

深圳工业经济

SHENZHEN INDUSTRIAL ECONOMY

3

2023年
总第119期

深高新投 szhti

以客户为中心 —— 为创新者赋能

深圳市高新投集团有限公司

SHENZHEN HTI GROUP CO., LTD



深高新投：搭金融与实体共生之桥 走品牌和产业共赢之路



导读

激发品牌创建活力 积蓄企业高质量发展动能
2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨
第七届深圳国际品牌周活动综述
深圳39个品牌上榜“2023中国品牌价值500强”

粤B (L017010040)

内部资料 免费交流

第七届深圳国际品牌周剪影



王宏彬副主席（左）与林宗棠老部长（右）在贵宾室亲切交流



熊梦执行副会长（左二）、吴光权会长（右一）与 AGC 株式会社执行董事上田敏裕（右二）交流



王肇文常务主席（左二）与曹明新副司长（左一）、张效民副主席（右二）、刘胜利局长（中）、廖军文副主席（右一）在贵宾室合影



出席第五届深圳国际品牌周的领导



激发品牌创建活力 积蓄企业高质量发展动能

品牌是高质量发展的重要象征，是企业乃至国家竞争力的综合体现，品牌建设是促进企业高质量发展的重要抓手。

习近平总书记始终高度重视品牌建设和发展，早在2014年就高瞻远瞩提出，要“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”。强调要强化品牌意识、加强品牌建设，培育更多百年老店，做强做大民族品牌。2017年，国务院决定将每年5月10日设定为“中国品牌日”。今年2月，中共中央、国务院相继印发了《质量强国建设纲要》和《扩大内需战略规划纲要（2022-2035年）》，均明确提出“持续办好中国品牌日活动”。

2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，“深圳国际品牌周”作为全国首创“中国品牌日深圳地方特色活动”已连续开展七届。5月9日，“2023中国品牌日·深圳地方特色活动”暨第七届深圳国际品牌周在深圳广电集团演播大厅盛大开幕，以“凝聚品牌建设力量 助力企业高质量发展”为主题，两

大主场活动、十一区分会场特色主题活动、专场活动，集中发布了“国际信誉品牌”、“深圳知名品牌”和“2023中国品牌价值500强”榜单等品牌建设成果，营造全城品牌建设氛围，打造湾区品牌狂欢盛宴。

深圳作为中国特色社会主义先行示范区和粤港澳大湾区核心引擎城市，在品牌建设上坚持先行先试。2002年，创办了中国名牌产品博览会暨名牌战略国际论坛；2005年，中国名牌战略推进委员会、中国工业经济联合会、广东省人民政府和深圳市人民政府联合召开“向世界名牌进军动员大会”。深圳工业总会率全国之先，探索构建的政、社、媒、产、学、研品牌建设工作体系，成果卓著，以此为基础构建的品牌建设服务平台先后被政府部门认定为“深圳市中小企业公共服务示范平台”和“国家中小企业公共服务示范平台”。深圳工业总会作为市委市政府推进品牌建设的重要伙伴，品牌工作受到市委市政府的高度肯定，深圳国际品牌周已经成为粤港澳大湾区实施国家品牌战略的重要平

台，发布的“国际信誉品牌”是湾区品牌国际化最高水平的体现，“深圳知名品牌”就是“粤港澳大湾区知名品牌”。

站在“双区”建设的重要历史节点，充分发挥粤港澳大湾区核心引擎城市的作用，就是要在培育评价“国际信誉品牌”和“深圳知名品牌”即“粤港澳大湾区知名品牌”上，深圳进一步发挥引擎动能，增强辐射和带动能力，使珠三角九个城市和港澳两个特别行政区都能按照《深圳知名品牌评价规范》团体标准培育“湾区知名品牌”。大湾区各城市携手共进，以推动高质量发展为导向，促进湾区品牌融合发展；讲好品牌故事，构建湾区品牌建设新格局；对接国际资源，引领品牌在国际市场赢得相应份额。不遗余力地推动企业做品牌、创名牌，推动大湾区企业在全球市场中抢占发展先机，在全球产业链中打响“深圳知名品牌”和“湾区知名品牌”。

王隆文





深圳工业经济（封面题字：李灏）

2023年第3期 总第119期

登记证号： 粤B（L017010040）

出版时间： 2023年6月30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 董国强 郭万达
郭 建 郭晓渝 郭蕴川 曹明新
蔡正富

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： 李国友

美术编辑： 李 劲

法律顾问： 王寿群 黄劲业

北京市康达（深圳）律师事务所

广东益道律师事务所

contents

总编寄语

激发品牌创建活力 积蓄企业高质量发展动能

01

活动综述

凝聚品牌建设力量 助力企业高质量发展

——2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周活动综述

04

领导寄语

顾秀莲：充分发扬特区精神 大胆探索品牌经济发展之路

10

黄 强：加大品牌建设工作 打造一流质量品牌服务实体经济

11

熊 梦：巩固20年品牌工作成果 大力推动深圳品牌国际化

12

吴光权：推动企业做品牌、创名牌 打造全球品牌之都

13

榜单发布

深圳39个品牌上榜“2023中国品牌价值500强”

14

品牌大咖说

陈忆登：高质量发展呼唤中国企业深化品牌资产的数字化管理

16

上田敏裕：AGC的品牌国际化

18

陈 明：品牌创新助推经济高质量发展

20

曹 虎：塑造新生代国际品牌

22

王璆琿：乘势而上 引领创新——助力品牌高质量发展

24



封面故事

深高新投：搭金融与实体共生之桥 走品牌和产业共赢之路 26

分会场活动

宝安区：打造全球知名智能制造品牌基地 30
罗湖区：金展珠宝广场系列活动 31
福田区：专精特新·标杆先行 32
龙岗区：树立“数字+时尚”产业发展新标杆 33
盐田区：跨境电商人才服务产业 34
高质量发展“护航者”计划启动仪式
盐田区：“共力盐田 跨境新通路”产业招商会 36
坪山区：跨界融合 “链上坪山” 打通产业链内循环 37
深汕合作区：汽车产业供应链协同发展对接会 38
深汕合作区：2023声学产业高质量发展大会 39

专场活动

超级品牌专场：超级品牌创新大会推动中国品牌高质量发展 40
采纳专场：“杰出营销、加速增长” 41

企业风采

绘王趋势：让原笔迹数智化成就美好生活 42
欣旺达：创新驱动新能源世界进步 43
航班管家：以大数据及人工智能赋能B端智慧出行场景 44
金牌电缆：致力于成为电缆行业领跑者 45

企业巡礼

金牌电缆 46
航班管家 47
绘王 48
欣旺达 49

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



大会现场，林宗棠老部长、熊梦执行副会长、王宏彬副主席、黄强副秘书长、吴光权会长、王肇文参事、李勇书记以及深圳国际品牌周联合主办单位、支持单位的领导，共同为第七届“深圳国际品牌周”启幕。

凝聚品牌建设力量 助力企业高质量发展

——2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周活动综述

在第七个“中国品牌日”到来之际，深圳工业总会联合十一区政府（新区、合作区管委会）和深圳报业集团、深圳广电集团等 90 余家机构共同举办 2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周。

2014年5月10日，习近平总书记指示，要“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”。2016年6月，国务院印发了《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》，提出设立“中国品牌日”，凝聚品牌发展社会共识，营造品牌发展良好氛围，搭建品牌发展交流平台，提高自主品牌影响力和认知度。2017年4月24日，国务院正式批复国家发展改革委《关于设立“中国品牌日”的请示》，同意自2017年起，将每年5月10日设定为“中国品牌日”。

“深圳国际品牌周”是经市政府批准，由深圳工业总会联合十区政府（新区管委会）于2017年创办的“打造更具时代引领性的深圳品牌”的系列活动，并在市政府的统一安排下，报经国家发展改革委同意，将深圳国际品牌周作为“中国品牌日深圳地方特色活动”纳入国家“中国品牌日”活动序列，至今已连续举办至第七届。

在第七个“中国品牌日”到来之际，深圳工业总会联合十一区政府（新区、合作区管委会）和深圳报业集团、深圳广电集团等90余家机构共同举办2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周。

5月9日-16日，第七届深圳国际品牌周以“凝聚品牌建设力量 助力企业高质量发展”为主题隆重举行，携两大主场活动、十一区分会场特色主题活动、专场活动等近二十场活动重磅来袭，打造湾区品牌狂欢盛宴。参与受众超百万，时间持续7-10天，活动覆盖面广，

时间跨度长，助力深圳企业家找准行业风向标，共探品牌发展新趋势，提供品牌破局的新解题思路，打造一场别样的品牌盛宴。

“国际信誉品牌”、“深圳知名品牌”共400项品牌成果集中发布，“2023中国品牌价值500强”中英文榜单独家发布，品牌界权威专家、行业大咖和企业领袖亲临现场，全媒体宣传矩阵造势，近200家主流媒体全力传播，覆盖超千万受众群体，凝聚品牌发展共识，全面展示粤港澳大湾区品牌建设成果。

5月9日下午，2023年中国品牌日深圳地方特色活动暨第七届“深圳国际品牌周”两大主场活动——开幕大会、2023粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛在深圳广电集团演播大厅举行。

主场活动一：第七届“深圳国际品牌周”开幕大会

共和国工业发展巨匠、国家名牌战略的倡导者、推动者，中国名牌战略推进委员会创始人并终身主任、原航空航天工业部部长、深圳工业总会最高顾问林宗棠，第十一届全国政协委员、中央驻港联络办原副主任、深圳工业总会荣誉主席周俊明，中国工业经济联合会党委书记、执行副会长兼秘书长，国家制造强国建设战略咨询委员会委员熊梦，国家发改委原副司长、深圳工业总会高级顾问曹明新，联合国工业发展组织中国南南工业合作中心主任郭力，南南合作金融中心副干事刘倩倩，中国航空工业集团原局长、深圳工业总会高级顾问张保宁，深圳工业总会高级顾问林云教授以及广州、珠海、澳门等地相关单

位领导专程来深出席。市政协党组成员、副主席王宏彬，市政府副秘书长黄强，市政府原副市长、市人大常委会原副主任郭荣俊，省政府资深参事、市政协原副主席张效民，省政府资深参事、原深圳出入境检验检疫局局长刘胜利，市政协原副主席廖军文，市委统战部副部长、市工商联党组书记李勇，市工商联党组成员、专职副主席冯德崇，市质量创新社会组织联合党委第一书记郭晓渝，市先进制造类行业协会联合党委第一书记林千杰，深圳知名品牌评价委员会副主任：深圳报业集团党组成员、副总编辑、深圳商报总编辑邓自强，市市场监管局局长助理、一级高级主办陈桂育，市卓越绩效管理促进会创会会长詹一峰，深圳创新发展研究院副院长唐惠建；中国工业经济联合会主席团主席、深圳工业总会会长吴光权，广东省人民政府资深参事、深圳工业总会常务主席王肇文，深圳知名品牌评价委执行主任、深圳工业总会执行会长吴丽，以及市、区各相关部门领导出席。来自国内外品牌界的权威专家、知名企业领袖以及企业代表，共同见证第七届深圳国际品牌周的盛大开幕。黄强副秘书长代表市政府致辞。

第十届全国人大常委会副委员长顾秀莲在视频致辞中，向为深圳经济社会发展做出突出贡献的企业家们表示亲切的慰问。品牌建设是实现高质量发展的必由之路。深圳不仅在经济发展中收获了斐然的成绩，在品牌建设方面也走在全国前列。希望深圳工业总会继续大胆探索品牌经济发展之路，努力帮助广大企业在全市场抢占发展先机，在全



球价值链中打响“深圳品牌”做出更大的贡献！

黄强副秘书长在致辞中表示，深圳坚持不懈推动品牌，尤其是工业品牌建设，不断加大平台搭建、资金帮扶等方面的支持力度，帮助企业增强品牌意识，提升产品质量。2022年，深圳有9家企业上榜2023年全球品牌价值500强，特别是在新能源汽车、智能终端、信息设备等领域涌现出一批全球闻名的品牌产品。深圳工业总会是市委市政府推进品牌建设的重要伙伴，深圳国际品牌周是深圳贯彻国家品牌战略的重要平台，为展示深圳品牌建设成果推动深圳品牌走向国际做出了积极的贡献。

熊梦执行副会长在讲话中指出，深圳作为改革开放的前沿阵地，不仅在探索产业发展方面敢于“先行先试”，在

品牌建设上也是走在全国的前列。深圳工业总会作为全国工经联系统的标杆，在推动企业做品牌、创名牌上做出了大量卓有成效的工作，服务成果受到各级政府和相关机构的肯定。希望深圳工业总会持续发挥工业服务业社会组织的作用，继续优化品牌建设服务专项平台，大力推动深圳品牌国际化。

吴光权会长代表深圳工业总会讲话中表示，深圳工业总会自成立以来，搭建了“深圳知名品牌建设服务平台”，在推动企业品牌建设和国际化提供培育、评价、保护和传播服务方面做了大量有效的工作。深圳工业总会将继续大力发扬工业精神和特区精神，紧紧围绕市委市政府的战略部署，不遗余力地推动企业做品牌、创名牌。

开幕大会上，联合国工业发展组

织中国南南工业合作中心主任郭力宣读“第九届国际信誉品牌表彰决定”。TCL华星、裕展精密、华宝新能（jackery）、华大智造 MGI、华曦达（SDMC）、绘王（HUIION）、江波龙（longsys）、崧盛电源（SOSEN）、欣旺达（SUNWODA）、正浩（ECOFLOW）共10个企业品牌荣获第九届“国际信誉品牌”。

深圳知名品牌评价委执行主任吴丽宣读“第二十届深圳知名品牌表彰决定”。欣旺达、华大智造、绘王、创仁、夺冠等116个品牌荣获“深圳知名品牌”，比亚迪、艾美特、奈雪的茶、航班管家等279个历届品牌通过复审。

前二十届“深圳知名品牌”培育评价活动共评选产生982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49.95%、



林宗棠老部长（左六）、郭力主任（左七）为“第九届国际信誉品牌”颁奖



廖军文副主席（右九）、市司法局一级调研员王凤海（左九）为“第二十届深圳知名品牌”颁奖

纳税额占 40.77%、出口额占 37.1%。“华为”等 67 个深圳知名品牌企业位列国际细分市场前三位；“迈瑞”等 192 个深圳知名品牌企业位列国内细分市场占有率第一。

主场活动二：2023 粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛

“2023 粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛”，聚焦品牌、高质量发展，特别邀请 Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登，中国日本商会副会长、涉外委员会委员长、AGC 株式会社执行董事、AGC 集团中国总代表上田敏裕，工信部品牌培育专家、华南理工大学教授陈明，科特勒咨询集团（KMG）全球合伙人、大中华及新加坡区域总裁曹虎，比亚迪品牌及公关处品牌总监王瑗琇等来自品牌界权威专家、行业大咖和企业

领袖分别发表主题演讲，汇聚各界智慧，共话湾区品牌经济发展与思考。

每年在达沃斯世界经济论坛发布全球品牌价值 500 强的国际著名品牌价值评估咨询机构 Brand Finance，联合深圳工业总会在第七届“深圳国际品牌周”上独家发布“2023 中国品牌价值 500 强”中英文榜单。同时，Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登对榜单进行解读。今年，粤港澳大湾区共有 126 个品牌上榜，深圳共有 39 个品牌上榜，占据了广东（73 个品牌）的近半壁江山。

上田敏裕执行董事围绕“AGC 的品牌国际化”发表主题演讲。AGC 品牌从树立到统一确定花了 30 年。品牌的建立只有一个途径，就是“认真的做产品，为客户提供非常优秀的产品”。荣获“深圳知名品牌日本原产”奖项也是 AGC 在

中国开展品牌推广的原点，希望未来可以看到更多的优秀中国品牌通过更好的品牌推广走向世界。

陈明教授以“品牌创新与高质量发展”为题，提出现在企业要进行超高的品牌营销，不但要把高质量的产品提供给客户，还需要给客户带来精神上的满足，需要有品牌的附加值去提升产品的价值。营销从 1.0 发展到 3.0，品牌也从产品的代表变成社会价值的体现，这是营销的升级，也是企业高质量发展的路径。

曹虎博士演讲主题为“塑造新生代国际品牌”，提出塑造国际化品牌的 3 个关键战略举措，分别是建立品牌资产、强化后链路能力和构建可拓展组织。品牌建设只有一条道路，就是永不停歇地成为顾客价值的创造者，持续为顾客创造卓越的价值，希望各位致力于做品牌

