

# 山东40个品牌上榜“中国500最具价值品牌”

□记者 王新蕾 报道  
**本报北京6月19日电** 第21届世界品牌大会今天在北京举行，主办方世界品牌实验室（World Brand Lab）发布了2024年《中国500最具价值品牌》分析报告，国家电网以6538.86亿元的品牌价值，居本年度最具价值品牌榜首；山东共有40个品牌入选，数量居全国第四。

在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中，居榜单前五名的分别为国家电网（6538.86亿元）、中国工商银行（5630.69亿元）、海尔（5408.29亿元）、中国石油（5145.37亿元）、中国人寿（5019.85亿元），这些品牌已经迈进世界级品牌阵营。

2024年《中国500最具价值品牌》的总价值为38.57万亿元，比去年增加4.24万亿元，增幅为12.35%。世界品牌实验室编制中国品牌报告已是第21个年头，2004年入选门槛仅为5亿元，前500名品牌的平均价值为49.43亿元。2024年，入选门槛已经提高到38.26亿元，前500名品牌的平均价值高达771.40亿元，增幅为1460.59%。本年度共有108个中国品牌的价值超过1000亿元，比去年增加36个。

世界品牌实验室学术委员会主席、牛

- 国家电网以6538.86亿元品牌价值，居本年度最具价值品牌榜首
- 海尔、青岛啤酒、魏桥，排在山东上榜品牌的前三位
- 32家媒体单位上榜，山东两家均为大众报业集团旗下媒体

津大学营销学荣誉教授斯蒂芬·沃格（Steve Woolgar）博士表示：“在过去的20多年中，我目睹了中国品牌的快速成长，有的已经具有强大的世界影响力，这些品牌包括国家电网、海尔等。”

从本届《中国500最具价值品牌》区域分布来看，北京有91个品牌入选，名列第一，因为盈利能力强的央企总部多集中在北京；广东和上海分别有79个和42个品牌入选，位居第二和第三。山东紧随其后，共有40个品牌入选，排在前三位的品牌分别是海尔、青岛啤酒和魏桥。

其中，海尔连续21年登上这一榜单，品牌价值高达5408.29亿元。同时，在这份分析报告中，海尔还被评为“2024年度最佳表现品牌”。

品牌建设投入大、周期长，能够真正全心投入创造品牌并非易事。海尔集团董

事局主席、首席执行官周云杰表示，自主创新是一场艰难的马拉松，要耐得住寂寞、经得起诱惑。海尔在创业之初就坚持全球创牌战略，并带动中国家电业实现了从“中国产品”到“中国品牌”的转变。当下，海尔在全球建立了包括海尔、卡萨帝、Leader、GE Appliances、Candy、斐雪派克及AQUA在内的七大高端品牌矩阵，实现高端品牌的全球引领。

青岛啤酒以2646.75亿元的品牌价值，位居食品饮料行业前三名，并连续21年摘得中国啤酒品牌桂冠。青岛啤酒及其子品牌的品牌价值总和超4267亿元。青岛啤酒公司旗下的崂山啤酒、汉斯啤酒、青岛啤酒博物馆、王子以及TSINGTAO1903青岛啤酒吧分别以693.17亿元、405.37亿元、376.82亿元、72.81亿元、72.75亿元，同时上榜中国500最具价值品牌。

在纺织服装行业，魏桥的品牌价值排名第二。魏桥集团在轻量化材料领域具备深厚的研发实力，其轻量化基地不仅拥有先进的生产设备，更凭借自主研发的先进技术，成功研制出一系列重量轻、强度高的材料，为汽车、航空航天等行业提供了可靠的解决方案。

从传媒行业来看，中国500最具价值品牌中，全国共有32家媒体单位上榜，山东有两家，均为大众报业集团旗下媒体。其中，齐鲁晚报·齐鲁壹点排名第352位，品牌价值262.75亿元；半岛都市报排名第386位，品牌价值183.79亿元。

世界品牌实验室专家组认为，一个区域的竞争实力，主要取决于其比较优势，而品牌效益直接影响着地区比较优势的形和发展。品牌是一个地区发展的重要标志，品牌与区域经济的增长是相互联动的。

