

深圳工业经济

SHENZHEN INDUSTRIAL ECONOMY

3
2024年
总第125期



第八届深圳（湾区）国际品牌周专刊



导读

探索品牌无限未来!

葛志荣：勇当尖兵，切实推进深圳在品牌建设上继续走在全国前列

王肇文：深圳在品牌建设赛道上敢为人先

深圳工业总会亮相中国品牌日主场活动

粤B (L017010040)

内部资料 免费交流

SMQ



深圳检测院

创新检测科技

促进贸易规则认同和质量认同

成就美好生活

SMQ 深圳市计量质量检测研究院

计量·标准·检验·检测·认证
☎ 400-900-8999

不忘敢为人先初心 勇当品牌建设尖兵

从国务院 1997 年发布《质量振兴纲要（1996-2010 年）》提出“实施名牌战略，振兴民族工业”以来，品牌就成为我国经济发展水平的重要标志。

深圳工业总会从成立之日起就把推动企业做品牌创名牌作为首要任务，2003 年遵照市政府发布的深府〔2003〕64 号文件要求开展的“深圳知名品牌”培育评价活动吹响了全国品牌建设的冲锋号。

2014 年 5 月 10 日，习近平总书记高屋建瓴地作出“三个转变”的重要指示，在全国品牌建设的关键时刻指明了品牌建设事业的发展方向。

在全国品牌建设进入新阶段之际，深圳工业总会首开全国先河，于 2017 年 4 月创办“深圳国际品牌周”，成为全国第一个向 5 月 10 日“中国品牌日”献礼活动。迄今已成功八届，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”活动系列。

2024 年 5 月 9 日，在第八个“中国品牌日”来临之际，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八届“深圳（湾区）国际品牌周”暨 2024 年中国品牌日·深圳地方特色活动在深圳广电集团隆重开幕。本届品牌周以“探索品牌无限未来”为主题，一批“国际信誉品牌”、“深圳知名品牌暨湾区知名品牌”近 400 项品牌成果集中亮相展示，“2024 中国品牌价值 500 强”中英文榜单独家发布，国际顶级品牌机构专家、知名企业领袖发表主题演讲，共同探索新型工业化时代品牌发展新路径。

中央对深圳“先行示范区”和“核心引擎”的定位，决定了深圳有责任首先置身国际坐标系，在贯彻《质量强国建设纲要》关于着力打造在国际上过得硬、叫得响的“中国制造”品牌冲在前头，在努力创建具有国际影响的工业品牌和湾区知名品牌方面继续勇当尖兵、走在

前列。为此，作为大湾区枢纽型社会组织，深圳工业总会将着力集聚国际顶级品牌专业资源，为中国工业品牌建设提供专业服务；把深圳持续 20 多年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，联合香港、澳门和珠三角各城市全面开展“湾区知名品牌”培育评价活动，“核心引擎”与多个引擎联动，在全球产业链中打响“湾区知名品牌”。

站在新的历史节点，我们要继续弘扬特区精神和工业精神，在品牌建设上实现从“先行先试”到“先行示范”和从“敢为人先”到“核心引擎”两个历史性跨越，为深圳打造更具全球影响力的经济中心城市和现代化国际大都市作出新贡献。

王肇文





深圳工业经济 (封面题字: 李激)

2024年第3期 总第125期

登记证号: 粤B (L017010040)

出版时间: 2024年6月30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 李宇超 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 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

不忘敢为人先初心 勇当品牌建设尖兵

01

活动综述

探索品牌无限未来!

——2024年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第八届深圳

(湾区)国际品牌周活动综述

04

深圳工业总会亮相中国品牌日主场活动

10

领导寄语

葛志荣: 勇当尖兵, 切实推进深圳在品牌建设上继续走在全国前列

11

熊梦: 以品牌建设推动新质生产力发展, 打造更多中国品牌

13

吴光权: 推动企业做品牌、创名牌, 打造全球品牌之都

14

品牌大咖说

陈忆登: ISO品牌资产国际标准撬动新质生产力

15

姚承纲: 中国品牌建设回顾和展望2024

17

夏妍娜: 品牌AI大模型的发布与解读

19

曹虎: 数智时代的品牌塑造

20

榜单发布

2024中国品牌价值500强在深圳发布

22

人物专访

王肇文: 深圳在品牌建设赛道上敢为人先

25



系列活动

品牌领袖之夜：推动品牌建设，提升深圳品牌形象和影响力	28
品牌之旅：走进抖音，探索其管理实践	31
品牌云展：“我最喜爱的深圳品牌”点赞活动圆满收官！	32
《AAA级知名商标品牌评价规范》宣讲会圆满举行	33

分会场合活动

福田区：千亿级产业集群再提速！	34
罗湖区：萌宠盛宴乐翻天	35
宝安区：共绘品牌出海蓝图	36
宝安区：推动宝安低空经济蓄势高飞	37
龙岗区：转化运用，促进高质量发展	38
龙华区：鸿蒙生态构建再次跑出“深圳速度”	39
光明区：促进渔业产业繁荣	40
大鹏新区：“医”路前行“药”动山海	41
深汕特别合作区：汽车产业链对接大会 激活新能源汽车产业“朋友圈”	42

专场活动

超级品牌专场：超级品牌创新大会推动中国品牌持续向前	43
采纳专场：走进金蝶，探索企业高效管理	44

企业风采

康泰健	45
华星恒泰	47
深圳检测院	48

本刊战略合作机构（排序不分先后）

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



地址：深圳市福田区深南中路3024号航空大厦
 （格兰云天大酒店）18楼

电话：（0755）83224658 25323106

传真：（0755）83688570

邮编：518031 E-mail: sfie@sfie.org.cn

网址：www.fszi.org

印刷单位：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



探索品牌无限未来!

——2024年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第八届深圳（湾区）国际品牌周活动综述

第八届深圳（湾区）国际品牌周以“探索品牌无限未来”为主题，两大主场活动、五大系列活动、十一区分会场特色主题活动、两场品牌建设专场活动，参与受众超千万，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。

2014年5月10日，习近平总书记在河南省考察时，作出要“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”的重要指示。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”。

深圳工业总会在近20年持续开展品牌建设实践的基础上，于2017年4月，

首开全国先河，在市政府的统一安排下，联合十区政府（新区管委会）创办了“深圳国际品牌周”活动，成为全国唯一一个向“中国品牌日”献礼的活动。经市政府批准并报经国家发展改革委同意，“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。迄今已成功主办八届，每届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20多场活动，时间持续7-10天，参与品牌近千个，线上线下参与受众超千万。

中央对深圳“先行示范”和“核心引擎”的定位，决定了深圳在品牌建设方面理应发挥引领大湾区各个城市共同打造“湾区知名品牌”的作用。核心引

擎与其它引擎联动，共同推动湾区企业创建“湾区知名品牌”。自第八届开始，“深圳国际品牌周”升级为“深圳（湾区）国际品牌周”。

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2024年中国品牌日·深圳地方特色活动暨第八届深圳（湾区）国际品牌周。以“探索品牌无限未来”为主题，两大主场活动、五大系列活动、十一区分会场特色主题活动、两场品牌建设专场活动，参与受众超千万，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。

第八届深圳（湾区）国际品牌活动成效

第八届“深圳（湾区）国际品牌周”是在习近平总书记作出“三个转变”重要指示十周年和第八个“中国品牌日”这个特殊时间节点举办的大型品牌活动。共举办有两大主场活动、五大系列活动、十一区分会场特色主题活动、两场品牌建设专场活动。“2024年度中国品牌价值500强”、第二十一届“深圳知名品牌”及“湾区知名品牌”、第十届“国际信誉品牌”重磅发布，同时邀请国际顶级品牌机构专家、知名企业领袖发表主题演讲，探索新型工业化时代品牌发展新路径。

活动场次：20场

品牌数量：1000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、500家国外媒体、行业协会、企业宣传
近2000篇报道**

宣传曝光：曝光量达1.7亿人次

第八届深圳（湾区）国际品牌活动突出特点

（一）政府部门高度重视，市发改委及各区政府专门复函指导支持

“深圳国际品牌周”列为我市重大品牌活动，受到市、区政府及有关部门的高度重视。4月16日，市发改委专

门复函本会，对“深圳国际品牌周”给予充分肯定，同意作为“第八届深圳（湾区）国际品牌周暨2024年中国品牌日·深圳地方特色活动”活动的支持单位，并将第八届深圳（湾区）国际品牌

周作为2024年“中国品牌日深圳地方特色活动”。

我市十一区政府（新区、合作区管委会）复函本会，均同意继续作为品牌周联合主办单位，同意活动方案，并对

本区分会场特色主题活动做出安排。进一步提升了本届品牌周的社会影响。

（二）深圳工业总会领衔“深圳知名品牌”亮相“中国品牌日”国家主场活动

2024年5月10日至14日，由国家发展改革委、国务院国资委、市场监管总局、国家知识产权局等共同主办的2024年“中国品牌日”主场活动在上海隆重举行。活动以“中国品牌，世界共享；国货潮牌，品筑未来”为主题，先后举办了启动仪式、中国品牌发展大会、中国品牌博览会等。

受国家发改委邀请，深圳市发展和改革委员会组织深圳工业总会和比亚迪、兆威、TCL华星、光韵达、金蝶、迈瑞、欣旺达、大疆创新、深圳幸福健康集团等20余家深圳品牌企业亮相深圳品牌展区，展示深圳品牌建设成果。从智能制造，到民生福利，深圳品牌影响力向纵深推进，奏响品牌高质量发展最强音。

深圳工业总会在中国品牌博览会现场通过展板和视频，展示了持续20多年来开展品牌建设的成果，有效宣传了深圳的城市品牌和深圳知名品牌，受到广泛关注。

（三）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

布了第十届“国际信誉品牌”。Cleer、YKK、JPT、LEDMAN、Streamax、VERTIV 6个企业品牌荣获第十届“国际信誉品牌”，与华为、比亚迪、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。

——国际顶级品牌机构独家发布“2024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八届“深圳（湾区）国际品牌周”上独家发布“2024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118个品牌上榜“中国品牌价值500强”，使其成为全球四大湾区中的领导者。深圳共有36个品牌上榜，占据了广东（70个品牌）的半壁江山。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15个和10个，头部品牌表现依旧突出，中国平安、微信、华为分别位列全国500强中的第8、10、12位。

（四）首次发布“湾区知名品牌”

为充分发挥深圳作为粤港澳大湾区核心引擎城市作用，将深圳持续20多年开展品牌建设经验，辐射至大湾区，帮助更多的湾区企业做品牌、创名牌。自2023年开始，按照吸收国际、国内品

牌培育评价准备制订的《深圳知名品牌评价规范》团体标准评选产生的“深圳知名品牌”企业，同时授予“湾区知名品牌”称号，并面向大湾区企业启动“湾区知名品牌”培育评价活动。2023年度。有来自香港、澳门及湾区其他城市的一批品牌上榜“湾区知名品牌”。

（五）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、央视网、中央广播电视台、经济日报、中国新闻网、学习强国、中国文化报、中国工业报、中国质量报、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、香港大公报、香港商报、新浪、搜狐、网易、腾讯以及广东省激光行业协会、深圳市计算机行业协会等1000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。雅虎、美联社、商业内参、环球邮报、华尔街内参、加拿大CEO杂志、德国财经杂志等超过500家海外媒体对此进行关注和报道。

参与受众超千万，通过不同媒介宣传曝光量达1.7亿人次，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。

第八届深圳（湾区）国际品牌活动概述

（一）品牌周主场活动

5月9日下午，2024年中国品牌日深圳地方特色活动暨第八届“深圳（湾区）国际品牌周”两大主场活动——开

幕大会、2024粤港澳大湾区质量品牌峰会在深圳广电集团演播大厅举行。

1、开幕大会

原国务院参事、品牌建设调研组

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，中国工业经济联合会党委书记、执行副会长兼秘书长，



2024年中国品牌日·深圳地方特色活动
暨第八届深圳(湾区)国际品牌周

大会现场，葛志荣参事、厉有为老书记、于幼军老市长、周俊明主任、熊梦会长、王新会长、黄强副秘书长、吴光权会长、王肇文参事、侯海巡视员、林毅副局长以及11区政府代表共同为第八届“深圳（湾区）国际品牌周”启幕。

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，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等相关单位领导专程来深出席。全国政协原常委、深圳市委原书记厉有为，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，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周俊明，市人大常委会原常务副主任郭荣俊，省人民政府资深参事、市政协原副主席周长瑚，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

长黄强，市工商联党组成员、二级巡视员侯海，市工业和信息化局党组成员、副局长林毅，市先进制造类行业协会联合党委第一书记林千杰，市健康产业行业协会联合党委第一书记王夏娜，市政协经济委原专职副主任、福田区莲花街道金融圈党委第一书记庄志勇，市清水河科创智慧片区党委第一书记孙维德，中国基金报副总编辑杨磊，深圳广播电视集团副总经理叶晓滨，深圳报业集团社委会委员、副总编辑陈迅，深圳市卓越绩效管理促进会创会会长詹一峰，市工业和信息化局原局领导杨宇清，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，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，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，共同见证第八届深圳（湾区）国际品牌周的盛大开幕。

葛志荣参事在致辞中指出，自2014年习近平总书记提出了“三个转变”的重要论述以来，中国的品牌建设经历了一场翻天覆地的变革，跃升至一个前所未有的新高度。这十年，我国品牌实现了大发展。这主要得益于党中央国务院和各级党委政府对品牌工作的高度重视；得益于企业主体作用的充分发挥；得益于我国品牌理论的创新和发展。他指出，深圳的品牌建设工作一直走在全国的前列，取得了突出的成绩，是全国学习的榜样。这是历届深圳市委市政府

高度重视和企业、市民对品牌建设的积极参与的结果；也是深圳工业总会这样的机构不遗余力长期推动的结果。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。

熊梦执行副会长在讲话中表示，新时期，深圳不仅在经济社会发展方面勇当尖兵走在前列，在品牌建设方面也是发挥引领作用。深圳工业总会作为全国工经联系统的标杆，一直以品牌建设为主线，推动企业做品牌、创名牌。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，促进新质生产力与品牌建设的深度融合，以品牌建设推动新质生产力发展，打造出更多具有国际竞争力的中国品牌。

吴光权会长代表深圳工业总会讲话中表示，我们将继续贯彻落实国家和市委市政府关于品牌发展的战略部署，联合政、社、媒、产、学、研等各方力量，不遗余力地推动企业开展品牌建设，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！

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“第十届国际信誉品牌表彰决定”。冠旭电子（Cleer）、YKK、杰普特（JPT）、雷曼光电（LEDMAN）、锐明技术（Streamax）、维谛技术（Vertiv）6 个企业品牌为第十届“国际信誉品牌”。

深圳知名品牌评价委员会执行主任吴丽宣读第二十一届深圳知名品牌暨湾区知名品牌表彰决定。“维谛”、“古瑞瓦特”、“四季椰林”、香港“森科”、澳门“葡玥”等 125 个企业品牌上榜。“研祥智慧”等 241 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。

