

山东省住房和城乡建设厅

山东省住房和城乡建设厅

关于开展山东省建筑业第二批“齐鲁建造”

品牌遴选工作的通知

各市住房城乡建设局、城市管理局，济南、青岛、淄博、枣庄、东营、济宁、威海、滨州、菏泽市水务(水利)局，济南、青岛市园林和林业(绿化)局，济南市城乡交通运输局：

为持续打响建筑业“齐鲁建造”品牌，根据《山东省建筑业“齐鲁建造”品牌建设工作方案》《关于加强山东省建筑业“齐鲁建造”品牌管理的通知》，经研究，组织开展山东省建筑业第二批“齐鲁建造”品牌遴选工作。现将有关事项通知如下。

一、遴选范围

在我省建筑业全产业链开展“齐鲁建造”品牌遴选，主要包括建筑业企业、服务、部品建材产品、区域等类别(具体遴选内容见附件2)。建筑业全产业链企业可根据主责主业选择申报企业品牌、服务品牌或部品建材品牌，原则上只能选择其中一个类别申报。

区域品牌由所在地的住房城乡建设局申报，遴选数量根据申报情况和行业发展实际确定。省属及中央驻鲁企业由所在地设区市住房城乡建设局汇总上报。

已成立企业集团的，可以企业集团为单位参加遴选，但该企业集团需以建筑业领域为主业。企业集团内参加遴选单位可以包括核心企业、控股子公司、全资子公司，且主营业务均为建筑业领域，但不包括参股子公司；集团内独立法人单位不能与集团参加同批次遴选（集团已获得第一批“齐鲁建造”品牌的，集团内独立法人单位可参加本次遴选）。集团所含的企业，应在企业集团批准文件或《章程》中有明确规定，或在官方企业信息公示网站能查询到。

获评 2025 年度第一批“齐鲁建造”品牌的单位和区域品牌不再参加本次遴选。

二、申报时间

申报工作自 3 月 16 日 0 时起至 3 月 25 日 24:00 结束。时间截止后，不再接受申报材料。企业申报方式和各市审核方式另行通知。

三、遴选数量

第二批“齐鲁建造”品牌计划遴选数量 100 个左右（各市推荐名额见附件 4）。

四、遴选程序

（一）组织动员。启动第二批“齐鲁建造”品牌遴选工作，动员

我省建筑业产业链企业或市、县(市、区)住房城乡建设局参加申报。

(二)自愿申报。建筑业全产业链企业根据遴选内容自主申报企业、服务或部品建材品牌。区域品牌由所在地的住房城乡建设局提交申报材料。填报的数据信息须真实、准确、有效。

(三)市级审核推荐。各设区的市住房城乡建设局对辖区内建筑业企业申报材料进行初审,对遴选内容否决项进行重点审查,填写《“齐鲁建造”品牌遴选推荐汇总表》(附件3)。涉及部品建材等领域的企业,如不掌握实际情况,各级住房城乡建设部门可征求工业和信息化等主管部门意见后推荐。

(四)专家委员会提出意见。省住房城乡建设厅组织品牌建设专家委员会对申报材料进行综合评审,提出遴选的拟公示名单。

(五)名单公示。对拟遴选的“齐鲁建造”品牌名单进行网上公示,公示期5个工作日。

(六)结果发布。经公示无异议的,省住房城乡建设厅发布第二批“齐鲁建造”品牌遴选名单。

五、申报要求

(一)涉及产业、企业、服务、部品建材的经营产值、营业收入、利润、劳动生产率等以及其他有关数量性申报内容,应提供向统计等有关部门报送的数据或公司财务审计报告数据,并提供相关佐证材料。

(二)遴选内容涉及的各类荣誉、奖项、认定、鉴定以及各类创新成果、创新研发机构等,均应填写规范全称,并提供相关佐证材料。

(三)提供申报材料真实性承诺书。

(四)遴选工作不收取任何费用。

六、其他事项

(一)加强组织协调。各市住房城乡建设局要高度重视“齐鲁建造”品牌遴选工作,明确牵头单位和负责人,做好审核推荐工作,并确定一名熟悉工作的联系人,于3月12日前反馈联系人名单(附件1)。

(二)精准申报材料。各申报单位要实事求是提交申报材料,确保申报材料的完整性、真实性和准确性。

(三)自觉接受监督。“齐鲁建造”品牌遴选工作遵循客观公正的原则,自觉接受社会监督。

(四)强化结果运用。开展“齐鲁建造”品牌发布工作,向全社会公开发布获得单位名单,并组织开展省外海外宣传推介活动,以“齐鲁建造”品牌影响力助力企业转型发展和走出去发展。