今年世界品牌大会的主题是“突破与创新：数字技术提升品牌价值的路线图”。来自哈佛、耶鲁、牛津、欧洲工商管理学院等与会专家表示，数字化转型带来的影响是，现在的营销比以前更加个性化，AI在自动化日常营销工作中非常出色，但在创意营销任务中，它还无法取代人类智慧。

## 我省中西部地区高温持续 局部有雷雨或阵雨

□记者 方全 报道  
**本报济南6月19日讯** 记者今天从省气象台获悉，受大陆暖高压脊影响，预计20—22日，我省中西部地区仍将持续出现高温天气，最高气温：滨州、东营、德州、聊城、菏泽、济宁、济南、淄博北部和潍坊北部37℃—39℃，南部沿海地区26℃—28℃，其他地区29℃—35℃。

具体预报来看，19日夜间到20日白天，南部沿海地区天气阴，局部有雷雨或阵雨，其他地区天气晴间多云。

20日夜间到21日白天，鲁南地区天气多云转阴，有小到中雨并伴有雷电；鲁西北和半岛地区天气晴转阴，局部有雷雨或阵雨；其他地区天气晴转多云。

21日夜间到22日白天，鲁南地区天气阴，有小到中雨并伴有雷电转多云，其他地区天气阴，局部有雷雨或阵雨转多云。



6月19日，临沂市郯城县马头镇中张林村农民使用“射频卡灌溉系统”浇灌水稻。

□通讯员 房德华 报道

# “围猎”老年人的保健品

**蹲点调查**  
□ 大众新闻客户端记者 张瑞雪

“大伯发来一个视频，一群老年人唱歌跳舞又打牌，像是年会。”6月10日，在济南工作的青岛女孩周蕊告诉记者，“我要了定位，是一位于济南章丘的一个科技园，赶过去后，一名‘辅导员’阻拦我带走大伯。”

5月底，周蕊接到大伯的电话，他高兴地告诉周蕊，有人请他从青岛到外地旅游，同游的200多位老人坐满了4辆大巴，济南是最后一站，东道主是某款保健品的厂商。行程末尾，大伯又加购了4万余元的产品。周蕊注意到，产品包装上明确标注着“固体饮料”字样。但大伯执意认为这种保健品“包治百病，对糖尿病患者尤其管用”。

在杭州，刚入职“营养师”职位的申树正在学习推销5000元一箱的牛初乳制品给周边社区的老年人。经理每天会抽一个半小时“敲打”业绩，“经理总说我们心不够狠，手太软。”

“心软”的申树打算辞掉这份工作，而已经入局的销售们，正在织起“围猎”老年人的大网。

**线上线下合力做局“钓大鱼”**

周蕊遭遇的“辅导员”，申树入职的“营养师”，这些称呼搭配着健康讲座、健康直播及天花乱坠的术语，都是为了让老年人深信不疑。

记者调查采访发现，保健品机构有一套成熟流程，核心便是“放长线钓大鱼”——开设线下门店，用鸡蛋、大米等

食品进行地推，吸引老年人进店领取，此时销售便会趁机加微信、建群或开办会员卡。

建立初步联系后，销售并不急于推销，而是经常邀请老年人参加群体活动、健康讲座等，逐步获取老年人信任，建立愈发亲密的联系。

申树说，在这一“放长线”环节，销售有两项主要任务：其一是摸清老年人身体状况，以便后期“对症下药”进行推介；其二是与老年人建立高黏性关系，销售会不时上门送米面油。

互联网时代，兜售保健品的套路也延伸至虚拟空间，微信群、直播间、网络讲座成为新的驻点。河北女孩张易说：“家里老人每天一睁眼就盯着手机听直播做任务，比上学还积极，饭都不按时吃。”

在进入“收网”阶段后，销售人员便开始以集体旅游、农家乐甚至入股等形式催购，并根据掌握的情况有针对性地夸大产品效果。申树透露，“三高”、糖尿病、关节炎等常见老年病症是宣传重点。

