深圳工业经济

SHENZHEN INDUSTRIAL ECONOMY

3
2025年
总第131期

导读

品牌引领未来，创新驱动湾区！

葛志荣：凝聚平台力量，推动深圳在品牌建设上高质量发展

陈忆登：开创品牌资产与智能经济双向奔赴新纪元

超级品牌大会：助力良善企业成就超级品牌！

（粤B）L0240062
内部资料　免费交流

WorldPower®
沃尔德新能源

新能源全场景应用的领导者

深圳知名品牌 | 湾区知名品牌 | 国家小巨人企业 | 国家高新技术

芯安锂得

沃尔德，更安全的锂电池

深圳市沃尔德新能源有限公司

深圳市宝安区石岩街道塘头一号路领亚科技园春生楼二楼

联系电话：0755-29010011

网站https://www.wpbattery.com

置身国际坐标系 谱写品牌强国新篇章

站在新时代的起点，深圳工业总会以特区精神为炬，以湾区格局为帆，持续书写中国品牌建设的先锋答卷。从1997年《质量振兴纲要》实施名牌战略的号角吹响，到习近平总书记“三个转变”的擘画引领；从“深圳知名品牌”培育评价活动破冰，到“国际信誉品牌”闪耀全球舞台；从创办“深圳国际品牌周”献礼国家品牌日，到“湾区知名品牌”集群崛起——深圳工业总会始终以敢为人先的担当，践行着品牌强国的使命。

深圳作为国家实施名牌战略的发祥地，全国品牌建设的领跑者，率先培育成长了一批具有国际竞争力的企业品牌。2025年5月9日，深圳工业总会联合深圳十一区政府（新区、合作区管委会）等机构共同主办的第九届“深圳（湾区）国际品牌周”暨2025年中国品牌日·深圳地方特色活动开幕大会在深圳广电大厦隆重举行。以“品牌引领未来，创新驱动湾区”为主题，“2025中国品牌价值500强”中英文榜单独家发布，“国际信誉品牌”、“深圳（湾区）知名品牌”近400项品牌成果集中亮相展示，国际品牌专家、知名企业领袖发表主题演讲，探索科技革命和产业变革时代品牌发展新路径。两大主场活动、十一区分会场特色主题活动、九场品牌建设专场活动、五项系列活动、一场大型品牌博览会等30场活动汇聚。参与受众超千万，媒体曝光量达1.7亿+人次。成为企业和城市品牌广泛传播的国际化平台。

二十余载深耕，深圳工业总会大胆探索，首创“政社媒产学研”协同的品牌建设平台；创新实践，建立了严谨科学的品牌培育评价机制；置身国际，与联合国工业发展组织共同发布“国际信誉品牌”，打造品牌先锋。1120个“深圳知名品牌”，76个“国际信誉品牌”是“消费者认可、市场评价主导”的坚守，是“三年一复评、不搞终身制”的严苛，更是“标准引领、质量筑基、创新驱动”的体系化实践。深圳工业总会在长达四分之一世纪坚持不懈地实施名牌战略、开展品牌建设历程中，受到国家、省市各级领导以及相关部门的肯定和表彰。其中，把“深圳知名品牌”培育评价的实践上升为品牌建设的原则和要求写入国家《质量发展纲要》，印证了特区探索的时代价值。

肩负着“先行示范区”与“核心引擎城市”定位的伟大使命，将品牌建设的“深圳样本”辐射粤港澳大湾区。联手区域相关机构创立的“深圳（湾区）国际品牌周”、“湾区知名品牌”培育创建等系列活动，推动“9+2”城市群协同发力。2024年，“中国出海品牌百强榜”的发布，帮助中国企业用国际化视野和方式打造世界一流品牌，推动中国从“制造强国”走向“品牌强国”。未来，我们将深化与国际组织、顶级品牌专业机构的合作，搭建知识产权、品牌出海等一站式服务，助力更多企业逐浪全球市场。

新征程上，深圳工业总会将永葆“闯”的精神、“创”的劲头、“干”的作风，在贯彻《质量强国建设纲要》中勇当尖兵，在构建“双循环”格局中走在前列，为打造更具全球影响力的“中国品牌”贡献深圳智慧、湾区力量！

王锋文

深圳工业经济（封面题字：李灏）
2025年第3期　总第131期
登记证号：　（粤B）L0240062
出版时间：　2025年6月28日
内部资料·免费交流

编印单位：　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　陈竽伶
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：　陈　博
美术编辑：　李　劲
法律顾问：　王寿群　吕志和
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
置身国际坐标系　谱写品牌强国新篇章　01

活动综述
品牌引领未来，创新驱动湾区！
————第九届“深圳（湾区）国际品牌周”暨2025年中国品牌日·深圳地方特色活动综述　04

领导寄语
葛志荣：凝聚平台力量，推动深圳在品牌建设上高质量发展　10
熊　梦：以品牌建设推动新质生产力发展
持续提升“中国制造”品牌形象　11
吴光权：推动企业做品牌、创名牌，
为打造更具时代引领性的“深圳品牌”贡献力量　13

品牌大咖说
陈忆登：开创品牌资产与智能经济双向奔赴新纪元　14
曹　虎：溢出-出海营销战略新思维　16
陈　浩：从价值传播到价值观传播　18

封面故事
万和制药：敢为中国制造正名，敢为中国创造立信　20

榜单发布
2025年度中国品牌价值500强榜单在深圳发布　品牌总价值突破2万亿美元　22

系列活动

品·聚未来——品牌领袖之夜：
推动品牌建设，提升深圳品牌形象和影响力 24
首席访谈：乘风·首席影响力沙龙，探索品牌发展新路径 26
品牌之旅：走进华进知识产权，探索出海防护指南 28

分会场活动

盐田区：新能源 新动力，七里台新能源技术与产业发展论坛 30
宝安区：AI赋能宝安企业高质量发展 32
宝安区：商业秘密护航与知识产权赋能 33
龙华区：AI赋能企业高质量发展 34
坪山区：“链上坪山”之“金融赋能助民企 35
光明区：超高清视频显示产业创新链党委进企业暨供需对接会 36
大鹏新区：肺结节AI精准诊疗技术研发发布会 37
深汕特别合作区：智造深汕 链接未来 38

专场活动

超级品牌大会：助力良善企业成就超级品牌！ 39
AI赋能品牌营销新纪元 41
书香织梦｜雅兰x深圳读书会“第三届粤港澳大湾区读书论坛” 42

分论坛活动

首届湾区企业家AI+爆品营销高峰论坛 43
高端品牌升级论坛暨名师名家内部交流推荐座谈会圆满举行 44

工总在线

走进季华实验室丨来一场产业与科研的对话！ 45
走进“飞书”暨“企业出海经验交流分享会”活动 47
走进深圳工业大奖候选企业　创新点亮深圳智造未来 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：fszi@fszi.org
网址：www.fszi.org

印刷单位：深圳市源昌盛彩色印刷有限公司
印刷数量：1000本
发行范围：会员单位、政府有关部门、经济研究机构

品牌引领未来，创新驱动湾区！

——第九届“深圳（湾区）国际品牌周”暨2025年中国品牌日·深圳地方特色活动综述

第九届深圳（湾区）国际品牌周以“品牌引领未来，创新驱动湾区”为主题，共举办了两大主场活动、十一区分会场特色主题活动、九场品牌建设专场活动、五项系列活动、一场大型品牌博览会等30场活动汇聚，重磅发布“2025年度中国品牌价值500强”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”、“第十一届国际信誉品牌”，同时邀请国际品牌专家、知名企业领袖发表主题演讲，洞悉品牌前沿理论，分享品牌成功案例。

“深圳国际品牌周”，是遵照习近平总书记关于“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”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》（国办发〔2016〕44号）文件部署和深圳市委、市政府主要领导同志指示精神，深圳工业总会在持续推动企业开展品牌建设的基础上，经深圳市政府同意，深圳工业总会联合十一区政府（新区、合作区管委会）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，产生了较大社会影响力。2018年作为深圳市重大品牌活动项目，与“高交会”“文博会”等一起纳入经市政府审议通过的《深圳市推进消费品工业增品种、提品质、创品牌工作方案》（深经贸信息技术字〔2018〕13号）。并作为“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。

遵照中央对深圳建设“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”的定位要求，自2024年更名为“深圳（湾区）国际品牌周”。每届“深圳（湾区）国际品牌周”包括主场活动、十一区分会场特色主题活动、专场活动等近二十场，参与受众超千万，时间持续7—10天。迄今已连续举办九届，成为广泛传播深圳实施品牌战略成果，引领深圳品牌走向世界，向国际社会展示深圳创新型国际化城市形象的重大品牌活动。

第九届深圳（湾区）国际品牌活动成效

第九届深圳（湾区）国际品牌周共举办了两大主场活动、十一区分会场特色主题活动、九场品牌建设专场活动、五项系列活动、一场大型品牌博览会等30场活动汇聚，重磅发布“2025年度中国品牌价值500强”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”、“第十一届国际信誉品牌”，同时邀请国际品牌专家、知名企业领袖发表主题演讲，洞悉品牌前沿理论，分享品牌成功案例。活动参与受众超千万，活动覆盖面广，时间跨度长，通过线上线下同步直播互动，构建品牌全方位立体传播矩阵，探索科技革命和产业变革时代品牌发展新路径，为企业和城市品牌的广泛传播构建国际化平台。

活动场次：30场
参与品牌数量：600多个
传播方式：官媒、主流媒体、新媒体、自媒体、户外传播载体、移动端宣传载体
传播力度：200余家国内媒体、行业协会、企业宣传近600篇报道
宣传曝光：曝光量达1.7亿人次

第九届深圳（湾区）国际品牌活动突出特点

（一）置身国际坐标系，邀请国际组织积极参与

——国际组织参与支持。联合国工业发展组织作为活动指导单位。联合国工业发展组织中国南南工业合作中心与深圳知名品牌评价委员会共同认定发布了第十一届“国际信誉品牌”。科陆电子（CLOU）、蓝禾技术（TORRAS）、艾比森（Absen）、康冠（KTC）、聚飞光电（JF聚飞）、倍思科技（baseus）、理邦（EDAN）7个企业品牌荣获第十一届“国际信誉品牌”，与华为、比亚迪、大疆创新等69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。

——国际顶级品牌机构独家发布“2025年中国品牌价值500强”榜单。每年在达沃斯世界经济论坛年会上发布全球品牌价值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九届“深圳（湾区）国际品牌周”上独家发布“2025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

忆登对榜单进行解读。今年，深圳共有34个品牌上榜，其中，荣获“深圳知名品牌（湾区知名品牌）”和“国际信誉品牌”的品牌数量分别为17个和13个，头部品牌表现依旧突出，腾讯、中国平安、微信、华为分别位列全国500强中的第9、10、13、14位。

（二）国内外媒体争相宣传报道

截至目前，据不完全统计，人民日报、新华社、央广网、经济日报、中国新闻网、学习强国、中国工业新闻网、南方日报、羊城晚报、南方都市报、广东广播电视台、深圳特区报、深圳商报、深圳广播电视台、湾区财经直播平台、凤凰网、香港商报、新浪、搜狐、网易、腾讯以及中国工业经济联合会等200余家中央级媒体、省级媒体、市级媒体，门户网站、自媒体、行业协会、企业等对活动进行了系列报道，引起了社会各界的广泛关注。

参与受众超千万，搭建了一个多维度展示中国品牌创新力、竞争力的高端平台，已成为广泛传播深圳实施品牌战略成果，引领深圳品牌走向世界，向国际社会展示深圳创新型国际化城市形象的大舞台。

（三）启动品牌发展白皮书编制工作

由深圳知名品牌评价委员会、深圳工业总会、深圳市企业品牌建设促进会、前瞻产业研究院联合编撰《深圳经济特区建立45周年品牌发展白皮书》工作同期启动，将于今年8月在深圳（湾区）国际品牌产品暨产业链交易博览会上发布，充分展示品牌建设成果，推广品牌成功经验。

（四）首次举办国际品牌产品暨产业链交易博览会

2025年，深圳经济特区将迎来建立45周年，作为中国改革开放的窗口和创新之都，深圳不仅是经济发展的奇迹，更是品牌崛起的沃土。2025深圳（湾区）国际品牌产品暨产业链交易博览会定于8月29日至31日，在深圳会展中心隆重举行！2025“品博会”首展设品牌之城展区、世界品牌与国际信誉品牌展区、中国消费名品展区、中国智造精品展区、时尚品牌展区、深圳（湾区）知名品牌展区、服务品牌展区、品牌授权及服务展区等八大展区。

第九届深圳（湾区）国际品牌活动概述

（一）品牌周主场活动

5月9日下午，第九届深圳（湾区）国际品牌周暨2025年中国品牌日·深圳地方特色活动启动，两大主场活动——开幕大会、2025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。

1、开幕大会

原航空航天工业部部长、深圳工业总会最高顾问林宗棠，中共第十七届中央委员、山西省政府原省长、深圳市政府原市长于幼军，原国务院参事、第十一届全国政协委员、原国家质检总局副局长，中国品牌建设促进会专家委员会主任葛志荣，第十一届全国政协委员、中央人民政府驻香港联络办公室原副主任、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，中国出入境检验检疫协会会长、原国家质检总局检验司司长王新，联合国工业发展组织投资和技术促进办公室（中国·北京）主任武雅斌，国家发改委原副司长、深圳工业总会高级顾问曹明新，香港经济智库主席、中国国家行政学院（香港）工商专业同学会主席石柱，以及大湾区相关城市代表、国际友人等嘉宾专程来深出席。市人大常委会原常务副主任郭荣俊，市政协原副主席李连和，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，市政府副秘书长罗育德，市委统战部副部长、市工商联党组书记刘俊琳，市发展改革委一级调研员严军舫，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、深圳广电集团副总编辑陈红艳、凤凰网深圳CEO、凤凰网深圳视频首席内容官宋革，市政协经济委原专职副主任庄志勇、市工业和信息化局原局领导杨宇清、市清水河科创智慧片区党委第一书记孙维德、市市场监管局原局长助理、一级高级主办陈桂育，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，共同见证第九届深圳（湾区）国际品牌周的盛大开幕。

葛志荣参事在致辞中强调，深圳在持之以恒的品牌建设工作中取得显著成效，以深圳工业总会为代表的各界通过系统推进品牌培育、宣传、评价、推广和保护，累计培育出1120个深圳知名品牌和76个国际信誉品牌，为全国树立了标杆。他指出，深圳作为经济特区、科创高地和中国特色社会主义先行示范

