

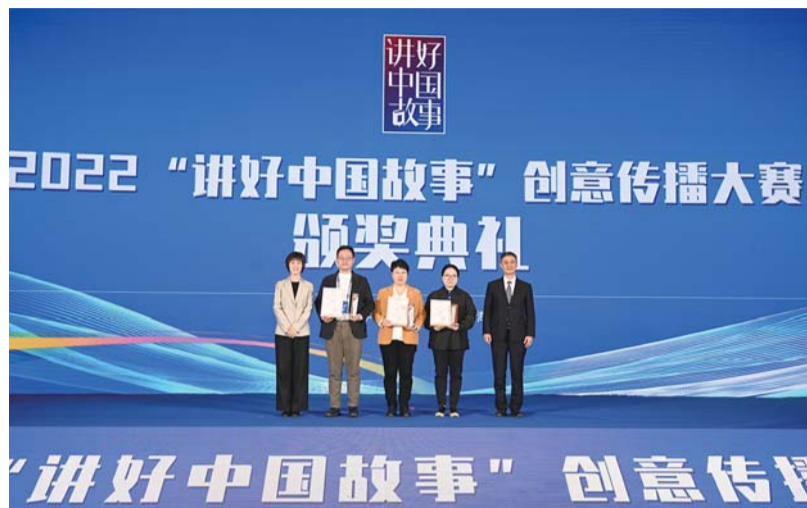
2022“讲好中国故事”创意传播大赛颁奖典礼在威海举办 整合国家级IP资源，实现影响力、经营力双丰收

4月13日，2022“讲好中国故事”创意传播大赛颁奖典礼在山东威海举行。本次活动由国务院新闻办公室指导，中国外文局、山东省人民政府新闻办公室主办，当代中国与世界研究院、中国互联网新闻中心、大众报业集团承办，齐鲁晚报·齐鲁壹点、威海市精致城市建设办公室联合承办。中国外文局副局长兼总编辑高岸明，山东省人民政府新闻办公室副主任孙应琢，中国互联网新闻中心总编辑王晓辉，山东省新闻工作者协会主席、大众报业集团(大众日报社)总编辑赵念民，威海市委书记闫剑波，中国互联网新闻中心副主任赵林，大众报业集团(大众日报社)党委常委、副总编辑王修滋，中国新闻史学会会长，中国人民大学新闻学院副院长王润泽，北京外国语大学国际新闻与传播学院教授、院长姜飞，华中科技大学党委宣传部副部长顾馨江，华中科技大学中国故事创意传播研究院院长陈先红，以及获奖团队、组织单位、相关省(区、市)代表200余人参加活动。

资源整合实现经营效果最大化

“讲好中国故事”创意传播大赛是面向国内外社会公众公开征集各领域中国故事、传播中国好声音、树立中国良好国际形象的标志性年度官方品牌活动。大赛至今已举办至第五届，齐鲁晚报·齐鲁壹点自2019年起连续四年承办“讲好中国故事”创意传播大赛山东分站赛，通过媒体多渠道、多形式广泛传播，吸引社会各界人士的广泛参与，得到了公众的广泛好评。

“讲好中国故事”创意传播大赛由壹点内容运营中心连续多年运营深耕，房产事业中心开拓嫁接。在政府要过紧日子，经费压缩的大背景下，通过“讲好中国故事”创意传播大赛实现了同一政府部门连续两年参与，带动创收180万元，其中今年的颁奖典礼活动直接创收100万元。



这得益于对威海市精致城市建设办公室需求的精准把握。齐鲁晚报·齐鲁壹点房产事业中心从2021年开始深耕威海市住建局(市精致城市建设办公室)。2023年是习近平总书记亲临威海视察并提出“威海要向精致城市方向发展”的第五年，五年来威海将向精致城市方向发展作为各项工作统领。齐鲁晚报·齐鲁壹点在2022年底为该部门筹划威海市精致城市五周年系列活动时，敏锐洞悉威海市精致城市建设办公室亟需一场国家级乃至国际级高规格活动聚焦。

