# 强省竞逐之下，山东IP何以“好”到出圈？

山东,又一次“出圈”了。

近日,“好客山东 好品山东”2023北京推介活动举行,通过国际化展示交流活动,进一步提升“好客山东 好品山东”品牌影响力,为推动山东高质量发展营造良好外部环境。

这是继去年9月山东向全国乃至全世界主动递出“好客山东,好品山东”新名片后,再次向外界展现山东的区域形象和综合竞争力。

品牌强省,山东何以走在前列?

“好客山东 好品山东”2023北京推介活动举行。本文图片均来自 澎湃新闻记者 林梦希 摄

01

山东,究竟“好”在哪里?

几乎每一个地方都有独属于自己的区域品牌,广东的“制造业当家”,四川的“蜀里安逸”,河南的“美豫名品”,上海的“四大品牌”,不一而足。

反观山东,“好客山东”与“好品山东”之中的“好”,成为这座经济大省最为独特的品牌符号。

“好客山东”的说法可谓广为人知,早在2007年一经提出,就迅速传遍大江南北,被无数省份和城市所效仿。

是否“好”自己说了不算,而要看能否经受住时间的考验。16年多过去,“好客山东”仍旧是山东文化形象的最佳宣言,得到全国上下的广泛认可;而今年上半年的“进淄赶烤”,更将“好客山东”展现得淋漓尽致,足见其生命力之强。

究其原因,深植于齐鲁大地“礼仪之邦”与“好客之道”的文化基因,对“有朋自远方来,不亦乐乎”的现代阐述,对山东人豪迈热情、崇礼尚宾的形象的精到概括,让“好客山东”自一开始就充满活力。

值得一提的是,将“好客”与山东绑定在一起,既丰富了山东的文化形象,也为文旅产业的蓬勃发展创造了更大的空间。

早在2019年,山东省旅游总收入就已突破万亿大关,相比2012年翻了一倍有余;而今年前三季度,山东旅游总收入达到7309亿元,实现强劲复苏。

与之对比,“好品山东”这一概念的推出,只有三年多时间,但已成了山东品牌强省绕不开的存在。

悠久的历史,灿烂的文化,丰富的自然资源,独特的区位优势,让山东成为中国“地大物博”的缩影,自然容易孕育出丰富的“好品”。

同时,山东是我国农业第一大省、人口第二大省、工业第三大省,一流的制造能力,叠加超大规模市场优势,让山东的产品竞争力稳居前列。

这是山东“好品”诞生的基础,而“好品山东”品牌的诞生,则与当下的经济背景不无关系。

一方面,随着山东经济一路向上,山东企业从小到大、从弱到强,逐步跻身中国500强乃至世界500强企业矩阵,唱响了在全国乃至全球的影响力,山东品牌开始走向世界。

根据世界品牌实验室(World Brand Lab)发布的2023年《中国500最具价值品牌》,山东共有45家企业上榜,总量位居全国第三,仅次于北京和广东。

另一方面,随着经济从高速增长步入高质量发展的新阶段,居民对于消费升级的需求,省市对于产业转型升级的需求,国家对于科技创新的需求,共同交织在一起,呼唤更深层次的品牌战略。

同时,近年来,山东在全国率先开启新旧动能转换的探索,在淘汰大批落后产能的基础上,培育出了一批新动能,这些新动能正在成为“好品山东”的主力。

就此而言,“好品山东”的推出,既是全面展现山东综合竞争力的必须,也是凸显高质量发展的必然之举。

02

好品山东,竞争力有多大?

今年以来,山东连续发布两批“好品山东”遴选品牌名单,共有328个品牌位列其中,制造业占了绝大比重。

中国是全世界唯一拥有全部41个工业门类的国家,而山东则是唯一拥有全部工业大类的TOP5经济大省。

正如中国制造响彻全球,深刻重塑国际贸易格局,山东制造孕育出的“好品山东”,同样成为全国乃至全球不容忽视的存在。

日前,“中国高铁出海第一单”——印尼雅万高铁正式开通运营,其中最核心的“复兴号”动车组列车,也是我国首次出口的高铁列车,正是由青岛的中车四方公司设计制造,为名副其实的“山东造”。