大会现场，林宗棠部长、葛志荣参事、于幼军老市长、周俊明主任、熊梦会长、王新会长、罗育德副秘书长、刘俊琳书记、武雅斌主任、严军舫一级调研员、吴光权会长、王肇文参事等领导和联合主办单位代表共同为第九届“深圳（湾区）国际品牌周”启幕。

区，应继续发挥品牌建设先锋作用，将品牌战略与科技创新深度融合，运用人工智能、大数据等前沿技术提升质量管理水平，强化质量、服务、创新和无形资产培育的国际标准应用，同时依托政企协同机制，凝聚深圳工业总会等平台力量，推动企业主体在构建高质量发展格局中形成合力，巩固品牌建设在全国的示范引领地位，为中国特色社会主义先行示范区建设注入新动能。

熊梦执行副会长在讲话中表示，品牌建设是破解“大而不强”产业困局的关键，需以科技创新、绿色转型为支撑。深圳作为全国品牌建设的标杆城市，培育出华为、比亚迪等领军企业。而深圳工业总会作为全国工经联系统的标杆，自成立以来一直以品牌建设为主线，推动企业做品牌、创名牌。本届品牌周通过一系列丰富多元的活动，深入探讨品牌发展的新趋势、新理念，希望深圳工业总会充分发挥深圳工业领域唯一综合性社团组织的优势及作用，推动广大企业实施品牌强国战略，提高品牌全生命周期管理运营能力，推动“中国制造”品牌全球跃升，为制造强国注入持久动能。

吴光权会长代表主办单位致辞中表示，深圳工业总会持续 22 年开展知名品牌培育评价活动，搭建的“深圳知名品牌建设服务平台”被工信部认定为国家级示范平台。本届品牌周旨在将深圳品牌建设的成功经验辐射至大湾区，推动湾区企业共创国际化品牌。未来，我们将将联合政产学研多方力量，落实国家和市委市政府战略部署，为打造“更具时代引领性的深圳品牌”贡献智慧与力量。

开幕大会上，深圳知名品牌评价委员会执行主任吴丽宣读第十一届国际信誉品牌及第二十二届深圳（湾区）知名品牌表彰决定。科陆电子（CLOU）、蓝禾技术（TORRAS）、艾比森（Absen）、康冠（KTC）、聚飞光电（JF 聚飞）、倍思科技（baseus）、理邦（EDAN）7 个企业品牌为第十一届“国际信誉品牌”；Insta360、优慧家、佳贤通信、MLAY、沃尔德、鑫精诚、徕芬等 85 个企业品牌为第二十二届“深圳知名品牌”（湾区知名品牌）；万和、LIPO 李白眼镜、雅兰、丰宾等 295 个品牌通过复审，“深圳知名品牌”继续有效，同时授予“湾区知名品牌”称号。

前二十二届共评选产生产生 1120 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 47.97%、纳税额占 42.05%、出口额占 32.87%。其中，“华为”等 78 个深圳知名品牌企业位列国际细分市场前三位；“迈瑞”等 258 个深圳知名品牌企业位列国内细分市场占有率第一。

2.2025 粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛

作为第九届“深圳（湾区）国际品牌周”主场活动之一的 2025 粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛，特别邀请了 Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登，科特勒咨询集团全球合伙人、大中华及新加坡 CEO 曹虎，变革及战略专家、百思特管理咨询集团董事、总裁陈浩分别发表主题演讲，探索科技革命和产业变革时代品牌发展新路径。

每年在达沃斯世界经济论坛年会上发布全球品牌价值 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九届“深圳（湾区）国际品牌周”上独家发布“2025 中国品牌价值 500 强”中英文榜单。

Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登对榜单进行解读。今年，粤港澳大湾区 109 个品牌上榜“中国品牌价值 500 强”。深圳共有 34 个品牌上榜，其中，荣获“深圳知名品牌（湾区知名品牌）”和“国际信誉品牌”的品牌数量分别为 17 个和 13 个，头部品牌表现依旧突出，腾讯、中国平安、微信、华为分别位列全国 500 强中的第 9、10、13、14 位。

陈忆登总裁在《开创品牌资产与智能经济双向奔赴新纪元》主题演讲中，围绕全球品牌价值重构与中国软实力崛起展开深度洞察。他指出，中国首超英国位列全球软实力排名第二，标志着以“品牌资产 + 软实力 + 智能经济”为核心的黄金三角正重塑国际竞争格局。面对美国仍占全球品牌总价值 50% 的现状，在新的国际竞争格局中，智能经济将成为包括品牌在内的软实力的重要“叙事者”，软实力在品牌领域，则应通过国际统一的 ISO 品牌估值标准中 BSI 品牌强度的革新体系，尽快推动品牌从“价值共识”向“规则操作系统”质的升级。展望未来十年，中国将以国家战略四大核心载体区为支点，将无形品牌力量转化为全球化时代的“压舱石”，以创新为最优出路，迈向品牌“强者恒强”的新纪元。

曹虎在主题为《溢出—出海营销战略新思维》的演讲中，探讨了全球供应链短链化、多链化与生态化重构下，中国企业正以“成本、政策、汇率、竞争力溢出”四大动力开启出海新机遇。他指出需依托中国制造优势，聚焦智能电器等高潜力赛道，通过本地化创新与跨文化叙事打造全球品牌，并借数智化能力重塑营销与供应链体系，抓住 AI 时

代“1% 创造者引领、9% 共创者赋能、90% 消费者共振”的分工趋势。当前中国 GDP 全球占比达 18%（Top2），未来兼具国内基本盘与海外 TBMPSS 能力的企业将主导竞争，将供应链“溢出红利”转化为全球品牌影响力，推动中国智造实现全球化跃迁。

陈浩围绕《从价值传播到价值观传播》为主题，解读了内卷时代下品牌变革的核心逻辑与路径。他指出，当前消费市场呈现高端化与性价比两极分化趋势，83% 的新消费品牌定位高端或中高端，而埃森哲数据显示，86% 高端品牌与 61% 经济品牌增速领先行业，中间市场增长乏力。品牌战略正从功能利益转向情感与自我表达价值。面对 Z 世代追求文化自信、国潮复兴及种草经济崛起，陈浩强调，品牌需从“产品属性”升级为“人文价值叙事”，通过绑定场景、传递生活方式与精神共鸣，在技术革命与消费主权觉醒的变局中，实现从理性价值到感性认同的质变跃迁。

（二）品牌周系列活动

1. 品牌领袖之夜

5 月 9 日晚上，第九届深圳（湾区）国际品牌周——品 • 聚未来 品牌领袖之夜在深圳广电金融中心港新荟举行。

领袖之夜上，中国十大品牌策划人、工业总会品牌建设高级顾问、超级品牌顾问公司创始人吴子剑在其《大变局之下的品牌管理》的主题演讲中，以全球地缘冲突、AI 技术革命及经济格局重构为背景，提出品牌进化是应对竞争的核心路径。

深圳工业总会副会长、品牌营销战略定位专家、大品牌战略体系研发者、大道恒美品牌管理创办人朱美乐分享了《企业如何在 AI 时代实现品牌影响力构建》演讲主题，以“大品牌战略体系”与“五星战略模型”为核心，主张品牌需深度融合政策、产业、文化及数字技术。

2. 首席影响力沙龙

5 月 18 日，“第九届深圳（湾区）国际品牌周”暨首席影响力沙龙在前海深港青年梦工场圆满落幕。活动由深圳工业总会指导，《首席访谈》联合博研哲学商学院、创维商学、前海深港青年梦工场、盛港文创、柔与韧商业咨询、深圳市企业品牌建设促进会共同打造。以“企业家 IP 突围”与“企业品牌流量破局”为核心议题，汇聚了众多知名企业家、行业领袖及专家，共同探讨品牌力量如何助力企业破局，实现品牌价值的飞跃。

3. 品牌之旅

自 5 月开始，深圳工业总会联合相关机构带领企业家走进“字节跳动”等标杆企业，标杆企业以其卓越的管理、创新的技术和优质的产品服务始终站在行业的前沿，它们不仅是引领时代发展的标杆，更代表着行业的顶尖水平，走进名企、学习名企，在专家引领下实现企业绝对增长。

（三）各区分会场特色主题活动

十一区政府（新区、合作区管委会）结合各区产业特色和未来发展规划，围绕智能终端、黄金珠宝、低空经济、横岗眼镜、新能源、生物医药、汽车产业链等领域开展研讨会、品牌分享会、专场路演、宣传周、产业链专项对接会、产业主旨论坛等活动，展示品牌建设成果，推动行业品牌联动融合。

第九届“深圳（湾区）国际品牌周”开幕大会上，原国务院参事、品牌建设调研组组长，第十一届全国政协委员、原国家质检总局副局长，中国品牌建设促进会专家委员会主任葛志荣希望深圳工业总会在深圳市委市政府的领导下，在品牌建设领域继续走在前列勇当尖兵，切实推进深圳新质生产力和经济高质量发展。

葛志荣：凝聚平台力量，推动深圳在品牌建设上高质量发展

原国务院参事、品牌建设调研组组长，第十一届全国政协委员、原国家质检总局副局长，中国品牌建设促进会专家委员会主任葛志荣

尊敬的林宗棠老部长，尊敬的于幼军老市长，
尊敬的罗秘书长，尊敬的吴会长，
各位企业家、各位来宾：

首先，我代表中国品牌建设促进会，对第九届深圳湾区国际品牌周的开幕表示热烈祝贺！向所有获奖的企业、企业家、品牌建设机构，以及长期以来关心和支持品牌事业发展的各界人士，表示衷心的感谢！

今天，我们特别荣幸地邀请到了林宗棠老部长。林部长是中国品牌事业的奠基人之一，早在 20 多年前就担任中国品牌战略推进委员会主任，为中国品牌建设倾注了毕生心血。如今，林部长已近百岁高龄，仍然心系品牌事业，令人敬佩！同时，我们也感谢于幼军老市长对深圳品牌建设乃至全国品牌发展所作出的重要贡献。

品牌是高质量发展的重要标志。2014 年，习近平总书记提出“三个转变”的重要指示，即“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”。2017 年，国务院批准将每年 5 月 10 日设立为“中国品牌日”，标志着中国品牌建设进入国家战略层面。11 年来，我国品牌建设取得显著成效，越来越多的中国品牌走向世界，国际竞争力不断提升。

深圳是中国品牌建设的标杆城市。20 多年来，深圳始终坚持品牌战略，累计培育出 1120 个深圳知名品牌和 76 个国际信誉品牌，为全国树立了标杆。这一成就离不开深圳市委市政府的高度重视，离不开深圳工业总会等机构的积极推动，更离不开广大企业的创新实践。深圳作为经济特区、科技创新高地和中国特色社会主义先行示范区，应当在品牌建设上继续走在全国前列，为高质量发展提供更强支撑。

面向未来，我们要进一步深化品牌建设：一是持续推动品牌战略，将品牌作为企业发展的核心动力，覆盖工业、服务业及中小微企业；二是强化品牌评价标准，依据国际和国家标准，科学评估品牌价值；三是加强科技赋能，运用人工智能、大数据等新技术提升质量管理水平；四是凝聚各方合力，深圳工业总会要发挥桥梁作用，整合企业资源，构建品牌建设生态圈，巩固深圳在全国的领先地位。

最后，预祝本届品牌周活动圆满成功，期待深圳在品牌建设领域再创佳绩，为中国品牌走向世界作出更大贡献！

谢谢大家！

第九届“深圳（湾区）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希望深圳工业总会充分发挥深圳工业领域唯一综合性社团组织的优势及作用，推动广大企业实施品牌强国战略，提高品牌全生命周期管理运营能力，为持续提升“中国制造”品牌形象做出更大贡献。

熊梦：以品牌建设推动新质生产力发展，持续提升“中国制造”品牌形象

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、于幼军老市长，
葛志荣参事、罗秘书长，
各位来宾，各位企业家，

大家好！

很高兴作为指导单位参加第九届深圳（湾区）国际品牌周，首先我谨代表中国工业经济联合会，向第九届深圳（湾区）国际品牌周的隆重开幕表示热烈祝贺！向各位领导、各位嘉宾和企业家致以美好的祝愿和崇高的敬意！

今年的《政府工作报告》提出，深入推进制造业“增品种、提品质、创品牌”工作，以及“打造名品精品、经典产业”等举措，充分体现了国家对品牌强国建设的重视，为品牌创新升级发展锚定了战略航向、规划了实践路标。

品牌建设既是驱动新质生产力跃升的战略基石，更是夯实制造强国根基的关键实践路径，是中国制造业从“规模扩张”迈向“质量效益”的核心动力。优质的品牌通过科技创新、质量提升与服务优化驱动企业突破核心技术壁垒，加速数字化与绿色化转型，形成新质生产力，为破解“大而不强”的产业困局提供关键路径。如华为以品牌溢价打破价格竞争陷阱，比亚迪、宁德时代构建新能源产业链品牌矩阵，TikTok 以创新模式突破国际壁垒。我国制造业长期面临“低端产能过剩、高端供给不足”的结构性问题。品牌建设可以有效提升产品附加值、推动产业集群化、重塑全球价值链地位，在“双循环”格局下激活内需升级、突破外需壁垒。从“专精特新”、“制造业单项冠军”企业培育到“中国品牌日”国家战略推进，品牌建设正构建“技术研发—标准制定—生态共建”的立体化体系，从产品到品牌、从制造到创造深层变革，为制造强国建设注入持久动能。

深圳不仅在经济发展方面发挥着引领作用，在品牌建设方面也一直走在全国的前列，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。深圳工业总会作为全国工经联系统的标杆，自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。本届品牌周以“品牌引领未来，创新驱动湾区”为主题，通过一系列丰富多元的活动，深入探讨品牌发展的新

趋势、新理念，进一步推动深圳及大湾区品牌建设迈上新台阶，有力提高中国品牌的世界知名度和影响力。

中国工业经济联合会是全国性工业行业的联合组织，自 1988 年经国务院批准成立以来，一直致力于推进中国工业的转型升级和创新发展。同包括全国性工业行业协会和省级工经联在内的 224 家行业协会会员单位以及众多工业制造业企业、产业园区建立了密切的工作联系，形成了全国的工业网络体系。以“新型智库、产业协同、国际合作”为战略定位，充分发挥跨行业、跨领域、跨区域、跨国际汇聚各类资源的独特优势，以及联接政府与市场各类主体的桥梁、纽带和平台作用，积极组织“中国工业大奖”、“制造业单项冠军”培育遴选、“中国工业碳达峰领跑者企业”和“中国工业数据治理领跑者企业”调研、推进中央企业现代产业链融通发展“共链行动”等工作所积累的优质企业资源，促进产业链供应链上中下游融通、产学研用协同、智改数转赋能、绿色低碳转型、内外循环互促、央地合作共赢、军民融合发展，同时开展与世界各国及地区工商协会的交流与合作，利用多种形式和平台，为企业提供优质服务。中共中央政治局 4 月 25 日下午就加强人工智能发展和监管进行第二十次集体学习，习近平总书记指出，要正视差距、加倍努力，牢牢掌握人工智能发展和治理主动权。中国工经联将加倍努力，以人工智能的战略高度、技术维度和变革力度全面提升各项工作。