“有的老年人觉得人家送了那么多礼品，不消费不好。有的老年人容易轻信，一听就觉得产品真挺好，再加上已买过的同伴鼓动，能扛住不买的是少数。”曾在福建短暂做过保健品销售的邱明明说。

此外，更有效的催购手段是打“感情牌”。销售会哭诉若业绩不达标可能面临失业，老年人通常会心软。在团队精心打磨的话术面前，老年人的防范意识往往“溃不成军”。

### 健康焦虑与情绪价值

什么样的老年人更容易成为“猎物”？

“戴金镯子、金链子，脖子上有玉，会染头发的老人家。”邱明明说，新人销售一般会被传授如何从外表辨别有经济实

力的老年人。有退休金、经济状况尚可、独居的老年人，是最理想的“猎物”。

邱明明说，老年人大多有基础疾病，健康焦虑远非年轻人能想象，病急乱投医也是常见心态。她对此前销售过的保健产品的评价是“无功无过，不会出事”。对于有老年人主动宣传产品效果如何好，她认为，“还是心理暗示作用更大”。

上海市民司阿姨今年72岁，她说，自己的老年朋友受教育程度并不低，但也都乐于参加健康讲座，有免费的艾灸更不会错过。这种用时间、金钱为健康“投资”的感觉，让他们有了“安全感”。

健康之外，老年人的另一核心需求是情绪价值。随着年龄增长，司阿姨逐渐发现，为了“享受”陪伴与关心，数万元的保健品可能只是“赠品”，“销售帮着擦桌子扫地，比有些子女还关怀备至。”提供长期、稳定的情绪价值，成为保健品机构能够长存于一线的“秘诀”。

子女一旦介入，反而会触发老年人的逆反心理。北京市民赵涵的母亲除了购买保健品，甚至开始“入股”销售保健品的公司。赵涵觉得甚为可笑，母亲却争辩：“你学过什么药品知识？你做过什么事业？”作为长辈的父母，一旦被子女反向指责或教育，往往会应激式地维护自身正确性。

相近社区的老年人也更容易形成小圈层，当团体热衷于购买保健品时，不买的可能会被当作“异类”。邱明明表示，有时无需销售多言，老年人就会像小孩般互相攀比，“买得不够多会被瞧不起”。

但在销售人员眼中，评判老人价值的标准，仅仅是其购买意愿与能力。在申树的公司会议上，电子大屏分列着“猎物”们的详细信息，经理在旁讲解，“这些退休金5000元以下的，以后就不用再上门了……”

### 如何让老年人远离“围猎”

“我爸说你千万别去举报，你大伯一旦知道自己受骗，对他的打击是最致命的。”当周蕊想举报保健品机构时，父亲反而劝止了她——比起花冤枉钱，自己所推崇的东西“坠下神坛”，更难于接受。

“有个词叫‘沉没成本’，就买保健品来说，老人家节俭了一辈子，不能承认自己白扔这么多钱。”赵涵认为，母亲如果要面对虚掷了前半生勤勤恳恳攒下的积蓄这一现实，恐怕是个重大打击。

因此，如何劝住这些高度依赖保健品的老年人，无论对于子女还是社会而言，都是一个棘手的难题。

司阿姨认为，子女主动给长辈购买有效、正规的保健品，能够很大程度上缓解老年人的健康焦虑，也能让老年人感到“被爱”，为其提供稳定的情绪支持。

“有‘蓝帽子’标识的，就是国家批准的保健品。”一位面向企业端的保健品从业者告诉记者，教会老年人从源头分辨保健品的真伪也非常重要，“多带老年人去营养科和正规医生聊一聊，帮他们建立科学的健康常识，有了这个认知基础，就像有了抗体，不容易被侵袭。”

此外，业内亦在急切呼吁健康的行业生态，以期为老年人提供有效、可靠的保健产品。国家市场监督管理总局数据显示，去年，我国国产保健食品注册获批总数达到913款，同比增长155%，获批数量达近5年新高。2023年8月，国家市场监督管理总局发布《保健食品新功能及产品技术评价实施原则（试行）》，随后发布《允许保健食品声称的保健功能目录非营养素补充剂（2023年版）》及多份配套文件，对市面涌现的新型保健品进行了详细规定。

