

2026Q2

Brand_{as}

出海品牌影响力榜单



扫码关注
OneSight 公众号



扫码关注
OneSight 小红书

目录

PART 01

榜单概述	02
------	----

PART 02

2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单

消费电子类 TOP20	05
汽车类 TOP20	06
家电家居类 TOP20	07
智能制造类 TOP20	08
新能源类 TOP20	09
新零售类 TOP20	10
文化旅游类 TOP20	11
泛娱乐类 TOP20	12

PART 03

2026Q3 出海平台新趋势及营销建议	13
---------------------	----

PART 04

BrandOS 出海品牌影响力模型指标说明	20
-----------------------	----

PART 05

关于 OneSight	23
-------------	----

01

榜单概述

1 什么是 BrandOS 榜单？

BrandOS 榜单由 OneSight 自 2019 年编制发起，是首份对中国出海品牌在海外媒体平台上的表现进行数据排名的非商业性榜单。经多次改版升级与有关管理部门的督导与监制，结合当前阶段与未来趋势的行业发展，并通过迭代行业维度算法与优化算法模型，旨在覆盖更多的细分垂直领域及新赛道的优秀中国品牌与提供更客观公正的榜单排名。

2 为什么要做 BrandOS 榜单？

BrandOS 榜单是衡量品牌在海外影响力的重要标尺，以发布最早、客观公正著称。BrandOS 榜单不仅是中国品牌在海外影响力表现的展示，也为中国品牌全球化发展提供了行业标杆的参考。通过榜单发布品牌的引领和示范作用，我们希望激励更多中国企业积极投身海外市场，提升品牌自身国际竞争力。

3 BrandOS 榜单品牌范围

BrandOS 榜单是基于 OneSight 营销云数据库中覆盖的二十余个行业大类、近百个细分品类，近万个中国出海品牌，综合计算评估打分后的数据排名结果。榜单按真实运营表现由高到低进行排序，确保榜单排行的公开性与透明度。

本榜单范围所涉及品牌均为在海外社交媒体如 Facebook、X(原 Twitter)、Instagram、YouTube、TikTok、LinkedIn 等平台拥有至少一个平台主页，且为归属于中国（含港澳台地区）企业的品牌。

4 BrandOS 榜单数据说明

数据来源：海外主流媒体平台公开数据

数据起止日期：2026 年 4 月 1 日—2026 年 6 月 30 日

02

2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单



2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单 消费电子类 TOP20

排名	品牌中文名	品牌英文名	LOGO	行业细分	Q2评分	季度排名变化
1	大疆创新	DJI		智能设备	465.1	► 0
2	OPPO	OPPO		手机	429.4	▲ 2
3	影石	Insta360		相机摄影	428.3	▲ 5
4	联想	Lenovo		电脑/平板电脑	427.2	▲ 1
5	小米	Xiaomi		手机	420.3	▼ 3
6	荣耀	HONOR		手机	400.3	► 0
7	vivo	vivo		手机	386.9	▼ 4
8	红魔	Red Magic		手机	381.8	▲ 1
9	真我	realme		手机	376.7	▲ 1
10	Infinix	Infinix		手机	373.2	▲ 1
11	TECNO	TECNO		手机	371.3	▼ 4
12	绿联	UGREEN		数码配件	368.4	新上榜
13	安克	ANKER		数码配件	350.8	▼ 1
14	斯莫格	SmallRig		相机摄影	350.3	▲ 5
15	华硕	ASUS		电脑/平板电脑	346.3	▲ 5
16	itel	itel		手机	340.5	▲ 1
17	宏碁	Acer		电脑/平板电脑	334.9	新上榜
18	华为手机	Huawei Mobile		手机	334.9	▼ 4
19	重力星球	GravaStar		影音设备	334.3	新上榜
20	oraimo	oraimo		数码配件	332.3	新上榜