在此，希望深圳工业总会在深圳市委市政府的领导下，充分发挥深圳工业领域唯一综合性社团组织的优势及作用，推动广大企业实施品牌强国战略，提高品牌全生命周期管理运营能力，为持续提升“中国制造”品牌形象做出更大贡献。

深圳不仅在经济发展方面发挥着引领作用，在品牌建设方面也一直走在全国的前列，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。深圳工业总会作为全国工经联系统的标杆，自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。

第九届“深圳（湾区）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贯彻落实国家和市委市政府关于品牌发展的的战略部署，携手政、社、媒、产、学、研等多方力量，不遗余力地推动企业开展品牌建设，为打造“更具时代引领性的深圳品牌”贡献智慧与力量。

吴光权：推动企业做品牌、创名牌，为打造更具时代引领性的“深圳品牌”贡献力量

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、于幼军老市长，
尊敬的葛志荣部长、尊敬的罗育德副秘书长
各位领导、各位企业家，各位来宾，

大家好！

在第九个“中国品牌日”来临之际，我们隆重举行“第九届深圳（湾区）国际品牌周暨 2025 中国品牌日 • 深圳地方特色活动”开幕大会，在此，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表示热烈欢迎！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！

党中央国务院高度质量品牌建设工作，先后出台了多项促进质量品牌发展的重要文件。今年的《政府工作报告》进一步提出，深入推进制造业“增品种、提品质、创品牌”工作，这些都为新时期的品牌建设工作指明了方向。

深圳工业总会自成立以来，始终以品牌建设为主线，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探索和实践。搭建的“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、保护和传播等系列服务，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评价活动，持续开展了 22 届，取得丰硕成果。为充分发挥深圳作为大湾区“核心引擎城市”作用，把深圳持续 20 多年开展品牌建设的成功实践辐射至大湾区，帮助更多的湾区企业做品牌、创名牌，同时开展了“湾区知名品牌”创建活动。

作为深圳品牌建设的标志性活动，由深圳工业总会联合十一区政府共同主办的“深圳（湾区）国际品牌周”，已成功举办至第九届。本届品牌周以“品牌引领未来，创新驱动湾区”为主题，不仅广泛传播深圳实施名牌战略的丰硕成果，更向世界彰显了这座先锋城市“创新驱动、开放包容”的鲜明气质，为全球市场注入了融合湾区智慧的中国品牌力量。

未来，我们将继续贯彻落实国家和市委市政府关于质量品牌发展的的战略部署，携手政、社、媒、产、学、研等多方力量，不遗余力地推动企业开展品牌建设，为打造“更具时代引领性的深圳品牌”贡献智慧与力量。

陈忆登：开创品牌资产与智能经济双向奔赴新纪元

每年在达沃斯世界经济论坛年会上发布全球品牌价值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九届“深圳（湾区）国际品牌周”上独家发布“2025中国品牌价值500强”中英文榜单。Brand Finance中国公司联合创始人、总裁陈忆登对榜单进行解读，并以“开创品牌资产与智能经济双向奔赴新纪元”为主题演讲，围绕全球品牌价值重构与中国软实力崛起展开深度洞察。

大会上，每年在达沃斯世界经济论坛期间发布《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“Brand Finance2025 年中国品牌价值 500 强”中英文榜单，陈忆登总裁就榜单进行了详细解读，并以“开创品牌资产与智能经济双向奔赴新纪元”为主题演讲，围绕全球品牌价值重构与中国软实力崛起展开深度洞察。

当前，国际局势充满不确定性，但智能经济的崛起正深刻重塑全球竞争规则。以杭州科技企业 DeepSeek 为例，其 AI 模型推出后引发美股 230 年来的最大震荡，印证了智能经济对实体与数字经济的颠覆性影响。智能经济不仅是技术革命，更是国家竞争力的新战场。而软实力，正如约瑟夫·奈提出的“吸引力而非强制力”，如同宇宙中的暗物质，虽不可见，却决定引力方向。中华民族的文化底蕴天然具备这种吸引力，如何将其转化为品牌资产，是中国企业走向全球的关键。

Brand Finance 的全球调研显示，中国软实力已超越英国，位列世界前列。这一成果源于文化、规则和品牌“操作系统”的持续优化。在智能经济时代，软实力的维度——品牌强度、创新力、文化认同——正成为衡量国家、地区和企业潜力的核心指标。中国若能借势东风，将软实力转化为品牌资产，必将在全球竞争中占据更主动的地位。

在最新发布的中国品牌 500 强榜单

品牌是时间的朋友，需长期投入与科学管理。当前中国品牌价值仅占全球15%，与美国差距显著。许多企业家仍将品牌等同于广告与舆情管控，却忽视了量化管理的重要性。国际通用的ISO标准提出，品牌强度应聚焦“认知”与“表现”双维度——前者是市场如何看待你，后者是你如何将这种认知转化为利润。唯有将软实力、品牌资产与智能经济视为“黄金三角”，才能在历史性机遇中实现跨越。

中，抖音首再次登顶，取代传统金融巨头，反映出智能经济对行业格局的重塑。品牌强度指数（BSI 指标）成为企业抗风险的核心：3AAA+ 级品牌在波动中逆势增长，而弱者则加速淘汰。区域格局上，京津冀以金融、媒体和工程行业贡献全国 49% 的品牌价值；粤港澳大湾区凭借华为、比亚迪等标杆企业，在数字经济与先进制造业领域占据 20% 的份额；台湾地区则以台积电为代表的半导体企业，为大陆同行提供了宝贵经验。

科技板块的品牌数与价值双增，印证了智能经济与传统行业的深度融合。比亚迪引领的电动车革命正在重塑全球汽车产业格局，而南方电网等能源企业通过绿色转型首次跻身全球 500 强，标志着中国在可持续发展领域的突破。与此同时，保险、银行业的分化态势提醒我们：唯有主动拥抱变革，才能避免被时代淘汰。

品牌是时间的朋友，需长期投入与科学管理。当前中国品牌价值仅占全球15%，与美国差距显著。许多企业家仍将品牌等同于广告与舆情管控，却忽视了量化管理的重要性。国际通用的 ISO 标准提出，品牌强度应聚焦“认知”与“表现”双维度——前者是市场如何看待你，后者是你如何将这种认知转化为利润。唯有将软实力、品牌资产与智能经济视为“黄金三角”，才能在历史性机遇中实现跨越。

品牌如同宇宙中的暗物质，虽不可见，却决定秩序与方向。智能经济时代，唯有敬畏无形力量，用科学手段量化管理品牌资产，才能实现可持续增长。期待中国品牌以软实力为帆，在智能经济的浪潮中驶向全球！

曹虎：溢出-出海营销战略新思维

在2025粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，科特勒咨询集团全球合伙人、中国区总裁曹虎在主题演讲《溢出—出海营销战略新思维》中探讨了全球供应链短链化、多链化与生态化重构下，中国企业正以“成本、政策、汇率、竞争力溢出”四大动力开启出海新机遇。他指出需依托中国制造优势，聚焦智能电器等高潜力赛道，通过本地化创新与跨文化叙事打造全球品牌，并借数智化能力重塑营销与供应链体系，抓住AI时代“1%创造者引领、9%共创者赋能、90%消费者共振”的分工趋势。

大会上，曹虎在主题为《溢出—出海营销战略新思维》的演讲中，探讨了全球供应链短链化、多链化与生态化重构下，中国企业正以“成本、政策、汇率、竞争力溢出”四大动力开启出海新机遇。他指出需依托中国制造优势，聚焦智能电器等高潜力赛道，通过本地化创新与跨文化叙事打造全球品牌，并借数智化能力重塑营销与供应链体系，抓住 AI 时代“1% 创造者引领、9% 共创者赋能、90% 消费者共振”的分工趋势。

当前全球化正经历深刻转型，从撒切尔－里根时代的效率优先全球化，转向以区域贸易协定为基础的“马赛克化”新形态。国际供应链的短链化、生态化创新以及安全韧性成为核心议题。中国企业需适应这一趋势，通过出口、内需与出海的“三轮驱动”，构建可持续增长格局。出口依托传统成本优势，内需夯实本土市场，而真正的突破在于出海——从单纯贸易转向扎根海外市场的深度运营，最终迈向全球品牌的塑造。

中国企业的出海历程可分为四个阶段：从早期以低成本制造为核心的出口贸易，到建立海外分销网络直接触达客户，再到本土化运营中深度参与当地生态创新，最终目标是成为全球品牌，实现资源协同与文化引领。这一过程中，价值主张不断升级。多数企业仍依赖极致低价策略，但长期内卷会导致行业利润萎缩；突围者通过洞察消费者需求，叠加功能、情感与社交价值，打造高性价比优势；少数标杆企业则更进一步，

以技术领先和价值观共鸣融入当地文化，成为不可替代的“Me Only”品牌，如新能源和户外家居领域的先行者。

历史规律表明，GDP 强国往往是全球品牌的摇篮。中国作为全球第二大经济体，正站在国际品牌爆发的前夜。未来五到十年，数千个国际品牌和数百个全球品牌将崭露头角。成功企业的特征是国内基本盘扎实——供应链管理与数字化能力突出，同时在海外构建“TBMPSS 能力”，即技术本地化、品牌塑造、市场传播、销售网络与售后服务的综合竞争力。小米、泡泡玛特等企业的市值增长正是这一能力的验证。战略层面，企业需围绕“4R+1P”体系系统布局：明确出海目标，选择适配模式，构建核心能力（Recognize 识别，Reach 触达，Relationship 建立关系，Return 回报），设定成效指标，并通过流程化（Process）将机会型出海升级为可预测的战略行动。企业家需把握不同时间维度的机遇——抓住 3-6 个月的行动窗口，洞察 12-24 个月的趋势周期，顺应 5-10 年的技术变革力量。人工智能等技术的应用将重塑产业格局，成为跳高式突破的关键杠杆。

历史规律表明，GDP强国往往是全球品牌的摇篮。中国作为全球第二大经济体，正站在国际品牌爆发的前夜。未来五到十年，数千个国际品牌和数百个全球品牌将崭露头角。成功企业的特征是国内基本盘扎实——供应链管理与数字化能力突出，同时在海外构建“TBMPSS能力”，即技术本地化、品牌塑造、市场传播、销售网络与售后服务的综合竞争力。

品牌本质是价值的承诺。中国企业出海不仅是商业扩张，更是文化对话。唯有扎根本地市场，尊重时代精神，才能从“中国制造”升华为全球认可的生活方式符号。正如科特勒所言，未来属于创造者与适应者。在巨变时代，中国企业需以敬畏之心拥抱趋势，以技术之力赋能增长，最终兑现对消费者与时代的承诺。

陈浩：从价值传播到价值观传播

在2025粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，陈浩围绕《从价值传播到价值观传播》为主题，解读了内卷时代下品牌变革的核心逻辑与路径。他指出，当前消费市场呈现高端化与性价比两极分化趋势，83%的新消费品牌定位高端或中高端，而埃森哲数据显示，86%高端品牌与61%经济品牌增速领先行业，中间市场增长乏力。品牌战略正从功能利益转向情感与自我表达价值。面对Z世代追求文化自信、国潮复兴及种草经济崛起，陈浩强调，品牌需从“产品属性”升级为“人文价值叙事”，通过绑定场景、传递生活方式与精神共鸣，在技术革命与消费主权觉醒的变局中，实现从理性价值到感性认同的质变跃迁。

陈浩先生在演讲中指出，当下品牌发展呈现出强者愈强、弱者分化的局面。数据显示，过去几年，高于行业平均增长速度的企业多集中在高端市场，增速超行业平均水平 5 倍的企业绝大多数也在高端领域。这意味着品牌的溢价和高端化已成为时代诉求。

回顾品牌发展历程，美国品牌打造历经品牌认知论、品牌形象论、品牌关系论等阶段，中国品牌发展节奏与之贴合，每十年都会出现显著变化。如今，品牌传播已经进入了一个新的阶段，即价值观传播阶段。在这个阶段，品牌需要关注的不仅仅是产品的功能利益，更要注重情感和自我表达利益，通过传递独特的价值观来与消费者建立更深层次的情感连接。

以软饮料行业为例，中国红牛长期聚焦功能诉求，虽有一定市场，但发展受限；奥地利红牛则推广“为你添翼”的人文精神，通过赞助 F1 及极限运动赛事，传播挑战极限的价值观，获得了广泛认可。可口可乐近 100 年不再宣传产品功能，而是绑定消费场景，宣扬欢乐畅饮的人文关怀，成功穿越了多个市场周期；农夫山泉也从强调产品特性转向传递人文价值，“什么样的水源孕育什么样的生命”，引发消费者情感共鸣，让消费者因为人文精神的契合而选择购买，实现了品牌势能的跃升。

汽车品牌中，沃尔沃曾经只宣传安全，销量下滑后开始转变传播内容，提出“不羁人生”；宝马宣扬运动精神，奔驰传播“英雄识英雄”的文化，都收获了忠诚用户。白酒行业亦是如此，茅台、五粮液等品牌从宣传功能、工艺，逐渐转向文化、价值观传播，像茅台的“七度美学”“玖章”，五粮液的“和美”，洋河的“中国梦”，都紧密结合时代精神，强化了品牌的文化内涵。

在当今时代，移动支付、新媒体、新零售、新能源等领域蓬勃发展，云计算、5G、物联网等技术不断崛起，这为品牌变革带来了诸多机遇的同时也带来了挑战。消费群体和消费习惯发生了巨大变化。90 后、00 后新消费主义盛行，他们文化自信和民族认同感增强，小众长尾市场因他们而兴起，种草经济也随之火爆。这使得品牌必须重新思考传播策略。与此同时，70 后、80 后消费主权觉醒，更加追求自我价值实现和文化认同；50 后、60 后开启新养老时代，也对品牌提出了更高的要求。

在消费习惯方面，过去计划性消费为主流，人们会提前规划购物内容和时间。如今，非计划性、冲动型消费成为趋势，直播产业的爆发就是最好的证明，消费者的购买行为更多地被场景、媒介和内容所驱动。

媒体传播环境也发生了深刻变革。曾经的大传播时代已经结束，社交媒体迅速崛起。在这个信息爆炸的时代，消费者不再满足于被动接收信息，而是更倾向于在社交媒体上寻找与自己兴趣相投、想法一致的人，形成一个个兴趣群体。

