

AI 品牌 创未来 2023 超级品牌大会

# 2023 超级品牌大会(SMART)举行 四大年度榜单发布 40 个品牌上榜

品牌是企业的生命力,面对中国产品向中国品牌转变,以及生成式人工智能大爆发等时代机遇,品牌求新求变呼唤着行业的共同探讨。1月25日,由封面传媒、封面科技主办,中国联通作为特约合作品牌支持的2023超级品牌大会(SMART)在成都举行,四大年度榜单发布,40个品牌上榜。活动汇聚行业专家学者、品牌企业代表等,以创新之“智”解品牌发展之“问”。

## —— 超级品牌是最强经济形象 ——

大会现场,清华大学国家形象传播研究中心主任、清华大学新闻与传播学院教授范红立足超级品牌如何驱动国家形象、城市形象发展,以及如何打造超级品牌等主题进行了前沿观点分享。

“超级品牌是最强的经济形象,也是最重要的城市品牌形象。”范红说。何谓超级品牌?在她看来,超级品牌需要在行业内有绝对的领导力、高度的知名度和声誉,同时还需具备忠诚度。“就是消费者总消费你、信任你的产品,哪怕在危机的时代都具有卓越的市场地位、持续的品牌价值,以及全球影响力。”她说。

此外,强大的市场营销能力也必不可少,这与品牌传播息息相关。“品牌是消费者心智的选择,优秀的企业会通过有效的传播,在消费者的心智里打下一个可竞争、可选择的抉择感。”范红说。

“打造超级品牌要进行专业的传播。要做到专业,首先要有清晰的定位,保持一致的价值传达,用很精简的内容来说很复杂的事情。”范红举例说,有的企业传播LOGO(标志)和口号就够了,有的超级企业甚至连LOGO也不需要传播,因为它早已深入人心。

另外,超级品牌传播还要做到标签化、符号化、视觉化、体验化,要有优秀的企业文化内容,同时需要充分了解消费者的行为方式。“要以传播思维进行思考,而不是宣传思维。”范红分析说,宣传思维就是品牌以主观意识去传播内容,而不以市场需求、消费者的心智去思考传播,这种传播效果会大打折扣。

范红还特别提到,真正的超级品牌应是全球化的。“如果站在国家层面去思考,品牌更要有全球化意识,希望更多的企业能走出去,带着中国特色在全球打造超级品牌,更好地塑造国家形象。”她说。

## —— 业内人士共话品牌热题 ——

2023年,一批批“出圈”超级品牌令人印象深刻,树立了品牌营销的成功案例。大会现场,相关品牌负责人进行了主题演讲。

去年,贵州村超火爆全网,被无数人盛赞为“伟大的比赛”,也成功闯出了自己的赛道。活动现场,贵州村超宣传专班负责人王永杰讲述了贵州村超火爆之前的5次失败尝试,并用“人民、闯新路、担当和利他”四个关键字总结了其成功的原因。

要打造一个“出圈”品牌,传播至关重要。“我们做了很多创新,最核心的就是内容为王。”王永杰分享了贵州村超传播的六大经验:以“人”为中心、让文化被看见、把球场当作景区来运营、把政通人和的亲民形象做到极致、群众体育—纯粹的足球以及真诚的正能量,并概括道:“自古营销留不住,惟有‘真’字动人心!”还记得温暖百万人的《晚安短信计



1月25日,2023超级品牌大会(SMART)在成都举行,图为圆桌对谈环节。主办方供图

## 2023 超级品牌大会(SMART) 四大榜单揭晓

### 年度智臻品牌(排名不分先后)

比亚迪	红旗连锁
微博	三星堆博物馆文创
麦当劳中国	自贡·中华彩灯大世界
青花郎	河南卫视“中国节日”系列节目
优衣库	OST传媒

### 年度领创品牌(排名不分先后)

中国联合网络通信有限公司四川省分公司	烤匠·麻辣烤鱼
四川中烟工业有限责任公司宽窄品牌	理真
商汤科技	驰宇盐品
成都王府井百货	许家菜
成都高新米兰柏羽医学美容医院	2023大凉山泸沽湖冬季阳光(诗歌)音乐季