的企业家，能够不断的学习、实践、优化，把企业对顾客的承诺，交付给顾客。

王琰珏总监围绕“乘势而上 引领创新 助力品牌高质量发展”主题进行演讲，提出比亚迪实现品牌跃升的主要原因，在于比亚迪坚持长期主义，一直坚持新能源方向不动摇，坚持技术创新不动摇，以先进的技术来打造创新的产品，用创新的产品支撑起高端的品牌。在品牌建设上，比亚迪围绕弘扬中国传统文化、全维度提升品牌认知和助力可持续发展等方面做了大量的工作。

品牌周系列活动缤纷亮相

各区分会场特色主题活动是“深圳国际品牌周”推动品牌与消费者近距离接触的重要内容。品牌周期间，福田区、罗湖区、盐田区、南山区、宝安区、龙华区、坪山区、光明区、深汕特别合作

区等分别结合各自特色产业，主题包括“专精特新”、黄金珠宝、数字经济、智能制造、时尚眼镜、智能网联汽车、战略性新兴产业、新能源汽车等11个领域，通过开展新商沙龙、品牌分享会、产业链专项对接会、产业主旨论坛等活动，共同推动全城品牌建设热潮。超级品牌创新大会、采纳两大专场活动，为企业品牌提供实战路径，赋能企业更好地开展品牌建设，助力中国品牌走向世界。

第七届深圳国际品牌周突出特点

（一）联合举办单位阵容强大，嘉宾层次高

2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届“深圳国际品牌周”是由中国工业经济联合会、中国工业环保促进会指导，联合国工业发展组织中国南南工业合作中心、南南合作金融中心、

中共深圳市委宣传部、深圳市发展和改革委员会、深圳市工业和信息化局、深圳市商务局、深圳市市场监督管理局、深圳市人民政府外事办公室、深圳市人民政府发展研究中心、深圳市中小企业服务局、深圳市科学技术协会、深圳市工商业联合会、《中国名牌》杂志社、《中国品牌》杂志社等单位支持，深圳工业总会联合十一区政府（新区、合作区管委会）和深圳报业集团、深圳广电集团等90余家机构共同举办的一项具有一定国际影响的重大品牌活动。

共和国工业发展巨匠、国家名牌战略的倡导者、推动者，中国名牌战略推进委员会创始人并终身主任、原航空航天工业部部长、深圳工业总会最高顾问林宗棠，第十一届全国政协委员、中央驻港联络办原副主任、深圳工业总会荣



第七届深圳国际品牌周延续上一届品牌周的活动形式，携手十一区政府（新区、合作区管委会）开展形式多样的活动，展示品牌建设成果，推动行业品牌联动融合，共同营造全市品牌狂欢氛围，打造一场全市共同参与的品牌盛会。

誉主席周俊明，中国工业经济联合会党委书记、执行副会长兼秘书长，国家制造强国建设战略咨询委员会委员熊梦，国家发改委原副司长、深圳工业总会高级顾问曹明新，联合国工业发展组织中国南南工业合作中心主任郭力，南南合作金融中心副总干事刘倩倩以及广州、珠海、澳门等地相关单位领导专程来深出席。出席活动的本市有个领导包括：市政协党组成员、副主席王宏彬，市政府副秘书长黄强，市政府原副市长、市人大常委会原副主任郭荣俊，省政府资深参事、市政协原副主席张效民，省政府资深参事、原深圳出入境检验检疫局局长刘胜利，市政协原副主席廖军文以及市、区各相关部门领导出席。

（二）国际组织积极参与，搭建国际化舞台

——国际组织参与支持

联合国工业发展组织中国南南工业合作中心为本届品牌周提供了大力支持，同时审核认定了第九届“国际信誉品牌”，在本届品牌周启动仪式上隆重发布。TCL 华星、裕展精密、华宝新能（jackery）、华大智造 MGI、华曦达（SDMC）、绘王（HUIION）、江波龙（longsys）、崧盛电源（SOSEN）、欣旺达（SUNWODA）、正浩（ECOFLOW）共 10 个企业品牌荣获

第九届“国际信誉品牌”，与华为、中国平安、招商银行、正威国际、中集集团、迈瑞、比亚迪、海普瑞药业、大疆创新等 63 个企业品牌共同向全球展示深圳品牌的风采，成为中国品牌走向国际市场的标杆。

——国际权威机构发布“2023 年中国品牌价值 500 强”榜单

每年在达沃斯世界经济论坛发布全球品牌价值 500 强的国际著名品牌价值评估咨询机构 Brand Finance 联合深圳工业总会独家发布“2023 年中国品牌价值 500 强”中英文榜单，Brand Finance 中国公司总裁陈忆登到场对榜单进行详细解读，并作品牌主题演讲。粤港澳大湾区所有的上榜品牌为中国 500 强榜单贡献了 24% 的品牌价值，是上榜品牌数量最多的区域，达 126 个。

（三）展示品牌建设成果，汇聚品牌发展智慧

——第二十届“深圳知名品牌”成果发布

深圳知名品牌评价委在本届品牌周开幕大会上进行第二十届“深圳知名品牌”集中发布。欣旺达、华大智造、绘王、创仁、夺冠等 116 个品牌荣获“深圳知名品牌”，比亚迪、艾美特、奈雪的茶、航班管家等 279 个历届品牌通过复审。

前二十届“深圳知名品牌”培育评价活动共评选产生 982 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 49.95%、纳税额占 40.77%、出口额占 37.1%。“华为”等 67 个深圳知名品牌企业位列国际细分市场前三位；“迈瑞”等 192 个深圳知名品牌企业位列国内细分市场占有率第一。

——高端论坛解析品牌发展道路

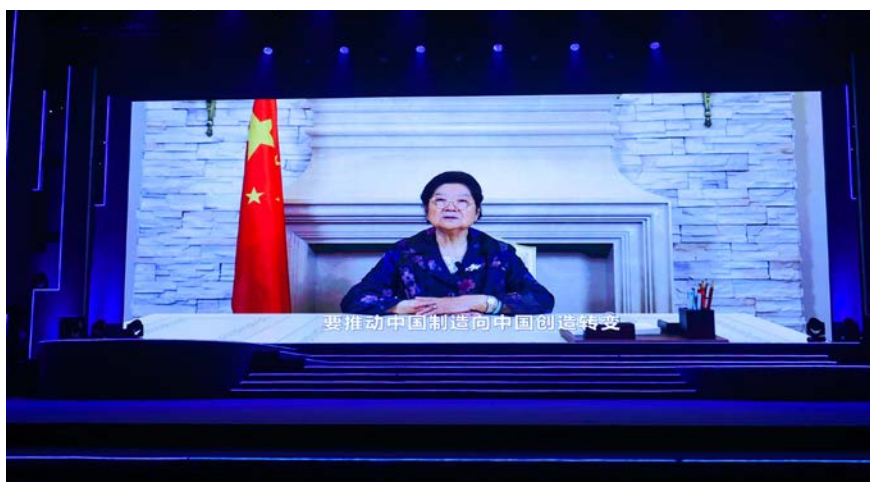
2023 粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛邀请 5 位来自品牌界权威专家、行业大咖和企业领袖齐聚主题演讲，探讨新时代的品牌创新发展路径，全面解析新时代的品牌建设趋势和实践经验，助力绿色经济与品牌的融合发展！

（四）多场活动覆盖全市，共建品牌发展氛围

第七届深圳国际品牌周延续上一届品牌周的活动形式，携手十一区政府（新区、合作区管委会）开展形式多样的活动，展示品牌建设成果，推动行业品牌联动融合，共同营造全市品牌狂欢氛围，打造一场全市共同参与的品牌盛会。各区分会场在区政府、区工信局的指导下开展各区特色主题活动，主题包括黄金珠宝、海洋经济、工业互联网、战略性新兴产业、数字创意等领域。

第七届“深圳国际品牌周”开幕大会上，第十届全国人大常委会副委员长、中国关心下一代工作委员会主任顾秀莲在视频致辞中表示，品牌建设是实现高质量发展的必由之路，深圳不仅在经济发展中收获了斐然的成绩，在品牌建设方面也走在全国前列。希望深圳工业总会继续大胆探索品牌经济发展之路，努力帮助广大企业在全市场抢占发展先机，在全球价值链中打响“深圳品牌”做出更大的贡献！

顾秀莲：充分发扬特区精神 大胆探索品牌经济发展之路



第十届全国人大常委会副委员长、中国关心下一代工作委员会主任顾秀莲

尊敬的各位来宾、同志们、朋友们，大家下午好！

首先，祝贺第七届深圳国际品牌周隆重开幕，在历经三年疫情和风云变幻的国际经贸形势，深圳广大企业坚持稳字当头、稳中求进的总方针，勇于克服种种困难，有力保障了全市多项经济技术指标稳步提升，借此机会向为深圳经济社会发展做出突出贡献的企业家们表示亲切的慰问。

今年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，在这个时间节点，举办深圳国际品牌周具有重要意义。党的

二十大提出高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，而品牌建设是实现高质量发展的必由之路。2014年，习近平总书记高瞻远瞩地指出要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。2016年6月国务院印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》，2017年4月国务院决定自2017年起将每年5月10日设定为中国品牌日，一系列文件的出台，充分体现了国家对品牌建设工作的高度重视，也展示了国家实施品牌战略的坚定决心。

2022年在国内外环境极其复杂的情

况下，深圳经济发展取得较好的成绩，尤其是工业发展成绩斐然，工业规上总产值和全部工业增加值实现全国“双第一”，在品牌建设方面，深圳一直走在全国的前列，持续20年不间断地开展深圳知名品牌培育评价活动，前19届共培育产生了893个深圳知名品牌，53个国际信誉品牌，同时有10家企业进入世界500强。深圳工业总会自成立以来秉承推动工业化进程的光荣使命，围绕国家经济发展战略和深圳市委市政府的中心工作，坚定贯彻名牌战略和创新驱动战略，在推动企业做品牌创名牌和助力企业自主创新方面久久为功，作出了重要贡献。

深圳工业总会联合深圳十一区政府共同举办的深圳国际品牌周活动至今已经连续举办六届，已经成为深圳品牌走向国际，让全球消费者了解深圳的重要平台。希望深圳工业总会在深圳市委市政府的领导下，充分发扬特区精神，传承工匠精神，继续大胆探索品牌经济发展之路，努力帮助广大企业在全市场抢占发展先机，在全球价值链中打响“深圳品牌”作出更大的贡献，

最后祝各位嘉宾、同志们、朋友们，身体健康、事业进步，阖家幸福。

第七届“深圳国际品牌周”开幕大会上，深圳市人民政府副秘书长黄强代表市政府致开幕辞，深圳坚持不懈推动品牌，尤其是工业品牌建设，不断加大平台搭建、资金帮扶等方面的支持力度，帮助企业增强品牌意识，提升产品质量。深圳工业总会是市委市政府推进品牌建设的重要伙伴，深圳国际品牌周是深圳贯彻国家品牌战略的重要平台，为展示深圳品牌建设成果、推动深圳品牌走向国际做出了积极的贡献。

黄强：加大品牌建设工作 打造一流质量品牌服务实体经济



深圳市人民政府副秘书长黄强

尊敬的林宗棠老部长、熊梦会长、宏彬主席、吴光权会长、女士们、先生们，大家下午好！

很高兴参加 2023 年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周活动，在此我谨代表深圳市政府向出席大会的各位来宾表示热烈的欢迎，向长期以来支持深圳品牌建设的各界朋友表示衷心的感谢。

习近平总书记高度重视品牌建设，强调要加快中国产品向中国品牌的转变，实现技术自立自强，做强做大民族品牌，加快建设一批产品卓越、品牌卓

越、创新领先、治理现代化的一流企业，为品牌发展指明了方向，深圳坚持不懈推动品牌，尤其是工业品牌建设，不断加大平台搭建、资金帮扶等各方面的支持力度。帮助企业增强品牌意识、提升产品的质量。

2022 年，10 家深圳企业上榜《财富》世界 500 强，9 家上榜 2023 年全球品牌价值 500 强，37 家企业上榜 2023 年中国品牌价值 500 强，特别是在新能源汽车、智能终端、信息设备等领域涌现出一批全球家喻户晓的品牌产品，在品牌建设的带动下，深圳工业发展迈上了新台阶。2022 年，深圳首次成为国内规模

以上工业总产值、全部工业增加值双第一的城市，今年一季度深圳工业继续保持向好态势，规模以上工业增加值同比增长 4%。

品牌建设是一项长久的工程，需要统筹谋划、久久为功、扎实推进。当前，新一轮科技革命和产业变革深入发展，品牌发展理念和实践深刻变革，深圳也正在加快建设全球领先的先进制造业中心，全面推进“20+8”产业发展，对品牌建设提出了更高的要求。接下来，深圳将进一步加大品牌建设工作支持力度，从构建技术创新、知识体系，完善计量标准、检验检测认证认可等质量基础设施，建设世界一流企业，优化品牌发展等各生态方面综合施策，打造一流质量品牌服务实体经济发展。深圳工业总会是市委市政府推进品牌建设的重要伙伴，深圳国际品牌周是市贯彻国家品牌战略的重要平台，为展示深圳品牌建设成果推动深圳品牌走向国际做出了积极的贡献。

在座很多朋友都是相关领域的行业翘楚，希望大家继续关心、支持、参与深圳品牌建设工作，为推动更多深圳产品向品牌的转变贡献力量。最后，预祝本届品牌周活动取得圆满成功，谢谢大家。

第七届“深圳国际品牌周”开幕大会上，中国工业经济联合会党委书记、执行副会长兼秘书长、国家制造强国建设战略咨询委员会委员熊梦在致辞中希望深圳工业总会持续发挥工业服务业社会组织的作用，继续优化品牌建设服务专项平台，大力推动深圳品牌国际化，为深圳经济高质量发展做出新的更大贡献。

熊梦：巩固20年品牌工作成果 大力推动深圳品牌国际化



中国工业经济联合会党委书记、执行副会长兼秘书长、国家制造强国建设战略咨询委员会委员熊梦

尊敬的林宗棠老部长、尊敬的各位领导、各位来宾，大家下午好！

首先我谨代表中国工业经济联合会向第七届深圳国际品牌周的隆重开幕表示热烈的祝贺，向各位嘉宾和企业家致以良好的祝愿。不久前，中共中央国务院印发《质量强国建设纲要》，强调着力推动品牌建设，提出到2025年中国品牌影响力稳步提升，到2035年质量和品牌综合实力达到更高水平的明确目标，为我国品牌建设指明了方向。深圳作为改革开放的前沿阵地，不仅在探索产业的转型升级发展方面敢于先行先试，在品牌建设上也走在了全国的前列。

深圳工业总会作为全国工经联系统

的标杆，成立以来一直以品牌建设为主线，推动企业做品牌创名牌，努力打造更具时代引领性的深圳知名品牌。同时，在推动企业自主创新、促进先进制造发展以及弘扬工业精神上，也做出了大量卓有成效的工作。在过去获得诸多国际级和省市多项荣誉的基础上，去年又荣获了全国四好商会、国家中小企业公共服务示范平台、广东省四好商会、深圳市工商联系统首批标杆商会等荣誉，服务成果受到各级政府和相关机构的肯定。

中国工经联自1988年成立以来，一直致力于推进中国工业的转型升级和创新发展，目前会员单位拥有220家全国性工业行业协会，26个省地方工经联和众多的各行业企业，并与数十个国家的

工商组织建立了广泛的国际合作关系，形成跨行业、跨领域、跨区域、跨国际汇聚行业、产业、企业各类资源的工作体系，以及智库+联盟+展会+基金+园区五位一体的产业协同联动机制和产业集群建设模式。中国工业经济联合会的总体工作体系是基于围绕产业链、供应链部署创新链，围绕创新链布局建设产业链供应链，保障资金链和人才链，提升价值链的理念和工作逻辑来建立的。

相信我们可以与深圳工业总会一起与广大会员单位展开多层次的深度合作，通过优势互补、资源共享、协同发展，努力为实体经济创造更优价值。同时，我们也希望深圳的工业企业也关注中国工经联，诚挚邀请你们参与到中国工业大奖遴选示范，产业链供应链融通发展行动，工业碳达峰领跑者，“一带一路”国际产能合作和中国工业博览馆建设等工作中来，本次大会的主题是“凝聚品牌建设力量，助力企业高质量发展”，品牌建设不仅是助力企业发展的有效途径，更是推动深圳经济社会高质量发展的有效途径，希望深圳工业总会在深圳市委市政府的领导下，持续发挥工业服务业社会组织的作用，不断巩固20年品牌服务工作的成果，继续优化品牌建设服务平台，大力推动深圳品牌国际化，为深圳经济高质量发展做出新的更大贡献，谢谢大家。