在这样的大环境下，传统价值传播方式聚焦理性利益和产品功能，已无法满足消费者的需求。品牌要想在激烈的市场竞争中脱颖而出，就需要向价值观传播转型。这种传播方式不仅要有理性基础，涵盖产品的基本功能，还要兼顾非理性因素，比如能给消费者带来情绪价值、文化认同等。品牌只有深入了解不同消费群体的特点和需求，从商品、场景、人群等多个层面出发，进行全方位的价值观传播，才能真正抓住消费者的心，实现长远发展。

从耐克和安踏的发展历程中，我们能清晰看到价值观传播的力量。耐克早期宣传技术，业绩不及阿迪达斯，推出“just do it”，宣扬运动精神和美国梦想后，实现全球飞跃；安踏从强调产品质量，到宣传“keep moving 永不止步”的精神，成功超越国际品牌，成为中国体育用品霸主。

这一系列变化的本质是人的需求升级。随着物质生活的极大满足，消费者依据马斯洛需求层次理论，从基本安全需求向社交、尊重、自我实现等需求转变。品牌传播必须顺应这一趋势，从商品视角转向人的视角，满足消费者的情感认同和文化价值观认同。

陈浩先生在演讲最后强调，品牌变革的核心原因在于社会发展和人的需求层次的不断提高。因此，企业要适应时代的变化，就必须从价值传播向价值观传播转变，把品牌从“产品属性”升级为“人文价值叙事”，针对细分人群，打造具有独特文化内涵和社会价值的品牌。只有这样，品牌才能在未来的市场竞争中立于不败之地，实现从低端到高端、从国内到国际的跨越发展。

万和制药：
敢为中国制造正名，敢为中国创造立信

万和制药自创立以来，建立了完善的研发、生产、市场营销及药物警戒体系，截止目前，万和产品已经遍布中国并出口“一带一路”的东南亚及东欧等8个国家。历经30多年的积累与沉淀，我们始终坚守“万和大厦高几许，瘟神不扰人间”的初衷，以期为中国和世界人民的健康福祉做出我们应有的贡献！

深圳万和制药有限公司创建于 1992 年，作为国家级高新技术企业，万和以国内领先的和安产品起家，从“敢为中国制造正名”的品质保证战略出发，三十年专注消化领域产品的研发与生产，十年前战略定位肠道微生态，走向“敢为中国创造立信”的研发创新之路。

万和制药自创立以来，建立了完善的研发、生产、市场营销及药物警戒体系，截止目前，万和产品已经遍布中国并出口“一带一路”的东南亚及东欧等 8 个国家。历经 30 多年的积累与沉淀，我们始终坚守“万和大厦高几许，瘟神不扰人间”的初衷，以期为中国和世界人民的健康福祉做出我们应有的贡献！

万和制药的奠基产品和安，复方氨基酸胶囊（8-11），国内首创缓释微丸复方氨基酸制剂，含 8 种必需氨基酸和 11 种维生素，是改善免疫力的口服氨基酸制剂第一品牌。和安复方氨基酸胶囊（8-11）上市至今已超过 30 年，得到市场消费者广泛认可。

企业发展至今，深知品牌对企业的重要性，为提升和安在市场竞争力、消费者信任、优质产品普及及保障企业可持续发展，万和制药因此赋予了和安独特的品牌使命。

和安凭借其独特的制造工艺及历史“履历”，也不负公司的期许，正一步步迈向知名品牌之路。

技术创新，填补氨基酸口服制剂市场空缺

从 1992 年以来，国内市场几乎没

有氨基酸口服胶囊制剂的产品，万和制药成功引进的微丸生产技术不仅填补了我国制剂的一项空白，也成为万和制药的起家产品。面对大健康补益类市场，和安复方氨基酸胶囊（8-11）一直走在前列，和安 1992 年在国内上市以来，至今已超过 30 余年，得到市场与消费者广泛认可。和安也旨在持续为国民氨基酸营养补充提供优质的产品，以致力于为中国和世界人民的健康福祉做出万和制药应有的贡献。

成熟的管理机制，实现质量管控从“符合性”向“卓越性”跃迁

万和制药自创立以来，依托明星产品和安复方氨基酸胶囊（8-11）建立了完善的研发、生产、市场营销及药物警戒体系。管理体系高度监管，在企业管理体系基础上叠加 GMP（药品生产质量管理规范）、GSP（药品经营质量管理规范）等专业要求，形成〞质量 + 合规 + 数据〞三位一体的严控框架。截止目前，和安已经遍布中国并出口“一带一路”的东南亚及东欧等 8 个国家。

服务模式不断升级，从“产品驱动”向“品牌驱动”的转型

学术推广模式：通过医学会议、科室会传递产品临床价值，并坚决执行合规要求。

代理分销模式：通过代理商合规审计，实现产品流向数据实时监控，覆盖线下基层市场。

互联网模式：依托互联网技术，实现 B2C 模式直接触达消费者，入驻京东健康、阿里健康等平台，和安为广大民众提供氨基酸营养补益产品及用药指导等，造福更多国人。

“药”有所及，爱无边界，和安积极践行社会公益援助

和安 30 多年始终将社会责任扛在肩上，积极践行抗疫救灾等公益援助，受到广大消费者和医疗工作者的好评。2020 年向光明区总商会捐赠价值百万余元的“和安 ® 复方氨基酸胶囊”，用于提升一线医护人员免疫力；2022 年再次捐赠药品，定向支持深圳流调医护人员。在国际救援方面，2025 年缅甸 7.9 级地震后，紧急协调调运 2000 余盒“和安 ®”至灾区，助力术后康复与灾后卫生重建，彰显中国药企全球人道主义精神。

品牌战略决定销售变革，渠道变革，更是从“产品驱动”向“品牌驱动”的转型。未来，和安将与万和制药其他大健康产品形成生态协同，也将成为未来企业长期的核心竞争力。

2025年度中国品牌价值500强榜单在深圳发布 品牌总价值突破2万亿美元

作为全球领先的国际品牌价值评估机构，Brand Finance每年会对全球数千个知名品牌进行评估，并在每年初的世界经济论坛期间年会上发布新一年的“全球品牌价值500强报告”，在国际上具高度权威性。今年，粤港澳大湾区共有109个品牌上榜，深圳入榜的34个品牌中有17个“深圳知名品牌”和13个“国际信誉品牌”。榜单前十的深圳品牌有腾讯、中国平安。

5月9日下午举行的第九届“深圳（湾区）国际品牌周”主场活动——2025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年会上发布全球品牌价值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“2025中国品牌价值500强”中英文榜单。

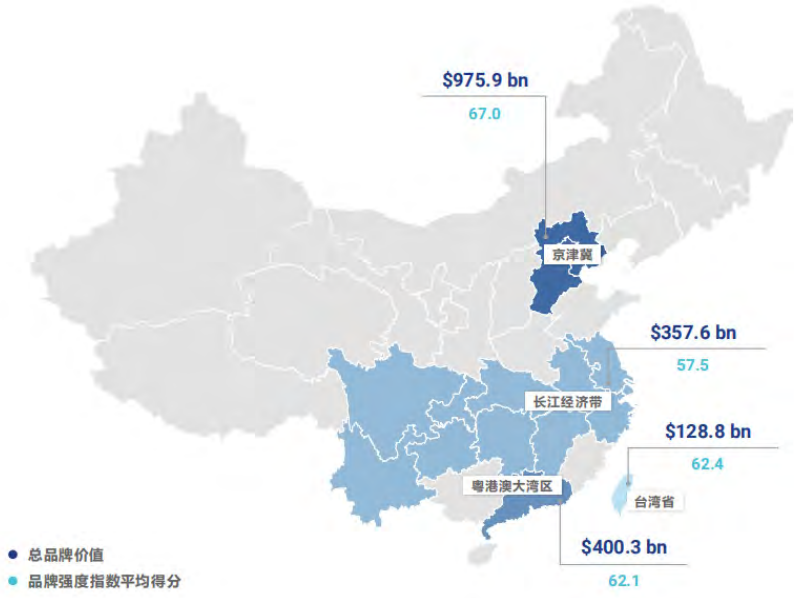
作为全球领先的国际品牌价值评估机构，Brand Finance每年会对全球数千个知名品牌进行评估，并在每年初的世界经济论坛期间年会上发布新一年的“全球品牌价值500强报告”，在国际上具高度权威性。

今年，粤港澳大湾区共有109个品牌上榜，深圳入榜的34个品牌中有17个“深圳知名品牌”和13个“国际信誉品牌”。榜单前十的深圳品牌有腾讯、中国平安。

报告显示，中国500强品牌总价值同比增长3%，达到2万亿美元，展现出中国品牌在全球竞争中的强劲韧性与创新活力。

头部品牌领跑，科技与能源企业表现亮眼

短视频平台抖音以1058亿美元的品牌价值连续两年蝉联榜首，同比增长26%，其全球化布局与内容生态创新持续释放商业潜力。国家电网凭借绿色转型与数字化升级战略，品牌价值跃升20%至856亿美元，首次超越中国工商银行(791亿美元)跻身第二。工商银行、建设银行、农业银行等国有大行稳居前



十，其中中国银行以 26.5% 的增速成为银行业增长最快品牌。

腾讯品牌价值增长 22%，达到 440 亿美元，今年排名第九，继续保持中国科技行业的领先品牌。其品牌强度得分为 83.5，反映了其在金融科技、企业服务、游戏和人工智能驱动广告等领域的创新推动下的用户信任度。

微信以 95.2 分位列第 3。根据 2024 年底的数据，其视频号日活跃用户接近 6 亿，小程序 GMV 同比增长 192%，进一步彰显了其商业化潜力的持续释放。

科技领域，华为（319 亿美元）、台积电（342 亿美元）等企业在半导体与电子行业持续领跑，台积电品牌价值飙升 37%。新能源汽车品牌比亚迪（140 亿美元）以 16% 的增速领跑汽车板块，彰显中国在绿色出行领域的全球竞争力。

区域经济协同
京津冀与大湾区贡献超六成价值

从区域分布看，京津冀地区以 9759 亿美元的品牌价值位居榜首，占全国总价值的 49%，银行业、工程与媒体文化行业为其核心驱动力。

粤港澳大湾区在数字经济与先进制造领域持续发力，其总品牌价值高达 4003 亿美元，占中国 500 强品牌价值总额的 20%。其中，大湾区凭借媒体文化（总品牌价值 877 亿美元）、保险（总品牌价值 684 亿美元）以及电子（总品牌价值 653 亿美元）等行业的卓越表现，展现出强大的经济活力与品牌竞争力。此外，大湾区还孕育了众多优秀品牌，主要集中在电子（16 个品牌），房地产（15 个品牌）和银行（11 个品牌）等行业。

长江经济带则以烈酒产业为特色，11 个烈酒品牌贡献 1051 亿美元价值，茅台（584 亿美元）稳居中国烈酒品牌之首。

行业分化显著：
科技、航空高速增长，地产、服饰承压

科技、航空与软饮料成为增长最快行业。科技行业新增 2 个品牌，总价值激增 279%；航空业品牌价值增长 40%，中国南航以 47.9% 的增速成为行业标杆。服饰行业则面临挑战，上榜品牌减少 3 个，总价值普遍下滑，周大福（42 亿美元）仍以黄金珠宝的文化认同稳居行业第一。房地产行业受库存压力与需求低迷影响，总价值下降 34%，万达集团逆势增长 12%，凭借商业地产模式实现突围。

可持续发展成品牌价值新引擎

国家电网以绿色创新引领行业，推出国内首款无六氟化硫高压断路器，助力“双碳”目标。比亚迪、宁德时代等企业在低碳技术研发中表现突出，推动中国品牌在全球 ESG 领域影响力提升。

品·聚未来——品牌领袖之夜：推动品牌建设，提升深圳品牌形象和影响力

5 月 9 日，第九届深圳（湾区）国际品牌周——品 • 聚未来　品牌领袖之夜于深圳广电金融中心港新荟盛大开启。主办“品•聚未来　品牌领袖之夜”，旨在为企业家、企业品牌工作负责人、品牌专家搭建一个轻松的交流平台。也是跨越行业的边界，围绕品牌与创新、责任与未来开展的一场思想交流盛宴。

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，省政府资深参事、深圳工业总会创办人、深圳（湾区）国际品牌周组织委员会总召集人王肇文，香港经济智库主席、中国国家行政学院（香港）工商专业同学会主席石柱，凤凰网深圳 CEO、凤凰网深圳视频首席内容官宋革，市先进制造类行业协会联合党委第一书记林千杰，市政协经济委原专职副主任庄志勇，市清水河科创智慧片区党委第一书记孙维德，深圳工业总会主席团主席、深圳明昇产业投资集团总裁骆睿，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，Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登，科特勒咨询集团全球合伙人、大中华及新加坡 CEO 曹虎，以及多位资深品牌专家、知名品牌企业领导和媒体朋友出席，共同推动品牌建设，提升深圳品牌形象和影响力。

专家演讲，品牌智慧火花四溅

中国十大品牌策划人、工业总会品牌建设高级顾问、超级品牌顾问公司创始人吴子剑在其《大变局之下的品牌管理》的主题演讲中，以全球地缘冲突、AI 技术革命及经济格局重构为背景，提出品牌进化是应对竞争的核心路径。他剖析了 VUCA（易变、不确定、复杂、模糊）到 BANI（脆弱、焦虑、非线性、不可知）的时代转变，指出品牌面临 K 型分化与图钉型结构的行业集中趋势，

头部超级品牌凭借技术驱动、生态位跃迁及动态平衡策略占据市场主导地位。

他强调品牌管理需系统化，通过双元驱动模型（环境与竞争驱动）和四维创新路径（探索式与渐进式），结合品牌手册与绩效评估，实现从需求满足到预判的进化，最终以“品牌向善”将商业价值升维为社会价值，呼应复利效应下品牌作为长期最佳投资的本质。

深圳工业总会副会长、品牌营销战略定位专家、大品牌战略体系研发者、大道恒美品牌管理创办人朱美乐分享了《企业如何在 AI 时代实现品牌影响力构建》演讲主题，以“大品牌战略体系”与“五星战略模型”为核心，主张品牌需深度融合政策、产业、文化及数字技术。

她指出 AI 重构了用户决策路径(人机交互共生)、内容生产逻辑（人机共创提效）及流量生态（公私域联动形成自生长星系），企业需构建结构化知识库以适配 AI 搜索生态，并培养兼具数据思维与创意能力的“内容产品经理 + 传播工程师”复合人才。通过服务百亿企业、地方政府及设计产业的案例，阐释了品牌作为战略中枢如何驱动商业增长与城市经济文化迭变，强调认知力、文化力与审美力是 AI 时代品牌突围的关键，最终以“长期共生”理念实现品牌资产化与全球化影响力。

