

“新品牌 新赋能 新未来 江苏品牌高峰论坛暨用有思想、有温度、有品质

ZAKER南京上线两周年”庆典举行的作品讲好江苏故事

未来无限,势已成,自向前。6月26日,现代快报·ZAKER南京联合中国经济信息社江苏中心,在南京举办“新品牌 新赋能 新未来 江苏品牌高峰论坛暨ZAKER南京上线两周年”庆典。知名经济学家、行业大咖齐聚一堂,共同探讨江苏品牌的新未来。

现代快报/ZAKER南京记者 鹿伟 赵丹丹 刘伟娟 余东 李娜 宋经纬/文 牛华新 顾炜/摄



江苏凤凰出版传媒集团总经理、现代日报社社长周斌



ZAKER副总裁李杰



“品牌教父”余明阳



《中国名牌》杂志总编辑周志懿



论坛上发布《江苏城市旅游品牌大数据报告(2018一季度)》

Z现场

自主创新,全方位拥抱互联网

江苏凤凰出版传媒集团总经理、现代日报社社长周斌首先致辞。他介绍了两年来现代快报转型融合的发展历程和成果,“两年前的6月,ZAKER南京横空出世,现代快报开启了转型融合之路,喊出这样一个口号——忘掉一张报纸,迎接一场革命。从一张报纸出发,这两年来,H5、视频、音频等各种融媒体产品不断创新,现象级产品、爆款产品不断刷屏,受到中宣部和省委宣传部的多次表彰。”两年来,现代快报通过全媒体战略转型,全方位拥抱互联网,不断自主创新,从一个传统纸媒品牌,发展成为一个集报纸、掌媒、网媒、屏媒于一体的全新互联网传媒品牌,赋予了现代快报品牌新的内涵和动力。值得关注的是,现代快报去年开启融媒体4.0战略,成为全媒体内容生产商、全媒体产品开发商、全媒体技术服务外包商,以及全媒体创意营销供应商,力求彻底颠覆用户对现代快报的原有认知。

周斌表示,目前,ZAKER南京已经成为江苏的三大新闻客户端之一,现代快报也成为江苏三大主流媒体之一,全省订阅用户达到1550万,日均活跃用户130万。经过两年的发展,现代快报已经发生了脱胎换骨的变化。如今,视频、直播、H5已经成了常规的生产手段。2017年以来,现代快报又在媒体中先人一步,进入人工智能领域,将智能机器人引入采编队伍,承担采访、直播的职能,开启一个全新的传播模式。周斌表示,现代快报在今后的媒体融合发展中,会继续加大创新力度,借助新媒体传播优势和受众喜欢的传播手段,不断提高新闻产品和策划活动的质量和水平,增强吸引力和感染力,用有思想、有温度、有品质的作品,为讲好江苏故事、谱写中国梦江苏篇章提供更加有力的舆论支持,用高效率、高联动的策划活动,更好地服务于地方,服务于与我们有紧密合作的用户、客户。

强强联手,多次打造现象级传播

活动现场,ZAKER副总裁李杰进行了“融合创造价值,技术改变未来”的主题演讲。“现代快报和ZAKER的联手,形成了优势互补。一场品牌升级的优质内容营销悄然拉开大幕。”李杰说,ZAKER南京打造了国内首个传统媒体与新媒体的融合平台、首个人格化大数据平台和首个无边界营销生态。他认为,这是一次打破传统、打造独特共生关系的媒体合作典范。过去的两年里,地产、商业、政府机构、旅游团体等不同领域,纷纷向ZAKER南京抛来“橄榄枝”,这立足于ZAKER南京亮点颇丰的策划创意和内容生产。比如“超级月亮”直播,

场均流量260万+,盖楼近8000层。与政府部门合作开展各种推广宣传活动,如“八分钟古今”。“此外,丰富多彩的落地活动,收获了良好的社会效益,扩大了自身的品牌影响力。如老山马拉松、童话·童画大赛、江苏省中小学生学习硬笔书法大赛等。还有超级IP掀起全民读书热现象。结合世界读书日,现代快报联合ZAKER发起“领读中国 爱阅无界”活动。一天联动20个融媒体城市,并免费送出2万本书。通过精美H5等创意,联合赛琳娜、许知远、延参法师、郭京飞等大咖领读登场,掀起全民领读热潮,带来活动影响力的交叉裂变,成为现象级IP。

成绩单

从一张报纸到一个互联网传媒机构,从单一的纸媒品牌到多元化的融媒体平台,现代快报选择重新出发,在互联网融媒体时代,开始构建全新的价值分子式,即H(技术)+O(内容)+H(营销)。



大咖说

“品牌教父”余明阳今年市场有九大特点

上海交通大学中国企业发展研究院院长、教授、博导余明阳,被业内称为“品牌教父”,他和大家分享了品牌中国与消费升级——2018年市场的九大特点。余明阳分析,第一个特点是产品极致化;爆款产品引领市场,产品为王的时代真正来临。第二个特点则是市场超细分,满足小众群体。第三个特点是消费体验化,关注深度体验。第四个特点是传播的情感化,传递高尚理念。第五个特点是竞争跨界化,颠覆来自外界。第六个特点是购物碎片化,占领边角市场。第七个特点是品牌集中化,市场集中度提高。第八个特点是个性化定制,专属定制成为主流。第九个特点是深度国际化,构建人类命运共同体。

