

169个品牌、7000多家门店、超10万人次参与

2021 齐鲁美食节圆满落幕

27日,由山东省商务厅、山东省市场监督管理局、山东省畜牧兽医局指导,齐鲁晚报·齐鲁壹点主办,双汇发展、冰雪时光、喜茶、蜜雪冰城、龙大肉食、青岛啤酒、仁怀酱香酒特别支持的“齐鲁美食节”圆满落下帷幕。在为期一周的活动中,共有169个品牌超7000家门店参与,19564人领取黑骑士卡,超10万人次参与美食节活动,齐鲁美食节为消费者奉献了一场美食饕餮盛宴。



文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张召旭

美食节迎来就餐高潮

本次齐鲁美食节活动,得到了众多餐饮商家的鼎力支持,全省共有169个品牌,超7000家门店参与本次活动。山东凯瑞商业集团、超意兴旗下所有门店均报名参加本次美食节活动,山东文旅酒店集团也携旗下5家中高端酒店拿出优惠参与美食节。济南核心商圈恒隆广场、魏家庄万达也组织数十家品牌参与美食节,除济南地区外,青岛、泰安、枣庄、滨州等地也有酒店报名参加活动。

本次齐鲁美食节,从街边店到星级酒店,涵盖火锅、自助、快餐、特色小吃、海鲜、烧烤……丰富的美食种类,满足了消费者对



美食节活动期间,某餐饮商家就餐者排起了长队。

美食的所有想象。其中包括肯德基、麦当劳、必胜客、超意兴、城南往事、老牌坊、皇城根、舜和酒店、老金烧烤、四季明湖、老板恋上鱼、过桥缘、椒艳时光、彦盛彦·烂豆花、杨铭宇黄焖鸡米饭等大家耳熟能详的品牌。

美食节的火爆让参与商家迎来了为期一周的就餐高潮。美食节活动第一天,虽然是工作日,拾味中点冻文路店里竟然像周末一样排起了长队。“这次美食节活动,我们所有的门店都参与了活动,活动第一天晚上就涌进来一大批持有黑骑士卡的消费者,我们店里的营业额比平日里增长了30%左右。”拾味中点一名工作人员表示,齐鲁美食节的宣传效果非常棒,为他们店里引来了大量客流。

“24日、25日正好是周末,来商场逛街的人非常多,持黑骑士卡就餐的人就更多了。”老板恋上鱼

世贸广场店工作人员表示,高峰时店外排队的顾客就餐需要等候一个多小时乃至更长,太火爆了!

在宽厚里,城南往事、牌坊里、皇城根、老济南四合院等品牌都是齐鲁美食节参与商家。他们纷纷表示,美食节期间,店里的客流要比平日里多不少,很多都是冲着黑骑士卡折扣来的。“美食节给我们店增加的客流真不少,效果确实没的说。”城南往事银座新天地店工作人员说,活动正式开始前,他们就把美食节的宣传招牌摆在了店内显著的位置,店内就餐的人纷纷前来咨询,很多消费者当场登录齐鲁壹点领取黑骑士卡。

通过回访,齐鲁美食节期间参与商户营业额均有大幅提高,七天平均营业额同比增长25%左右。

19654人激活黑骑士卡

根据活动规则,想要享受商家美食节折扣,消费者只需下载并注册登录齐鲁壹点App,即可免费领取专属于自己的电子黑骑士卡,到参与活动门店出示黑骑士卡页面,即可享受专属折扣,一人持卡,全桌均可享受优惠。根据后台数据,活动期间共有19654人激活黑骑士卡,按照黑骑士卡使用规则测算,至少有10万人次参与美食节。

国庆节后,齐鲁美食节即将举办的消息刚放出时,除了引来众多餐饮商户报名参加之外,更是吸引了大量壹粉关注本次活动。不少壹粉纷纷在情报站打卡,表示自己对美食节的期待。“齐鲁壹点用户专享福利,一卡在手尽享美食优惠”成了壹粉朋友圈最常见的话语。

为了让参与活动的市民更好地交流“吃货”心得,活动组织方

天桥区南村街道召开
基层党建重点工作推进会

本报济南10月28日讯(记者 戚云雷 通讯员 贺可凤)
25日下午,济南市天桥区南村街道召开了基层党建重点工作推进会。

会议对党员教育培训管理、灯塔党建在线、党史学习教育等重点工作进行调度,详细了解工作开展情况以及存在的问题,并重点围绕党支部建设规范提升工作进行培训指导,同时安排部署下一步工作。

会议要求,要切实扛起“党建第一责任人”的职责,严肃工作态度,树牢全域党建、全面提升的工作理念,把功夫下在日常,抓严抓实支部建设,并用好自查自纠工作方法,推动基础党务全面过硬。

入华24年的别克，恰如那双眼如刀、心中骄傲的少年，Forever Young

入华24年
超懂用户的别克Forever Young



作为别克今年推出的全新战略车型，近期上市的别克威朗Pro引起了身边年轻人普遍的关注和热议。从新车全面升级的产品力，到脑洞出圈的花式营销，威朗Pro将影响力渗透到了当代年轻人的生活当中。这也让我们看到：与时俱进的别克越来越年轻、生机勃勃，智行千里的别克在积极拥抱未来。

