

深圳工业经济

SHENZHEN INDUSTRIAL ECONOMY

1

2022年
总第111期

She's
FREE STYLE
JUST
FOR YOU



导读

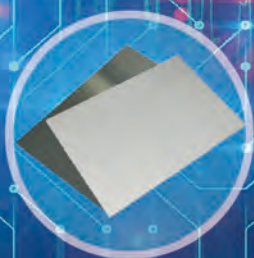
“专精特新”打造制造业发展“硬核”实力
连续12年世界第一！制造业增加值总量达31.4万亿元
Brand Finance发布《2022年全球品牌价值500强》
She's，做配饰领域的艺术家

粤B（L017010040）

内部资料 免费交流

- ◆ 国家科学技术进步奖企业
- ◆ 工信部制造业单项冠军产品
- ◆ 中国隐形独角兽 500 强

- ◆ 国家高新技术企业
- ◆ 电子电路专用材料领军企业
- ◆ 电子电路钻孔盖垫板行业标准制订单位



◀ 电子电路钻孔专用辅材，细分领域全球领先 ▶



◀ IC载板封装绝缘膜 ▶



◀ 电子电路专用微细钻针 ▶



NEWCESS 柳鑫

成为全球领先的电子电路新材料企业



深 圳 · 昆 山 · 湖 南 · 烟 台

深圳市柳鑫实业股份有限公司
Shenzhen Newcess Industrial Co., Ltd

地址：深圳市光明区马田街道石家社区将石水库路28号
电话：0755-27362367 网址：www.newcess.com



“专精特新” 打造制造业发展“硬核”实力

“专精特新”是近年来出现最高频的词汇之一，“专精特新”即专业化、精细化、特色化、新颖化。国家“十四五”规划纲要提出，培育“专精特新”“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。去年年底召开的中央经济工作会议提出，激发涌现一大批“专精特新”企业，“专精特新”企业培育已上升到前所未有的高度。

现阶段，“专精特新”企业已成为我国重要的创新力量，据统计，工信部已培育国家级专精特新“小巨人”企业4762家，带动省级“专精特新”中小企业4万多家。其中，超五成专精特新“小巨人”研发投入在1000万元以上，超六成属于工业基础领域，超七成深耕行业10年以上。研发投入多、创新能力强，是“专精特新”最鲜明的特征，虽然企业的规模不大，但走稳走好创新发展之路，却可以抢占鳌头。在经历疫情冲击后，具有一技之长和创新能力的“专精特新”企业逐步熬过寒冬，并成为稳定经济增

长的生力军。

2021年，国家设立北京证券交易所，旨在打造服务于创新型中小企业的主阵地，“专精特新”中小企业，迎来黄金发展期。截至今年2月份，北交所开市100天，共有84只个股上市。其中“专精特新”企业占一半以上，国家级专精特新“小巨人”企业数量占五分之一。深圳目前累计拥有“专精特新”企业数量在全国名列前茅，其中省级“专精特新”中小企业613家，占全省总数的42%，国家级专精特新“小巨人”企业169家，在国内城市排名第4位，占全国数量的3.55%。

当前，中国正进入高质量发展时代，中小企业面临重大战略转型。“专精特新”企业已经成为我国制造业高质量发展的重要支撑力量。过去多年主要依靠资源要素投入、成本优势、规模扩张的粗放式发展模式难以为继，必须上升到一个新的战略高度。聚焦于专业化、精细化、

特色化、新颖化定位，在专业化上给力，在精细化上用力，在特色化上努力，在新颖化上发力。中小企业领导者需要调整心态，培育实业精神，聚焦一个行业，专注一个产品，执着一种市场，做好一项服务，“把一米宽的市场做到百米深。”

深圳工业总会作为服务于工业界为主的工商经济类社会团体，一直以来以推动工业化进程为使命，高度重视对中小企业的服务工作，专门设立了经市政府有关部门认定的中小企业公共服务示范平台。积极帮助中小企业转型升级、创新发展。未来，我们将致力于服务更多行业及领域的“专精特新”企业，促进更多中小企业走上“专精特新”发展道路，为中国制造业发展打造“硬核”实力！

王隆文





深圳工业经济（封面题字：李灏）

2022年第1期 总第111期

登记证号： 粤B（L017010040）

出版时间： 2022年3月31日

内部资料·免费交流

主 办： 深圳工业总会

高级顾问： 马 洪 袁宝华 林宗棠 李 灏

谢伏瞻 艾 丰 林 凌 周叔莲

戴园晨 汪海波 刘人怀 冯冠平

陈家乐 黄英忠 许清祥

指导委员会

主任委员： 吴光权

委 员：（按姓氏笔划排序）

王 名 王宏晖 王夏娜 王肇文

王世巍 乐 正 包德元 何永志

伍 斌 许明金 许建国 刘 昂

陈 广 刘子先 刘苏华 陈竿伶

吴 丽 吴光胜 吴思康 张 经

张金生 庄智泳 谢军徽 李 真

杜吉轩 肖亚非 杨 洪 唐惠建

夏妍娜 徐 航 盛 斌 董国强

郭万达 郭 建 郭晓渝 郭蕴川

曹明新 蔡正富 魏达志

编辑委员会

主任委员： 王肇文

委 员：（按姓氏笔划排序）

王江涛 王利峰 王卓民 王志毅

史诗祯 伍源超 孙维德 许明鹤

宋献华 李 炬 李云超 杨宇清

肖 伟 张武波 周家贵 赵铁成

荣光新 徐晓峰 徐建明 崔红兵

龚复兴 龚家瑞 谭建军

总 编 辑： 王肇文

副总编辑： 李云超

主 编： 贾伟伟

责任编辑： 周 林

美术编辑： 李 劲

法律顾问： 刘先波 舒卫东 何贤波 王寿群

广东益道律师事务所

contents

总编寄语

“专精特新”打造制造业发展“硬核”实力 01

产业发展

连续12年世界第一！制造业增加值总量达31.4万亿元 04

工信部再提元宇宙，多地政府超前布局 06

2021年深圳地区生产总值稳步跨越3万亿大关 09

2021年中国国际专利申请量全球第一 7家深企位列申请人前五 11

专精特新

今年将新培育3000家“小巨人”企业！纾困培优促中小企业健康发展 12

深圳613家企业上榜2021年省级“专精特新” 13

深圳专精特新“小巨人”崛起 撑起优质增长半边天 14

加快培育“专精特新”企业 16

以“专精特新”为主线推动中小企业创新发展 17

专家观点

李培根院士：智能制造发展重在坚持创新驱动、坚持市场主导 19

“专精特新”的品牌短板和扬长路径 21

石章强：“专精特新”企业以复制裂变实现营收增长 23

张海良：打造“专精特新”培育新模式 25



政策速递

多部门联合印发促进工业经济平稳增长的若干政策	27
工信部印发制造业质量管理数字化实施指南	28
宝安打造世界级先进制造业高地！4大行动、56条措施支持	40

品牌建设

Brand Finance发布《2022年全球品牌价值500强》	31
稳健医疗董事长李健全：坚守利他主义方能稳健前行	34

封面故事

She's，做配饰领域的艺术家	38
-----------------	----

工总在线

市领导关注工业发展形势 企业家稳中求进信心倍增 ——王强一行到深圳工业总会调研深入了解企业需求	42
深圳工业总会获评广东省工商联系统“四好”商会	44

会员风采

烯旺科技&北京冬奥会背后的科技故事	45
稳健医疗为冬奥会疫情防控输送“战袍战甲”	46
16天不间断保障冬奥主火炬燃烧 中集氢能“蓝墩墩”不下班	47
兆威机电“微小传动系统质量创新项目”获国家级大赛金奖！	48

本刊战略合作机构（排序不分先后）

安徽省工经联：0551-2871008
贵州省工经联：0851-86818950
海南省工经联：0898-66182369
辽宁省工经联：024-86611675
山西省工经联：0351-4133495
陕西省工经联：029-87434620
福建省工经联：0591-7526984
香港工业总会：00852-27323188
澳门总商会：00853-28576833
台湾工业总会：00886-02-27033500
《台商》杂志社：0755-26475488



地址：深圳市福田区深南中路3024号航空大厦
(格兰云天大酒店) 18楼

电话：(0755) 83224658 25323106

传真：(0755) 83688570

邮编：518031 E-mail: sfie@sfie.org.cn

网址：www.fszi.org

印刷：深圳市源昌盛彩色印刷有限公司

连续12年世界第一！ 制造业增加值总量达31.4万亿元

2021年，我国经济发展和疫情防控保持全球领先，构建新发展格局迈出了新步伐。高质量发展取得新成效，“十四五”开局良好。下一步，工信部将把工业稳增长摆在重要位置，着力提振工业经济，特别是全力以赴实现一季度平稳接续，促进工业经济平稳运行。



在2月28日国新办举行的“促进工业和信息化平稳运行和提质升级发布会”上，工业和信息化部部长肖亚庆表示，2021年，我国经济发展和疫情防控保持全球领先，构建新发展格局迈出了新步伐。高质量发展取得新成效，“十四五”开局良好。下一步，工信部将把工业稳增长摆在重要位置，着力提振工业经济，特别是全力以赴实现一季度平稳接续，促进工业经济平稳运行。按照“三严三实”的要求，一项一项扎

扎实实抓好各项工作的落实，促进工业和信息化平稳运行和提质升级，保持制造业比重基本稳定，提升制造业核心竞争力，筑牢经济“压舱石”。

工业和信息化呈现较好发展态势

2021年，我国工业经济持续恢复发展，产业链供应链韧性得到提升，产业结构进一步优化升级，重点领域创新发展取得新成效。

2021年规模以上工业增加值增长9.6%，比2020年提高6.8个百分点，两

年平均增长6.1%。其中，制造业增加值增长9.8%，两年平均增长6.6%。制造业增加值占GDP比重达到了27.4%，总量达到了31.4万亿元，连续12年位居世界首位。

规模以上工业企业利润增长34.3%，比上年提高了30.2个百分点，两年平均增长18.2%。同时，全国工业产能利用率达到77.5%。这是近年来比较高的水平。

产业链供应链韧性得到提升。着力

打通产业链、供应链卡点和堵点，重点产业链保持安全稳定。光伏、风电、船舶等产业链国际竞争力进一步增强。一度紧张的集装箱去年增长了110.6%，翻了一倍多。芯片产量也增长了33.3%。全年规模以上工业企业出口交货值增长了17.7%，两年平均增速为8.3%。这也是近年来的较高水平。我国工业产品出口为应对新冠肺炎疫情、保持全球产业链供应链稳定畅通、促进世界工业经济恢复增长都作出了重要贡献。

产业结构进一步优化升级

一是高技术制造业、装备制造业带动作用明显增强，增加值分别增长18.2%、12.9%。对规上工业增长的贡献率达到了28.6%和45%。

二是制造业数字化、绿色化转型步伐加快，集群发展取得新进展。重点领域规模以上工业关键工序数控化率、数字化研发设计工具普及率分别达到55.3%和74.7%。各项指标呈现好的态势。同时，还要看到，规模以上工业单位增加值的能耗同比下降5.6%，这也是一个比较好的表现。

三是龙头企业引领和带动作用明显增强，中小企业“专精特新”发展步伐加快，培育“专精特新”4万多家，“小巨人”企业4700多家，制造业单项冠军企业超过800家。

重大科技创新取得了新突破。“天问一号”任务实现火星探测的“绕、着、巡”，“神舟十二号”“十三号”载人飞船接续成功发射。“海斗一号”浅海深潜器打破了多项世界纪录。高温气冷堆核电站示范工程首次并网发电，新型显示、工业母机、新材料等领域的攻关取得了阶段性成果，有力支撑了工业经济的发展。工业机器人、太阳能电池同比分别增长了44.9%和42.1%，新能源汽车产销量同比增长了1.6倍。

此外，信息通信业高质量发展取得新进展。新型信息基础设施建设力度加大，累计建成开通5G基站超过142.5万个，5G手机终端连接数达到5.2亿户。北京冬奥会所有场馆都实现了5G覆盖，为打造“智慧冬奥”提供了有力支撑。5G应用在工业、能源、交通等领域也快速拓展，赋能千行百业的成效十分显著，新业态、新模式层出不穷，数字经济呈现蓬勃发展的势头，全年通信业、软件和信息技术服务业的业务收入分别增长了8%和17.7%。

多举措保障全年工业经济平稳运行

一季度工业经济运行情况将呈现怎样态势？工信部将采取哪些措施来实现一季度良好开局和全年工业经济平稳运行？

肖亚庆表示，总的来看，经过各方面的努力，到目前为止，我国工业经济延续了去年四季度企稳回升的态势，总体运行平稳。特别是随着工业经济增长各项政策举措贯彻落实，提振工业经济取得阶段性成效。

下一步，工信部将全力提振工业经济，确保一季度平稳接续。认真落实关于促进工业经济平稳增长的系列政策措施，强化政策支持，推动各项政策措施到位。同时，注意发现苗头性、倾向性问题，及时加以协调解决。

着力打通重点产品供给堵点卡点。加强能源、物流、用工等要素保障协调，优先保障基础工业产品、重要生活物资，包括农资、化肥等重点企业稳定运行。

积极提振制造业有效投资。抓好“十四五”规划重大工程和项目实施，启动实施一批产业基础再造工程项目。鼓励支持企业加强技术改造，推动电信运营商加快5G和千兆光网投资建设进度。

多措并举扩大消费需求。继续实施新能源汽车购置补贴、充电设施奖补、

车船税减免优惠等政策。同时，开展新能源汽车、绿色智能家电、绿色建材下乡活动。还将深入推进增品种、提品质、创品牌的“三品”行动，全力支持外贸企业扩大出口。

制造业数字化转型步伐加快

越来越多的企业已经意识到数字化转型的重要性，也在不断加快数字化改造的步伐。数字化转型主要是新一代信息技术的普及应用，它给制造业生产方式、发展模式、企业形态带来深刻的变化，应该说是企业竞争力提升和发展的必修课。我国的制造业数字化转型呈现出加快发展的态势，创新活动呈现出良好态势。主要体现在三个方面：

1、数字化转型的基础不断夯实。通过实施工业互联网创新发展工程，培育较大型工业互联网平台已经超过了150家，平台服务的工业企业超过了160万家，这对数字化转型提供了有力支撑。

2、转型范围不断拓展。新一代信息技术，包括5G、大数据、云计算、人工智能，向制造业加速融合渗透，特别是钢铁、汽车、装备、电子、石化等工业行业领域，融合创新、交叉创新不断深化。“5G+工业互联网”在建项目全国已经超过2000多个。

3、转型程度不断提升。规模以上工业企业关键工序数控化率已经达到了55.3%，数字化研发工具的普及率达到了74.7%。数字化新业态、新模式也不断发展创新，开展网络化协同和服务型制造的企业比例分别达到了38.8%和29.6%。企业利用网络化、数字化来提升质量、效率和效益的作用非常明显，都尝到了甜头，产业竞争力得到实实在在的提升。



工信部再提元宇宙，多地政府超前布局

在国内，除了各大互联网公司在布局元宇宙，一些城市在元宇宙上的角力与较量也已悄然展开，多地政府工作报告和产业规划中已出现元宇宙的身影。比如，上海将元宇宙写入产业发展“十四五”规划，杭州成立元宇宙专委会，网易元宇宙产业基地落户三亚、深圳成立元宇宙创新实验室……

在工业和信息化部召开的中小企业发展情况发布会上，工信部将加大力度推进中小企业数字化发展，支持发展数字经济，抢抓国家推进新基建、大力发展数字经济的大好机遇。培育一批数字产业化专精特新中小企业，特别要注重培育一批深耕专业领域工业互联网、工业软件、网络与数据安全、智能传感器等方面的“小巨人”企业，培育一批进军元宇宙、区块链、人工智能等新兴领

域的创新型中小企业。

据了解，在国内，除了各大互联网公司在布局元宇宙，一些城市在元宇宙上的角力与较量也已悄然展开，多地政府工作报告和产业规划中已出现元宇宙的身影。比如，上海将元宇宙写入产业发展“十四五”规划，杭州成立元宇宙专委会，网易元宇宙产业基地落户三亚、深圳成立元宇宙创新实验室……

截至目前，元宇宙尚无公认的权威

定义，但一个基本共识是，元宇宙本质上是对现实世界的虚拟化、数字化过程，目前仍在不断演变。

据彭博行业研究报告预计，元宇宙将在 2024 年达到 8000 亿美元市场规模；而普华永道预测，元宇宙市场规模在 2030 年将达到 1.5 万亿美元。

上海将元宇宙纳入“十四五”规划

1 月 8 日，上海经信委召开会议谋划 2022 年产业和信息化工作，强调加



快布局数字经济新赛道，紧扣城市数字化转型，布局元宇宙新赛道，开发应用场景，培育重点企业。

这已经不是上海首次在官方会议上提及元宇宙相关表述。去年12月21日召开的上海市委经济工作会议指出，要“引导企业加紧研究未来虚拟世界与现实社会相交互的重要平台，适时布局切入。”这被业内称为“我国地方政府对元宇宙相关产业发展的第一次正面表态”。

随后，2021年12月30日印发的《上海市电子信息制造业发展“十四五”规划》中提到，上海要前瞻部署量子计算、第三代半导体、6G通信和元宇宙等领域。同时，支持满足元宇宙要求的图像引擎、区块链等技术的攻关；鼓励元宇宙在公共服务、商务办公、社交娱乐、工业制造、安全生产、电子游戏等领域的应用。

这也是元宇宙首次被写入地方“十四五”产业规划。

近日，《上海市建设网络安全产业创新高地行动计划（2021-2023年）》正式发布。据上海市经济信息化委副主任张英介绍，下一步，上海将聚焦数字经济、元宇宙、智能终端等10大重点方向，面向全国优秀企业，征集创新产品和解决方案，择优纳入《2022年度上海网络安全产业创新攻关成果目录》，并在城市数字化转型重大场景建设中率先应用、优先支持。