### 年度社会责任品牌(排名不分先后)

蓝润集团	明宇商旅
成都轨道交通集团	字节跳动跳跳糖员工公益
成都航空	美年大健康
恒丰银行成都分行	成都诺森医学检验有限公司
环城生态区	银谷碳汇

### 年度Z世代focus品牌(排名不分先后)

太平洋电影	好医生康复新
名创优品	广药白云牙膏
长安启源	二十四伎乐
小龙坎火锅	沉浸式戏剧《星光·1953》
五里关火锅	成博出品

划》吗?这个点子让无数的温情在陌生人的屏幕间蔓延,其背后离不开新世相的创新探索。“如何用内容为品牌赋能,我认为可以用一句话总结:产品带来信任,内容带来信念。”新世相·世之相商业化内容总监姜曼说,中国有很多好的国货品牌,只要用户有比较好的体验感,就会建立起信任。此外还需要品牌塑造自己的精神价值、精神形象,思考除了产品好用外,如何在受众心里留下能打动他们的内在情感。

春节将至,自贡灯会依旧是春节出游的绝佳选择。“现在到处都在做灯会,竞争激烈,怎样不断实现超越是很大的难题。因此我们每一届的灯会标准都是精彩难忘,届届出彩,年年出新。”自贡彩灯行业协会秘书长诸小英说。

当前,自贡灯会虽已成功“出圈”,但诸小英认为不能停止于此。“我们要开拓国外市场,努力把中国彩灯节品牌固化好,讲好中国故事,传播好中国声音,带着文化自信走出去。”她说,同时还要在现有的市场基础上,延链、拓链、补链,把彩灯这一季节性产品变成彩灯制造,与其他资源整合,形成产业规模效应。

值得关注的是,大会现场汇集了不少国际国内知名企业。为了加强企业间互动交流,活动还开设了圆桌对谈环节,就热点品牌话题进行讨论。

此次圆桌会的主题为“以企业之眼 看品牌出圈”,聚焦当下火爆的文旅品牌“出圈”现象、品牌如何跨界上分以及线上流量如何转化为线下客流量三个问题,引发嘉宾深刻思考和积极发言,也为未来各大品牌长足发展提供了可借鉴的路径。

## —— 现场发布四大年度榜单 ——

一个品牌,记录一段故事,塑造一种形象。2023年,许多品牌在网络上“出圈”,有哪些刻进了你的记忆?

是那些激起社会关注、火爆全网的年度智臻品牌,还是潜心钻研技术变革,在行业引领创新风尚的年度领创品牌?是在变化万千的市场中保持公益初心,恪守社会责任感的年度社会责任品牌,还是抓住“Z世代”目光,在年轻人市场中备受青睐的年度Z世代focus品牌?

本次大会现场发布了年度智臻品牌、年度领创品牌、年度社会责任品牌以及年度Z世代focus品牌四大榜单。经过前期各企业踊跃报名,以及用户火爆投票,每个榜单各产生了十大优秀品牌,并在活动现场为其颁奖。

其中,太平洋电影、名创优品、长安启源等品牌获得了年度Z世代focus品牌。中国联合网络通信有限公司四川省分公司、四川中烟工业有限责任公司宽窄品牌、商汤科技等品牌获得了年度领创品牌。蓝润集团、成都轨道交通集团、成都航空等获得了年度社会责任品牌。比亚迪、微博、麦当劳中国等获得了年度智臻品牌。

值得一提的是,大会现场还举行了精彩的表演节目——沉浸式戏剧《星光·1953》。该剧以成都金堂籍中国人民志愿军一级战斗英雄胡修道为原型,突出表现了他的成长历程、战斗事迹和坚定信仰。悠扬动人的歌声,动情生动的演绎将现场观众带入了那个奋斗、感人、热血的年代,引发全场共鸣。

华西都市报-封面新闻记者 赵奕