自由交流，灵感碰撞的火花

在轻松愉快的企业自由交流环节，现场仿佛变成了一场品牌创意的“市集”。企业家分享着各自的实战经验与未来畅想，这场流动的创意盛宴中，品牌不再只是 PPT 上的战略名词，而是化作企业家手中传递的魔方，每一次翻转都拼出商业价值与社会温度交织的新可能。

5月9日，第九届深圳（湾区）国际品牌周——品・聚未来　品牌领袖之夜于深圳广电金融中心港新荟盛大开启。主办“品・聚未来　品牌领袖之夜”，旨在为企业家、企业品牌工作负责人、品牌专家搭建一个轻松的交流平台。也是跨越行业的边界，围绕品牌与创新、责任与未来开展的一场思想交流盛宴。

首席访谈：
乘风·首席影响力沙龙，探索品牌发展新路径

5 月 18 日，“第九届深圳（湾区）国际品牌周”暨首席影响力沙龙在前海深港青年梦工场圆满落幕。活动由深圳工业总会指导，《首席访谈》联合博研哲学商学院、创维商学、前海深港青年梦工场、盛港文创、柔与韧商业咨询、深圳市企业品牌建设促进会共同打造。以“企业家 IP 突围”与“企业品牌流量破局”为核心议题，汇聚了众多知名企业家、行业领袖及专家，共同探讨品牌力量如何助力企业破局，实现品牌价值的飞跃。

本次首席影响力沙龙由博研哲学商学院深圳分院院长毛瑾萱担任主持人，现场气氛热烈，亮点纷呈。

深圳工业总会执行会长吴丽在开场致辞中表示，本次活动既是对湾区品牌力量的致敬，更是对中国品牌未来发展的深度思考。她提到，品牌建设是一场马拉松，而非短跑冲刺，需要坚守品质的匠心，更需要拥抱变革的勇气，而中国品牌完全有能力、有底气站在世界舞台的中央。

《首席访谈》创始人、“首席朋友圈”发起人许泮传在致辞中回顾了创办《首席访谈》的初衷——让企业家内心深处的善意被投资人、被合作伙伴、被员工、被时代看见。

《首席访谈》自推出以来，吸引了 600 万高学历、高职位、高收入的粉丝关注。此次沙龙也是“首席朋友圈”的一次线下聚会，作为一个全新的企业家社群，“首席朋友圈”致力于为投资人、企业家、超级个体搭建一个互相信任、价值共享的交流平台。

以“首席名片、首席参访、首席读书会、首席资本加速营”等高品质的内容和活动为链接，“首席朋友圈”聚集了各大商会、行业协会、校友会会长等意见领袖，以及长江商学院、中欧商学院、清华大学、北京大学、复旦大学、上海交通大学等知名商学院的校友。

“改变世界的力量源自于内在的能量，而改变品牌的力量源自于品牌创始人从初心到建立品牌、经营品牌的决心

以及全力以赴的付出。”百果园集团总裁徐艳林以《相信品牌的力量》为主题，结合百果园为例，讲述了品牌如何通过品质匠心和持续创新，赢得消费者的信赖和喜爱。她认为，面对未来，塑造品牌是唯一的出路，企业强则品牌强，品牌强则国家强。

圆桌对话环节更是将活动推向了高潮。在“首席‘她说’圆桌对话”中，赢家服饰创始人陈灵梅、伊登软件董事长丁新云、诗碧曼集团董事长朱建霞、爱因斯坦教育创始人周颖，围绕女性在商业领域的独特优势和挑战，展开了深入而真挚的交流。她们的分享不仅展现了女性领导者的智慧与魅力，更为现场观众带来了深刻的思考。

作为创维集团创始人黄宏生千万级流量矩阵背后的操盘手，创维商学执行院长郭婷揭秘了“现象级创始人 IP”背后的流量密码，为在场的企业家们提供了宝贵的启示。

在“首席‘焕新’圆桌对话”中，国瓷永丰源董事长刘权辉、陶陶居董事长尹江波、歌力思男装总经理邓学军、拾位数字科技总经理黄桂林，就“传统产业如何焕发新生”进行了激烈的思维碰撞。他们的对话不仅揭示了行业发展的新趋势，更为企业提供了转型升级的新思路。

“其实我们不是在商业上遇到了挑战，而是我们的思想几乎枯竭，如果我们能够用文化和历史智慧来丰富我们的思想，未来的市场应该仍然拥有无限的空间。”博研哲学商学院院长徐晓良以“品牌哲思”为主题，结合英伟达、苹果、星巴克、喜茶等例子，从哲学的深邃视角，解读了品牌背后的文化内涵和精神价值，为在场的企业家们提供了一场思想盛宴，打通了商业的“任督二脉”。

松禾资本创始合伙人、深圳市登山户外运动协会会长厉伟在《在各自的峰顶相逢》精彩分享中提到，每个人心中都有一座珠峰，三百六十行里每一行同样也有自己的珠峰，无论身处哪个领域，攀登的意义从来不是征服峰顶，而是在过程中不断超越自我。

活动现场，《首席访谈》创始人许浒传与珠峰登顶者、深圳市登山户外运动协会会长、松禾资本创始合伙人厉伟共同签署了合作协议，双方将在 2025 年“不止于攀登”活动中展开深度合作，共同将攀登精神从雪山之巅延伸至经济高质量发展的广阔疆域。

延续往年的主题，2025 年“不止于攀登”将首次打破珠峰登顶者“山友圈”限制，不仅邀请万科创始人王石、华大集团创始人汪建、松禾资本创始合伙人厉伟、登山家夏伯渝等珠穆朗玛峰登顶者，更将邀请科学、企业、艺术、公益等多领域杰出代表，讲述他们“登顶本领域珠峰”的故事，共同诠释“登顶”的多元意义。

本次“乘风 • 深圳（湾区）国际品牌周暨首席影响力沙龙”不仅为中国品牌提供了一个展示自我、交流思想的平台，更推动了行业创新和跨界合作，探索了品牌发展的新路径。未来，期待更多这样的活动能够举办，共同推动中国品牌走向世界舞台的中央。

品牌之旅：走进华进知识产权，探索出海防护指南

5 月 15 日下午，由深圳工业总会主办，华进知识产权承办、中国人保协办的第九届深圳（湾区）国际品牌周品牌之旅活动——“企业品牌出海与全球化风险控制”交流会成功举行。本次活动聚焦中国企业全球化进程中的知识产权保护与风险管控，邀请行业专家、企业高管共话出海新挑战，为会员企业提供“商标 + 专利 + 风控”全链条策略指引。

本次活动吸引了万和制药、中成空间、前海世贸、亿铖达、汉王友基、华声医疗、盈德精密、华星恒泰、九洲电器、三旺通信、星卡科技、稳达时钟表、亚辉龙等 20 余家会员企业董事长、总经理及高管共同参与这场“出海防护指南”的深度交流。

本次活动由深圳工业总会执行会长、主席团执行主席吴丽及秘书长王奕苹出席，华进合伙人邓云鹏发表致辞，工总执行副秘书长罗琪琳主持。

交流会上，华进合伙人邓云鹏表示，知识产权是企业全球化盈利的重要保障。华进多年来注重海外合作，近期接待德、巴等国事务所并赴美参加 INTA 年会，已构建起广泛的海外服务网络，华进希望通过专业资源为深圳工业总会会员企业解答出海知识产权问题，助力应对全球化挑战。他表示期待活动为企业带来收获，愿与会员企业携手把握全球化新机遇。

华进涉外商标资深讲师刘琴表示，全球化与地域性矛盾下，企业商标保护需兼顾“全球视野”与“本土坚守”。一方面，通过马德里体系、欧盟商标等国际注册框架实现高效布局，并监测高频抢注国；另一方面，需深度适配当地文化，避免因语言、宗教差异引发的纠纷。针对隐蔽性抢注，企业应建立“监

测—谈判—法律打击”的全流程响应机制，同时提前在目标市场完成全类检索与注册。从知名商标维权案可见，唯有“法律穿透”与“快速行动”结合，方能筑牢品牌护城河。

华进合伙人郑小粤律师表示，在全球化竞争日益激烈的背景下，中国企业亟需通过早期海外专利布局突破技术壁垒并抢占战略高地。专利合作条约（PCT）体系为向多国申请发明专利提供了便利，而海牙国际外观设计注册体系则简化了外观设计海外注册流程。然而，中国企业在早期海外专利布局意识、PCT 国家阶段转化率及应对各国法律差异方面仍需提升，需通过高质量海外专利组合、国际规则精准应用及风险合规管理，实现技术优势向全球竞争力的转化。

中国人保深圳分公司信用保险团队负责人李颖表示，全球化“下半场”中，地缘冲突、贸易壁垒与“黑天鹅”事件频发，品牌出海风险陡增。企业需从“产品出海”向“本土化运营”跃迁，构建全链条风控体系：初期通过信用保险筛选客户、保障现金流；供应链出海阶段投保一揽子险种覆盖信用、财产及人员风险；成熟期则需建立全球政治风险研究团队，结合董监高责任险、经营中断险等工具抵御极端事件。以 E 公司为例，其从代工到自主品牌的 20 年出海历程中，通过分阶段风控策略成功规避多轮危机，印证了“以稳为主、冗余应对”的长期主义价值。

在交流会上，比利时瓦龙大区外贸与外国投资总署深圳办事处首席代表江佩儒围绕“比利时瓦龙大区投资环境与合作机遇”进行专题介绍。比利时瓦隆大区凭借欧洲中心的地理位置、高性价比的不动产成本及激励性税收政策，成为企业进军欧洲市场的理想门户。此外，瓦龙大区具备顶尖的生物医药生态、覆盖全价值链的物流网络以及成熟的汽车电池产业集群，形成“创新－生产－出口”的闭环优势，能为会员企业提供欧洲市场的“本地化指南”。

本次“企业品牌出海与全球化风险控制”交流会聚焦中国企业国际化进程中的核心痛点，通过专家解读、案例分析和互动讨论，为参会企业提供了切实可行的知识产权保护方案。交流会不仅强化了企业对知识产权全链条保护的认识，更通过经验共享和资源对接，帮助企业在出海过程中建立更完善的风控体系。接下来，深圳工业总会将持续关注企业全球化发展需求，搭建更多专业交流平台，助力中国品牌在国际市场行稳致远。

盐田区：新能源 新动力，七里台新能源技术与产业发展论坛

5 月 17 日，第九届深圳（湾区）国际品牌周暨 2025 年中国品牌日盐田分会场特色品牌活动——第五届七里台新能源技术与产业发展论坛暨天大化工学科百年百场高峰论坛（新能源专场）在深圳拉开帷幕，为这个充满活力的城市增添了一抹科技与创新的亮色。自 2018 年在上海启航以来，七里台论坛如同一位坚定的行者，在新能源发展的道路上稳步前行了七年，始终秉持着搭建母校、校友与新能源产业沟通桥梁的初心。此次论坛由天津大学深圳校友会、上海校友会、天津校友会及化工行业校友会共同发起，200 多位来自天津大学校友、新能源领域专家和产业精英齐聚一堂，围绕新能源、低空经济、企业出海、零碳经济等热点议题，展开了一场思想的盛宴，共同为新能源产业的未来擘画蓝图。

天津大学校长柴立元，天津大学党委常委，常务副校长胡文平，天津大学校长助理、深圳学院直属党支部书记肖松山，盐田区委常委王贵喜等。天津大学深圳校友会会长张华农，上海校友会会长郑柏存，天津校友会会长刘毅，湖南校友会会长汪晓兵，香港校友会会长康文江，德国校友会副会长李铮，以及中南大学深圳校友会会长蔡国强等兄弟校友会领导专程赶赴深圳参加本次论坛。

论坛开幕式上，柴立元校长感谢社会各界长期以来对学校和化工学科发展的关心支持。他提到，2025 年是天津大

第五届七里台新能源技术与产业发展论坛

深圳市盐田区委常委王贵喜受李忠书记

天津大学校长柴立元

学建校 130 周年，也是天大化工学科新的百年起点，诚邀全球校友常回母校看看。天津大学立足新工科建设，推动新能源学科交叉融合。自 2017 年入选“双一流”建设学科后，天大化工学科保持 A+ 评级，稳居全球软科排名第二、国内第一，在多个领域取得重大突破，助力化工行业绿色转型。希望以此次论坛举办为契机，进一步推动校企合作和新能源学科建设，为“双碳”目标注入创新动力。

深圳市盐田区委常委王贵喜受李忠书记委托代表盐田区委区政府致辞，他表示低空经济潜力无限，盐田发展优势显著。盐田已集聚 30 余家相关企业，建成多个园区与基金，在低空应用领域成果丰硕。盐田将深入贯彻新质生产力论述，在低空经济多方面先行先试。诚邀各位校友来盐，共促发展，盐田区会全力提供优质服务！未来盐田将会与天津大学深化产学研合作，携手天大，盐田逐梦蓝天的底气越来越足、动力越来越强劲！

在论坛期间，柴立元校长专程赶赴盐田区，与区委书记李忠举行座谈。双方围绕低空经济领域的产学研合作展开深入交流，就深化校地协同、推动天津大学科研成果在盐田区转化落地等议题达成广泛共识，共同期待以更紧密的合作助力盐田区经济高质量发展。

5 月 18 日，论坛组委会组织 40 余位参会校友走进深圳盐田区低空融合飞行示范区，开展沉浸式产业考察。在赛宝低空通航实验室，校友们实地考察低空产业解决方案，重点观摩低空融合飞行场景管理系统实景演示，直观感受飞行器协同调度与空域管理能力。随后在鹞航智能飞行基地，校友代表亲身体验了亿航 216 eVTOL 飞行器试飞，零距离接触载人级自动驾驶飞行器技术突破。

七年沪深双城，七里台论坛一步一个脚印地扎根产业、拓展边界。从上海到深圳，从初心到使命，这不仅是一次知识的碰撞，更是一场天大人力量的汇聚。在“新能源 +”的时代背景下，七里台论坛已不仅仅是一场年度盛会，更是汇聚思想、启迪实践、承载校友情怀的重要平台。

七里台新能源论坛，将继续承载着天大人对未来的期许与追寻，怀揣着对创新的执着与热爱，一路前行，奔赴下一个高光时刻，为新能源产业的发展续写更加辉煌的篇章！

宝安区：AI赋能宝安企业高质量发展

拥抱AI，是企业竞争力提升的必经之路。通过产品+AI、研发+AI、供应链+AI、销售+AI、合同+AI、行政+AI，企业可以增强产品市场竞争力、加快产品迭代创新，并实现更加高效的缺陷检查修复、突发事件应急响应、销售场景训练、海量合同解析以及任务分解部署等。