元宇宙的发展离不开新基建的支撑，业内人士认为，上海市委经济工作会议释放的信号在于，上海为元宇宙产业提供了优良的新基建环境，政策上也积极引导。

浙江加快元宇宙布局

浙江也加快了元宇宙的推进步伐。在杭州市委十二届十四次全会上，杭州市委书记刘捷表示，要超前布局量子通信、“元宇宙”等未来产业，高水平打造“全国数字经济第一城”。

1月5日，浙江省数字经济发展领导小组办公室发布的《关于浙江省未来产业先导区建设的指导意见》中提到，元宇宙与人工智能、区块链、第三代半导体并列，是浙江到2023年重点未来产业先导区的布局领域之一；浙江将加快在脑机协作、虚拟现实、区块链等领域搭建开放创新平台，促进产业技术赋能和集成创新。

浙江在“元宇宙”产业的发展上，具备得天独厚的条件，在AR引擎、虚拟人像、3D空间与虚拟场景建设、新型人机交互、5G云网、边缘计算、服装3D工具、工业XR交互引擎、心理健康与医疗以及游戏场景等各领域已有一定的研究和储备，很多企业已进入上市IPO和资本通道。“元宇宙”是未来发展的新趋势，是

产业发展的新风口，其想象空间和对未来经济社会发展的影响巨大。

北京城市副中心率先入局元宇宙

1月19日，在“北京城市副中心产业高质量发展推进大会”上，北京市通州区出台了包含“元宇宙相关政策”在内的一系列产业生态扶持发展政策。具体来看：出台《关于加快北京城市副中心元宇宙创新引领发展的八条措施》，将依托通州产业引导基金，采用“母基金+直投”方式联合其他社会资本，打造一只覆盖元宇宙产业的基金，支持元宇宙初创项目和重大项目，完善服务体系，支撑产业生态建设，支持设立专注于早期和长期投资的元宇宙子基金。在内容设计上，突出元宇宙与文化旅游融合发展的特色；在产业空间上，规划“1个创新中心+N个特色主题园区”的元宇宙产业空间布局。在应用场景上，瞄准数字赋能、文化科技融合领域，“打造实数融合的文旅新场景”，为企业提供技术展示创造空间。在合作伙伴上，选择了上市公司蓝色光标旗下的“蓝色宇宙”，该公司注册资本1亿元，“整合了蓝色光标已经具备的虚拟直播间、虚拟形象到虚拟空间打造等一站式内容、资源、技术和服务生态”。

北京启动城市超级算力中心建设，推动组建元宇宙新型创新联合体，探索建设元宇宙产业聚集区。北京作为科技创新中心和文化中心，有大量科研院所、科技型企业，也有深厚的文化底蕴和发达的文化产业，对探索元宇宙新趋势具有更加得天独厚的优势。抢占元宇宙及相关产业发展先机，将为北京加速建设全球数字经济标杆城市和国际消费中心城市注入新活力，也将推动北京在新一轮技术创新和产业升级中走在前列。

海南打造元宇宙产业基地

三亚市人民政府与网易签署了战略



合作协议。根据协议，网易将在三亚设立网易海南总部，建设网易元宇宙产业基地项目，推动海南数字化文创产业高质量发展，打造集互联网技术开发、数字化内容生产、数字化版权运营和数字化产品输出为一体的国际化数字新文创中心。网易将参与海南国际电竞岛、三亚电商供应链，以及网红经济与直播电商建设，并打造“音乐点亮城市”等大众文化项目。双方将共同推动海南自由贸易港在数字文化建设方面取得新成果。

江苏打造元宇宙生态产业示范区

1月1日，在江苏省无锡市滨湖区举行的“2022太湖湾科创带滨湖创新大会”上，该区正式推出了《太湖湾科创带引领区元宇宙生态产业发展规划》，以及相配套的科技创新服务体系、科创载体建设、人才安置工程三年行动计划等，旨在打造国际创新高地和国内元宇宙生态产业示范区。

据介绍，滨湖将依托无锡先进技术研究院、国家超算中心等重大研发载体，开展应用理论和核心技术研究，培育、引进一批区块链、人工智能等元宇宙生态链企业，推进一批典型应用示范项目，

到2025年，基本形成技术引领、企业集聚、示范应用、标准完备的元宇宙产业生态，打造元宇宙的“滨湖名片”。

滨湖将以打造元宇宙核心产业区、元宇宙创新孵化园、元宇宙先进智造地，提升资源配置质效，构建元宇宙空间布局；以引入一批元宇宙领军企业、培育一批元宇宙新兴企业、带动一批传统企业转型升级，促进产业融合联动，加快元宇宙集聚发展；以推动元宇宙核心技术攻关、设立元宇宙新型研发机构、推进元宇宙标准体系建设，聚焦技术创新引领，强化元宇宙科研攻关；以建设元宇宙公共服务平台、刻画元宇宙“滨湖印象”、建设元宇宙产业协会联盟，践行多边赋能模式，优化元宇宙发展生态；以引进元宇宙全球顶尖专业人才、培养元宇宙高水平创新人才、建立元宇宙人才培养体系，引育用留多措并举，汇集元宇宙专业人才；以聚焦数字影视、数字文旅、智改数转、社会治理等场景，发挥区域特色优势，打造元宇宙典型场景。

武汉将元宇宙写入“政府工作报告”

武汉市政府工作报告中指出，要加快壮大数字产业，推动元宇宙、大数据、

云计算、区块链、地理空间信息、量子科技等与实体经济融合，建设国家新一代人工智能创新发展试验区，打造小米科技园等5个数字经济产业园。

合肥前瞻布局元宇宙产业

合肥市政府工作报告中，同样出现了“元宇宙”的身影。未来5年，合肥将前瞻布局未来产业，瞄准元宇宙、超导技术、精准医疗等前沿领域，打造一批领航企业、尖端技术、高端产品。此外，合肥将培育3个千亿企业、300个专精特新企业，加快建成具有国际竞争力的先进制造业高地。

张家界成立元宇宙研究中心

去年11月，张家界举办元宇宙研究融合发展研讨会暨张家界元宇宙研究中心挂牌仪式，成为全国首个设立元宇宙研究中心的景区。

张家界元宇宙研究中心设置在张家界市武陵源区旅游高质量发展数字化转型工作领导小组办公室，元宇宙研究将成为武陵源区数字化转型的重要研究内容。搭乘“元宇宙”的浪潮，武陵源景区将为游客提供更加精彩的旅游体验、更加丰富的旅游产品，更舒适的旅游环境。张家界元宇宙研究中心相关负责人介绍，成立张家界元宇宙研究中心的初衷是以数字化技术赋能旅游产业，培育旅游新兴业态，为旅游业的数字化转型奠定基础。

元宇宙在中国的发展，离不开政策的支持。中国人民大学副教授王鹏表示，未来，元宇宙在教育、医疗、政府服务等实体经济场景下将有所应用，在政策支持下，在促进应用场景多元化的同时，也能促进相关企业的发展，形成良性循环。发展元宇宙不是“脱实向虚”，而是实现数字经济与实体经济深度融合，从而切实赋能实体经济全面升级，让各行各业都能找到“第二条增长曲线”。

2021年深圳地区生产总值稳步跨越3万亿大关

深圳2021年GDP首度跨越三万亿大关。根据广东省地区生产总值统一核算结果，2021年我市地区生产总值30664.85亿元，同比增长6.7%，两年平均增长4.9%，呈现稳中求进的良好发展态势。

深圳2021年GDP首度跨越三万亿大关。根据广东省地区生产总值统一核算结果，2021年我市地区生产总值30664.85亿元，同比增长6.7%，两年平均增长4.9%，呈现稳中求进的良好发展态势。

主要经济指标实现预期目标

2021年深圳经济社会持续恢复，在高质量发展的引领下，经济韧性不断增强，经济循环更加畅通，主要指标实现了预期目标，实现“十四五”良好开局。

2021年，第二产业增加值11338.59亿元，同比增长4.9%，两年平均增长3.4%；第三产业增加值19299.67亿元，同比增长7.8%，两年平均增长5.8%。

制造业向阳生长，工业生产稳定恢复，是深圳经济的柱石。2021年，全市规模以上工业增加值比上年增长4.7%，两年平均增长3.3%。超八成工业行业实现正增长，其中，通用设备制造业、电气机械和器材制造业增加值分别增长15.3%、13.3%。主要高技术产品产量快速增长，其中，新能源汽车、工业机器人、智能手机、3D打印设备分别增长173.9%、60.5%、40.9%、21.2%。这一系列数据表明新技术、新产业、新业态蓬勃发展，发展的动能更加强劲。

高质量发展增强经济韧性

财政收入的增速，成为深圳高质量发展的生动体现。

2021年，全市地方一般公共预算收



入 4257.76 亿元，比上年增长 10.4%；税收占一般公共预算收入比重为 81.0%，比上年提高 1.0 个百分点。

伴随着高质量发展，工业企业利润也在显著回升，全市规模以上工业实现利润总额 3403.54 亿元，同比增长 23.7%，增速比上年提高 19.6 个百分点；两年平均增长 17.0%。

服务业，特别是高端服务业，是经济高质量发展的重要支撑。1-11 月，全市规模以上服务业营业收入同比增长 22.3%，两年平均增长 13.5%。十大行业营业收入全部实现正增长，九个行业实现两位数以上增长。

金融业支持实体经济力度加强。12 月末，全市金融机构（含外资）本外币存款余额 112545.17 亿元，比上年增长 10.4%。金融机构（含外资）本外币贷款余额 77240.78 亿元，增长 13.6%。

制造业投资增添经济发展后劲

去年我市固定资产投资保持增长，

其中工业投资一马当先。

2021 年，全市固定资产投资同比增长 3.7%，两年平均增长 5.9%。其中，工业投资同比增长 27.1%，制造业投资增长 22.5%，均高于全市固定资产投资增速。

分行业看，计算机及办公设备制造业投资、电子及通信设备制造业投资分别增长 34.3%、21.9%；交通运输、仓储和邮政业投资同比增长 35.5%；科学研究和技术服务业投资增长 89.4%。

消费持续稳定恢复

随着疫情控制有力，市民消费信心日益增强。我市去年市场销售规模不断扩大，商品零售、住宿餐饮等接触性消费稳步恢复，互联网销售一枝独秀。

2021 年，全市社会消费品零售总额 9498.12 亿元，同比增长 9.6%，两年平均增长 1.9%。

特别值得一提的是，网上零售持续高速增长，限额以上单位通过互联网实现商品零售额同比增长 44.3%，两年平

均增长 26.4%。

出口连续29年居内地城市首位

货物进出口快速增长，民营企业独领风骚。

2021 年，全市进出口总额 35435.57 亿元，同比增长 16.2%，两年平均增长 9.1%。其中，出口 19263.41 亿元，同比增长 13.5%，两年平均增长 7.3%，出口规模连续 29 年居内地城市首位；进口 16172.16 亿元，同比增长 19.5%，两年平均增长 11.2%。

贸易结构不断优化。从贸易方式看，一般贸易进出口增长 16.9%，占进出口总额的比重为 49.4%，比上年提高 0.3 个百分点；从注册类型看，民营企业进出口增长 18.9%，占进出口总额的比重为 60.9%，比上年提高 1.4 个百分点。



2021年中国国际专利申请量全球第一 7家深企位列申请人前五十

深圳2021年GDP首度跨越三万亿大关。根据广东省地区生产总值统一核算结果，2021年我市地区生产总值30664.85亿元，同比增长6.7%，两年平均增长4.9%，呈现稳中求进的良好发展态势。



2月10日，根据世界知识产权组织（WIPO）消息，2021年全球创新企业和个人克服新冠疫情干扰，提交的专利国际申请量达27.75万件，数量再创新高。其中，中国申请数量为各国最高。此外，在总申请人排名中，有7家深企跻身前五十。

WIPO称，通过该组织的《专利合作条约》（PCT）提交的专利国际申请量，是衡量创新活动的一项重要指标。2021年，通过PCT提交专利国际申请最多的国家是中国，共69540件，同比增长0.9%。随后是美国（59570件）、日本（50260件）、韩国（20678件）和德国（17322件）。

从申请人排名来看，华为技术有限公司以6,952件登顶榜首，并且连续5

年独占鳌头。另外还有两家中国企业位列前十大申请人榜单，分别是中国广东欧珀移动通信有限公司（OPPO）和京东方科技集团股份有限公司。

值得一提的是，在前50位申请人排名中，有12家中国企业上榜，其中7家来自深圳。除华为外，还有平安科技（深圳）（第六），中兴通讯（第十三），大疆创新（第二十），瑞声声学科技（深圳）（第二十九），深圳华星光电（第三十三）和腾讯科技（第四十二）。根据榜单显示，除华为连续蝉联第一外，其余上榜深企今年排名基本都有所上升。

在教育机构榜单中，上榜的前十所高校中有四所来自中国：浙江大学（306件）位列第二、清华大学（201件）位

列第四、华南理工大学（169件）位列第七和苏州大学（153件）位列第九。在排名前50的教育机构中，中国高校占据了19席，为上榜高校最多的国家。此外，深圳大学以202件专利位列第十二。

在马德里国际商标申请方面，中国以5,272件申请继续排在美国和德国之后，保持世界第三。前50中有两家深企，华为位列第四，荣耀终端第三十六。

从技术领域来看，电气工程、仪器、化学和机械工程为热门申请领域。今年，电气工程领域申请量增长最多，主要以音像技术、电信、数字通信、计算机技术、半导体等为主。

今年将新培育3000家“小巨人”企业！ 纾困培优促中小企业健康发展



日前，在工业和信息化部新闻发布会上，工业和信息化部副部长徐晓兰介绍支持中小企业发展相关工作情况。2021年，我国中小企业经受住原材料价格上涨、订单不足等复杂形势考验，保持稳定恢复增长态势。2021年1月至11月，规模以上中小工业企业营业收入、利润总额同比分别增长20.7%、28.2%，两年平均分别增长9.8%、17.1%，体现了中小企业的韧性和活力。

中小企业平稳恢复离不开一系列纾困政策的精准实施：2021年全年新增减税降费1万亿元，普惠小微授信户数超过4400万户；2021年前11个月，共支出各类就业补贴827亿元，向326万户企业发放失业保险稳岗返还资金达到192

亿元。通过对2.5万家中小企业进行问卷调查，结果显示，85.1%的中小企业认为发展环境有所改善，85%的中小企业认为融资环境有所改善，92%的中小企业认为税费负担减轻。

推动中小企业健康发展不仅要纾困，更要培优。第三批专精特新“小巨人”企业达2930家，是前两批总和的1.5倍。2021年中央财政安排100亿元以上奖补资金分3批支持1000余家国家级专精特新“小巨人”企业发展，北京证券交易所的成立为更多创新型中小企业对接资本市场打开新的大门，各商业银行纷纷推出“专精特新”中小企业专属产品和服务。

优质企业梯度培育成效初显：目前，

4762家专精特新“小巨人”企业中，超五成企业研发投入在1000万元以上，超六成企业属于工业基础领域，超七成企业深耕行业10年以上，超八成企业居本省细分市场首位，很多企业在强链补链方面发挥了重要作用，成为增强发展活力、支撑高质量发展的重要力量。

2022年将新培育3000家“小巨人”企业，财政再支持500家以上重点“小巨人”企业，引导广大中小企业走“专精特新”发展道路。

《创新型中小企业评价与培育办法》即将出台，工信部将继续加大“专精特新”中小企业培育力度，同时更加注重支持企业数字化绿色化转型，更加注重从产业链角度推动大中小企业协同创新融通发展，在提升产业链供应链稳定性和竞争力方面发挥更大作用。

中小企业是数字经济发展主力军，也是数字化转型的主战场。数据显示，我国中型企业和小型企业两化融合水平分别从2017年的49.2%和38.1%，提升到2021年的55.7%和51.9%。但中小企业数字化转型与大企业相比仍较落后，梁志峰建议，支持数字化服务商开发适合中小企业特点的轻量化、低成本、易部署、易维护的数字化解决方案和产品，为中小企业开放平台接口、微服务和计算能力，便利中小企业上云用云；组织工业互联网平台赋能深度行、智能制造进园区等活动，为中小企业量身定制数字化解决方案，推动实现精益生产、精细管理和智能决策。



深圳613家企业上榜2021年省级“专精特新”

广东省工业和信息化厅公布 2021 年广东省“专精特新”中小企业名单，总计 1459 家。其中，深圳市 613 家企业上榜，数量全省最多，占总数的 42%，彰显出深圳科创的蓬勃之力。

本次榜单重点聚焦主营业务突出、竞争力强、成长性好的制造业中小企业，以战略性新兴产业、核心基础零部件（元器件）、关键基础材料、先进基础工业、产业技术基础，以及基础软件等领域的中小企业为主。

省级“专精特新”中小企业自通知之日起，有效期为三年。广东省工业和信息化厅在通知中要求上榜“专精特新”中小企业要坚持“以恒心办恒业”，专注细分市场，聚焦主业，不断提升创新能力，

增强核心竞争力，为实体经济特别是制造业做实做强做优作出新的更大贡献。

此外，通知还释放出利好“专精特新”信息。即要求各地工业和信息化主管部门加大对“专精特新”中小企业的培育力度，加强政策支持，开展精准服务，不断增强企业获得感，助力“专精特新”企业高质量发展，引导更多中小企业走“专精特新”发展道路。

近年来，“专精特新”已成为扶持中小企业可持续发展的热词。2021 年，广东省累计培育国家级制造业单项冠军企业 85 家、国家级“专精特新”小巨人企业 429 家、省级“专精特新”企业 2704 家。按照规划，广东 2022 年将力争培育国家级“专精特新”企业 200 家、省“专精

特新”中小企业 1000 家；抓好“专精特新”中小企业上市融资服务等落地见效，力争为 3.5 万家次企业（项目）新增融资支持 7000 亿元。

积极引导更多中小企业走“专精特新”发展之路，2020 年深圳出台《深圳市工业和信息化局专精特新中小企业遴选办法》。本次在全省“专精特新”企业“大比拼”中拔得头筹，正是得益于深圳将培育“专精特新”中小企业作为实施创新驱动、增强产业链韧性、提升产业链水平、推动高质量发展的重要抓手。据了解，在“十四五”期间，深圳提出力争培育 600 家左右“专精特新”小巨人企业的目标。