2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单 汽车类 TOP20

排名	品牌中文名	品牌英文名	LOGO	行业细分	Q2评分	季度排名变化
1	长城汽车	GWM		乘用车	422.4	▲ 2
2	比亚迪	BYD		乘用车	394.3	▼ 1
3	小鹏	XPENG		乘用车	372.9	▼ 1
4	捷途	JETOUR		乘用车	345.8	► 0
5	长安汽车	CHANGAN		乘用车	344.5	▲ 2
6	吉利汽车	GEELY		乘用车	338.5	▼ 1
7	名爵汽车	MG		乘用车	329.0	▼ 1
8	奇瑞汽车	CHERY		乘用车	304.3	▲ 1
9	广汽	GAC		乘用车	287.7	▼ 1
10	极氪	ZEEKR		乘用车	286.6	▲ 1
11	欧萌达	OMODA		乘用车	261.5	▼ 1
12	红旗	HONGQI		乘用车	257.6	▲ 7
13	领克	Lynk&Co		乘用车	255.5	▲ 1
14	东南汽车	SOUEAST		乘用车	247.2	新上榜
15	江淮汽车	JAC MOTORS		乘用车	245.3	▲ 2
16	东风汽车	DONGFENG		乘用车	243.8	▼ 1
17	广汽埃安	AION		乘用车	234.7	▼ 5
18	北汽集团	BAIC		乘用车	228.5	▲ 2
19	JAECOO	JAECOO		乘用车	227.1	▼ 1
20	一汽奔腾	BESTUNE		乘用车	204.4	新上榜



2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单 家电家居类 TOP20

排名	品牌中文名	品牌英文名	LOGO	行业细分	Q2评分	季度排名变化
1	海尔	Haier		大家电	434.7	► 0
2	海信	Hisense		大家电	394.1	▲ 1
3	TCL	TCL		大家电	367.3	▼ 1
4	美的	Midea		大家电	340.1	▲ 2
5	追觅	DREAME		清洁家电	334.8	► 0
6	石头	Roborock		清洁家电	316.9	▼ 2
7	格力	GREE		大家电	270.7	▲ 1
8	科沃斯	ECOVACS		清洁家电	266.0	▼ 1
9	Govee	Govee		智能家居	263.7	▲ 4
10	库犸动力	MAMMOTION		清洁家电	260.3	▼ 1
11	eufy	eufy		清洁家电	259.8	▼ 1
12	Birdfy	Birdfy		智能家居	235.6	▲ 2
13	Yarbo	Yarbo		清洁家电	224.1	▼ 2
14	MOVA	MOVA		清洁家电	223.4	▲ 1
15	Levoit	Levoit		小家电	204.3	▲ 5
16	Aqara	Aqara		智能家居	202.6	▼ 4
17	Furbo	Furbo		宠物智能	195.4	新上榜
18	DREO	DREO		小家电	184.2	新上榜
19	COSORI	COSORI		小家电	179.4	▼ 2
20	Sylvox	Sylvox		大家电	179.2	新上榜



2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单 智能制造类 TOP20

排名	品牌中文名	品牌英文名	LOGO	行业细分	Q2评分	季度排名变化
1	创想三维	CREALITY		3D打印	392.6	▲ 1
2	立晨标识	LC SIGN		商业光电	380.9	▼ 1
3	闪铸科技	Flashforge		3D打印	342.4	▲ 2
4	徐工集团	XCMG		重工机械	330.4	▲ 2
5	Anker SOLIX	Anker SOLIX		便携储能	318.4	▼ 1
6	海康威视	HIKVISION		安防	316.1	▲ 1
7	正浩	EcoFlow		便携储能	309.1	▲ 3
8	xToolL	xToolL		加工设备	309.0	► 0
9	拓竹	Bambu Lab		3D打印	302.3	▲ 2
10	三一集团	SANY		重工机械	299.3	▼ 7
11	中联重工	ZOOMLION		重工机械	293.3	▲ 1
12	铂陆帝	BLUETTI		便携储能	289.0	▼ 3
13	snapmaker	snapmaker		3D打印	269.0	新上榜
14	eufyMake	eufyMake		3D打印	265.9	▼ 1
15	爱乐酷	ELEGOO		3D打印	265.5	▲ 2
16	Jackery	Jackery		便携储能	248.7	▲ 2
17	柳工	LiuGong		重工机械	248.5	新上榜
18	INGCO	INGCO		电动工具	248.5	新上榜
19	宇树科技	Unitree		智能机器人	245.6	▼ 3
20	大华	Dahua		安防	244.9	▼ 6



