



第八届中国卓越管理公司 (BMC) 项目白皮书

联合发起方



目录

评委总结	1
上篇：第八届中国卓越管理公司(BMC)获奖企业榜单	3
一、BMC榜单评选背景及评选标准	4
二、第八届中国卓越管理公司 (BMC) 获奖企业榜单	5
三、BMC获奖企业概览	8
中篇：中国卓越管理公司获奖企业调研	10
下篇：BMC卓越管理实践案例	16
一、第八届BMC新晋获奖企业、新晋白金奖企业及新晋金奖企业领先实践总结	17
二、卓越管理案例	22

编委会

主 编

许 柯 德勤中国民营企业与私人客户服务主管合伙人
赵 健 德勤中国卓越管理公司项目主管合伙人
陈 岚 德勤中国经济与产业研究院合伙人
桂 晏 德勤中国卓越管理公司项目总监
王 华 德勤中国卓越管理公司项目经理
姜 振 德勤中国卓越管理公司项目高级顾问

感谢以下BMC专家评委与工作人员在本刊出版过程中的真知灼见与辛勤付出。

BMC专家评委

德勤中国主席蒋颖女士、香港科技大学商学院院长安思远教授 (Prof. Frederik ANSEEL)、香港科技大学商学院徐岩教授、杨晓燕老师；
哈佛商业评论中国创始出品人刘霄、副总经理赵阁宁女士

评委总结

由德勤中国、香港科技大学商学院和哈佛商业评论中国共同组成的第八届中国卓越管理公司(BMC)评审委员会,在深度分析了2026年80家BMC企业的成功关键与主要挑战后认为:2026年作为“十五五”开局之年,全球科技革命、产业变革与价值链重构深度演进,企业竞争已超越单一要素的比拼,亟需管理范式、发展模式、价值体系的全方位跃迁。本届80家BMC获奖企业的成长实践,精准诠释了中国企业依托卓越管理培育新质生产力、实现转型升级的突围路径,为“十五五”开局之年的产业升级提供了可复用的方法论。当下人工智能加速重塑产业格局,同时海外市场发展潜能持续释放,中国民营企业正积极把握这两大趋势,持续升级管理质素,突破增长瓶颈。

BMC评审委员会主席、德勤中国主席蒋颖总结道,若要实现AI时代企业新增长,中国企业需要“3X力,即兴力+新力+心力”共铸AI时代“新人本领导力”。“兴力”构筑中国特色商业文明、“新力”聚焦激发新质生产力、“心力”深耕人的组织和领导力。

一、“兴力”构筑中国特色商业文明

- BMC企业战略上高处争独到,技术上宽处谋布局,全球运营上细处求精益。

2025年BMC获奖企业在全球政治经济局势高度不确定,国内经济与消费潜力需进一步提振的情况下,实现了平均收入551亿元,平均净利润38亿元,平均收入增长率14%,平均ROE12%。这个成绩来之不易,回看2023年到2025年后疫情时代3年BMC企业的增长曲线,我们发现他们已完成“新旧动能转换”。BMC企业普遍具备战略前瞻性,在“以客户为中心”进行价值整合方面也表现极为突出。顺丰控股、波司登国际等企业皆在改变世界,创造新价值。他们在某个细分市场里建立稳固的领导地位,把低成本、高效率、可复制的核心竞争力做成引领行业的标准;再把这套硬核实力复制到更多区域、客群、业务领域,从而实现高增长。

- 近半数BMC企业已在三年内实现全球本土化运营或多区域精益运营,但“一国一策”属地化运营、数字化基座升级及合规风控仍是现实挑战。

过去三年,近半数BMC企业已在全球多区域实现运营。联想、吉利汽车、安踏集团、海信视像等中国企业是全球本土化运营的先锋。他们建立了较为完善的全球一体化治理架构,通过在海外核心市场端到端的运营体系不断升级,来实现全球业务稳健发展。如今更多中企出海正在进入“走上去”的新阶段,成功的关键正从“捕捉市场机遇”转向“构建系统能力”。企业需着重做好战略层面的中长期规划与市场布局,以运营能力筑基,完善全球支持层面的组织与人才、财税管控、合规等管理

体系升级,对海外职能和架构进行合理设计与持续优化,加速数据驱动的全球运营体系升级。在这些能力中,中国民企的合规风险控制塔亟待强化。同时,全球各地多元文化深度包容,与各地区合作伙伴深度信任、携手创新,推动全球行业发展是另一关键。

二、“新力”聚焦激发新质生产力

- BMC企业技术能力构筑高壁垒,并保持快速迭代升级。

BMC获奖企业普遍与客户、科研院所进行生态化的创新,协同研发前沿技术,掌握产业核心关键技术;研产供销组织协同力强,科技创新商业转化能力强。具体来讲,第一,科创战略兼顾技术领先与商业转化,在对技术前沿感知敏锐的前提下,果敢选择其差异化关键技术路线、产品与技术组合,同时平衡前瞻基础研究与商业化转化高的科研项目投入;第二,科创管控体系平衡投入与产出,集团内外部协同研发、研产供销高效链接与合理分工;第三,科创运营体系保证价值实现,注重商业化转换高效,实现技术、质量、成本和服务综合性优势;第四,科创支撑体系激活创新要素,将科技管理与数字化合二为一,助力科技创新人才与各职能高效协作,最大限度激发人才活力。

- BMC企业高效透明的数字化生产、精准卓越的数字化客户体验提升速度快,但AI应用支撑组织效能提升仍处于初始阶段。BMC企业数字化转型持续加速,特别是在加速全球供应链“全态融合”、以及关键流程“全链智运”敏捷升级方面,例如TCL华星光电、蓝思科技等。但同时,实现组织、流程、数据、技术、治

理的同步调整和协调融合，及持续全球数字化基座升级，还有挑战。即使是BMC企业，还有部分企业在不同业务条线间存在数据壁垒、数据质量不高的问题，数据开发利用水平和能力仍不足，数据要素作用尚未完全发挥来驱动业务模式创新。与此同时，AI在企业中的应用已接近普及，但其规模化价值释放仍处于早期阶段。BMC企业中，顺丰控股的AI智能体已在预测、规划、营销、履约、客服、关务及数据分析等众多业务场景成为重要的“数字员工”；海天调味食品利用AI豆脸选豆、大数据智能发酵、24HNIR在线光谱检测和AI电子鼻；银泰商业构建AI机器视觉“眼睛”+AI韬略GPT“大脑”+AI Agent银泰精灵“手脚”的三位一体智能体系，形成“感知-思考-执行”全链路闭环，让AI深度融入零售、学校等经营全场景。BMC企业正加速向“AI原生”组织转变，将AI内嵌为企业发展的底层逻辑，而非技术补丁式的修修补补。在一年的调研中我们发现，AI应用选择模糊，试点泛滥但价值难以规模化；数据准备不足，技术能力超前于企业吸收；AI只能嵌入流程而无法重塑流程；治理、信任与文化障碍，缺乏可控性与安全性等是主要挑战。

• 利用收并购与产业基金投资等多种方式，加速产业链生态布局。

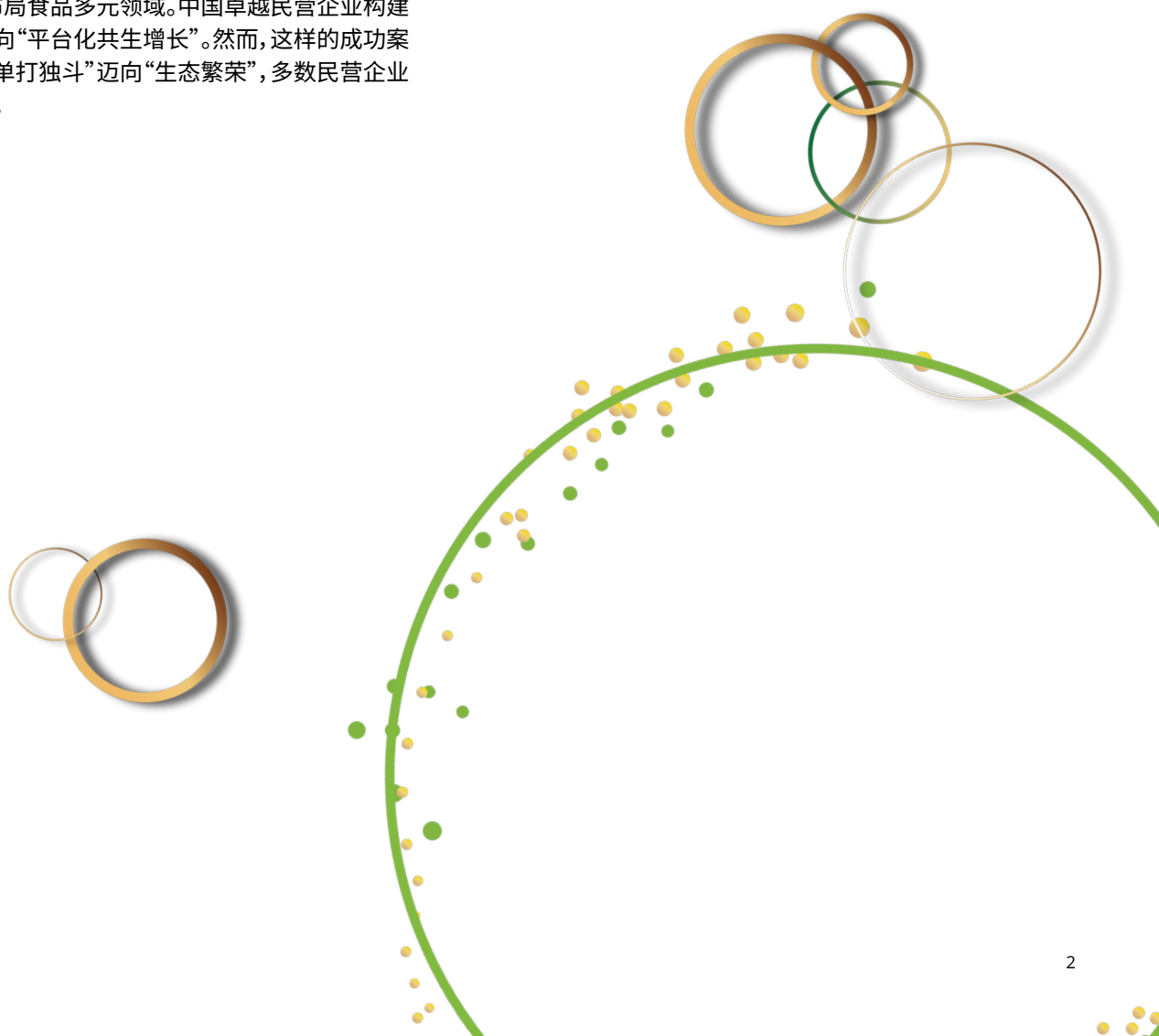
吉利汽车成功用全球多种合资合作模式，五年内让新能源业务从基础级飞跃到全球多品牌“七纵”全域技术体系竞争力，成为战略清晰、生态茁壮、技术驱动的“一个吉利”。新希望乳业利用草根知本，布局食品多元领域。中国卓越民营企业构建已从“单点竞争”转向“平台化共生增长”。然而，这样的成功案例较为稀缺，要从“单打独斗”迈向“生态繁荣”，多数民营企业尚有巨大提升空间。