前二十一届“深圳知名品牌”培育评价活动共评选产生 1074 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 49.73%、纳税额占 41.67%、出口额占 36.69%。“华为”等 75 个深圳知名品牌企业位列国际细分市场前三位；“迈瑞”等 216 个深圳知名品牌企业位列国内细分市场占有第一。

2、2024 粤港澳大湾区质量品牌峰会

作为第八届“深圳（湾区）国际品牌周”主场活动之一的 2024 粤港澳大湾区质量品牌峰会，特别邀请了 Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登，国际品牌专家、Interbrand 原中国区总裁、龙睿品牌咨询 CEO 姚承纲，深圳工业总会主席团主席、工业大模型专委会主任、深圳华制智能制造技术有限公司董事长夏妍娜，科特勒咨询集团全球合伙人、中国区总裁曹虎分别发表主题演讲，探索新型工业化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八届“深圳（湾区）国际品牌周”上独家发布“2024 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 118 个品牌上榜“中国品牌价值 500 强”，使其成为全球四大湾区中的领导者。深圳共有 36 个品牌上榜，占据了广东（70 个品牌）的半壁江山。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 15 个和 10 个，头部品牌表现依旧突出，中国平安、微信、华为分别位列全国 500 强中的第 8、10、12 位。

陈忆登在《国际标准赋能品牌资产

撬动新质生产力》主题演讲中，围绕品牌资产管理和新质生产力的提升展开，新质生产力的来源不再仅仅依赖于传统的物质资源和劳动力，而更多地源自对无形资产的有效驾驭和利用，在当前全球经济环境下，如何通过有效管理无形资产，促进企业和社会经济的高质量发展。

姚承纲围绕《中国品牌建设回顾和展望 2024》为主题演讲，中国品牌出海面临的挑战，需要具备高效的国际化运营能力和创新营销策略。同时，品牌建设应与国家的发展战略紧密结合。未来几年将是品牌创新、国际化布局、可持续发展和社会责任践行的关键时期。

夏妍娜发表了题为《品牌 AI 大模型的发布与解读》的主题演讲。详细介绍了 AI 时代的人机融合不仅可以增强品牌能力，更是 AI 时代的品牌驱动力。同时展示了如何利用 AI 嵌入营销系统、AI 营销智能体等技术，为“顾客生命周期”智能体、顾客 5A 路径的 AI 整合营销等方面服务赋予更高的附加值，从而在市场中树立技术领先的品牌形象。

曹虎在主题演讲《数智时代的品牌塑造》中探讨了品牌如何适应并利用数字化与智能化的浪潮实现转型升级与可持续增长。提出了在数智时代品牌价值的 5 个新模式：价值观共鸣、内容驱动、场景多元、科技要素、卓越体验。

（二）品牌周系列活动

1、品牌领袖之夜

5 月 9 日晚上，第八届深圳（湾区）国际品牌周——2024 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，深圳工业总会特别敦聘一批资深的品牌专家，担任深圳工业总会品牌建设高级顾问。葛志荣参事为 Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登，Interbrand 原中国区总裁、



龙睿品牌咨询 CEO 姚承纲，科特勒咨询集团全球合伙人、大中华及新加坡 CEO 曹虎，国家工信部品牌培育专家、华南理工大学中国品牌战略发展研究中心主任陈明，资深质量管理专家、深圳市金品质企业效益开发有限公司董事长金广林，中国著名品牌营销专家、深圳采纳营销策划公司总经理朱玉童，超级品牌战略专家、深圳市超级品牌顾问有限公司创始人吴子剑，资深管理咨询专家、深圳卓越质量品牌研究院院长沈斌颁授聘书。

中国著名品牌营销专家、深圳采纳营销策划公司总经理朱玉童和超级品牌战略专家、深圳市超级品牌顾问有限公司创始人吴子剑围绕“抢位营销、品牌升级”、“超级品牌进化论”主题进行分享，助力企业实现品牌的持续升级和提升竞争力。

同时表彰了一批在品牌建设征途中披荆斩棘、成果斐然的企业家荣获“品

牌建设领军人物奖”与“品牌建设杰出人物奖”。这些奖项不仅是对获奖者个人卓越贡献的认可，更是深圳品牌精神的集中展现。

2、《AAA 级知名商标品牌评价规范》宣讲会

5月15日，深圳工业总会特联合中华商标协会、中规（北京）认证有限公司共同举办《AAA 级知名商标品牌评价规范》宣讲会。特邀中华商标协会知名商标品牌工作委员会执行副主任王向明、中规（北京）认证有限公司副总经理邵焯现场讲解如何打造、运用知名商标品牌开拓国内外市场以及 AAA 级知名商标品牌评价项目介绍。

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“金蝶”、“字节跳动”、“优必选”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，因而走进名企、学习名企的重要性不言而喻。

4、品牌云展 + “我最喜爱的深圳品牌”投票活动

为了更深、更广、更大程度做好深圳知名品牌的传播，以及更长时间的展示深圳知名品牌企业风采，深圳工业总会通过微信小程序搭建“品牌云展馆”，同时举办“我最喜爱的深圳品牌”线上点赞传播活动，吸引广大消费者积极参与，共同助力深圳品牌建设工作。

（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。



深圳工业总会亮相中国品牌日主场活动

品牌，是推动高质量发展、助力构建新发展格局的重要支撑。自2017年起，我国将每年5月10日设为中国品牌日，通过组织开展系列特色活动，在全社会广泛传播品牌发展理念、凝聚品牌发展共识、营造品牌培育氛围，积极提升我国品牌建设发展成效。

2024年5月10日至14日，由国家发展改革委联合国务院国资委、市场监管总局、国家知识产权局共同主办，以“中国品牌，世界共享；国货潮牌，品质未来”为主题的2024年中国品牌日活动在上海举办。活动期间举办了启动仪式、中国品牌发展大会、中国品牌博览会等，有关部门、地方、企业、媒体、品牌服务机构组织还开展了形式多样的品牌特色创建活动，形成推动中国品牌高质量发展的浓厚氛围。

受国家发改委邀请，深圳市发展和改革委员会组织深圳工业总会和比亚迪、兆威、TCL华星、光韵达、金蝶、迈瑞、欣旺达、大疆创新、深圳幸福健康集团等20余家深圳品牌企业亮相深圳品牌

展区，展示深圳品牌建设成果。从智能制造，到民生福利，深圳品牌影响力向纵深推进，奏响品牌高质量发展最强音。

深圳工业总会在中国品牌博览会现场通过展板和视频，展示了持续20多年来开展品牌建设的成果，有效宣传了深圳的城市品牌和深圳知名品牌，受到广泛关注。

2017年4月，在市政府的统一安排下，深圳工业总会联合十一区政府（新区、合作区管委会）创办了“深圳国际品牌周”活动，并报经国家发改委同意，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，至今已成功连续举办八届。

2024年5月9日，由深圳工业总会联合相关机构举办的第八届“深圳（湾区）国际品牌周”暨2024年中国品牌日·深圳地方特色活动开幕大会在深圳隆重举行，以“探索品牌无限未来”为主题，一批“国际信誉品牌”、“深圳知名品牌暨湾区知名品牌”近400项品牌成果集中亮相展示，“2024中国品牌价

值500强”中英文榜单独家发布，国际顶级品牌机构专家、知名企业领袖发表主题演讲，探索新型工业化时代品牌发展新路径。

前二十一届“深圳知名品牌”培育评价活动共评选产生1074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49.73%、纳税额占41.67%、出口额占36.69%。“华为”等75个深圳知名企业位列国际细分市场前三位；“迈瑞”等216个深圳知名企业位列国内细分市场占有率第一。

第八届“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、品牌展示系列活动、专场活动、品牌直播等二十多场活动，宣传4000余个深圳品牌，通过线上、线下品牌曝光度超千万人次。已成为广泛传播深圳实施名牌战略成果，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。

在第八届“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： 勇当尖兵，切实推进深圳在品牌建设上继续走在全国前列



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

尊敬的厉有为老书记、尊敬的于幼军老市长，
同志们、朋友们：

首先，祝贺第八届深圳（湾区）国际品牌周隆重开幕！

本届深圳国际品牌周的开幕及后续系列活动，不仅是对习近平总书记“三个转变”重要思想的深刻践行，而且标志着我们在推动品牌建设、服务企业发展上迈出了坚实的一步。

回溯至 2014 年习近平总书记在河

南考察时首次提出的“三个转变”思想，更具有时代意义与使命感。借此契机，不仅是对过往工作的总结回顾，更是深入探索如何更高效贯彻习近平总书记指示，促进新质生产力发展的关键节点。新质生产力的核心在于创新，品牌建设作为其中不可或缺的部分，涵盖了创新、质量等多重维度，通过举办此类品牌建设活动，正是积极响应党中央关于推进新质生产力发展号召的具体行动。

深圳品牌建设持续二十多年，首先是历任深圳市委、市政府对品牌建设、

质量强国及品牌强市战略的重视。其次，深圳企业是品牌建设的先行者，积极践行品牌发展战略，将品牌建设深植于企业文化，孕育出一大批的优秀品牌、企业。此外，深圳市民的高素质与强烈的品牌意识不可小觑，不仅是品牌建设的积极参与者，也是品牌消费方面的强力后盾，为深圳的品牌发展营造了极为有利的生态氛围。

20 多年来，深圳工业总会始终坚持不懈推动品牌建设，以高标准服务企业，有力推动了深圳经济的高质量发展。多次来深参会让我深刻体会到，深圳工业总会最高顾问林宗棠老部长，对此贡献了深远的指导，奠定了其持久发展的基石。李灏老书记的积极支持也是不可忽视的力量，在两位前辈领导的引领下，深圳工业总会吴光权、王肇文同志做了大量的工作，紧贴企业需求，脚踏实地工作，将习近平总书记提出的“三个转变”重要思想切实转化为实际行动，促进了这一思想在深圳的深入实践。在此，我对深圳工业总会的杰出贡献致以崇高敬意。

深圳作为国家最早的经济特区，自始至终在改革开放与高质量发展的征途上走在前列，尤其在推动质量强市、品牌强市战略中也始终走在前列。遵循习

近平总书记提出的“三个转变”重要指导，坚持抓落实抓贯彻，定能使深圳的品牌建设工作更上一个台阶。历经多年耕耘，我国品牌在全球舞台的形象显著提升，从昔日世界500强榜单上的寥寥无几，到如今在500强中占据70余席，这不仅是对过去十年品牌建设成效的有力证明，亦是对“三个转变”号召积极响应与深入实践的成果展示。

中国品牌建设的蓬勃发展，主要得益于四个方面：一是党中央国务院对品牌建设制定了大政方针，如《质量强国战略》、《质量强国建设纲要》将品牌建设纳入国家的战略，各级党委政府也积极地推动品牌建设工作；二是企业的主体作用，企业将品牌建设工作当作企业发展的重要内容，真正落到实处，推动整个经济的发展；三是中国在品牌评价的理论方面取得了突破，提出了五要素的理论，从质量、服务、创新、无形资产、有形资产五个方面进行品牌价值评定；

四是中国的品牌理念、品牌工作得到了社会各界的理解和支持，消费者会根据发布的品牌价值和品牌榜来选择、购买、消费优质的产品，从而提高了中国品牌的份额和地位。

作为改革开放的排头兵和先行示范区，深圳在各方面都走在全国前列，品牌建设也不例外。全国品牌建设也从深圳品牌建设中汲取经验，希望深圳继续领先于全国的品牌建设，深圳工业总会持续优化其品牌建设活动，尤其鉴于其过往斐然成就，更高水平的开展品牌建设工作，切实把深圳新质生产力和高质量发展进一步推进。

在此之际，我谨向深圳品牌建设的各位领导、各界企业、全体同仁及深圳市民致以崇高敬意与诚挚谢意。衷心祝愿本届深圳（湾区）国际品牌周及开幕式取得圆满成功，谢谢大家。

历经多年耕耘，我国品牌在全球舞台的形象显著提升，从昔日世界500强榜单上的寥寥无几，到如今在500强中占据70余席，这不仅是对过去十年品牌建设成效的有力证明，亦是对“三个转变”号召积极响应与深入实践的成果展示。



在第八届“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，促进新质生产力与品牌建设的深度融合发展，以品牌建设推动新质生产力发展，打造出更多具有国际竞争力的中国品牌。

熊梦：以品牌建设推动新质生产力发展，打造更多中国品牌



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

尊敬的厉有为老书记、于幼军老市长、葛志荣部长，尊敬的各位领导、各位企业家、各位嘉宾：

大家下午好！

今年是习近平总书记关于“三个转变”重要论述发表十周年的重要日子，今天我们在这里隆重举办第八届深圳（湾区）国际品牌周开幕大会，我谨代表中国工业经济联合会对本次大会的召开表示热烈的祝贺。向长期致力于品牌建设事业的各位领导、专家、企业家致以良好的祝愿和崇高的敬意。

新时期，中央对深圳的新定位是“先行示范”和大湾区“核心引擎”，深圳不仅要在经济社会发展方面勇当尖兵

走在前列，在品牌建设方面更要发挥引领作用。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“探索品牌无限未来”为主题，通过一系列丰富多彩的活动，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，大力促进品牌国际化，有力提升“中国品牌”的国际影响。

中国工业经济联合会作为全国工业行业协会的联合组织，由协会的协会，联合会的联合会支撑。自1988年成立以来，也一直致力于推动中国工业的转型升级和创新发展。多年来中国工业经济联合会根

据新型智库、产业协同、国际合作的战略定位，创建并持续开展了多项品牌工作，中国工业大奖的遴选、示范、表彰，制造业单项冠军的培育提升、中国工业市的编纂、中央企业产业链融通发展共建行动、产业链供应链研究院网络体系建设、工业碳达峰领跑者调研，“一带一路”国际产能合作等工作，得到国家多部委的支持，在国际国内产生广泛的影响。促进品牌建设无一不是这些工作中的其中之意和应有之举，在中国工经联构建的围绕产业链、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，通过强链补链固链延链等行动，提升价值链的一套业务工作体系中，把促进品牌建设深深的嵌入到各环节和多方面，取得良好的成效。

相信我们可以与深圳工业总会一起与广大会员单位以及社会各界展开多层次的深度合作，通过优势互补、资源共享、协同创新，努力为实体经济创造更优价值，为发展新质生产力和建设现代化产业体系贡献力量。同时，我们也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，促进新质生产力与品牌建设的深度融合发展，以品牌建设推动新质生产力发展，打造出更多具有国际竞争力的中国品牌，为践行制造强国、品牌强国战略做出新的更大贡献。谢谢大家！

在第八届“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战略部署，联合政、社、媒、产、学、研等各方力量，不遗余力地推动企业开展品牌建设，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

尊敬的厉有为老书记、于幼军老市长、葛志荣部长，
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！

在第八个中国品牌日来临之际，我们隆重举行第八届深圳（湾区）国际品牌周暨2024年中国品牌日·深圳地方特色活动开幕大会，在此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。