第七届“深圳国际品牌周”开幕大会上，中国工业经济联合会主席团主席、深圳工业总会会长吴光权表示深圳工业总会将继续大力发扬工业精神和特区精神，紧紧围绕市委市政府的战略部署，不遗余力地推动企业做品牌、创名牌，为深圳建设创新型国际化城市，打造全球“品牌之都”做出新贡献！

吴光权：推动企业做品牌、创名牌 打造全球品牌之都



中国工业经济联合会主席团主席、深圳工业总会会长吴光权

尊敬的林宗棠老部长、熊梦会长、王宏彬主席、黄强秘书长

尊敬的各位领导、各位企业家、各位嘉宾、女士们、先生们，大家下午好！

首先我谨代表活动主办单位，对出席今天会议的各位领导、各位嘉宾和媒体朋友们表示热烈的欢迎，并借此机会向长期以来参与关心和支持品牌建设工作的企业家、各界人士表示衷心的感谢和崇高的敬意。

大力开展品牌建设，充分发挥品牌的引领作用，是建设品牌强国质量强国的重要战略，也是实现经济高质量发展的重要路径，早在2001年，国家实施名牌战略的倡导者、组织者、推动者，中国名牌战略推进委员会创始人、终身

主任林宗棠部长便南下深圳，亲自推动成立深圳市工业经济联合会，也就是我们现在深圳工业总会的前身，并赋予深圳工业总会最主要的业务就是开展品牌建设，大力培育世界知名品牌。

深圳工业总会自成立以来在林部长的亲自指导和市委市政府的领导下，以品牌建设为主线，在推动企业做品牌、创名牌和促进品牌国际化方面，进行了大胆的探索和实践，搭建了深圳知名品牌建设服务平台，为企业开展品牌建设和国际化提供培育评价、保护和传播服务，被工信部认定为国家中小企业公共服务示范平台，尤其是坚持以培育和评价相结合为原则开展的深圳知名品牌培育活动已经持续开展了20届，取得了丰硕的成果，成为了坚定不移打造更具

时代引领性的深圳品牌的主体活动。

深圳国际品牌周是遵照习近平总书记三个转变的重要指示，贯彻落实国务院《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》文件部署和市委市政府主要领导同志的指示精神，经市政府同意由深圳工业总会联合市区政府于2017年4月创办的大型品牌活动，产生了较大的社会影响。2017年4月24日，国务院决定自2017年起将每年5月10日设定为中国品牌日，第一届深圳国际品牌周成为全国第一个向中国品牌日献礼活动，为丰富完善活动内容，在市政府的统一安排下，深圳国际品牌周作为中国品牌日深圳地方特色活动纳入国家每年中国品牌日活动序列，使深圳成为全国唯一连续六年举办中国品牌日地方特色活动的城市。

2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，我们将认真贯彻落实《质量强国建设纲要》和《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，大力发扬工业精神和特区精神，紧紧围绕市委市政府的战略部署，不遗余力的推动企业做品牌、创名牌，帮助深圳企业在全全球市场中抢占发展先机。在全球价值链中打响深圳品牌，为深圳建设创新型国际化城市打造全球品牌之都做出新贡献。

最后，预祝第七届深圳国际品牌周取得圆满成功，祝各位领导、各位来宾身体健康、事业兴旺、家庭幸福，谢谢大家。



深圳39个品牌上榜“2023中国品牌价值500强”

5月9日下午举行的第七届“深圳国际品牌周”主场活动之一——2023粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，每年在达沃斯世界经济论坛发布全球品牌价值500强的国际著名品牌价值评估咨询机构Brand Finance，联合深圳工业总会独家发布了“2023中国品牌价值500强”中英文榜单，并就榜单内容作了详细解读。

Finance已经连续7年对全球品牌资产进行调研，每年调研超过5000个品牌，涵盖38个国家和31个行业，每年接受调查的受访者超过150,000人，在国际上具有高度权威性。

今年，粤港澳大湾区共有126个品牌上榜“2023中国品牌价值500强”，深圳入榜的39个品牌中有21个“深圳知名品牌”和12个“国际信誉品牌”。榜单十强品牌均来自北京、广东和贵州，

其中的微信、中国平安、华为是深圳品牌。

从2019年到2022年，“2023中国品牌价值500强”的总价值一直呈现稳定增长态势。然而2023年受疫情、外汇市场震荡等不利因素的影响，榜单总价值下跌了约4%。榜单价值十强品牌的贡献百分比有降低趋势，说明越来越多的中国品牌正在蓬勃发展，而不仅仅是依赖几个大品牌的贡献。

大湾区品牌全面发展 头部品牌表现强劲

作为全球四大湾区之一，粤港澳大湾区包括了广州、深圳在内的9个城市和香港、澳门两个行政区。在“2023年中国品牌价值500强”榜单中，粤港澳大湾区所有的上榜品牌为中国500强榜单贡献了24%的品牌价值，是上榜品牌数量最多的区域，达126个。

粤港澳大湾区实现了全面发展，很多行业都不乏表现强劲的知名品牌。深圳发达的网络和媒体文化产业孕育了微信，腾讯等知名品牌，以华为为代表的科技行业也为大湾区贡献了18%的价值。保险，房地产等传统行业也不乏平安，万科这样的领军品牌。

深圳今年共有39个品牌上榜，占据了广东的近半壁江山。其中，荣获“深圳知名品牌”和“国际信誉品牌”的品牌数量分别为21个和12个，头部品牌表现依旧突出，微信、中国平安、华为分别位列全国500强中的第6、9、10位。

大湾区品牌全面发展 头部品牌表现强劲

中国500强榜单中，北京和广东两个地区贡献了最高的品牌价值。京津冀、大湾区、长三角、台湾四个重点区域的贡献突出。京津冀地区为中

国品牌 500 强榜单贡献了最高的 44% 的价值，而大湾区则在上榜品牌数上以 126 个品牌领跑。

北京市继续稳坐中国 500 强榜单品牌总价值头把交椅，拥有 94 个上榜品牌。中国 500 强排行榜中价值排名第二的地区是广东省，共有 73 个品牌上榜，占整体品牌价值的 19%。

上海成为第三大最具品牌价值地区，共有 49 个当地品牌上榜，占 2023 年中国 500 强品牌总价值的 6%。一些其他表现突出的地区，如浙江省（35 个品牌，品牌价值占比 6%）和台湾省（69 个品牌，品牌价值占比 5%）也收获了不错的成绩。

头部品牌大放异彩 品牌价值持续提升

在 2023 年中国品牌价值 500 强榜单中，尽管微信品牌价值下滑了 19%，现为 502 亿美元，但仍然蝉联中国最强品牌，保持 AAA+ 的品牌强度评级。微信希望通过单一界面提供多种服务和产品，包括娱乐、消息传递、移动支付和电子商务。实际上，微信的扩张计划非常乐观，在 2022 年开发了微信视频号，

成功利用短视频行业的上升趋势吸引了更多的用户使用。

在 2023 年中国品牌价值 500 强榜单中，科技是品牌价值总和第二高的行业，90 个上榜的科技品牌贡献了 2126 亿美元的品牌价值，占榜单品牌价值总和的 11%。受国际形势及疫情等等因素影响，华为等中国大型科技品牌受到了一定冲击，致使华为的品牌价值下降了 38%，现为 443 亿美元。然而，尽管环境充满挑战，华为仍以 AAA- 评级保持了其卓越的品牌强度。随着华为计划开

发更多创新和弹性业务领域，相信其品牌价值很可能迅速恢复。

受益于国家对于新能源汽车产业的大力支持，中国的电动车市场营业额在 2022 年实现了双倍增长。一些重点发展电动车业务的车企实现了显著的品牌价值增长。比亚迪的品牌价值在去年实现了 57% 的增长。比亚迪的优异表现主要是因为 2022 年营收和对 2023 年业绩的乐观预测。汽车品牌持续在新能源汽车方面开展研发，这一投入体现在了许多品牌中较高的产品得分。同时，比亚迪多年来注重在电池储能技术领域，安全改进和缩短生命周期成本方面的研究与开发，并且在太阳能领域进行了大量的研究。

2023 中国国家软实力指数持续增强

中国的全球软实力指数整体增长了 0.8 个百分点，目前在亚洲排名第二，在全球排名第五。中国在文化交流、媒体、教育和外交等方面做了很多努力，以提高声誉和全球知名度，这一点从声誉得分的提高中可见一斑。

尽管今年影响力得分下降了 0.2 分，中国仍然是亚洲最具影响力的国家品牌。这可以归因于强大的文化遗产，这也是中国最强大的软实力资产之一。

2023 年中国最强品牌前十名

© Brand Finance Plc 2023



2023年中国品牌日·深圳地方特色活动
暨第七届深圳国际品牌周

陈忆登：高质量发展呼唤中国企业深化品牌资产的数字化管理

在2023粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，每年在达沃斯世界经济论坛发布全球品牌价值500强的国际著名品牌价值评估咨询机构Brand Finance，联合深圳工业总会独家发布了“2023中国品牌价值500强”中英文榜单，Brand Finance中国公司联合创始人、总裁陈忆登就榜单进行了详细解读。同时围绕“高质量发展呼唤中国企业深化品牌资产的数字化管理”主题作专题演讲。据Brand Finance预测，一个全球性的经济衰退期可能即将到来；国内外局势和经济态势呼唤我们扎扎实实谋求高质量发展，而高质量发展就是呼唤品牌引领。



Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登

品牌技术核心是数字化

“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”是李白《行路难》的诗句。大意是：坚信乘风破浪的时机定会到来，到那时，将扬起征帆远渡碧海青天。乘风破浪的时机就是现在——高质量发展是我们济沧海最有力的抓手。

然而，在渡过艰苦的三年疫情后，接下来如何面对眼前的风浪，实现高质量

发展呢？一艘船要航行除了需要非常坚固的船身、桅杆和风帆，更要有对的方向。

一个国家、企业的生命是经济，经济的核心是效率，而效率则需要依靠技术来支撑。那么品牌管理的核心技术到底是包含什么呢？调查数据显示，目前咨询机构在给企业提供发展建议时，无论是战略层面、还是营销方式层面，都无法绕过一个主题——数字化。品牌技

术的核心同样是数字化，只有数字化才能实现品牌标准化，才能让品牌系统化、可视化、可控化、可预测。数字化是高质量发展的核心命题。

高质量越来越靠近国际化水平

从2007年开始，中国入榜品牌有一个长足发展的过程，而全球品牌价值也在2008年以来到现在首次出现了下滑。根据Brand Finance的最新预测，这种下滑预示着全球经济衰退期的到来。同时，从Brand Finance今年在达沃斯世界经济论坛上发布全球价值500强榜单中，又可以看到欣喜的一面——中国品牌在价值占比和强度得分都在发生着深刻的变化，在过去的几年中以平均得分来看，中国品牌的强度和全球品牌的强度在靠近，这说明尽管进入500强的中国品牌相较国际顶尖品牌还有差距，但中国品牌通过高质量发展实际上在越来越靠近国际的普遍水平。

1. 高质量发展要求——品牌资产管理数字化

高质量发展的其中一个要求，就是要把品牌资产的管理数字化，并且在此基础上进行深化。从2019年到2022年，中国品牌价值500强榜单的总价值一直

呈现稳定增长态势。然而2023年受疫情、外汇市场震荡等不利因素的影响，榜单总价值下跌了约4%。榜单价值前十强品牌的价值占比也有降低趋势，但实际上这也说明了有越来越多的中国品牌正在蓬勃的发展，而不仅仅是几个依赖大品牌来支撑中国500强。

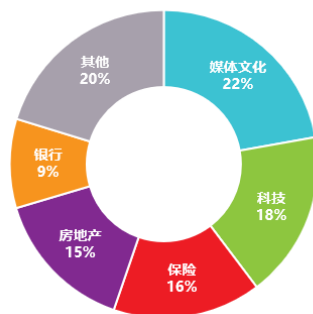
一个企业通常是先做大后做强。中国经历了这么多红利，变大是必然，但是变强却是一条非常艰难的路，因此高质量发展显得尤为重要。这些年来中国品牌进入全球500强的变化，品牌强度在不断的增加，这就为中国品牌的高质量发展奠定了一个重要的基础。

2. 行业分析——稳中有变，多元化发展方向

今年各行业的发展实现了一个稳中有变的多元化发展方向，从银行、科技到媒体文化、工程建筑再到保险、零售，逐渐呈现一个占比递减的趋势。疫情的震动带来的余波和现在全力冲刺的态势体现出来的是如果品牌够强，即使遇到疫情可以生存得更好、发展的更好，甚至可以冲破疫情。但是这个品牌如果不够强，即使规模宏大，说不定疫情就是它的绊脚石。

3. 区域分析——大湾区发展更加均衡从京津冀开始，到沿海的长三角

大湾区各行业品牌价值贡献占比



大湾区价值突出的行业品牌

媒体文化			科技		
排名	品牌	来源地	排名	品牌	来源地
6	微信	广东	10	华为	广东
12	腾讯	广东	39	美的	广东
38	网易	广东	54	格力	广东
208	YY直播	广东	111	创科实业	香港

保险			房地产		
排名	品牌	来源地	排名	品牌	来源地
9	中国平安	广东	31	万科	广东
29	友邦保险	香港	46	碧桂园	广东
44	保诚集团	香港	53	保利发展控股	广东
101	中国太平	香港	55	华润置地	广东

地区及大湾区是中国品牌主要的重点区域，同时重点关注广东和浙江。位于京津冀地区的品牌尽管占有榜单近一半左右的品牌价值，但今年有126个品牌来自大湾区，在入榜品牌数量上，大湾区绝对引领全国。大湾区各行业品牌价值比较均衡（见下图），加上它引领全国的入榜品牌数量，说明了各个行业发展是比较良性的。

数字化助力可持续发展

中国的国家软实力指数有几项指标是排在全球前三，但是也有一些指标是较为落后的，排到全球九十几位。不管是单循环还是双循环、国内还是国际，最终所有的全球化牢笼、枷锁都会被打破，所以这些指标非常值得有远见的人去关注的。同时，我们给提升中国整体

软实力水平提供一个建议——一定要学会用不同的声音、不同的方式去和全世界做交流，并且在可持续发展这件事情上好好发力。

中国品牌可持续发展的前十强在BSI的占比，尽管只有非常低的2.5%，但是Brand Finance非常看重ESG这个重要指标。因为通过反复的测试发现，ESG是一个对整个品牌的可持续发展非常重要的力量。中国的可持续发展感知价值的前十强品牌是非常重要的，但是目前全球品牌可持续发展感知价值前十强的平均值是中国前十强平均值的两倍。中国政府、中国企业对外的可持续发展宣传是一个很重要、很迫切的点，对可持续发展对于品牌高质量发展是可以事半功倍的。

大咖寄语

用品牌资产数字化的能力去驱动后疫情时代的可持续发展。

第一，从全球角度看，中国品牌的进步令人印象深刻。中国品牌的整体发展大浪淘沙，呈现出由少到多、由小变大、由大到强的趋势，这一趋势对高质量发展很有益处。

第二，从Brand Finance的预测来讲，一个全球性的经济衰退期可能即将到来，国内外局势和经济态势呼唤扎扎实实谋求高质量发展之路。

第三，高质量发展呼唤品牌引领，这也是党和国家下一步政策的重心。然而，目前大部分企业的品牌数字化能力跟不上其他部门的数字化水平，对品牌资产的认知和管控能力更是比国外竞争品牌逊色不少。本应该引领企业发展的品牌，实际存在着拖企业发展后腿的情况，阻碍着高质量发展的顺利实施，需要引起广泛重视。

“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。”愿我们在《行路难》中共勉，用好数字化品牌管理的科学手段，赋能新时代！

上田敏裕：AGC的品牌国际化

40多年来，AGC集团一直在中国不断地进行各种品牌推广活动，一点一点地积累，在2023粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，中国日本商会副会长、涉外委员会委员长、AGC 株式会社执行董事、AGC 集团中国总代表上田敏裕以“AGC的品牌国际化”主题作专题演讲，给大家分享了AGC集团的创业历史以及为品牌建设所做的努力，同时希望中国的企业能通过正确的方式、方法进行品牌的推广，最终走向世界。



中国日本商会副会长、涉外委员会委员长、AGC 株式会社执行董事、AGC 集团中国总代表上田敏裕

AGC集团介绍

AGC 集团创业至今已有 115 年历史，并且仍在不断进化当中，为实现全球•集团一体运营，公司将社名由旭硝子变更为 AGC，为进一步拉近与中国消费者的距离，将中国名字取为艾杰旭。AGC 集团有四大支柱产业：玻璃、电子、化工、工业陶瓷，具体领域主要包括有建筑玻璃、汽车玻璃、显示器、电子零部件、