5 月，由宝安区企业服务中心主办，华为深圳政企、上海伟仕佳杰科技有限公司、深证中小企业服务中心、深圳市金纳维科技有限公司协办的第九届深圳（湾区）国际品牌周暨 2025 年中国品牌日宝安分会场特色品牌活动“AI 赋能宝安企业高质量发展”顺利举办。首期邀请来自华为的 AI 专家开设专题讲座，辅导宝安企业家拥抱 AI 时代。

活动现场，华为云深圳解决方案专家翁老师以《脚踏实地，仰望星空》为题进行了主题分享。

“面对 AI，企业经营者普遍持两种态度：一种是既激动又焦虑，渴望快速拥抱 AI、使用 AI；另一种是持观望态度，认为 AI 时代并没有那么快的到来。”翁老师认为，拥抱 AI，是企业竞争力提升的必经之路。通过产品 +AI、研发 +AI、供应链 +AI、销售 +AI、合同 +AI、行政 +AI，企业可以增强产品市场竞争力、加快产品迭代创新，并实现更加高效的缺陷检查修复、突发事件应急响应、销售场景训练、海量合同解析以及任务分解部署等。

“随着各行业 +AI 的场景渗透率不断提高，最终我们将实现全场景智能。”翁老师总结道，并提出了“三层五阶八步”的企业“AI 落地法”，建议各位企业家在推动企业落地 AI 方面，要“从简单到复杂，从通用场景到生产场景，小步快跑，不断迭代。”

随后登场的华为云深圳解决方案专家李老师，分享了华为云基于 deepseek 的 AI 解决方案。

在随后的交流环节，与会企业家们踊跃提问。

“有没有一个通用的模板系统，既方便我们反馈企业的运营痛点与 AI 需求，又能让我们快速部署和使用相关 AI 工具来解决问题？”、“在医疗器械出口注册方面，AI 能做什么？”“企业做大模型本地化部署，应该如何搭建私有数据库？”……企业家们的提问一个接一个，与会专家逐一回应。已有超 5 家企业有意向跟华为开展进一步交流合作。

宝安区企业服务中心有关负责人表示，组织该系列活动，主要是为宝安企业家搭建平台，让大家接触 AI 领域的前沿技术，同时相互学习、相互启发，共同探讨 AI 在各行业的应用场景和发展方向。

宝安区：商业秘密护航与知识产权赋能

此次主题沙龙不仅解答了企业在商业秘密保护与知识产权布局中的困惑，也是宝安区推动知识产权与品牌建设深度融合的又一实践。接下来，宝安区企业服务中心将持续举办此类专题活动，通过政府引导、企业参与、生态协同的多元联动，搭建资源对接平台，护航宝安企业在创新浪潮中行稳致远，为“中国制造”向“中国智造”转型贡献企服力量。

5 月 9 日下午，第九届深圳（湾区）国际品牌周暨 2025 年中国品牌日 • 深圳地方特色活动——宝安分会场之“商业秘密护航与知识产权赋能”主题沙龙，在宝安区金融超市路演室成功举办！

活动由深圳市市场监督管理局、宝安区企业服务中心联合主办，宝安区金融超市、宝安区金融协会、世纪恒程知识产权代理事务所承办，广东泰兆律师事务所协办，邮储银行深圳宝安支行提供支持。活动汇聚了来自政府部门、企业、金融机构、知识产权服务机构等领域近 40 名代表，共同探讨商业秘密保护与知识产权赋能企业高质量发展的实践路径。

深圳市市场监督管理局公平竞争监管处相关负责人在致辞中表示，宝安区此次举办的主题沙龙，精准契合了当前企业创新发展的核心需求，不仅帮助企业构建知识产权战略思维，更通过案例解析、政策解读等环节，为破解商业秘密保护难题提供了切实可行的解决方案。

宝安区企业服务中心相关负责人在致辞中表示，面对全球产业链竞争加剧，商业秘密保护与知识产权管理已成为企业突围的关键。此次活动旨在通过政策解读、案例分享与资源对接，助力企业从“专精特新”迈向“单项冠军”，为区域经济高质量发展注入新动能。

活动宣讲环节，专家以《商业秘密保护理论宣贯及案例讲解项目》为题展开分享，探讨了企业商业秘密保护的重要性，并解析商业秘密的法律定义、保护策略及法律保护体系。在实战策略方面，专家以多个实际案例为例，提出了明确商业秘密内容、侵权后及时救济、做好保密措施、明确责任分配等要点，帮助企业构建起全方位、多层次的商业秘密保护网。企业商业秘密保护在线“体检”服务，企业可在 6 月正式发布前优先体验。该服务可免费评估企业商业秘密保护现状，帮助企业及时发现潜在风险，提前布局防护策略。

此外，邮储银行深圳宝安支行代表针对科创企业融资难问题，带来该行专属知识产权质押融资方案，帮助企业进一步降低创新成本，加速“知产”向“资产”转化。

活动最后，专家以《从“专精特新”到“单项冠军”：品牌战略引领企业知识产权跃升之路》为题，详细解析了“专精特新”梯度培育政策体系，以及从“创新型中小企业”到“单项冠军”企业的培育路径与政策扶持；探讨知识产权与品牌战略的跃升布局，包括专利布局、品牌认证等关键策略。同时分析了最新政策趋势，特别是国家推动专利转化运用的政策机遇，以及数据知识产权保护试点对数字化企业的机遇与挑战，助力企业实现技术价值与品牌价值的双重跃升。

在交流互动环节中，参会企业代表与专家就数据产权保护、专利布局策略等热点问题展开深入探讨。他们表示，此次活动不仅提升了自己对商业秘密保护的战略认知，更提供了从政策到实操的“一站式”解决方案，为企业后续发展提供了清晰指引。

此次主题沙龙不仅解答了企业在商业秘密保护与知识产权布局中的困惑，也是宝安区推动知识产权与品牌建设深度融合的又一实践。接下来，宝安区企业服务中心将持续举办此类专题活动，通过政府引导、企业参与、生态协同的多元联动，搭建资源对接平台，护航宝安企业在创新浪潮中行稳致远，为“中国制造”向“中国智造”转型贡献企服力量。

龙华区：AI赋能企业高质量发展

本次座谈交流会由深圳市龙华区福城街道办事处与龙华（华为）工业软件云工程应用创新中心联合主办，旨在推动AI技术与制造业深度融合、共同探讨企业工业软件当前面临的机遇与挑战，助力福城街道制造业企业实现高质量发展。

5 月，第九届深圳（湾区）国际品牌周暨 2025 年中国品牌日龙华区分会场特色品牌活动——“福城街道制造业企业走进华为——AI 赋能企业高质量发展”座谈交流会在华为松山湖成功举办。此次活动由深圳市龙华区福城街道办事处与龙华（华为）工业软件云工程应用创新中心联合主办，旨在推动 AI 技术与制造业深度融合、共同探讨企业工业软件当前面临的机遇与挑战，助力福城街道制造业企业实现高质量发展。

本次活动由区工业和信息化局牵头，会同福城街道经济发展办公室，组织近 20 家街道辖内制造业企业高管代表莅临现场参与。

活动伊始，全体嘉宾一同参观了华为松山湖园区，亲身感受了华为在科技创新与生态建设中的魅力，进一步加深了对华为创新理念的了解。

福城街道党工委委员罗立群发表开场致辞，她强调：AI 技术以及工业软件的升级改造对制造业转型升级具有重要意义，福城街道与龙华（华为）工业软件云工程应用创新中心组织此次活动，旨在深化 AI 夜校建设成果，推动 AI 赋能高质量发展，助力辖区企业数字化转型。华为作为民族企业，一直致力于攻克技术难题，拥有强大的研发技术底座，街道将持续为辖区企业与华为公司搭建沟通合作的桥梁，推动双方在技术、产业链等方面展开合作，实现“优势互补、互利共赢”。

龙华（华为）工业软件云工程应用创新中心 CTO 在会上深入解读了工业软件的最新趋势、关键技术以及政策导向，为企业发展提供了新思路和方向 。

华为云人工智能专家则围绕 AI 赋能企业数智化应用实践展开分享。他通过展示 AI 在企业数智化转型中的实际应用案例，详细阐述了 AI 技术如何帮助企业提高生产效率、优化管理流程、创新产品服务。这些精彩的案例分享，让在场企业代表们对 AI 的广阔应用前景有了更直观的认识。

在深度对话环节，与会者围绕工业软件的使用现状和挑战、更新需求难等相关问题展开了热烈讨论。企业代表们积极发言，分享了各自在实际运营中遇到的问题和需求，共同探讨解决方案。现场气氛热烈，思维碰撞出智慧的火花。

此次座谈交流会为福城街道制造业企业与华为云搭建了良好的沟通合作平台，也为后续的合作与发展奠定了坚实基础，未来，福城街道办事处和龙华（华为）工业软件云工程应用创新中心将携手推动区域制造业的高质量发展。

坪山区：“链上坪山”之“金融赋能助民企

坪山区委统战部（区工商联）、区工信局联合举办第九届深圳（湾区）国际品牌周坪山分会场——“链上坪山”之“金融赋能助民企 同心聚力创未来”2025年银企对接会，通过搭建银企对接服务平台，帮助民营企业解决融资难融资贵等问题，助推坪山民营经济高质量发展。

金融聚力、银企同行，这次将擦出怎样的火花？坪山区委统战部（区工商联）、区工信局联合举办第九届深圳（湾区）国际品牌周坪山分会场——“链上坪山”之“金融赋能助民企 同心聚力创未来”2025 年银企对接会，通过搭建银企对接服务平台，帮助民营企业解决融资难融资贵等问题，助推坪山民营经济高质量发展。

搭平台、优服务 发布创新融资产品

5 月 20 日，《中华人民共和国民营经济促进法》正式实施，首次以立法形式明确民营经济的法律主体地位，并从公平竞争、权益保护到融资支持提出全方位护航、系统性支持。本次银企对接会上，坪山区工商联与上海银行坪山支行携手推出创新融资产品“玉兰企业家——坪商贷”，既是落实民营经济促进法的工作部署，也是深化区工商联与金融机构合作的创新举措。

“坪商贷为企业送来了‘及时雨’，解了企业发展燃眉之急。”与会民营经济代表人士纷纷表示，融资难、融资贵等问题一直是制约民营企业发展的瓶颈，有了专属融资产品的支持，又可以大展拳脚、撸起袖子加油干了。

相关负责人表示，希望通过此次活动，能够有效推动信贷资金支持与企业发展的高效对接，助力解决民企“融资难”“融资贵”问题，为促进坪山区经济发展贡献更多力量。

银企“面对面” 聚焦需求畅通渠道

精准服务园区企业“园区 e 贷”；面向科创企业提供授信额度“科创贷”；支持商品房、商业用房抵押，实现灵活还款“抵押贷款”；证券机构提供资源对接、创新孵化等特色服务，助力中小企业实现资本化转型……

活动中，辖区金融机构代表分别介绍了各自的特色金融产品和服务，并表示将结合民营企业发展实际，以“一企一策”模式，为民营企业提供更多个性化的上门服务，为坪山区经济健康发展贡献更大的金融力量。

民营经济代表人士纷纷表示，这场银企对接会办得好、办得实，金融机构聚焦企业发展需求推出特色产品和服务，进一步激发了企业发展活力。

以“链”为媒 助企纾困释放活力

2025 年坪山区政府工作报告提出，要聚力培育发展新质生产力，加快打造符合高质量发展要求的现代化产业体系。民营企业的生产能力、服务能力、创新能力等，是推动产业升级、建设现代化产业体系的关键因素。

德勤咨询（广州）有限公司全球贸易与海关高级经理王康志作《如何面对日益复杂的全球关税环境》主题分享，并就企业如何应对当前全球经贸格局加速重构、关税政策复杂多变、供应链风险叠加等挑战，与民营经济代表人士进行了探讨。

今年以来，坪山区持续开展“链上坪山”活动，从纵、横两个方向拓展产业链，实现强链补链工作。纵向夯实产业链，加强对区内优质中小微企业的链接和服务，提升产业链的完整性和稳定性；横向扩大合作范围，组织区内企业与区外、市外企业的对接，提升区内产业链的竞争力和影响力，为坪山加快打造现代化产业体系注入了强劲动力。

光明区：超高清视频显示产业创新链党委进企业暨供需对接会

活动由深圳市光明区工业和信息化局、中共深圳市超高清视频显示产业创新链委员会主办，诺曼产业加速中心承办，深圳市三利谱光电科技股份有限公司支持。会议由哈尔滨工业大学（深圳）党委书记吴德林主持，光明区工业和信息化局、哈尔滨工业大学（深圳）、深圳市三利谱光电科技股份有限公司领导出席和光明区内30余家企业代表出席会议。

4 月 24 日下午，第九届深圳（湾区）国际品牌周暨 2025 年中国品牌日盐田分会场特色品牌活动——“超高清视频显示产业创新链党委进企业暨供需对接会”在三利谱公司顺利举行。活动由深圳市光明区工业和信息化局、中共深圳市超高清视频显示产业创新链委员会主办，诺曼产业加速中心承办，深圳市三利谱光电科技股份有限公司支持。会议由哈尔滨工业大学（深圳）党委书记吴德林主持，光明区工业和信息化局、哈尔滨工业大学（深圳）、深圳市三利谱光电科技股份有限公司领导出席和光明区内 30 余家企业代表出席会议。

会前，深圳市三利谱光电科技股份有限公司董事长助理姚明带领参观企业展厅，深入了解企业的技术实力与发展历程。姚明介绍了企业基本情况，重点分享了在超高清显示材料领域的创新成果与市场布局。深圳市三利谱光电科技股份有限公司党支部委员陈恒介绍了企业以党建促创新、以党建聚人才的实践经验，展现了党建引领下企业的凝聚力与创造力。

哈尔滨工业大学（深圳）学工部分管负责同志在会上介绍了学校的学科优势、科研成果及产教融合实践。此次分享为校企搭建了沟通桥梁，未来双方将在产学研合作、定向人才培养等领域深化协作，助力产业需求与教育资源的精准对接。

此次供需对接会聚焦超高清视频显示产业，精准对接产业链上下游供需缺口。通过此次对接会，进一步梳理了产业链供需痛点，通过和优势企业合作，提升光明区产业链竞争力，共同破解“卡脖子”难题。

活动最后，会议主持人吴德林书记作总结发言。他指出，本次活动是党建引领产业创新的生动实践，既展现了企业党建工作的特色亮点，又搭建了高效的供需对接平台。他强调，各企业要以创新链党委为纽带，在技术攻关、市场拓展、人才培养等方面加强协作，共同打造具有全球竞争力的超高清视频显示产业集群。