今年是习近平总书记提出三个转变重要论述的第十年，党中央、国务院高度重视品牌建设，先后出台了多项促进品牌发展的重要文件。2024年政府工作报告指出“要加强标准引领和质量支撑，打造更多有国际影响力的“中国制造”品牌，这些都为品牌建设工作指明了方向。

深圳工业总会自成立以来，始终以推进工业化进程为使命，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21届，取得了丰硕的成果，成为深圳品牌建设的重要活动，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。今年又启动开展“湾区知名品牌”培育评价活动。

由深圳工业总会联合十一区政府共同主办的“深圳国际品牌周”是我市品牌建设的重大活动，并经市政府同意，作为“中国品牌日·深圳地方特色活动”纳入每年国家“中国品牌日”活动序列，至今已连续举办至第八届，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大舞台。

未来，我们将继续贯彻落实国家和市委市政府关于品牌发展的战略部署，联合政、社、媒、产、学、研等各方力量，不遗余力地推动企业开展品牌建设，助力“品牌出海”，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的贡献。

陈忆登：ISO品牌资产国际标准 撬动新质生产力

在2024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“2024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，并以“ISO品牌资产国际标准 撬动新质生产力”为主题演讲，围绕品牌资产管理和新质生产力的提升展开，深入探讨了在当前全球经济遇到重大挑战的环境下，如何通过有效管理无形资产尤其是品牌资产，促进企业和社会经济的高质量发展。



Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登

回望中国品牌走过的路，从默默无闻到逐渐步入世界舞台，我们共同见证了从早年华作为第一个入围的品牌到今年70余个中国品牌与全球顶尖品牌并驾齐驱的飞跃过程。一路走来，生产力的不断创新也缔造了不同时期的伟大品牌。而今，新质生产力的提出，是对知识经济时代无形资产核心战略地位的再确认。品牌，作为无形资产中的核心

资产，正逐步成为撬动经济增长的新杠杆，也要求着我们在无形资产的耕耘上下更大的功夫。

众多的人类智慧的结晶都在勾勒一条脉络——无形资产包括品牌资产，正在成为推动社会经济发展的关键力量。正如古时的四大发明，今天的无形资产和品牌也在重塑着世界和社会经济格局。

通过Brand Finance的数据分析，展示了无形资产在全球企业资产配置中的比重不断攀升的客观趋势。品牌，作为无形资产的璀璨明珠，其价值的增长速度令人瞩目，它不仅仅是企业财务报表上的数字，更是驱动企业持续创新、高质量发展的核心要素。

聚焦中国四大区域的发展轨迹，京津冀区域显著，尤其北京，作为科技巨头如抖音、小米的孕育地，彰显了其在先进科技领域的引领地位。此地汇聚众多中字头企业，品牌价值固然瞩目，但深化由大至强的转型策略更为关键。京津冀以其庞大的经济规模，构成了一个不可忽视的增长极。转观长三角地区，其特色在于线上零售与浙江品牌的蓬勃，以及金融与科技金融的融合创新，传统银行业亦在其中展现出新的活力，形成了独特的经济生态。

特别强调的是粤港澳大湾区，今年以118个品牌强势登榜，持续领跑全国。其卓越之处在于各行业的均衡发展，无论网络媒体、文化产业，还是科技创新、金融服务等，均呈现出多元化且均衡的繁荣景象，反映了湾区品牌战略的前瞻性和示范性。



深入行业细分领域方面，针对不同领域品牌价值变化的观察，技术创新与品牌策略双轮驱动在新质生产力构建中的重要性不言而喻，它们是推动品牌价值跃升、激发新质生产力的双引擎。

我们的机构每年在瑞士达沃斯发布的全球可持续感知指数报告，实质上是对 ESG（环境、社会与治理）绩效的深度剖析。作为一家国际性的纯会计师事务所，我们的业务足迹遍布全球超过 30 个国家和地区，这一广泛视角使我们深刻洞察到，众多先进国家的领先企业已将高质量的 ESG 报告提升至与财务报表同等重要的地位，视之为企业“第四份财报”。这一趋势强调了 ESG 可持续发展议题对企业品牌价值的直接影响，凸显其作为衡量企业长期成功与社会责任履行的重要标尺。在此基础上，新质生产力的评估与实践，根植于 ISO10668

品牌价值评估标准，进一步拓展了视角，鼓励从品牌资产的杠杆作用出发，探索其对促进新质生产力发展的潜在贡献。值得注意的是，中国作为新质生产力的典型代表，其企业在可持续发展领域的若干实践已展现出显著成效。

无论是作为专业服务机构，还是广大企业本身，深入理解并积极践行 ESG 原则，不仅关乎品牌形象与市场地位的塑造，更是参与构建全球经济新生态、推动社会全面可持续发展的必由之路。

展望未来，倡导可持续发展与软实力的建设，这是中国品牌走向世界的两张名片。

在国际标准框架下，积极构建和优化品牌资产，是激活新质生产力的关键路径。让我们携手，把握时代脉搏，共创中国品牌的新辉煌。

作为一家国际性的纯会计师事务所，我们的业务足迹遍布全球超过 30 个国家和地区，这一广泛视角使我们深刻洞察到，众多先进国家的领先企业已将高质量的 ESG 报告提升至与财务报表同等重要的地位，视之为企业“第四份财报”。

姚承纲：中国品牌建设回顾和展望2024

在2024粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，中国品牌建设促进会常务理事及国际品牌专家、龙睿品牌咨询CEO、Interbrand原大中华区总裁姚承纲围绕《中国品牌建设回顾和展望2024》为主题演讲，为中国品牌的发展提供了一个全面而深入的视角，不仅总结了过往十年中国品牌建设的经验，也对未来的趋势做出了多个前瞻性的预测。他指出，中国品牌出海面临挑战，企业需要从战略高度审视品牌建设；创新和品质对品牌建设越来越重要，以及品牌保护、ESG和社会责任、服务品牌、渠道品牌、新人口结构对品牌建设的挑战，等未来品牌建设的重要议题。



中国品牌建设促进会常务理事及国际品牌专家、龙睿品牌咨询 CEO、Interbrand 原大中华区总裁姚承纲

2014年，习近平总书记提出的“三个转变”重要论述恰逢其时，与华为这一中国品牌首次登上全球品牌价值百强榜的里程碑事件相得益彰。自此，中国品牌建设在政府政策引导和中国优秀企业的努力下，在十年中取得了非常骄人的成绩。很多优秀企业把品牌建设从被动响应转变为内生动力，企业从品质、科技创新和服务等方面提升品牌价值，

而非简单依赖广告宣传。

展望未来，品牌出海成为焦点。2023至2024年间，面对复杂多变的经济环境，中国企业正以前所未有的态势走向世界，汽车出口量甚至跃居全球第一，这不仅是应对国内竞争加剧的策略，也是在全球范围内寻求增长的必然途径。然而，新时代的出海之路充满挑战，从多元文化融合到海外品牌保护，再到

适应不同市场环境的策略制定，每一步都需要精准布局。

中国品牌的出海，有多种类型。一种是在中国已经做大的知名品牌走向海外，包括大量的央企品牌和各行业领先品牌，比如中国建筑、中信、华为、上汽、比亚迪、中兴 ZTE、方太等；一种是直接面向海外，专门针对海外市场打造并且已经做强做大的品牌，比如 TikTok、Shein、传音等；还有众多依托 Amazon 等电商或者境外贸易而大量在海外市场发展的品牌。各型企业出海模式各异，从产业链整体输出到海外品牌原生构建，从传统巨头到新兴势力，都在探索适合自身的发展路径。

中国企业在打造全球化品牌的过程中，越来越不局限于产品出口，而是更加积极理解目标市场的需求，打造对应的产品和服务，针对不同海外市场精准传达品牌与产品故事，不断挖掘并强化自身品牌资产与核心竞争力。

同时，品牌面临的挑战还有价格竞争、品质提升、创新能力以及品牌保护等。中国品牌亟需通过科技创新和精益品质树立国际形象，摆脱“低价竞争者”的标签。



此外，环境、社会与治理（ESG）日益成为品牌价值的重要组成部分，近年来很多企业已经意识到企业社会责任方面的传播是品牌传播的一大利器，而且不仅关乎企业社会责任，更直接影响品牌信誉与市场接纳度。

从国内来看，服务品牌、渠道品牌、区域公用品牌，是持续增长的热点。

服务品牌正在发展壮大。伴随老旧小区改造和城市更新的进一步推动，传统地产企业和建筑企业转向运营服务，更多的物业服务公司从社区物业向城市物业服务发展。同时“为人民美好生活而奋斗”也催生了很多城市服务品牌。

渠道品牌亟待整顿和引导。在目前的经济形势下，各类电商渠道平台都在逼迫厂商低价竞争，厂商在线上的盈利能力越来越差，导致质次价廉的产品大行其道。我们要让优秀的产品品牌还是回归到产品开发的本质和用户为本的创

新，同时，中国需要既能培育健康商品市场，又能带来极高性价比的优质渠道品牌。

品牌视角融合了市场与用户洞察的深度，而且需要有长远的用户价值和社会价值考量。一个企业即便盈利颇丰，但若缺乏明确的品牌愿景、使命及价值观，仅以逐利为目标，难称卓越。真正值得尊崇的企业，是那些致力于用户价值创造，以宽广视野规划未来，以高品质和创新打造品牌的实践者。它们通过不懈追求，不仅实现商业成功，更赢得人心。

总结而言，中国品牌建设正处于转型升级的关键期，出海潮涌、品质升级、ESG 战略、品牌保护及新人口结构下的市场需求理解等趋势，要求企业不仅要着眼于产品与服务的优化，更要从战略高度审视品牌建设，将其置于企业长期发展蓝图的核心。

一个企业即便盈利颇丰，但若缺乏明确的品牌愿景、使命及价值观，仅以逐利为目标，难称卓越。真正值得尊崇的企业，是那些致力于用户价值创造，以宽广视野规划未来，以高品质和创新打造品牌的实践者。它们通过不懈追求，不仅实现商业成功，更赢得人心。

夏妍娜：品牌AI大模型的发布与解读

在2024粤港澳大湾区质量品牌高峰论坛上，深圳工业总会主席团主席、工业大模型专委会主任，深圳华制智能制造技术有限公司董事长夏妍娜发表了题为《品牌AI大模型的发布与解读》的主题演讲。分享了AI时代的人机融合不仅可以增强品牌能力，更是AI时代的品牌驱动力。在技术创新力方面，分享了品牌AI大模型如何通过AI工具，帮助企业实现生产效率的飞跃，同时展示了如何利用AI嵌入营销系统、AI营销智能体等技术，为“顾客生命周期”智能体、顾客5A路径的AI整合营销等方面服务赋予更高的附加值，从而在市场中树立技术领先的品牌形象。



深圳工业总会主席团主席、工业大模型专委会主任，深圳华制智能制造技术有限公司董事长夏妍娜

从宇宙大爆炸到认知革命，从工业革命至今日的AI、物联网、生命科学等领域的飞速发展，科技进步一直是产业升级的强劲动力。大模型技术，作为超级计算与超级智能的结晶，正引领一场效率与生产力的革命，预示着一个模型无所不在的新时代。此刻，我们正处于技术深度应用的关键转折点，智能导向转变为智能驱动，新的技术范式正深刻改变商业格局。

彼得·德鲁克与菲利普·科特勒两

位大师的洞见提醒我们，企业的核心在于营销与创新，而未来的营销将聚焦于强大品牌、智能定价与渠道优势。AI时代，品牌营销展现出十大关键特征，包括超越产品的方案，敏捷性与预见性营销、顾客价值经营等，这些都要求我们充分利用AI技术，结合人类智慧，增强品牌影响力。

品牌大模型，融合基础大模型、专属知识图谱、RAG类agents等先进AI技术，旨在驱动营销模式的全面升级，

从工具化的AI营销迈向系统化、智能化的品牌增长引擎，基于品牌大模型覆盖至更多场景为企业赋能。

品牌大模型对营销升级的核心价值在于其作为驱动力量，跨越了从工具应用到AI营销的多个阶段，引领营销模式的迭代。这一进程从AI营销1.0的简单工具化，经由2.0阶段的流程嵌入，进化至3.0的任务导向AI营销智能体，直至4.0阶段成为推动业务增长的综合系统。

品牌大模型的终极目标可凝练为四大支柱：一是借助决策式AI工具，更准的决策；二是运用生成式AI工具，更高的产出；三是通过AI营销智能体，优化营销活动执行，以期达成更好的效果；四是运用AI嵌入营销系统，将营销体系AI化，为顾客带来更妙的体验。

最近，我们有幸邀请“现代营销学之父”菲利普·科特勒先生担任品牌大模型及全球品牌专家委员会的总顾问，我们将汇聚全球领先、完整的知识图谱以及全球案例库，结合品牌AI大模型，为湾区企业注入增长新动力。科特勒先生的远见卓识，持续引领着全球品牌营销的未来方向。

让我们携手并进，把握AI带来的机遇，超越传统界限，共同塑造品牌的璀璨未来。

曹虎：数智时代的品牌塑造

在2024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、大中华及新加坡CEO曹虎在主题演讲《数智时代的品牌塑造》中探讨了品牌如何适应并利用数字化与智能化的浪潮实现转型升级与可持续增长。数字化与数智化的发展改变了营销方式，品牌要关注增长新思维，重塑硬核增长引擎。提出了品牌价值的5个新模式：价值观共鸣、内容驱动、场景多元、科技要素、卓越体验，强调了价值模式在品牌建设中的相互作用。



科特勒咨询集团全球合伙人、大中华及新加坡 CEO 曹虎

今天的世界正处于被技术加速的时代，在这样的大时代背景下，媒介技术、手机、互联网、人工智能、合成生物学、新型包装材料和能源技术正在重新定义我们的生活、产业、产品和品牌。

我们将万物互联、媒介无处不在、高度融合、加速发展的时代和社会定义为数字化时代。数字化时代给个人带来极大冲击，既有挑战，又有机会。

今天数字大爆炸数据正在成为企业新的资产，数字化是以数据资产为代表的核心时代资产。数智能化和数据资产带来了另一个重大突破，即智能化的出现。

今天在数智化上实现的增长被称为有机增长，是好的增长，以最小必要速度实现可持续增长。品牌存在的根本性目的是为了创造顾客，让顾客获得除产

品使用功能之外的更多价值，从而应对价格战。

大模型最大的价值并非帮助顶尖人才，而是通过大模型和智能企业帮助普通个体变得更优秀，提高效率。从社会伦理学角度来看，这是一种知识和技能的赋权。因此把AIGC、大模型应用到岗位、流程和组织中时，可以看到当今组织的敏捷化、快速化、精准化、多样化和多模态化。

出海是今天中国企业的必然选择，不仅是贸易出海、产品出海，必须实现品牌出海。出海的关键在于打造品牌，只有通过品牌创造卓越价值和收取溢价，才能支撑走向持续成功的正循环。正向循环是通过毫无节制的专注短期卖货和生存导向的降价销售，加速走向负循环。