2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单 新能源类 TOP20

排名	品牌中文名	品牌英文名	LOGO	行业细分	Q2评分	季度排名变化
1	宁德时代	CATL		工业储能	296.4	▲ 2
2	大秦数能	Dyness		光伏	292.9	► 0
3	华为光伏	Huawei Fusion		光伏	275.9	▼ 2
4	阳光电源	SUNGROW		光伏	261.0	▲ 4
5	锦浪科技	Solis		光伏	258.3	► 0
6	隆基绿能	LONGi		光伏	246.5	▼ 2
7	德业	Deye		光伏	241.6	▼ 1
8	晶科能源	Jinko Solar		光伏	240.6	▲ 1
9	思格新能源	Sigenergy		光伏	224.0	▲ 1
10	亚能能源	Anern		光伏	213.4	▲ 1
11	古瑞瓦特	Growatt		光伏	213.1	▼ 4
12	艾罗能源	SolaX Power		光伏	210.7	▲ 1
13	爱旭科技	Aiko Energy		光伏	189.0	▲ 2
14	固德威	GoodWe		光伏	188.5	► 0
15	通威太阳能	TW SOLAR		光伏	187.8	▼ 3
16	麦田能源	Fox ESS		光伏	175.3	新上榜
17	ECO-WORTHY	ECO-WORTHY		光伏	159.9	新上榜
18	天合光能	Trinasolar		光伏	159.3	▼ 1
19	正泰集团	CHINT		光伏	157.7	▼ 3
20	ATMOCE	ATMOCE		光伏	153.8	新上榜



2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单 新零售类 TOP20

排名	品牌中文名	品牌英文名	LOGO	行业细分	Q2评分	季度排名变化
1	SHEGLAM	SHEGLAM		美妆个护	455.6	► 0
2	SHEIN	SHEIN		电商平台	427.6	► 0
3	Temu	Temu		电商平台	407.9	▲ 1
4	泡泡玛特	POP MART		潮玩	388.9	▼ 1
5	名创优品	Miniso		家居生活	363.5	► 0
6	花知晓	Flower Knows		美妆个护	335.9	▲ 1
7	布鲁可	BLOKEES		潮玩	332.6	▼ 1
8	安流	Amflow		骑行	313.6	▲ 10
9	春风动力	CFMOTO		骑行	312.0	▲ 4
10	YesStyle	YesStyle		电商平台	305.2	▼ 2
11	妈咪亲	Momcozy		母婴	303.7	▲ 4
12	DokiDoki	DokiDoki		服饰鞋包	302.3	▲ 4
13	Ohuhu	Ohuhu		家居生活	300.3	▼ 1
14	万花镜	Kaleidos		美妆个护	291.0	新上榜
15	Skintific	Skintific		美妆个护	290.4	▲ 5
16	UNice	UNice		服饰鞋包	288.0	新上榜
17	phomemo	phomemo		家居生活	287.6	▼ 3
18	霸王茶姬	CHAGEE		食品酒饮	285.9	▼ 8
19	卡佩希	CUPSHE		服饰鞋包	285.5	新上榜
20	Luvme	Luvme		服饰鞋包	280.5	▼ 11