氯碱•聚氨酯、生命科学、工业陶瓷制品等方面，比如为辉瑞新冠疫苗直接提供原药、为半导体、5G 通信领域提供最先进的材料等。

AGC 集团在全球开展事业，其中亚洲是开展事业领域最多的区域，在改革开放初期便进入中国，在中国已经深耕 40 多年，和深圳的发展历史几乎同步。AGC 集团是一家 B2B 的企业，在整

个 100 多年的历史当中，用材料的力量推动不同的产业发展，包括汽车、电视、显示器、电脑、手机等方面，而企业自身也在推动过程中不断生长壮大。

AGC品牌的全球推广

AGC 集团在品牌建设方面花了很长时间，目前在深圳已经有几个世界上最先进的工厂。很久以前，公司就开始树立 AGC 这个品牌，直到最终把这个名称确定为 AGC，前后大概用了 30 年的时间。因为 AGC 集团的产业分布全球，在各个地方都有 AGC 相关的公司，获得了很多客户的信赖，所以需要很长时间才能把 AGC 这个品牌统一起来。

品牌的建立没有魔法，只有一个途径就是“认真的做产品，给客户提供非常优秀的产品”，只有这样才能慢慢建立好的品牌。让品牌能够顺畅建立的方法有很多，比如在 2014 年世界杯期间，AGC 集团就利用世界杯盛会的机会开发出了用玻璃制作的选手座椅，并且坚持一定要在座椅上印上 AGC 的 LOGO，把 AGC 集团的技术力量通过世界杯传达给所有的人。通过这件事情，公司最终顺利地把社名由旭硝子变更为 AGC，并树立了自己的品牌宣言——Your Dreams，



Our Challenge。

AGC品牌的中国推广

AGC集团在六年前就荣获“深圳知名品牌日本原产”。我在2017年7月正式前往中国赴任，三个月之后便决定要参加深圳国际品牌周这个活动。因为中国已经是创新大国，深圳又是创新的发源地，所以希望在深圳这个地方让大家了解AGC这个品牌，把这个活动作为AGC集团在中国进行品牌推广的原点，于是做出了这个决定。

AGC集团积极地与中国的媒体进行交往、交流，进行了各种各样的品牌推广活动，包括利用中国国际进口博览会进行推广、面向终端消费者进行广告宣传、通过媒体露出提高品牌力等，比如2017年李克强总理接见日本经济界代表的时候，新华社提供的图片发布以后公司内外都很受震撼，包括中国青年报在内的众多媒体都对此次接见进行了积极报道。

AGC集团还积极地和海外的媒体进

行交流，将中国非常积极的一面通过AGC的力量向世界进行传达，比如美国华尔街日报曾高度报道了“AGC集团在深圳投资50亿人民币建设世界最先进的工厂，因为处于疫情期间，很多技术人员很难进入国内，但是在中国中央政府的大力协助下，300多名技术人员从全球赶到深圳进行工厂建设”，以及日本的《读卖新闻》报道过“AGC集团的CEO提出，没有中国的供应链是不现实的”等。

大咖寄语

所谓的品牌建设，首先最基本的一点就是做好产品，在此之上增添一些自己的意思传达，最后再进行整体的品牌确立。AGC集团旗下的财团曾编写发布了一本关于环保的书籍，这个书籍现在是中国中央党校的教科书。40多年来，AGC集团一直在中国不断地进行各种品牌推广活动，一点一点地积累，并始终以这个舞台作为所有活动的原点。中国有许多非常优秀的中国企业，非常希望这些中国企业能通过正确的方式、方法进行品牌的推广，最终走向世界。

陈明：品牌创新助推经济高质量发展

高质量发展，意味着高质量的供给、高质量的需求、高质量的配置、高质量的投入产出。在2023粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，工信部品牌培育专家、华南理工大学教授陈明以“品牌创新助推经济高质量发展”主题作专题演讲，企业想要做到趋高营销，需要将产品价值做实，将品牌价值做高、做不同，用产品中充盈的内在价值满足需求，用使用价值之外的品牌附加值吸引消费者，赢得市场与利润。



工信部品牌培育专家、华南理工大学教授陈明

三品战略与三大转变

国家工信部对消费品工业提出了“三品”专项行动，最近也加强了对三品战略的推动，比如数字化赋能三品战略等。那么三品战略是什么，与三大转变又有怎样的对应关系呢？

1. 增品种：满足消费者的需求，根据消费者的不同需求，不断研发消费者需要的品种，品种越多消费者需求满足的越

好，推动从中国制造向中国创造转变。

2. 提品质：除提高产品的品质之外，还要提高顾客在消费当中产生出来的感知品质，比如产品的实用性、舒适性、便捷性等，推动中国速度向中国质量转变。

3. 创品牌：提升技术和质量水平，塑造品牌形象，丰富品牌文化内涵，发挥品牌产品示范引领作用，提高企业竞争的软实力，推动中国产品向中国品牌

转变。

产品的感知价值

产品的感知质量分为三个层次：一、产品价值；二、服务价值；三、体验价值。首先，产品本身的质量，即产品本质的质量、功能、技术、性能等，这是“有没有、大不大、足不足”的问题，目前这个问题已经基本解决。其次，产品能够产生服务的质量以及精神心理的质量，这个质量包括如何让顾客体验个人情感价值以及企业关怀，这是“好不好、优不优、美不美”的问题，是从量到质的转变。

高质量发展的最终目的，不是为了发展而发展，而是以经济高质量发展带动整个社会平稳和谐，是为了更好地实现人民的利益、愿望和要求，更好地满足人民日益增长的美好生活需要，是能给人民带来更大获得感、幸福感、安全感，能够产生更大福利效应的发展。

进化的品质观

产品的品质就是“产品、体系或过程中一组固有特性满足顾客和其他相关方要求的能力”。当今时代，消费者有很多需求，并且这些需求较之过往已经产生了变化。传统顾客的质量要求是功

能强大、使用寿命长、使用次数多、性价比高，当代消费者的质量要求则是是便利性、适用性、舒适性。

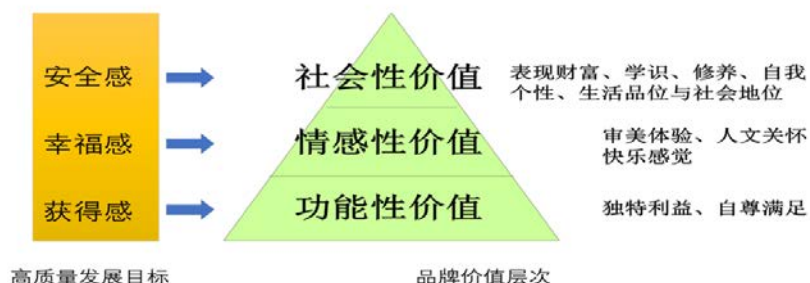
做品牌的企业要知道一点——用产品的是人，而每个人都有属于自己的精神、文化、价值观、个性追求，对产品都有便利、舒适、适用的需求，这些需求会通过产品质量、功能性等转变为生活的质量，被称为“价值的体验”。在产品日益同质化的时代，只有品牌才能代表不同价值体验的差异化。

产品价值和品牌价值

品牌背后反映的不仅仅是产品质量，还是人性和人格的需求。一个好的企业需要了解顾客需要的价值，包括产品价值和品牌价值，这是两个不同的体系，产品价值包括质量、技术的创新，强调的是做好质量的管理、技术的迭代，而品牌价值则是一种针对消费者的诉求关系和体验表达。

品牌不只是企业自己的，也是消费者和市场的，代表着企业对市场的承诺，一个品牌的背后是市场的象征。企业所创造的价值有两个：一、产品价值；二、品牌价值。企业的核心能力并不仅仅在

高质量发展与品牌价值创造



于产品质量上，而是共同体现在产品和品牌这两个质量上。

大物移时代下的升维战略

大物移时代出现了C2B现象，企业需要了解客户个性化、多样化的需求，也被称为二元消费时代的到来。C2B带来了个性化需求、多品种、小批量、快速反应、平台化协作，也就是创新、协调、绿色、开放、共享，高质量发展跟顾客的消费升级以及企业的供给升级密切相关。

《升维战略》这本书阐述了四维：传统企业、信息化、互联网化、互联网+。一维传统企业，即靠关注产品的质量、功能，但这是个点思维，很容易让企业走进误区，只要上下游一波动就很难活下去。二维信息化的空间可以帮

助企业进入规模经济，进行数字化改造。三维互联网化是企业跟消费者连接起来的工具，企业在这得到大量需求的柔性化、定制化生产。四维互联网+是跨界连接的一个形态，它用互联网将各个行业连接进来，目的是满足消费者多元化的需求。

品牌从产品代表到消费者符号，最后再演变成社会价值的体现，这是营销的升级，也是企业高质量发展的路径。中国经济的发展先后经历了产品经济（性价比竞争）、商品经济（差异化竞争）、服务经济（人性化竞争）、体验经济（个性化竞争）的演变。当下国家提出来的“三大转变”，就是为助推经济高质量发展，围绕升维战略所做的一个战略方向。



曹虎：塑造新生代国际品牌

今天，我们处在一个非常快速变化的时代，而且是越来越快的变化。在这么多的变化当中，无论是企业、品牌，还是个人都需要寻找这些变化中的不变。在2023粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，科特勒咨询集团（KMG）全球合伙人、大中华及新加坡区域总裁曹虎博士以“塑造新生代国际品牌”主题作专题演讲，在创造顾客价值过程中，品牌如何应对变化，并确定“不变”的核心。



科特勒咨询集团（KMG）全球合伙人、大中华及新加坡区域总裁曹虎

“加速的变化”是这个时代的主题。科特勒先生经常说的一句话“市场总是比市场营销变得要快”，所以企业要不断地改变、不断学习、不断去理解消费者和顾客正在发生的改变。企业存在的根本性目的只有一个——创造顾客，所以企业都需要围绕着顾客来重新看待加速变化的市场营销、品牌。

三重冲击

短期冲击：全球疫情

全球疫情整个发展过程带来了短期

冲击，改变了消费者的购物行为、购物习惯，甚至大众对“什么是真正重要的事情”的一些看法。

中期冲击：人工智能

加速发展的人工智能所带来的中期冲击，将改变人机互动、商业模式、人。怎么去认识“人最根本的本质是什么”，这样的中期认知，对数字化的工作、生活也将产生中期冲击。

长期冲击：环境和政治

一些缓慢但是深刻的、不可逆的、

改变整个社会商业模式、经济发展模式的变量会带来一个长期冲击，这些冲击就是政策的变化、环境的变化还有地缘政治的变化。

在短期的疫情冲击、中期的人工智能所带来的商业范式的革命，到长期的经济、气候和地缘政治的变化带来的长期商业范式的变化，这些变化无疑是非常深刻和重大的。在三重冲击之下，很多的消费者也开始重新思考自己到底需要什么。

人类的“创造者”觉醒

在过去的旧营销范式当中，人类首要身份是被动的消费者，等待新产品上市、等待新的品牌故事、等待一个所谓的美好舒适生活。但是在经历了三重冲击以后，关于人类的首要身份到底是一个被动的等待、靠物质欲望的满足而获得安全感的被动型消费者，还是可以主动选择、可以共同创造的创造者？在今天的大背景下，有了非常根本性的改变。

越来越多的人开始从首要身份是被动的消费者的认知中觉醒，叫做“我们首先是一个创造者”，拥有自由度可以选择要成为什么样的人、要过一个什么样的生活、要营造怎么样的幸福感和安全感。一旦创造者的身份觉醒之后，人们对品牌的选择、对产品的购买标准、

对于幸福感的来源将会有全新的思考。

在这样大的时代背景之下，品牌塑造、产品品牌为消费者创造价值、消费者和企业的关系都发生了重大的改变。在创造者的觉醒之下，全球的消费者层面有很多新的细分市场人群、选择购买标准和消费者偏好出现。全球 ESG 人群正在快速增长，这些消费者除了会购买产品的基本功能之外，还会非常关注这个产品的生产过程、使用过程、使用之后被处置的过程是否环保、是否可持续发展。

品牌需要关注的五代人

当今时代，人类寿命越来越长，好处是代际更新非常快、新品牌和老品牌都有机会，企业可以面向新出现的世代来推出新品牌、更新老品牌。今天的品牌都需要面对五代人，最早的婴儿潮世代（1946-1964）、X 世代（1965-1980）、Y 世代（1981-1996）、Z 世代（1997-2009）、还在上学的 Alpha 世代（2010-2025）。

每一代人有每一代人的价值观，经历了不同的世界事件、音乐、娱乐和社会思想运动，他们对产品、品牌和服务

都有着不同的偏好和期待。越来越不同的世代消费者的差异，为品牌打造带来了巨大的新机会。但同时，品牌也要面对着如何保持核心顾客群的传承、保持年轻化的巨大挑战。

塑造国际化品牌

塑造国际化品牌，特别是不少已经走出去的深圳企业，在供应链端、高性价比端已经做了很多的工作，但是很多所谓的品牌都不是品牌，只是知名商标而已，赚的还是中国国运和中国供应链的红利，企业必须很客观地看待这一点。

一个产品的平均售价减去这个行业的平均售价后再乘销量，这是最简单的品牌价值衡量，如果这个数是负数或者 0，这个产品就不是品牌。过去一个月时间里，我带不少深圳企业去深度考察美国企业，包括 24 家深圳走出去的成功企业、美国本土企业、流行的大媒体平台等，比如谷歌、tiktok 等，可以总结出塑造国际化的三个关键战略举措：一、建立品牌资产；二、强化后链路能力；三、构建可扩展组织。



王瑗琿：乘势而上 引领创新

——助力品牌高质量发展

打造世界级的中国品牌，不是一朝一夕的事，在2023粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，比亚迪品牌及公关处品牌总监王瑗琿以“乘势而上 引领创新——助力品牌高质量发展”主题作专题演讲，比亚迪如何坚持以技术创新为驱动，坚守绿色梦想，开发创新的产品，为中国品牌高质量发展贡献力量。



比亚迪品牌及公关处品牌总监王瑗琿

中国制造高质量发展，中国品牌向上崛起

品牌是高质量发展的重要象征，是制造业综合实力的集中反映。习近平总书记提出“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”，为中国制造业高质量发展提供了根本遵循。

在2022年，中国新能源汽车产销规模持续爆发式增长，连续8年保持

全球第一。中国品牌在全市场包括燃油车和新能源汽车市场占有率，从过去几年的30%到40%，到现在已经突破50%，在新能源汽车的市场占有率也大幅度攀升。这些数字背后，是中国新能源汽车高质量发展的写照，也是中国品牌向上崛起的足迹。

先行先试，引领品牌高质量发展
粤港澳大湾区，创新要素集聚、国

际化水平领先、合作基础良好，在国家发展大局中具有重要的战略地位。近年来，深圳积极抢抓“双区”驱动的窗口，聚合了更多高新产业，激发了更多创新科技，吸引了更多高端人才，这给予了企业良好的成长环境，也奠定了企业品牌高质量发展的基础。

深圳凭借敢为人先的姿态，鼓励创新、制定标准，在绿色发展上也走在全国前列。2010年，比亚迪发布“城市公共交通电动化”解决方案，在全球率先实现电动车规模化、商业化运营。随后，该方案从深圳战略上升为国家战略，最终形成全球共识。

在国家政策支持和大湾区发展的机遇下，比亚迪已经成长为横跨电子、汽车、新能源和轨道交通四大产业的世界500强企业。早在2004年，比亚迪就获评“深圳知名品牌”，并在2016年荣获“国际信誉品牌”。另外，在今年达沃斯世界经济论坛期间上发布的Brand Finance 2023年全球品牌价值500强中，比亚迪还被认定为品牌价值增长最快品牌。

市场表现是检验品牌发展的试金石

2022年，比亚迪新能源汽车销量突破186万辆，问鼎全球新能源汽车销

量冠军。截至2023年4月，比亚迪已累计销售新能源汽车超过410万辆，巩固全球领跑地位。目前，比亚迪业务已遍布全球6大洲，70多个国家和地区，400多个城市。

2021年5月，比亚迪正式启动了乘用车出海，已经进入日本、德国等汽车强国市场，以及泰国、巴西等新兴市场。其中比亚迪明星车型元Plus在泰国已连续3个月获得新能源车销量第一，在以色列已连续5个月获得单车车型销量第一。从中国产品到中国品牌，比亚迪一直坚定不移地推动中国品牌走向世界。