如何打造品牌的正循环？我给大家提供一个配方，名为AI2，这是数字时代的品牌价值模式。品牌需要超越产品的功能和一般特性，代表事物、价值观、梦想、生活方式和价值承诺。即Aspiration，点燃的雄心。

一个好品牌需要不断为品类带来新的价值、新的意思、新的创意，给消费



2024年中国品牌日·深圳地方特色活动
暨第八届深圳（湾区）国际品牌周

大模型最大的价值并非帮助顶尖人才，而是通过大模型和智能企业帮助普通个体变得更优秀，提高效率。从社会伦理学角度来看，这是一种知识和技能的赋权。因此把AIGC、大模型应用到岗位、流程和组织中时，可以看到当今组织的敏捷化、快速化、精准化、多样化和多模态化。

者带来新的使用体验、新的使用场景以及人生的快乐和幸福。一个品牌要做好，持续保持活力，必须始终带来新奇、独特、新的维度、新的视角和新的启发。即 Inspiration。

第三个词是 Innovation。一个伟大的品牌的核心是卓越的产品和服务。必须保证在产品端和服务端与时俱进，引领第一批梯队将先进技术、创新工艺、创新流程和商业模式引入产品和服务中，始终保持引领科技前沿。

围绕AI²从5个角度塑造品牌。

首先是价值观共鸣，通过购买加入到 ESG 和正向价值观倡导者的洪流中，价值观是打造品牌的基石。

其次是围绕内容驱动展开。在顾客 5A 旅程中，我们需要广告、信息、品类、特点，为我们带来证词。更多的是在 A3、A4、A5 过程中需要内容，这些内容旨在为消费者提供有价值的信息，帮助他们更好地购买产品。

第三是构建品牌多元化场景。今天手机的出现使人工智能从过去的简单语言智能发展到基于人的全人智能、基于生活方式、行为注意的行动，智能改变非常大，场景化就是其中一个重要因素。

第四是科技要素。如果你是零部件品牌，那么我建议你将零部件打造成品牌。特别是当零部件具备专属性、独特性、唯一性和非常重要的不可替代性时，你需要将其品牌化以保护利润。

第五是构建卓越的体验。通过企业家的聪明才智将技术与真实的人的需求结合起来，我们的技术才能真正具有人性和温度。

人对人的营销是本质，人文主义、关注人的价值和人的更好成长才是我们真正要实现的终极目标。技术使我们有能力和手段更好地实现这个目标。因此在技术时代，我们要更加回归人对人的营销。

粤港澳大湾区品牌领跑全球湾区

2024中国品牌价值500强在深圳发布

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118个品牌上榜，深圳入榜的36个品牌中有15个“深圳知名品牌”和10个“国际信誉品牌”。榜单前十的深圳品牌有微信、中国平安。



5月9日下午举行的第八届“深圳（湾区）国际品牌周”主场活动——2024粤港澳大湾区质量品牌峰会上，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“2024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118个品牌上榜，深圳入榜的36个品牌中有15个“深圳知名品牌”和10个“国际信誉品牌”。榜单前十的深圳品牌有微信、

2024 粤港澳大湾区质量品牌峰会

2024年度中国品牌价值500强榜单发布 CHINA500 2024 FRONT SHEET - FSZI 第八届深圳（湾区）国际品牌周

2024年排名	排名变化	品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	行业	2024 Brand Value (CNY Million)	2024/2023 BV Change	2023 Brand Value (CNY Million)	2024 Brand Rating	2023 Brand Rating
1	1	科鲁	北京	媒体文化	618,160.33	31.3%	470,939.71	AAA-	AAA-
2	-1	中国工商银行	北京	银行	527,340.86	5.8%	498,532.26	AAA+	AAA
3	1	国家电网	北京	公用事业	522,322.88	23.8%	421,834.05	AAA	AAA
4	-1	中国建设银行	北京	银行	481,645.46	7.2%	449,326.88	AAA	AAA
5	0	中国农业银行	北京	银行	443,422.37	9.2%	413,553.69	AAA	AAA
6	2	中国银行	北京	银行	370,528.39	9.2%	339,329.61	AAA	AAA
7	0	茅台	贵州	烈酒	367,784.06	3.1%	356,577.99	AAA+	AAA+
8	1	中国平安	广东	保险	325,741.97	1.7%	320,416.56	AAA-	AA+
9	2	中国移动	北京	通讯	324,782.70	4.4%	310,981.36	AAA	AAA-
10	-4	微信	广东	媒体文化	306,836.28	-14.8%	360,195.41	AAA+	AAA+
11	1	腾讯	广东	媒体文化	264,701.97	-3.0%	272,827.31	AAA	AAA-
12	-2	华为	广东	科技	228,302.85	-28.1%	317,502.87	AAA-	AAA-
13	0	中国建筑	北京	工程建筑	219,975.16	-3.8%	228,769.69	AA+	AA+
14	-3	中国石油	北京	石油燃气	209,240.57	-1.5%	212,769.00	AA+	AA+

2024年中国最强品牌前十名

© Brand Finance Plc. 2024



中国平安。

从2020年到2024年，中国500强榜单的总价值整体一直保持较高规模。2022年至今，受国际地缘政治动荡、西方多个主要经济体市场活力减退、国内疫情不断反复等因素影响，国内经济增长乏力，消费、外贸、社融、房地产和民间投资等多个维度全面疲软，市场信心整体不足，榜单总价值走向持续下跌，2024年相较于2022年高点下跌7%；榜单价值十强品牌的贡献百分比受整体规模下降影响导致占比提高。

粤港澳大湾区118个品牌上榜成为全球四大湾区中的领导者

“2024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21.5%的品牌价值，依旧是今年上榜品牌数量最多的区域，达118个，使其成为全球四大湾区中的领导者。包括广州、深圳、香港和澳门在内的九个城市和两个特别行政区，展示了多元化产业的共同繁荣。

深圳今年共有36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（湾区知名品牌）”和“国际信誉品牌”的品牌数量分别为15个和10个，头部品牌表现依旧突出，中

国平安、微信、华为分别位列全国500强中的第8、10、12位。

媒体行业成为该地区品牌价值的突出贡献者，占地区总品牌价值的22.7%。国际知名品牌如微信在此领域领先，微信在全球顶尖中国品牌中稳居最强品牌。在保险行业，平安保险引领潮流，对地区总品牌价值的贡献达到16.9%，超过科技行业成为第二大贡献者。以华为为首的科技行业仍是主要力量，对GBA总品牌价值贡献了15.2%。紧随其后的是房地产和银行业，分别贡献了12.6%和10.6%。在GBA内，广东省是主要的经济体，有69个品牌进入中国500强，占该地区总品牌价值的79.5%。香港则有41个品牌进入前500名，对地区品牌价值贡献了18.7%。

四大核心区域显著贡献湾区品牌影响力持续增强

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，且百分比远远领先于其他地区，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46%的价值，而大湾区则在上榜品牌数上以118个品牌领跑。

大湾区发展较为均衡：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。保险等传统行业也不乏平安这样的领军品牌。

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。

京津冀地区最突出的行业以银行为代表，凸显了北京作为首都主导国家经济命脉产业的特性。另外北京也是包括抖音、百度等新媒体文化品牌的阵地，体现出其在传媒业巨大的影响力。

线上零售产业是长三角地区最大的特色，其中以浙江的品牌最为突出。发达的金融业也是长三角地区的一张名片，这包含了传统的银行品牌和新兴的科技金融品牌。

科技无疑是台湾的明星产业，30个上榜科技品牌贡献了近一半台湾的品牌价值。台积电作为台湾价值最高的品牌，对区域的价值贡献超过20%，是台湾当之无愧的领军品牌。

头部品牌耀眼夺目品牌价值稳步增长

中国在2024年已成功跃升为世界第二大保险市场，并在人寿保险、非寿险、健康保险和再保险等多个领域均取得了显著的进展。上榜品牌数量和品牌



价值相较 2023 年都有提升。作为中国的头部保险，平安保险、中国人寿和太平洋保险品牌价值基本维稳，排名中国保险第四的中国人民保险品牌价值较去年增加了 13%。中国平安在今年的中国品牌价值 500 强榜单中脱颖而出，以 44.4 亿美元的品牌价值成为中国最有价值的中国保险品牌，同时在整体中国品牌价值 500 强榜单中也位列第八。尽管品牌价值较去年下降 1%，但中国平安的品牌强度指数(BSI)却上升至 81 的高分。

中国媒体文化行业备受瞩目，抖音成为今年中国最有价值品牌，微信则是最强品牌。在 Brand Finance 发布的《2024 年全球品牌 500 强》报告中，微信荣获“全球最强品牌”称号，其品牌强度指数 (BSI) 得分高达 94.2 分（满分 100 分），这得益于包括熟悉度、考虑度和推荐度在内的关键品牌强度指标均获得了满分。

在 2024 年中国品牌价值 500 强榜

单中，科技是品牌价值总和第二名的行业，90 个上榜的科技品牌贡献了 2010 亿美元的品牌价值，占榜单品牌价值总和的 10%。华为，作为中国品牌价值 500 强榜单中最有价值的科技品牌，其品牌价值下滑了 30%，降至 31.1 亿美元。这一下滑主要归因于华为在 2022 年所表现出的较弱财务业绩，美国制裁影响，新冠疫情后续防控措施以及商品价格上涨等。尽管面临这些挑战，华为的品牌强度仍略有提升，增加了约 0.65 点，达到 80.6 分，维持了其 AAA- 品牌评级。2023 年 8 月华为推出了首款搭载国产芯片组的 5G 智能手机，这被视为华为在经历多年美国制裁后重返高端智能手机市场的重要标志，也表明华为和中国科技产业在自给自足方面取得了新的突破。展望 2024 年，华为将优先扩展其设备业务，并加大对智能手机部门的投资以推动业务增长。随着智能手机业务的复苏和华为不断创新的新科技，

预计华为的品牌价值将在不久的将来有所反弹。

2024 中国国家软实力指数持续增强

在 Brand Finance 2024 年发表的第五次全球软实力指数报告——即对国家品牌的全球认知度进行排名中，中国巩固了其国际领先地位，取代德国位居第三。今年，中国的软实力整体得分在所有国家品牌中取得了最大幅度的提升 (+6.2 分)，成为亚洲软实力排名第一的国家。

中国在软实力指数各个支柱领域上的优异表现都印证了其日益增长的全球影响力。其中尤其是在“商业与贸易”（全球排名第三）和“教育与科学”（全球排名第三）这两大支柱方面的进步对其崛起发挥了重要作用。这两个支柱领域反映了中国日益增强的经济实力，以及国家对技术进步的践行，这是评判一个国家品牌软实力的两个关键指标。

王肇文：深圳在品牌建设赛道上敢为人先



今年5月10日是第八个“中国品牌日”。5月9日，一年一度的深圳国际品牌周活动第八次举行，该活动也作为“中国品牌日·深圳地方特色活动”纳入每年的“中国品牌日”活动序列。

近日，广东省人民政府原参事、“深圳国际品牌周”创始人、深圳工业总会创办人王肇文在接受南方+记者采访时表示，深圳在品牌发展赛道上敢为人先，不仅提早谋划与布局，早在2003年就开启了“深圳知名品牌”培育评价活动和“深圳市市长质量奖”评定发布活动，而且以科技创新为引擎，走出了一批创新实力强、发展质量高、具有时代引领性的深圳品牌。

展望未来，王肇文认为，粤港澳大

湾区是中国开放程度最高、经济活力最强劲的区域之一，一定会走出更多享誉国际的品牌，而深圳作为全国创新发展的先行者和粤港澳大湾区的核心引擎之一，必将在大湾区的品牌建设上更好地发挥引领作用。

从弱到强，深圳品牌“叫得响”

4月27日，在2024深圳设计周开幕式上，深圳城市形象片《敢为人先》隆重首发，引发深圳市民和网友的点赞热议。

采访王肇文这一天，谈到这部刷爆深圳人的朋友圈，来深30多年的王肇文深有感触。他认为，深圳是一个能够让人实现梦想的城市，在品牌建设赛道上，这个城市同样敢为人先，不同领域



三十年前，王肇文在深圳市企业制度改革办公室推动帮助华为、中国平安等众多重点企业改制；2001年，深圳工业总会的前身——深圳市工业经济联合会成立，推进科技创新、实施名牌战略是总会的基本职能之一，从此，王肇文就与品牌建设工作结下了不解之缘。

的“追梦人”敢闯敢试，让这座城市的大量品牌从默默无闻到声名鹊起，城市品牌与企业品牌相辅相成，被越来越多国际友人了解、认可。

1990年代初，王肇文调动到深圳工作那一年，麦当劳在深圳开设内地第一家餐厅，成立才三年的华为被取消了代理资格，更加注重自主研发，更多深圳企业仍在依靠“三来一补”，对“品牌”这个词并没有直观认识。

三十年前，王肇文在深圳市企业制度改革办公室推动帮助华为、中国平安等众多重点企业改制；2001年，深圳工业总会的前身——深圳市工业经济联合会成立，推进科技创新、实施名牌战略是总会的基本职能之一，从此，王肇文就与品牌建设工作结下了不解之缘。

根据他的观察，深圳企业从“三来一补”起步，较早与国际接轨，而且不少企业家务实、具备灵敏的商业嗅觉，一些企业在品牌国际化方面走在全国

前列。除了麦当劳在深圳开设内地第一家餐厅，沃尔玛1996年也在深圳开设中国第一家沃尔玛购物广场和山姆会员店，越来越多国际知名企业加入，促使深圳人的品牌意识更早觉醒。

采访中，77岁的王肇文谈起品牌来，依然充满激情。他介绍说，从国务院1996年发布《质量振兴纲要》首次提出“实施名牌发展战略，振兴民族工业”，全国都在开展名牌产品评选，而深圳却独行其是开展全方位的品牌建设；到2012年印发《质量发展纲要》提出全面开展品牌建设的原则和要求，而深圳已经着眼于品牌建设的国际化；再到2023年中共中央、国务院发布《质量强国建设纲要》提出在国际上“叫得响”的中国品牌，而深圳根据纲要精神已重点研究工业品牌和湾区品牌建设。自我国实施名牌战略以来，深圳总是“先人一步”、“先行先试”，目前已是“先行示范”，书写了精彩的篇章。

据他介绍，2017年4月24日，国务院印发《国务院关于同意设立“中国品牌日”的批复》，决定自2017年起，将每年5月10日设立为“中国品牌日”。深圳工业总会早在2016年就全面策划启动“深圳国际品牌周”活动，于2017年4月20日至26日期间率先全国之先举办了首届“深圳国际品牌周”活动，成为全国唯一迎接第一个“中国品牌日”的群众性品牌建设活动。

2003年起，深圳工业总会遵照深圳市人民政府深府〔2003〕64号文件要求，在市有关部门指导和帮助下，联合相关机构持续开展以市场化评价消费者认可、实地评价辅导企业改进提升为特征的“深圳知名品牌”培育评价活动。