联系人:省住房城乡建设厅外联站:岳耀稳、李岩松,电话:0531—51765361,邮箱:WLZ@shandong.cn。

附件:1.“齐鲁建造”品牌遴选工作联系人回执表

2.“齐鲁建造”品牌遴选内容

3.“齐鲁建造”品牌遴选推荐汇总表

4.“齐鲁建造”品牌遴选各市推荐名额分配表

山东省住房和城乡建设厅

2026年3月10日

(此件主动公开)

附件 1

“齐鲁建造”品牌遴选工作联系人回执表

地市	姓名	职务	联系方式

附件 2

“齐鲁建造”品牌遴选内容

(一) 企业品牌遴选内容

一级事项	二级事项	具体内容
党的建设	工作条件	有机构、有场所、有制度、有经费、有专职党务人员等。
	参加活动	积极参加上级党组织的党建工作。
	党建荣誉	企业基层党建工作得到上级党组织认可。
企业管理	体系认证	导入先进管理体系，通过质量、环境、职业健康安全、信息安全等相关管理体系认证并在有效期内。
	战略管理	1. 立足主责主业，有清晰的战略目标、战略规划，执行有效，方向明确。 2. 形成科学合理的市场布局，对未来发展有较强支撑力。 3. 重视风险管理，建立风险处置机制，市场、资金、法律等风险较低。
	人力资源管理	建立现代企业人力资源管理的培训、激励、评价等机制，经营管理人才配备合理。
	其他方面	1. 重视企业文化建设。 2. 建立了科学规范的财务管理、技术服务、物资管理等制度。
品牌建设	品牌管理	1. 成立品牌建设管理机构，建立品牌价值管理、品牌风险管控、危机处置等制度，有相应的品牌工作队伍。 2. 定期进行品牌价值评估，重视品牌保护。
	品牌传播	加强品牌宣传，提升品牌形象，品牌建设对企业发展成效明显。
	品牌荣誉	企业品牌获得的各级各类荣誉。
质量安全 管理	质量安全管 理	1. 严格按照国家有关规定，建立安全生产、质量管控责任体系和督促考核机制。

		2. 建立质量安全管理、检验检测、教育培训、资金投入、应急处置、设备更新、操作规程等制度。
经营效益	市场影响力	1. 主导产品、主责主业市场占有率在国际国内省内的影响力。 2. 在省外、海外的市场布局；在省内外参与国家、省重大工程项目建设情况及省外产值情况；承揽海外工程项目情况及海外产值情况。
	财务数据	近三年新签合同额、营业收入、利润、纳税额、劳动生产率等情况。
创新创造	创新能力	1. 近三年创新研发投入占企业营收的比例。 2. 高级工程师及以上专业技术人员、硕士及以上学位人员、不同等级执业资格人员、高级技术工人等各类人才数量及分别占总职工比例情况。 3. 建设国家级、省级企业技术中心、工程技术研发中心、重点实验室等情况。
	创新成果	1. 近三年承担或参与国家、省级科技计划立项项目。 2. 近三年获得本行业的科技创新、工程技术成果、发明专利、实用新型和外观专利等各类奖项、荣誉、成果等。 3. 近三年承担或参与各级各类标准、规范的制定或修订等。 4. 近三年获得国家、省各类创新型认定、评价、工法等成果。
	创新机制	推进技术创新、管理创新，利用新技术、新方法降本增效情况。
其他	社会责任	在就业、劳动保障、环境保护、公益慈善等方面做出积极贡献。
否决项		1. 申报过程中提供虚假材料。 2. 近3年发生以下情况之一： (1) 经核实的重大质量、安全责任事故； (2) 被住房城乡建设等部门列入市场主体“黑名单”；