此次供需对接会圆满落幕，标志着党建引领下的产业协同机制取得阶段性成果。通过党建引领与产业协同的深度结合，超高清视频显示产业正迈向资源整合更高效、创新动能更强劲的发展新阶段。

大鹏新区：肺结节AI精准诊疗技术研发发布会

该项目由四川大学华西医院牵头，联合广州医科大学、中国人民解放军总医院及深圳泽医细胞治疗集团等顶尖机构共同实施。项目聚焦肺结节人工智能精准甄别技术研发与应用，旨在填补AI技术在肺癌早筛领域的空白。通过结合AI与基因检测技术，该项目将突破传统影像学依赖医生经验的局限，降低误诊率，为肺癌早期防治提供更为高效、精准的技术手段。

近日，第九届深圳（湾区）国际品牌周暨 2025 年中国品牌日大鹏新区分会场特色品牌活动——“肺结节人工智能精准甄别技术研发及应用研究”深圳发布会于深圳泽医细胞治疗集团顺利举行。该项目由四川大学华西医院牵头，联合广州医科大学、中国人民解放军总医院及深圳泽医细胞治疗集团等顶尖机构共同实施。

深圳泽医细胞治疗集团董事长白宗科博士致辞表示，泽医作为深圳大鹏新区重点企业，深感责任重大。此次参与国家重大专项，既是对泽医技术创新能力的肯定，也彰显深圳在国家战略新兴产业中的重要地位。

项目聚焦肺结节人工智能精准甄别技术研发与应用，旨在填补 AI 技术在肺癌早筛领域的空白。通过结合 AI 与基因检测技术，该项目将突破传统影像学依赖医生经验的局限，降低误诊率，为肺癌早期防治提供更为高效、精准的技术手段。

在项目规划报告环节，四川大学华西医院呼吸与危重症医学科主任刘丹教授详细介绍了《肺结节预警与干预研究路径图》。她指出，肺结节的良恶性鉴别是肺癌防治的关键。本次重大专项将通过研发多模态 AI 影像分析系统、构建甲基化生物标志物数据库及建立全球首个百万级肺结节多组学数据库等三大技术突破，构建精准诊疗体系，为临床决策提供科学支持。

专家圆桌论坛围绕“影像组学、多组学与甲基化：多模态技术如何协同推进肺结节良恶性诊断”议题展开深入讨论。

作为深圳首家参与四大慢病国家重大专项的民营企业，泽医不仅代表了深圳生物医药产业的实力，更标志着民营企业从“跟随”到“引领”的角色转变。泽医将把现有的荧光定量 PCR 技术优势与 AI 技术相结合，提升筛查的灵敏度和特异性，为肺癌早期筛查提供精准、高效的解决方案。

项目计划建立全国肺结节风险评估数据库，开发智能化风险评估与诊断系统。并在全国范围内验证推广。此次国家科技重大专项在深圳落地，不仅实现技术创新突破。更开创了民营企业深度参与国家级医疗科研项目的先河，彰显深圳市场化创新机制对国家级项目的支撑力。深圳泽医细胞治疗集团作为此次项目的核心参与单位，不仅展现了深圳生物医药产业的雄厚实力，更以其敏锐的市场洞察力和强大的技术创新能力，为国家科研项目的推进注入了新的活力。

深汕特别合作区：智造深汕 链接未来

活动由深圳市光明区工业和信息化局、中共深圳市超高清视频显示产业创新链委员会主办，诺曼产业加速中心承办，深圳市三利谱光电科技股份有限公司支持。会议由哈尔滨工业大学（深圳）党委书记吴德林主持，光明区工业和信息化局、哈尔滨工业大学（深圳）、深圳市三利谱光电科技股份有限公司领导出席和光明区内30余家企业代表出席会议。

5 月 15 日，第九届“深圳（湾区）国际品牌周”暨 2025 年中国品牌日 • 深圳地方特色活动——深汕特别合作区主题活动成功举办。活动以“智造深汕 链接未来”为主题，由深圳工业总会指导，区科创经服局主办，力劲科技承办。40 多名新能源汽车企业代表、行业专家齐聚力劲科技有限公司，共同探讨新能源汽车产业链发展趋势，为推动深汕智能网联汽车、新能源产业高质量发展出谋划策。

科技部、工业和信息化部专家库成员，深圳市新能源汽车产业办公室首席专家王旭受邀作国家智能网联新能源汽车产业发展及深圳创新试点介绍。在分享中，王旭结合自己在智能网联新能源汽车研发和测试领域近 20 年的研究与实践经验，多维度剖析新能源汽车产业链现状与未来趋势，为与会企业代表带来前沿信息与深刻洞见。

他认为，深汕特别合作区在深圳打造“新一代世界一流汽车城”的蓝图中，扮演了重要的核心承载区角色，与其他区域重点打造的研发中心相辅相成。当前，深汕产业集聚态势已形成磁场效应，依托深圳汽车产业链、比亚迪龙头企业带动及小漠国际物流港、产业空间等生产要素，有条件成为中国新能源汽车产业版图上的重要坐标。

力劲科技是全球领先的压铸装备制造商，在深汕特别合作区投资建设超大型压铸装备生产基地，并于 2023 年在该基地发布全球首台 16000 吨超级智能压铸单元，是名副其实的“一体化压铸之王”。今年年初，力劲科技 9000T 级及 5000T 级超大型压铸装备成功应用于深汕比亚迪汽车工业园二期。

力劲科技相关负责人表示，力劲科技在深汕产业用地保障和“保姆式”的企业专班服务下，破解重型装备制造的基建与空间瓶颈，与比亚迪上下游企业形成超大型压铸装备供需协同。通过承办此次品牌周活动，力劲科技进一步提升企业产品品牌知名度和影响力，搭建和行业专家等交流合作的平台，实现“智能装备 + 产业集群”的双向赋能。

区科创经服局相关负责人表示，通过“政府搭台，企业唱戏”，这次活动取得了良好的成效：一些企业表达了落户的意愿。深汕企业的“朋友圈”在交流中扩大，深汕新能源汽车的“产业链”在融合中增强。

超级品牌大会：助力良善企业成就超级品牌！

让更多中国品牌享誉全球！5 月 29 日，第九届深圳（湾区）国际品牌周品牌专场活动“2025 超级品牌大会”在深圳隆重举行。本届大会以“AI 驱动品牌进化”为主题，汇聚数百位中国企业领袖、专家学者、营销精英，展示中国品牌新成果，分享中国品牌新智慧，推动中国品牌持续向前！

本届大会由深圳工业总会、深圳市企业品牌建设促进会、超级品牌、超品计划、超级创投联合主办，获得深圳市智慧零售协会、深圳市质量协会、深圳市智能制造协会、广东省文化艺术行业协会、旷世联盟、中合上市产业链集团、广东省异地商会联合会深圳工委、深圳市诚信营商促进会福田服务中心、有赞特别支持。

嘉宾致辞，推动中国品牌高质量发展

深圳市先进制造类行业协会联合党委书记，深圳工业总会党支部书记、执行副会长，深圳知名品牌评价委员会秘书长李云超书记，在致辞中介绍了中国品牌日及深圳（湾区）国际品牌周的来源与意义。他表示，本届品牌周旨在将深圳品牌建设的成功经验辐射至大湾区，推动湾区企业共创国际化品牌。未来，深圳工业总会持续将联合政产学研多方力量，落实国家和市委市政府战略部署，为打造“更具时代引领性的深圳品牌”贡献智慧与力量。

深圳市智慧零售协会执行会长谢永明会长，在致辞中阐述了品牌、技术与文化对于当下企业的重要性，为超级品牌大会能连续举办九届而点赞。深圳市智慧零售协会作为本次大会支持单位，在市委市政府的领导下，一直不遗余力

发挥品牌建设引领作用，持续助力粤港澳大湾区的品牌崛起。

深圳市第四、五、六届政协常委，深圳市质量协会会长李榕会长在致辞中强调，在时代的大变局之下，品牌的质量正在变得愈发重要，要以高质量的发展促进品牌的可持续发展，才能赢得用户。未来，深圳市质量协会将持续擦亮深圳品牌，促进产业质量品牌双升级。

年度演讲，吴子剑引领AI时代品牌进化

超级品牌作为第九届深圳（湾区）国际品牌周的特邀品牌策划机构，中国十大品牌策划人、深圳工业总会品牌建设高级顾问、超级品牌战略咨询创始人、超级品牌战略专家吴子剑发表了年度演讲《AI 驱动品牌进化》，指出我们正经历“一生仅见一次”的品牌大变局，既然无法改变变化，就要积极拥抱变化，主动拥抱“AI 的时代”、“品牌的时代”、“进化的时代”；并结合三个时代，分别提出了“AI 营销心学”、“AI 时代的品牌进化 3.0”与“品牌管理手册 2.0”，为当下的中国品牌指明方向。

高峰论坛，多元视角共话品牌创新

本次大会的品牌创新高峰论坛环节，冠德集团副总经理杜嘉荣，中汇星云创始人、前腾讯高级产品经理、自动驾驶仿真云产品负责人易红涛，有赞新零售研究院秘书长、《新零售内参》主编肖军辉，中国十大品牌策划人、超级品牌战略专家吴子剑，分别围绕“如何通过创新引领商业新活力”、“如何通过智慧体赋能零售增长”、“如何运用 AI 加速产业化应用”等主题展开研讨和分享。

聘请专家，集结智慧助力中国品牌

大会现场，超级品牌战略咨询特聘中汇星云创始人、前腾讯高级产品经理、自动驾驶仿真云产品负责人易红涛为超级品牌产业数字化顾问，助力更多中国品牌的产业数字化；特聘深圳国学院执行院长李诚宾为超级品牌中国传统文化顾问，助力更多中国品牌的文化创新。

揭牌仪式，成立“产学研实践基地”

在第九届超级品牌大会上，超级品牌战略咨询与深圳职业大学联合成立“深圳职业技术大学管理学院产学研实践基地”。 深圳职业大学管理学院副院长杨叶飞先生、中国十大品牌策划人、超级品牌创始人吴子剑，共同上台为“深圳职业技术大学管理学院产学研实践基地”举行揭牌仪式。

品牌是国家综合实力的重要体现。未来，超级品牌大会也将继续观察中国品牌的创新举措，同时不断激发品牌增长引擎及创新思维，为新时代环境下的中国企业探寻一条持续增长之路。

AI赋能品牌营销新纪元

当AI技术颠覆传统营销逻辑，品牌如何从“流量竞争”转向“价值共生”？

5月14日，由深圳工业总会、采纳品牌营销、品牌大师中国行、深国际华南数字谷联合主办的《AI赋能品牌营销新纪元》大会在深国际华南数字谷圆满落幕。这场汇聚200余位行业领袖的盛会，以‘技术赋能、案例拆解、生态共建’为主线，为企业在AI浪潮中，破解增长难题提供实战方案。

精彩演讲，解锁AI时代品牌营销密码

凤凰网深圳CEO宋革先生带来《AI视播时代 个人IP的塑造和传播》的精彩演讲，结合凤凰网在新闻传播领域的深厚影响力以及对AI技术的敏锐洞察，强调了在AI视播时代，个人IP打造的重要性和紧迫性。如何巧妙运用AI技术，整合多平台资源，塑造具有独特魅力和影响力个人IP的实战经验，为品牌建设提供了新思路。

深国万印商业管理（深圳）有限公司产办管理部总经理周昆先生介绍了“深国际华南数字谷”的品牌理念和商业价值，以及该项目如何通过数字化手段赋能企业发展，为品牌提供全方位的支持与服务，并表达了与采纳品牌营销携手共进，共同推动品牌发展的愿景。

厉害猫人工智能（深圳）董事陈永亮先生带来《为企业创造奇迹的AI》的分享，深入剖析了厉害猫AI在企业运营中的创新应用，展示了AI技术如何助力企业提升效率、优化用户体验、挖掘潜在价值，为企业创造一系列非凡业绩。从智能客服到精准营销，从数据分析到决策支持，案例丰富详实，让与会者直观领略到AI为企业带来的巨变。

中国十大策划人、采纳品牌营销创始人朱玉童先生带来《战略级模式丨抢位营销战》重磅演讲，在竞争激烈的市场环境中，企业要善于运用抢位营销思维，抢占消费者心智制高点，通过差异化的战略定位、创新的营销模式和高效的传播手段，实现品牌在市场中的快速崛起和持续发展。

品牌大师中国行创始人、采纳朱玉童品牌营销（深圳）研究院院长大山先生深入解读《揭秘品牌大师丨成就冠军品牌》，详细剖析了“采纳”策略助力品牌成为市场冠军的逻辑与要素，涵盖品牌定位、价值主张、传播策略等。他为企业解答了如何让产品卖得更多、更贵、更快，以及如何实现从亏损到盈利、从小公司到大公司、从非上市公司到上市公司的跨越。

对话圆桌论坛，激荡品牌发展新思维

圆桌论坛环节由中国十大策划人、采纳品牌营销创始人朱玉童先生主持，凤凰网深圳CEO宋革、优赛创投董事长朱延本、硅谷高创会创始人雷虹、东莞市酒店餐饮技师协会秘书长周密、资深天使投资人栾和旭、牛商总会执行会长陈飞、三角洲岛岛主李铭共同参与。围绕“品牌营销与AI时代的融合与创新”主题，结合自身丰富的实践经验，从不同角度深入探讨了AI技术对品牌营销的深远影响、品牌如何在AI时代实现差异化竞争、如何构建品牌生态系统等行业热点问题，为与会者带来了一场精彩绝伦的思想碰撞盛宴，也为品牌营销行业的发展提供了诸多新的思路和方向。

书香织梦｜雅兰x深圳读书会“第三届粤港澳大湾区读书论坛”

4 月 20 日，第九届深圳（湾区）国际品牌周暨 2025 年中国品牌日 • 深圳地方特色活动——深圳读书会“阅见未来 • 湾区青年行 第三届粤港澳大湾区读书论坛”于前海深港青年梦工场温暖启幕。作为雅兰「世界读书日」特别企划系列活动的重要一环，雅兰以协办单位的身份，积极助力深圳读书会开展阅读推广行动，与各界一同奏响阅读与公益的动人乐章。

活动现场，思维的火花不断碰撞——深圳知名学者南兆旭以《阅读如何改变人生》开启思想盛宴；

三代书香家庭讲述文盲奶奶如何托

起家族，完成逆袭；

大山走出的建筑师以“网红图书馆”印证知识改写命运的奇迹；

华为高管揭秘以书为舟驶向未来的人生进阶；

山区少年现场分享“翻山越岭只为读书”的心路历程。

雅兰深知，阅读是滋养心灵的清泉，而偏远山区孩子对知识的那份热切期盼，更成为雅兰推广“种书计划”公益行动的强大动力。活动现场，千封“梦想信笺”与精心挑选的捐赠书籍，一同被封入捐赠书箱。每一本书，都是一颗希望的火种，它们将跨越山海，为山区“梦想图书角”带去光亮。