让王肇文印象深刻的是，2003年第一次发布邀请公众投票评选“深圳知名品牌”的公告后，社会反响强烈，投票信件成麻袋地涌入，共收到手工投票25万余份，最终靠人工点票、计算录入结



果，后来，活动投票改用网络投票，参投人数呈几十倍、上百倍的增长。

截至目前，“深圳知名品牌”培育评价活动已持续开展了一十一届，评选产生1074个深圳知名品牌，仅占全市企业总数的万分之四，销售额合计占全市企业销售总额的49.73%、纳税额占41.67%、出口额占36.69%。“华为”等75个深圳知名品牌企业位列国际细分市场前三位；“迈瑞”等216个深圳知名品牌企业位列国内细分市场占有第一。

国际影响力攀升，深圳品牌“传得开”

近年来，“跑”全球品牌榜上的深圳企业越来越多，华为、腾讯、中国平安等企业在全球品牌榜上“站”得越来越稳。

Brand Finance 是全球唯一每年在达沃斯世界经济论坛年会上向各国政府首脑、顶尖专家、青年代表、社会企业家和媒体发布全球品牌价值500强的国际顶尖品牌价值咨询服务机构。

今年3月，Brand Finance发布“2024

年全球保险品牌价值100强”榜单，中国平安连续第八年蝉联全球第一。在Brand Finance去年发布的“2023全球科技品牌价值100强”榜单上，深圳两大科技品牌微信和华为进入前十名。

回望过去，2014年，中国内地首次有企业进入权威品牌咨询评估公司Interbrand发布的“最佳全球品牌”排行榜，这个企业就是来自深圳的华为，排名第94位。在Interbrand去年发布的“2023年全球最佳品牌排行榜”上，华为排名第92位。

王肇文在与Brand Finance、Interbrand等国际著名品牌价值评估机构负责人的交往中，感受到对方对深圳企业的重视，也观察到各国朋友对深圳这座城市、深圳品牌的了解和认可越来越多。

2018年，王肇文第一次与Brand Finance创始人、首席执行官大卫·海格沟通时，提到深圳时主动介绍道，这是一个邻近香港的城市。

2019年，第三届深圳国际品牌周举办，大卫·海格专程来到深圳，现场发布并解读“2019中国品牌价值500强”榜单。

2021年5月，Brand Finance连续第3年联合深圳工业总会在深圳国际品牌周期间发布“中国品牌价值500强”中英文榜单。大卫·海格致辞时表示，深圳是在中国和全球都享有盛誉的科技中心，它和粤港澳大湾区是中国最值得期待拥有全国顶级品牌的地区。“品牌是深圳迅速发展的最好大使。”

“世界已经进入品牌经济时代，没有品牌的企业就很难适应国际市场。”王肇文认为，深圳在与国际接轨方面走在全国前列，在激烈的国际竞争中，企业要生存下来，就必须紧跟市场，瞄准全球消费者需求去生产各类产品。

为了向国际社会推广“深圳知名品牌”，在国际坐标系中展示深圳经济影响力，王肇文与联合国工业发展组织沟通，



邀请其作为第三方认定机构，共同对“深圳知名品牌”中在全球细分市场位列前三且销售额三年中逐步提升的品牌审核认定为“国际信誉品牌”，共同发布。

自2015年起，深圳知名品牌评价委员会和联合国工业发展组织已连续发布十届“国际信誉品牌”，华为、比亚迪、中集、迈瑞等69个品牌获此殊荣，仅占深圳企业总数的万分之二点五，销售额却合计占到深圳销售总额的34.47%，出口额占32.45%。“国际信誉品牌”已经成为深圳品牌乃至中国品牌冲向世界的“先锋队”。

值得关注的是，深圳品牌在国际上越来越“叫得响”的同时，“深圳知名品牌”也被越来越多的跨国企业青睐。

据王肇文介绍，2010年，位居《财富》500强榜首的沃尔玛主动申报参评“深圳知名品牌”，在国内外产生了很大反响。事实上，自从1996年进入中国市场，沃尔玛曾婉拒过数十次各类名牌评选的邀请，而唯独认准了“深圳知名品牌”，而且按照“深圳知名品牌”的流程，破例接受专家到企业内部进行管理体系的评审和政府执法部门的专项审查，时任沃尔玛全球副总裁博睿专程到深圳领奖

并发表获奖感言。

后来，全球排名第三、西班牙排名第一的服装商ZARA等32个欧洲品牌申报参评“深圳知名品牌·欧洲原产”，全球玻璃行业排名第二的日本AGC和微电机十大名牌的日本富士微电机申报参评获“深圳知名品牌·日本原产”。

西班牙企业家联合会负责人曾评价说：“外国产品要进入中国市场要首先获得‘深圳知名品牌’称号，这是进入中国市场的‘绿卡’。”

赓续弘扬特区精神，引领大湾区高质量发展

2023年2月，中共中央、国务院发布《质量强国建设纲要》，提出到2025年，质量整体水平进一步全面提高，中国品牌影响力稳步提升，形成一大批质量过硬、优势明显的中国品牌；到2035年，质量和品牌综合实力达到更高水平。

王肇文认为，深圳贯彻落实《质量强国建设纲要》确定的质量品牌建设的方向和目标，必须紧扣中央对深圳的两个定位：一是中国特色社会主义先行示范区，二是粤港澳大湾区核心引擎。因此，他建议把发扬深圳经济特区成立之初先行先试、敢为人先的优良传统转化

为四十多年实践成果的新优势，在品牌建设上实现从“先行先试”到“先行示范”和从“敢为人先”到“核心引擎”两个历史性跨越，携手大湾区多个引擎城市一同引领粤港澳大湾区经济高质量发展。

自2019年《粤港澳大湾区发展规划纲要》发布以来，粤港澳大湾区原始创新和新兴产业策源功能持续增强，成为我国技术创新和产业发展最为活跃的重大战略区域。据世界知识产权组织发布的2023年全球创新指数报告，“深圳—香港—广州”科技集群已连续四年居全球创新指数第二位。

“我对大湾区未来的品牌升维很有信心！”王肇文分析说，深圳品牌知名度、影响力的提高与其不断提升的创新环境、企业的科技创新能力有直接关系，而粤港澳三地优势互补，区域创新环境优越，国际化程度不断提升，将吸引全球优质要素加快集聚，未来一定会走出更多享誉国际的品牌。

推动创建更多“湾区知名品牌”，深圳工业总会已经在行动。2023年6月，在《质量强国建设纲要》发布4个月月后，深圳工业总会启动“湾区知名品牌”培育评价活动，逐步整合珠三角九城市与香港、澳门资源，使内地品牌通过港、澳两个窗口向国际市场延展。与此同时，深圳工业总会重点研究工业品牌的发展，下一步将产业链完善、国际市场开拓等方面深入研究，增强工业品牌影响力。

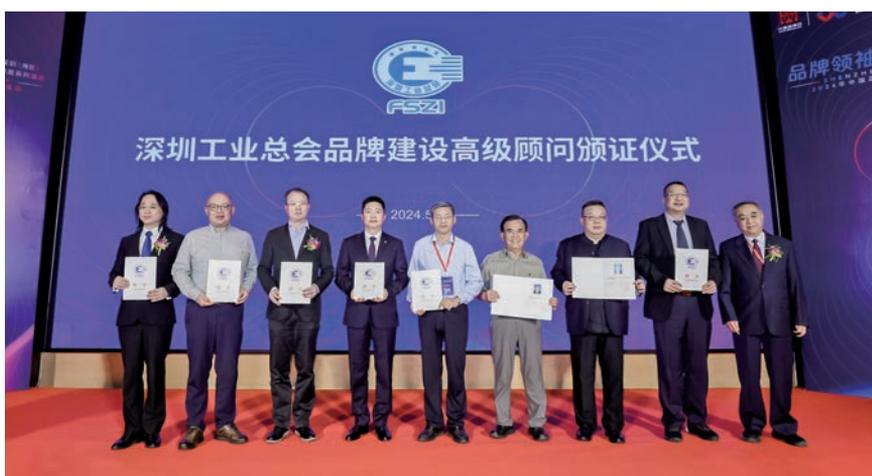
王肇文表示，深圳工业总会将在深入贯彻《质量强国建设纲要》过程中，适应数字化、智能化要求，推动创建一批在国际市场上“叫得响”“传得开”的“湾区知名品牌”，从而在提升链主企业产业链带动能力、增强关键核心技术攻关能力、推进优质产品提质增效、强化市场开拓能力上发挥引领作用。



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，第八届深圳（湾区）国际品牌周——2024品牌领袖之夜于深圳广电金融中心港新荟盛大开启。品牌领袖之夜充分展示深圳品牌领袖的“主角”光环，打造一批深圳品牌领袖明星，引导更多的企业做品牌创名牌，并表彰过去一年中在品牌建设中作出突出贡献的品牌领袖。

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，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，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等相关单位领

导专程来深出席。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、福田区莲花街道金融圈党委第一书记庄志勇，市清水河科创智慧片区党委第一书记孙维德，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，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多位资深品牌专家、知名品牌企业领导等出席，共同推动品牌建设，提升深圳品牌形象和影响力。

聘任品牌建设高级顾问

凝聚专家力量，大力推进品牌建设，为置身国际工业坐标系，开创品牌建设新格局。领袖之晚上，深圳工业总会特别敦聘一批资深的品牌专家，担任深圳工业总会品牌建设高级顾问。

聘任环节，葛志荣参事为 Brand Finance 中国公司联合创始人、总裁陈忆登，Interbrand 原中国区总裁、龙睿品牌咨询 CEO 姚承纲，科特勒咨询集团全球合伙人、大中华及新加坡 CEO 曹虎，国家工信部品牌培育专家、华南理工大学中国品牌战略发展研究中心主任陈明，资深质量管理专家、深圳市金品质企业效益开发有限公司董事长金广林，中国著名品牌营销专家、深圳采纳

营销策划公司总经理朱玉童，超级品牌战略专家、深圳市超级品牌顾问有限公司创始人吴子剑，资深管理咨询专家、深圳卓越质量品牌研究院院长沈斌颁授聘书。

专家演讲，品牌智慧火花四溅

中国著名品牌营销专家、深圳采纳营销策划公司总经理朱玉童在其《抢位营销、品牌升级》的主题演讲中，分析了当前中国市场面临的三大巨变，并提出“抢位营销”的概念作为应对策略。企业需要具备前瞻性的战略眼光，通过抢位营销策略，精准定位，高效整合资源，积极应对市场变化，以实现品牌的持续升级和竞争力的增强。

超级品牌战略专家、深圳市超级品牌顾问有限公司创始人吴子剑分享了《超级品牌进化论》演讲主题，新质生产力未来五年是品牌进化加速的时代，不仅为品牌管理者提供了品牌进化框架、2024 品牌进化趋势的路径，分享打造超级品牌的六个步骤，以推动进化迭代，成就超级品牌。

颁奖表彰，赋能品牌成长的引领力量

品牌是企业价值和核心竞争力的体现，在过去一年，一批卓越的品牌人，为企业的战略版图与行业发展注入了鲜活而强劲的动力，为广大企业开展品牌

建设树立了典范。第二十一届深圳知名品牌（湾区知名品牌）评选结果公布，一批在品牌建设征途中披荆斩棘、成果斐然的企业家荣获“品牌建设领军人物奖”与“品牌建设杰出人物奖”。这些奖项不仅是对获奖者个人卓越贡献的认可，更是深圳品牌精神的集中展现。

品牌故事，共享成功密码

企业发展离不开企业家，企业家精神彰显品牌文化厚度，企业家是打响品牌推动者、建设者、传播者。四季椰林董事长黄光生以其独特的商业视角，讲述了如何将热带风情融入餐饮品牌，让每一位顾客都能感受到品牌的温度。

诗碧曼集团董事长朱建霞则以女性独有的细腻，分享了品牌背后的匠心独运与市场洞察，为品牌建设添加了温柔而坚定的力量。

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，深圳宏业基岩土科技股份有限公司董事长陈枝东、深圳市步科电气有限公司市场与解决方案部总经理罗松柏等企业家分享着各自品牌成长的故事，交换着对未来的憧憬与构想。他们穿梭其间，或低声交谈，或笑声连连，这一刻，品牌不再是冰冷的商标，而是承载着梦想与希望的鲜活载体。

品牌之旅：走进抖音，探索其管理实践

5月24日，第八届深圳（湾区）国际品牌周暨推进深圳品牌建设系列活动——品牌之旅：走进抖音，带领企业家们探索其管理实践与智慧企业服务。

5月24日，第八届深圳（湾区）国际品牌周暨推进深圳品牌建设系列活动——品牌之旅走进抖音，是由深圳工业总会、深圳企业升级转型促进会、深大会、华东师范大学深圳校友会、深圳湾区高校联合会、深圳市生命科学行业协会、深圳市营销协会、广东省管理咨询协会等多家协会主办，金老虎游学商学院承办，广东拓普思研究院协办，带领企业家们走进抖音集团深圳公司，探索其管理实践与智慧企业服务。

本期游学以抖音集团的发展历程展示区为起点，企业家们切身领略和感受了这家科技巨头从诞生到崛起的成长轨迹以及飞书这一创新管理工具的魅力。作为抖音集团旗下的先进管理工具，飞书高效协同与智能管理的显著优势及实

际应用引发企业家们的浓厚兴趣和广泛关注。

抖音集团飞书行业专家袁鑫杰以《字节跳动的增长与组织实践》为题，介绍了抖音集团的业务发展和工具使用演变史，分享公司对业务、组织的思考及飞书在企业内部的成功运用。通过互动问答，袁鑫杰与企业家们共同探讨了飞书在中小微企业层面的适用性、数字化管理与人类创新天性如何平衡等问题。

在充满智慧碰撞的氛围中，深圳工业总会品牌建设高级顾问、中国十大策划人、金老虎商学院特邀专家朱玉童与抖音集团深圳公司总经理高小毛围绕企业成功的要素、商业模式、未来发展、AI趋势等方面展开了一场富有洞见的

面对面交谈，为在座的企业家们带来了诸多启示和思考。

实案拆解环节，朱玉童的发言为本次游学活动增添了浓墨重彩的一笔。他以“人类七宗罪”为引，阐述了企业营销成功的关键在于对人性的精准洞察，从人性的弱点中寻找突破口。他认为，企业的商业模式是否能够把握人性是投资商决定是否投资的重要因素。

未来，深圳工业总会将协同金老虎继续通过实地走访、名企分享、专家拆解案例等多种形式，为企业家们打造与多行业精英深度交流学习的平台，让更多的企业走进标杆、学习标杆、成为标杆。





品牌云展：“我最喜爱的深圳品牌”点赞活动圆满收官！

“品牌云展馆”旨在借助数字化技术，打破地域与时间限制，为广大公众提供一个深入了解、评价与支持深圳品牌的线上平台，通过丰富的多媒体手段和形式打造品牌素材库，全方位、立体化展示深圳品牌建设成果，呈现永不落幕的品牌盛会。