三、“心力”深耕人的组织和领导力

• 在推进国际化人才培养的同时，“人本领导力”培育仍是AI时代制胜关键。

周大福珠宝、东鹏饮料、乖宝宠物等企业组织敏捷进化，在过去的资源优势，即庞大的客户数量、丰富的产品组合及成本高效的供应链能力的基础上，更灵活、敏捷配置产能与服务，让多元人才，结合人机协同的工具，跨业务单元协同更为高效，并可让一线做出更快、更有效的决策，从而实现组织“以客户为中心、敏捷、协同、透明”。这一年BMC评选中我们观察到，在人工智能时代，今天的组织大多在从提升效率，演进到人与数字员工自适应协同能力逐渐强化。我们预测明天的组织一定是业务运营能力在“人本领导力”下整合，依托集成化技术和AI代理实现。如何最大限度地发挥人机协同的价值？人工智能在改变企业文化后，如何强化信任？员工如何保持与时俱进？都是BMC企业最关心的问题。

行之力则知愈进，知之深则行愈达。我们希望为更多中国企业提供可复制、可借鉴的发展经验，助力更多企业以“风荷逐浪”之姿、践“数智偕行”之路，携手在世界舞台上绽放更加耀眼的光芒！



上篇:

第八届中国卓越管理公司 (BMC)获奖企业榜单



一、BMC榜单评选背景及评选标准

中国卓越管理公司 (Best Managed Companies, 以下简称为“BMC”) 项目是当前中国唯一针对企业管理体系进行全面评估的国际奖项。卓越管理公司 (BMC) 项目于1993年在加拿大创立, 享誉全球33年。目前, 全球卓越管理公司网络已遍布世界近50个国家和地区。

中国卓越管理公司 (BMC) 项目于2018年首次举办, 至今已是第八届, 由德勤中国主办, 联合香港科技大学商学院、《哈佛商业评论》中国等进行严格筛选, 目的是发现和见证具有先进管理理念和卓越管理水平的中国企业, 并希望优秀的中国企业重视长期、平衡和可持续的发展。

历经6个月的闭门推荐、企业家访谈和专家调研, 运用成熟的“德勤BMC卓越管理标准”全球框架, 通过“CXO卓越管理实验室”从企业战略、能力、承诺以及财务实力四个领域综合评估, 并经过主办方独立评委会最终审定, 2026年中国BMC获奖企业共有80家, 包括13家新晋获奖企业, 6家新晋白金奖 (连续7年获奖) 企业, 4家新晋金奖 (连续5年获奖) 企业, 10家金奖 (连续6年获奖) 企业, 13家白金奖 (连续8年获奖) 企业, 34家连续获奖企业。



图1“德勤BMC卓越管理标准”全球框架

二、第八届中国卓越管理公司(BMC)获奖企业榜单

(榜单按企业名称首字母拼音排序)

新晋获奖企业榜单

企业名称	行业
TCL华星光电技术有限公司	科技、传媒和电信
贝特瑞新材料集团股份有限公司	能源与资源
波司登国际控股有限公司	消费零售批发及物流
东鹏饮料(集团)股份有限公司	消费零售批发及物流
佛山市海天(高明)调味食品有限公司	消费零售批发及物流
乖宝宠物食品集团股份有限公司	消费零售批发及物流
吉利汽车控股有限公司	工业制造行业
蓝思科技股份有限公司	科技、传媒和电信
赛力斯集团股份有限公司	工业制造行业
深圳市创鑫激光股份有限公司	工业制造行业
顺丰控股股份有限公司	消费零售批发及物流
浙江伟星实业发展股份有限公司	工业制造行业
周大福珠宝集团有限公司	消费零售批发及物流

新晋白金奖(连续7年获奖)企业榜单

企业名称	行业
科大讯飞股份有限公司	科技、传媒和电信
三六零安全科技股份有限公司	科技、传媒和电信
深圳市裕同包装科技股份有限公司	工业制造行业
新希望乳业股份有限公司	消费零售批发及物流
鑫荣懋果业科技集团股份有限公司	消费零售批发及物流
银泰商业(集团)有限公司	消费零售批发及物流

新晋金奖(连续5年获奖)企业榜单

企业名称	行业
江苏恒立液压股份有限公司	工业制造行业
老百姓大药房连锁股份有限公司	生命科学与医疗行业
山东五征集团有限公司	工业制造行业
溢达集团	消费零售批发及物流

其他白金奖与金奖企业榜单

企业名称	行业
爱康健康科技集团有限公司	生命科学与医疗行业
创维集团有限公司	工业制造行业
大全集团有限公司	工业制造行业
孩子王儿童用品股份有限公司	消费零售批发及物流
海底捞国际控股有限公司	消费零售批发及物流
恒安国际集团有限公司	消费零售批发及物流
龙湖集团控股有限公司	房地产行业
山东威高集团医用高分子制品股份有限公司	生命科学与医疗行业
深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	生命科学与医疗行业
深圳市汇川技术股份有限公司	工业制造行业
通策医疗股份有限公司	生命科学与医疗行业
新东方教育科技集团有限公司	教育行业
中国教育集团控股有限公司	教育行业
安踏体育用品有限公司	消费零售批发及物流
北京蓝色光标数据科技股份有限公司	科技、传媒和电信
福耀玻璃工业集团股份有限公司	工业制造行业
广东东阳光科技控股股份有限公司	工业制造行业
恒隆地产有限公司	房地产行业
联泓新材料科技股份有限公司	能源与资源
南京天加环境科技有限公司	工业制造行业
汽车之家	科技、传媒和电信
汤臣倍健股份有限公司	生命科学与医疗行业
朝云集团有限公司	消费零售批发及物流

其他连续获奖企业榜单

企业名称	行业
安东油田服务集团	能源与资源
宝时得科技(中国)有限公司	工业制造行业
广东海大集团股份有限公司	消费零售批发及物流
广联达科技股份有限公司	科技、传媒和电信
君乐宝乳业集团有限公司	消费零售批发及物流
山东薛记食品科技有限公司	消费零售批发及物流
上海复星医药(集团)股份有限公司	生命科学与医疗行业
深圳传音控股股份有限公司	科技、传媒和电信
深圳市大疆创新科技有限公司	科技、传媒和电信
比亚迪股份有限公司	工业制造行业
长江精工钢结构(集团)股份有限公司	工业制造行业
达利食品集团有限公司	消费零售批发及物流
福建圣农发展股份有限公司	消费零售批发及物流
金发科技股份有限公司	能源与资源
联想	科技、传媒和电信
名创优品集团控股有限公司	消费零售批发及物流
上海九如城企业(集团)有限公司	生命科学与医疗行业
深圳市艾比森光电股份有限公司	工业制造行业
神州数码集团股份有限公司	科技、传媒和电信
唯品会(中国)有限公司	消费零售批发及物流
阳光电源股份有限公司	能源与资源
优合集团有限公司	消费零售批发及物流
傲基(深圳)跨境商务股份有限公司	科技、传媒和电信
北京飞书科技有限公司	科技、传媒和电信
广东领益智造股份有限公司	工业制造行业
海信视像科技股份有限公司	工业制造行业
临工重机股份有限公司	工业制造行业
洛阳栾川钼业集团股份有限公司	能源与资源
泡泡玛特国际集团有限公司	消费零售批发及物流
三全食品股份有限公司	消费零售批发及物流
山东玲珑轮胎股份有限公司	工业制造行业
友邦人寿保险有限公司	保险
中国飞鹤有限公司	消费零售批发及物流
中国旭阳集团有限公司	能源与资源

三、BMC获奖企业概览

第八届BMC获奖企业2025年总收入规模约4.4万亿元,平均存续期 29年,平均营收551亿元,平均净利润38亿元,其中30家企业(或其母公司)为2025年《财富》中国500强,6家企业(或其母公司)是2025年《财富》世界500强,19家2026年《财富》“最受赞赏中国公司”。

在80家BMC获奖企业中,营收1000亿以上的企业10家,500亿-1000亿的企业12家,100亿-500亿的企业34家,100亿以下的企业24家。BMC企业在过去5年保持有利润的增长,2021年-2025年营收复合增长率为13%。在经济形势愈加挑战的一年,BMC企业整体表现优于A股上市公司。BMC企业平均研发强度约3%,高研发投入是支撑企业有利润增长的关键。

