鲁壹点做得特别好的一点就是它既关注“在地性”的下沉,同时也注重横向链接,关注社会热点、打造爆款活动,把整个传播体系的联动做得非常好,起到了一个枢纽和中介作用。

汤筠冰强调媒体转型发展中科技提升的重要性。她谈到,媒体转型不是简单的新闻数字化。“前端就是智能的创作,中端如智能的内容风控,还有后链路,即智能的分发平台和传播渠道,我认为这才是全链路的转型。目前来看,齐鲁壹点在转型过程中,已经真正实现了前、中、后端的转型。”汤筠冰说。

她谈到,媒体转型发展需要打破边界,打造多元化复合传播。齐鲁壹点在传播过程中采用了很多品牌年轻化的形式,如元宇宙、VR、数字人、国潮等,这都是多元化形式的一种结合。

汤筠冰分析,在AI时代,产生了很



14日,汤筠冰发表题为“数智赋能品牌传播新趋向”的精彩演讲。

多文生图、生文视频内容,以传统的新闻评价标准来看这些都属于假新闻,但这恰恰是传统媒介的一次非常好的提升机会。因为用户已经很难通过网络上的文字、图片、视频来辨别真假。那如何辨别?媒介公信力品牌建设是必由之路。“媒介的公信力一旦搭建起来,在未来,特别是AI时代,将有巨大的发展前景。”



14日,孙丽军以“新时代如何塑造全球化品牌”为题,发表精彩演讲。

记者 范佳 济南报道

活动现场,前Visa全球副总裁、大中华区首席营销官,前SAP全球副总裁、亚太区首席营销官孙丽军以“新时代如何塑造全球化品牌”为题,进行了精彩的主旨演讲。

“我个人非常热爱山东,喜欢山

新时代如何塑造全球化品牌?

品牌是长期的,一定要做到表里如一

东人好客豪爽的文化。大约20年前,我曾来过济南。”演讲伊始,孙丽军表示,时隔20多年,又应邀来到山东做分享,感到非常亲切和荣幸。

孙丽军说,品牌是长期的,一定要从使命出发,做到表里如一。很多人误以为,品牌就是投广告。其实品牌不仅仅是一个标志或名称,更是一个企业及其产品、服务和文化价值的综合体现。孙丽军很喜欢一个对品牌的表达方式:品牌是树影,企业产品、服务和文化是树干和树根。没有好的战略、产品和服务,再好的品牌宣传也是空中楼阁。

她还强调,品牌与文化要合二为一。品牌和文化是一个硬币的两面,对内是文化,对外是品牌。

孙丽军谈到,当品牌走向全球的时候,它一定是全球化和本土化的一个非常好的结合。

她还表示,年轻人尤其是Z世代,更愿意遵从内心,去追求自己的所爱,健身、运动、音乐等都是年轻人非常喜欢的兴趣点。“可以通过兴趣点的挖掘来跟自己的品牌建立一个关联度。”孙丽军建议。

A04-A05版图片 记者 王媛 王鑫 摄

编辑:魏银科 组版:侯波

江铃福特轻客59载 辉煌与共 豪礼相送

15.38万起 江铃福特全顺T8综合优惠至高18000元

发动机&变速箱终身质保 0首付、0利率金融政策

江铃福特轻客59载 辉煌与共 豪礼相送

13.98万起 江铃福特新全顺综合优惠至高13000元

发动机&变速箱终身质保 0首付、0利率金融政策

江铃福特轻客59载 辉煌与共 豪礼相送

9.78万元起 江铃福顺综合优惠至高15000元

添购/置换补贴 0首付、0利率金融政策

发动机&变速箱终身质保

全球荣耀用户 1200万

江铃汽车 山东江铃全顺汽车销售服务有限公司 地址:济南市槐荫区腊山街道担邮路318号 福特专营:87964833 JMC专营:87967545 长山分公司:85668678 章丘店:18615212698 济阳店:15589909617 商河店:18753189391 平阴店:13361035986