	(3) 经公示的严重失信信息;
	(4) 经评估影响“齐鲁建造”品牌形象的其他情形。

注：根据全省建筑业高质量发展需要，适时对“齐鲁建造”品牌遴选内容予以调整优化。

(二) 服务品牌遴选内容

一级事项	二级事项	具体内容
服务质量	服务机制	具有满足服务业务发展的工作机构、人才队伍,建立标准化服务体系,服务项目符合国家、省有关标准、规范,服务能力在同行业中达到较高水平。
	质量安全管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过质量、环境、职业健康安全、信息安全等相关管理体系认证并在有效期内。 2. 建立安全生产、服务质量管控责任体系和督促考核机制。 3. 建立质量安全管理、检验检测、教育培训、应急处置、设备更新、操作规程等制度。
	社会认可	以客户为中心,改进服务质效,近三年的客户满意度和忠诚度不断提高。
创新创造	创新能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 近三年创新研发投入占企业营收的比例。 2. 高级工程师及以上专业技术人员、硕士及以上学位人员、不同等级执业资格人员、高级技术工人等各类人才数量及分别占总职工比例情况。 3. 建设国家级、省级企业技术中心、工程技术研发中心、重点实验室等情况。
	创新成果	<ol style="list-style-type: none"> 1. 近三年承担或参与服务项目相关的国家、省级科技计划立项项目。 2. 承担或参与服务项目相关的各级各类标准、规范等。 3. 服务项目获得科技创新、工程技术成果、发明专利、实用新型和外观专利等各类奖项、荣誉、成果等。 4. 服务项目相关的新技术新工艺得到权威机构的鉴定、认可等。
	行业影响	<ol style="list-style-type: none"> 1. 服务模式、流程、效能等在同行业内的影响。 2. 服务项目对建筑业相关上下游产业改革发

一级事项	二级事项	具体内容
		展的推动作用。
	创新机制	推进技术创新、管理创新，利用新技术、新方法降本增效情况。
经营效益	市场影响力	近三年服务项目在国外、国内、省内的市场占有率。
	财务数据	近三年新签合同额、营业收入、利润、纳税额、劳动生产率等情况。
服务品牌	品牌管理	1. 成立品牌建设管理机构，建立品牌价值管理、品牌风险管控、危机处置等制度，有相应的品牌工作队伍。 2. 定期进行品牌价值评估，重视品牌保护。
	品牌传播	加强品牌宣传，提升品牌形象，品牌建设对企业发展成效明显。
	品牌荣誉	企业品牌获得的各级各类荣誉。
否决项		1. 申报过程中提供虚假材料。 2. 近3年发生以下情况之一： (1) 经核实的重大质量、安全生产责任事故； (2) 经公示的严重失信信息； (3) 经评估影响“齐鲁建造”品牌形象的其他情形。

注：根据全省建筑业高质量发展需要，适时对“齐鲁建造”品牌遴选内容予以调整优化。

(三) 部品建材品牌遴选内容

一级事项	二级事项	具体内容
质量品质	质量标准	设计、生产、应用、回收等全生命周期符合国家或省强制性标准，关键性能指标在同行业中的影响。
	推广应用	通过质量、节能、环保、绿色等有关认证并在有效期内，并在建筑物或施工过程中实际应用。
	绿色建造	生产过程中使用绿色低碳、节能环保、可回收易降解原材料；建筑施工过程符合国家、山东省绿色发展有关规定。
	质量安全管理	1. 通过质量、环境、职业健康安全、信息安全等相关管理体系认证并在有效期内，并在全生命周期中有效实施。 2. 严格按照国家有关规定，建立安全生产、质量管控责任体系和督促考核机制。 3. 建立质量安全管理、检验检测、教育培训、资金投入、应急处置、设备更新、操作规程等制度。
	社会认可	以客户需求为中心，不断改进产品性能和服务，近三年的客户满意度和忠诚度不断提高。
创新创造	创新能力	1. 近三年创新研发投入占企业营收的比例。 2. 参与部品建材研发、生产的高层次人才（高级工程师及以上专业技术人员、硕士及以上学位人员、高级技术工人）数量和占总职工比例情况。 3. 与部品建材研发生产相关的国家级、省级企业技术中心、工程技术研究中心、工程研究中心、重点实验室等情况。
	创新成果	1. 承担或参与部品建材相关的国家、省级科技计划立项项目。 2. 承担或参与部品建材相关的各级各类标准、