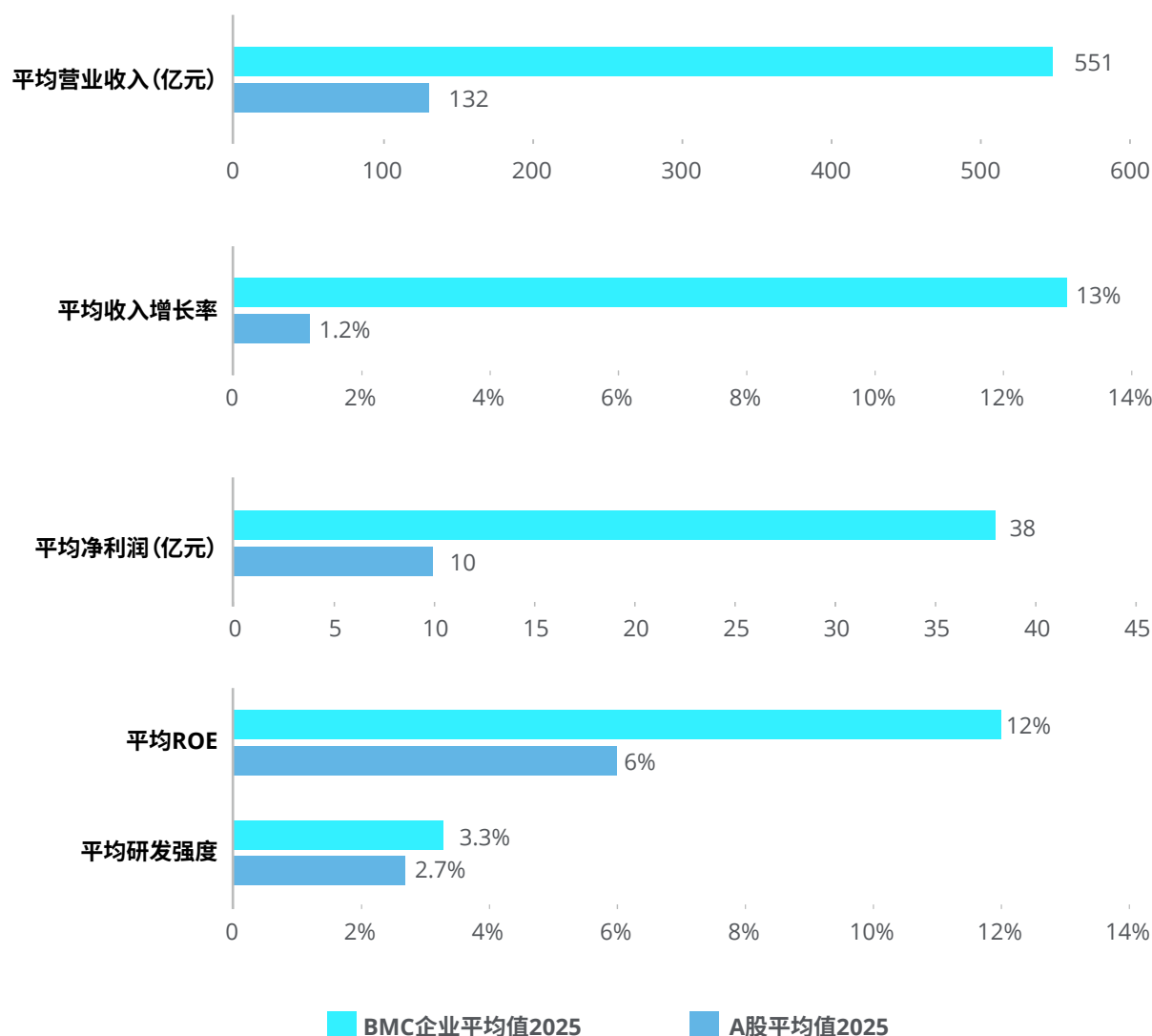


图2 BMC企业与A股上市公司财务业绩对比

注:A股上市公司数据来源于Wind万得

从行业分布看,包括26家消费零售批发及物流企业,21家工业制造企业,13家科技、传媒和电信企业,8家生命科学与医疗企业,7家能源与资源企业,2家房地产企业,2家教育企业,1家保险企业。



图3 BMC企业行业分布

从区域分布来看,南区企业37家,北区企业25家,东区企业16家,西区企业2家。从主要城市分布来看,15家获奖企业(占比19%)来自北京,18家获奖企业(占比23%)来自深圳。

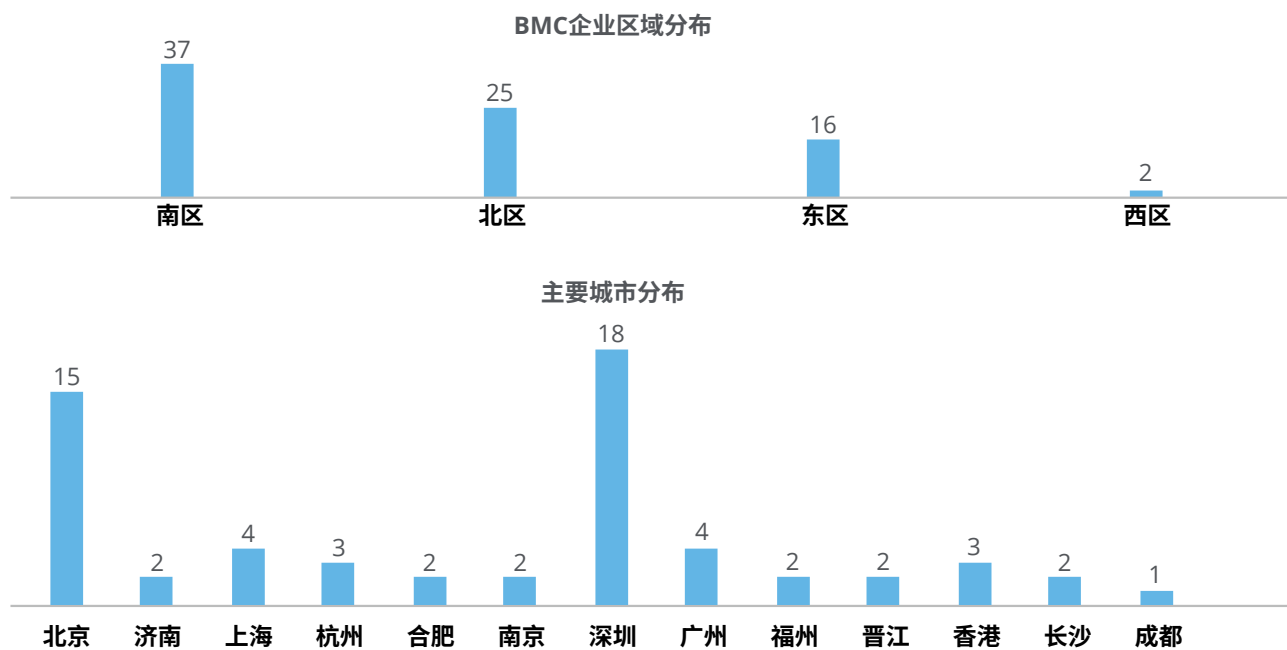


图4 BMC企业区域及城市分布

注:其他北区城市8家企业,其他东区城市5家企业,其他南区城市6家企业,其他西区城市1家企业

中篇：

中国卓越管理公司 获奖企业调研

在每一年中国卓越管理公司(下称“BMC”)的评选过程中,评审委员会都会与候选企业的管理层进行深度访谈,为期半天到两天不等的思想碰撞与互动以“卓越管理实验室”的形式进行内容的萃取和最佳企业管理实践的提炼。今年企业调研反映了这批中国一流企业AI时代开始全球化本土运营后的一些新趋势。

战略

发现一:BMC企业战略上高处争独到,引领性高;技术上宽处谋布局,护城河深;全球运营上细处求精益。今年的调查显示,BMC企业普遍具备战略前瞻性,助力企业更好穿越周期;同时在“以客户为中心”进行价值整合方面也表现极为突出。此外,与往年相比,我们看到更多企业致力于“精益运营”,积极打造未来核心竞争力。

调研问题1:公司打造未来核心竞争力的关键是什么?

1. 战略引领,产品卓越
2. 出色的以客户为中心整合价值的能力
3. 创新与技术引领
4. 精益运营
5. 品牌卓越

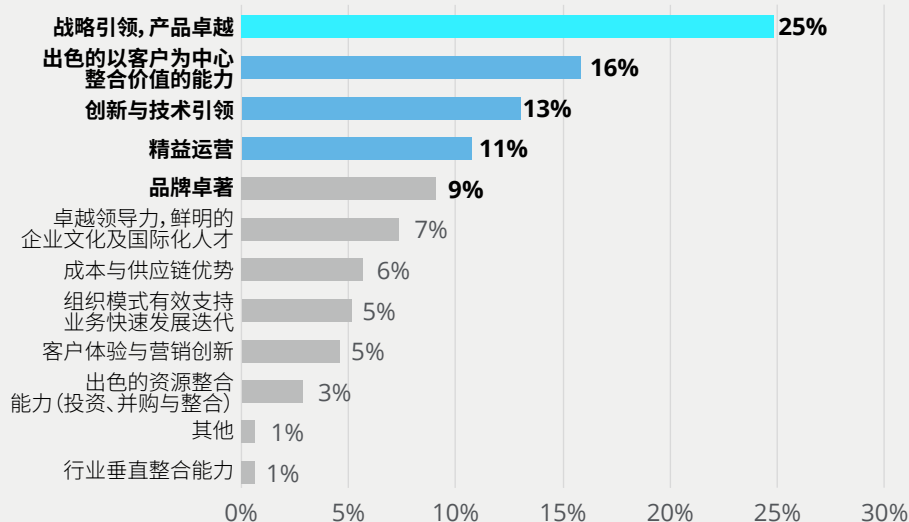


图1 公司打造未来核心竞争力的关键是什么?