比亚迪的长期主义精神

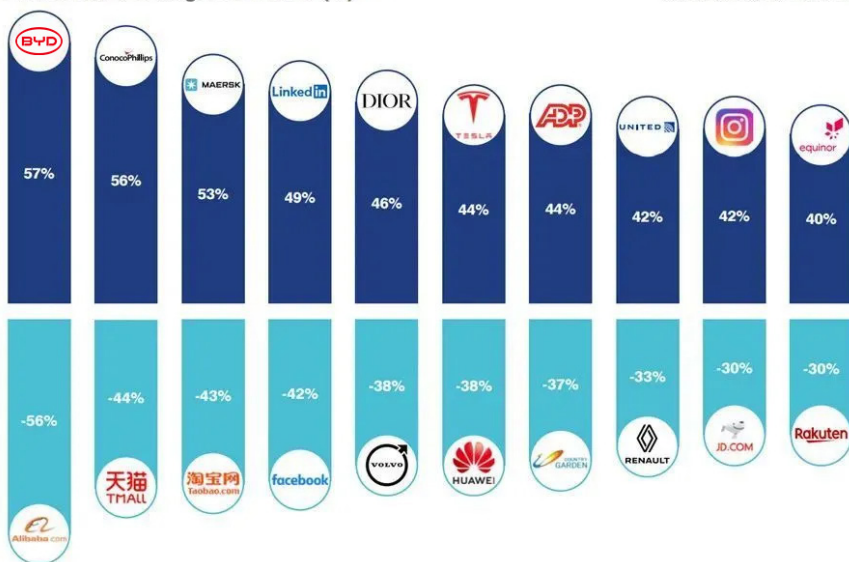
比亚迪实现品牌跃升的主要原因，离不开比亚迪的长期主义精神。外界可能只看到比亚迪的这两年，但其实长期以来，比亚迪一直坚持新能源方向不动摇，坚持技术创新不动摇。持之以恒深耕核心技术，用笃定长期主义的心态实现高质量发展。

过去几年，仅在汽车板块比亚迪就陆续推出一系列颠覆性的技术，包括刀片电池、DM-i 超级混动、CTB 电池车身一体化、“易四方”四电机独立驱动、云辇智能车身控制系统等。比亚迪用这些先进的技术来打造创新的产品，用创新的产品支撑起高端的品牌。

比亚迪的技术积累，就像养了很多

Brand Value Change 2022-2023 (%)

© Brand Finance Plc 2023



鱼，内部称之为“技术鱼池”。要想培育“技术鱼池”，长期的研发投入是先决条件。2022年比亚迪的研发投入超过200亿元，研发工程师超过6.9万人，目前，全球累计申请专利约4万项、授权专利约2.8万项。

目前，比亚迪已经建立起一套完整的新能源生态闭环，可以提供安全可靠的一站式解决方案与服务，用电动车治理空气污染，用云轨云巴治理交通拥堵，为全球提供立体化绿色大交通整体解决方案。

比亚迪的品牌建设经验

一、弘扬中国传统文化

中国文明是世界上最古老的文明之一，中国品牌应该要有文化自信。比亚迪在品牌建设中一直从中国的传统文化里汲取灵感，并坚信这些传统文化是中国的，也是世界的。

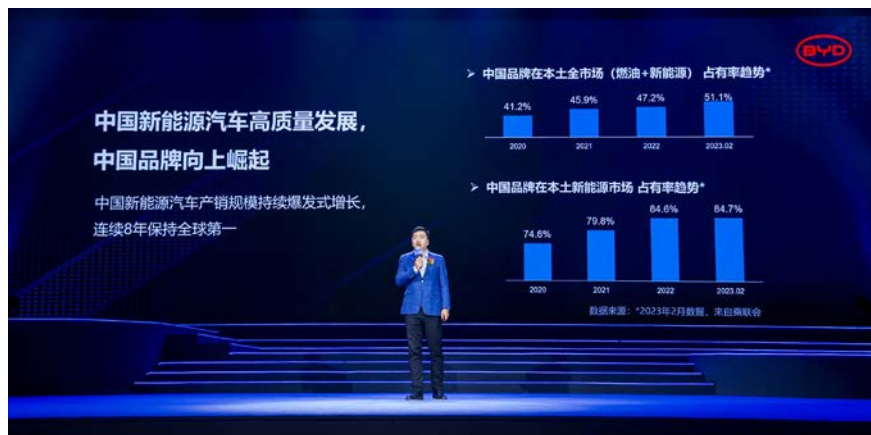
二、启动多品牌策略

品牌的提升，需要品牌覆盖不同用户的需求。因此，形成多元的品牌矩阵至关重要。比亚迪在乘用车业务方面实现多品牌的策略，比如比亚迪品牌的王朝和海洋定位舒适，腾势品牌定位豪华，仰望品牌定位极致等。

三、全维度提升品牌认知

建立与比亚迪技术地位相符的品牌形象，从而产生更大的品牌价值，能让用户更加深入地感知到品牌。比亚迪在过去几年也一直在全维度地提升品牌感知，包括更新品牌视觉，清晰产品体系，加强销售和服务品质等。

要成为世界级的品牌，必须承担世界级的责任。比亚迪的品牌愿景是为“地球降温1摄氏度”，希望以绿色低碳的生产、生活方式，构建绿色大交通体系，助力实现国家“双碳”目标，促进全球社会的可持续发展。



深高新投： 搭金融与实体共生之桥 走品牌和产业共赢之路

成立28年来，深高新投始终高度重视品牌工作。尤其是近年来，在集团党委的领导下，通过加强专业化队伍建设、创新激励机制，围绕“金融、品牌、产业”融合发展目标，激发组织内部驱动力、创新力，初步实现了有温度、有广度、有深度、有亮度的集团品牌宣传新格局。

品牌是高质量、高信誉、高市场占有率、高经济效益的集中体现，是企业最重要的无形资产。习近平总书记高度重视品牌建设，强调“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”。

成立28年来，深高新投始终高度重视品牌工作。尤其是近年来，在集团党委的领导下，通过加强专业化队伍建设、创新激励机制，围绕“金融、品牌、产业”融合发展目标，激发组织内部驱

动力、创新力，初步实现了有温度、有广度、有深度、有亮度的集团品牌宣传新格局。在刚刚举办的2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届“深圳国际品牌周”活动中，深高新投再次被评为“深圳知名品牌”，目前已经连续17年入选。

明晰发展战略，指引“深高新投”品牌建设。作为市属金融国企和全国担保行业标杆企业，深高新投品牌建设需体现自身特殊地位和重要作用：一是在

市属国资国企履行“服务大局、服务城市、服务产业、服务民生”职责上特殊地位和重要作用，二是在深圳构建“全过程综合创新生态体系”建设中特殊地位和重要作用，三是在全国“践行普惠金融、服务实体经济”领域特殊地位和重要作用，四是在破解中小微企业“融资难、融资贵”世界性难题中特殊地位和重要作用。

一直以来，深高新投都坚持品牌建设与集团发展并重的战略原则，始



终坚持品牌建设与集团业务发展同频共振，与投控公司战略同向发力，与市国资委部署同步推进，与深圳科技创新同轴共转。

重视品牌树立，夯实“深高新投”品牌基础。

近年来，深高新投在品牌树立方面做了多项工作，无论是提炼推广“以客户为中心、为创新者赋能”的品牌理念，在集团上下和客户内外深入人心，还是多次更新集团VI标识，注册商标超过30个，构建完整的商标保护体系，都取得了统一集团思想的良好效果。2021年起，深高新投连续两年编制《年度社会责任报告》，该项工作获得市国资委和投控公司充分认可，并在投控系统做交流分享。

聚焦品牌提升，推动“深高新投”品牌协同。

作为集团品牌宣传的主阵地，近三年，深高新投公众号累计发稿数超1100篇，长期稳定排在第三方“清博指数”担保行业榜单第一名，成为行业品牌影响力标杆；同时深高新投高度重视在主管单位宣传阵地打响自身品牌，在深投控官微官网发稿连续多年排名系统企业第一名，在市国资委官微官网发稿排名前列。

注重加强传播，打造“深高新投”品牌形象。

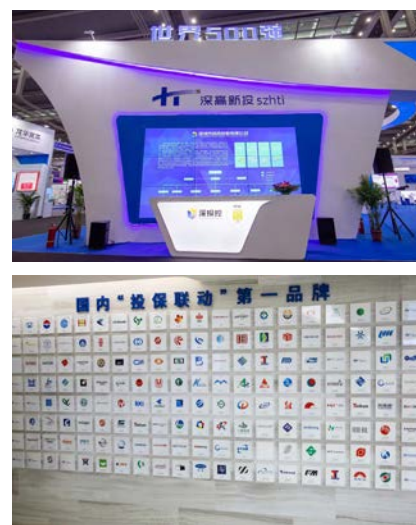
深高新投建立了比较全面的媒体关系网，目前与30多家国内主流媒体构建了良好的合作关系，其中既有新华社、央视、南方日报、特区报等党媒，也有21世纪财经、《中国证券报》、投资界等财经专业化媒体。近三年，深高新投在新华社、学习强国、中国知识产权报、南方日报、深圳特区报等各类媒体渠道发稿近千篇，有力配合了集团的业务开拓和品牌提升。



做好品牌投放，丰富“深高新投”品牌运营。

不断放大“深高新投声音”，累计制作宣传册等宣传物料近万份；在户外

大屏、移动屏幕、报纸、广播、电视、新媒体等多渠道、多场景，投放深高新投品牌价值理念和品牌故事。近年来，配合业务拓展，深高新投组织策划了知



知识产权证券化、创业担保贷、金融抗疫等系列品牌活动，获得媒体的广泛报道，得到了中央、省市领导以及市区各职能部门的点名表扬。

强化品牌策划，铸就“深高新投”品牌实力。

2022年12月，在深圳全球招商大会现场，世界500强企业比亚迪董事长王传福现场分享了一个鲜为人知的创业故事。“还记得95年刚创业的时候，没有厂房、没有固定资产，也拿不到银行贷款，发展很困难。深圳设立了专业金融服务机构深高新投，专门帮助企业担保，让银行借款给企业，帮助中小企业解决融资难的问题，让我们站稳了脚跟。”一路走来，深高新投秉承服务中小微企业科技型企业的宗旨，与广大中小科技企业一起成长壮大，所支持的华为、比亚迪、创维、大族激光、海能达已经成为国内乃至国际知名企业，沃尔核材、兴森科技、欧菲科技、东江环保等高科技企业已成为行业内领军企业，而这些与企业共同成长的故事，也成为深高新投品牌打造的有力支撑。此外，深高新

投高度重视政担合作，2022年与市金融局合作组织先行示范区金融大讲堂活动，邀请多位金融行业专家和专精特新企业发言，达成超40万人次在线收看的好成绩。

推进奖项申报，营造“深高新投”品牌环境。

作为行业龙头企业之一，深高新投集团实力也得到了多家权威机构的认可。近三年申报并获得国家、省市级各类荣誉超100个，包括全国最佳诚信企业、清科2022年国资投资机构50强、深圳金融创新奖、深圳企业500强等奖项。“探索知识产权证券化先行示范‘深圳模式’”及“国内工程担保业务规模最大的担保机构”项目获得深圳企业创新（中国）纪录表彰。集团董事长刘苏华荣获“全国优秀企业家”称号。《以客户为中心 为创新者赋能》微电影作品代表投控公司参加全国品牌故事大赛，获得全国二等奖，市一等奖成绩。

当前，面对品牌格局、媒介生态、舆论形态、传播手段等急剧变化的新环境，深高新投正在制定新一轮的“品牌

提升计划”，在集团母品牌统一架构下，塑造以差异化产品、特色化服务、市场化竞争、人格化定位为特征的整体品牌策略，不断丰富、完善和拓展集团品牌宣传的内涵和外延。以台账式管理、项目化推进的方式，加大协同、循序渐进、破立并举，共同构筑好集团品牌宣传的“四梁八柱”，搭金融与实体共生之桥，走品牌和产业共赢之路，展集团高质量发展新风，为打造产融深度结合的全中国一流金融服务集团战略目标提供支撑。

品牌打造典型案例：“打造国内投保联动第一品牌”

深圳作为创新、创业之都，吸引了大量的优秀创业者，孕育了无数中小微企业科技企业。虽然不少中小微企业科技企业发展成为行业的佼佼者，但融资难、融资贵、融资慢也是制约中小微企业企业发展的重要因素。深圳市高高新投集团有限公司在不断的业务探索中，在国内最早创新地推出了“投保联动”融资服务模式。

2021年起，深高新投着手打造国内“投保联动”第一品牌。在具体做法上，

一方面公众号整合提炼案例报道和宣传主题语，落地投保联动系列宣传板、企业品牌墙，梳理“投保联动”相关理论知识与研究。另一方面，结合“投保联动”客户上市或业务突破等重大节点，积极推介文稿宣传，大族激光、路维光

电、凌雄科技、英诺激光、广道高新等都是典型案例。此外，深高新投积极做好与协会商会的对接联络，加大投保联动业务推介，积极参与媒体活动与展会，突出“投保联动”主题宣传。

截至目前，“投保联动”专栏发稿

超 60 篇，外部转载 120 多篇，通过一系列的策划，深高新投“打造国内投保联动第一品牌”，影响力不断扩大，客户认知度不断提升。

数读深高新投品牌实力

400000

与市金融局合作组织先行示范区金融大讲堂活动，超 40 万人次在线观看

10000

累计制作宣传册等宣传物料近万份

1100

三年累计公众发稿数超 1100 篇

1000

三年累计媒体发稿近千篇

100

三年申报并获得国家、省市级各类荣誉超 100 个

1

第三方“清博指数”担保行业公众号榜单第一名

深投控官微官网发稿系统企业第一名



宝安区：打造全球知名智能制造品牌基地

宝安，众所周知的产业大区，诞生了 SF Express（顺丰速运）、Shenzhen Airlines（深圳航空）、Sunwoda（欣旺达）、影石 Insta360（影石创新）、ECOFLOW（正浩创新）等翘楚品牌，还有无数品牌正从宝安实现崛起，走向全国、走向世界。

5月12日，由宝安区工业和信息化局、深圳工业总会主办，宝安区企业服务中心承办，宝安区金融超市、宝安区金融协会、宝安区智能制造行业协会、宝安区品牌促进会、宝安区五类百强联合会、宝安区上市企业协会协办，农业银行宝安支行、深圳市效能企业管理咨询有限公司支持的“2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周——宝安区分会场”活动在海南百川大厦四楼金融超市成功举办。

本次活动以“品牌赋能 智造未来”为主题，吸引讯记科技、同日工业自动化等超50家宝安企业参与，通过品牌界专家、行业大咖和知名制造品牌企业家代表分享企业品牌打造经验、传递品牌建设策略，助力更多宝安企业树立品牌，提升品牌知名度及价值，走稳高质量发展之路。

宝安区工业和信息化局副局长李润权在致辞中表示，企业安心发展、安稳生产背后，是党委政府的贴心服务。今年以来，宝安坚持工业立区、制造业当家，主动扛起责任，稳工业、稳大局。创新推出“1+3+N”产业政策体系，系



列政策措施耦合发力、叠加释能，真金白银帮扶企业发展。同时，制定实施“三个一”服务企业体系，常态化开展“基层调研服务日”活动，全区所有区领导和处级干部挂点服务所有“四上”企业和国高企业，做到责任包干、直达直联，高效解决企业诉求。李润权指出，在新发展格局下，品牌建设、高质量发展将面临新的机遇与挑战，希望广大企业积极推进自主创新和品牌国际化，以更高水平、更宏大的视野审视品牌建设，理解品牌价值，探索品牌建设新的路径。

深圳市先进制造类行业协会联合党委书记、深圳工业总会执行副会长李云超代表深圳国际品牌周主办单位致辞，他首先向与会代表介绍了中国品牌日的由来和深圳国际品牌周的背景情况。他指出，宝安不仅是产业大区，也已然成为品牌大区，在前二十届“深圳知名品牌”培育评价活动评选的深圳知名品牌

里，宝安品牌数量位居全市第二；并有4家企业进入2023年中国品牌价值500强榜单。同时希望宝安区企业进一步重视品牌建设，用好国家中小企业公共服务示范平台——“深圳知名品牌建设服务平台”的服务资源。农业银行航城支行行长何颖表示农业银行将继续忠实践行国有大行的使命责任，以服务经济社会高质量发展的实际行动，不断擦亮自身品牌，与广大优秀民族品牌一道，共同走好中国特色的品牌强国之路，为实现中华民族伟大复兴的中国梦作出应有的贡献！专家授课企业分享