深圳专精特新“小巨人”崛起 撑起优质增长半边天



当下资本市场最火的当属专精特新“小巨人”企业。深圳中小企业数量众多，超过 250 万家，占全市企业总量的 99% 以上。已经形成完备的中小企业梯度成长机制的深圳，培育了一批在细分专业市场领域坚持自主创新的领军企业，一大批新兴企业迅速成长为细分行业的领跑者，在“双区”建设中发挥“头雁效应”。其中入选工业和信息化部专精特新“小巨人”的 169 家企业，更是成为掌握独门绝技的“单打冠军”或“配套专家”，有助于加快解决一批“卡脖子”问题，成为新时代推动特区高质量发展的生力军。

小巨人 大能量

深圳入选工信部的国家专精特新“小巨人”企业广泛分布于高端制造、医药生物、智能穿戴等领域，涉及高端装备、医药生物、化工材料、新能源、新一代电子信息等众多行业，都是在细

分领域占据优势，拥有自主知识产权，研发投入高的中小制造业企业。

从行业来看，最多的是做 3C 类电子设备及仪器仪表企业，其次是半导体产品和半导体设备企业、软件和信息技术服务企业。可以看出，“小巨人”企业所涉行业分布反映了深圳产业未来发展和主导的方向。这些企业中，超七成企业专注于某一领域超过 10 年，在各自所属的细分行业或领域中都处于领先地位，主营业务收入占营业收入的比重都在 90% 以上。

据深圳市中小企业服务局统计，最近两年，虽然受到疫情影响，深圳的“专精特新”企业营收平均增速依然达到两成以上，且含金量高。当前深圳累计拥有的专精特新“小巨人”企业数量在全国名列前茅，其中已有 22 家企业在中小板、创业板或科创板上市（含已过

会）。截至 2021 年 9 月底，深圳新三板挂牌企业达 36 家，数量位居全国第三位，总市值 2184.29 亿元。位居全国前列的庞大拟上市企业储备，为深圳创新发展带来巨大机遇，深圳的“专精特新”产业业绩也呈现出强劲的增长态势。

这些专精特新“小巨人”企业的产品或服务市场虽然规模不大，但对于供应链却十分重要，往往处于细分市场和专业市场领域，具有较高的技术壁垒和进入成本，而此类领域又往往是“卡脖子”问题的重灾区。可以说，专精特新“小巨人”企业在成长过程中，凭借长期技术积累，对行业专利或人才标准的制定拥有话语权，在细分市场上形成“护城河”，具有较高的市场占有率和较高的毛利水平。

小梦想 大方向

深圳知名品牌、东微智能科技股份



有限公司是一家全媒体融合解决方案供应商，产品覆盖专业数字音频系统、分布式显示与管控系统、全媒体融合应用、物联网管理调度等领域。像东微智能这样的“专精特新”企业，专注于精细领域，创新能力强，掌握关键核心技术，质量效益皆优，近年来在市场上表现活跃，通过持续发力脱颖而出。深圳能够在全国专精特新“小巨人”企业质量和数量上领跑，正是得益于有大批东微智能这样的企业群体存在。

在专精特新“小巨人”的背后，是更大的实体经济阵营。在深圳，目前有规模以上工业企业 1.1 万家，数量位居全国大中城市前列。正是在这些企业的不懈努力下，最近两年来，深圳全市 37 个工业行业大类中，绝大多数行业增加值同比正增长。其中，通用设备、电气机械和器材、仪器仪表增加值同比都在

两位数以上。浓厚的产业根基和在众多领域形成的优势产业集群，为深圳孕育出越来越多专精特新“小巨人”企业夯实了基础支撑，提供了充足的后备力量。

“专精特新”企业中，蕴藏着影响我国经济优质发展的密码，也显示出我国先导产业发展的方向。从近两年国家级专精特新“小巨人”企业的入选趋势看，很多入围企业都是符合“四基”和工业软件领域元器件、关键零部件和配套产品方面的企业，深圳的“小巨人”企业所涉行业分布也反映出了典型的深圳整体产业特色和优势，主要集中在半导体设计、3C 服务、软件信息服务几大领域。

小企业 大事业

目前深圳科技型中小企业超过 5 万家，国家级高新技术企业超过 1.85 万家，在科技型中小企业数量上全国领先。深圳将培育“专精特新”中小企业作为实

施创新驱动、增强产业链韧性、提升产业链水平、推动高质量发展的重要抓手。深圳专门印发了《“专精特新”企业服务实施方案》，提出要“力争到 2025 年，全市市级‘专精特新’企业达到 1 万家以上，省级‘专精特新’企业 2000 家以上，国家‘专精特新小巨人’企业 600 家以上”的工作目标。

作为“专精特新”企业的桥头堡，深圳市政府甘当“店小二”，为“专精特新”企业保驾护航，为打造“小巨人”企业、“单项冠军企业”、产业链领航企业创造一切便利条件。入选“专精特新”名录的深圳企业，可以获得全套优惠支持，包括上市培育、产业链对接、产业空间保障、数字化赋能、高层次人才定制服务等“绿色通道”服务，同时享受入驻创新性产业用房、享受人才住房定向配租补租福利等。

充满活力的中小企业，多样性、差异化的经济生态，是我国经济韧性的重要保障。“专精特新”中小企业更是中小企业群体的领头羊。在中央政治局第三十四次集体学习时，习近平总书记强调：“加快培育一批‘专精特新’企业和制造业单项冠军企业。”这为我们发展“专精特新”中小企业指明了努力方向。

中小企业是数量最大的企业群体，也是解决就业的主要力量，对经济社会发展具有重要支撑作用。在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，我国中小企业勇立潮头、敢于创新，克服了各种冲击，实现快速健康发展。特别是一批“专精特新”中小企业蓬勃发展，长期深耕细分领域，为制造业和实体经济发展提供重要支撑，是产业链供应链的关键节点，不断汇聚起中国经济创新创造的强大活力。

在经济体系中，“专精特新”企业有其独特性，企业规模为中小企业，但业务规模在细分领域稳居前列，拥有自主创新能力和核心竞争力。规模虽小，但在产业链中不可替代；领域虽细，但在价值链上居于上游。工信部公布的第三批专精特新“小巨人”企业中，超七成深耕行业10年以上，九成集中在制造业领域，具有小配件蕴含高技术、小企业支撑大配套、小产业干成大事业等特点。这说明，“专精特新”成为我国中小企业发展的重要方向，意味着在成长路径中深耕专业领域，提升创新能力，朝着专业化、精细化、特色化和新颖化发展，把企业打造为掌握独门绝技的单项冠军，大有可为。

“专精特新”中小企业长期专注细分市场、创新实力较强、配套能力突出，对提升产业链供应链现代化水平具有重要支撑作用。近年来，工信部建立了创

在经济体系中，「专精特新」企业有其独特性，企业规模为中小企业，但业务规模在细分领域稳居前列，拥有自主创新能力和核心竞争力。规模虽小，但在产业链中不可替代；领域虽细，但在价值链上居于上游。

加快培育「专精特新」企业



新型中小企业、专精特新中小企业、专精特新“小巨人”企业等优质企业的梯度培育体系。今年7月召开的中央政治局会议强调：“开展补链强链专项行动，加快解决‘卡脖子’难题，发展专精特新中小企业。”在专业化上给力、在精细化上用力、在特色化上努力、在新颖化上发力，才能在产业发展中不掉链子、不被“卡脖子”，确保产业链供应链自主可控、安全高效，牢牢守住新发展格局的安全底线，充分保障中国经济韧性。

同时也要看到，中小企业抵御风险能力较弱，“专精特新”中小企业需要长期培育，尤其需要政府部门的政策托举。目前工信部已经公布3批国家级专精特新“小巨人”企业，从构建优质企业梯度培育体系、针对短板弱项进一步提升企业创新能力、加强精准服务支撑等多方面加大培育和支持力度。在地方层面，以北京市为例，从“政策+资本+服务+载体”等多个层面，给予“专精特新”企业在基础研究、成果转化、产品配套、技改升级、场景开放、专利布局、资金融通、人才引进、空间规划以及品牌塑造等方面的支持，并匹配专属服务管家，为培育“专精特新”中小企业形成良好环境、培厚创新土壤。同时，新设立的北京证券交易所，致力于打造服务创新型中小企业主阵地，这将为“专精特新”中小企业提供融资支持。

中小企业好，中国经济才会好。当前，中国经济保持恢复态势，未来实现高质量发展需要不断激发中小企业的创新活力。积极培育“专精特新”中小企业，打造更多“小巨人”企业、制造业单项冠军企业，就能为中国经济转型升级筑牢基础，就能为中国经济长期持续健康发展提供源源不断的内生动力。

以“专精特新”为主线推动中小企业创新发展

中小企业好，中国经济才会好。充满活力的中小企业，多样性、差异化的经济生态，是经济韧性最重要的保障，对此大家已达成共识。近年来，以专注铸专长、以配套强产业、以创新赢市场的“专精特新”中小企业持续发力，成为强链补链、解决“卡脖子”问题的重要力量，带动规模庞大的中小企业群体实现高质量创新发展。

十九届五中全会提出支持创新型中小微企业成长为创新重要发源地。近日国家层面重磅发布促进中小企业高质量发展的“1+2”系列政策，突出创新驱动企业发展内核，持续加大对“专精特新”中小企业支持力度。

当前，我国研发投入强度再创新高，新产业新业态新模式快速增长。2021年，

全社会研究与试验发展（R&D）经费支出比上年增长14.2%，增速比上年提高4个百分点；研发经费支出与GDP之比达到2.44%，比上年提高0.03个百分点；规模以上高技术制造业增加值比上年增长18.2%，快于规模以上工业8.6个百分点。中小企业是科技创新的主力军，一定离不开“专精特新”中小企业的重要带动作用。

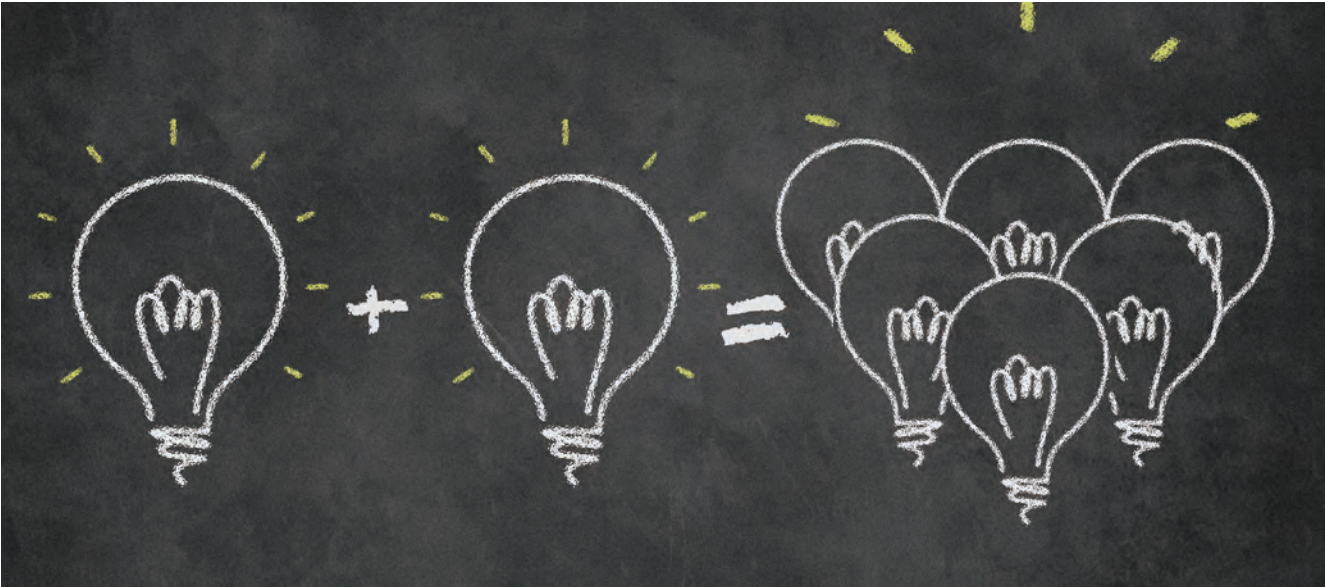
培育“专精特新”企业有助于激发企业创新活力、推动制造业高质量发展。“专精特新”企业是中小企业群体中的先进代表，常年保持高强度的研发投入和创新水平，是创新的主力军和重要源泉。例如，我国专精特新“小巨人”研发人员占比基本达到25%，平均研发强度超过了7%，平均专利数超过50项。大力发展

“专精特新”企业，有助于示范引领我国广大中小企业，推动制造业高质量发展，掌握竞争和发展的主动权。

培育“专精特新”企业有助于提升产业链供应链稳定性和竞争力。“专精特新”企业多数处于产业链的关键环节，对我国完善产业链供应链起到强有力的助推作用。培育“专精特新”企业，有利于突破关键核心技术、关键环节和重要产品设备的“补短板”问题。

培育“专精特新”企业有助于加快构建现代产业体系。大力发展“专精特新”企业，发挥这些企业在知识产权创造运用方面的积极作用，有助于提升产业基础能力和产业链现代化水平，实现从产业链低端环节向高端环节跃升。例如，上海某生物工程股份公司通过系统与机





推动中小企业向“专精特新”发展已成为全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动供给侧结构性改革的重要抓手。截至目前，我国已培育了三批4762家专精特新“小巨人”企业，带动各地培育省级“专精特新”中小企业4万多家，入库培育的企业11万多家。

械的有效整合对接，加强对生产过程的控制，实现生产自动化、智能化、网络化，避免了人为操作给生产带来的批次不稳定性，降低了操作失误率，提高了工作效率，产品质量得到了保障。

推动中小企业向“专精特新”发展已成为全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动供给侧结构性改革的重要抓手。截至目前，我国已培育了三批4762家专精特新“小巨人”企业，带动各地培育省级“专精特新”中小企业4万多家，入库培育的企业11万多家。从专精特新“小巨人”企业来看，超五成研发投入在1000万元以上，超六成属于工业基础领域，超七成深耕行业10年以上，超八成居本省细分市场首位。2021年“小巨人”企业营业收入利润率为10.6%，比规模以上工业中小企业高4.4个百分点。

初步判断，在国际经济、政治、军事冲突不断，全球化遭遇逆流，全球产业链供应链遭遇重大冲击，以及疫情的持续影响下，2022年我国经济发展有可能面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，对中小企业经营影响会比较

大。加之各类“卡脖子”、瓶颈问题突出，我国制造业发展面临重大挑战。为尽快破除这些困境，须坚持不懈推动落实创新驱动战略，持续优化创新机制，努力实现科技自立自强。要把培育“专精特新”中小企业作为推动中小企业高质量创新发展的主线，拿出真招、实招、硬招，狠招，攻坚克难，迎头赶上。

下一步，应把落实刚出台的中小企业“1+2”政策组合作为重点，继续加大中小企业纾困力度，提升“专精特新”中小企业培育强度。通过进一步优化梯度培育体系，完善工作机制，抓紧配套政策，强化服务和支持，引导推动广大中小企业走“专精特新”发展道路。应当充分发挥北京证券交易所主阵地作用，加大国家中小企业发展基金等政府投资基金政策引导，加强优质创新型中小企业上市培育，带动社会资本扩大中小企业直接融资规模。应当进一步开放市场、创新、资金、数据等要素资源，推动各类产业实体与金融政策衔接，促进金融体系与重点领域和重要产业链上下游中小企业的互动，促进更多“专精特新”中小企业融入产业链、价值链和创新链。



李培根院士： 智能制造发展重在坚持创新驱动、坚持市场主导

日前，工业和信息化部、国家发展和改革委员会、教育部、科技部、财政部、人力资源和社会保障部、国家市场监督管理总局、国务院国有资产监督管理委员会等8个部门正式印发《“十四五”智能制造发展规划》。

在工业和信息化部召开的新闻发布会上，国家智能制造专家委员会主任、中国工程院院士李培根就如何推动传统产业数字化转型、智能化变革等问题进行了答记者问。

记者：智能制造是制造强国建设的主攻方向和推动数字产业化、产业数字化的重要途径，未来5-15年智能制造发展的指导思想和基本原则是什么？

李培根：《规划》以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，立

足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，深化改革开放，统筹发展和安全，以新一代信息技术与先进制造技术深度融合为主线，深入实施智能制造工程，着力提升创新能力、供给能力、支撑能力和应用水平，加快构建智能制造发展生态，持续推进制造业数字化转型、网络化协同、智能化变革，为促进制造业高质量发展、加快制造强国建设、发展数字经济、构筑国际竞争新优势提供有力支撑。

《规划》提出了5条基本原则。一是坚持创新驱动。加强用产学研协同创新，支持企业、高校、科研院所等组建联合体，开展技术、工艺、装备、软件和管理、模式创新。二是坚持市场主导。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，强化企业在发展智能制造中的主体地位，

更好发挥政府引导作用。三是坚持融合发展。推动新一代信息技术与先进制造技术深度融合，推动产业链供应链深度互联和协同响应。四是坚持安全可控。将安全可控贯穿智能制造创新发展全过程，加强安全风险研判与应对。五是坚持系统推进。统筹考虑区域、行业发展差异，分层分类系统推动智能制造创新发展。五条原则中，我认为最重要的是坚持创新驱动和坚持市场主导。

记者：习近平总书记强调“要大力发展数字经济，加快推进数字产业化、产业数字化”。量大面广的传统产业是国民经济的主导力量，请问“十四五”期间将如何推动传统产业数字化转型、智能化变革？