发现二:50%以上BMC企业在过去三年内,已实现全球本土化运营或多区域精益运营,但在针对不同市场的情况和特点,加速“一国一策”运营模式落地方面仍面临挑战。企业仍在尝试如何通过“组织模式升级”来整体提升客户体验,从而实现收入和利润的增长。

调研问题2:企业“未来前5个主要挑战”是什么?

1. 国际化拓展提速
2. 利润提升
3. 研发技术升级
4. 组织模式有效支持业务快速发展迭代
5. 客户体验与客户运营提升

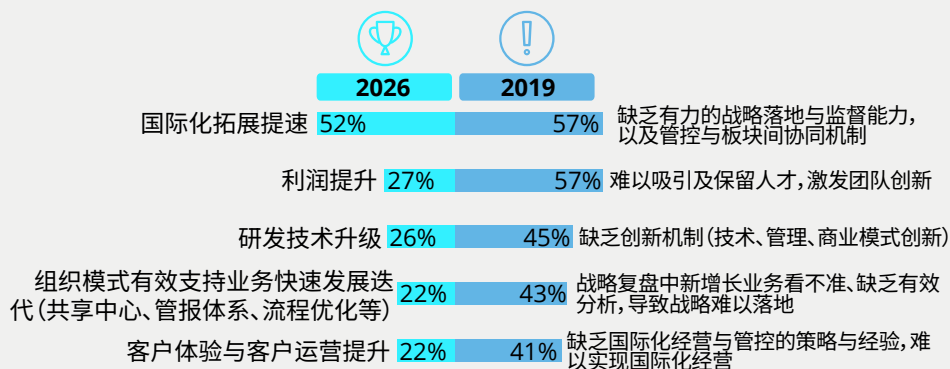


图2 企业“未来前5个主要挑战”是什么

发现三：在“一国一策”战略持续明晰后，财务与资金、研发与客户管理、供应链与渠道、人力、合规与风控、品牌与ESG等领域管理体系亟待数字化基座整体升级，以保证稳健持久发展。在这些能力中，中国民企的合规风险控制塔亟待强化。

调研问题3：企业全球化经营中哪些能力亟待提升？

1. 市场洞察能力
2. 国际人才培养能力
3. 战略制定能力
4. 业务属地拓展能力
5. 合规与风控管理能力

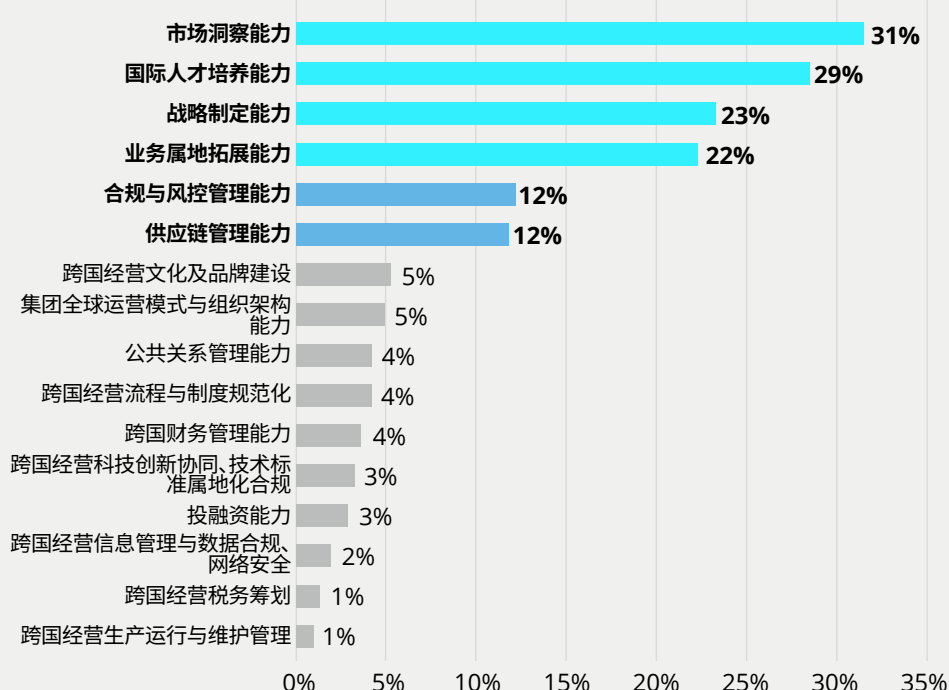


图 3 企业全球化经营中哪些能力亟待提升？

能力

发现四：企业内部掌握核心技术并保持对技术的前瞻性洞察非常重要。同时，与客户的联合创新也极大提升创新的效率。积极探索与生态圈利益相关方的创新协作将加速科技研发的商业转化效率。

调研问题4：企业如何保持永续的技术前瞻感知及场景预测？

1. 研发、市场与销售团队技术前瞻分析
2. 客户联合创新
3. 研发合作机构技术前瞻分析
4. 数字化头部企业合作
5. 国际专家人才布局

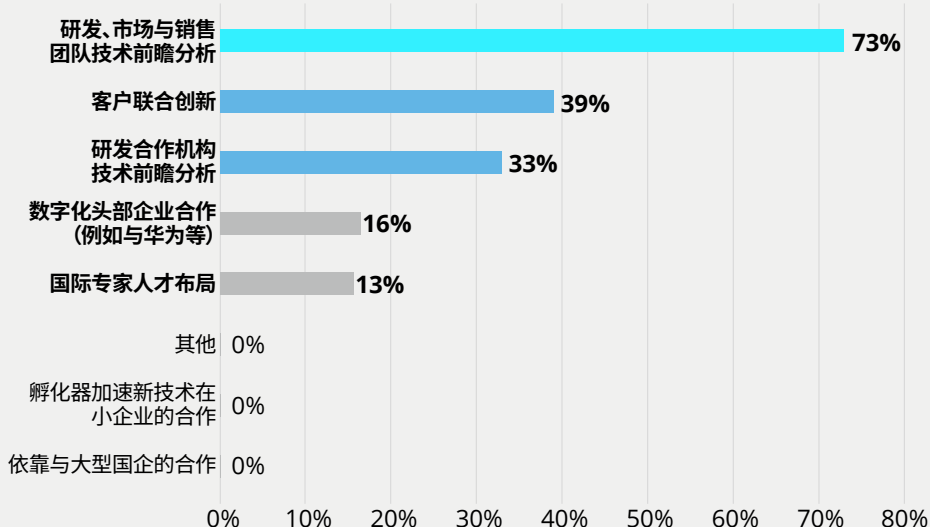


图 4 企业如何保持永续的技术前瞻感知及场景预测？

发现五：企业对于技术迭代的投入体现出候选企业“需求响应、路线突破、效能跃升、绿色转型”四维并进的技术策略。科技创新正加速从内部能力建设向满足客户需求进行价值跃升。

调研问题5：未来24个月企业科技创新投入重点方向？

1. 数字化升级与AI
2. 客户需求带来的技术升级
3. 行业技术路线突破
4. 生产效率提升与成本压缩
5. 环保与可持续发展

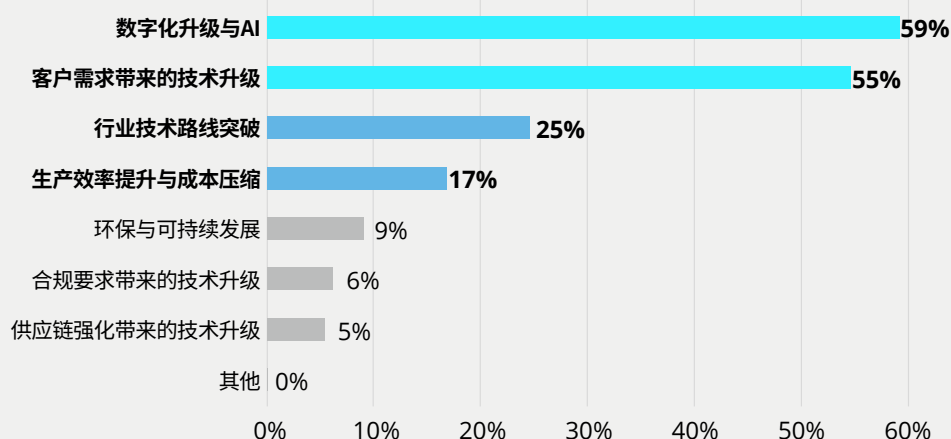


图 5 未来24个月企业科技创新投入重点方向？

发现六：65%的企业未来投入首选人工智能。“智能化-数据化-安全化”三轴协同的能力建设逻辑已高度共识。未来企业着重投向“人工智能”，“业务流程智能化”，“数据分析与商业智能分析”等领域。候选企业正加速将AI应用从技术工具层升格为驱动全域业务重塑的战略内核。