今年是我国第八个中国品牌日，在它的背后，中国品牌已经闯出一片星辰大海，国货“潮品”正席卷全球的每一个角落。第八届深圳（湾区）国际品牌周，以“探索品牌无限未来”为主题，于2024年5月9日至15日举办。为了更深、更广、更大程度做好深圳知名品牌的传播，以及更长时间的展示深圳知名品牌企业风采，特通过微信小程序搭建“品牌云展馆”，同时举办“我最喜爱的深圳品牌”线上点赞传播活动，聚焦深圳知名品牌建设，pick你所喜爱的深圳品牌，突出品牌价值，焕新品牌

形象，全方位、立体化展示深圳品牌建设成果，邀请广大消费者共同助力深圳品牌建设工作。

“品牌云展馆”旨在借助数字化技术，打破地域与时间限制，为广大公众提供一个深入了解、评价与支持深圳品牌的线上平台，通过丰富的多媒体手段和形式打造品牌素材库，全方位、立体化展示深圳品牌建设成果，呈现永不落幕的品牌盛会。

“我最喜爱的深圳品牌”通过大众参与点赞“我最喜爱的深圳品牌”，随后形成专属的“助力深圳品牌建设-我

是第XXX位助力”海报，在朋友圈进行广泛传播，共同推动深圳品牌建设发展。

历经近一个月的点赞，活动圆满结束。排名前十的深圳知名品牌企业，公布如下。

2024品牌云展馆之我最喜爱的深圳品牌：华为、比亚迪、腾讯（Tencent）、DJI大疆、喜茶（HEYTEA）、奈雪的茶、稳健医疗、光韵达、四季椰林、望华建设。

点赞活动虽然结束了，但展示深圳知名品牌企业风采将持续进行！让更多的品牌企业能够通过参与活动，走向全国乃至国际市场，成为深圳品牌的名片。

《AAA级知名商标品牌评价规范》宣讲会圆满举行

5月15日，第八届深圳（湾区）国际品牌周暨推进深圳品牌建设系列活动——《AAA级知名商标品牌评价规范》宣讲会圆满举行，实现企业稳健前行。

为深入贯彻落实《知识产权强国建设纲要（2021-2035）》《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》关于加强商标品牌建设的工作要求，提升企业商标品牌的市场价值和竞争力，引导企业建立和完善商标品牌的创造、应用、管理和保护体系。5月15日，深圳工业总会特联合中华商标协会、中规（北京）认证有限公司共同举办第八届深圳（湾区）国际品牌周暨推进深圳品牌建设系列活动——《AAA级知名商标品牌评价规范》宣讲会。

深圳工业总会执行会长吴丽出席活动，秘书长王奕莘致辞。中国南玻集团、稳健医疗、铨兴科技、中兴新地等70位企业相关负责人参加活动。

本次宣讲会，特邀中华商标协会知

名商标品牌工作委员会执行副主任王向明、中规（北京）认证有限公司副总经理邵焯现场讲解如何打造、运用知名商标品牌开拓国内外市场以及AAA级知名商标品牌评价项目介绍。

中华商标协会知名商标品牌工作委员会执行副主任王向明通过“如何打造、运用知名商标品牌开拓国内外市场”的主题，让参会人了解了商标品牌的法律和市场定位；当前政治经济环境下民族品牌之路；《知名商标品牌评价规范》出台的背景、意义。

中规（北京）认证有限公司副总经理邵焯介绍了“AAA级知名商标品牌评价项目”。主要讲解了项目背景、项目依据、T/CNTA002-2022《知名商标品牌评价规范》、评价流程及评价益处等。

中规（北京）认证有限公司深圳分公司总经理孔威在关于AAA级知名商标品牌评价项目的下一步对接工作中，向与会者进行了详尽而富有启发性的介绍。

在互动交流环节中，参会企业代表们把握难得的机会，纷纷就当前自身企业的情况，积极向现场的商标品牌专家提出自己的需求与疑问。大家纷纷表示在活动中收获颇多，希望未来能更多参与深圳工业总会举办的学习交流活

此次活动通过详尽解析《AAA级知名商标品牌评价规范》，为企业界同仁不仅搭建了一个学习和理解高水平品牌建设标准的平台，还提供了从理论到实践、从内部管理到外部合作全方位的指导和支持，助力企业在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现企业稳健前行。



福田区：千亿级产业集群再提速！

为助推福田区智能终端全产业链发展，全力培育新质生产力，5月9日，区工信局联合梅林街道办、新一代产业园在市工信局的指导下，第八届深圳（湾区）国际品牌周福田分会场——“福田区推动智能终端产业集群高质量发展交流会暨‘智能终端产业集群重点园区’揭牌仪式”成功举办。深圳市首批“20+8”智能终端产业集群重点园区正式落户新一代产业园。荣耀、金百泽、七彩虹等智能终端产业代表企业及行业专家，共同围绕智能终端的产品设计、生产制造等各环节的发展及产业需求展开交流。

全区首个！智能终端产业集群重点园区揭牌

活动现场，深圳新一代产业园获深圳市工业和信息化局授牌“智能终端示范产业园”。作为全区唯一智能终端产业集群重点园区，深圳新一代产业园同时也是2022年深圳市唯一入选的国家级创新型产业集群。该产业园聚焦智能科技、数字科技，着力5G应用及金融科技，并聚集国际高端服务总部企业，打造成为可辐射全国、科技含量高、带动能力强、市场占有率高、综合效益好的创新型产业集群。

解码政策！促进产业向“新”而行

为落实推动深圳智能终端产业集群高端化、智能化、国际化发展，日前，《深圳市推动智能终端产业高质量发展若干措施》（以下简称《若干措施》）正式发布，从资金支持、平台建设、市场开拓、场景打造、要素保障等各个方面，大力推动智能终端产业高质量发展。活动现场，



深圳市工业和信息化局、福田区工业和信息化局相关部门负责人市区两级政策进行分享解析。

头脑风暴！大咖共话智能终端

哈尔滨工业大学（深圳）特聘教授骆睿进行了题为“智能终端的产业发展趋势”的主题分享，他认为芯片技术、操作系统和交互技术是智能终端核心技术突破的关键，而人工智能与物联网的融合趋势以及云计算和大数据的支撑作用都将为智能终端的优化和升级提供有力支持。

深圳市金百泽电子科技股份有限公司副总裁、深圳市造物工场科技有限公司总经理陈春进行了“科创服务智能终端，让创新更简单”主题分享。他分享了金百泽如何深化PCB设计、PCB制造等业务服务数字化转型建设，加速推进业务链与资源链整合，打造全新电子电路产业数字化新范式。

深圳市七彩虹禹贡科技发展有限公司市场部品牌总监张嘉诚带来“AI时代的算力需求及发展趋势”主题分享。

他表示，随着AI的蓬勃发展，传统基于CPU的边缘计算盒子已不能满足业务需求，结合了人工智能技术和边缘计算能力的AI边缘计算盒子成为首选。

深圳市东方富海投资管理股份有限公司合伙人周绍军分享了“投资人对智能终端的理解和投资分享”，他表示投资团队正在对智能汽车行业和人工智能行业进行投资布局，“人工智能算力投资热情高涨背景下，应用端也将持续迎来突破。”

深圳市工业设计行业协会副会长郑斌进行了“工业设计赋能智能终端——设计新质生产力”主题分享，他阐释了制造业与设计创新的融合化发展，探讨工业设计、时尚设计对制造业转型升级和发展新质生产力的推动作用。

会议结束后，与会嘉宾们进行了交流互动，并对福田智能终端产业的发展充满期待。本次活动由深圳新一代产业园承办，深圳工业总会、深圳市大数据研究与应用协会、上海银行深圳分行、深圳智慧园区运营服务有限公司提供支持。



罗湖区：萌宠盛宴乐翻天

为积极响应“罗湖支持宠物经济集聚发展若干措施”的号召，推动宠物文创经济与珠宝经济的融合发展，并带动相关产业链的发展促进区域经济的增长。近日，第八届深圳（湾区）国际品牌周罗湖区主题活动之金展萌宠生活节在金展珠宝广场举行。

深圳（湾区）国际品牌周活动期间，

金展珠宝广场作为深圳水贝商圈的产业地标之一，以“萌宠”为新突破口、萌宠乐园为基础，通过宠物互动、观览、社交等多种形式，结合宠物比赛，为市民打造了一场欢乐、温馨的萌宠盛宴，进一步丰富深圳珠宝的品牌形象，提升市民对水贝商圈的认知度和好感度。

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”。



宝安区：共绘品牌出海蓝图



为贯彻落实国家及市委市政府关于办好“中国品牌日”、加强品牌建设工作决策部署，5月8日，2024年中国品牌日暨第八届深圳国际品牌周宝安区分会场特色品牌活动在宝安区金融超市路演室成功举办。活动以“探索品牌营销，助力品牌出海”为主题，邀请多位品牌界专家、行业领袖和知名企业代表，共同探讨品牌出海与营销创新的新思路和新路径，为宝安品牌扬帆起航增添助力；同时邀请金融机构为企业带来各类场景融资方案，为企业提供多样化融资选择。

本次宝安分会场活动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，宝安区品牌促进会、宝安区智能制造行业协会、宝安区五类百强联合会、宝安区上市企业协会、宝安区金融协会、宝安区半导体行业协会、宝安区小家电企业协会、黑洞星火

会协办，CGBA 湾区品牌评审委员会、宝安区金融超市、宁波银行宝安支行为活动提供支持，超过百名企业代表和相关人士参加现场活动。

宝安区工业和信息化局相关负责人介绍，宝安一直致力于推动制造业高质量发展，坚持创新驱动，加快打造世界级先进制造业高地。宝安也深知加强品牌建设是推动制造业高质量发展的重要途径，为此，区委区政府积极响应国家及市委市政府的号召，联合深圳工业总会精心组织策划了此次品牌周活动。希望通过品牌讲座、企业代表分享、政策宣讲、银企对接等多种形式，汇聚品牌界精英深入探讨品牌营销的新趋势、新方法，分享品牌建设的成功案例和经验，构建品牌交流与合作桥梁，为宝安乃至深圳品牌铺设加速国际化道路。

活动伊始，数位营销界精英分享前沿品牌营销洞见。深圳航空跨界营销负

责人、IAI 广告奖评委杨涛率先从“茅台与瑞幸联名推出‘酱香拿铁’”等多个跨界营销成功案例出发，与参会人员分享中小企业如何做好品牌跨界营销的创新观点与独到见解。星火文化董事长、黑洞星火会荣誉会长叶青以“如何低成本玩转明星营销”为主题进行分享，帮助企业降低传播成本，实现事半功倍的品牌传播效果。鹿客谷科技总经理、数字化专家蒋翀鹏就“中小企业如何借力 AIGC 提升经营效能和业绩增长”这一主题，启发在场企业抓住 AIGC 这一科技机遇实现降本增效。跨境雅舍创始人兼总经理尧志波围绕“制造型企业如何做品牌出海”，在如何利用好跨境电商扩展业务方面提供了一系列专业建议。

此外，宁波银行宝安支行代表针对企业的不同需求，向企业推介银行各类场景融资方案及最新金融服务产品，为企业高质量发展注入金融“活水”。活动同时设置银企交流环节，不少企业代表向银行代表咨询融资方案及金融产品的更多细节，进一步加深了银企之间的相互了解。

为讲好辖区品牌故事，展示宝安品牌建设成果，接下来，宝安区企业服务中心将持续深入贯彻落实国家、省、市、区关于加快推进品牌建设工作要求，积极联合深圳工业总会及区内各行业协会，通过举办项目路演、主题沙龙、政策宣讲活动等方式，为企业搭建更加广阔的品牌交流合作平台，推动品牌故事讲述，在全社会营造品牌建设浓厚氛围，推动宝安品牌崛起、壮大。

宝安区：推动宝安低空经济蓄势高飞

为进一步展示宝安作为深圳的“空中门户”“航空航天产业聚集地”以及“制造业强区”的区域优势，5月10日，在第八个“中国品牌日”之际，宝安作为深圳推动战略性新兴产业集群发展的主场，积极参与第八届深圳国际品牌周，举办第八届深圳国际品牌周暨“石岩湖乐投荟”股权路演系列活动低空经济与智能制造专场路演。

活动通过政策分享、企业路演、投资人对话等方式，为企业搭建高效直达的投融资对接平台，促进产业与资本高效融合，加强深圳地方特色品牌活动建设的同时，全力推动区域科技创新氛围建设及经济高质量发展。

活动在宝安区人民政府、前海深港现代服务业合作区管理局、深圳市中小企业服务局指导下，由宝安区工业和信息化局、宝安区企业服务中心、前海企业和人才服务中心、深圳市天使投资引导基金、宝安区产业投资引导基金主办，宝安区工商业联合会、深交所科融通V-Next 协办，路演时刻、深证中小企业服务中心、深圳私募基金业协会承办。活动吸引企业家、创新先锋与投资大咖到场，包括红杉资本、IDG 资本、深创投、联想创投、东方富海、松禾资本等知名投资机构代表，并以直播方式线上同步呈现。

区企业服务中心负责同志介绍，“石岩湖乐投荟”股权路演系列活动已开展至第三场，接下来还将继续按行业类别组织科创项目与投资机构面对面沟通，积极搭建投融资平台。并强调，随着前



海“扩区”、深中通道开通在即，宝安区在政策、空间等方面的优势将进一步放大，希望更多企业和投资机构多关心、多支持宝安的发展。

为助力辖区低空经济行业企业“腾飞”，活动设置政策宣讲环节。宝安区发展和改革局新兴产业科政策讲师为参会代表详述《深圳市宝安区关于促进低空经济产业发展若干措施》条款，以及政策申报渠道、注意事项，展示了宝安如何作为全空间无人体系试点的先行探索。招商银行深圳分行代表随后介绍该行创新的综合金融服务方案，强调科技金融在实体经济中的重要性，助跑通航企业起飞。

路演环节，无人机全国领军企业联合飞机、国内低空通航产业联盟唯一伞降安全服务商天鹰装备、国内领先永磁

同步电机及驱动控制器研发制造商恒驱电机、嵌入式固态存储解决方案与产品制造商信达、光掩膜基板材料研发生产商精石、国防工业电子设计研发商合讯电子带着六个项目轮番精彩登场，涵盖无人机、固态存储、永磁电机、低空安全、光掩膜、国防电子等领域，各显科技实力，充分展示宝安智造品牌创新力，吸引投资机构关注，现场氛围热烈。

活动圆满落幕，现场自由交流中，宝安区企业与投资者、嘉宾深入探讨展望低空经济与智能制造的未来，一场活动推动企业与资本深度对话，碰撞发展新机遇火花，不仅展现深圳品牌建设成就，更强化了宝安区作为“空中门户”与制造业强区地位，推动宝安低空经济“蓄势高飞”，为深圳经济高质量发展贡献力量。



龙岗区：转化运用，促进高质量发展

4月24日-26日，第八届深圳（湾区）国际品牌周龙岗分会场活动在深圳市市场监督管理局的指导下，龙岗区工业和信息化局会同区委组织部、区司法局、市市场监督管理局龙岗监督局、横岗街道举办了主题为“转化运用，促进高质量发展”的“世界知识产权日”眼镜知识产权宣传周活动。

