

数据赋能品牌建设新路径

《2024-2025山东品牌影响力报告》发布

韩欣然 实习生 袁珏鑫
济南报道

5月13日,“新质山东 品筑未来”2025年山东最具影响力品牌暨《山东企业ESG行动指南》发布活动在济南举行。该活动由山东数字文化集团主办,齐鲁晚报·齐鲁壹点承办,众多知名品牌建设和管理专家、企业家,以及来自主办单位、协办单位的领导和嘉宾,企业(单位)代表,中央、省市媒体记者和互联网平台代表齐聚一堂,共同探讨山东品牌ESG发展新路径。

活动发布了《2024-2025山东品牌影响力报告》(以下简称《报告》)。《报告》基于大数据分析,系统评估了山东品牌发展现状,涵盖案例解析、全景扫描、区域综合INC指数、行业洞察、模型应用及提升建议六大板块,为区域品牌建设提供了科学依据和实践指导。

《报告》通过对山东省22个行业进行全景监测,分析了各行业的品牌传播态势。结果显示,教育、文化类品牌凭借公共属性和故事性优势,在传播效果上遥遥领先;本科院校、家居装饰机构、专科学校因信息披露刚需,官网呈现度均达



5月13日,“新质山东 品筑未来”2025年山东最具影响力品牌暨《山东企业ESG行动指南》发布活动在济南举行。

王鑫 摄

到“提升级”水平;民宿酒店行业的破圈能力虽然受限于传播广度,但优质口碑助其实现了从美誉度到传播力的有效转化。

在典型案例解析部分,《报告》重点解读了“《黑神话:悟空》推动灵岩寺传播”和“2024淄博烧烤从网红到长红”两大年度现象级案例。数据显示,游戏场景植入带动灵岩寺INC指数显著提升,社交平台传播则实现了淄博烧烤从短期

爆红到持续热度的转变。这两个案例的成功经验,为后续行业分析提供了生动的实践参照。

在区域品牌发展方面,报告揭示了各市行业领域的品牌传播综合效果。数据显示,济南凭借其丰富的教育资源和企业资源,在上市企业和高校品牌传播中占据明显优势;青岛则依托“好品山东”品牌矩阵和优质景区资源,形成了多领域协同发展的良好局

面;泰安充分发挥泰山这一世界级IP的带动效应,在旅游品牌传播上形成了鲜明特色。这些区域差异化发展的经验,为其他城市的品牌建设提供了有益借鉴。

值得关注的是,《报告》重点测评的八大核心领域展现出强劲发展势头。通过对“山东上市企业”“山东知名景区”“山东公共品牌”“‘好品山东’入围品牌”“山东知名农产品区域公用品牌”“山东酒店”“山东高等院校”“山东工业互联网平台”8个领域进行评测发现,2024年度山东八大领域INC指数均实现增长,平均同比上升44.87%。

具体来看,东阿阿胶、青岛啤酒在山东上市企业中表现最为亮眼;“好客山东”在山东公共品牌中稳居榜首,日照绿茶、菏泽牡丹、烟台苹果则在山东知名农产品公共品牌中跻身前3;INC指数共监测两批“好品山东”入选品牌,东阿阿胶、海尔、青岛啤酒、海信四大品牌占据“好品山东”前四位;5A级景区在文旅品牌中占据主导地位,亲子酒店在各类型酒店中最受关注;山东大学、青岛大学领跑山东高校品牌;东阿阿胶股份有限公司、浪潮电子信息产业股份

有限公司、海尔集团在山东产业互联网平台领域表现优异。

《报告》课题组负责人介绍,报告测评采用的模型为壹点智库研发的网络传播影响力指数,简称“INC”指数,从传播广度、传播热度、网络关注度、自有平台呈现度、电商平台活跃度、网络美誉度六大维度评估品牌效果,并根据行业差异动态调整指标权重,确保评估的精准性。

基于深入的数据分析和企业调研,《报告》提出四大提升策略:打造差异化内容塑造品牌个性,构建全域传播矩阵扩大影响力,推动智能化升级提升传播效率,完善监测评估体系优化决策支持。

“做品牌不等于打广告,品牌建设是系统工程。”《报告》课题组负责人表示,“未来,智库将继续发挥资源整合和数据分析优势,为山东品牌的高质量发展提供持续智力支撑。”

《2024-2025山东品牌影响力报告》的发布,将为政府品牌政策制定提供科学依据,为企业品牌发展提供服务和助力,持续推动山东品牌建设向专业化、科学化、系统化迈进,进而实现高质量发展。

“2025山东大学生喜爱品牌调查”启动

张志恒 王鑫 济南报道

5月13日举行的“新质山东 品筑未来”2025年山东最具影响力品牌暨《山东企业ESG行动指南》发布活动上,“2025(山东)大学生喜爱品牌调查暨2025(山东)大学生消费新趋势研究活动”同时拉开帷幕。

随着“Z世代”逐渐成为消费

市场的主要力量,年轻群体已然成为各大品牌竞相追逐的焦点,“年轻化”也成为未来市场的主流风向标。为了更好地探索品牌创新发展之路,齐鲁晚报壹点智库联合山东大学广告研究中心曾于2024年发起山东大学生喜爱品牌调查活动,吸引了全省16市100余所高校的9万多名大学生参与,并向社会发布了2024(山东)大学