（应受访者要求，文中人物均为化名）

## 教育部发布2024年高考志愿填报十问十答

**新华社北京6月19日电**（记者 王鹏）各地2024年高考成绩将于近日陆续发布，高考志愿填报工作也即将启动。教育部19日发布2024年高考志愿填报十问十答，帮助广大考生和家长了解高考志愿填报相关事项。

高考志愿填报咨询公共服务方面，教育部首次在“阳光高考平台”推出免费的阳光志愿信息服务系统，将海量数据系统集成，进行个性化匹配推荐，从专业、就业、职业等多方面帮助考生了解学校和专业。同时还将举办“高考志愿填报云咨询周”活动，组织各省级招生考试机构和高校通过文字问答、视频直播等方式，为全国考生和家长提供志愿填报咨询指导公益服务。地方招生考试机构将通过印发志愿填报指导材料，推出志愿填报参考信息服务系统等多种方式为考生提供填报志愿所需的必要信息和服务，包括今年高校招生计划、高校近年录取情况、志愿填报办法和招生录取政策，考生须知等。

在投档录取方面，教育部提醒，高校招生录取实行“学校负责、省级招办监督”机制。无论是平行志愿投档录取还是顺序志愿投档录取，考生的退档风险主要涉及考生高考成绩没有达到所报专业录取分数且不服从专业调剂，以及考生存在不符合高校招生章程规定的其他要求。因此考生在填报志愿时一定要认真阅读拟报高校的招生章程，防止因不符合高校招生章程规定被退档。被高校退档的考生还可参加本批次征集志愿填报录取或后续批次的投档录取。已被录取的考生，不能参加后续志愿投档录取。

教育部介绍，高校招生实行计算机远程网上录取，各省（区、市）录取工作一般于7月上旬开始，8月底之前结束。高校一般会在录取结束后一周左右向录取新生寄发录取通知书。若考生在省级招生考试机构或高校官方网站上查询到了录取结果，一直没有收到录取通知书，可及时联系录取高校公布的招生咨询电话查询本人录取通知书邮寄情况。



扫码阅读  
问答全文

## 山东多措并举治理欠薪问题 省农民工工资支付监管平台累计纳入项目3万余个

□记者 齐静 通讯员 范洪艳 报道  
**本报济南讯** 以智慧化监管推动欠薪治理，山东将农民工实名制、工资保证金、工资专用账户、银行代发等工资支付保障主要制度集成到山东省农民工工资支付监管平台，有力推动了欠薪问题的治理。截至今年5月底，平台累计纳入项目31586个、实名制614.66万人。

为切实维护农民工合法权益，提升治理欠薪能力水平，山东在预防为主、治理关口前移的同时，坚持严格执法、多元化解纠治。以落实《保障农民工工资支付条例》为主线，出台工资保证金管理、省农民工工资支付监管平台管理办法、建筑工人实名制管理等相关配套文件30余个。上线省农民工工资支付监管平台，开展依托全国一体化在线监管平台支撑根治欠薪工作试点，加强与全国农民工工资支付监控预警平台的对接应用。同时，制作欠薪维权电话导图、欠薪投诉二维码等，方便农民工随时扫码、一键投诉。推动线索核处与省农民工工资支付监管平台应用联动、与政法系统一站式调解联动，助力欠薪多元化解。

针对农民工工资拖欠问题，我省不断深化联合惩戒，强力打击震慑。出台《山东省〈保障农民工工资支付条例〉法律责任条款行政执法指引》，明晰部门责任，明确执法权限。出台《山东省企业劳动保障守法诚信等级评价办法》等文件，分级公布重大违法行为，实施失信联合惩戒。