值得一提的是，齐鲁晚报·齐鲁壹点为威海市精致城市建设办公室拍摄的《小雅的日记——一个中国基层社会治理的齐鲁样本》，获得了2022“讲好中国故事”创意传播大赛特等奖，并推动当代中国与世界研究院、中国网、齐鲁晚报·齐鲁壹点、威海市精致城市建设办公室共同揭牌成立“讲好中国故事”创意传播大赛协同创新中心，以

国家级资源助力威海讲好精致城市建设。

颁奖典礼同期还举办了全国专家理论研讨会和调研采风活动，全面放大“讲好中国故事”创意传播大赛IP效果及领导专家资源。此次活动整合外部资源，实现多方共赢，既撬动经营创收，又提升了齐鲁晚报·齐鲁壹点的影响力，也为未来多方进一步合作打下基础。

技术赋能赢得活动联合承办权

2021年“讲好中国故事”创意传播大赛颁奖典礼暨2022年“讲好中国故事”创意传播大赛启动仪式在济南举办，2022年“讲好中国故事”创意传播大赛颁奖典礼再次在山东(威海)举办，这是国内疫情放开后首次且连续两年在京外同一省份举行颁奖典礼。

能再次成功争取全国颁奖典礼承办权，齐鲁晚报·齐鲁壹点的技术优势起到了

关键作用。主办方中国外文局及大赛组委会提出明确要求，颁奖典礼需要体现新媒体技术运用、需要展示国际化元素。

为此，齐鲁晚报·齐鲁壹点特别开发虚拟主持人“小齐”，首次亮相颁奖典礼，与现场主持人互动主持，结合多维空间舞台设计，呈现了一场具有科技元素和落地场景相互交融的荣誉盛典。首次邀请到了部分故事原型人物现身，现场讲述获奖视频背后的温情故事。也特别邀请到了两位外国友人现场分享中国故事，为颁奖典礼增添了更多国际元素。实现了“讲好中国故事”创意传播大赛举办历年以来的多个“第一次”，规格规模创历史之最，把“讲好中国故事”创意传播大赛的影响力和传播力提升到一个新高度。

高效整合内部资源彰显执行优势

本次活动是疫情放开后“讲好中国故事”创意传播大赛举办的首个颁奖典礼，参会人数和规模创历届之最。齐鲁晚报·齐鲁壹点房产事业中心发挥大型活动执行优势，联动壹点内容运营中心、大数据中心、全媒体策划中心、果壳视频、壹视频等十余个部门成立专项团队，分工协作，全权负责技术开发、活动策划、落地执行、宣传报道等多项工作，仅用一个月时间高效运转，确保了系列活动圆满举办，再次彰显了齐鲁晚报·齐鲁壹点大型活动的举办能力。

2022“讲好中国故事”创意传播大赛，以海报、短视频、图文稿件、直播、专题等形式全方位展开融媒报道，生产稿件近200条，在学习强国、新华社、人民日报客户端、中国网、今日头条、新浪新闻、新浪微博、腾讯网等平台多渠道推广，覆盖人群超过5亿。大赛信息还通过官方外文网站、Facebook、Twitter等海外多平台发布，更好地推动了中国故事在全球范围内的传播。

(房产事业中心)

融媒联动 数据营销 信心重塑

“沿黄第一车展”充分破圈

2023年4月6日至10日，“2023齐鲁国际车展”暨第47届齐鲁汽车展览交易会在山东国际会展中心成功举办。本届车展共计启用5个展馆，展出面积近7万平方米，参展品牌近百家，展出车型上千款。据不完全统计，五天展期内，观展人次高达31.3万，参展品牌新车共计销售22635台，新车交易额约40.7亿元。车展经济积极带动销售、保险、贷款、食宿、交通等配套产业，预估创造综合经济收益60.2亿元。