调研问题6：未来24个月数字化投入重点方向是什么？

1. 人工智能
2. 业务流程智能化
3. 数据分析/商业智能
4. 信息安全
5. (CRM) 客户关系管理

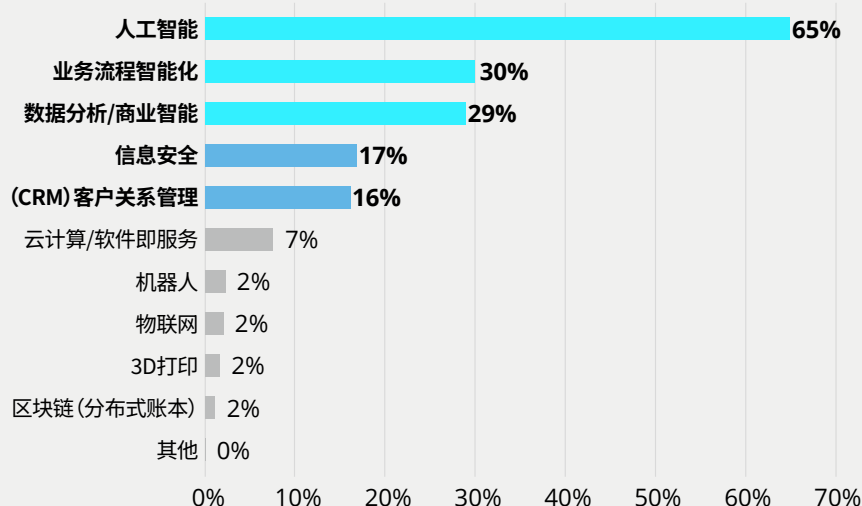


图 6 未来24个月数字化投入重点方向是什么？

发现七:随着全球化运营的深入,财务数字化已从工具升级进入能力重构的攻坚期,前三挑战为系统割裂、数据治理、人才能力。基于“合规底座、业务赋能、全球协同”的逻辑,候选企业正致力于构建“全球一体化、本地敏捷化”的财务管理体系,以应对复杂跨国经营的长期挑战。

调研问题7:在国际化发展背景下,下一步财务税务管理持续升级重点是什么?

1. 夯实核算、税务合规等基础能力
2. 加强业务支撑,实现经营赋能
3. 实现全球资金体系的全面协同管理
4. 共享中心强化
5. 打造海外差异化本地财务管理能力

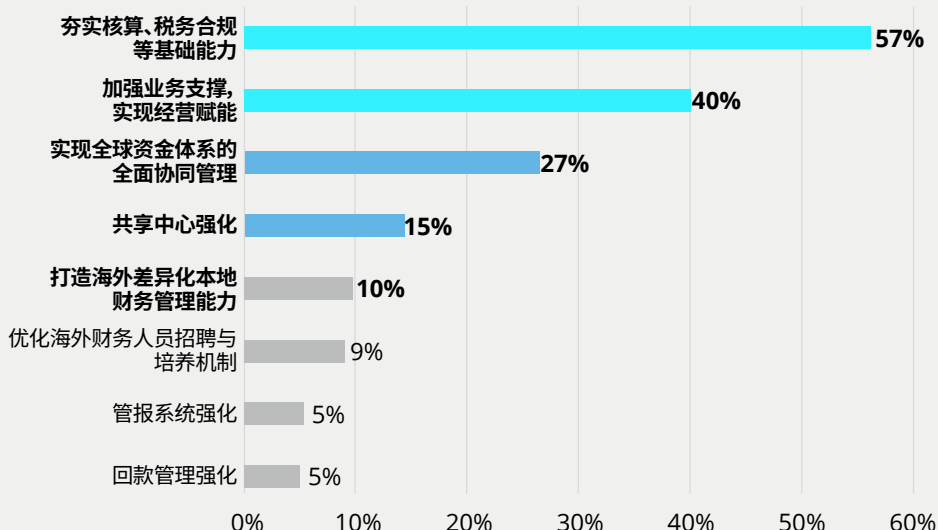


图7 在国际化发展背景下,下一步财务税务管理持续升级重点是什么?

承诺

发现八:过去三年的调查均显示,组织变革产生的效益仍不显著,组织流程的敏捷性有待提升,同时组织变革对于客户价值最大化的推动亟需加力。

调研问题8:组织转型过去12个月的主要挑战是什么?

1. 组织变革未推动组织流程真正敏捷
2. 组织变革未聚焦对客户价值最大化支撑
3. 未透明组织化前后流程、权责改善情况

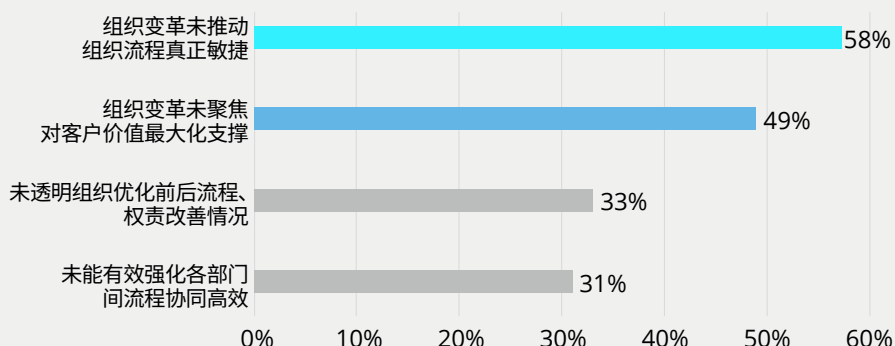


图8 组织转型过去12个月的主要挑战是什么?

发现九：人才发展的主要挑战为不能吸引关键人才长期发展、国际化人才不足、未给予业绩突出的员工新的挑战与发展的机会、注重人才多样化不够。AI时代“人本领导力”更为关键，决定了企业能否建立信任并激发人才潜能。

调研问题9：难以实现高效持续的人才发展的主要挑战是什么？

1. 不能够吸引关键人才长期发展
2. 国际化人才不足
3. 未给予业绩突出的员工新的挑战与发展的机会
4. 注重人才多样化不够

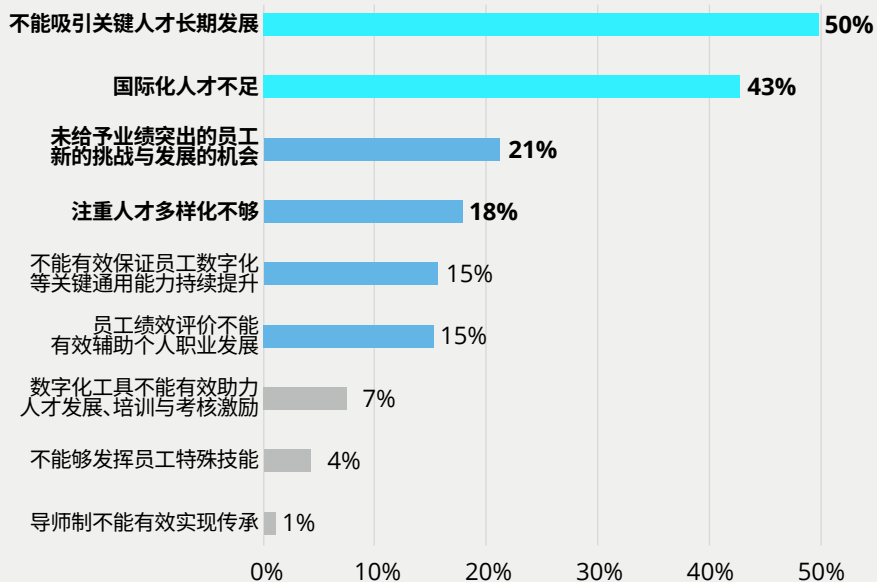


图9 难以实现高效持续的人才发展的主要挑战是什么？

下篇:

BMC卓越管理实践案例

一、第八届BMC新晋获奖企业、新晋白金奖及新晋金奖企业领先实践总结

(按企业名称首字母拼音排序)

新晋获奖企业：

企业名称	行业	行业领先实践
TCL华星光电技术有限公司	科技、传媒和电信	• 精益智造与极致运营:构建“零缺陷、零等待、零浪费”体系 • 供应链价值生态:“全球+本土”双链,可持续发展绿色供应链管理 • 战略客户深度绑定:提供全尺寸、全品类一站式方案 • 矩阵组织与全球化布局,运营高效:前中后台矩阵式组织,BU与基地双轮驱动
贝特瑞新材料集团股份有限公司	能源与资源	• 坚持创新突破,持续推动电池材料创新升级 • 产品矩阵全场景覆盖,建立全面的电池客户合作体系 • 海外布局率先落地,加速全球化产业布局 • 领航绿色低碳转型,构筑可持续发展行业标杆
波司登国际控股有限公司	消费零售批发及物流	• 品牌:聚焦羽绒服主航道与时尚功能科技服饰主赛道,通过主品牌升级与多元化品牌矩阵,实现品牌价值持续提升 • 产品与研发:“动态御寒科技”及全球领先材料矩阵 • 供应链:自研服装全链数字协同平台和“BSD.AI美学大脑”,实现以消费者为中心的“研产供销服”全链路协同 • 渠道与数字化:Top店体系与精细化运营分店态模式,推行“智慧门店+线上云店”的全域零售体系
东鹏饮料(集团)股份有限公司	消费零售批发及物流	• 产品力:精准创新驱动,构建多元化增长矩阵 • 渠道力:立体网络与精细管理 • 品牌力:广度--深度--高度三位驱动,全场景心智占领 • 供应力:敏捷、高效、低成本的全国化供应网络 • 数字力:全链路数字化驱动智慧运营与精准增长 • 人才力:系统化梯队建设与战略赋能
佛山市海天(高明)调味食品有限公司	消费零售批发及物流	• 有味蕾记忆且持续丰富的国民产品矩阵 • 立体化的渠道与国民品牌双轮驱动 • 科技立企与领先的技术储备 • 极致供应链与规模优势 • 可持续发展的布局