共探品牌建设之道 品牌讲座分享

活动中，黑洞品牌研究中心发起人、深圳市宝安区品牌促进会副秘书长高明以实例分析了初创品牌和IP崛起的五大关键，解读在自媒体、社群电商盛行的新市场形势下，初创品牌如何精准打造流量IP，积累客户，并获取IP商业

回报。深圳市铂纳特斯自动化科技有限公司品牌经理彭友就铂纳特斯品牌的发展历程，从品牌战略、产品规划、市场规划三大方面分享企业品牌领域经验。深圳市艾贝特电子科技有限公司总经理王海英解读了公司 Anewbest 品牌规划与建设的途径，该品牌也入选了第二十届“深圳知名品牌”；王海英认为，品牌建设关键在于产品质量、客户认可、员工努力及公信力。

本次活动还邀请了《左圆右方·创新思维®》系列项目联合研发导师杨尚泽为企业解答创新思维如何促进企业高质量发展。杨尚泽通过案例剖析创新思维在企业发展过程中的重要性，增强企业对培育创新思维的重视，并为参会企业代表送上一套高质量发展的创新思路策略，帮助企业掌握降本增效“4大创

新技能”。农业银行宝安支行讲师针对企业的不同需求推出科创赋能贷、科易贷、微捷贷、抵押e贷等产品，以“金融活水”浇灌宝安企业。

企业交流品牌建设之道 增进联络共谋发展

宝安区企业服务中心相关负责人介绍，为落实国家省市关于“办好中国品牌日”的相关要求，区委区政府高度重视，针对宝安制造业发展实际，举办“品牌赋能 智造未来”主题活动，正是寄望宝安企业深耕智能制造，打造全球知名智能制造品牌基地。希望通过政府搭建的宣传展示和交流互鉴平台，传播品牌发展理念、凝聚品牌发展共识、汇聚品牌发展合力，让更多优秀的宝安本土企业加强品牌建设，通过技术创新及品牌包装走向全国、走向世界。

宝安：既是产业大区，也是品牌大区

5月9日，第七届深圳国际品牌周正式启动，本届品牌周的主题为“凝聚品牌建设力量 助力企业高质量发展”。在开幕大会上，第九届“国际信誉品牌”、第二十届“深圳知名品牌”等共400项品牌成果集中发布。据了解，2023年中国品牌价值500强中，深圳共有39个品牌上榜，其中宝安有顺丰速运、怡亚通、鹏鼎控股、欣旺达电子、深圳航空5个品牌上榜；华曦达（SDMC）、绘王（HUION）、崧盛电源（SOSEN）、正浩（ECOFLOW）、欣旺达（SUNWODA）5个宝安企业品牌为第九届“国际信誉品牌”，占据榜单一半席位；此外，第二十届“深圳知名品牌”中宝安占38个，约占三分之一。宝安企业品牌优势日益凸显，已经成为深圳经济高质量发展的主力军。

罗湖区：金展珠宝广场系列活动

2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周于5月9日正式拉开帷幕。缤纷五月，精彩鹏城，作为罗湖区分会场的金展珠宝广场为深圳国际品牌周献上了一系列精彩活动——金展南广场母亲节美陈、金展珠宝广场母亲节活动、金展公益课、深圳珠宝博物馆“色彩的愉悦”展览等。

本届深圳国际品牌周由深圳工业总会联合罗湖区人民政府主办，罗湖区工业和信息化局、金展珠宝广场承办的“打造更具时代引领性的深圳品牌”的主题特色活动矩阵。金展珠宝广场在活动期间推动珠宝行业品牌联动融合，展示品牌建设成果，共同营造罗湖水贝珠宝品



牌狂欢氛围。

凝聚品牌建设力量，助力企业高质量发展。金展珠宝广场与行业翘楚共探珠宝发展，坚定不移地打造更具时尚引

领性的深圳珠宝品牌，成就年度值得翘首以盼的品牌盛会，帮助珠宝品牌在市场中抢占发展先机，一同打响“深圳水贝珠宝品牌”。

福田区：专精特新·标杆先行

以服务链激活产业生态链，助推福田区专精特新中小企业高质量发展。5月12日，2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周——福田区分会场活动成功举办。本次福田分会场走进专精特新“标杆企业”，聚焦企业数字化转型，为企业搭建数字化交流平台。

本届深圳国际品牌周活动以“凝聚品牌建设力量·助力企业高质量发展”为主题，旨在通过搭建宣传展示和交流互鉴平台，为推动高质量发展贡献品牌力量。福田分会场立足助推“专精特新”中小企业高质量发展，通过走进专精特新“小巨人”企业——深圳华龙讯达信息技术股份有限公司，开展实地考察、主题分享、互动交流、供需对接等形式多样的活动，为企业搭建一个学习交流的平台，吸引了20余家优质中小企业代表参加。

在华龙讯达，与会企业参观了木星数字孪生创新示范中心，了解了华龙讯达木星JIC-IPC自动化平台和JIC-CLOUD工业互联网平台以及数字化化工厂应用实践和应用场景，探寻数字化转型助力高效生产的“数字化奥秘”。作为国家级专精特新“小巨人”企业中的佼佼者，华龙讯达在高端装备自动化控制与数据采集、数字孪生等工业软件领域深耕二十余年，拥有240项自主知识产权，是工信部列为试点示范的工业互联网赋能平台企业。截至目前，已为航空、新能源装备、汽车、交通、医药、石化、风电、核电等行业的头部企业构建基于工业互联网的“数字孪生工厂”，推动数字经济融入实体经济更多场景、更多细分领域。



华龙讯达相关负责人围绕特色品牌“华龙讯达·木星”的发展规划、发展路径、发展成果等方面展开介绍，并具体讲解了数字孪生助力企业数字化转型的建设思路，关键支撑技术、数字化转型案例等，帮助与会企业借鉴分析以探索适合自身企业的数字化转型发展之路，以品牌建设助推高质量发展。企业家代表们纷纷点赞此次活动，表示自己对智能制造、数字化升级有了更加具象的认知，对企业品牌建设也有了更多的了解。

据福田区工信局相关负责人介绍，福田区“我为专精特新企业办实事”系列活动自2022年9月启动以来，已成功举办十期，精准服务优质中小企业累计超过1600人次，受到了企业的一致肯定和好评。走进标杆企业学习交流是福田区“我为专精特新企业办实事”系列活动的重要组成部分，旨在通过对标杆企业的参访和交流，帮助企业家们了解先进的管理经验和商业模式，拓展企业的视野和思路，提高企业的竞争力和创新能力。此次走进华龙讯达是今年福田区走进专精特新“标杆企业”的第一

站，今后，还将继续组织辖区专精特新企业到更多标杆企业参访交流。

为进一步聚焦高质量发展主题，助力产业链完善与创新链升级，福田不断强化创新核心地位，大力培育“专精特新”中小企业，不断完善“个转企、小升规、规做精细、优上市”全生命周期的服务体系和市场培育体系。截至目前，福田区共培育创新型中小企业763家，各级“专精特新”企业540家，其中小巨人22家，2022年新增15家企业上榜第四批专精特新“小巨人”，上榜数量是2021年的3倍；2023年新增专精特新企业362家，是前两年上榜总数的两倍之多。

接下来，福田区工信局将不断完善服务体系，以服务链激活产业生态链，构建政策宣传、清单管理、梯次培育、平台支撑、融资保障、协同发展的全流程“专精特新”中小企业培育体系。通过打好“四张牌”，积极为企业搭建互动交流成长平台，培育一批专注于细分市场、创新能力强、市场占有率高、掌握关键核心技术的优质企业，探索出一条具有福田特色的专精特新发展之路。



龙岗区：树立“数字+时尚”产业发展新标杆

5月12日，2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周龙岗分会场——深圳市眼镜产业数字化转型促进中心和深圳市眼镜知识产权保护工作站揭牌仪式在龙岗区数字创意产业走廊展示中心举行。深圳市委常委、统战部部长王强出席活动。

据了解，深圳市眼镜产业数字化转型促进中心为全国首个眼镜产业数字化服务平台，深圳市眼镜知识产权保护工作站为全国眼镜行业首个以原创设计研发为核心的知识产权保护工作站。

其中，深圳市眼镜产业数字化转型促进中心将通过“数镜、强镜、名镜”等三个计划培育一批眼镜数字化转型标杆企业，带动深圳市眼镜企业“上云”，培训“眼镜+数字”复合型人才，建设集数字化服务平台、工业设计赋能中心、线上直播展销中心、产品体验中心等于一体的眼镜产业综合性公共服务平台。

深圳市眼镜知识产权保护工作站以知识产权领域公共服务为核心功能，以培育企业核心技术知识产权为研究重点，以维权、普法为工作核心，整合集聚各类资源，建设协同高效的法援平台、产学研联动的专利培育平台、支撑眼镜

产业高质量发展的公共服务平台。

活动现场，深圳市眼镜产业工作推进专班发布深圳市眼镜产业数字化转型“数镜计划”“强镜计划”“名镜计划”等三大计划和强化各层次数字化人才培养的保障措施。

“数镜计划”旨在落地眼镜数字化服务解决方案，包括数字化生产协同、精准化营销协同和智能化办公协同三个方面；“强镜计划”通过打造可灵活组合的“供应链上下游协同”类解决方案，解决不同软件服务商在不同场景下系统之间的数据传递和对接问题；“名镜计划”围绕眼镜产业优秀转型案例和标杆、智能化创新产品和技术，组织开展产业峰会、论坛、展会及推介会等活动，打造品牌。

活动还发布首批数字化转型服务对象企业共55家，眼镜产业数字化生态企业共98家。现场，华为技术有限公司分别与乐聚天下科技（深圳）有限公司、雅视光学科技（深圳）有限公司、深圳市集美新材料股份有限公司签订意向合作协议。

近年来，深圳市高度重视现代时尚产业发展，将现代时尚产业列入“20+8”

战略性新兴产业集群。其中，眼镜产业是深圳现代时尚产业的重要组成部分，“深圳·横岗眼镜”区域品牌享誉国内外。

“数字赋能是推动深圳现代时尚产业转型升级路径的核心。”深圳市工业和信息化局党组书记、局长余锡权表示，希望通过深圳市眼镜产业数字化转型促进中心的成功落地，市区政府、技术服务商、眼镜行业协会及企业加强沟通、紧密联系、通力合作，共同助力龙岗区进一步挖掘时尚产业发展新机遇，树立“数字+时尚”产业发展新标杆，为深圳建设成为全球重要的新兴制造产业高地增添新动能。

龙岗区是全球重要的眼镜生产基地。去年，龙岗区出台《关于促进眼镜产业高质量发展若干措施》，投入财政资金2400万元扶持眼镜产业发展。

龙岗区委副书记、区长王策飞表示，龙岗区将进一步加大招商引资工作力度，强化品牌推广宣传，高标准筹备粤港澳大湾区眼镜展会等大型活动，谋划打造“两园一区一镇一谷”空间载体，为深圳市现代时尚产业发展作出新的更大贡献。



盐田区：跨境电商人才服务产业 高质量发展“护航者”计划启动仪式



日前，盐田区举办第七届“深圳国际品牌周”盐田分会场——跨境电商人才服务产业高质量发展“护航者”计划启动仪式。盐田区将通过实施跨境电商人才“护航者”计划，进一步完善品牌人才引进和培养培训机制，引育跨境电商产业具备相关技能和专业知识的行业急需紧缺人才，推动人才与产业发展深度融合、同频共振。

盐田区委常委、常务副区长曾坚朋，盐田国际集装箱码头董事总经理岑启成，深圳市先进制造类行业协会联合党委书记、深圳工业总会执行副会长李云超等出席活动。

作为 2023 “深圳国际品牌周”盐田分会场的特色活动之一，盐田区联合深跨协正式启动跨境电商人才“护航者”计划。接下来，盐田区将围绕产业链构建人才链，针对跨境电商行业专业人才不足和用工难等问题，重点培育跨境电商领域紧缺人才，并在人才培养、人才引进、人才交流、人才评选、人才招聘等五个方面发力，广泛开展人才引进、教育培训、用工推介、市场拓展、平台对接、CEO 沙龙、物流匹配等多种形式的活动。同时，盐田区还将建设跨境电商人才库，持续优化企业用工用人营商环境，落实落地优秀大学生落户生活补贴和青年人才实训基地扶持，以“人才链”赋能“产业链”，形成“以产聚才、以才兴产、才产互融”的良性循环。

曾坚朋表示，盐田区将整合辖区跨境电商资源，发挥联动效应，积极搭建跨境电商场景，会同深跨协物流分会做好跨境电商人才培养学院，引入更多企业开展跨境电商人才培训，组建多个跨境电商青年人才实训基地，培育智慧物

流、选品分析、店铺运营、网站开发、SKU 管理等跨境电商相关人才，在产业政策扶持、营商环境优化等方面为跨境电商企业提供全方位人才服务支撑，“也欢迎各位企业家朋友来盐田投资兴业，布局跨境电商生态，实现合作共赢。”

李云超代表深圳国际品牌周主办单位致辞，他首先向与会代表介绍了中国品牌日、深圳国际品牌周的背景情况，同时向盐田企业介绍了深圳工业总会的助力企业发展服务资源。他指出，每年深圳国际品牌周盐田区分会场的活动都结合区发展产业重点，针对性非常强，非常具有盐田特色。深圳工业总会也将与盐田区继续加强协作，广泛宣传盐田的投资环境，为盐田的产业发展做出贡献。

近年来，盐田区坚定不移推进产业兴盐、创新驱动，全力打造全球海洋中心城市核心区和沙头角深港国际消费合作区，将跨境电商作为推动“核心区+合作区”建设的发力点和突破口，落地实施了“五个一”跨境电商产业生态链工程，成立了跨境电商服务专班、落户

深圳市跨境电子商务协会物流分会、设立系列跨境电商产业示范园、出台跨境电商电子商务产业高质量发展扶持办法、组建跨境电商人才培养学院，全力推动跨境电商产业在盐田集聚发展。

启动仪式后，盐田区相关职能部门及金融机构分别就盐田区跨境电商产业政策、人才政策进行宣讲，提出跨境金融产品解决方案，并重磅发布了“护航者”系列之《跨境电商行业风控白皮书》。

据介绍，《跨境电商行业风控白皮书》包含跨境物流篇、企业内控篇、知识产权篇、投融资篇等系列丛书。其中，跨境物流篇作为开篇章节，主要从跨境电商物流定义、跨境电商物流分类和跨境电商物流行业发展历程等章节，对跨境电商物流行业进行了整体剖析，并列举了当下主流跨境电商物流方式，通过对比各种方式的优缺点，结合跨境产品的特点、类型、实际需求给出最优选择建议，帮助跨境企业选择最有利于且最符合产品要求和经营成本的出境物流方式，促进整体行业良性向上发展。



盐田区：“共力盐田 跨境新通路”产业招商会



近日，2023 中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周——盐田分会场活动成功举行，盐田区委常委、常务副区长曾坚朋，盐田区工业和信息化局副局长吴国委，深圳市先进制造类行业协会联合党委书记、深圳工业总会执行副会长李云超，以及阿里巴巴全球速卖通、深圳市物流行业协会、深圳市跨境电子商务协会、盐田国际等 150 余家企业代表出席本次活动。

本次活动以“共力盐田 跨境新通路”为主题，由盐田区人民政府、深圳工业总会、阿里巴巴全球速卖通主办，盐田区工业和信息化局承办，旨在发挥深圳工业总会的品牌建设的经验和全球速卖通助力国货品牌出海的优势，加快跨境电商生态在盐田区集聚发展。

曾坚朋表示，盐田区将跨境电商作为打造全球海洋中心城市核心区和沙头角深港国际消费合作区的关键抓手。目前，盐田区已具备跨境电商跨越式发展的良好条件，拥有华南跨境电商首选港——盐田港和 7*24 小时通关的盐田

综合保税区以及盐田港后方陆域庞大的仓储资源，相继投入了盐田综保区 1210 查验中心和盐田港跨境电商 9610 出口监管场站，正在加快构建跨境电商退换货中心，致力于打造政策最优、设施最全、查验最快、运输最灵活的跨境电商产业高地。“欢迎广大企业家朋友们在盐田投资兴业，布局跨境电商生态，实现合作共赢。”

李云超介绍了“中国品牌日”和“深圳品牌国际周”的历史由来以及对中国品牌创建的重要意义。并指出，深圳工业总会自成立以来，就致力于推动企业做品牌、创品牌，先后创办了国家中小企业公共服务示范平台——深圳知名品牌建设服务平台、深圳国际品牌周以及品牌人才培训等。尤其深圳国际品牌周活动每届持续 7-10 天，包括主场活动、十一区分会场特色主题活动、专场活动，约二十场。截至目前共举办六届，参与展示的品牌企业数量近 5000 个，线上线下参与受众群体近两千万人次，活动整体上有规模大、层次高、范围广、国