雅兰“读好书 睡好觉”阅读季，带着“睡前读好书 自然有好梦”的美好祝愿，让书香浸润每一个心灵。未来，雅兰“种书计划”将持续发力，带着爱与温暖，点亮更多孩子的阅读梦，让知识的种子在更广阔的土地上生根发芽、茁壮成长 。

首届湾区企业家AI+爆品营销高峰论坛

“AI爆品突围”高峰论坛的成功举办，为策划圈的大咖、AI专家和企业嘉宾提供了一个交流和合作的平台，也为企业在AI时代下的爆品营销提供了新的思路和方法。未来，随着AI技术的不断发展和应用，相信会有更多企业借助AI的力量打造出具有竞争力的爆品，开启AI爆品营销的新时代。

5 月 18 日，一场聚焦“迎战 AI 爆品突围——首届湾区企业家 AI+ 爆品营销高峰论坛”在深圳福田香蜜湖四季花谷盛大举行，作为深圳（湾区）国际品牌周系列活动之一，本次论坛由深圳工业总会、深圳市企业品牌建设促进会、深圳品牌学会、天火杯 AI 创新大赛组委会、深圳市营销协会主办，吸引了深圳半个策划圈的大咖、众多 AI 专家以及 70 多位企业嘉宾齐聚一堂，共探 AI 时代下的爆品营销之路。

深圳半个策划圈齐聚：共话AI爆品突围

深圳市先进制造类行业协会联合党委书记，深圳工业总会党支部书记、执行副会长，深圳知名品牌评价委员会秘书长李云超，深圳工业总会品牌建设高级顾问、深圳市品牌学会执行会长李朝曙，深圳市人工智能协会副会长祁生胜，深圳市品牌学会副秘书长、响法爆品行营销董事长李桥林等出席。

李云超书记首先介绍了深圳工业总会联合深圳市十一区政府主办“深圳（湾区）国际品牌周”的背景情况和活动成效以及深圳工业总会持续 20 多年开展品牌建设的基本情况。他指出，深圳工业总会自成立以来，就致力于推动企业做品牌、创名牌，联合 70 多家行业协会和相关机构开展深圳知名品牌培育评价活动，取得丰硕成果。构建的”深圳知名品牌建设服务平台“被国家工信部认定为”国家中小企业公共服务示范平台“。希望更多的企业和品牌专业机构利用这些平台和 AI 技术，实现品牌建设的新突破。

六大AI主题演讲，深度剖析爆品突围

在论坛上，国家信息中心深圳大数据研究院院长助理王强博士、魔鬼猫董事长猫爹雨海、超级品牌董事长吴子剑、颂扬创意董事长梁杰伟、响法爆品行营销董事长、《爆品营销》作者李桥林、深圳工业总会品牌建设高级顾问、深圳市品牌学会执行会长李朝曙围绕 AI 主题演讲，剖析爆品突围渠道，解读营销逻辑。

两场大咖圆桌论坛，组建AI创新天团

在论坛的圆桌论坛环节，企业嘉宾们围绕“当爆品营销遇见 AI ‘黑科技’”和“不同赛道的爆品突围策略”等主题展开了热烈的讨论。他们结合自身企业的实际情况，分享了在 AI 爆品营销过程中遇到的问题和解决方案。

通过这些交流和讨论，企业嘉宾们不仅相互学习了经验，也找到了一些合作的机会。他们纷纷表示，参加此次高峰论坛让他们受益匪浅，对 AI 爆品营销有了更清晰的认识和思路。

AI体验：感受AI赋能爆品的魅力

本次论坛进入特别环节——AI 数字分身体验。在这个环节中，展示了 D-ID 数字分身赋能企业家 IP、企业获客的创新应用，让在场嘉宾亲身感受到 AI 技术带来的全新体验和无限可能。

“AI 爆品突围”高峰论坛的成功举办，为策划圈的大咖、AI 专家和企业嘉宾提供了一个交流和合作的平台，也为企业在 AI 时代下的爆品营销提供了新的思路和方法。未来，随着 AI 技术的不断发展和应用，相信会有更多企业借助 AI 的力量打造出具有竞争力的爆品，开启 AI 爆品营销的新时代。

高端品牌升级论坛暨名师名家内部交流推荐座谈会圆满举行

近日，深圳（湾区）国际品牌周高端品牌升级论坛暨名师名家内部交流推荐座谈会在香蜜湖香蜜公园内国瓷永丰源四季花谷国瓷馆盛大举行。本次座谈会由深圳工业总会、深圳市企业品牌建设促进会、深圳市品牌学会、深圳市营销协会、响法爆品营销、湾区培训联盟联合主办，国瓷永丰源、了不起品牌研究院承办，吸引了众多行业精英、专家学者齐聚一堂，共同探讨高端品牌升级之路。

深圳工业总会品牌建设高级顾问、深圳市品牌学会执行会长李朝曙带来“高端品牌模型与升级和助跑计划”主题演讲。深入剖析高端品牌的发展模型与升级路径，并介绍助跑计划，为参会者提供了系统的品牌建设思路。

深远集团董事长杜建君、北大品牌基金会主席王汉武博士、李白集团董事长李照教、原奈雪品牌负责人李娜、奥蕾人工智能品牌负责人徐春珍、天宝行董事长盛洁等多位行业大咖依次登台。他们围绕高端品牌升级主题，结合自身实践经验，分享独到见解，为参会者带来了一场思想的盛宴。

山天投资董事长印兰、洲明品牌新媒体主编韩逸飞、凌空指动科技董事长郭显球、中国人民大学博士及北大纵横合伙人徐升华、北粤联董事长郑彪等嘉宾，从不同角度探讨科技投资行业的品牌建设与发展趋势，为科技投资领域的品牌发展提供了新思路。随后，举行了高端人才培育联盟及高端人才培育基地考察团启动仪式，助力行业人才培养。

四合院公司董事长蔡照光以 PPT 演讲分享教育品牌建设经验；校友湾创始人陈映嘉、职业教育品牌代表李坤林、智搭科技集团胡文、教育品牌负责人 RUTH 等嘉宾，交流教育行业的品牌发展心得。之后，高端教育培育品牌联盟及高端教育品牌培育基地考察团启动仪式举行，为教育行业品牌发展注入新动力。

品牌策划行业品牌对话分享环节，榜样文旅董事长苏洪宇带来 PPT 演讲，分享品牌策划案例；荣锐品牌咨询涂光荣（原迈瑞品牌设计师）、创业品牌咨询专家罗荣飞、中创园区品牌负责人李文年、晶莱集团品牌主理人卢昕怡等嘉宾，探讨品牌策划行业的现状与未来。

此次深圳（湾区）国际品牌周高端品牌升级名师名家内部交流推荐座谈会的成功举办，为各行业品牌建设者搭建了交流合作的平台，促进了品牌建设经验的分享与传播。相信在各方的共同努力下，深圳及湾区的高端品牌将迎来更加辉煌的明天。

走进季华实验室丨来一场产业与科研的对话！

3 月 27 日，由中国工业经济联合会主席团主席、全球产业研究中心主任、深圳工业总会会长吴光权先生率团，组织雷曼光电、比亚迪汽车工业、研祥智能、光韵达、深北电力、诚亿股份、汉王友基、华星恒泰、微步信息、联得自动化、东陆科技等 30 余家企业代表，走进季华实验室交流学习，与实验室的科研团队就技术难题、合作机会等展开深度探讨。座谈会由深圳工业总会执行会长、主席团执行主席吴丽主持。

会前，季华实验室常务副主任宋志义带领大家参观了实验室科技成果展厅、测试中心、新型增材制造研究院、总装中心、半导体技术研究部，详细介绍了实验室目前在高端科技产业方面取得的阶段性成果和专利技术应用情况。

季华实验室是广东省委、省政府启动的首批 4 家广东省实验室之一；以打造先进制造科学与技术领域国内一流、国际高端的战略科技创新平台为目标，重点聚焦新型显示装备、半导体技术与装备、高端数控机床，以及佛山传统产业转型升级四大主要方向开展关键核心技术系统攻关和重大装备研制。自建立以来，累计承担国家及省部级科研项目 180 余项，孵化 22 家科技型企业，与过百家企业开展合作，助力制造产业高质量发展。

吴光权会长在致辞中首先对季华实验室的精心安排表示衷心感谢。今天的活动，搭建了一座双向奔赴的桥梁：一方面，让企业家们深入了解实验室的“硬

核科技”，寻找技术升级的突破口；另一方面，也让科研团队直面市场需求，加速成果的产业化进程。相信今天通过与实验室科研团队的深入沟通，能够就企业当前面临的技术难题、潜在的合作机会等进行探讨，共同开辟未来合作的新方向。

宋志义常务副主任从季华实验室建设背景、组织架构、队伍建设、科研条件、成果转化等方面进行介绍，实验室聚焦先进制造科学与技术领域前沿突破，在新型显示装备、半导体装备、新材料研发、智能机器人等方向取得了令人瞩目的成果，始终走“顶天立地”之路，既瞄准世界科技前沿，又紧贴产业实际需求。希望大家持续不断交流，深入探讨，把相关的合作落到实处。

参会企业围绕自身发展中技术瓶颈、新材料应用、实验室运营机制、技术成果转化、产业化合作、前沿课题研究等内容进行了具体交流。

吴丽执行会长在会议总结时表示：衷心感谢季华实验室为大家提供了宝贵的参观和交流机会，不仅是学习之旅，更是携手开创合作新局的起点，希望今天的交流成果落地生根，结出累累的硕果。深圳工业总会作为企业之间的桥梁和纽带，未来将持续整合各方资源，搭建更多合作交流平台，促进企业的高质量发展。

走进“飞书”暨“企业出海经验交流分享会”活动

近期，美国加征关税的举措给国际贸易格局带来了巨大冲击，众多企业的出海业务面临实质性挑战。深圳工业总会联合飞书、kaamel，共同举办深圳工业总会 2025 年度会员活动日——走进“飞书”暨“企业出海经验交流分享会”，活动旨在汇聚各方智慧，深入探讨企业出海的战略转型之路，为企业在新的国际贸易环境中寻找破局之道。本次活动吸引了近 70 家会员企业的总经理、高管及相关负责人参加。

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，深圳工业总会主席团主席、深圳明昇产业投资集团总裁骆睿出席活动，工总秘书长王奕苹致辞，执行副秘书长罗琪琳主持。

在抖音集团相关负责人的陪同下，与会嘉宾首先参观了企业技术发展历程展区，近距离感受了其从初创产品到行业领先者的跃迁之路。随后，嘉宾们深度体验了创新办公平台飞书，这款由抖音集团自主研发的智能管理系统以其卓越的协同效率、先进的管理理念及大量成功应用案例，引发了企业家代表们的浓厚兴趣和热烈讨论。

飞书商业化大湾区解决方案高级经理林凯明分享“敏捷协同 + 智能工具”双引擎：助力制造业加速出海的主题，揭秘飞书如何助力企业跨越语言、时区与文化壁垒。通过多语言实时翻译、AI 会议纪要、异步文档协作等功能，飞书已帮助小米、传音等企业实现“全球总部在线化”，知识库沉淀效率提升 50%，跨国任务响应速度提高 30%。数据显示，飞书服务覆盖超 150 个国家，成为超 60% 中国出海企业的协同工具首选；并现场演示平台各项核心功能，进一步展现了飞书在全球化协作中的强大能力。

TikTok for Business 商业化出海电商行业经理李玲杰分享了“2025 企业出海新市场探索”主题，介绍 TikTok 电商发展趋势，并指出东南亚市场流量成本仅为国内的 1/3，而北美客单价高达东南亚的 3 倍。通过“内容 + 电商”闭环，TikTok 助力商家实现“用户即销售员”的裂变增长。2023 年，美区跨境商家 GMV 增速超 700%，消费电子、家居等类目涌现多款百万级爆品。目前欧洲多国新站点即将开放，提前布局者将抢占先机。

Kaamel 中国区 SA 负责人刘野分享了“中企出海数据合规挑战与应对方案”主题，提出“合规即竞争力”，针对欧美《GDPR》《CCPA》等法规，企业需构建“外部风险管控—内部流程优化—深度合规认证”的三道防线。

在茶歇交流环节，各与会企业领导分别与三位主讲老师进行深入交流，就企业发展中遇到的个性化问题展开沟通及探讨。现场气氛热烈非凡，为后续的合作与发展埋下了希望的种子。

走进深圳工业大奖候选企业　创新点亮深圳智造未来

近日，深圳工业大奖独立评审团执行主席、深圳工业总会执行会长吴丽，深圳工业总会专务副会长陈昱、深圳工业总会秘书长王奕苹、深圳工业大奖独立评审团秘书处主任周晓倩等一行走进第七届“深圳工业大奖”候选企业迈瑞医疗、新宙邦、康冠科技等企业，就第七届“深圳工业大奖”申报的相关项目进行前期调研。

“深圳工业大奖”是由深圳工业总会、深圳商报联合相关行业协会和机构联合举办，旨在树立工业标杆，大力弘扬工业精神，营造重视实体经济的社会氛围，充分发挥深圳工业企业在经济高质量发展中重要作用而设立的专门奖项。与中国工业大奖形成对应体系，是深圳工业界的最高荣誉，也是与“香港工业奖”比肩而立的大湾区工业界的重要奖项。“深圳工业大奖”每两年评选一次，迄今已连续举办七届。

走进“深圳工业大奖”候选企业调研，他们不仅是技术创新的“灯塔”，更是中国从“制造大国”向“智造强国”迈进的缩影。其发展路径揭示以核心技术自主化、产业基础高端化、发展模式绿色化为引擎，深圳正书写新型工业化的中国方案。未来，“深圳智造”的全球坐标将进一步攀升。

MLAY 美莱雅

强脉冲光大能量脱毛仪系列

RF+EMS多探头美容仪系列

卓越实力与荣誉见证

电话：0086-400-666-9152
地址：深圳市宝安区福永街道怀德社区翠岗工业二区28栋101

万和制药
WANHE PHARMACEUTICAL

OTC

和安®复方氨基酸胶囊（8-11）

维生素+氨基酸

吃一粒 补19种营养

改善免疫力

预防和治疗因缺乏必需氨基酸与维生素所引起的各种疾病 请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用,禁忌和不良反应详见说明书

国药准字H20000478 粤药广审（文）第251108-03428号