2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单 文化旅游类 TOP20

排名	品牌中文名	品牌英文名	LOGO	行业细分	Q2评分	季度排名变化
1	iChongqing	iChongqing		直辖市	322.4	▲ 3
2	印象浙江	InZhejiang		省份	316.3	▲ 3
3	水韵江苏	Visit Jiangsu		省份	310.4	新上榜
4	发现江西	Discover Jiangxi		省份	305.6	▼ 2
5	Meet in Shanghai	Meet in Shanghai		直辖市	297.6	▲ 1
6	Shanghai Let's meet	Shanghai Let's meet		直辖市	296.6	▼ 3
7	Visit Sichuan	Visit Sichuan		省份	286.1	▲ 2
8	发现辽宁	Discover Liaoning		省份	284.5	新上榜
9	Visit Sanya	Visit Sanya		城市	280.8	▲ 3
10	Meet Jiangxi	Meet Jiangxi		省份	279.4	▲ 1
11	韵味杭州	Hangzhoufeel		城市	276.9	▼ 4
12	发现吉林	Discover Jilin		省份	274.6	新上榜
13	发现南京	Discover Nanjing		城市	272.0	▲ 1
14	Hola Fujian	Hola Fujian		省份	267.9	▼ 6
15	陕西旅游	Visit Shaanxi		省份	257.7	▲ 1
16	Jiangxi, China	Jiangxi, China		省份	237.5	▼ 6
17	Discover Gansu	Discover Gansu		省份	236.6	► 0
18	诗画浙江	Discover Zhejiang		省份	234.9	▲ 2
19	Visit Xinjiang	Visit Xinjiang		省份	229.3	新上榜
20	Chengdu China	Chengdu China		城市	223.5	▼ 2



2026Q2 BrandOS 出海品牌影响力榜单 泛娱乐类 TOP20

排名	品牌中文名	品牌英文名	LOGO	行业细分	Q2评分	季度排名变化
1	爱奇艺	iQIYI		娱乐应用	505.2	► 0
2	腾讯视频	WeTV		娱乐应用	462.8	► 0
3	鸣潮	Wuthering Waves		游戏	458.9	▲ 5
4	优酷	YOUKU		娱乐应用	458.7	▲ 2
5	原神	Genshin Impact		游戏	455.1	▲ 2
6	绝区零	Zenless Zone Zero		游戏	444.9	▼ 2
7	绝地求生：刺激战场	PUBG MOBILE		游戏	413.2	▼ 4
8	崩坏：星穹铁道	Honkai: Star Rail		游戏	411.8	▲ 1
9	王者荣耀	Honor of Kings		游戏	398.1	▲ 3
10	恋与深空	Love and Deepspace		游戏	398.0	▲ 9
11	决胜巅峰	Mobile Legends: Bang Bang		游戏	393.1	▼ 6
12	使命召唤手游	Call of Duty Mobile		游戏	390.3	▼ 1
13	代号:血战	Blood Strike		游戏	388.9	► 0
14	DramaBox	DramaBox		娱乐应用	386.4	▲ 2
15	芒果TV	MangoTV		娱乐应用	384.4	▲ 2
16	哔哩哔哩	Bilibili		娱乐应用	380.6	▼ 1
17	Reelshort	Reelshort		娱乐应用	379.8	▼ 3
18	碧蓝档案	Blue Archive		游戏	373.8	► 0
19	心动小镇	Heartopia		游戏	366.6	▼ -9
20	三角洲行动	Delta Force		游戏	363.1	新上榜

03

2026Q3

出海平台新趋势及营销建议

进入 2026 年第三季度，全球社交媒体平台的更新节奏延续 Q2 以来的系统性升级特征——平台不再局限于单点功能上线，而是从推荐架构、AI 基础设施、创作者经济、搜索逻辑、广告体系五个维度同步推进结构性调整。多平台动作彼此交织、相互支撑，共同指向“AI 基础设施化”的新阶段。