际化、公益性等特点，已成为广泛传播深圳品牌建设成果，向全球展示深圳创新型国际化城市形象的大舞台。

盐田区工业和信息化局、海亨通、盐田国际、浙商银行、阿里巴巴全球速卖通等先后对产业政策、产业空间、航运服务、国际结算、外汇交易、授信服务、全托管服务、到货时效提升服务、用户购买体验提升服务等进行宣介，现场邀请了胜道乐知（深圳）营销管理有限公司、深圳市海亨通物流有限公司、中萃控股（深圳）集团有限公司、深圳市壹家播商网络科技有限公司等四家企业作为盐田区工业和信息化局跨境电商联合招商合作伙伴，共同推进跨境电商领域品牌建设，为企业提供全方位、全链条的支撑服务，全面推动盐田跨境电商产业高质量发展。

凝聚品牌建设力量，助力企业高质量发展，坚定不移打造更具时代引领性的深圳品牌，第七届深圳国际品牌周邀请您一起见证深圳品牌的发展！

坪山区：跨界融合 “链上坪山” 打通产业链内循环

5月16日，“2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周——坪山区分会场”活动暨“链上坪山”企业家系列交流活动第五场之走进京鼎跨界融合专场活动在坪山区京鼎工业园举行。坪山区工信局、区科创局、区卫生健康局相关负责人以及京鼎、欧姆龙、村田科技、理邦精密、凯中精密、新产业、深图医学、麦普奇、讯丰通、震雄、业聚实业、交通银行坪山支行等12家企业代表出席活动。

拥抱先进制造业 传统升级迸发新生命力

深圳市京鼎工业技术股份有限公司坐落在坪山区，主要从事精密零部件制造，应用先进组装、机电整合及自动化，生产高端精密设备，为业界少数做到垂直整合的半导体设备制造商。

坪山区坚持产业立区不动摇，持续增强制造业竞争力，绿色低碳、生物医药、新一代信息技术等三大主导产业规

上企业产值破千亿，初步形成“智能车、创新药、中国芯”先进制造业集群。

京鼎围绕坪山区“智能车”、“创新药”等主导产业方向，主动拥抱先进制造业，通过技术创新有效降低了模具设计过程中对经验的过度依赖，节约了产品开发时间，缩短了成型周期，降低了残次品率，找到了新的增长点 and 未来发展方向，让模具这一传统产业迸发出更强大的生命力。

工业制造之母 模具跨界融合打通区域产业

本次活动围绕关键模组产品应用为核心，跨界融合注塑机、半导体、医疗器械、生物医药、汽车精密产品领域。坪山借助活动契机，通过整合关键模组上游的注塑机生产设备，及下游半导体、精密汽车、医疗器械应用领域，打通关键模组在辖区内各产业领域的应用，推动区域工业制造高质量发展。

同时，坪山借助活动，搭建起区域

先进制造业产业链企业互动交流平台，通过探讨发掘及精准匹配辖区内各产业生产制造供应及需求信息，从市场开拓、制造工艺、供应链等多方面服务好企业，壮大区域先进制造产业集群，推动各战略新兴产业的高质量发展。

搭建沟通桥梁 产业链供需匹配促发展

近年来，坪山区经济发展迅猛，优良的营商环境吸引聚集了众多优质企业。“链上坪山”交流系列活动，就是坪山持续优化营商环境，助企发展的具体举措，不仅搭建了辖区内企业沟通交流的桥梁，还搭建了区域产业供应需求交易平台。

后续，坪山区将继续围绕“9+2”战略性新兴产业集群，定期组织产业链企业家交流活动，推动产业链内循环发展，切实帮助企业增订单，增产能，增效益，政企合力推动高质量发展。



深汕合作区：汽车产业供应链协同发展对接会

日前，深圳市深汕特别合作区在深汕西会展中心举办第七届深圳国际品牌周深汕分会场汽车产业供应链协同发展对接会，围绕技术、产品、市场等方面搭建供需对接平台，帮助企业开拓市场加快创新，推动汽车产业链融合发展。

本次对接会由深汕特别合作区管理委员会、深圳工业总会主办，深汕特别合作区科技创新和经济服务局承办，深圳市深汕国际汽车城（集团）有限公司协办。会上，区科创经服局负责人介绍了深汕与深圳“同城同质同效”营商环境及深圳一体化的招商政策。深汕国际汽车城公司相关负责人向与会企业推介了深汕工业互联网制造业创新基地、深汕海洋智慧港、深汕锐博特创新基地等

重点产业园区。

当前，深汕汽车城以比亚迪为龙头的产业链正在加速构建，营商环境十分优越。“‘凡承诺必兑现、凡政策必落实、凡请求必回应’令人印象深刻。”比亚迪总裁办行政部经理陈春龙感慨道，从项目征迁，到七通一平的协调，再到成立服务专班，全天候、零距离处理各种疑难杂症，深汕政府部门想企业所想、急企业所急、帮企业所需，为企业发展提供了优越环境。

除比亚迪龙头企业外，深汕特别合作区已梳理 20 家已落地汽车产业链配套项目，加速构建百万量级汽车全产业链生态圈。会上，城综尊驰、力劲科技和珑璟光电等企业介绍了公司在汽车产

业链上的谋划布局，表达了深度参与深汕汽车城建设发展的意愿。

在活动现场，主办方还打造了“汽车产业链产品展廊”，邀请与会企业展示代表性的工业产品，促进企业间的交流及资源链接。

本次汽车产业供应链协同发展对接会为“我帮企业找市场”系列活动之一。接下来，主办方还将组织区内企业与比亚迪各事业部“面对面”进行线下小型对接专场活动，通过一系列专项“零距离”对接活动，进一步加强区内汽车产业链供应链企业间的交流和互动，助推构建以新能源汽车产业为主，新型储能、新材料、智能制造机器人为辅的“一主三辅”产业发展格局。





深汕合作区：2023声学产业高质量发展大会

齐聚深汕，共襄声学产业盛会

5月18-20日，第七届深圳国际品牌周深汕特别合作区主题活动—2023声学产业高质量发展大会，在深圳市深汕特别合作区深汕西会展中心隆重举行，本次大会由深圳工业总会、深圳市深汕特别合作区科技创新和经济服务局指导，深圳市好兄弟电子有限公司主办，深圳市深汕特别合作区商会承办，来自全国各地的权威专家与学者、产业代表齐聚一堂，进行了一场关于声学产业未来发展的深入探讨和交流。

本次大会以“融通上下 共享共建”为主题，聚焦声学产业的品牌建设与高质量发展。好兄弟声学董事长赵凯潜在致辞中表示，品牌是企业竞争力的综合体现，打造自主高端品牌是企业未来发展的重点。高质量发展不仅是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，也是企业应对世界之变、时代之变、历史之变的战略选择，好兄弟声学要立足新发展阶段，贯彻新发展理念，服务和融入

新发展格局，推动企业自身高质量发展。

创新引领，推动高质量发展

“创新作为企业发展和市场制胜的关键，核心技术不是别人赐予的，不能只是跟着别人走，而必须自强奋斗、敢于突破”在战略发布环节，好兄弟声学董事长赵凯潜围绕“创新”，从技术，产品，模式分别做了深入讲解，详细发布了这三个方面在创新上的战略规划。

“我们是创新的实践者，更是创新的受益者。”赵凯潜表示，好兄弟声学将持续加大研发投入力度，以创新赋能企业高质量发展，带动产业链上下游共同发展，让高质量产品服务全国走向世界。

跨界融合，产业赋能

跨界融合也是本次大会的一个重要议题，多位跨领域精英纷纷分享了自己的经验和想法。好兄弟声学以跨界融合为理念，将声学技术、产品、方案与汽车、文旅，户外露营等跨界行业深度融合，不断推出具有创新精神和高品质的

产品。未来，好兄弟声学将会联合更多行业，为更多应用场景推出跨界产品、解决方案，打破传统边界，通过跨界性的战略植入、碰撞融合和创新重构，开创发展的新思维、新路径、新格局，实现企业高质量和突破创新。

新品发布，引领行业浪潮

新品发布环节是本次大会的一个重头戏，好兄弟声学推出的巴布森品牌全无线会议系统在此亮相，这是专业音频领域的一个重大转折点，标志着专业音频扩声方案向无线化、智能化的方向迈进了一步。同时，好兄弟声学还发布了P系列娱乐音箱，绚丽多彩的外表，精致时尚的设计，舒适便捷的使用体验，得到了与会者的高度关注和好评。

本次声学产业高质量发展大会得到了行业内外广泛关注，交流 and 分享的氛围浓厚，好兄弟声学也将继续秉持着高质量的理念，引领声学产业的发展，为消费者提供更好的产品和服务。

超级品牌专场： 超级品牌创新大会推动中国品牌高质量发展

5月19日，第七届深圳国际品牌周专场活动——“超级品牌创新大会暨品牌领袖之夜”于深圳隆重召开！数百位中国企业领袖、专家学者、营销精英汇聚大会，展示中国品牌新成果，分享中国品牌新智慧，持续推动中国品牌高质量发展！



5月19日，第七届深圳国际品牌周专场活动——“超级品牌创新大会暨品牌领袖之夜”于深圳隆重召开！本届大会由深圳工业总会、深圳市企业品牌建设促进会、灵臻传播集团、超级品牌创新院、灵智战略咨询、超级品牌顾问机构主办；深圳市零售商业行业协会、深圳市国际金融研究院 | 品牌战略研究院、国大高新研究院、深圳市福田区供应链科技金融协会、深圳市智能制造协会、旷世联盟、深圳市文化艺术培训行业协会、玖玖为功新生态创投特别支持。

中国工业环保促进会副会长、深圳工业总会执行会长、主席团执行主席吴丽介绍了深圳国际品牌周的背景与重大意义以及粤港澳大湾区品牌先进的建设成果，表示要持续推动企业做品牌、创

名牌，为深圳建设创新型国际化城市做出新贡献！

灵臻传播集团副总裁王美春女士在致辞中呼吁每一位品牌人都要勇担责任使命，激发品牌力量，助力企业成长，助力品牌强国！

灵智战略咨询作为第七届深圳国际品牌周特邀品牌策划机构，灵智战略咨询创始人、超级品牌战略专家吴子剑先生发表了《进化驱动品牌增长》的主题演讲，品牌进化已迈入 2.0 阶段，并提出品牌进化的四个环节，即创新迭代、竞争优势、赢得选择、品牌区隔。

乐信科技设计部副总经理、前腾讯微信支付创始人团队徐凌云带来《探索 AI 时代带来的品牌变化》的精彩演讲，AI 的加入让内容生产力大幅提升，创作

门槛变低，创作形式变得多元化，全世界范围内很多的品牌已经开始用 AI 创作品牌案例，若品牌引入 AI 大有可为。

品牌进化高峰论坛环节，超级品牌战略专家吴子剑先生、冠德石油副总经理杜嘉荣先生、卓怡恒通常务副总裁王红宇先生就“品牌进化”展开对话，全程精彩不断，各自分别从不同的角度诠释观点，思想碰撞，激荡智慧，给在场的很多品牌提供了借鉴意义。

本次超级品牌创新大会的召开，让世界看到了中国品牌的新形象，听到了中国品牌发出的最强音！让我们见证到了中国品牌创造的新成果，学习到了中国品牌的新思想新智慧！未来，超级品牌创新大会也将不断为品牌建设出谋划策，让中国品牌实现飞跃。



采纳专场：“杰出营销、加速增长”

本次论坛以“杰出营销、加速增长”为主题，邀请中国十大策划人、深圳市采纳品牌营销顾问有限公司创始人朱玉童，国瓷永丰源商学院院长、国瓷永丰源集团副总裁郭京洲，万彩玲珑包装制品有限公司总经理杜炜以及茶仙记总经理姜军等行业大咖共同探讨——面对2023年的经济变化、人工智能的飞速发展，企业如何抓住机遇实现新的腾飞？

2023年5月14日，2023年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第七届深圳国际品牌周——采纳专场成功举办。本次论坛以“杰出营销、加速增长”为主题，邀请中国十大策划人、深圳市采纳品牌营销顾问有限公司创始人朱玉童，国瓷永丰源商学院院长、国瓷永丰源集团副总裁郭京洲，万彩玲珑包装制品有限公司总经理杜炜以及茶仙记总经理姜军等行业大咖共同探讨——面对2023年的经济变化、人工智能的飞速发展，企业如何抓住机遇实现新的腾飞？

论坛链接各领域大咖，现场嘉宾从国瓷永丰源商学院院长郭京洲的《擦亮世界品牌的“瓷”名片》中感受中国陶瓷文化，了解国瓷永丰是如何走向世界，

在品牌中的发展秘籍。在万彩玲珑包装制品有限公司总经理杜炜的《包装案例和新工艺分享》中，了解印刷工艺对于品牌落地的重要性以及当前印刷新工艺的效果分享。

中国十大策划人、深圳市采纳品牌营销顾问有限公司创始人的朱玉童先生为大家带来《抢位营销战——互联网时代财富增长新密码》，让现场观众了解AI的智能发展，以及在面临人工智能AI高速变化的背景之下，公司如何在发展中寻求突破，以及运用抢位营销战法实现企业品牌力跃升，实现利润逆势增长。

在茶仙记总经理姜军的《杰出茶仙记、财富新密码》中了解茶仙记是如

何通过IP营销实现销量品牌双腾飞的。和现场观众共同探索企业IP营销的正确使用之道。

现场还设置互动环节，围绕企业未来发展趋势、嘉宾分享内容，进行深入的观点交锋和激烈的思想碰撞。厚积薄发，合作共赢。本次论坛通过各个领域的权威嘉宾分享企业发展、品牌升级技巧、实战经验，帮助大家顺利掌握、快速上手，为到来的观众带来了一场品牌饕餮盛宴！

绘王趋势：让原笔迹数智化成就美好生活

绘王趋势成立于2011年，是一家以原笔迹输入技术为核心，通过数字创意解决方案与服务，重塑人们生产和生活方式的国家高新技术企业。

绘王趋势成立于2011年，是一家以原笔迹输入技术为核心，通过数字创意解决方案与服务，重塑人们生产和生活方式的国家高新技术企业。历经12年发展，绘王以多年科研成就为底蕴，融合科技、艺术与生活，坚持不断探索数智化应用的新场景与实践，融合科技、艺术与生活，为全球数字绘画、教育、金融、保险、医疗、通讯、酒店等服务型行业及企业和政府提供便捷、高效、环保的数字交互解决方案。

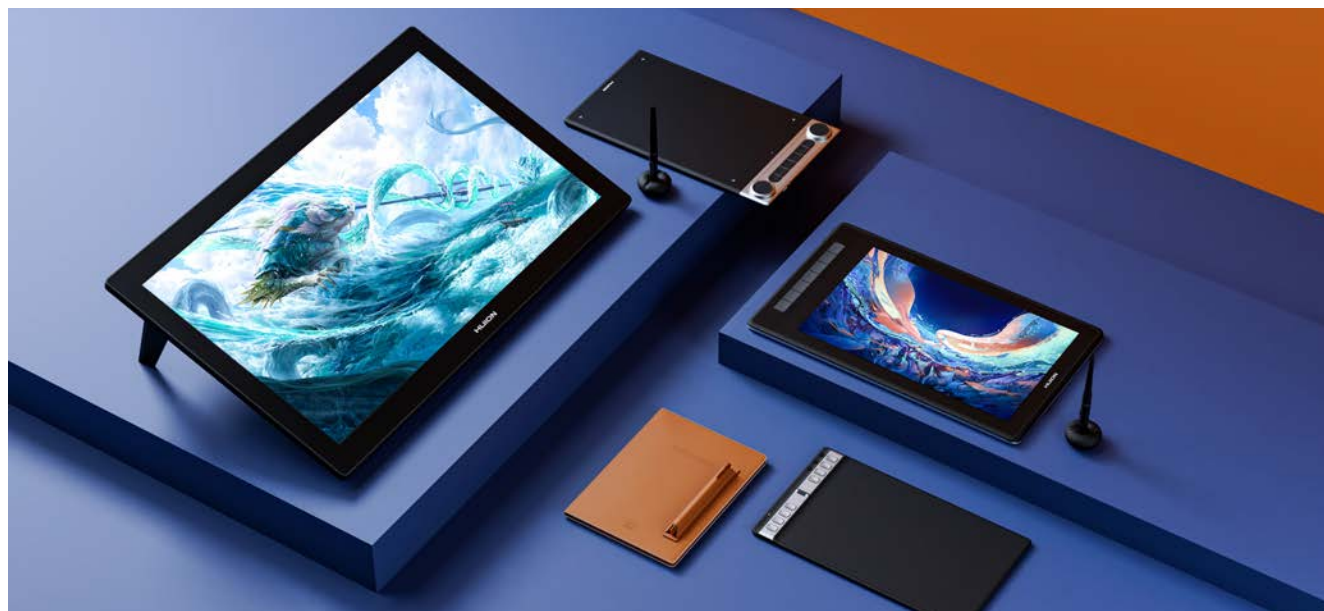
在全球数字艺术行业飞速增长的环境下，技术研发与创新一直是绘王发展的不竭动力，目前，绘王在中国深圳、北京、广州、武汉等地设立了数个研发中心与营销中心，深入研究、开发、推