4月24日，龙岗区“人才相约·探迹龙岗——百名设计师看横岗”暨世界知识产权日眼镜知识产权宣传周启动仪式在龙岗大运 AI 小镇举行，区委组织部、区工信局、区司法局、区人社局、市市场监督管理局龙岗监督局、横岗街道等部门领导受邀出席，同时活动还吸引了百余名海内外时尚创意产业设计师参加。

启动仪式上，隆重举行了深圳市眼镜知识产权保护工作站和深圳市龙岗区横岗街道眼镜知识产权保护矛盾纠纷特色调解工作室挂牌仪式，并为5名首批眼镜行业人民调解员颁发聘书，标志着横岗眼镜行业在知识产权保护领域迈出了坚实的一步。此外，为加强眼镜知识产权保护工作，活动特设签约环节，深圳市版权协会常务副会长陈彦和中国原创眼镜设计师团队设计番主席钟易民签订了《横岗眼镜知识产权保护合作协议》，为眼镜行业知识产权保护提供高效、专业的支持，通过数字化版权赋能眼镜产业创新发展。

4月25日、26日，龙岗区“世界知识产权日”眼镜知识产权宣传周展示交流活动在龙岗眼镜公共服务平台——

深圳市眼镜知识产权保护工作站举行，活动邀请了本土原创设计师展示最新原创专利作品，眼镜、服装、珠宝等相关企业前来现场促进成果转化，同时邀请到区律工委律师以及工作站相关人员，大家结合龙岗眼镜时尚创意产业特色、龙岗眼镜产业发展现状与趋势、企业发展难点与痛点等展开交流研讨。

此次知识产权宣传周活动不仅为龙岗眼镜产业人员提供了一个学习交流的平台，也为眼镜时尚设计行业的知识产权保护工作提供了新的思路 and 方向。我局将以此次活动为契机，进一步激发眼镜产业发展动能，持续提升眼镜品牌竞争力，助力龙岗经济高质量发展。

龙华区：鸿蒙生态构建再次跑出“深圳速度”

4月18日，第八届深圳（湾区）国际品牌周龙华分会场活动在深圳市工业和信息化局、龙华区人民政府指导下，由龙华区工业和信息化局、华为云开发者联盟主办，深圳市软件行业协会、龙华（华为）智能制造和现代服务业创新中心协办的“鸿蒙原生应用合作交流推介会暨华为开发者日（HDD）深圳站”圆满举行。深圳市龙华区委常委、区政府常务副区长徐志斌，市工业和信息化局软件和信息服务处处长邓自安，龙华区工业和信息化局党组成员、二级调研员邹晓乔，华为终端云开发者服务与平台部总裁望岳，华为终端云全球生态发展与销售部副总裁张思建，华为云深圳副总经理范燕平，华为云深圳产业发展与赋能云总经理刘宇鹏及近百家深圳本土企业代表出席活动，聚焦鸿蒙生态进展、鸿蒙原生应用体验革新等内容进行深入探讨。

活动期间，10家伙伴与华为签约达成鸿蒙合作，11家伙伴宣布启动鸿蒙原生应用开发，携手华为共筑鸿蒙世界。

在本次鸿蒙原生应用合作交流推介会上，深圳市龙华区委常委、区政府常务副区长徐志斌发表开场致辞，他结合龙华区新兴产业发展目标及产业格局，表达了对鸿蒙生态建设的高度期待。他强调，龙华区将通过政策扶持、资金支持、人才培养等多方面措施，为鸿蒙生态的发展营造良好的环境，也为企业提供全方位的服务和支持，同时携手以华为为代表的科技企业，共同推动鸿蒙生态的繁荣发展，共同开启智能互联的新



篇章。

深圳市工业和信息化局软件和信息服务处处长邓自安则在致辞中表示，操作系统是计算设备软硬件资源的“总开关”，而一个完整的操作系统生态包括操作系统能力、设备底座、应用生态三大部分，深圳市工信局将全力支持鸿蒙应用生态的建设和发展，提供必要的政策支持与服务保障，为开发者们提供良好的创新环境；同时，深圳市工信局鼓励深圳应用开发商积极抓住机遇，依托鸿蒙系统的强大能力开发更具创新性和竞争力的原生应用。未来，深圳市工信局希望华为继续发挥行业引领作用，不断完善鸿蒙生态系统，为企业提供技术支持及合作机会，与开发者共同成长。

深圳市龙华区工业和信息化局党组成员、二级调研员邹晓乔对龙华区鸿蒙产业政策进行了深度解析。他表示，龙华区已出台《深圳市龙华区支持软件产业发展若干措施》，提出大力培育“鸿蒙+欧拉”产业，鼓励技术创新，加大

产业空间支持保障力度，引导生态集聚。同时，升级深圳（龙华）数字赋能公共服务平台 2.0，打造鸿蒙专区，为鸿蒙原生应用做好供需对接、开拓市场等专项服务。

活动期间，壹深圳、直新闻、蜂助手、快递100、云之家、开思、Richmail等来自各行各业的本地伙伴与华为签约并达成鸿蒙合作意向。而在鸿蒙原生应用启动仪式上，包括深圳通、火火兔、南方基金、KK、觅伊、私募排排网、看护家、小花钱包、格隆汇、乐有家、招商信诺在内的应用宣布启动鸿蒙原生应用开发。这些伙伴将推动鸿蒙生态渗透更多细分领域，并为用户带来更便捷、更智慧的使用体验。

当前，已有超4000款应用加入鸿蒙生态，其中广东省就有超600款应用已经加入。深圳的鸿蒙生态加速拓展，再次跑出“深圳速度”，将引领更多省市的合作伙伴及开发者加入鸿蒙生态建设大潮，共同奔赴全场景万物互联新时代。

光明区：促进渔业产业繁荣



5月17日，第八届深圳（湾区）国际品牌周光明区主题活动——深圳国际渔业博览会光明分会场在光明围岸商业街盛大开幕。

本次分会场以“渔游光明 寻味围岸”为主题，由深圳市光明区投资控股集团有限公司主办，深圳市光明区辰兴商业管理有限公司承办，2024深圳国际渔业博览会组委会指导支持，旨在推广渔文化、促进渔业产业发展、丰富市民文化生活。通过展示各种美食和渔文化产品，让市民和游客更加深入地了解渔业的魅力和价值。

开幕式精彩纷呈，展现渔文化魅力

为期三天的海鲜烧烤嘉年华，第一天就吸引了众多市民和游客的关注与参与。此次活动不仅生动展示了海洋生态、渔业科普及光明本地侨乡美食文化，还深入融合了光明区的地方特色，更将“田

园里的科学城”这一城市美学深深烙印在每一位参与者心中。

开幕式期间，金枪鱼切鱼秀成为吸引观众驻足的亮点。在舞台旁的展位上，专业厨师们展示了精湛的刀工。同时，专业主持人进行科普讲解，让市民在观看金枪鱼切鱼秀的同时，深入了解海洋生态和渔业知识。

海鲜烧烤嘉年华受热捧，美味与表演并存

本次海鲜烧烤嘉年华设有多个展区，展示了各种特色美食和渔文化产品，市民和游客在品尝美味的同时还能欣赏文化表演。

现场活动花样繁多让人应接不暇，醒狮点睛、非遗打铁花秀、美人鱼表演、浪花音乐会、文艺表演等精彩活动接连上演。美人鱼惊艳亮相，与观众亲切互动，让市民感受潜水运动的魅力！其中

打铁花和音乐会等精彩表演，把现场气氛带向高潮。活动期间还有渔画寄情、美人鱼拍照打卡区等多个互动环节，让游客们全方位体验渔文化的魅力。

主办方精心组织了互动游戏和抽奖活动，让市民和游客有机会赢取奖品，活动现场吸引了大量市民和游客积极参与。

博览会影响深远，促进渔业产业繁荣

近年来，深圳加快推进全球海洋中心城市建设，相继发布了《关于推动现代渔业高质量发展的实施意见》《深圳市现代渔业发展规划（2022-2025年）》《深圳市农业发展专项资金（渔业类）扶持措施》，构建起“意见+规划+政策”三位一体的规划政策体系，明确了深圳现代渔业发展的总体目标、重点方向、发展路径和扶持领域。预计到2025年，深圳将打造成为全国现代渔业高质量发展引领区和示范区；到2035年，深圳将全面实现渔业现代化，成为创新型现代渔业之都。

深圳国际渔业博览会光明分会场的成功举办，不仅为市民和游客带来了一场集展示、演出、美食、互动于一体的欢乐盛会，也展示了渔文化的魅力和价值。

光明围岸商业街是光明投控集团打造的沿水岸夜经济重点项目，集“游、逛、玩、吃、住”为一体，融合茅洲河景观的配套商业和潮流景点，是光明区城市“慢生活轻度假”类商业项目标杆。未来，期待更多类似活动能为市民和游客带来精彩纷呈的文化盛宴。



大鹏新区：“医”路前行 “药”动山海

“深圳国际品牌周”自2017年举办以来，产生了较大国际影响力，2018年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，从而使深圳成为全国唯一连续八年举办“中国品牌日”地方特色活动的城市。近日，2024年中国品牌日暨第八届深圳（湾区）国际品牌周大鹏新区分会场特色品牌活动——生物医药产业系列论坛成功举办。论坛以“‘医’路前行‘药’动山海”为主题，邀请多家企业代表，共同探讨产业发展趋势和未来机遇。

本次大鹏新区分会场活动由深圳市人民政府指导，深圳市大鹏新区管理委员会、深圳工业总会主办，大鹏新区科技创新和经济服务局承办。活动通过政

策讲解、企业路演等方式，为企业搭建高效直达的对接平台，促进深圳生物医药产业集群发展，加强深圳地方特色品牌活动建设的同时，全力推动生物医药产业集群跨越式发展及经济高质量发展。

活动伊始，大鹏新区通过“深圳国际食品谷招商推介”这一环节，为与会企业及嘉宾提供了一个深入了解大鹏新区食品产业未来发展蓝图的平台。宣讲人从食品谷总体情况概述、规划及用地用房情况介绍、相关政策及综合配套等三方面进行了详细介绍，展示了深圳国际食品谷作为食品科技创新高地的吸引力，明确传达了对潜在合作伙伴和投资者的欢迎态度，以及为促进区域内外食品行业高质量发展所做出的承诺和努力。

本次论坛汇聚了四家前沿企业、机

构的项目展示：立沃生物科技探讨了“原代细胞库建设与转化应用”；思诺达药业分享了“肿瘤精准医疗的创新药物研发”；清华大学介绍了“高效间充质干细胞高效制备一体化解决方案”；深圳因诺免疫则聚焦于“中国人群高频表达的HLA-I类限制性癌睾丸抗原特异性TCR-T细胞治疗恶性实体瘤的技术研发”。项目展示方与参会企业进行了深入交流。

参会的多方代表依托本次活动平台，深入挖掘了食品及医药行业优质项目发展潜力，拓宽了资本对接渠道，共同研究和探讨了医疗大健康行业企业的发展方向和前景，为助力产业高质量发展，促进健康中国建设创造了良好生态环境。

深汕特别合作区： 汽车产业链对接大会 激活新能源汽车产业“朋友圈”

5月深汕，芳菲正盛，随着气温的节节攀升，经济发展愈发热辣滚烫，一节别开生面的企业盛会在在此召开。

5月9日，第八届深圳（湾区）国际品牌周深汕特别合作区主题活动之汽车产业链对接大会在BBS科技文化产业园举行，探讨汽车产业链发展新路径，激活新能源汽车产业“朋友圈”。

活动由深圳工业总会指导，深汕特别合作区科创经服局主办，以“创新驱动智联未来”为主题，立足深汕本地优质企业、优质产品、优质服务，提供企业交流平台，围绕产品、市场等方面交流分享，旨在推动区内企业合作交流、共同发展，实现汽车产业链产品链进行资源整合、资源共享，打通区内企业供应内循环，推动深汕品牌建设高质量发展。

近年来，深汕特别合作区通过不断调焦聚焦、优化布局，已形成了以新能

源汽车产业为主，以新型储能、新材料、智能制造机器人产业为辅的“一主三辅”现代化产业格局。

在新能源汽车产业方面，深汕特别合作区围绕全域建设世界级汽车制造城，打造高端整车制造创新中心、零部件绿色制造中心、前沿技术应用示范中心以及国际汽车贸易枢纽中心，已引进落地汽车制造龙头企业比亚迪和京西重工、延锋国际、力劲科技、东风李尔、佛吉亚等超20家新能源汽车产业链企业。

汽车及零部件、车载电源、车载冰箱、电池蓝膜、智能小家电……40余家深汕本地企业在活动现场洽谈、对话、碰撞，共谋新能源汽车领域发展合作机遇，从企业与企业之间的深入合作交流走向城市与产业链之间的赋能发展。

“朋友圈”里，蕴藏着创新发展的

动能。2023年5月，第七届深圳国际品牌周深汕特别合作区主题活动暨2023声学产业高质量发展大会举办。深圳市好兄弟电子有限公司通过该大会新开拓客户50多家，发展核心合作伙伴10家，签约订单总额约3亿元。

深圳市好兄弟电子有限公司副总经理李小朋说，好兄弟声学已深耕声学领域20多年，拓展家庭影音、车载KTV、户外演出等声学产品更多的应用场景。通过参与品牌周活动，好兄弟声学不仅扩大了产业链“朋友圈”，也提升了品牌知名度。

政府搭台，企业唱戏。汽车产业链对接大会是一场需求碰撞，更是一场能量交换。深汕特别合作区依托深圳（湾区）国际品牌周平台全力对接新能源汽车产业链上下游的企业，加快丰富产业生态，加快培育新质生产力。



超级品牌专场： 超级品牌创新大会推动中国品牌持续向前

5月18日，2024超级品牌创新大会在深圳隆重举行。展示中国品牌新成果，分享中国品牌新智慧，持续推动中国品牌持续向前！



今年是习近平总书记提出“三个转变”重要论述的十周年，同时也是第八个“中国品牌日”。5月18日，中国品牌日·第八届深圳（湾区）国际品牌周·品牌专场活动「2024 超级品牌创新大会」在深圳隆重举行，以“品牌的力量”为主题，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，持续推动中国品牌持续向前！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，秘书长王奕莘出席了活动。

嘉宾致辞

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在致辞中感谢超级品牌顾问机构作为特邀品牌策划机构连续五年为深圳国际品牌周活动提供大量的智力支持。今年是“三个转变”重要论述的十周年，体现了国家对品牌建设的高度重视。在第八个“中国品牌日”大会上，国家发展改革委将启动‘十五五’品牌高质量发

展研究，推动品牌建设深度融入制造强国、质量强国等国家重大战略。今年受国家发改委邀请，市发改委组织深圳工业总会和比亚迪、兆威、TCL 华星等 20 余家深圳品牌企业亮相中国品牌日主场活动，展示深圳品牌建设成果。