企业名称	行业	行业领先实践
乖宝宠物食品集团股份有限公司	消费零售批发及物流	• 品牌:多品牌矩阵,凭借产品创新与品牌运营稳居国产宠物食品行业领先地位 • 研发:依托犬猫天性营养研究、专利技术布局及产学研合作体系,构建行业领先的科研创新能力 • 生产与供应链:智能制造、全球供应链布局和严格质量管理体系 • 客户与销售渠道:覆盖全球市场及线上线下融合的全渠道销售网络 • 信息化数字化:研发、营销、供应链和生产全价值链数字化持续转型
吉利汽车控股有限公司	工业制造	• 出色的资源整合能力(投资、并购与整合) • 创新与技术引领:以智能驾驶、智能座舱、电子架构、整车架构、电池、电驱、超级电混为核心的“七纵”全域技术体系竞争力,进一步提升在电动化、智能化时代全域安全领先地位 • 战略引领,产品卓越 • 成本与供应链优势 • 卓越领导力,鲜明的企业文化及国际化人才
蓝思科技股份有限公司	科技、传媒和电信	• 以科技创新为核心,引领材料和技术变革 • 长期优质战略客户资源,稳固业务基石 • 全面的平台化布局,全产业链垂直整合 • 智能制造与互联网+,造就强劲引擎 • 核心团队与精益管理,保障高质发展
赛力斯集团股份有限公司	工业制造	• 具备体系化大单品打造能力 • 聚力跨界融合协同创新;以科技创新推动新旧动能转换,激活存量资源赋能构建现代化汽车产业体系 • 产业大脑+超级工厂,构建敏捷交付和高质量管控体系 • 专属专营的营销服一体化模式,实现品牌价值和用户价值双提升 • 以工程师思维与奋斗者意识锻造人才队伍,实现向上生长、向下扎根
深圳市创鑫激光股份有限公司	工业制造	• 向上垂直整合 • 高功率高亮度技术路线 • 行业解决方案丰富

企业名称	行业	行业领先实践
顺丰控股股份有限公司	消费零售批发及物流	• 高效可靠的全球物流基础设施网络,立足亚洲、连接世界 • 行业领先的物流科技及应用,引领智慧供应链发展 • 优质服务塑造无可比拟的品牌价值
浙江伟星实业发展股份有限公司	工业制造	• 研发与技术:持续技术创新与产品升级,为客户“量身定制”一体化辅料综合解决方案 • 智造与规模:生产标准化、设备智能化、管理数据化,打造产业协同平台引领,数智制造水平领先 • 营销与服务:完善的营销网络和强大的服务体系为全球客户提供专业、优质的全程保障 • 品牌与品质:持续迭代质量管理体系
周大福珠宝集团有限公司	消费零售批发及物流	• 品牌形象与顾客体验:以焕新设计与沉浸式体验提升高单价产品销售及门店生产力,同时丰富数据分析场景 • 差异化标志性系列引发目标顾客情感共鸣:推出传福、传喜、故宫等文化标志性系列 • 产品创新及策略合作以吸引年轻顾客:推出 CTF PET 宠物珠宝、IP 联名款等年轻化产品 • 数据与创新技术驱动增长:率先布局“全场景AI 赋能”与“全渠道数据协同” • 员工及文化:重塑集团愿景与核心价值,通过多元员工活动强化文化认同

新晋白金奖企业：

企业名称	行业	行业领先实践
科大讯飞股份有限公司	科技、传媒和电信	• 全栈自主可控大模型技术底座和业界领先的行业模型 • 全球领先的智能语音核心技术 • 软硬一体实现行业技术引领与应用落地 • 业界领先的开发者生态 • GBC联动独特优势，形成“G端树标杆、B端规模化、C端服务个人”联动模式 • 科技品牌的公信力及全域营销服务网络
三六零安全科技股份有限公司	科技、传媒和电信	• 人工智能：技术、数据、搜索增强、算力 / 资金、企业知识、场景 • 数字安全：终端、云端、安全大数据、AI能力、安全专家、知识、运营体系、云端响应服务体系
深圳市裕同包装科技股份有限公司	工业制造	• 品牌影响力；优质客户资源； • 全球化布局 • 技术研发；包装设计研发；数字化建设 • 产品质量优势；生产体系优势 • 先进管理体系优势
新希望乳业股份有限公司	消费零售批发及物流	• 差异化的经营发展模式：切实从“鲜、亲、透”三大核心内容，增强公司品牌力和市场竞争力；推新能力和爆品打造能力 • 供应链具备高效率：极致“新鲜” • DTC渠道为增长的重要引擎 • 科技驱动，用数字化、智能化提高管理运营能力 • 坚持长期主义，调整产业布局贴近市场
鑫荣懋果业科技集团股份有限公司	消费零售批发及物流	• 链接核心产地精准选品，掌握海外议价权，高价分销至全国商超渠道 • 深圳自建亚洲首座全自动智能冷库，全链追溯高效触达全国 • 扶持果农引入优种本土种植，助力乡村振兴与果业可持续
银泰商业(集团)有限公司	消费零售批发及物流	• “新商场商业操作系统(MOS)”，为行业提供数字化基础建设、供应链、运营全方位解决方案 • “深象智能”，使用视觉AI、AIoT等技术，提供行业的人工智能产品及解决方案 • 内部创新“公司制”，经营管理专注“量级价值”

新晋金奖企业

企业名称	行业	行业领先实践
江苏恒立液压股份有限公司	工业制造	• 技术创新 • 产品质量与品牌 • 营销服务
老百姓大药房连锁股份有限公司	生命科学与医疗	• 渠道:广而深的全国门店网络;行业领先的医药物流体系 • 商品:供应链效能与商品竞争力凸显;自有品牌研发创新,打造精选健康生活好物 • 服务:高标准药事服务,专业资质优先承接处方外流 • 人员:持续深化组织变革,人才梯队完整、组织韧性强;培养员工利他心智 • 创新:全链路业务场景提质增效 ;推进AI应用落地
山东五征集团有限公司	工业制造	• 新能源商用车全系覆盖,智慧农业全链赋能,从装备制造商向平台型方案商转型 • 三大产业联盟提供一站式全周期服务,品牌从硬件延伸至解决方案 • 六十余年三农底蕴,以客户价值为核心,构建差异化品牌认知
溢达集团	消费零售批发及物流	• 纵向一体化+无水染纱基地 • 国际化多元人才赋能 • 全员AI赋能,打造“制造+科技”标杆

二、卓越管理案例

新晋获奖企业

(按企业名称首字母拼音排序)

TCL华星始终锚定“全球领先”战略目标, 坚守“战略引领、创新驱动、先进制造、全球经营”的经营理念, 于变革中捕捉机遇, 在坚韧中锻造卓越。

李东生
董事长

TCL华星光电技术有限公司

TCL华星是一家专注半导体显示领域的创新型科技企业, 以“领先科技, 和合共生”为使命, 致力成为全球领先的显示解决方案提供商, 产品广泛应用于电视、IT、手机、车载及创新显示场景。截至2025年, 公司营收突破千亿元, 总投资额超3,000亿元, 拥有全球第二大LCD产能和全球第一大LTPS产能, 成为全球半导体显示领域的重要引领者。

以战略定力驱动价值创造, 始终坚守“不以规模论英雄, 以价值定胜负”的核心主线, 贯穿技术创新、全球布局、品牌建设、人才培养与可持续发展的每一个战略选择, 构成华星穿越行业周期、持续迈向全球领先的内在逻辑。

将增长逻辑从“规模扩张”转向“价值创造”, 以技术定义产品, 以创新引领市场。公司明确“3(TV、商显、IT)+2(车载、专显)+N(探索新兴应用场景)”业务布局, 构建全尺寸、全品类、全形态的综合产品应用平台。2025年, 电视面板出货市占率全球第二, 98吋以上TV面板出货市占率全球第一; 显示器面板、平板面板市占率全球第二, 电竞显示器、LTPS笔电、LTPS平板等细分品类市占率全球第一; 手机面板市场份额升至全球第三。

坚定推进“业务全球化、产业全球化、经营全球化”战略。全球化布局持续升级, 立足广阔海外市场, 从“产品出海”迈向“能力出海、生态出海”, 通过越南、印度等海外基地布局, 将地缘不确定性转化为属地化竞争优势, 实现全球化深度运营。

“从0到1”的原创性技术突破, 是构建核心竞争力的关键。2025年, 全球首条高世代(G8.6)印刷OLED产线正式开工建设, 标志着中国显示产业在下一代OLED技术竞争中迈出从“跟跑”到“局部领跑”的关键一步——印刷OLED技术以更低功耗、更广色域、可扩展性重新定义显示性能边界; 深化“AI向实”, 自研“星智”大模型, 构建“AI五星架构”, 全面赋能研发、制造与运营。

“一块好屏”是TCL华星对行业、对用户的长期承诺——不只追求参数领先, 更致力于让显示技术真正服务于人、造福于世界。打造“APEX臻图”全球技术品牌, 聚焦显示体验、视觉健康、绿色低碳与未来想象。公司深耕护眼技术, 获全球首张SGS高自然光相似度认证, 标志着华星在视觉健康领域实现了与自然光高度相似的技术突破——这是TCL华星“科技向善”的最具体诠释; 借力奥林匹克全球合作伙伴平台, 融合科技与体育精神, 提升全球品牌认知。

坚持“以一流人才成就全球领先”。公司员工逾4万人, 硕博占比22%, 重点高校毕业生占比35%。企业加速锻造AI时代支撑全球增长的组织能力体系, 以人才优势构筑华星面向未来的核心竞争力。

面对全球治理的深刻变局, 将ESG升维为价值创造的战略支柱, 推动可持续发展成为企业高质量发展的内生动力。2025年, TCL华星CDP水安全评级达A, 气候变化评级达A-, EcoVadis评级荣获金牌, 跻身全球行业前列。TCL华星深信, 当下的可持续投入, 将成为华星在全球市场长期竞争中难以复制的战略护城河。