生消费新趋势研究报告。

此次活动将继续聚焦大学生群体的消费偏好和品牌认知,通过科学的调查方法和数据分析,深入了解大学生心目中的心仪品牌,为品牌企业提供更具有价值的市场洞察,更好与年轻消费者之间搭建起坚实的桥梁;通过持续的调查研究,帮助企业更好地把握年轻市场脉搏,推动品牌创新和市场发展。

孙佳琪 王鑫 济南报道

5月13日下午,中国广告协会国际传播工作委员会执行主任陆文龙在“新质山东 品筑未来”2025年山东最具影响力品牌暨《山东企业ESG行动指南》发布活动上致辞。

陆文龙认为,当下,品牌建设已成为企业发展的核心要素。一个成功的品牌,不仅是产品或服务的标识,更是企业价值观、文化内涵以及社会责任的集中体现。山东省在品牌建设方面有着深厚的底蕴和卓越的成就,众多优秀品牌从这里崛起,走向全国乃至全球市场。省内像海尔、海信等品牌凭借不断创新的技术、过硬的产品质量以及深入人心的品牌形象,成为山东品牌的代表,也为中国品牌在国际市场上赢得了声誉。因此,此次活动的举办具有重要意义。

关于品牌建设,陆文龙在会上简要谈了自己的三点认识:

第一,品牌出海。随着经济全球化的深入发展,品牌出海已成为众多企业拓展市场、提升国际竞争力的重要战略选择。在这个过程中也面临着诸多机遇与挑战。一方面,“一带一路”倡议等为中国品牌出海搭建了广阔的平台,为中国品牌提供了更广阔的市场空间和发展机遇;另一方面,不同国家和地区的文化差异、市场规则、消费习惯等,也要求未来品牌在出海过程中,必须深入了解当地市场,进行精准的

中国广告协会国际传播工作委员会执行主任陆文龙:

推动品牌出海,增强品牌ESG话语叙事

市场定位和本地化策略调整。

第二,品牌的ESG话语叙事。品牌的ESG(环境、社会和公司治理)战略也是不容忽视的重要方面。在可持续发展成为全球共识的今天,ESG已成为衡量品牌竞争力和社会责任感的重要标准。越来越多的消费者在选择产品和服务时,会将企业的ESG表现纳入考虑因素。一个注重ESG的品牌,不仅能够赢得消费者的信任和认可,还能在长期发展中降低风险,实现可持续增长。齐鲁壹点也在积极推动品牌ESG生态体系建设,例如发布《山东企业ESG行动指南》和山东企业ESG优秀案例,为企业提供指导和借鉴。

第三,面对AI时代,品牌有哪些挑战和机遇。为了更好地助力品牌建设,中国广告协会国际传播工作委员会还开展了一系列走进企业的活动。通过这种学习活动,能够切实帮助企业提升品牌建设能力,实现品牌的可持续发展。

陆文龙认为,品牌建设是一个长期而系统的工程,需要政府、企业、行业协会以及社会各界共同努力。中国广告协会国际传播工作委员会将继续发挥平台优势,联合齐鲁晚报·齐鲁壹点,整合各方资源,为品牌建设提供全方位的支持与服务。在大家的共同努力下,中国品牌一定能够在国际舞台上绽放更加耀眼的光芒,为推动经济全球化和世界经济发展作出更大的贡献。

齐鲁品牌文化数智平台共建项目启动

张志恒 王鑫 济南报道

5月13日举行的“新质山东 品筑未来”2025年山东最具影响力品牌暨《山东企业ESG行动指南》发布活动上,齐鲁品牌文化数智平台共建同时启动。此次活动旨在集合各方力量,调动创新要素,

通过优质内容创作和智能技术赋能,为山东优秀品牌的增量、提质、出圈作出更大贡献。

随着数智化时代的加速演进,品牌发展正迎来全新的趋势。人工智能、大数据、视频传播等技术的爆发式迭代,正在推动品牌价值竞争进入一个全新的维度。

从工具赋能到战略升维,从单向传播到生态共创,数智化不再仅仅是企业的技术命题,更是重构品牌价值底层逻辑的核心动能。

齐鲁品牌文化数智平台的共建,将为山东品牌提供一个全新的发展平台,助力品牌在数智化时代实现价值的重构与提升。

高价收购

高价收购老钱币邮票字画老酒像章纪念章选集小人书银元金银币等15662781688 可上门看货英雄山文化市场西门口红太阳古玩店

家政服务

◆家政13793180410◆求购15864536825

收购字画

◆空调移修85863908◆空调充氟

先行众创空间招商

成熟工业园区,优越营商环境。惠企政策对接,管家贴心服务。

现有车间120㎡、130㎡、230㎡、260㎡、700㎡、750㎡、800㎡、900㎡、1100㎡空地、1200㎡、1800㎡、1960㎡、2500㎡、2760㎡、3300㎡、3700㎡、4500㎡、5100㎡和8000㎡等不同规格,招商招租,可整租可分租。

◆高新万达11座1502室121㎡写字间出租

◆龙湖华庭10号楼1单元13层1301学区房商住两用147㎡出租出售

◆天桥区龙湖华庭6号楼2单元3303室132㎡出租出售

专业团队运营,提供全方位标准化服务,免费共享接待商务区,免费代办各类经营手续,提供帮扶补贴协助,欢迎垂询

垂询热线:13805408666 王经理(微信同号)

菏泽黄店精品西红柿

通过SGS安全检测自然成熟新鲜直达

¥255斤

扫码查看