李培根：当前，物联网、大数据、人工智能等数字技术与制造业加速融合，

推动传统制造业加快数字化转型、智能化变革。《规划》结合各行业的特点与差异，对传统产业如何推进智能制造进行了部署。比如装备制造领域，重点满足提高产品可靠性和高端化发展等需要，开发面向特定场景的智能成套生产线以及新技术与工艺结合的模块化生产单元，建设基于精益管理、柔性生产的智能车间和工厂，大力发展数字化设计、远程运维服务、个性化定制等新模式。再比如原材料领域，重点满足安全生产、降耗减碳、提质降本等需要，实施大集团统一管理下的多基地协同制造，探索人工智能技术应用，实现工艺流程优化、

工序动态协同、资源高效配置和智慧决策支持；针对民爆、矿山、危化品等危险性较大企业推广少人无人作业，要实施安全一体化监控；实施大型制造设备健康监测和远程运维，保证流程安全运行；打造全生命周期数据共享平台，实现全产业链优化。

从以上传统制造业的智能化发展路径可以看出，大家都有共同的关注点：一是数字化设计、数字化工艺和装备、数字化车间等是大多数传统产业所需要的；二是新冠疫情以来，传统制造企业都意识到应该尽可能打造一个好的供应链生态，因此智慧供应链是未来企业数

字化转型的一个重要方向；三是我国已经向世界承诺在 2030 年和 2060 年分别实现碳达峰和碳中和，因此传统产业还应关注双碳问题，需要数字化、智能化技术支持，并且要从产品全生命周期、从企业生产全过程综合考虑。

记者：《规划》中提到“推进智能制造，要立足制造本质，紧扣智能特征，以工艺、装备为核心，以数据为基础”。请问对此有哪些考虑？

李培根：在《规划》的研究编制过程中，经过广泛研讨、反复论证，我们逐步形成对智能制造的认识和理解：

第一，智能制造的本质是制造、特征是智能。智能只是手段、工具，即使再先进的智能，也需要融入制造实体才能发挥效能，否则智能只会是空中楼阁。当然，若没有数字化、网络化、智能化技术的强力支撑，制造的质量、效益和核心竞争力也很难大幅提升，高质量发展的目标不可能实现。

第二，智能制造的核心是工艺和装备。工艺技术是产品开发、更新换代的重要技术保障，先进、合理的工艺技术是提升产品质量和水平的前提和条件。工艺装备是保证生产工艺顺利实现的前提和基础，是确保产品质量和加工精度的重要手段。因此，发展智能制造，必须要落脚在制造上，而制造又要基于先进的工艺和装备。

第三，数据是智能制造的重要基础。近年来，在推进智能制造或企业数字化转型的过程中，大家开始意识到数据的重要性，设计、生产、管理、服务等制造全过程的创新都有赖于数据基础。可以说，发展智能制造，数据是基础，数据是血液。此外，需要特别关注数字孪生技术和理念的应用。而推进数字孪生的基础是孪生数据，包括采集、融合、分析等。





“专精特新”的品牌短板和扬长路径

作为制造业大国，我国不少产品在国际市场的影响力很大，如我国年产380亿支圆珠笔，占据了全球80%的圆珠笔市场份额，但是圆珠笔头上的“圆珠”目前仍与国外存在很大技术差距：我国手机、电脑、家电产品正在形成全球竞争优势，但这些产品中的芯片却受制于人，当前多种复杂因素叠加导致的“缺芯潮”就波及众多行业……如何从制造业大国进阶成为制造业强国，成为考验中国经济高质量发展的硬指标。

据相关调研数据，我国90%的民营中小企业贡献了65%的发明专利、75%的企业创新和80%以上的新产品开发。这些中小企业中的仅收者自然成为制造业产业生态中补链强链延链的生力军，包括各地的“专精特新”企业、专精特

新“小巨人”和单项冠军。

在刚刚过去的2021年，对“专精特新”企业的重视和支持力度从政府部门密集发布的相关举措中可见一斑：2021年初，财政部安排中央财政专项资金10亿元以上，支持1000余家国家级专精特新“小巨人”企业高质量发展；9月，北京证券交易所成立，为“专精特新”企业畅通融资渠道；11月，国务院又印发了三份支持中小企业发展的高含金量政策。

工信部公布的最新数据显示，我国目前已培育三批4762家专精特新“小巨人”企业，上榜企业中超六成属于核心基础元器件和零部、先进基础工艺、关键基础材料、产业技术基础“四基”领域，九成集中在制造业，且浙江省专精特新

“小巨人”企业数量最多；同时带动各地培育省级“专精特新”中小企业4万多家，入库培育企业11万多家。下一步，工信部门将采取进一步提升企业创新能力、优化服务支撑等措施，促进更多“专精特新”企业不断做优做强。

中小企业对市场变化的适应性和灵活调整能力比较强，适应需求创新的愿望非常强烈。但是它们的发展也受制于自身品牌建设的短板和一些现实困境。

品牌中国战略规划院专家、青岛创想力品牌研究院院长盖彦通过考察发现，打造“专精特新”企业品牌具有一定的特殊性，即这些企业大多以技术见长，规模不大，并且大部分“专精特新”企业是面对相对固定的产业链客户提供产品和服务，而非终端消费市场。

由此，企业往往会存在品牌意识不强，对品牌战略和实施重视度不高的现象。事实上，因为品牌个性定位缺失、品牌关键形象不突出、品牌传播渠道不精准等问题，容易导致中小企业难以实现品牌精细化传播，无法快速有效对接产业链或者不断强化产业链上的优势地位。

另外，“专精特新”企业面临的一些现实困境也制约着自身的品牌建设。首先，政策在实际操作中面临不少困难，比如被认定为“专精特新”企业要满足细分领域排名、行业知名度等要求，但知名度举证、细分领域范围界定等方面尚缺少有公信力的第三方数据；其次，一些地方政府对“专精特新”企业的产业价值认识不到位，未能有效提供产业链和融资方面的支持，甚至政策热度一过，支持措施就难以持续。这些都对“专精特新”企业的持续发展和未来品牌建设造成不利影响。

从长远来看，主动实施品牌化运作是“专精特新”企业可持续发展的方向。对此，天津商业大学经济学院金融系主任韦颜秋认为，“专精特新”企业打造品牌首先要重视内功的修炼，一是要持续加强科技创新力度和含量，做到高度专业化；二是保持深耕细分市场，做到性价比高，有独创，难模仿；三是坚持在所处行业中占据领导地位，有行业标准制定权和定价话语权；四是潜心若干年做出一个市场，企业的持久性强，传承性好，对多元发展持谨慎态度；五是要坚持专注、严苛的产品标准，有足够的战略定力与意志力。

德国制造业“隐形冠军”企业大都走这种“专业化”路线，即只生产一种或几种产品，并把产品质量做极致。例如伍尔特公司尽管只生产螺丝、螺母等连接件产品，却被应用到上至太空卫星下至儿童玩具当中，年销售额达到 70

“专精特新”企业在用好这称号背书的同时，应在核心能力基础上提炼品牌个性，培育品牌无形资产价值，从物理维度的成功向情感维度的成功过渡和提升。

多亿欧元。

如今，“专精特新”企业的“专业化”往往也意味着对新科技的充分吸纳和创新突破。湖南银和瓷业有限公司自 2021 年上线运行国内首条 5G 陶瓷自动检测生产线以来，利用机器视觉检测系统一天就可对 5000 个容器型瓷器进行检验，不仅大幅缩减了人力，还降低了检测出错率。

与此同时，盖彦认为，“专精特新”企业既要重视“专业化”建设，也还要学会“形象化”，经营维护好品牌形象，并形成一个良性循环。“专精特新”企业根据产业特点，通过精细化营销打造品牌。

在一些运动爱好者当中口口相传的“Insta360”影石全景相机，在客户精准画像的基础上确定并圈粉了一批忠实消费者。“这个相机有两个全景镜头，可以在画面中隐藏自拍杆，特别受摩托车车主的喜爱。”一位影石消费者表示。深圳传音控股公司的传音手机之所以能够在非洲大行其道，就是由于研发了适用于本地用户的美肌模式和防汗、防滑等功能。

盖彦进一步认为，“专精特新”企业在用好这称号背书的同时，应在核心能力基础上提炼品牌个性，培育品牌无形资产价值，从物理维度的成功向情感维度的成功过渡和提升。比如 IBM 虽然是一个面向产业链的企业，但 IBM 打造

的“蓝色巨人”的品牌形象，使得企业不再是在战略定位方面具有识别度，而是具有了人格化的魅力，更容易让各相关方识别和记忆。

此外，目前“专精特新”企业进行品牌建设离不开社会环境的有力支持。“专精特新”企业支持名单出炉后，有关部门在顶层设计上应更加明晰，以便在后续支持目标、方向、措施等方面提供明确指导意见。湖北省工信厅中小企业处相关负责人认为，要加大对重点“小巨人”的支持，就需要分门别类，针对芯片、装备等不同类型企业在市场上、世界上的地位和水平确定支持方式。

中大创远数控公司负责人坦言：“在外国产品不能及时交货，我们又提供免费试用的情况下，才打开了一家大型汽车企业的销路。”企业盼望多方协力破除融资、销售等领域的障碍。

为解决上述问题，各方还需要密切配合、消除数据壁垒、形成合力。工信、统计和科技等部门间应加强合作，搜集、共享相关数据，对“专精特新”企业进行专项统计、动态监测，及时了解其生产和品牌经营状况，针对性帮扶；而大型企业、银行和政府采购要发挥作用，为创新型中小企业营造良好的发展空间；证券、保险、投资机构应更多关注并投资有成长空间、技术突破潜力的“专精特新”企业。

“专精特新”企业品牌建设尚在成长期，但仍有一定规律可循，即需要从技术上做到专业、从产品上做到精细、从客户集群上做到特色、从营销模式上做到新颖。社会各方也要齐发力，共携手，从而让一批又一批的“专精特新”品牌真正脱颖而出，让制造业强国梦想真正照进现实，让经济高质量发展走在坚实的大道上。

（摘自《中国名牌》）



石章强：“专精特新”企业以复制裂变实现营收增长

受新冠肺炎疫情以及供需两端变化的影响，一部分中小企业发展遇到困难，作为中小企业佼佼者的“专精特新”企业亦面临同样的市场难题。“专精特新”企业如何在技术和产品两方面实现用户需求“细小微尖”的跨越，将直接决定着企业能否持续结构增长。

以“四问”做好品牌顶层设计

企业产品想要畅销、长销、高利销，过去强调的是渠道、供应链，掌握了渠道和供应链就能解决产品的销售问题，而当前在存量博弈的市场环境下，中小企业的营收增长问题，要依靠品牌驱动才能解决，即“专精特新”企业应该以做好品牌顶层设计来为中小企业的营收增长问题贡献自身的解决办法。

品牌顶层设计上的“四问”是解决品牌卖什么、说什么、怎么说和怎么卖的问题。卖什么是解决到底卖什么产品的问题，即企业的核心产品和产品结构是什么；说什么是解决品牌核心价值 and 品牌卖点的问题；怎么说是解决品牌传播点和传播方式的问题；怎么卖是解决售卖渠道和售卖区域的问题。

面对营收增长的困境，“专精特新”企业重在解决前两个问题，即卖什么和说什么，当然解决后两个问题也是必不可少的，但只有清楚了前面两个问题后，后两个问题对于“专精特新”企业而言才是容易解决的。

产品卖不出去问题换个角度就是没有客户，产品与现在的消费需求不匹配，

因而“专精特新”的企业应该将企业层面的“专精特新”落实到客户层面的“细小微尖”，即足够细分的行业、足够小而美的产品、足够微众的客户群和足够尖端的技术，准确把握消费需求，以优质的核心产品去占领市场的空白点、创新点和差异点。

对于产品溢价低，卖不出好的价格，“专精特新”企业需要从“细小微尖”方面做好品牌定位，理清产品的核心价值和差异化，通过品牌提高产品的附加值，推动产品的市场竞争力，摆脱依靠低价促销维持营收的恶性循环。

以“四复制”实现营收盈利增长

当“专精特新”企业形成了自身在某个细分领域的品牌顶层设计后，还需



要采用“四个复制”去作为具体落地策略，即将单条业务线的盈利模式进行行业、区域、客户和团队的复制，从而实现企业营收裂变、结构增长。

第一，行业复制。企业一方面继续深耕自己原有的客户行业；另一方面，吸收原有行业经验向新领域扩张，拓展新的业绩增长渠道。行业复制的逻辑在于把握不同行业的一致性需求。很多“专

精特新”企业都是处于制造强国战略十大重点领域和《工业“四基”发展目录》中，这些领域的企业以 ToB 型企业居多，很多都是专注在某一领域并具备独特的优势，将这一独特优势与众多行业的类似需求进行匹配就可以极大地拓展企业的客户范围，为企业营收增长提供坚实基础。

第二，区域复制。很多“专精特新”

企业只是某些省市的区域性品牌，只在一定地区具备品牌影响力，企业知名度受限于企业所在地的区域范围，营收增长自然也受限于该地区内的客户需求规模。区域复制是典型的增量市场发展思路，“专精特新”企业要巩固现有业务区域的品牌影响力，总结提炼形成成熟的运营模式，进一步复制到其他区域，由区域品牌发展成全国品牌。

第三，客户复制。“专精特新”企业需要明白自身客户的来源和结构，是集团化客户多还是中小企业客户多，对现有的客户结构和体系进行梳理，形成一套从市场拓展、产品研发到服务订制的成熟客户开发模式，有计划有组织地通过成熟客户进行资源链接和经验复制。

第四，团队复制。业务的快速增长需要众多的人员去支撑，“专精特新”企业可以从内外两个方面同时发力，即企业内部加强人力资源管理，以打造高素质的管理、研发和营销团队为目标，设置合理的人才培养方案，使企业的业务团队能够定期有新鲜血液注入，保持稳定的新陈代谢。与此同时，在企业外部以城市、区域合伙人等形式招募更多的业务团队，整合外部合伙人的客户和市场资源形成内外协同作战的体系，外部团队做业务和客户衔接，内部团队做业务和客户承接“两接”互联互通互补，从而顺利实现团队的复制。

“专精特新”企业需要打造企业品牌，以品牌赋能产品，以品牌多点链接新消费需求和企业的方式，实现营收的复制型裂变式结构化增长，为中小企业营收增长提供解决方案。

（摘自《中国名牌》。作者：石章强，锦坤品牌创始人、上海品牌委创始秘书长、上海市政府品牌专家委员、国家工信部专精特新评审专家）

张海良： 打造“专精特新”培育新模式

“专精特新”企业即具有“专业化、精细化、特色化、新颖化”特征的企业，“专”即专业化，专注核心业务，具有专业化生产、服务和协作配套的能力，为大企业、大项目和产业链提供零部件、元器件、配套产品和配套服务。

中小企业是提供就业的主渠道，是科技创新的主力军。“专精特新”中小企业深耕专业领域、聚焦关键技术环节，既是我国经济韧性的重要支撑，也是激发创新、稳定产业链供应链的重要力量。

“专精特新”企业即具有“专业化、精细化、特色化、新颖化”特征的企业，“专”即专业化，专注核心业务，具有专业化生产、服务和协作配套的能力，为大企业、大项目和产业链提供零部件、元器件、配套产品和配套服务。“精”即精细化，具备精细化生产、精细化管理、精细化服务，以美誉度高、性价比好、

品质优良的产品和服务在细分市场中占据优势。“特”即特色化，采用独特的工艺、技术、配方或特殊原料进行研制生产，产品或服务具有独特性、独有性、独家性特点，掌握自主知识产权。“新”即新颖化，开展技术、管理和商业模式创新，通过行业的交叉融合提供新的产品或服务，具有“新技术、新产业、新业态、新模式”等四新经济发展特征。

2021年7月召开的中共中央政治局会议指出，要强化科技创新和产业链供应链韧性，加强基础研究，推动应用研究，开展补链强链专项行动，加快解决



“卡脖子”难题，发展“专精特新”中小企业。会议首次将“专精特新”和“补链强链”“卡脖子”联系在一起。

创新是“专精特新”的灵魂，也是其最鲜明的特色。我国经济发展到当前阶段，科技创新既是发展问题、更是生存问题。

“专精特新”中小企业长期深耕细分市场，创新实力强、市场占有率高、掌握核心技术，处于产业链供应链的关键环节，对补链强链、解决“卡脖子”难题等具有重要支撑作用。“专精特新”中小企业将在提升产业链供应链稳定性和竞争力、构建新发展格局中发挥更大作用。

工信部鼓励聚焦中小企业发展痛点难点问题，针对性提出可落地可操作的解决举措，将通过中央财政资金引导，促进上下联动，将培育中小企业与做强产业相结合，加快培育一批专注于细分市场、聚焦主业、创新能力强、成长性好的专精特新“小巨人”企业，推动提升专精特新“小巨人”企业数量和质量，助力实体经济特别是制造业做实做强做优，提升产业链供应链稳定性和竞争力。

财政部、工信部等多部明确提出，

将在“十四五”期间，累计安排100亿元以上奖补资金，重点支持国家级专精特新“小巨人”企业加大创新投入，推进工业“四基”领域或制造强国战略明确的十大重点产业领域“补短板”，与产业链上下游协作配套，促进数字化网络化智能化改造，通过工业设计促进品质和创品牌等工作，以促进这些企业在经济增长中发挥示范作用，实现高质量发展。

发展“专精特新”中小企业，在鼓励中小企业实现专业化、精细化、特色化、新颖化发展的同时，还应尽快形成“专精特新”中小企业培育机制。通过政策层面的多措并举，针对中小企业特点，从动态培育认定奖励、公共服务、融资服务、资源整合、融通创新、培训服务、财税支持等方面力挺“专精特新”中小企业高质量发展，积极引导中小企业走“专精特新”之路。

各地应积极将符合“专精特新”特征的中小企业纳入“专精特新”企业库，予以动态培育管理扶持。对获得国家级专精特新“小巨人”企业认定及省级“专精特新”中小企业认定的企业给予认定奖励；强化公共服务，进一步完善中小企业公共服务体系，支持各类企业公共