OneSight 基于对 2026 年第二季度全球主流社交媒体平台功能与规则更新的持续追踪，归纳出五大核心趋势，作为品牌布局三季度出海营销的参考方向。

- ▶▶ **一、算法重构：从单一场景排序到跨场景统一推荐架构**
- ▶▶ **二、AI 基建化：从功能型工具到全员可用的系统底座**
- ▶▶ **三、创作者经济体系化：垂类交易场景与机构合作体系并行**
- ▶▶ **四、搜索范式重构：语义检索与生成式答案可见度并重**
- ▶▶ **五、广告体系跃迁：AI 精准匹配与场景化交易能力升级**

一、算法重构： 从单一场景排序到跨场景统一推荐架构

平台新动作

- 4月16日，Instagram 将 "Your Algorithm" 算法管理工具从 Reels 扩展至 Explore 探索页，用户可在更多场景中查看并调整影响推荐结果的兴趣信号。
- 5月12日，Pinterest 上线 Contextual Sequential Two Tower 推荐模型，将用户当前浏览的 Pin、刚完成的搜索行为，与历史兴趣及人群特征数据综合纳入广告匹配逻辑。
- 6月23日，Facebook 同步推出新版发帖界面、“为你推荐”信息流沉浸式改版、搜索结果网格化呈现，以及算法精细化调节工具，对内容分发逻辑进行整体调整。

本季度的平台动作显示，算法正从“单一场景的排序优化”转向“跨场景统一的推荐架构整合”。Pinterest 将实时浏览与搜索行为并入广告匹配，Facebook 在发帖、信息流、搜索三端同步联动调整，均说明算法不再以孤立的功能模块运转，而是被整合进一个理解用户长期意图与即时状态的统一系统。这意味着内容与广告的曝光机会，将越来越依赖用户在平台全域行为轨迹的连贯性，而非某一单一场景下的互动表现。

营销建议

品牌需建立全域行为一致性的内容运营思路，不再将不同栏目、不同内容形式视为孤立的流量入口，而应统筹规划账号在搜索、信息流、社区等多场景下的内容与互动表现，让用户在平台全链路中形成连贯的兴趣信号反馈，从而在统一推荐架构下获得更稳定的算法分发。

二、AI 基建化： 从功能型工具到全员可用的系统底座

平台新动作

- 4月30日，X 宣布推出公司历史上规模最大的广告系统重构，整合 xAI 最新模型以实现更深层的用户行为理解与广告动态匹配。
- 5月4日，Instagram 上线 AI 创作者标签功能，对平台检测到的 AI 生成或辅助内容进行标注。
- 5月19日，Google 在 I/O 大会公布 Ask Advisor 功能，整合 Google Ads、Analytics 与 Marketing Platform 数据，由 AI 智能体跨产品协同提供 campaign 优化建议。
- 6月23日，Meta 已将此前处于测试阶段的 AI 商业助手在 Meta Ads Manager 中的可用范围，扩展至全球所有广告主与代理商。

本季度的平台动作表明，AI 正从“可选的创作工具”转变为“默认的营销基础设施”。变化的关键不在于新增了多少 AI 功能，而在于 AI 能力的可获取范围被大幅拉平——从重构整个广告系统的底层架构，到 AI 商业助手从小范围测试直接扩展到全员可用。与此同时，AI 内容标注机制的同步完善，也说明平台在推动 AI 规模化应用的同时，正在系统性建立人工内容与 AI 内容之间的透明度规则。

营销建议

品牌需将 AI 工具的使用从效率补充升级为标准作业流程，尽快将 AI 智能体接入广告投放、数据分析、内容创作的日常工作机制，以争取平台能力全面开放期的先发优势；同时应建立内部的 AI 内容披露规范，主动适配平台透明度要求，在使用 AI 提效的同时维护品牌内容的可信度。