广电磁式原笔迹手写输入技术与产品，不断开拓新的产品线和业务领域，转向硬件、软件、内容多元化联动，包括数位板、数位屏、一体式绘画电脑、手写本、教育手写板、签批屏、智能会议平板以及手机端绘画软件、绘画教育平台等等。如今，其服务及营销网络不断扩大至北美、欧洲、日韩、东南亚等100多个国家和地区，全球总用户数量逾1000万。

以卓越的品质成就客户信任 and 良好口碑，经过多年的努力与沉淀，绘王在全球范围均树立了良好的品牌形象，其发明专利、知识产权等众多科技成果得到了业界广泛认可，并获得了多项权威奖项和国际认证，包括国家级专精特新重点“小巨人”企业、国家知识产权

优势企业、国家文化出口重点企业、广东省知识产权示范企业、省级制造业单项冠军示范企业等等。同时绘王坚持技术创新，通过知识产权管理体系认证，并牵头主导制定电磁手写行业首个团体标准 T/SPEMF 0033-2022，填补了国家和行业标准的空白。截至目前，绘王已申请专利260项，为绘王市场竞争中赢得了巨大技术优势。

未来，绘王将继续秉承“创新、品质、服务”的发展理念，以强大的韧性和旺盛的活力全力以赴投入数字经济新征程，为全球用户提供更强大的数字创意助力，并与时俱进地促进各行各业数字化发展，持续推动中国制造向中国智造、中国品牌向国际品牌的转变。



欣旺达：创新驱动新能源世界进步

欣旺达以“创新驱动新能源世界进步”为使命，致力于为“双碳”目标实现贡献智慧和力量，构建3C消费类电池、电动汽车电池、能源科技、智能硬件、智能制造与工业互联网、第三方检测服务六大业务板块。



欣旺达电子股份有限公司（简称“欣旺达”）创立于1997年，于2011年在深交所上市（股票代码：300207），并于2022年成功发行GDR登陆瑞交所，是全球锂离子电池领域领军品牌。欣旺达以“创新驱动新能源世界进步”为使命，致力于为“双碳”目标实现贡献智慧和力量，构建3C消费类电池、电动汽车电池、能源科技、智能硬件、智能制造与工业互联网、第三方检测服务六大业务板块。在立足深圳、服务全球的愿景下，公司目前已在广东、江苏、浙江、山东、江西、四川、湖北、印度新德里等地布局多个生产制造基地，在美国、法国、德国、以色列、韩国、越南、印度、日本等国家设立分支机构。

得益于创新研发，欣旺达广受政府、行业及客户认可，不仅先后荣获深圳市市长质量奖、广东省政府质量奖，获评国家技术创新示范企业，智能手机用锂离子电池模组被认定为国家“制造业单项冠军”产品，还多次上榜深圳行业领袖企业100强、广东企业500强（第81位）、中国民营企业500强（第308位）、全球新能源企业500强（第32位），被海外机构评定为全球动力电池一级制造商，并荣获小米、vivo、日产、极氪、东风、柳汽、广汽等客户荣誉奖项。

欣旺达于2008年开始正式布局电动汽车电池业务，以电动汽车电池系统（电芯、模组、BMS和PACK）为产品核心，上游延伸到矿产原材料、电芯正负

极材料等关键环节，下游延伸至电动汽车、储能电站、动力电池梯次利用等产业，形成了全产业链一体化的事业蓝图；同时，利用公司锂电池储能系统集成及应用技术优势，专注于便携储能、家庭储能、网络能源、电力储能及智慧能源等领域，以满足客户多元化能源需求为宗旨，提供包括锂电池储能产品、多场景集成方案、能源投资运营等多类型综合能源服务模式。

欣旺达一方面进行自动化产线升级改造和核心装备研发，积极探索新能源行业智能制造及数字化工厂整体解决方案；另一方面打造工业互联网平台，赋能企业数字化转型；欣旺达还成立第三方检测服务平台，专注于提升产品质量，提炼行业共性技术，并积极参与国家行业标准制定。

欣旺达启动培养为主、引进为辅的混合型人才战略，汇聚行业顶尖人才，打造高效、卓越的现代化管理团队。勇于担当，回馈社会，是欣旺达的大爱所在。欣旺达的CSR体系得到了全球顶级公司的严格审核和认可，在这个体系中，公司的每一份子都会受到企业的关注、关爱和关怀。欣旺达始终相信“不忘初心，砥砺前行，梦想终将照耀未来”。欣旺达愿意坚持不懈地打造新能源产业生态平台，让新能源更好地为人类服务，并努力实现一个千亿级企业的未来之梦。

航班管家：以大数据及人工智能赋能B端智慧出行场景

航班管家作为国内专业的智能大出行平台，一直以来充分发挥大数据和人工智能的优势，深度挖掘及分析乘客出行偏好，提升用户出行体验，赋能B端智慧出行场景，加速行业的创新升级。

近年来，大数据和人工智能技术以惊人的速度渗透到各行各业，为企业带来了巨大的变革和机遇。且随着全球逐渐走出疫情的影响，民航业正面临着前所未有的挑战和变革。在这个后疫情时代，大数据和人工智能技术成为民航业发展的重要支撑，而民航业作为国家交通体系的关键组成部分，需要积极应用这些前沿技术，满足乘客的个性化需求，加速推进业务革新。航班管家作为国内专业的智能大出行平台，一直以来充分发挥大数据和人工智能的优势，深度挖掘及分析乘客出行偏好，提升用户出行体验，赋能B端智慧出行场景，加速行业的创新升级。

深圳市活力天汇科技股份有限公司（航班管家母公司）成立于2005年，旗下主要产品包括航班管家APP、高铁管家APP、伙力专车、凯撒商旅等，完整覆盖民航、铁路和专车接驳三大出行场景。是国内早期移动互联网企业之一，专业的移动旅游出行服务提供商，智能大出行的开创者。截至目前，深圳市活力天汇科技股份有限公司已累计获得各个领域的80+项奖和荣誉，取得多项行业认证，合作伙伴超过5000家企业。

面向C端用户，航班管家APP以“航班+高铁”的行程服务为核心，依托大数据、AI技术等为用户提供包括机票预订、火车票预订、航班/火车动态信息、正晚点查询、接送机/站、酒店、汽车票、



景点门票、实时打车、商城等在内的全场景、智慧化出行服务，致力于让出行成为人们美好的生活方式。

面向B端，一方面，活力天汇的数据业务基于民航局空管局旗下民航电信授权的官方动态数据，整合高铁、旅客等多维度数据，结合自有算法模型与行业Know-how，提供大出行数据智能服务，面向行业提供通用能力和数据解决方案，赋能合作伙伴、提效降本。目前行业解决方案已覆盖30+行业、数据分析通用能力已赋能超百家业内企业。

另一方面，活力天汇机场智慧客服系统，是依托于知识增强大语言模型作为核心技术而开发的机场智慧客服系统，利用先进的人工智能技术，从机场的基础信息、服务内容、旅客问题等多个方

面进行知识提取和增强，同时能够学习和理解机场内不同服务之间的关系，为旅客提供更加全面的、智能化的服务。

据活力天汇机场智慧客服系统负责人介绍，随着科技和人工智能技术的不断发展更新和落地应用，智慧客服系统将成为大型综合交通枢纽的标配。活力天汇基于知识增强大语言模型，开发了机场智慧客服系统，采用多轮对话技术和多种语言类型的支持，运用强化学习和实时更新的方法来不断优化模型的性能，并接入航班管家自有客票系统，为旅客智能查询和推荐相关的机票、航班动态、酒店及旅游信息等。通过智慧客服系统，活力天汇不仅希望能够改变甚至颠覆用户的出行体验，也希望能够帮助机场和更多的合作伙伴提供更先进的、智能化的行业解决方案，改善服务质量，提效降本。

航班管家以大数据和人工智能为驱动，打造智慧出行解决方案，赋能合作伙伴节约成本、提升效率。通过与合作伙伴的紧密合作，航班管家不仅为B端客户提供智慧出行服务方案，还致力于推动整个民航业实现数字化转型和升级。未来，航班管家将持续进行产品创新和服务优化，通过大数据和人工智能技术，为B端合作伙伴提供更加智能、高效的出行解决方案，加速民航业更加智慧化、高效率发展，为旅客提供更便捷、舒适的出行体验。

金牌电缆：致力于成为电缆行业领跑者

金牌电缆的产品广泛应用于新能源、绿色建筑、智慧交通、智能电网、安全消防防火和高端装备等六大领域。他们的电缆产品在多个重要的工程项目中发挥着重要的作用，体现了他们的高品质、高标准和高质量。

广东金牌电缆集团股份有限公司，自1993年成立以来，就如同电缆行业的一颗璀璨之星，以其卓越的产品和服务，始终照耀着这个行业。他们的旅程从专业生产电线电缆开始，历经三十年的风雨历程，一步步崭露头角，成为行业的翘楚。

金牌电缆拥有一流的研发团队和先进的生产设备，设立了设备齐全的实验室和研发中心，并与哈尔滨工业大学建立了产学研合作基地，以推动科技创新和技术提升。他们以精益求精的态度，成功获得了70余项发明专利及实用新型专利。他们的坚持和探索使他们荣获了一系列的行业认证和荣誉。这些不仅象征着他们在行业中的地位和影响力，也是他们信守承诺、坚守质量的有力证明。

金牌电缆的产品广泛应用于新能源、绿色建筑、智慧交通、智能电网、安全消防防火和高端装备等六大领域。他们的电缆产品在多个重要的工程项目中发挥着重要的作用，体现了他们的高品质、高标准和高质量。

金牌电缆是一个充满创新与专业、卓越与求实的环境，吸引了一批具有远见卓识的专业人才。他们鼓励员工发展个人才华，提高专业技能，共同推动公司的成长。

金牌电缆的产品和服务，是对品质的执着追求和对客户承诺的坚守。他们坚守环保理念，通过环保生产，减少环



境污染，实现可持续发展。他们的每一次创新，每一次进步，都是为了使产品更环保，更节能，更可靠。

广东金牌电缆集团股份有限公司，致力于成为全球电缆行业的领跑者，引领电缆行业的发展方向。他们将继续秉持“金牌电缆，品质夺冠”的理念，以卓越的产品和服务，赢得全球客户的信赖和尊重。在未来的日子里，他们将以强大的实力和卓越的品质，继续引领行业前行，共同创造更加美好的未来。

金牌电缆具有深厚的技术积累和专业积累，他们的电缆产品在众多重要的工程项目中扮演着关键角色。他们的成就不仅体现在广泛的产品应用上，更凸显在他们的企业文化和社会责任上。

他们深入推动企业文化的建设，形成了专业、卓越、求实、创新的企业精

神，提供了优秀的职业发展机会，吸引了一批具有远见卓识的专业人才。他们鼓励员工发展个人才华，提高专业技能，以实现个人与企业的共同成长。

金牌电缆致力于环保生产，以保护我们共同的家园。他们通过生产环保型电缆产品，减少生产过程中的环境污染，实现可持续发展。他们坚信，每一次创新，每一次进步，都是为了使我们的产品更环保，更节能，更可靠。

作为电缆行业的一颗璀璨明星，金牌电缆集团股份有限公司继续秉持“金牌电缆，品质夺冠”的理念，以卓越的产品和服务，赢得全球客户的信赖和尊重。我们期待他们在未来的日子里，继续引领行业发展，为全球电力安全保驾护航，为世界的繁荣和发展贡献更多的力量。



金牌电缆集团
GOLD MEDAL CABLE GROUP

金牌电缆 品质夺冠®

高定位、高标准、高品质

深圳知名品牌、国家级专精特新“小巨人”企业、
国家高新技术企业、企业标准“领跑者”、
CCTV《品牌中国》战略合作伙伴



扫码关注我吧！

广东金牌电缆集团股份有限公司
Guangdong Gold Cable Group Co., Ltd.

地址 | 深圳市光明区光明街道白花社区白花大道4号
电话 | 0755-8653 8888

www.gdjpd.com





航班管家



高铁管家

让出行更智慧

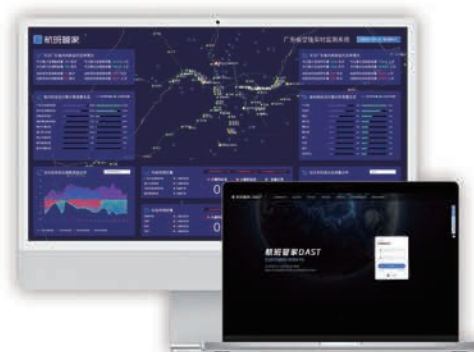
Enjoy AI Enjoy Journey

深圳市活力天汇科技股份有限公司是国内最早的移动互联网企业之一，最早的移动旅游出行服务提供商，智能大出行的开创者。基于多年大交通行业服务经验和海量数据积累，全面赋能合作伙伴提效降本

商业数据服务

空铁联运实时监测系统

基于民航局空管局旗下民航电信授权的官方动态数据，整合高铁、旅客等多维度数据，结合自有算法模型与行业Know-how,提供大出行数据智能服务，面向行业提供通用能力和数据解决方案，赋能合作伙伴、提效降本



机场智慧客服系统

trip now智慧旅行助手

依托于知识增强大语言模型作为核心技术而开发的机场智慧客服系统，利用先进的人工智能技术，为旅客提供更加全面的、智能化服务。机场智慧客服系统旨在提高机场旅客服务质量，降低运营成本，改善用户体验



机场智慧客服系统咨询：13810982824 商业数据服务咨询：15505510637



HUIION 绘王



专业原笔迹手写输入 方案提供商

让原笔迹数智化成就美好生活



🏆 绘、签、写全方位覆盖

🏆 国际领先

🏆 进口替代

🏆 国家专精特新重点“小巨人”企业

绘王官方网站



绘王微信公众号



深圳绘王趋势科技股份有限公司

📍 地址：深圳市宝安区石岩科技一路绘王科技园



IRB International
Renowned Brand
国际信誉品牌

SUNWODA
欣旺达

股票名称：欣旺达

股票代码：300207

欣旺达电子股份有限公司

创新驱动新能源世界进步

欣旺达电子股份有限公司（简称“欣旺达”）创立于1997年，于2011年在深交所上市，并于2022年成功发行GDR登陆瑞交所，是全球锂离子电池领域领军品牌。欣旺达以“创新驱动新能源世界进步”为使命，致力于“双碳”目标实现贡献智慧和力量，构建3C消费类电池、电动汽车电池、能源科技、智能硬件、智能制造与工业互联网、第三方检测服务六大业务板块。在立足深圳、服务全球的愿景下，公司目前已在广东、江苏、浙江、山东、江西、四川、湖北、印度新德里等地布局多个生产制造基地，在美国、法国、德国、以色列、韩国、越南、印度、日本等国家设立分支机构。

六大业务板块



3C消费类电池

手机数码类电池
笔记本电脑电池
电动工具电池
移动电源



电动汽车电池

动力电池
动力电池模组
电池管理系统 (BMS)
动力电池系统



能源科技

家庭储能
网络能源
工商业储能
电力储能
智慧能源



智能硬件

智能家居与健康产品
人工智能与配件
智能出行与车载产品
网络与无线设备
智能商用/工业设备



智能制造与工业互联网

核心装备设计与制造
自动化生产线设计改造
工业互联网
智能制造系统解决方案



第三方检测服务

电芯材料测试
各类电池产品测试
电池多国安规认证
化学环保检测等



26年

电池研发与制造经验



TOP

全球排名领先的
3C消费类锂电池供应商



Tire1

全球动力电池
一级制造商



NO.32

全球新能源企业
500强



NO.308

中国民营企业
500强



NO.299

中国制造业企业
500强

以客户为中心
为创新者赋能