服务平台优先为“专精特新”中小企业提供企业管理、技术创新、上市辅导、创新成果转化与应用、知识产权等服务；提供金融支持，下大力气解决好中小企业融资难、融资贵等问题，引导银行机构积极满足“专精特新”中小企业在转型升级、技术改造及创新发展等方面的合理资金需求，并积极为企业拓宽融资渠道；引导推动企业创新，鼓励中小企业以自主创新为核心，培育企业核心竞争力，勇攀技术高峰，成为产业链上不可或缺、无法替代的一环；加强企业培训，搭建学习交流平台，通过有针对性地培训，提高专精特新中小企业经营管理人员对“专精特新”发展的认识与意识；进一步完善知识产权保护制度，保护中小企业知识产权和创新利益，激发企业创新动力、培育企业创新潜力、提高企业创新能力。

未来，各地应通过聚焦“专精特新”中小企业培育，塑造“专精特新”中小企业培育新模式，构建“专精特新”发展新格局，为推动中国经济高质量发展作出更大的贡献。

（摘自《中国名牌》。作者：张海良，中国中小企业协会副会长、博士100生产力论坛秘书长）



多部门联合印发促进工业经济平稳增长的若干政策

日前，国家发展改革委、工业和信息化部会同有关部门联合出台了《促进工业经济平稳增长的若干政策》，从减税降费、金融支持、投资外贸等方面提出了18条稳定工业增长政策举措。



工业是国民经济的主体和增长引擎，工业稳则经济稳。日前，国家发展改革委、工业和信息化部会同有关部门联合出台了《促进工业经济平稳增长的若干政策》，从减税降费、金融支持、投资外贸等方面提出了18条稳定工业增长政策举措，这是在2021年12月份两部门联合印发《关于振作工业经济运行 推动工业高质量发展的实施方案》基础上的“升级版”和进一步促进工业经济平稳运行的“加强针”，推动工业经济平稳运行和提质升级，筑牢经济的“压舱石”。

一、关于财政税费政策

1、加大中小微企业设备器具税前扣除力度，中小微企业2022年度内新购置的单位价值500万元以上的设备器具，折旧年限为3年的可选择一次性税前扣除，折旧年限为4年、5年、10年的可减半扣除；企业可按季度享受优惠，当年不足扣除形成的亏损，可按规定在以后5个纳税年度结转扣除。适用政策的中小微企业范围：一是信息传输业、建筑业、租赁和商务服务业，标准为从业人员2000人以下，或营业收入10亿元以下，或资产总额12亿元以下；二

是房地产开发经营，标准为营业收入20亿元以下或资产总额1亿元以下；三是其他行业，标准为从业人员1000人以下或营业收入4亿元以下。

2、延长阶段性税费缓缴政策，将2021年四季度实施的制造业中小微企业延缓缴纳部分税费政策，延续实施6个月；继续实施新能源汽车购置补贴、充电设施奖补、车船税减免优惠政策。

3、扩大地方“六税两费”减免政策适用主体范围，加大小型微利企业所得税减免力度。

4、降低企业社保负担，2022年延

续实施阶段性降低失业保险、工伤保险费率政策。

二、关于金融信贷政策

5、2022 年继续引导金融系统向实体经济让利；加强对银行支持制造业发展的考核约束，2022 年推动大型国有银行优化经济资本分配，向制造业企业倾斜，推动制造业中长期贷款继续保持较快增长。

6、2022 年人民银行对符合条件的地方法人银行，按普惠小微贷款余额增量的 1% 提供激励资金；符合条件的地方法人银行发放普惠小微信用贷款，可向人民银行申请再贷款优惠资金支持。

7、落实煤电等行业绿色低碳转型金融政策，用好碳减排支持工具和 2000 亿元支持煤炭清洁高效利用专项再贷款，推动金融机构加快信贷投放进度，支持碳减排和煤炭清洁高效利用重大项目建设。

三、关于保供稳价政策

8、坚持绿色发展，整合差别电价、阶梯电价、惩罚性电价等差别化电价政策，建立统一的高耗能行业阶梯电价制度，对能效达到基准水平的存量企业和能效达到标杆水平的在建、拟建企业用电不加价，未达到的根据能效水平差距实行阶梯电价，加价电费专项用于支持企业节能减污降碳技术改造。

9、做好铁矿石、化肥等重要原材料和初级产品保供稳价，进一步强化大宗商品期货市场监管，加强大宗商品价格监测预警；支持企业投资开发铁矿、铜矿等国内具备资源条件、符合生态环境保护要求的矿产开发项目；推动废钢、废有色金属、废纸等再生资源综合利用，提高“城市矿山”对资源的保障能力。

四、关于投资和外贸外资政策

10、组织实施光伏产业创新发展专

项行动，实施好沙漠戈壁荒漠地区大型风电光伏基地建设，鼓励中东部地区发展分布式光伏，推进广东、福建、浙江、江苏、山东等海上风电发展，带动太阳能电池、风电装备产业链投资。

11、推进供电煤耗 300 克标准煤/千瓦时以上煤电机组改造升级，在西北、东北、华北等地实施煤电机组灵活性改造，加快完成供热机组改造；对纳入规划的跨省区输电线路和具备条件的支撑性保障电源，要加快核准开工、建设投产，带动装备制造业投资。

12、启动实施钢铁、有色、建材、石化等重点领域企业节能降碳技术改造工程；加快实施制造业核心竞争力提升五年行动计划和制造业领域国家专项规划重大工程，启动一批产业基础再造工程项目，推进制造业强链补链，推动重点地区沿海、内河老旧船舶更新改造，加快培育一批先进制造业集群，加大“专精特新”中小企业培育力度。

13、加快新型基础设施重大项目建设，引导电信运营商加快 5G 建设进度，支持工业企业加快数字化改造升级，推进制造业数字化转型；启动实施北斗产业化重大工程，推动重大战略区域北斗规模化应用；加快实施大数据中心建设专项行动，实施“东数西算”工程，加快长三角、京津冀、粤港澳大湾区等 8 个国家级数据中心枢纽节点建设。推动基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）健康发展，有效盘活存量资产，形成存量资产和新增投资的良性循环。

14、鼓励具备跨境金融服务能力的金融机构在依法合规、风险可控前提下，加大对传统外贸企业、跨境电商和物流企业等建设和使用海外仓的金融支持。进一步畅通国际运输，加强对海运市场

相关主体收费行为的监管，依法查处违法违规收费行为；鼓励外贸企业与航运企业签订长期协议，引导各地方、进出口商协会组织中小微外贸企业与航运企业进行直客对接；增加中欧班列车次，引导企业通过中欧班列扩大向西出口。

15、多措并举支持制造业引进外资，加大对制造业重大外资项目要素保障力度，便利外籍人员及其家属来华，推动早签约、早投产、早达产；加快修订《鼓励外商投资产业目录》，引导外资更多投向高端制造领域；出台支持外资研发中心创新发展政策举措，提升产业技术水平和创新效能。全面贯彻落实外商投资法，保障外资企业和内资企业同等适用各级政府出台的支持政策。

五、关于用地、用能和环境政策

16、保障纳入规划的重大项目土地供应，支持产业用地实行“标准地”出让，提高配置效率；支持不同产业用地类型按程序合理转换，完善土地用途变更、整合、置换等政策；鼓励采用长期租赁、先租后让、弹性年期供应等方式供应产业用地。

17、落实好新增可再生能源和原料用能消费不纳入能源消费总量控制政策；优化考核频次，能耗强度目标在“十四五”规划期内统筹考核，避免因能耗指标完成进度问题限制企业正常用能；落实好国家重大项目能耗单列政策，加快确定并组织实施“十四五”期间符合重大项目能耗单列要求的产业项目。

18、完善重污染天气应对分级分区管理，坚持精准实施企业生产调控措施；对大型风光电基地建设、节能降碳改造等重大项目，加快规划环评和项目环评进度，保障尽快开工建设。

工信部印发制造业质量管理数字化实施指南

新一代信息技术引领的新一轮产业变革蓬勃发展，数字化转型成为大势所趋，数字生产力日益彰显出强大的增加动力，为制造业质量管理创新、高质量发展提供新机遇新空间。

当前，新一代信息技术引领的新一轮产业变革蓬勃发展，数字化转型成为大势所趋，数字生产力日益彰显出强大的增加动力，为制造业质量管理创新、高质量发展提供新机遇新空间。

近日，工信部印发《制造业质量管理数字化实施指南（试行）》（工信厅科〔2021〕59号，下称《指南》）。

《指南》共7章23条，以提高质量和效益、推动质量变革为目标，体系化、系统化、全局化推进制造业质量管理数字化这一系统性工程。主要内容包括：

第一章明确了“一条主线、三大转变、四项原则”总体要求，强化方向指引；

第二章从三个层面提出制造业质量管理数字化的关键场景，引导企业将场景建设作为推进质量管理数字化的切入点；

第三至五章突出企业主体，从工作机制、增强能力、数据开发等方面提出实施要求。引导企业系统完善工作机制，夯实推进质量数字化的管理基础；聚焦能力建设主线，从“人、机、料、法、环、测”等方面全面强化质量管理数字化能力；加强全生命周期质量数据开发利用，提升数据驱动作用。

第六章引导相关方创新质量管理数字化公共服务，提升服务供给水平。

第七章坚持多措并举，引导相关方完善政策保障和支撑环境。

质量管理数字化是通过新一代信息技术融合应用，推动质量管理活动数字化、网络化、智能化升级，增强全生命周期、全价值链、全产业链质量管理能力，提高产品和服务质量，促进制造业高质量发展的过程，可以简单理解为数字化条件下的质量管理。与传统质量管理

相比，质量管理数字化工作内涵并未发生本质性的改变，均是利用一系列技术、方法和工具，系统化开展质量策划、质量控制、质量保证和质量改进等活动，有效管控产品和服务质量。但二者在关注焦点、管理范围、工作手段上等方面存在差别：

在管理范围方面，传统质量管理更多是针对企业、供应链范畴的质量管理。随着数字化的深入发展，企业边界日益模糊，质量管理的范围从企业质量向生态圈质量加速转变，由强调质量管理岗位分工、上下游质量责任分工转变为强调以客户为中心的质量协作，更加注重对产品全生命周期、产业链供应链乃至生态圈质量进行全面管理。

在工作手段方面，质量管理数字化在应用传统质量管理沉淀的方法、工具的基础上，进一步应用数字化智能化的设备装置、系统平台等技术条件，注重以客户为中心的流程优化重构与管理方式变革，充分挖掘数据在质量管理创新驱动作用，系统化提升企业质量管理数字化能力。

数字化转型是以价值创造为目的，以提升效率和效益为导向，激发数据要素创新驱动潜能，用数字技术驱动业务变革的过程。数字化转型是两化融合在新时期的新要求新部署，通过数字化转型以实现产业转型升级和高质量发展开启了两化融合新征程。

质量管理数字化是伴随着数字化转型引发的质量管理模式的转变，主要聚焦质量管理范围、方式、目标的转变，其核心是在数字化条件下，企业质量管理数字化能力的提升，涉及到数字思维构建、数字技术应用、管理机制调整、数据开发利用等各个方面。



宝安打造世界级先进制造业高地！ 4大行动、56条措施支持

以制造业见长的宝安并未故步自封，而是聚焦打造世界级先进制造业高地目标精准发力，全力抢抓科技革命和产业变革浪潮中所蕴含的重大机遇，加快站上制造业高质量发展的制高点。



2月18日，宝安印发《宝安区关于支持先进制造业高质量发展 加快打造世界级先进制造业高地的若干意见》（下称“《意见》”）——这已是宝安连续第4年围绕“制造业”制定出台一号文。

今年，宝安将以一号文为纲领，配套实施4大行动、56条扶持措施，形成赋能先进制造业高质量发展的“1+4+56”政策体系。要了解宝安高质量发展之路如何延伸、世界级先进制造业高地如何建设，今年的一号文是个极佳的观察窗口。

围绕先进制造业发展精准发力

放眼全球，制造业，特别是先进制

造业，从来都是任何一个强大经济体的追求。作为全球工业门类最齐全的国家，我国正在加快推动制造业高质量发展。对标国家“制造强国”和广东“制造强省”、深圳“制造强市”有关要求部署，2021年9月，宝安区第七次党代会审时度势，根据自身资源禀赋和产业特点，适时提出加快打造世界级先进制造业高地的目标，吹响了由制造大区向智造强区加快转变的冲锋号。

锚定这一发展目标，是因为宝安已拥有较为雄厚的产业基础。相关数据显示，2021年，宝安已拥有工业企业超

过5万家，智能制造、电子信息产业深嵌全球产业链，全市20大战略性新兴产业集群中，宝安有9个集群增加值位居第一。全区全年规上工业总产值增长15.5%，一年内连续跨越8千亿元、9千亿元两个大关，增加值贡献率全市第一，创2012年分区以来新高。

在此基础上，《意见》进一步提出，宝安将坚持制造业立区，加快推动制造业高质量发展，促进先进制造业和现代服务业深度融合，推动质量变革、效率变革、动力变革，通过优化布局、提升能级、创新支撑、服务赋能、环境保障，促进宝安制造业向全球价值链中高端迈进，进而促进制造业产业生态更加完备，一批规模化优质产业空间有效拓展，链主企业、龙头企业辐射带动能力显著增强，科技创新引领作用不断增强，现代服务业赋能作用充分显现，营商环境竞争力大幅提升，“13+2”产业集群形成强大竞争优势，实体经济发展基础更加稳固，世界级先进制造业高地建设步伐进一步加快。

凡事预则立，不预则废。新一轮世界科技革命和产业变革孕育兴起，对传统制造业的冲击扑面而来，对此，《意见》传递出强烈信号：以制造业见长的宝安并未故步自封，而是聚焦打造世界级先进制造业高地目标精准发力，全力抢抓科技革命和产业变革浪潮中所蕴含的重大机遇，加快站上制造业高质量发展的制高点。

Brand Finance发布《2022年全球品牌价值500强》

1月26日，唯一在达沃斯世界经济论坛上发布《全球品牌价值500强》的世界领先的品牌估值和战略咨询公司Brand Finance又发布了《2022年全球品牌价值500强》。

- 微信连续第二年蝉联全球最强品牌，品牌强度指数得分为 93.3/100，AAA+ 评级
- 科技依然是最具品牌价值的行业，华为重返全球十大品牌之列
- 微软首席执行官萨蒂亚·纳德拉（Satya Nadella）在 2022 年全球 CEO 品牌守护指数榜中位居榜首，而长城汽车董事长魏建军是中国排名最高的 CEO，排名全球第三
- 抖音被评为全球“价值增长最快的品牌”，增速达 215%，引领全球媒体消费新热潮
- 苹果以 3,550 亿美元的创纪录品牌估值蝉联全球最具价值品牌称号，而中国工商银行以 750 亿美元的品牌价值卫冕中国最具价值品牌
- 美国和中国继续占据主导地位，在榜单中占全球总品牌价值的 2/3

微信蝉联全球最强品牌称号

Brand Finance 通过评估营销投资、利益相关者权益和业务绩效的平衡计分卡来确定品牌的相对强度。通过 ISO 20671 认证，Brand Finance 对利益相关者权益的评估涵盖了来自 35 个国家和近 30 个行业的约 100,000 名受访者的原始市场调研数据。

根据这些标准，微信蝉联全球最强的品牌，品牌强度指数（BSI）得分为 93.3 分（满分 100 分）并获得 AAA+ 的品牌评级。

微信在中国的日常生活中扮演着不可或缺的角色，其全方位的服务让用户可以发送消息、视频通话、订餐和购物等。它还在中国与新型冠状病毒肺炎的斗争中发挥了不可或缺的作用，超过 7 亿人使用其服务预订疫苗接种和核酸检测。Brand Finance 的调研数据显示，由于微信在人们日常生活中的广泛应用，其



在中国消费者中“声誉度”和“考虑度”两项指标中均取得高分。

与品牌价值排名的趋势一致，品牌强度排名前五的品牌中有四个来自媒体行业，而在疫情开始之前只有两个。继

微信之后，谷歌以 93.3 的品牌强度得分从第 39 位攀升至第 3 位，紧随其后的是谷歌旗下的 YouTube 影音分享网站，以 93.2 的品牌强度得分从第 27 位上升至第 4 位。韩国品牌 Naver 以 92.5 的品牌强度得分跃升 99 位，位列前 5 名。

科技板块仍然是最有品牌价值的行业

科技行业再次成为 Brand Finance 全球品牌价值 500 强中最具价值的行业，累计品牌价值接近 1.3 万亿美元。科技品牌在现代世界中变得越来越重要，这种趋势因新冠疫情而增强。

榜单中共有 50 个科技品牌上榜，但品牌价值主要集中于三大科技巨头，苹果、微软（品牌价值 1842 亿美元）和三星集团（品牌价值 1073 亿美元），三者合计占该行业品牌总价值的 50% 以上。

紧随其后的是榜单排名第 9 位的华为，其品牌价值以 29% 的幅度增长后达到 712 亿美元，成功重新跻身全球品牌



价值前十强。虽然华为的智能手机业务受到美国制裁的重创，但通过加大对本国国内科技公司和研发的投入以及将业务重心向云服务转移，使得华为仍然维持了良好的表现。

美国和中国仍占主导地位

从国家层面来看，美国和中国的品牌继续在 Brand Finance 全球品牌价值 500 强中占据主导地位。排名中超过三分之二的品牌价值来自这两国，美国品牌总品牌价值占 49% (3.9 万亿美元)，中国品牌总品牌价值占 19% (1.6 万亿美元)。中国工商银行以 751 亿美元的身价继续蝉联中国最有价值品牌，在全球品牌价值 500 强排名中位居第 8 位。

房地产行业的困境在一定程度上减缓了中国品牌价值的增长。在排名下降最快的 10 个品牌中，有 6 家是中国房地产公司，而恒大地产则完全退出了 Brand Finance 全球品牌价值 500 强榜单。

与此同时，中国汽车品牌逆势而上。比亚迪（品牌价值 64 亿美元）以 100% 的增长幅度成为该行业品牌价值增长最快的品牌。比亚迪专注于电动汽车板块，由于此板块在中国市场的快速增长，该品牌 2021 年销量增长 232%，售出近 600,000 辆电动汽车。哈弗（品牌价值 61 亿美元）以 55% 的增幅成为汽车行业增长第二快的品牌。