## 亚洲文化遗产保护联盟理事会第二次会议在青召开

□记者 李媛 报道  
**本报青岛6月19日讯** 今天，亚洲文化遗产保护联盟理事会第二次会议在青岛召开，来自23个国家和2个国际组织的150位代表出席。会议表决通过了《亚洲文化遗产保护联盟章程》修改意见，确认联盟由文化遗产国际合作机制转变为政府间国际组织，这是由中国发起并主导的首个区域性文化遗产领域政府间国际组织。会议还吸纳乌兹别克斯坦、马尔代夫为联盟成员国，洪都拉斯为联盟首个伙伴国。目前，联盟成员国、观察员国、伙伴国总数达到20个。

会上，中国国家文物局与洪都拉斯文化、艺术和遗产部签署两国建交以来首份文化遗产领域合作协议，双方同意将在文物保护、考古研究、博物馆交流、人员培训等方面开展务实合作，深化科潘遗址考古研究与展示利用合作，共同助力两国人文交流，促进民心相通。

## 2024 亚洲炼油和化工科技大会在东营举办

□记者 李明 通讯员 陈仕钊 报道  
**本报东营6月19日讯** 今天下午，以“科技驱动转型，竞逐新质生产力”为主题的2024（第12届）亚洲炼油和化工科技大会在东营开幕。会议为期3天，汇聚了来自美国、德国等12个国家的700余位炼油化工领域顶尖专家学者。

本次会议为全球炼油和化工生产企业、技术服务设备供应商搭建起交流平台，汇聚全球石化领域顶级专家和知名企业家，围绕炼油、石化和新材料产业链的热点趋势开展对话交流，分享炼油和化工领域前沿技术、优质产品和服务信息，探讨产业转型升级趋势和未来发展方向，推动当地进一步整合优化全球创新链、资源链和产业链，提升全省石化工业科技创新水平，提升行业整体竞争力与创新能力。

同期还举办了全球化工CTO闭门会、科技成果对接展示会等多场会议，涉及炼化行业转型升级、节能低碳发展、科技成果转化等多个领域，为产学研用各层次互惠合作、促进成果转化搭建了交流对接平台。

## 青岛：绿色金融支持 城乡建设绿色低碳发展

□记者 张晓帆 报道  
**本报青岛6月19日讯** 今天，青岛市政府新闻办召开新闻发布会，发布“绿色金融支持城乡建设绿色低碳发展”相关政策，实现对建筑业、金融业等行业的组织管理和有机融合。

聚焦星级绿色建筑、超低能耗建筑、装配式建筑等9大类绿色低碳项目，青岛加大绿色信贷、绿色基金、绿色债券投放力度；在受理、审批、投放等环节，采取“绿色通道”模式，加快办理速度；青岛市辖区范围内绿色低碳项目的融资主体单位，可自愿提出绿色金融申请；居民购买新建绿色商品住宅，公积金贷款可按家庭申请贷款时计算的可贷额度上浮20%确定。

目前，近40家银行机构提出精准服务措施，已对接首批84个房地产项目，涉及融资需求250亿元。同时，为34个购买绿色住宅或高品质住宅家庭，受理公积金贷款2181万元。下一步，青岛将完善以市场为导向的城乡建设绿色低碳发展体系，加速助力住建城乡领域绿色低碳转型。

（上接第一版）应结合当地生产实际，科学选用高产稳产、耐密抗倒、多抗广适、适宜机收的品种。应根据当地近年苗期主要病虫害发生情况，科学选择高质量种衣剂进行种子二次包衣或拌种，确保有效预防苗期病虫害。合理增加播

种密度，深入挖掘玉米单产潜力。

专家提醒，开展抗旱浇灌，要注意灌溉时间，避开中午高温时段，尽量在上午10点之前或下午4点之后进行。要注意灌溉量，适当灌水，保持田间湿润即可，不能有积水。部分种植大户在缺

少人手和灌溉设施的情况下，建议多种灌溉方式并用，采用新型灌溉方式与地面灌溉相结合的方式，缩短轮灌周期。要时刻关注玉米出苗后苗情，出现萎蔫等明显干旱特征时及时进行二次灌溉。另外，做好高温诱发病虫害的防控。