三、创作者经济体系化： 垂类交易场景与机构合作体系并行

平台新动作

- 5月12日，TikTok在美国正式上线TikTok GO旅游垂类联盟营销与预订功能，整合Booking.com、Expedia、Viator、GetYourGuide、Tiqets、Trip.com等合作伙伴资源，创作者可通过视频内容带来预订转化并获取佣金。
- 6月16日，TikTok联合FIFA世界杯推出TikTok Pro Events独立应用试点，整合创作者内容、热点话题与平台代币奖励机制，服务于重大体育赛事期间的粉丝参与。
- 6月23日，LinkedIn正式上线独立的Creator Marketplace创作者市场平台，为品牌与创作者提供官方撮合渠道。

本季度创作者经济的更新呈现"垂类交易场景下沉"与"机构合作体系建立"并行的特征。一方面，平台持续降低垂类创作者的变现门槛，使旅游等强意图垂类的创作者无需依赖粉丝规模即可参与交易分成，内容创作与交易转化的链路被进一步打通；另一方面，平台开始为品牌与创作者的合作提供官方化、标准化的渠道，并围绕全球性体育赛事打造专属的沉浸式互动场景，创作者合作正从依赖人脉撮合的非正式安排，走向有规则、有官方入口的体系化运作。

营销建议

品牌需重新规划创作者合作矩阵，针对旅游、体育等强场景垂类，优先评估平台原生的联盟营销与赛事专属合作机会；同时可借助平台官方创作者市场的撮合工具，将创作者合作从一次性投放升级为可追踪、可复用的标准化流程，并结合三季度暑期出行季与重大赛事节点提前规划资源。

四、搜索范式重构： 语义检索与生成式答案可见度并重

平台新动作

- 4月28日，Google 将 AI 搜索模式（AI Mode）能力扩展至 YouTube，强化视频内容的语义化检索与推荐。
- 5月，LinkedIn 面向美国地区 Premium 会员开放 AI 驱动的自然语言对话式搜索功能，用户可通过类似“找到柏林地区监管科技领域的专家”这样的完整语句完成检索，而无需依赖传统筛选条件。
- 5月，根据行业报告显示，随着用户越来越多直接向 ChatGPT、Gemini 等生成式 AI 工具提问消费决策类问题，品牌内容能否被这些工具在回答中引用和呈现，正成为继搜索引擎排名之后的新型曝光渠道，内容形式与发布主体（企业账号 / 个人专家账号）对引用结果的影响也开始受到广泛关注。

本季度的搜索升级呈现两条并行的变化线索。一是平台内部的检索逻辑正从关键词匹配转向语义理解，YouTube 接入 AI 搜索模式、LinkedIn 上线自然语言对话式搜索，意味着用户不再需要精确匹配关键词即可获得相关内容。二是搜索的竞争场域正在向平台外延伸：用户直接向生成式 AI 提问的行为日益普遍，品牌能否被 AI 在回答中提及，正成为与传统搜索排名同等重要的曝光维度。

营销建议

品牌需同步优化两套内容体系：一是面向平台内的语义化检索，强化内容的场景化表达，使产品信息能够被自然语言搜索精准命中，而非依赖单一关键词堆砌；二是面向生成式 AI 的内容引用机制，建立结构清晰、更新频率较高的内容供给（如分点说明、清晰小标题），并适度调动员工与代言人的个人账号发声，以提升品牌在 AI 生成答案中的出现概率。

五、广告体系跃迁： AI 精准匹配与场景化交易能力升级

平台新动作

- 5月14日，YouTube 在 Brandcast 大会公布新一批广告与变现工具，包括 AI 驱动的品牌创作者匹配、创作者内容定制化合作、联盟加成广告，以及通过 Google Pay 实现的电视端两步式结算。
- 5月19日，Google 在 I/O 大会公布 Merchant Center 中的 AI 表现洞察工具，帮助品牌对比自身与同类品牌在 AI 生成结果中的“声量份额”。
- 6月10日，Pinterest 面向符合条件的创作者开放在 Pin 内嵌入联盟链接的能力，用户可在浏览内容时直接完成购物跳转。
- 6月23日，TikTok Symphony 广告创作套件接入字节跳动 Seedance 2.0 模型，提升 AI 广告素材的生成能力。