融媒联动

“沿黄第一车展”充分破圈

本届齐鲁国际车展以打造“沿黄第一车展”为目标，遵循“展销融合+新闻推广”的实施链路，充分发挥齐鲁晚报·齐鲁壹点的融媒优势、技术优势以及数据优势，营造“黄河大集”氛围的同时，为“黄河大集”IP品牌的推广助力。

本届车展整体宣发工作于齐鲁晚报·齐鲁壹点“报、网、端、微”全面展开，以“买车就到齐鲁车展”为宣传主题，充分利用图文、视频、5G直播、数字人、元宇宙等宣传手段，产出了大量内容丰富的原创内容。其中，齐鲁晚报·齐鲁壹点专题共发稿超过280篇，阅读量超过3000万。

同时，为了将本届齐鲁国际车展的声量提升至更高维度，汽车事业部通过与合作媒体、网红达人的共创，实现抖音新闻话题播放量达到2576.5万次，抖音单日话题量高达678.5万次，百度、今日头条、快手等平台全网广告展现量5533.16万次，广播电台、电梯广告、公交站牌等户外宣传等覆盖超1000万人群。



此外，展会期间，400多家汽车参展商及来自全国的参展模特和演艺人员同时在线直播车展盛况，配合现场观众上传的齐鲁国际车展短视频，聚合为巨大的传播声量。

据不完全统计，截至目前，本届齐鲁国际车展全网平台传播声量累计高达上亿次，实现了“沿黄第一车展”充分破圈。

数据营销

观展人群首超31.3万人/次

依托于多年来数据车展的运营经验，齐鲁车展在全网数据的收集和分析，意向客户的精准定位和邀约等方面有着深厚的沉淀，本届车展提前40余天启动数据宣传，

全面覆盖济南及周边区县，数千万计的线上曝光率和精准的信息推送实现了全网范围的覆盖和有效的线上集客。

同时有了大数据的支撑，车展新闻宣传也有了更有的放矢，根据招商、集客、展期等不同阶段制定相应宣传方案，最终实现人气和销量上的全面提升。

据统计，本届齐鲁国际车展展期内吸引超过31.3万人次观众前来观展。尤其周末两天，参观人次合计达20万。据统计，本次车展除了吸引黄河沿线的德州、泰安、菏泽、淄博、聊城、济宁等城市观众以外，还吸引了河南、山西、内蒙古等沿黄省份观众，其中河南有1821人次，内蒙古和山西也超过了600人次。

齐鲁国际车展作为黄河大集春季活动

的重要一站，引领整个黄河沿线的省、市消费，是名副其实的“沿黄第一车展”。

信心重塑

带动沿黄车市积极回暖

近几年，国内汽车工业发展速度放缓。为了更好的抢占先机，汽车事业中心在2023开年就制定了招商政策，积极对接各大汽车品牌，以齐鲁车展的口碑和优势争取更多品牌和展具的加入，最终吸引近80个品牌参展，参展阵容大而全，切实满足了市民购车需求。

在国家“双碳”发展指引下，本届车展参展新能源品牌共计27个，新能源展示车辆近400台，新能源车型占比超40%；在智能制造的号召下，如L2级自动驾驶、激光雷达、视觉影像识别系统、车联网生态等创新技术均在展出车型上加以应用；在产品持续迭代的趋势下，包括特斯拉全新Model S、上汽大众新途岳、哈弗枭龙等25款新车完成山东首发亮相。

为了更好地引导消费者，汽车事业中心提前策划专题报道，积极发布车展信息，宣传车展优惠政策，引导了更多消费者对齐鲁车展的关注。同时，开展“红包大派送”、订车大礼包、线上车模大赛、展台大奖评选、元宇宙汽车展厅互动等营销活动也为现场的人气和销量进一步助力。

最终，本届车展带动成交订单22635台，成交金额预估在40.7亿元。车展经济积极带动销售、保险、贷款、食宿、交通等配套产业，预估创造综合经济收益60.2亿元。

(汽车事业中心)