深圳市智慧零售协会执行副会长蔡培英在致辞中表示，深圳乃至中国品牌能实现飞跃式发展，是党中央国务院高度重视品牌建设工作的结果，也是各协会、企业、机构积极参与品牌建设的结果。

深圳国际金融研究会会长，东盟与中国投资促进会副会长、中国首席代表任广斌指出中国品牌未来要基于中国传统文化的引领、数字化的服务、金融资本的助推、国际化的布局，切实推进品牌强国。

年度演讲

超级品牌战略咨询作为第八届深圳（湾区）国际品牌周的特邀品牌策划机构，为本次大会带来了前瞻、实战的品牌知识干货。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《品牌力量 激发增长》，指出超级品牌能始终跨越周期，在竞争中处于优势位置，中国企业一定要相信品牌的力量，并开展进化迭代向超级品牌跃迁。

大咖论坛

品牌创新高峰论坛环节，特别邀请到了奈雪全国开发总监刘华志、某股份制银行深圳分行数字化创新业务中心总经理陈柳君、洛斐联合创始人袁智超、中合上市产业链集团董事长吴香懿以及超级品牌战略专家吴子剑，分别就新商业下的品牌创新、金融数字化如何赋能品牌、如何用爆品思维做产品创新、资本如何赋能品牌增长等新环境下企业关注的核心话题展开研讨和分享。

联盟集结

在诸多专家学者的倡议下，在中国优秀企业的呼吁下，在各界协会组织的推动下，2030 超级品牌计划、超级品牌联盟在超级品牌创新大会上持续发起，并为新晋联盟单位完成授牌仪式。

大奖颁发

在全球竞争日益激烈的今天，有一批中国品牌通过创新获得了新的增长！他们在各行各业通过创新发光发亮！他们代表着中国品牌的创新力量！大会最后阶段，特别颁发了超级金狮奖、超级匠品两项大奖。

品牌是国家综合实力的重要体现。未来，超级品牌创新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。

采纳专场：走进金蝶，探索企业高效管理

5月15日，第八届深圳（湾区）国际品牌周暨推进深圳品牌建设系列活动——金老虎游学商学院之走进金蝶集团在深圳金蝶云大厦正式拉开帷幕。本期游学聚焦企业数字化管理的前沿趋势，带领企业家们走进金蝶集团，深入探索云技术如何推动企业实现高效管理。



5月15日，由深圳工业总会、深圳企业升级转型促进会等多家协会主办，金老虎游学商学院承办，广东拓普思研究院协办的金老虎游学商学院游学之旅在深圳金蝶云大厦正式拉开帷幕。本期游学聚焦企业数字化管理的前沿趋势，带领企业家们走进金蝶集团，深入探索云技术如何推动企业实现高效管理。

游学伊始，企业家们首先参观了金蝶体验馆，近距离了解了金蝶集团的发展历程以及技术实力，感受数字化管理对企业未来发展的深远影响。

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、深圳知名品牌评价委员会秘书长李云超在致辞中介绍了中国品牌日“溯源”——2014年5月10日，习近平总书记在河南考察时提出要“三个转变”。2017年4月24日，国务院批复同意自2017年起，每年5月10日设立为“中国品牌日”。

这一决定体现了国家对品牌建设的高度重视，国家各部委相继出台系列关于品牌建设的重要文件，标志着品牌建设已经上升到国家战略的高度。在刚刚结束的第八个“中国品牌日”中国品牌发展大会上，国家发展改革委秘书长伍浩表示：“国家发展改革委将启动‘十五五’品牌高质量发展研究，推动品牌建设深度融入制造强国、质量强国等国家重大战略。”希望在座的企业家把握机遇，加强品牌建设，为推动中国品牌的崛起贡献自己的力量。

今年，受国家发改委邀请，市发改委组织深圳工业总会和比亚迪、兆威、TCL华星、光韵达、金蝶、迈瑞、欣旺达等20余家深圳品牌企业亮相在上海举办的中国品牌日主场活动深圳品牌展区，展示深圳品牌建设成果。2017年，由深圳工业总会联合十一区政府创办的“深圳国际品牌周”到今年已连续举办

八届，使深圳成为全国唯一连续八年举办“中国品牌日”地方特色活动的城市。

在“倾听躬问”的互动环节，金蝶大企业事业部总经理兼金蝶商学院资深讲师李益文对公司的云转型策略和成果、管理智慧、服务特色、创新动力以及深厚的哲学文化底蕴作了详尽分享。

随后的圆桌交流中，金老虎特邀专家、中国十大策划人朱玉童与金蝶云ME事业部品牌市场总经理周炜共同为企业家们带来了一场关于品牌与商业策略的精彩对话，为企业家们打开了一个全新的视角，让其重新审视和思考品牌与企业发展的未来之路。

朱玉童以金蝶集团为案例做拆解，将本次游学活动推向新高度。他表示，财务管理是企业的核心，要精细化管理以准确评估员工表现并避免资源浪费，众多企业经营不善往往源于缺乏这种精细化管理能力。

本期游学即将落下帷幕之际，企业家们纷纷发表感想，并说明下一步的行动计划。大山呼吁企业家们要注重知行合一，将所学所感化为推动企业发展的动力。

展望未来，深圳工业总会将协同金老虎继续通过实地走访、名企分享、专家拆解案例等多种形式，为企业家们打造与多行业精英深度交流学习的平台，让更多的企业看到名企、走进名企、学习名企、成为名企。

康泰健义齿 为生活创造美

深圳康泰健医疗科技股份有限公司成立于2003年，品牌创立于1996年，总部位于深圳，是一家集研发、设计、制造、服务于一体的高品质义齿供应商。公司以“根植大湾区、拓展全国、服务全球”布局建设，已在全国各主要城市设有多家子公司和办事处，生产服务基地超4万平方米，业务覆盖大中华、辐射欧美，已为全球超1000万口腔患者提供了高品质义齿定制服务，企业代表性产品品牌有：第18届深圳知名品牌“康泰健格莱美”、第20届深圳知名品牌“铂美”等。

坚守义齿行业深耕28年，经过多年的探索与实践，康泰健得到行业与社会各界的广泛认可和支持，通过了ISO9001:2015及ISO13485:2016质量管理体系认证，先后荣获了“国家高新技术企业、广东省科技进步奖二等奖、广东省质量信用A类医疗器械生产企业、深圳市专精特新中小企业、深圳行业领袖百强企业”等多项荣誉资质。

康泰健率先在行业内研发出种植系统的无牙颌专用扫描杆，推出了“全口



无牙颌种植定位扫描技术”，还进行了多项技术的引进与研发升级，如：CAD/CAM数字化技术、数字化种植导航技术、口内三维扫描、数字化电子面弓、3D打印技术全系统应用等新型技术，全方位提供一体化数字化产品解决方案。通过不断创新与研发，已获取自主知识产权78件，发明专利占比20%以上，并转化

为新质生产力。

2017年至今，数字化技术应用大幅提高了生产效率，同时构建康泰健信息化平台系统，投入专项大额资金开发了数字化义齿KSM智能制造系统、KCS客户服务平台、KSO业务平台。信息化平台系统建设，赋能数字化业务占比从2020年10%增至2023年约50%。数据上云，启用AI设计等，获得了广泛的市场认可。

2023年3月，康泰健全面响应国家种植牙冠集采政策，推出自主研发的基台套装科技产品。数智科技、赋能口腔，为临床精准种植牙修复提供了高效保障。

康泰健致力于成为具有全球影响力的现代化数字义齿企业，做全球口腔数字化修复呈现者！以精益求精的专业态度，为健康中国、健康口腔建设做出贡献！





锆美

精zhun种植牙修复 就选康泰健品牌

— 响应国家种植牙集采政策 —



深圳康泰健医疗科技股份有限公司

地址：深圳市坪山区荣田路7号康泰健健康产业大楼

客服热线：4008-838-123

网址：www.ktjdental.com



康泰健格莱美公众号



康泰健格莱美视频号

华星恒泰地板清洁领域隐形冠军

深圳华星恒泰泵阀有限公司成立于2009年10月，专注于智能流体控制领域精密核心基础零部件微型泵阀关键技术的研发及产业化应用15年，是一家以高精度微型泵阀相关技术为核心，集研产销为一体的国家高新技术企业，是全球最主要的创新型微型泵阀解决方案提供商之一。

华星恒泰秉持着“持续创新，为有价值客户增值”的使命，坚持自主创新，打造全球标杆品牌。公司深耕行业十余载，已发展成为全球知名家电品牌的泵阀应用解决方案提供商，同时作为主要起草单位参与起草《真空技术 真空泵性能测量标准方法》。

华星恒泰是国内最早从事精密微型流体泵研发制造、最早可替代意大利进口微型水泵的厂家，也是国内首创电磁泵+变频控制的解决方案并应用于智能家电产业，更是全球地板清洁领域内的隐形冠军。

华星恒泰在行业内拥有领先地位，主导产品“超高精度智能微型泵”属于国家十大战略性支柱产业集群-智能家

电产业集群内的核心基础零部件。公司着眼于全球市场的竞争与活力，紧跟发展潮流，深度洞悉终端用户的需求变化及对家庭高品质追求，围绕可持续发展、绿色环保的健康理念，其研发的泵阀产品具有寿命长、流量稳定、精度高、噪音低、耐腐蚀性等特点，解决行业防干抽、防粘连、防异物等痛点，通过技术持续创新升级，推动智能洗地机、洗地机器人市场更新迭代。作为全球知名家电品牌的核心供应商，华星恒泰凭借优异的产品及解决方案，已获得科沃斯、石头科技、戴森、SharkNinja、松下电器等头部企业的认可。

华星恒泰重视研发并坚持创新发展战略，建有广东省微型泵阀工程技术研究中心、UL目击实验室，设立华星商管学院，与上海大学共建机电工程与自动化学院产学研基地，与浙江大学（深圳研究院）合作开发液混合微型电磁泵，与华南师范大学合作进行光学2D/3D检测系统开发，实现产品从研发、生产到检测全流程保持行业内技术领先地位。

品质保障，价值创造。公司实施

严密的质量管理体系，先后通过质量ISO9001、环境ISO14001、职业健康安全ISO45001及国际汽车行业标准IATF16949等认证，产品通过UL、CSA、ETL、TUV、VDE、CQC等国外权威机构认证。

华星恒泰已建立完善的知识产权管理体系，导入知识产权智能管理平台，获得国家知识产权优势企业、广东省知识产权示范企业认定，入选广东省重点商标保护名录、深圳知名品牌、广东省专精特新中小企业，具备较强的知识产权维权能力，拥有百余项专利，高质量专利占比高，所有的专利已全部应用于现有产品的生产过程中，为公司带来显著的经济效益，产品遍及全球80多个国家和地区，为家电、医疗、农业机械等智能装备行业提供更高维度的技术支撑。

未来已然蓄力待发，华星恒泰将紧跟国家发展战略之势，积极响应政策号召，深度促进产业融合，提升产业价值，推进企业高质量发展，融合数字经济。公司将一如既往的坚持品质第一服务至上，坚持创新驱动发展，持续为发展智能制造贡献更大的力量。





深圳华星恒泰泵阀有限公司，成立于2009年10月，中国首家微型泵阀企业，全球众多知名品牌核心零部件供应商。

华星恒泰专注于智能流体控制领域精密核心基础零部件微型泵阀关键技术的研发及产业化应用15年，在家庭清洁类小家电泵阀应用领域，其产品研发取得多项行业首创，掌握多项核心技术及百余项专利，科技成果达到国际领先水平，实现多功能电磁泵、设计控制板的智能控制集成泵、集成红外传感器和霍尔传感器的智能算法泵首创，在细分赛道中迈进全球前列。

公司入选广东省重点商标保护名录，先后荣获国家高新技术企业、广东省专精特新企业、广东省微型泵阀工程技术研究中心、广东省知识产权示范企业、国家知识产权优势企业、广东知名品牌、深圳知名品牌、2023粤港澳大湾区高质量发展优秀企业等荣誉称号。



公众号



官网

☎ 电话:0755-27599551/27598327 🌐 网址:www.szcnh.com

📍 研发总部:深圳市宝安区福海街道展景路83号会展湾中港广场6栋A座1006-1009
🏭 智造基地:东莞市谢岗镇粤海大道213号粤海智造中心C1栋

深圳市计量质量检测研究院

深圳市计量质量检测研究院（简称“深圳检测院”，英文简称 SMQ）始建于 1980 年，是由深圳市人民政府依法设立，经国家市场监督管理总局授权的法定计量检定和产品质量检验认证机构。

SMQ 致力成为国内领先的顾问型质量技术服务整体解决方案提供商，建有西丽、龙珠、龙华、光明、马田、东莞及绍兴七大实验基地，实验室面积超 11 万平方米，拥有 2800 余名专业技术人员。建有国家高新技术计量站、国家数字电子产品质量检验检测中心、国家营养食品质量检验检测中心（广东）、国家电动汽车电池及充电系统产业计量测试中心、国家医疗器械产业计量测试中心等 13 个国家级平台和 40 个省市级平台及实验室。

始终坚持科技兴院战略，持续推进科技创新，技术研发能力行业领先，加快打造机构发展新引擎，支撑新质生产力发展，助推科技创新，推动产业转型升级。截至目前，深圳检测院获批立项科技项目近 250 项，获市级以上科技奖项达 80 项，累计发布国家标准 289 项，



是深圳仅次于华为的制修订国家标准数量第二大机构。

在全球经济形势复杂严峻的背景下，检验检测为促进经济社会高质量发展作出了重要贡献。近年来，深圳检测院将检验检测服务深度融入建设全国统一大市场和推动经济高质量发展中，实施“春茧”行动，组织梳理、研判深圳“20+8”产业的质量需求，围绕企业研发、采购、生产、市场准入、销售、使用和循环再利用等价值链各环节，构建“标准、计量、检验检测、认证认可”技术

服务闭环，提供贯穿价值链各环节的 QI 技术综合解决方案，为产业和企业繁荣发展作出积极贡献。

当前，SMQ 以深圳、东莞和绍兴为支点，积极构建深圳总部、大湾区、长三角“一体两翼”战略布局。秉持检测人的使命与担当，SMQ 与特区一路同行、同频共振；凭借技术服务长期积淀，以面向未来的检测科技，SMQ 提供质量技术整体解决方案，助力政府治理、产业发展和科技创新。检测科技，让信任更简单！



MANST
—曼恩斯特—



| 国家高新技术企业 | 国家级专精特新“小巨人”企业 | 进口替代 | 国际先进 |



深圳市曼恩斯特科技股份有限公司
SHENZHEN MANST TECHNOLOGY CO., LTD.

深圳 | 安徽 | 常州 | 杭州 | 成都 | 重庆 | 镇江 | 淮安 | 欧洲 | 日本
Shenzhen | Anhui | Changzhou | Hangzhou | Chengdu | Chongqing | Zhenjiang | Huai'an | Europe | Japan

www.manst.com

400-822-5968

sales@manst.cn

深圳市坪山区金牛东路竹坑第三工业区