近年来,我国先后实现第一艘国产航母、第一架国产大飞机、国产首制大型邮轮“零”的突破,背后都不无“山东力量”的贡献。

在消费品工业领域,“好品山东”更是在全球“攻城略地”,如今,中东非、南非最大的家电品牌双双来自山东,一个是海尔,一个是海信。

可见,从消费品工业到大国重器,从传统优势产业到高新产业,山东制造正在全面突围。

在许多人的传统印象中,山东虽然是名副其实的工业大省,但传统产能占工业比重70%左右、重化工业占传统产业比重70%左右的产业格局,成了制约长远发展的难题之一。

面对这一局面,山东在全国率先开启了新旧动能转换的全新探索,逐步实现产业层级的蜕变。

早在2018年,《山东省新旧动能转换综合试验区建设总体方案》获批,这是全国第一个以新旧动能转换为主题的区域发展战略。

在此基础上,山东打造了以“十强”产业为主的新动能,新一代信息技术、高端装备、新能源新材料、现代海洋、高端化工等新兴产业,成了新型工业化的主要方向。

这些“新质生产力”的崛起,不仅巩固了山东既有产业的优势,还进一步打造了一批具有全国竞争力的战略性新兴产业集群,让“好品山东”的品牌矩阵得以不断扩容。

如今,许多人对山东“傻大黑粗”的产业印象已经得到改观,在各大科技、产业榜单上,已经出现了越来越多的“山东身影”。

数据显示,山东省已拥有国家级制造业单项冠军企业186家,位居全国第二;专精特新“小巨人”756家,位居全国第三,竞争力之强,可见一斑。

此番亮相“好客山东 好品山东”2023北京推荐会的“好品”,既有以海尔、海信、青岛啤酒为代表的历久弥新的经典品牌,也不乏以浪潮科技、歌尔穿戴为代表的新赛道产品,更有全球首辆时速600公里高速磁悬浮、蛟龙号载人潜水器等核心科技力量。

每一个旧动能的升级,每一个新动能的诞生,都会带动一家企业乃至一个产业的变革,最终为造就一个又一个享誉国内外的品牌,创造更大可能。

03

品牌强省,正在重塑区域竞争格局。

长期以来,区域竞争,往往集中于GDP总量、财政、产业等“硬实力”层面,而忽视了品牌竞争力等软实力的重要性。

放眼世界,美国之所以能塑造全球性的影响力,除了经济、科技、军事等实力的支撑外,跨国公司、好莱坞电影、世界500强企业等品牌带来的助力不容小觑。

随着中国晋级为世界经济第二大国,世界500强企业矩阵日益庞大,国际影响力不断提升,“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”就成为必然。

当品牌战略上升为新的国家战略,几乎每一个省市都在打造属于自己的品牌体系,跻身品牌强省(市)的竞逐战。

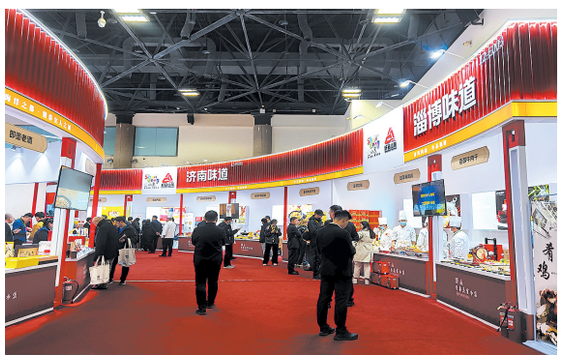
广东、浙江等地纷纷以“制造业当家”或“制造强省”自居,塑造“广东制造”或“浙江制造”的金字招牌。

上海则是系统性提出了“上海服务、上海制造、上海购物、上海文化”四大品牌,擦亮“上海”二字本身的光环效应。

深圳等地则力图摆脱“世界工厂”的传统认知,以高新产业重塑区域形象,以“创新城市”作为自己最响亮的招牌。

而更多的省市,则试图借助流量经济带来的狂欢效应,通过打造网红城市迅速出位,刷新在全国的存在感,从而强化城市的知名度。

然而,品牌建设不是千城一面的模仿游戏,而是根植于地域文化、历史积淀、产业结构、创新意识之中,从而形成独特的竞争优势。




山东在这方面,起步更早,且走得更远一些。

作为全国首批实施品牌战略省份之一,早在2002年,山东就成立了“名牌战略推进委员会”,2007年设立“质量兴省工作领导小组”,后来升级为“山东省质量强省及品牌战略推进工作领导小组”,足见重视程度之高。

从“好客山东”到“好品山东”,山东的品牌战略,不再局限于某一产业或某一领域,而是横跨文化、产业等方方面面,形成了产品、企业、行业、区域、地理标志“4+1”品牌体系,打造出独一无二的公共区域名片,为高质量发展蓄积更大动能。

如果说“好客山东”体现的是文化和精神,“好品山东”体现的是产业和质量,两者结合,才能真正体现山东之“好”的完整内涵。

根据规划,力争到2025年,“好品山东”竞争力位居全国区域品牌前列,到2030年“好品山东”成为具备国际竞争力的区域品牌的近期和中期目标,助推山东从品牌大省向品牌强省迈进。