本季度的广告创新围绕两条主线展开：一是借助 AI 提升广告主与创作者、广告与用户意图之间的匹配精度，例如 YouTube 的 AI 创作者匹配工具与 TikTok Symphony 接入的新一代生成模型；二是持续压缩内容场景与购物转化之间的路径，例如 Pinterest 在 Pin 内直接嵌入购物链接、YouTube 打通电视端结算流程，使广告从单纯的曝光工具进一步演变为内容内嵌的交易入口。与此同时，品牌在生成式 AI 答案中的“声量份额”也开始被纳入广告效果的衡量维度，与传统投放数据共同构成新的评估体系。

营销建议

品牌需将 AI 匹配工具与 AI 素材生成能力纳入广告投放的常规流程，借助平台提供的智能体能力优化创作者甄选与人群定向；同时可评估接入联盟链接、场景化购物广告等“内容内嵌交易”的新形式，以缩短曝光到转化的路径。此外，建议品牌将自身在 AI 搜索结果中的声量份额纳入常规监测指标，建立兼顾传统广告数据与 AI 可见度数据的评估体系。

04

BrandOS

出海品牌影响力模型指标说明

BrandOS 模型介绍

BrandOS 出海品牌影响力模型是基于 OneSight 数据库中覆盖的海外主流媒体平台的海量实时数据，从追随者规模、交互效能和内容创作能力等多维度综合构建。该模型以数据公开透明性及行业适配性为核心，通过量化算法综合评估品牌在媒体平台的表现，并根据不同行业特性制定差异化评分标准。数据采用 90 日/30 日/7 日多周期滚动计算模式，经模型多模态融合计算得出品牌在自身行业的排名，为中国品牌在出海过程中不断提升海外品牌影响力提供兼具普适价值与行业适配性的客观参考指标，助力企业实现从“流量出海”到“品牌出海”的跨越。

▶▶ 模型体系

BrandOS 从三大核心维度衡量品牌运营效果，具体指标如下：

BrandOS 出海品牌影响力模型指标说明

模型名称	BrandOS 出海品牌影响力模型		
细分指标	跨域生态渗透力	多维交互聚合力	全球舆情牵引力
细分指标释义	衡量品牌在海外主流媒体平台的多维度布局能力与用户触达广度。	量化品牌内容与用户间的互动深度与活跃度，反映品牌与受众的价值联结强度。	评估品牌在泛社媒生态中的声量影响力与舆情引导能力，包括话题热度与情绪共振效果。
评估维度	包含： - 媒体平台覆盖度 - 追随者数据（包括但不限于粉丝数、粉丝增长数等） - 内容产出数据（包括但不限于内容发布量、内容发布频率等）	包含： - 内容互动量 - 内容互动行为（评论、分享、点赞等） - 爆款内容生命周期 - 视频观看数	包含： - 关键词日均提及量 - 话题规模覆盖 - 唯一作者扩散指数 - 情绪积极率
评估价值	诊断品牌在海外媒体生态中的布局完整性，识别市场渗透盲区与潜在增长空间。	衡量品牌内容策略与用户互动机制，判断用户忠诚度与品牌黏性。	监测品牌在目标市场的舆情声量与情绪风向，体现危机预警能力与品牌声誉管理能力。
得分构成	各行业榜单品牌最终 BrandOS 评分由“基础得分”和“加权得分”双基座构成。		
	得分释义	基础得分为该品牌在榜单周期内所涉及媒体数据通过BrandOS 模型计算后得到的分值之和。	
		加权得分为该品牌在榜单周期内所涉及媒体数据经「媒体权重」加权处理后，通过 BrandOS 模型计算后得到的分值之和。	
		媒体权重根据各行业在海外媒体运营上的差异进行校准，具体为该行业下一媒体内所有品牌单媒体上的「基础得分」平均值与该行业所有品牌在所有媒体上的「基础得分」平均值之和之间的比值。	
模型数据滚动周期	90 日 / 30 日 / 7 日		