《中国名牌》总编辑周志懿讲好有深度的品牌故事

在《中国名牌》杂志总编辑周志懿看来,品牌是一项情怀工程,品牌建设已经回到了传递价值观的时代。对价值观进行深度挖掘,讲好有深度的品牌故事,才能让品牌核心直抵受众的心灵。论坛上,周志懿说:“所有的品牌初心都是为用户和消费者服务,如果偏离这个初心,就变成了场买卖,如果变成一场买卖,它有可能就是一个短期型的。”那么,如何做好品牌建设?周志懿认为,一定要专业的人干专业的事,品牌建设需要专门的机构和专业的人才来推动。

签约

现代快报牵手36家

活动庆典上,《现代快报》与36家企业正式签订战略合作协议。双方将秉持优势互补、高效合作的理念,通过共建地方站平台、全面业务展开和共同开展创新性服务等模式,重点结合地方的媒体优势和创投经验,顺应当地政府的发展规划和产业特色,合作共建创投生态系统。

品牌榜

不断创新才能保持活力

中国经济迎来“品牌时代”,只有不断创新,才能保持品牌活力。生活中随处可见的江苏知名品牌也在悄然改变,每天都给你带来不一样的体验。前期通过地方推荐、数据分析和专家评审,主办方评选出了“江苏品牌创新榜”,并在昨天的庆典上隆重发布。这些品牌在创新的路上不断发展,成为各自领域的标杆性企业。例如,苏宁易购不断践行智慧零售,在线上消费场景的营造上取得了十足的成果;近几年,以资本为纽带,三胞集团在全产业链的发展上高歌猛进;苏果超市更是顺应商超变革态势,在业态布局上勇于尝试;瑞慈医疗布局大医疗产业链,覆盖全生命周期的健康需要;从服务模式到消费体验,万物直供以专柜比价和预约试穿等创新模式为消费者全力营造美好生活。正是这些品牌,成为零售业革新发展的中流砥柱,更成为消费升级的积极推动者。

江苏品牌创新奖

- 苏宁易购集团股份有限公司 三胞集团 苏果超市有限公司 江苏银行 海澜之家股份有限公司 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 维维食品饮料股份有限公司 途牛旅游网 瑞慈医疗 万物直供新零售商城

这些银行卡你值得拥有

- ZAKER南京上线两周年之际,现代快报发起“江苏人心目中的十大新锐银行卡”评选活动。参评的20多张银行卡都是近期银行根据用户需求、细分消费场景推出的优秀产品,它们具备了优惠权益多、增值服务强的特点,而最终荣膺新锐榜十强的银行卡更具体验优势、独特情怀。比如,中国工商银行南京分行选送的工银万事达奋斗信用卡,主打奋斗主题,于方寸之间凝聚着人们最深层的精神追求。兴业银行南京分行选送的星夜·星座信用卡具有年轻时尚的特点,又不乏点亮梦想的澎湃。 江苏人心中的十大新锐银行卡: 信用卡类: 中国工商银行南京分行工银万事达奋斗信用卡 兴业银行南京分行星夜·星座信用卡 中国银行江苏省分行中银阳光汽车信用卡 华夏银行南京分行华夏精英VISA智程信用卡·白金组合 宁波银行南京分行万利金卡 交通银行江苏省分行中铁网络联名信用卡 借记卡类: 中国农业银行江苏省分行水韵江苏金穗卡 中国建设银行江苏省分行“途牛龙卡”系列卡 中国邮政储蓄银行南京市分行+薪卡 招商银行南京分行愤怒的小鸟亲子卡

周末去哪儿? 看这里

如果还在为周末去哪儿而伤脑筋的话,新鲜出炉的“江苏十大旅游新目的地”就是最好的推荐。6月8日,由现代快报、中国经济信息社江苏中心主办,携程旅行网、途牛旅游网、驴妈妈旅游特别支持的“江苏十大旅游新目的地”线上投票征集活动发布后,爱玩、爱热闹的小伙伴们纷纷推荐江苏旅游新去处。不少网友在参与投票时为自己家乡的新景点打Call,邀请大家去汤山、宝华山、三台山等地游览。作为特别支持单位,携程旅行网、途牛旅游网、驴妈妈旅游也提出向全网用户推荐江苏十大旅游新目的地,邀请全国,乃至全世界的游客畅游美丽江苏,助推江苏旅游品牌建设。论坛上还发布了由中国经济信息社江苏中心与12301国家智慧旅游公共服务平台联合出品的《江苏城市旅游品牌大数据报告(2018一季度)》。

江苏十大旅游新目的地

- 南京汤山国家旅游度假区 龙宫大白鲸世界 三台山国家森林公园 牛首山文化旅游区 东台西溪旅游文化景区 句容市宝华山国家森林公园 东方盐湖城周园度假区 荷兰花海 拈花湾 常州太湖湾旅游度假区

江苏十大地产品牌揭晓

除了旅游、理财、消费,对我们生活影响最大的可能是房子。经过大数据分析、市场调研,主办方评选出了“江苏十大地产品牌”,并在昨天的庆典上隆重发布。作为江苏人自己的地产品牌,他们始终站在行业前端,以成功的品牌创新经验在本土立足脚跟,并迈向更大的舞台。与此同时,由现代快报主办的第九届南京物业论坛也正式启幕,本届论坛聚焦“物业企业如何在物业服务转型升级的今天,让自己的品牌价值跟上时代化的大潮”,并以此展开讨论。同时,“2018南京市民最喜爱的物业服务与社区运营品牌”评选也在本次庆典上正式启动。

江苏十大地产品牌

- 苏宁环球 绿城东方 弘阳集团 银城地产 新城控股 栖霞地产 凤凰置业 亚东置业 朗诗地产 安居集团