一级事项	二级事项	具体内容
		<p>规范等。</p> <p>3. 部品建材获得科技创新、工程技术成果、发明专利、实用新型和外观专利等各类奖项、荣誉、成果等。</p> <p>4. 部品建材相关的新技术新工艺得到权威机构的鉴定、认可等。</p>
	创新机制	<p>1. 建立部品建材研发、生产、应用等方面的发展规划。</p> <p>2. 部品建材迭代升级符合建筑业高质量发展需求。</p> <p>3. 利用新技术、新方法提高研发、生产、应用等方面效率和竞争力。</p> <p>4. 对供应、库存、运输、生产、配送等环节创新管理机制，降本增效情况。</p>
经营效益	市场影响力	<p>1. 部品建材在国外、国内、省内市场布局情况。</p> <p>2. 近三年出口销售额及占总销售额的比例。</p>
	财务数据	近三年部品建材销售额、利润率、库存消化率、投资回报率等情况。
品牌荣誉	品牌管理	<p>1. 部品建材有规范的品牌名称。</p> <p>2. 成立品牌建设管理机构，建立品牌价值管理、品牌风险管控、危机处置等制度，有相应的品牌工作队伍。</p> <p>3. 定期进行品牌价值评估，重视品牌保护。</p>
	品牌传播	加强品牌宣传，组织品牌推介，提升品牌形象，部品建材具有较高的知名度。
	荣誉奖项	部品建材品牌获得的各级各类荣誉。
否决项		<p>1. 申报过程中提供虚假材料。</p> <p>2. 近3年发生以下情况之一： (1) 经核实的重大质量、安全责任事故； (2) 经公示的严重失信信息； (3) 经评估影响“齐鲁建造”品牌形象的其他情形。</p>

注：根据全省建筑业高质量发展需要，适时对“齐鲁建造”品牌遴选内容予以调整优化。

(四) 区域品牌遴选内容

一级事项	二级事项	具体内容
发展质量	产业布局	区域内产业具有较强的集聚效应，产业配套齐全，上下游产业链完整、布局合理。
	企业发展	1. 具有一定数量的龙头骨干企业。龙头骨干企业在海外、国内或省内的市场占有率情况。 2. 具有一定数量的上下游配套企业，对区域产业具有较好的延链、补链作用。
	经济效益	近三年本区域产业产值、税收、劳动生产率等情况。
	质量管理	1. 区域产业主导部品产品、服务等关键性能指标在国内外市场的影响。 2. 龙头骨干企业普遍通过质量、环境、职业健康和安全、信息安全等相关管理体系认证。
	社会认可	区域产业在本地具有较长的发展历史，有鲜明的特色、工艺、技术等，在国内外具有一定的影响力，有相对固定的客户群。
创新创造	创新能力	1. 区域内建立国家级、省级科技企业孵化器、研究中心、重点实验室等创新机构、研发机构。 2. 区域产业内的高层次人才（高级工程师及以上专业技术人员、硕士及以上学位人员、高级技术工人）数量。
	创新成果	1. 区域内企业承担或参与国家、省级、市级科技计划立项项目。 2. 区域内企业承担或参与制订各级各类标准、规范等。 3. 区域内企业、部品建材、服务等获得各级各类技术发明、专利、科技进步、创新成果等情况。
	创新机制	1. 本地出台区域产业发展规划、政策、文件等情况，并在财政、人才、科技等方面给予扶持。

一级事项	二级事项	具体内容
		2. 区域内企业推进技术创新、管理创新，利用新技术、新方法降本增效情况。
区域影响	传播推广	1. 区域产业有较强的市场影响力。 2. 经常组织宣传推介、供需对接、洽谈合作等活动。
	荣誉奖项	区域产业、企业、部品建材、服务等获得各级权威机构鉴定、认定以及荣誉情况。
否决项		1. 申报过程中提供虚假材料。 2. 近3年发生以下情况之一： （1）区域内三家以上龙头骨干企业发生经核实的重大质量、安全责任事故； （2）区域内三家以上龙头骨干企业存在经公示的严重失信信息 （3）经评估影响“齐鲁建造”品牌形象的其他情形。

注：根据全省建筑业高质量发展需要，适时对“齐鲁建造”品牌遴选内容予以调整优化。

附件 4

“齐鲁建造”品牌遴选各市推荐名额分配表

序号	地市	企业品牌 推荐数量	服务品牌 推荐数量	部品建材品 牌推荐数量	区域品牌 推荐数量
1	济南	10	6	3	原则上每 市报 1 个 (没有可 不报)
2	青岛	8	5	3	
3	淄博	5	3	2	
4	枣庄	3	2	2	
5	东营	3	2	2	
6	烟台	5	3	2	
7	潍坊	5	3	2	
8	济宁	5	3	2	
9	泰安	6	3	2	
10	威海	3	2	2	
11	日照	3	2	2	
12	临沂	5	3	2	
13	德州	3	2	2	
14	聊城	3	2	2	
15	滨州	3	2	2	
16	菏泽	3	2	2	
合计		73	45	34	

各市分配名额总体上按本地产值与全省总产值比例确定，并做个别调整。申报数量按遴选数量的 1.5 倍确定。