▶▶ 数据说明

- a. 粉丝数：指截至报告当期季度最后一个自然日的最新粉丝数。（YouTube 中粉丝数据为订阅者数据）
- b. 粉丝增长数：指报告当期季度最后一个自然日当日，相比较 90 日/30 日/7 日前获取到的粉丝数所获得的增长累计值，若粉丝流失则为负值。（YouTube 中粉丝增长数据为订阅者增长数据）
- c. 内容发布量：指截至报告当期季度最后一个自然日获取到 90 日/30 日/7 日前这一期间发布的内容总量，每 1 次独立内容发布则视为 1 次。（YouTube 中发帖数据为视频数据）
- d. 内容互动量：指截至报告当期季度最后一个自然日当日获取到 90 日/30 日/7 日前这一期间的所有公开发布内容所产生的总互动数量。

*此处的互动数可能受到平台统计方式、删帖、跨时间发帖行为及时差影响。平台上的所有主页使用一致的计数方法以消除影响。

免责条款

BrandOS 榜单所有数据直接源自海外媒体平台公开数据，因数据受媒体平台统计规则限制及时差影响，接入数据不可避免地存在个别微小偏差，无法完全保证数据百分之百准确和完整。我司所公布的数据仅供参考，不构成任何投资建议。使用者在数据基础上所做的任何判断、推论或观点，均不代表我司的立场，使用者明确同意其使用数据所存在的风险及产生的后果将完全由其自己承担。因此，无论在任何情况下，我司不为使用方基于我方数据所做出的投资决策失败担负任何赔偿责任。若您对数据有任何疑问，请在 OneSight 公众号（ID:OneSightUp）中与我们联系。

05

关于 OneSight

关于 OneSight

OneSight 成立于 2017 年 10 月，是一家致力于为中国企业全球化提供营销策略的平台型技术服务商；通过社交媒体大数据与“AI+ 战略”的结合为中国企业出海赋能，让中国企业出海品牌建设之路更高效。旗下「OneSight 营销云」是服务出海企业的全球社交媒体营销管理平台，为出海企业提供包括多账号管理、内部协同、舆情监控、粉丝交互管理等一站式的产品服务。

面对新时代变迁与全球化飞速发展，中国品牌依托于我国稳定向好的政策支持与国内国际双循环新格局发展的推动，其国际竞争实力越发力强。但中国品牌全球化的见证及研究仍处于较空白地带，OneSight 希望通过结合自身的产品能力技术优势与业务经验和行业领导力，为中国品牌全球化的成功提供可靠的荣誉认证，提振企业士气、吸引优秀人才，聚集优质资源，构建与共同促进中国品牌全球竞争力。

详细信息，敬请访问 OneSight 官网主页 www.onesight.com。更多资讯可扫码关注 OneSight 公众号、官方小红书账号，获取每日有关全球社媒平台的热点资讯及出海营销案例。



扫码关注 OneSight 公众号



扫码关注 OneSight 小红书

THANKS



数据合作：

秉承“数据赋能出海、让出海更简单”的理念，OneSight 欢迎更多聚焦出海研究的媒体及机构与我们联络，共同持续聚焦中国品牌出海动向、见证出海社媒影响力，为中国出海品牌的出海之路洞悉风向、保驾护航。

联系人：李女士

微信：扫左侧二维码添加，请备注公司姓名与来意

邮箱：liyimeng@onesight.com