◆产品，唯领跑者强

1998年12月，通用汽车公司董事长兼首席执行官史密斯与上海汽车工业（集团）总公司总裁陈祥麟共同驾驶一辆白色别克新世纪轿车驶下生产线。别克世纪轿车是中国高档车市场当之无愧的领跑者。

继新世纪轿车之后，商务MPV别克GL8又横空出世，不仅开创全新的细分市场，也奠定了GL8在商务车的领跑地位。

2008年，汽车消费从公商务使用转向家庭使用，别克敏锐地洞察这一消费需求的变化，开启了品牌首次全面转型。以别克君威、英朗为代表的新一代产品围绕“全球平台 欧美技术”，率先引入缸内直喷、直喷涡轮增压、新一代智能变速箱和安吉星车载通信服务等先进技术，为消费者带来“更性能、更节能、更智能、更环保”的全新体验，别克的品牌形象焕然一新。

今天的别克品牌，聚集MPV家族、SUV家族、轿车家族、GS潮流运动车系，另有艾维亚高端子品牌、微蓝新能源子品牌两翼加持，不仅拥有丰富多元的产品矩阵，“以时代精神造时代车”的初心也始终未变。

◆技术，能领军者赢

纵观别克近期上市新车，无论是威朗

Pro还是昂科威Plus、昂科威S等等，它们在智能科技、交互体验、动力科技方面都亮点颇多。今年，别克传统驱动系统迎来全面电气化，主力车型上大规模搭载48V轻混技术，为消费者带来更智能、更环保、更高效的驾控体验。可以说，在整合通用汽车全球优势资源，满足中国用户需求方面，别克始终引领者。

别克是新能源技术的领军者。早在2008年，别克就推出国内首款中高档混合动力车君越Eco-Hybrid；如今，别克已实现对轻混、全混、PHEV插混和纯电动等多样化新能源技术型谱以及主流车身形式的完整覆盖；未来，别克还将引入通用汽车全面电气化的基石——全新Ultium奥特能平台，为中国市场打造“更智能、更安全、更性能”，而且更具竞争力的优质电动车型。

与此同时，已在昂科威S、昂科威Plus上率先搭载，代表行业“新算力”风向标的全新一代VIP智能电子架构将会快速普及，借助其具有的高速网络数据传输能力、整车级的OTA更新功能、航空级网络安全和无限可持续拓展潜力，为别克的智能互联与智能驾驶赋予更多技术支持。

在驾驶辅助技术领域，别克继续开疆拓土。2013年首发的全新君越就率先搭载了全车速自适应巡航、前方碰撞预警等七

项辅助功能；2020款别克GL8艾维亚实现L2级别智能驾驶辅助功能；2021款别克GL8艾维亚更成为业内首批搭载V2X智能交通技术的量产车型……

互联技术的发展应用，别克同样敢为人先，2009年导入的安吉星OnStar“全时在线助理”系统，就是今日车联网的“雏形”。自2017年至今，别克的网联化发展不断提速，先有全新一代君威提供车联“云”服务，再有每年100GB的OnStar安吉星车联应用流量终身免费服务，并开启了大规模OTA云升级服务。

今天，车联网技术已经成为别克的“第二引擎”，不仅提升用户的使用体验，推动产品的性能优化，也为别克带来持续高速发展的契机——以“第二引擎”实现四轮驱动，为机械平台植入神经网络。

◆服务，懂用户者胜

20年前，与国民家轿别克赛欧一同面市的，还有国内首个汽车服务品牌“别克关怀”、第一个二手车服务品牌“别克诚新二手车”。在汽车市场的成长期、在一个纯粹的卖方市场，别克的目光已经从产品的使用体验转向用户的服务体验，不仅要为用户带来“世界级的品质”，更要为用户提供“世界级的体验”。

针对互联时代的用户需求，“别克关怀”加速服务数字化转型，不断完善智能化服务。别克的“超级APP”iBuick掌上服

务应用通过快速迭代升级，能够全方位满足用户从看车、购车到用车、售后，还有资讯与社交等各类需求。而别克的官方会员组织“别客汇”成立7年来，不断推动“由车及人”的服务提升，打造出一个有乐趣、有收益，覆盖会员车生活的真实粉丝交互生态圈，迄今圈粉已超过550万。

无论线上还是线下，也不管是既有用户还是潜在客户，别克总能从用户的需求出发，引发用户对于别克品牌的价值认同。2020年及2021年，在J.D. Power中国销售服务满意度研究（SSI）年度报告中，别克连续两年位居主流车品牌之首。

今天的汽车业正在迎来百年未有的革命性变局，不仅有算力替代马力、智能替代性能，还有语音消灭按键……对于弱者而言，这些变化带来的是压力；对于强者来说，这些改变的背后是机遇。

在新形势下，别克品牌也从单纯的洞察需求，进化为更富有共情色彩的“懂得”需求，从过去的以产品为中心向全周期用户体验快速转型，不仅从用户需求出发打造产品，同时还从服务、营销、品牌体验平台各个维度直连用户创新体验，发力品牌全面向上。

威朗Pro的上市已过去多日，但那句歌词仍在心头萦绕，入华24年的别克，恰如那双眼如刀、心中骄傲的少年，Forever Young。