过去的一年里，抖音的品牌价值翻了两番，在今天发布的最新报告中被评为全球品牌价值增长最快的品牌。凭借惊人的 215% 的增长，这款娱乐社交软件的品牌价值已从 2021 年的 187 亿美元增长到今年的 590 亿美元。是 Brand Finance 2022 年全球品牌价值 500 强中排名最高的新秀品牌。

每一年，世界领先的品牌评估咨询公司 Brand Finance（品牌金融）都会对 5,000 个全球最大的品牌进行调研并发布

近 100 份报告，对所有行业与国家的品牌进行排名。全球品牌价值 500 强及品牌强度最高的品牌会被列入年度 Brand Finance 全球品牌价值 500 强排行榜——今年是该榜单发布的第 16 年。

由于新冠疫情在 2021 年对全球带来的影响，数字娱乐、社交媒体及流媒体服务行业的品牌得到持续增长，抖音的崛起也进一步证明了媒体消费的变化。正是由于抖音提供易于消化与娱乐的内容，使其在全球范围内广受欢迎。抖音平台也充当了一个创意渠道，并为人们在疫情封锁期间提供了一种与他人建立联系的方式。

与此同时，抖音也在建立新的战略合作伙伴关系，例如赞助 2020 年欧洲杯锦标赛，使抖音接触到其忠实用户——00 后之外的群体。抖音在 2021 年突破了 10 亿用户大关，成为安卓及苹果应用商店被下载次数最多的应用程序。

Brand Finance 董事长, 大卫·海格评论:

“在新冠疫情期间，媒体消费量整体有所增加，但更重要的是，我们消费媒体的方式发生了不可逆转的变化。为了在这个不断发展的市场中竞争，媒体公司在他们的品牌建立上从内容获取到用户体验都投入了大量资金。抖音的飞速发展就是很好的证明：抖音在短短几年内从相对默默无闻到国际知名，并且看起来其发展速度丝毫没有放缓的迹象。”

总体而言，数字媒体品牌占据榜单中增长最快的前 3 名：另一款社交媒体软件 Snapchat（品牌价值增长 184% 至 66 亿美元）与韩国互联网品牌 Kakao（品牌价值增长 161% 至 47 亿美元）紧随抖音之后。

苹果以创纪录的品牌价值位居榜首

苹果品牌价值增长 35% 至 3,551 亿美元，在 Brand Finance 全球品牌价值 500 强中稳居榜首。

因其 2021 年表现出色，苹果在 2022 年初成为全球第一家市值达 3 万亿

美元的公司。这家科技巨头的成功历来在于不断磨练其核心品牌定位；但近期的增长可归因于苹果认识到其品牌可以有效地应用于更为广泛的服务。

iPhone 仍占苹果销售额的一半左右。然而，今年苹果更多地关注其他产

品的开发，包括推出新一代 iPad、iMac 以及 AirTags。苹果的服务范围，从 Apple Pay 支付方式到 Apple TV 苹果电视，也在不断发展壮大，并对其品牌的成功带来越来越大的影响。

Brand Finance 董事长, 大卫·海格评论:

“苹果拥有惊人的品牌忠诚度，这在很大程度上归功于其在质量和创新方面的声誉。数十年为追求完美的品牌形象所付出的努力使苹果成为一种文化现象，这使其不仅拥有强大的竞争力，而且能够在多个市场中茁壮成长。随着关于它涉足电动汽车、虚拟现实的传言不断，它似乎已经准备好了迎接新的飞跃。”

品牌守护指数

年度 Brand Finance 品牌守护指数今年已扩大至对全球 250 位 CEO 进行排名。今年的最佳品牌守护者是微软的萨蒂亚·纳德拉 (Satya Nadella)。纳德拉先生今年也成为了微软董事长，他通过将微软的企业文化转变为团队合作、创

新和包容，并在整个企业中灌输持续增长思维，从而彻底改变了微软的命运。

在国家层面，2022 年品牌守护指数反映了 2022 年 Brand Finance 全球品牌价值 500 强排名所呈现的趋势，即美国和中国处于领先地位。中国有 47 位 CEO 上榜，占全部榜单的 19%，其中不乏

各自行业的领军人物：汽车榜单中长城汽车的魏建军（第 3 名）、传媒榜单中腾讯控股的马化腾（第 4 名）、公用事业榜单中国家电网的辛保安（第 13 名）、食品榜单中伊利的潘刚（第 36 名）、物流榜单中顺丰的王伟（第 58 名）等。

Brand Finance 董事长, 大卫·海格评论:

“归根结底，品牌守护者的使命是建立品牌和创造商业价值。我们的排名通过平衡所有利益相关者（员工、投资者和社会等）的需求，表彰那些以可持续方式创造商业价值的人。在品牌守护指数中排名的 CEO 必须携手合作，共同建设可持续发展的未来，将 CEO 的角色从极具竞争力的企业家重新定义为包容合作的外交官。”

关于Brand Finance

Brand Finance 是世界领先的品牌估值和战略咨询公司，总部位于伦敦，在 20 多个主要经济体设有本土服务机构。Brand Finance 在通过量化品牌的财务价值来弥合营销与财务之间的鸿沟方面有

超过 25 年的经验。

Brand Finance 是一家合规的会计公司，在全球范围内为全行业品牌估值方面提供标杆。Brand Finance 是第一家被国际公认的品牌价值评估标准 -ISO10668 和品牌评价标准 -ISO20671 认证的全牌

照公司。

Brand Finance 品牌价值排名已经由营销责任标准委员会 (MASB) 通过营销指标审计协议 (MMAPI) 认证，MMAPI 是验证营销衡量标准与财务表现之间关系的正式程序。

稳健医疗董事长李建全：坚守利他主义方能稳健前行

从品牌故事、品牌出海、品牌变革等角度，对话湾区100位知名品牌企业家，讲述湾区品牌故事，诠释湾区企业家精神，打造中国优质品牌群像，提升湾区品牌国际影响力。近日，凤凰网广东采访了深圳工业总会副会长、全国制造业单项冠军、国际信誉品牌、深圳知名品牌稳健医疗董事长李建全。



编者按：国家“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，要推动制造业产品“增品种、提品质、创品牌”，开展中国品牌创建行动，提升自主品牌影响力和竞争力，培育一批高端品牌。粤港澳大湾区作为我国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，涌现出一大批优秀的创新品牌，在技术创新、应用创新、服务创新、消费体验创新方面，逐渐从追赶走向引领新一轮的世界工业和消费潮流。

为将品牌与创新进一步注入大湾区的融合发展，深圳工业总会与凤凰网、粤港澳大湾区研究院、深圳知名品牌评价委员会，联合推出了“湾区品牌力量——对话100位知名品牌创始人”专题活动。从品牌故事、品牌出海、品牌变革等角度，对话湾区100位知名品牌企业家，讲述湾区品牌故事，诠释湾区企业家精神，打造中国优质品牌群像，提升湾区品牌国际影响力。近日，凤凰网广东采访了深圳工业总会副会长、全国制造业单项冠军、国际信誉品牌、深圳知名品牌稳健医疗董事长李建全。

“质量优先于利润”是内心的烙印

棉，是天然纤维，舒适感极高，能自然降解、不破坏环境。有这样一个男人，他总是全身着棉，双肩包里随时装着自己的棉柔巾，逢人就说棉花的好处。他，就是李建全，他的梦想藏在一朵小小的棉花里。

【首席访谈】 我看您前半场的创业和工作的履历，好像都没有离开棉花，这是缘分啊，你怎么形容你和棉花的这份感情？

【李建全】 我们那个年代最小的时候，每到过年每家每户可能会分到一点棉花，分到的棉花量特别少，要么只够打一床被子，要么就做几件衣服。从小我的母亲就是拿棉花自己来摇车纺纱，纺纱了以后自己织布。

【首席访谈】 其实那也是全棉时代。

【李建全】 那是真正的纯棉时代，没有任何外来的东西在里面，那时候衬衣是特别舒服的。

当然参加工作以后我刚开始做医药，后来慢慢地做医用敷料，后来成立敷料科，跟棉花打交道。世界上新的材料发明创造有很多，但是没有一种材料能够替代棉花用在医疗上，特别是用在

手术上面。

棉花的历史有7000年了，而棉花依旧保持着旺盛的生命，到现在你说谁离得开棉花？所以我觉得植物是非常神奇的。

生于1957年的李建全，从湖北农村走向国企，而后下海做敷料外贸生意，创立了“稳健医疗”。那时，中国产品的整体质量没有得到国外认可，甚至被称为“rubbish（垃圾）”——摘掉这个帽子，是李建全和稳健医疗的第一个目标。

【首席访谈】 我们看您企业的发展果然是够稳健的，“稳重健康”。1999年就成为了医用敷料企业全国的龙头企业了。

【李建全】 稳健应该说从创业开始的10年时间，我们在小小的领域里面做到了出口第一，也不能完全说龙头吧，但是是中国医用敷料出口的第一位。

我觉得10年时间我还真的没有想

到说我们要成为什么样的第一，我们当初最希望做的就是甩掉“rubbish”这个帽子。

当时我成立公司以后开始开工厂，租一个很小的地方开工厂。为什么？就是想把质量做好，租了工厂再过一年以后我就开始买一层楼，一层一层楼地买，为什么呢？买一层楼我就不担心老是被别人赶走。就这样一点点地积累起来，把厂越做越大，就是因为我们想在质量上去做好，你把质量做好了，生意就来了，它是一个相辅相成的事情。

【首席访谈】 所以您现在的稳健集团有三个重要的原则，有一个就是质量高于利润。

【李建全】 质量优先于利润。这也是我们在那些真正的实践过程中间，这么多年的工作中间，看到并积累起来地心里面的烙印。

有了品牌才有了价格话语权

【首席访谈】 我看您以前都是加工为主的出口，之后是品牌与加工并重，当时为什么就意识到了品牌的重要？

【李建全】 当我在跟欧美、日本的公司打交道的时候，我内心里面受到了一定的刺激和伤害。为什么我们要跟他做OEM？是因为他们有品牌，正因为他们有品牌你就必须听从他的，每年要给你降价，你必须降价，你不降价，对不起，我就不给你买了。

更重要的是当我们中国比如像稳健带领这个行业走向了一个比较高的水平，大家旗鼓相当的时候，它可能为了几分

钱就把订单给你转走了，他不讲老感情。这个产品做了几十年的时候，那就靠价格竞争，所以我开始看到了这个问题。

一九九几年就讲究“微笑曲线”的两端，我们也经常去学习微笑曲线的两端，一头是研发，一头是品牌。你有了研发，你才能够掌控你在这个领域里面的技术和产品的创新。你有了品牌，实际上有了营销，有了终端，你就掌控了价格的话语权。所以我就想着我如何去朝着“微笑曲线”的两端去迈进，在很早的时候我就意识到了这个问题。

【首席访谈】 那么到现在算起来应

该有差不多17个年头了。我们作为稳健的品牌出海。您给大家说说心得，作为我们中国的企业品牌出海，首先要练好的最重要的内功该是哪些？

【李建全】 首先第一是你的产品，不管怎么样产品是基础；第二个毫无疑问要有营销的能力，实际上产品力、营销力后面加起来就等于品牌力，这是我总结的。这三点的背后是一种初心，这个初心一定不是说我想到国际上或者哪里去捞一桶金回来，而是真正是想给别人提供价值，给别人创造了价值的时候，你的回报就直接回来了，这个初心属于最高层级。

18 小时内 21 次试验，“逼疯了”

一颗“棉花”到底有多少想象空间？一次“切肤之痛”让李建全发现了新的可能性。

【首席访谈】2005 年左右，还有一个重要的技术被您掌握了，叫全棉水刺无纺布。

【李建全】我在 2001 年做了一次手术，叫疝气手术，在 2003 年又做了一次手术，也是疝气手术。我第一次做的手术，刮风下雨就感觉有点疼痛，那时候我就觉得肯定是用的产品里面有问题，我相信用纱布里面很容易掉纱头。

我发现有些化学纤维的无纺布的

产品，它边上切开后没有纱头，也没有绒毛，很光滑。那时候我就在想如果用全棉的材料把我们的纱布产品也做成这个形状行不行？用这种工艺来做行不行？那时候很多人说你这太异想天开了，纱布怎么可能做成这样的。

【首席访谈】传统的认知里面都是那样的。

【李建全】对，都是纱布的。

我这个人喜欢做一些别人意想不到的事情，所以 2003 年开始我们就在研发。

我们走了法国、意大利、德国这 3 个国家。那时候我经常一个人出差，现在我有时候也是一个人出差，节省费用。我到德国做过一次试验，那一天我在工厂待了 18 个小时，逼着他们做了 21 次试验，你想想简直是要把他们逼疯了。

那次实验为奠定我们的思维、奠定我们的基础做了很重要的作用，就是我认为是可以实现的。

无标准可依 产品无法售出

【首席访谈】这样的全球去寻访这样的高手，其实这个问题是解决了，是可以用在医用的领域，但后来是因为什么原因没有用？

【李建全】现在也在用，在 2005 年我们这个技术的整个理论就出来了，当然我们也注册了专利，2005 年也把中国的、国外的设备自己组装起来了，花了 2-3 年时间才真正做出产品来。

结果产品做出来没有市场，为什么呢？因为你不符合当时在医疗条件用的纱布的标准，你是无纺的，你无纺怎么能用纱布的标准去卖？国际也没这个标准，中国也没标准，卖不出去，我说完了。

这一次“异想天开”与现有市场产品标准发生了冲突，李建全陷入了“困境”，来自各方的压力逼着他思考出路。是搁置进度，还是重新建立使用标准？几经考虑后，他果断二次创业，成立“全棉时代”，探索从 B 端转

向 C 端、从原材料生产厂商到生活消费品牌的角色转变。

【李建全】所以后来 2009 年我就觉得求人不如求己，我把它变成民用产品。医疗上面我们正在跟国家申请注册一些标准，但是到 2011 年以稳健医疗起草的国家标准才开始颁布。

【首席访谈】是不是我们现在知道的这个牌子“全棉时代”，就是在那个背景下应运而生的？

【李建全】2009 年下半年我注册了一个公司叫全棉时代。我们不仅仅是把一个专利的产品把它推出去就行了，我要做出真正的全棉的一系列的产品。

首先是从易到难，易就是无纺的，先推无纺的，后面慢慢地推到用纱布来替代一些有纺的。比如我们最开始用纱布做，用纱布把毛巾、浴巾、婴儿被什么的都做出来，然后发现那些母亲们特别喜欢，既透气又柔软又舒服。

光这还不行，棉花的产品是可以做到真正地覆盖更多的人群，可以来做一些女性的产品，后面就开始做到我们今天穿的衬衣、外出服。其实做外出服是最难的，这要把一定的现代的科学技术用在棉里面去，让它怎么样变得不打皱。

【首席访谈】我看得出您一谈起您的产品如数家珍，而且有一种亲切感和自豪感。不断地在每一个环节上是不是都想了好多办法去解决问题？

【李建全】对，因为总体来讲，这个世界我觉得各种各样的产品，都是那些真正地希望给别人带来一种舒服感或者带来一种体验感的时候，感到愉快的人才能创造的出来。比如做全棉时代，我可能做了 7 年、8 年，没有人知道李建全，但是我有时候去参加会议，人家说这是李建全，没有人知道我，说他是“全棉时代”的，啊！眼睛一亮！

“如果我们不带头，还有谁去做贡献？”

2019年年底，突如其来的新冠疫情打乱了人们的生活节奏，一时间，防护服、医用口罩等物资陷入紧缺状态。关键时刻，稳健医疗工厂加班加点，奋战于一线，且坚持产品不涨价。

【首席访谈】能给我们回忆一下2020那个特殊的时段，您和您的员工怎么度过的？

【李建全】我记得最艰难的时刻，是我从2020年元月20号晚上，我的飞机从巴黎落地香港，落地以后，我就紧急给几个工厂打电话问情况，他说我们是不是放三天假，早去早回？

我不知道新冠疫情是感冒还是流行感冒，还是像2003年SARS那种病毒。我说既然没有货了，我们做的是防护用品，特别是我们做口罩的工厂，我就说你一定要跟员工讲，做思想工作，让他们不要放假，回去吃个年夜饭就回来。

30号（大年三十）他去打电话然后初一的早上和我说能不能再放三天，我一下子就急了，我就说了一段话，我说共产党人在危机的时候出生入死，走在

最前面。我们作为一个民营的企业，我们做医疗产品的，这种事情发生在我们家门口，如果我们不带头，还有谁去做这个贡献？结果他把我这一段话用高音喇叭在工厂车间里面播放。

【首席访谈】您这是既直截了当又质朴真诚的思想工作。

【李建全】对，他就把我的微信语音播了几遍，工厂没有一个人请假，那时候已经是21号了，22号吃完年夜饭返厂，23号就公布已经封城了。

1月底到3月的整个两个月零10天的时间，武汉包括整个湖北处在最紧要的关头，70%的口罩、70%的防护服是稳健提供的。当然还包括全国的一些感染的医院，也是保证了北京、上海、深圳几个比较大的医院的供应。

在元月21号我就发现已经有人把价

格炒得很高了，我们作为这个企业，我作为中国医用敷料协会的会长，我们公司毫无疑问是协会里面相对来说的带头企业。

所以在2020年元月21号，在没有封城以前，我们率先地理解到价格的管控，我们直接在我们的公众号、微博上面发公开信表明稳健的口罩不涨价，这意味着稳健的口罩不涨价，别人也最好不要涨价。虽然后面口罩的价格涨了几十倍，原材料涨了几十倍，但我们的终端始终没有涨价，我觉得这就是我们要去做的事情。

【首席访谈】这也是企业的一个社会责任感的体现。

【李建全】应该这么做，我这个企业不是靠赚快钱起家的，而是真正地靠创新，真正地为他人创造价值，这样才能得到回报。

“人不负青山，青山定不负我”