能力愈强，责任愈重，使命在肩。立志将贝特瑞打造成全球新能源材料技术标准的制定者和创新的推动者。

贺雪琴
董事长

贝特瑞新材料集团股份有限公司

贝特瑞是全球锂离子电池负极材料领域的龙头企业，产品覆盖锂离子电池负极材料、正极材料及先进新材料，为动力电池、智能/消费电子、储能及低空经济等多元场景，提供坚实的材料基础。公司以“创新引领新能源产业进步，构建美好绿色世界”为愿景，构建起贯穿技术研发、全产业链掌控与全球化运营的系统性竞争力。

坚持技术前瞻布局，高强度研发驱动产品持续迭代。公司以“技术定力”穿越周期，通过对固态、钠电、氢燃料电池等前沿方向的高强度研发，形成高价值专利布局。通过“高校前沿技术+企业产业化”的共生模式攻克源头创新，与客户开展联合开发，构建协同生态。贝特瑞专利布局近千项，累计主导和参与制定的国际标准已达十几项。公司深度推进人工智能在材料研发中的应用，构建一套从材料设计到产业转化的全流程智能化闭环体系，推动材料研发迈入算法驱动、持续自进化的生成式时代，开启 AI for Materials 的全新范式。

推进全球化产能布局，构建韧性供应链。以“全球韧性”履行责任，贝特瑞完成“中国+东南亚+北非”三角产能布局，构建确定性的全球供应链网络。公司加速海外产能释放，印尼基地成为中国负极材料行业首个在海外投产的工厂，摩洛哥基地稳步推进，实现从产品出口到全球制造的战略跃迁。

践行绿色制造与可持续发展，引领行业低碳转型。公司设定中长期碳减排目标，可再生能源电力使用占比持续提升，自建光伏容量大幅增长，拥有多个国家级绿色工厂，主导制定绿色工厂评价与碳足迹评价团体标准，单位产品碳排放稳步下降。通过这一系列实践，系统性地将科技势能转化为发展动能，让贝特瑞在穿越周期中持续引领新能源产业进步，为构建美好绿色世界贡献坚实力量。

做产品是面向现在，
做品牌是面向未来。

高德康

董事局主席兼总裁

波司登国际控股有限公司

秉持“中国波司登，温暖全世界”的使命，怀揣“成为全球最受尊敬的时尚科技功能服饰集团”的愿景，波司登确立“聚焦羽绒服主航道，聚焦时尚科技功能服饰主赛道”的“双聚焦”发展方向，以顾客价值为中心，通过品牌焕新、产品创新、零售升级及数智变革，构建稳健经营、穿越周期的核心竞争力。

坚持品牌引领发展模式，夯实全球化国货品牌实力。企业斩获中国世界名牌产品、中国工业大奖、中国纺织服装领军品牌等重磅荣誉，品牌实力获得全球权威认可，连续蝉联全球最有价值 50 强服饰品牌、上榜世界品牌 500 强，品牌价值超千亿元，持续打造享誉全球的中国服饰品牌标杆。

强化科创智造全链条布局，以技术创新构筑核心壁垒。公司搭建完善产学研协同体系，建成国家级工业设计中心、国家级博士后科研工作站、CNAS 认证实验室、IDFB 认可实验室，拥有专利1800余件，参与制定修订国际、国家及行业标准80余项，产品揽获中国优秀工业设计奖金奖、德国红点奖、美国 IDEA、日内瓦发明展金奖等海内外顶尖设计奖项；同时建成工信部首批卓越级智能制造示范工厂，自研 GiMS 服装全链数字协同平台与“BSD.AI 美学大脑”，打通研产供销服全链路协同，依托小单快反拉式补货机制，实现行业领先的产品交付效率。

践行可持续时尚与社会责任，创造多方共生长期价值。波司登是亚洲纺织服装企业中唯一获得 MSCI ESG AAA 评级的企业，长期深耕公益慈善事业，累计捐款捐物15.5亿元，四次斩获“中华慈善奖”，兼顾顾客、员工、股东与社会多元需求，绘就“企业发展、员工成长、回馈社会”的价值同心圆，以品牌实力、科创能力与责任担当稳步迈向全球高端服饰集团，持续传递国货温暖力量。

没有任何理由不增长！
增长是一种信念，
增长是一种责任，
增长是企业的生存法则！

林木勤
董事长

东鹏饮料(集团)股份有限公司

东鹏饮料始终坚守为消费者提供健康功效饮品、为员工搭建事业平台、为股东创造合理回报的企业使命，以高质量增长为核心发展战略，坚持实干拼搏的经营底色，持续推进多品类布局与产品创新，构建结构完善、多点发力的多元化产品矩阵。公司核心产品东鹏特饮稳居中国能量饮料第一品牌，“累了困了喝东鹏特饮”的品牌认知深入人心，成为家喻户晓的中国能量饮料。同时，公司深入洞察消费者需求，持续扩宽消费场景，推出众多新产品，覆盖补水、咖啡、新式茶饮、植物饮品等细分赛道，凭借优良口感与精准定位，获得广大消费者认可，持续夯实企业增长基本盘。

数字化经营层面，东鹏饮料走在行业前沿，率先落地一物一码、五码关联技术，依托瓶盖专属扫码体系，搭建起行业领先的全渠道数字化高速链路 with 数字营销体系。通过消费者、终端、渠道多层级扫码联动，实现品牌溯源、用户运营、终端激励、防窜管控、数据复盘一体化精细管理，有效激活终端动销、精准沉淀私域流量。目前公司累计拥有不重复扫码用户近3亿，以数字化赋能精细化经营，构建难以复制的核心竞争优势，持续驱动高质量增长。

渠道深耕是东鹏持续增长的坚实支撑，公司打造了网点密集、覆盖全面、渗透强劲的全全国性销售网络，具备强大的终端掌控能力。目前公司拥有超3200家经销商、450万家以上活跃终端网点，渠道网络全面覆盖全国33个省级行政区、333个地级行政区，实现下沉市场与核心市场双向贯通。在稳固国内市场优势的同时，公司积极开拓海外市场，持续拓宽增长边界。

公司秉持“简单、诚信、协作、拼搏”的核心价值观，不断完善人才发展与权益保障体系，赋能奋斗者成长成才，激发企业内生增长动力。同时，公司将ESG理念深度融入发展战略与经营全过程，积极履行企业社会责任，2025年获评Wind ESG A级评级、荣获证券市场周刊金曙光ESG最佳实践奖。未来，东鹏饮料将持续以拼搏驱动增长、以品质夯实口碑、以责任护航发展，立足多维价值共生理念，稳步从中国能量饮料领军者，迈向全球领先的综合性饮料集团。

用科技新质生产力
构筑护城河，用匠心
品质践行用户满意
至上，与时俱进，做
时代的企业。

管江华
海天味业总裁

佛山市海天(高明)调味食品有限公司

海天是拥有400年历史传承的调味品龙头企业，是首批荣获中国商务部“中华老字号”认定的企业之一，长期积累的口碑造就了家喻户晓的【海天】品牌，海天产品在中国家庭渗透率超过80%，位居中国消费者首选调味品品牌第一。以用户为本，不断提升竞争壁垒，这不仅塑造了今日的海天，更是实现长期可持续发展的关键。

长期坚定的发展定位：坚守长期价值导向，深耕调味品主赛道，稳步拓展多元品类，在细分领域追求行业第一。市场布局从城市下沉至乡村，从中国走向全球，依托渠道优势深入洞察到调味品的减盐、有机、功能化等健康化需求，通过技术研发和敏捷生产响应能力，持续拓宽市场版图，丰富产品矩阵与服务体系，深度强化消费者品牌心智。

坚守品质为立足之本：秉持用好原料、造好产品理念，严选上游优质原材料，从源头锁定最佳质量。并将AI技术深度融入原料筛选、发酵智能调控、生产实时监测、风味精准控制等全流程，形成“传统酿造工艺+现代数字科技”的融合优势，确保每一款产品风味稳定和高品质。

数智化打造极致供应链能力：坚持以具竞争力的价格为用户提供优质产品，在供应链能力上不断追求极致。全面拥抱AI，推动“老师傅”传统酿造技艺与人工智能、大数据深度融合，构筑了行业领先的质量、效率和成本优势，现已成为国内调味品上市公司中生产人员人均销值最高的公司。

持续夯实硬核科技实力：数十年如一日进行高比例研发投入，坚持每年将3%的营收投入研发，搭建了行业领先的研发体系，构建了菌种、工艺、智能装备三大核心技术壁垒，为企业的长期增长提供了源源不断的核心动力。

海天将深耕主业、抢抓消费升级机遇，加速国际化布局，推动“海天味道”走向全球，实现长期可持续高质量发展。

唯有俯身倾听生命的低语，才能引领科技创新的浪潮。

秦华
董事长

乖宝宠物食品集团股份有限公司

乖宝宠物以技术纵深、数智化供应链、品牌矩阵运营与长期主义战略为核心竞争力，构建“技术+品牌+数字+全球化”一体化管理体系，推动企业从规模驱动向高效运营、跨越式增长迈进，成为宠物行业标杆。

在研发创新上，公司推行“基础研究+技术转化”双轮驱动，搭建WarmData犬猫数字生命库，建成全球首个犬猫喂养大数据体系，赋能精准营养研发。通过PLM全生命周期管理、四大技术集群与60余项专利形成差异化优势，联合高校共建研究机构，研发投入行业领先，实现从配方模仿到原创科研的转型。

在数智化供应链上，乖宝以“One Gambol”为框架全面落地SAP系统，打通端到端全价值链运营。依托VSM价值流优化、5G专网采集与全链路可追溯体系，实现生产人效提升、单位能耗降低，同步推进中国、泰国、新西兰全球化产能布局，以WCM世界级制造体系保障高效、稳定、可追溯的供应链能力。