山东率先晋级为品牌强省,有着更为深远的意义。

近年来,“南北差距”取代“东西差距”的说法广为流行,北方需要经济大省勇挑大梁。作为北京经济第一大省,被赋予 “重要的工业基地和北方地区经济发展的战略支点”重任的山东,自然要担起重任。

北方能源大省众多,传统动能占比远高于南方省份,几乎所有地区都面临新旧动能转换的压力。背靠全国唯一一个以新旧动能转换为主题的区域战略,山东正处于“一年全面起势、三年初见成效、五年取得突破、十年塑成优势”的关键阶段,有望为其他地区探索更多可行的参考经验。

无论是体现国家战略下的“山东担当”,还是自身转型发展的需要,山东都有必要先行一步,借助“好客山东,好品山东”的品牌效应,率先迈向高质量发展之路。

# 枣庄市中区：小草莓托起致富大产业

记者 **王乐平 郑晓琳 刘复成**

眼下，枣庄市市中区大棚草莓陆续成熟上市。种植户田沪杭的网络直播间里也热闹起来，足不出户就可以完成草莓订单，这让她很开心。

“我就开始接触短视频，吸引很多同城的游客来到我们这里采摘，后来也是通过线上的直播也将我们的草莓销售到全国各地。”田沪杭说，电商销售给田沪杭的草莓基地带来了流量和人气，不仅解决了草莓的销路问题，也吸引了大批市民前来采摘。

采摘的游客纷至沓来，吸引了更多的村民开始种草莓，草莓红火了，老百姓的腰包也鼓了起来。

“我把土地流转给咱这个草莓基地，我能领到一份钱，然后我到咱草莓基地来工作，又能领到一份钱，不出家门就能领到两份钱，还是挺不错的。”村民田学虎尝到了甜头。

在齐氏草莓采摘园，同样作为种植大户的齐等后正在跟种植户交流，今年49岁的齐等后是枣庄市市中区草莓种植协会的会长，也是现在村民眼里最会种草莓的人。

据介绍，协会每年需要5、6百万颗优质草莓苗进行栽种，为了解决种植户在草莓生产上“卡脖子”的种苗问题，在区、镇、村三级共同努力下，在孟庄村建立了“草莓新品种育苗示范基地”，帮助种植户走出育苗“屡战屡败”的困境，培育当地适种的高产优质草莓品种，提升了草莓品质。

随着草莓产量和品质的提升，枣庄市市中区草莓协会还不断延伸草莓产业链，通过冻干工艺积极发展草莓深加工，既保留了草莓原有的营养成分，还解决了不易储存的难题，提升了草莓的附加值。

截止目前，当地共流转土地1200余亩发展草莓种植产业，成立合作社及农场26个，2019年成立枣庄市市中区草莓种植技术协会，发展会员201个。经过几年的发展壮大，草莓产业已初具规模，逐渐形成了草莓育苗、种植、加工、销售为一体的产业链条，实现农民增收致富。

科普专栏

# 冬季消防安全知识

**天干物燥，小心火烛。**

**冬季尤其要注意防火。**

**接下来这些防火小知识，**

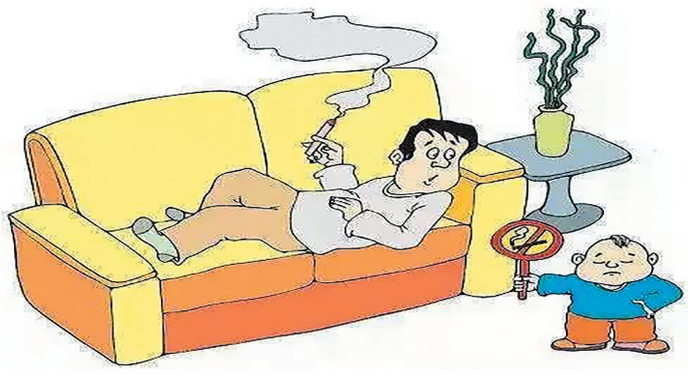
**大家一定要牢记在心中！**

**家用电器故障易引起火灾**

使用电磁炉、电热毯、电熨斗等电器时，要避免因线路老化、经常搬运导致电线受损而引发火灾。

**乱扔烟头易引起火灾**

不要躺在沙发上或者床上抽烟，更不要在疲劳状态或喝酒以后抽烟，以防烟头掉落在可燃物上引发火灾事故。



**烤火取暖易引起火灾**

冬季烤火取暖严禁用汽油、煤油、酒精等易燃物引火，火炉周围不要堆放可燃物品，取暖用品不要用来烘烤衣物。

**气体泄漏易引起火灾**

一旦发现煤气泄漏，应立即关闭气阀和炉具开关，并打开门窗，切勿触动电器开关和使用明火，切记不要在燃气泄漏场所拨打电话；发现邻居家煤气泄漏时，应立刻敲门通知，切勿使用门铃。