爱跑步、双肩包、自驾车，这是员工视角里的李建全，始终坚持着朴素的可持续生活方式。李建全经营企业也是如此，三十年如一日，重在稳健长久。

【李建全】我在2022年的新年贺词里面说到稳健医疗走过了第一个30年，我们今年是第二个30年，我们第一个要做的是实业，实业兴邦，科技兴国。那我们作为一个实业公司，我们起码要给国家创造财富，实业做好了，其他的行业才能依附在实体经济上面，才能去创造更多的一些财富。

第二个毫无疑问还是要坚持基础管理，基础管理永不过时，不把基础做好，

你怎么去做好实业？基础管理包括现在所有的先进技术的应用，特别对于做实业来说，我们要去拥抱AI技术、自动化、智能化、智慧化的这些应用，同时要去做好数字化的应用，所以这些年我们在这些领域里面投入很大。

当然还有很多，后面我说要走得更远，我们还要坚守三条。

第一条是我们利他主义的价值观，包括我们的愿景使命，这是必须要去坚

守的。

第二条“人不负青山，青山定不负我”，我们作为带头的企业，一定是作为环保、碳达峰、碳中和的一个榜样。我说我们要在国家2030年碳达峰，2060年碳中和的标准实现以前，要率先地比国家标准分别提前3年到10年去实现，这是企业必须要去做的事情。

最后一条，我说在中国我们一定要坚持跟着共产党走。

She's, 做配饰领域的艺术家

茜子服饰连锁经营有限公司于2000年在深圳创立,秉承“女性因配饰而美好”的品牌愿景,深耕时尚配饰领域,确立了中国女性配饰品牌的核心地位,于21年获得“深圳知名品牌”及“原创发饰领军品牌”殊荣。



植根时尚之都,以蝴蝶精神深耕配饰领域二十余年

茜子服饰连锁经营有限公司于2000年在深圳创立,秉承“女性因配饰而美好”的品牌愿景,深耕时尚配饰领域,确立了中国女性配饰品牌的核心地位,于21年获得“深圳知名品牌”及“原创发饰领军品牌”殊荣。茜子旗下拥有She's、She's girl、Very She's、K00L几大品牌,以满足不同人群多样化的配饰需求。集研发、生产、营销于一体,产品涵盖发饰、耳饰、胸针、帽饰、眼镜等多个品类,为现代女性提供不同场景下的时尚搭配解决方案。

She's将蝴蝶作为品牌的灵感缪斯,不仅独爱它优雅浪漫、翩然灵动的姿态,更打动于它破茧成蝶之时,必须历经坚强蜕变的力量,正如当代女性不惧压力、勇于探索,并且不断寻求独立成长,创造丰盈的人生价值,绽放生命的美丽光彩。

She's在全国30余个城市拥有超过200家门店,拥有商业百货、购物中心、奥特莱斯、机场高铁线等实体店,也布局了天猫、淘宝、京东、小红书、唯品会、微商城等线上渠道,把高品质的产品及浪漫的生活方式带给每一位女性。

拥抱变化,才能获得成长与突破

深圳改革开放的热土孕育出She's,



She's “蝶变”深圳时装周大秀



She's 与荣耀 20 青春版联名推出高定手机包



She's 与深圳手信联合推出的簌杜鹃胸针被荣选为深圳 40 周年珍藏礼品

其敢闯敢试、开放包容、追求卓越的精神基因已深刻烙印在品牌文化中，为 She's 带来不断前进与创新的力量，与这座时尚与创新之都一同成长、发展。

2008 年，She's 敏锐地意识到电商这个飞速发展的风口到来。She's 迅速作出反应，成立电商中心并入驻天猫。发展至今，She's 成长为多个电商平台运营的成熟品牌，并引领发饰品类第一的行业地位。正因身处时尚前沿之都，She's 也才得以承载于深圳的蓬勃发展而获得强大。

伴随国际时尚力量的推动，She's 渴望更快地成长。2015 年，She's 诠释独立女性的精神理念，荣登英国伦敦时装周，成为第一个走向国际时尚舞台的中国配饰品牌。2016 年，特聘法国首位华裔高定设计师殷亦晴为艺术顾问，作为 LEONARD 前品牌艺术总监并曾为 GUERLAIN、CARTIER 等品牌作跨界设计项目的她蜚声国际，为 She's 品牌带来国际性的时尚视野。

作为植根于深圳的时尚配饰品牌，She's 还多次受邀为深圳时装周的重要大秀品牌，深受主流时尚界的认可。

持续链接，探索配饰的更多可能性

She's 一直在积极探索配饰领域的更多跨界可能，希望通过共创合作，将双方的价值文化碰撞融合，拓展出新的消费场景，触达更广的消费群体，给予用户更新鲜有趣的创意体验。

2019 年，She's 与荣耀 20 青春版手机跨界合作，以其冰岛幻境的主题新品为灵感，推出了同名高定手包及礼盒。双方以美对话，科技与艺术相融共生，令科技呈现浪漫美学，让饰品融汇锐意先锋。She's 从时尚的角度深入挖掘饰品与手机的共性，以原创设计重构冰川之美，用手工技艺匠造深海秘境，别具一格的高定手包一经推出就引起了明星媒体及 KOL 的广泛关注。

同年，She's 与深圳手信联手打造簌杜鹃礼盒，烙印着市花的深圳元素，凝练着深圳拼搏奋进的文化内核。She's 以手工叠花、滴油、串珠等匠心工艺表达深圳的时尚美学，让永不凋谢的簌杜鹃礼赞女性的热烈坚韧，传递深圳的情意与浪漫。

2020 年，She's 携手中国邮政，以其天鹅邮票为创作蓝本，联合推出了一生所爱礼盒。致敬纯然真挚的书信爱情，She's 以配饰语言书写隽永承诺，以象征优雅高洁、忠贞守候的天鹅为灵感，打造了备受瞩目的联名礼盒，让配饰巧思与邮票主题完美呼应，增添浪漫情怀。

2021 年，She's 与国内知名腕表品牌天王表邂逅，双方以蝴蝶之名呈献一场浪漫的时间艺术，共创“拾光蝶语”礼盒及联名系列，为都市女性带来全面多元的搭配选择，更是腕表与



She's × 大英博物馆 蝶梦双生纪系列



She's 梵高向日葵艺术礼盒

配饰行业的一次美好碰撞。这次的联名合作，以跨品类的创新呈现出全新创意产品，以多维度的破圈层推广形式，触达更广泛的用户客群。

作为中国品牌，She's 对于东方美学有着独特理解，因此于 2021 年与国瓷永丰源联手打造匠心礼盒。国瓷永丰源拥有两百余年的制瓷历史，其丰厚底蕴与 She's 的新中式美学灵感相互碰撞，双方的匠心理念融汇贯通，将经典窗棂元素赋予新的设计演绎，饰品与茶具的搭配彰显出中式优雅闲适的生活情趣。

坚持热爱，挖掘艺术与时尚的共鸣

如何将艺术更好地融入产品，让艺术家独特的创作风格与品牌调性更好地结合？早在 2015 年，She's 就创新地迈出了跨界合作的一步，与毕业于英国中央圣马丁艺术学院的 80 后新锐艺术家南瓜子合作。邀请她从女性插画师的角度，以 She's 一贯的自然灵感主题，创作了“艺术·森活”系列，将其色彩浪

漫丰富、笔触细腻唯美的插画印制于丝巾之上，更添艺术格调。

与艺术家南瓜子的合作，是在当时市场环境下的创新，也为 She's 日后在艺术跨界的探索埋下了一颗萌芽的种子。

2017 年，当品牌跨界营销大潮初现之时，She's 就与世界上历史最悠久、规模最宏伟的综合性博物馆——大英博物馆达成长期合作，推出了一系列备受瞩目的艺术主题产品。以品牌的蝴蝶 ICON 为主题，She's 从自然主义学者、女性艺术家梅里安的故事与作品中，寻觅到了蝴蝶的精神，以其藏品为创作蓝本，结合品牌的匠心工艺与设计语言，打造了蝶梦苏里南、蝶梦双生记、蝶梦异境等系列，赋予了产品更多艺术气质与故事内涵。除了经久不衰的蝴蝶元素，设计师们也不断从大英博物馆的丰富典藏中汲取灵感，将古埃及的神秘、欧洲中世纪的华美、希腊神话的浪漫，融入到产品之中，让艺术不断丰富时尚的审美。

She's 还曾携手世界上最大的装饰

艺术和设计博物馆——V&A 博物馆，打造出系列产品，将其藏品中的英式优雅、王室浪漫，通过配饰一一呈现，带给用户古典与现代并存的美好感受。

在跨界合作之外，She's 也不断从历史长河中的艺术大家中，寻觅、挖掘艺术与时尚深处的共鸣，再通过产品将挚爱艺术的不泯精神传递给每一位同样热爱艺术的女性。

梵高作为知名的后印象派画家，在现今仍是拥有巨大影响力的艺术家，其风格鲜明独特的作品、跌宕起伏的人生故事，带给了 She's 无限的灵感。从梵高的《向日葵》、《星月夜》、《白玫瑰》等代表性作品中汲取艺术内蕴，结合品牌的匠心工艺，将大家所熟知的艺术画作融入到产品之中，带来耳目一新的风格之作。

在坚持艺术化的道路上，She's 不断在上下求索，近年亦从后印象派三大巨匠之一高更、知名象征主义画家克里姆特、印象派代表人物莫奈的作品中获得灵感之光，持续推出了艺术家系列，为产品注入更浓厚的艺术气息。

与用户同行，分享美好的生活主张

自创立以来，She's 就一直坚持品牌并不是简单地贩卖产品，而是美好生活的践行者、传播者以及创领者。She's 坚持以产品为载体、为桥梁，将品牌对美的理解与追求传递给用户，同时也在寻找更多触点，与更多用户进行链接沟通，分享浪漫、有趣、艺术的美好生活方式。

She's 的价值观是坚持用户思维，从用户的需求出发，关注用户体验，为用户创造有价值、有温度的服务及产品。She's 希望与用户以朋友的关系进行沟通，因此多年来坚持以会员沙龙的形式，让品牌与用户建立连接的场景，不再局限于店铺，而是以更轻松、更亲切、更亲密的方式去交流，让用户了解品牌，也让品牌更了解用户。沙龙的主题也十分多元有趣，如时尚交流、下午茶、艺术分享、手作慢时光，邀请时尚行业大咖、新锐艺术家、专业手工讲师现场分享，让用户在优美环境及愉悦氛围中更深入地感知品牌传达的美好生活方式。

唯有持续开放、链接更多，才能寻觅到发展的更多可能性。除了品牌自发的会员活动，She's 还与多家星级酒店、高端会所、新式餐饮以及其它跨界企业达成合作，共同举办沙龙活动，触达更多、更精准的优质用户群体。

下午茶已经成为越来越多都市女性的娱乐、社交场景，She's 与瑞吉、安达仕、丽思卡尔顿等高端酒店联手举办了多场手工下午茶活动，将品牌的手作匠心与下午茶的优雅惬意融合，在慢时光中感受美在手间的诞生。同时，还与深圳中洲万豪酒店、北京 JW 万豪酒店、三亚美高梅酒店携手打造主题沙龙，以品牌标志性的温暖小熊、浪漫蝴蝶及梵高艺术为灵感，创作专属主题下午茶，将浪漫的艺术格调注入到美味之中，体验更精致、美好的生活态度。

2021 年，She's 还携手生活方式餐饮品牌 Tomacado 花厨，在北京、上海、成都、深圳四城的花厨餐厅，开启手工坊活动，将发饰美学艺术与浪漫花艺美妙结合，与各界时尚女性一起感受手作之美。与此同时，She's 亦与设计师蛋

糕品牌 ANGSI 昂司达成合作，以梵高《向日葵》为灵感，跨界打造梵高主题下午茶及为期三个月的梵高主题花园，以此传达艺术的生活主张。

发展自身，亦牢记企业的社会使命

在不断拓展市场的同时，She's 也在积极担起企业的社会责任、关注慈善公益。2009 年，由 She's 援建的“贵州省湄潭县深圳茜子小学”竣工成立，帮助几十位学龄儿童完成学业，从建校伊始的 13 年来，She's 坚持每年组织招募爱心志愿团队去探访可爱的孩子们。

2022 年，She's 携手粉红丝带关爱基金，以关爱女性为彼此联结，在推出“爱之结”联名系列的同时，积极参与公益活动及传播健康知识，希望以饰品传递关爱，向更多女性分享时尚健康的生活态度，让坚韧的粉红力量优雅绽放，与公益美丽同行。

链接时代，开放迎接数字化的到来

随着数字化时代的到来，组织、认知的统一是 She's 首当要做的。我们相信在未来，唯有用好数字化的品牌，并将数字化转变成为用户价值的品牌，才能赢得市场。She's 已完成组织内部的系统提升，在数字化转型的过程中，组织结构从销售产品升级为销售服务的模式，同步进行业务流程及信息系统的优化升级，实现思想到行动的统一。

深圳已从当年的小渔村转变为一个自由与创新并存的大都市，坚韧奋进的拼搏精神、机遇和挑战并存，正如无数企业的发展之路，实现从深圳速度到深圳质量的华丽转身。She's，也与深圳这座城市同呼吸共成长，并一直扎起创新路上勇敢向前奔跑。



She's 手作下午茶沙龙



市领导关注工业发展形势 企业家稳中求进信心倍增

——王强一行到深圳工业总会调研深入了解企业需求

2月24日，市委常委、统战部部长王强一行到本会调研指导，并召开企业家座谈会，倾听企业家诉求和建议，助力企业高质量发展。市委统战部副部长、市工商联党组书记李勇，市工业和信息化局党组成员、副局长肖祖平等相关负责人陪同调研。

本会会长吴光权，监事长——中兴新地董事长高建彬，执行会长、主席团执行主席吴丽，主席团主席——航盛电子杨洪董事长、长方集团康铭盛李迪初

董事长、深装集团吴富贵董事长；副会长——信隆健康廖学金董事长、维谛技术祝金程总裁；副会长单位、稳健医疗董事、副总裁方修元；理事、科安达董事、总裁张帆以及深圳市先进制造类行业协会联合党委书记、本会执行副会长李云超，秘书长王奕莘等出席会议。

会前，王强常委一行在吴光权会长和吴丽执行会长的陪同下，巡视工总文化墙，对工总20年来持续推动企业做品牌、创名牌，助力企业转型创新发展开

展的系列工作和取得成绩给予高度肯定。

吴光权会长对王强常委的调研表示欢迎，他表示，感谢市委市政府一直以来对深圳工业总会工作的关心和支持。深圳工业总会以推动工业化进程为使命，通过深圳知名品牌培育评价、推广以及创新纪录发布等形式推动深圳企业创新发展及转型升级，以个性化的方式服务于深圳当地企业。当前面对新的国际形势、新冠疫情以及数字技术的快速发展，企业所面临的机遇与挑战并存。



市委常委、统战部部长王强一行到本会调研指导，并召开企业家座谈会，倾听企业家诉求和建议，助力企业高质量发展。市委统战部副部长、市工商联党组书记李勇，市工业和信息化局党组成员、副局长肖祖平等相关负责人陪同调研。

深圳工业总会希望和企业一起推动数字化转型，并按 ESG 理念推动企业成为社会责任型企业。

参加座谈的企业家分别介绍企业目前的发展概况，并就企业发展中遇到的困难以及对产业发展的建议等与王强常委一行领导面对面交流。

肖祖平副局长表示，市工信局是市政府的一个经济部门，从职能定位上，有三个定位，一是实体经济的谋划者、二是产业发展的助推者、三是服务企业的娘家人。各位企业家所提到的问题，包括数字化转型、工业上楼、产业用地、技术改造等等，市工信局会认真研究，在接下来的政策起草，产业资金配套方面会充分考虑相关意见建议。

王强常委最后做了重要讲话，他首先表扬了深圳工业总会取得的系列成绩，特别是深圳工业总会所取得的一系

列荣誉，作为工业领域综合类社团，发挥了积极作用。他表示，今天调研的目的主要从经济统战的角度了解深圳企业发展的情况，对各位企业家所提到的问题表示理解和关切。民营企业是深圳经济发展的主力军，体量非常大，在经济下行的情况下，倾听企业家本人诉说企业发展问题是鲜活的材料。接下来，市委统战部、市工商联将企业家所提到的问题反映给各相关职能部门。市工商联作为企业的桥梁和纽带，其职责就是反映民营企业的真实情况，反映有价值的意见建议。深圳工业总会等社会组织也可以发挥作用把下情上达，把企业的意见建议梳理，并报告给相关部门参考。当前深圳工业经济面临增速下滑的趋势，市委统战部、市工商联应做好企业服务，从经济统战的角度为民营经济健康发展和民营企业健康成长出力。

深圳工业总会获评广东省工商联系统“四好”商会



日前，广东省工商联正式发文认定2021广东省工商联系统“四好”商会，深圳工业总会获评广东省工商联系统“四好”商会。此次评选深圳市有10家商协会上榜，包括深圳工业总会、深圳外商投资企业协会、深圳市江西商会、深圳市文化创意行业协会、深圳市龙华区民治商会、深圳市宝安区沙井商会、深圳市龙华区观澜商会、深圳市南山区粤海商会、深圳市龙岗区横岗街道商会、深圳市大鹏新区葵涌商会。

深圳工业总会于2001年注册成立，是以服务于工业界为主的工商领域经济类社会团体。二十年来，肩负推动工业化进程伟大使命，构建面向广大企业的公共服务和面向会员的专项服务体系，创办一系列主题鲜明、创意新颖、成效显著、影响深远的服务平台，赢得广泛赞誉和荣耀。

深圳工业总会先后创办了一批配合政府、面向企业、推进创新、培育品牌的公共服务平台：深圳知名品牌培育评价、深圳国际品牌周、中国品牌价值500强榜单（国际合作项目）、粤港澳大湾区质量高峰论坛、粤港澳大湾区企业创新力榜单、五洲工业发展论坛、深圳企业创新纪录审定发布、深圳工业大奖、深圳百优工匠等。

深圳工业总会积极配合政府部门

开展助力制造业优质企业高质量发展工作；受国家工信部、中国工经联委托，深圳工业总会与市工信局联合发文，征集推荐深圳市全国制造业单项冠军和遴选深圳市制造业单项冠军，截至目前，深圳市获评全国制造业单项冠军的企业达到45家。按照市中小企业服务局要求，设立深圳市中小企业公共服务示范平台，为国家级专精特新“小巨人”企业、省级专精特新中小企业提供一对一专业服务；配合市工信局，开展编制《深圳市创新产品目录》等。

深圳工业总会持续20年开展深圳品牌建设活动，遵照深府〔2003〕64号文件的职责分工，积极组织开展“深圳知名品牌”培育评价活动，通过专家现场辅导、品牌人才培育、品牌标准宣贯、媒体矩阵宣传等推动深圳上万家企业做品牌、创名牌。发布《深圳知名品牌评价规范》团体标准；认定发布“国际信誉品牌”、深圳知名品牌·欧洲原产、日本原产；发布品牌价值榜单；举办品牌建设高端论坛；搭建“品牌云展馆”等。

推出中小企业“十四五”品牌建设行动纲要，助力企业转型升级高质量发展。前十八届“深圳知名品牌”培育评价活动共评选产生847个“深圳知名品牌”，仅占全市企业总数的万分之四，销售额合计占全市销售总额的49.82%、

纳税额占41.95%、出口额占35.39%。“华为”等59个深圳知名品牌企业位列国际细分市场前三位；“迈瑞”等158个深圳知名品牌企业位列国内细分市场占有率第一。

自2017年开始，连续五年联合十一区政府（新区、合作区管委会）及相关机构举办“深圳国际品牌周”，并作为“中国品牌日深圳地方特色活动”纳入国家年度“中国品牌日”活动序列，每届举办20多场主题活动，吸引线上线下参与人数超百万，充分展示深圳品牌建设先行示范成果，已经成为具有国际影响的重大品牌活动。

深圳工业总会秉承“会员的困难就是我们的任务，会员的成绩就是我们的荣耀”的宗旨，开展政企交流、法律保护、企业调研、区域合作、会员联谊、专题培训、市场拓展、资讯传播等专项服务。

深圳工业总会系全国首批5A资质社团，是全国首家与联合国工业发展组织建立非政府机构合作关系的社团组织，是全国唯一把品牌建设活动推向国际社会并获得积极响应的社团组织，是全国唯一获政府质量奖的社团组织，是全国工业经济领域唯一获“全国先进社会组织”称号的社团组织，是深圳市唯一获市委、市政府授予“文明单位”荣誉称号的社团组织。

烯旺科技&北京冬奥会背后的科技故事

为了打造这精彩的“8分钟”，诠释2022年北京冬奥会“人文奥运”和“科技奥运”精神，以人工智能及石墨烯应用技术为代表的中国新科技元素惊艳世界。

奥运会发展至今日，既是基础设施、运动水平的竞赛，背后的核心更是科技的竞争。也正因为此，烯旺科技和2022年北京冬奥会结下了不解之缘！

为了打造这精彩的“8分钟”，诠释2022年北京冬奥会“人文奥运”和“科技奥运”精神，以人工智能及石墨烯应用技术为代表的中国新科技元素惊艳世界。而这其中则包含来自深圳工业总会首席科学家、中国石墨烯产业化奠基人、烯旺科技董事长冯冠平教授带领研发团队研发的黑科技元素——石墨烯发热服。

“北京8分钟”表演采用高科技手段，开场由24位轮滑运动员+2位熊猫队长负责借助高科技影像的变换在舞台上滑出轨迹，但是闭幕式“北京8分钟”是在晚上9点15分进行，而此时段现场气温则在零下3度左右。

如何让演员在零下低温环境中穿着薄薄的表演服舒展动作，完美呈现舞台效果，组委会想到了烯旺科技。由将石墨烯引进中国的产业奠基人创办的烯旺科技，创造性地将石墨烯应用在发热领域，成功让石墨烯从实验室走向商业应用，实现了应用化。

基于发热应用，其所发明的纯石墨烯发热膜性能强大，不仅能做到3秒快速发热，并且纳米材料还具有面状发热、温度稳定持续的特点；更重要的是，可以低电压供电，也就是只需要一块小小的移动

外接式电源，就可以持续供电发热了。

于是，烯旺科技研发团队，将这种石墨烯发热膜科技应用在表演服上，并且在烯旺科技的低温试验室里零下20度的情况下，连续测试了3天，体温仍然能维持在40多度，最终达到在零下20度的情况下连续发热4小时的要求。由此成功研发出石墨烯智能发热服饰。

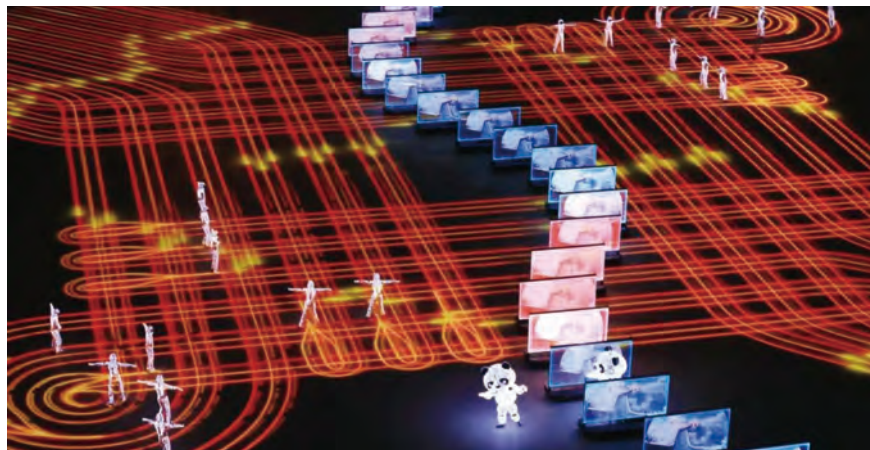
经过研发团队的不懈努力，石墨烯智能发热服得到了“北京8分钟”主创团队的一致认可。这批服装不仅保温发热效果好，材质轻薄充分满足了演出需求，而且在安全性、电池续航能力和服饰舒适度方面都表现不俗。

守候4年，迎来北京冬奥会开幕，烯旺科技以行动来支持北京冬奥，并为户外冰雪项目主场地张家口捐赠205万石墨烯发热装备物资，助力冬奥会顺利举办。

石墨烯材料具有哪些发热优势？

石墨烯在电加热方面也具有非常好的优势：即通电之后不仅发热效率高，而且电热响应速度非常快，比其他导热材料更为优越。也就是可以做到通电后3秒钟快速发热。其次，石墨烯材料的电热转换率特别高，可达到90%以上。把电能转换成热能，效率高就意味着可以节能、省电，相对于普通的电阻加热高。

在发热特性方面，由于石墨烯是纳米材料，其在发热时区别电阻丝、碳纤维的线状、网状发热，可实现纳米原子级面状发热，这是其他材料不可比拟的。安全性高，其有温度保护，当电压不稳或过高时，均可断电保护，避免局部高温和熔断带来的安全隐患。温度可控性，烯旺科技纯石墨烯发热膜材料可实现1℃温度的精准控制调节。这让石墨烯发热特性可进行智能化操作，为更多产品赋能。



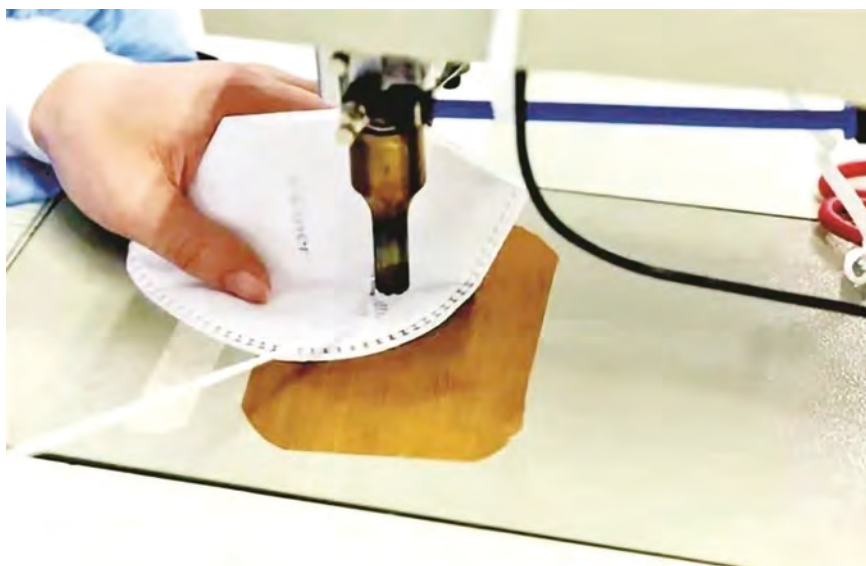
稳健医疗为冬奥会疫情防控输送“战袍战甲”

新冠肺炎疫情初期，秉持社会责任加班加点进行口罩和防护服生产的稳健医疗“一战成名”。但许多人不知道的是，成立于1991年的稳健医疗用品股份有限公司，早已是中国医用敷料行业的标杆企业

做好疫情防控，是北京冬奥会顺利开展的重要基础。为最大限度降低境外疫情传播风险，北京冬奥会实行“闭环管理”，以实现安全如期办赛为目标。在此过程中，来自深圳工业总会副会长单位稳健医疗用品股份有限公司的防疫保障物资随处可见。今年1月初，数十辆装载N95口罩、医用外科口罩、防护服等医疗防疫保障物资的稳健货运专车从深圳、湖北驶向北京和张家口，为赛区的各个赛事场馆、医疗保障队、住宿酒店输送“战袍战甲”。

“北京赛区全程闭环管理工作人员、冬奥会工作人员下榻酒店贵州大厦、北京赛区速滑馆、北京协和医院、北京积水潭医院，以及张家口赛区医疗保障队，使用的都是我们医疗防疫产品！”稳健医疗相关负责人说道：“仅仅北京赛区全程闭环管理的工作人员，我们就提供了240万只N95口罩。”

新冠肺炎疫情初期，秉持社会责任加班加点进行口罩和防护服生产的稳健医疗“一战成名”。但许多人不知道的是，成立于1991年的稳健医疗用品股份有限公司，早已是中国医用敷料行业的标杆企业，并是一家通过“Winner 稳健医疗”、“Purcotton 全棉时代”以及“PureH2B 津梁生活”三大品牌实现医疗及消费板块协同发展的大健康企业，致力为用户和消费者带来更多品质生活的选择，为美好生活创造价值。



作为医疗品牌，稳健医疗为全球医疗单位提供领先的伤口护理和感染防护、消毒清洁解决方案，并拓展至个人护理领域，是中国医用耗材产品主要出口商。稳健医疗通过采用具有先进水平的新技术、新工艺等，加快技术创新和产品的研发，搭建了完善的创研体系。

2005年，公司首创自主研发全棉水刺无纺布技术，凭借着其安全、环保、舒适的特性，公司将该技术成功运用在医疗领域的医用防护服、手术衣、隔离衣、口罩等感染防护产品上，在消费品领域革新性地开发出纯棉柔巾、纯棉湿巾、全棉表层卫生巾及洗脸巾、一次性内裤等产品。

疫情期间，为解决临床供应和材料

紧缺的供需矛盾，稳健医疗率先从原料端，自主研发全棉无纺布医用防护材料，将其创新应用于医用防护服、手术衣、隔离衣等防疫产品，不仅解决原料供应问题，同时提升了防疫产品的透气性和舒适性，既安全更环保。全棉无纺布覆膜后的产品性能不仅满足《GB 19082-2009 医用一次性防护服技术要求》，还能有效减少着装防护服的憋闷、出汗情况，且可以贴身穿着，降低过敏反应，非常适合防护服这种需要长时间穿着的专业防护用品，让医护人员在长时间的治疗、护理工作中，提供更加专注的服务。

作为大健康企业，稳健医疗一直在企业内外倡导运动文化和体育精神，并且多次赞助、协办马拉松赛事等体育项目。

16天不间断保障冬奥主火炬燃烧 中集氢能“蓝墩墩”不下班

2月20日晚，北京冬奥会胜利闭幕，一个个精彩瞬间伴着燃烧了16天的主火炬熄灭，成为永恒的经典。深圳工业总会理事单位中集集团旗下中集安瑞科的子公司中集氢能，也以众多氢能装备为本届绿色低碳奥运会的成功呈现，贡献了中集力量。

2月20日晚，北京冬奥会胜利闭幕，一个个精彩瞬间伴着燃烧了16天的主火炬熄灭，成为永恒的经典。深圳工业总会理事单位中集集团旗下中集安瑞科的子公司中集氢能，也以众多氢能装备为本届绿色低碳奥运会的成功呈现，贡献了中集力量。

从冰立方到延庆赛区，再到张家口赛区，中集氢能制造的加氢站、氢气运输车、储氢瓶等设备为冬奥会提供全链条服务，保障冬奥火炬、800多辆氢能汽车等的氢气供应。

本届冬奥会首次使用氢能作为火炬燃料。在2月4日晚的开幕式上，最后一棒火炬放置在各参赛方引导牌和橄榄枝组成的巨大雪花中央，氢能主火炬以

令人惊艳的“小火炬，大雪花”的方式亮相，向世界展示了中国绿色环保的发展理念和决心。而在这个举世瞩目的仪式中，中集也以关键氢能装备为“最小主火炬”的惊艳亮相和持续绽放提供了多重保障。

据媒体报道，2008年北京夏季奥运会上，尽管已经采用了能够提升20%燃烧效能的新型火炬，但是主火炬的熊熊大火一个小时依然要消耗5000-6000立方米的天然气，排放大量的二氧化碳。而一个普通三口之家一年只需要使用300立方米的天然气，相当于主火炬一个小时就要烧掉一个普通三口之家近20年的天然气消耗。为了给主火炬供气，鸟巢甚至专门配了一个燃气站，日夜不

停地为它输送燃料。

而此次北京冬奥会主会场火炬，在“大雪花，小火炬”+“氢能”的绝妙创意中，在中集氢气管束集装箱等一系列氢能装备的保障下，主火炬一小时仅消耗少于2立方米氢气，基本实现零碳排，节省99.9%的能量。

连续16天的不间断氢气供应，长达138万秒的稳定燃烧，中集氢能储存、运输、加注以及氢气供应控制系统系列产品确保了奥运期间会场主火炬的平稳运行。

此次北京冬奥会火炬供氢系统，由中集氢能与中国石油勘探开发研究院合作开发。中集氢能提供的小型加注设备是国内首台超小型一体氢气加注设备，大家亲切地叫它“蓝墩墩”。“蓝墩墩”的加注压力可达到 $\geq 45\text{MPa}$ ，身形紧凑，占用空间小、快速布置、即插即用、维护简单、配置灵活，初次使用便广受赞誉。

中集氢能相关负责人表示，中集氢能为北京冬奥提供了30多台氢气管束式集装箱、10多台50MPa储氢瓶组和一套70MPa全集成加氢站设备等氢能装备，以全系列、多品种的氢能精品装备全力助力北京冬奥会，尽显国内氢能装备头部企业的实力。

未来中集氢能将充分利用氢能装备行业的领先经验和专业实力，打造覆盖氢能全产业链、多品种的优质产品和示范项目，积极助力氢能在各行业的应用场景，助力国家双碳目标的达成。





兆威机电“微小传动系统质量创新项目” 获国家级大赛金奖！

由中国机械工业联合会主办的2021年全国机械工业产品质量创新大赛获奖名单公示，全国制造业单项冠军、国际信誉品牌兆威机电的“微小传动系统产品质量创新项目”斩获金奖，成为我市唯一获评金奖的企业。

近日，由中国机械工业联合会主办的2021年全国机械工业产品质量创新大赛获奖名单公示，全国制造业单项冠军、国际信誉品牌兆威机电的“微小传动系统产品质量创新项目”斩获金奖，成为我市唯一获评金奖的企业。

大赛是行业公认的机械工业产品质量创新顶级赛事，由中国机械工业联合会主办。本次大赛以“新时代、新思维、高质量”为主题，旨在遴选一批技术先进、一致性好、可靠性水平高、产品自适应性强的自主创新优质产品，推动机械工业质量提升，实现高质量发展。

大赛自启动以来得到全行业热烈响应，共有400余个项目参赛。经大赛评审委员会组织行业专家进行线上初赛评审、专家复审、决赛评审，最终确定金

奖21项、银奖58项、优秀奖88项。

兆威机电微小传动系统作为智能化产品的关键部件，被广泛应用于各个领域。基于微小传动系统行业高精度、高效率、长寿命、低噪音等质量特性，兆威机电秉承以客户为中心，全方位服务客户，以数据化、全员化、细节化为核心的质量管理理念，围绕微小传动系统研发设计、精密齿轮制造、产品检测及试验验证等方面进行创新。系列产品已成功应用于移动通讯、汽车电子、智能家居、机器人以及医疗器械等领域，市场占有率排名全国第一，获华为、博世等知名客户产品质量评价A级，为智能行业持续提供高品质系统化解决方案，提升了我国微小传动行业在国际上的竞争力。

兆威机电始终坚持把创新放在发展全局的核心位置，以“致力微型驱动领域进步，共创智能美好生活”为愿景使命，秉持“创造价值、坚持创新、持续奋斗、追求卓越”的核心价值观，不断培养创新文化，推动技术创新、产品创新、管理创新，紧跟数字化、网络化、智能化的发展趋势，保持高质量的稳定增长、可持续的全面发展方向，走创新驱动的发展道路。

未来，兆威机电将继续拥抱智能时代，扛起创新发展的大旗，专注于微型驱动领域的理论与技术研究，推动微型驱动产业及万物互联生态链的发展进步，赋能多场景、高品质的智能科技应用，实现人们生活更加便捷、舒适、美好！

海岸城 COASTAL CITY

品牌引领 高质发展

海岸城荣膺
第十八届「深圳知名品牌」称号



塑造品牌新格局
打造时代创新下的深圳商业品牌



She's FREE STYLE
JUST
FOR YOU