在品牌矩阵运营上，公司实施“高端引领、全价位覆盖”策略，以麦富迪为国民品牌、弗列加特打造高端标杆，平价品牌独立运营，海外品牌优化升级。2025年自有品牌营收占比超七成，高端品类实现高速增长。乖宝从流量依赖转向用户心智深耕，构筑高品牌溢价与高用户忠诚度的护城河。

在战略与治理层面，公司坚持“规模筑基—结构升级—价值兑现”三步走战略，以高质量市占率为核心目标，兼顾短期稳健与长期价值。通过股权激励、人才可插拔机制、法规AI智库提升组织韧性。公司将ESG提升至战略高度，以绿色运营、动物福祉与合规管理实现可持续发展，为长期增长筑牢根基。

对于汽车企业而言，安全、健康、可持续就是汽车企业的命根子，尊重知识产权、尊重汽车文化、尊重汽车技术创新、尊重汽车产业发展历史是汽车企业最基本的价值观取向。

李书福

吉利控股集团 董事长

吉利汽车控股有限公司

吉利控股集团是从中国走向世界的全球化车企。2025年集团销量稳居中国乘用车车企第二，位居全球车企销量TOP8，新能源销量位列全球车企 TOP2。凭借着体系化整合、全栈技术创新、全球化布局与稳健经营底盘，构建了差异化核心竞争力。吉利汽车控股有限公司 (0175.HK, 以下简称吉利汽车) 是吉利控股集团主要的乘用车业务主体。依托 2024 年《台州宣言》确立的五大战略支柱，吉利汽车围绕战略聚焦、战略整合、战略协同、战略稳健与战略人才，践行转型发展，2025 年完成极氪私有化交割，全面落地“一个吉利”顶层战略。通过打破多品牌独立运营壁垒，实现全球技术共创、供应链共享、市场共拓，走出行业独有的体系化协同发展路径。

吉利汽车打造了分层错位、良性互补的四大品牌生态圈，涵盖全球主流品牌吉利汽车，全球主流新能源品牌吉利银河、全球高端新能源品牌领克、全球豪华科技品牌极氪，实现了主流到高端、豪华个大细分市场全覆盖，形成燃油业务稳健造血、新能源高速增长的优质经营结构，2025 年新能源渗透率过半。技术层面，公司构筑行业领先的全域 AI 全栈能力，迭代上线行业首个全域 AI 2.0 体系，搭建集团统一“整车大脑”，依托自研智算中心、世界行为模型及卫星通信底座，打通智能座舱、智驾、底盘、动力全链路，智能化技术落地规模与完备度位居行业前列。

全球化布局实现高质量突破，业务覆盖全球 100 余个国家，搭建完善的海外营销服务体系。区别于行业传统整车外销模式，吉利推行产品、技术、工厂、ESG 标准成套出海，深耕本地化生产与供应链布局。

公司具备国内车企独有的 ESG 核心优势，是标普全球评级中唯一获评 A 级的中国整车车企，持续超额完成减碳目标。企业搭建绿色工厂、循环利用、智慧能源一体化低碳智造体系，锚定 2045 年全链路碳中和目标，多项绿色发展案例成为行业标杆。同时整合全球优质管理体系，搭建完善的新能源人才梯队与激励机制，夯实企业长期发展根基。

企业经营基本面优质，财务风控稳健健康，国内市场占有率稳居行业高位，单车盈利水平优于行业平均水准。燃油业务持续稳定造血，有效对冲新能源研发投入压力，经营现金流连续多年正向增长，抗周期风险能力突出，持续引领中国汽车品牌向上突破与全球化高质量发展。

每一次技术革命，最终都要靠硬件落地生根。

周群飞
董事长

蓝思科技股份有限公司

蓝思科技是全球中高端智能手机玻璃盖板与金属结构件领域的龙头企业，正全面升级为覆盖商业航天、AI智能终端、具身智能机器人、AI服务器四大赛道的AI硬件全产业链一站式精密制造平台。公司锚定高端精密制造主业，以“科技创新+智能制造”为驱动，依托垂直整合能力打通核心零部件、功能模组到整机组装的全链条，推动四大战略业务协同发展，致力成为全球领先的AI硬件精密智造基地。

前瞻性新兴赛道布局，抢占AI硬件制高点。公司确立AI智能终端、具身智能、AI服务器、商业航天四大战略方向。具身智能领域，2025年人形机器人出货超3000台、四足机器人超1万台，交付规模稳居行业第一梯队，已成为全球最大的具身智能硬件制造平台之一。AI服务器完成全链条布局，液冷机柜将实现爆发式放量；商业航天从地面端向卫星端产品验证进阶，2026年迈向规模量产。

事业部制改革与智能制造深度融合，提升运营效率。公司推行事业部制，设立脆性材料、金属、模组三大事业部，下沉决策权，提升响应速度。“蓝思云”工业互联网平台与AI深度融合，实现产线自动化、在线检测全流程贯通，并探索具身智能机器人在工业场景的批量化应用，巩固成本与质量优势。

全球化产能矩阵与双资本平台，构建韧性供应链网络。公司在全球拥有12个研发和生产基地，涵盖越南、泰国、墨西哥等制造基地，以及美国、德国、日本、新加坡等国际办公驻点。依托“A+H”双资本平台，持续优化全球产能矩阵，满足智能终端、智能汽车、具身智能等多领域海外交付需求，有效抵御地缘风险，增强全球供应链韧性。

多层次人才激励，构建事业共同体。公司持续实施股权激励，深度绑定核心人才。坚持“享受内地工作、拿沿海薪酬”的竞争力政策，为持续创新提供智力保障。

智能电动汽车是新
时代的“新汽车”，
要做好“新汽车”，
首先要做好安全，汽
车行业需敬畏、遵循
客观发展规律，推动
汽车在“在安全中创
新，在创新中重塑。

张兴海
董事长

赛力斯集团股份有限公司

赛力斯是以新能源汽车为核心业务的技术科技型企业，自主掌握汽车产业智能化、电动化核心技术，以安全为底座，以智慧重塑豪华，探索“传统豪华+科技豪华”的“新豪华”理念，以新质生产力推动品牌向上。

2021年，赛力斯与华为跨界合作打造问界品牌，开创了整车企业与ICT企业合作的先河。目前，问界已经推出了M9、M8、M7、M6、M5等系列爆款车型，46个月累计交付突破100万辆。今年问界登上Brand Finance《2026全球汽车品牌价值100强》榜单，成为全球豪华品牌TOP10中唯一的中国品牌。

赛力斯以技术创新构筑核心竞争力，2025年研发投入超百亿，构筑起坚实的技术护城河。相继落地了赛力斯魔方技术平台、赛力斯超级增程、赛力斯超级工厂、赛力斯智能安全等一系列技术成果，并持续迭代创新。

赛力斯坚持长期主义和高质量发展，全链践行绿色低碳转型。公司锚定“2030年碳达峰，2045年生产运营碳中和、全价值链近零排放”目标，首创“厂中厂”模式，实现供应链的高效协同和快速响应；与核心供应商联合发布绿色供应链战略，推动碳溯源全覆盖。2025年，赛力斯获MSCI ESGAAA最高评级，为唯一获此评级的A股上市车企。

赛力斯坚持“全心全意为用户服务”的宗旨，坚持锚定高端，以AI全面驱动技术和产品升级，深入推动全球化，助力中国智造和中国高端品牌在全球市场持续向上。

激光器企业从本质上是把“光”做成“刀”的企业；我们既要造出国计民生最好的“刀”，更有责任让所有人能用得起、用得好这一工具。

蒋峰
董事长

深圳市创鑫激光股份有限公司

创鑫激光从价格战与技术迭代中突围，走出一条务实的全球化跃升之路。作为国内第一、全球第二的光纤激光器厂商，企业从研发、业务、组织、国际化、人才等多个维度系统发力，探索出一条兼具务实与战略远见的发展路径。

企业以“创新驱动，整合致胜”为核心战略，聚焦五大方向：战略引领与产品卓越、创新与技术引领、行业垂直整合能力、成本与供应链优势、以客户为中心整合价值的能力。通过持续迭代锻造核心竞争力，以资源协同放大发展效能，推动企业向产业价值链高端攀升，加速国际化进程，致力打造全球激光技术领先品牌。

业务板块细分破局，多维进阶。产品策略跳出单一的激光器硬件销售，构建起清晰鲜明的品牌矩阵——“创鑫”聚焦高功率光纤技术，“宝辰鑫”主攻新能源、3D打印等新兴领域，“桓日”则切入消费级市场。三大品牌分工明确、协同互补，各自深耕细分赛道。

国际化进程以本地化运营为核心，推动海外市场从产品输出向能力扎根的深度转型。公司在欧美、东南亚等地设立子公司及本地售后团队，通过本地团队扎根当地市场，更好地响应客户需求、建立长期合作关系。财务上实现资金池统一调度，将海外税务风险指标嵌入系统，强化对汇率、税务等关键风险的动态监控，构建稳健的全球化运营管理体系。

人才培养梯队搭建，全球赋能。以“内培外引、全球布局”为核心，构建全链条人才机制。对内，搭建覆盖新员工、骨干到管理层的分层培养路径，配套股权激励与长期激励计划；对外，依托研发平台联动高校定向培育应用人才，同步引进激光技术与智能制造等领域专项人才。海外市场通过本地化招聘组建运营团队，支撑公司技术创新与全球布局。

企业将持续创新技术、升级产品，积极拓展激光在更多领域的应用，与新能源、新材料、先进制造等战略性新兴产业紧密结合，为推动我国制造业的转型升级和高质量发展发挥更大的作用。

顺丰控股股份有限公司

顺丰坚持可持续的高质量发展,围绕核心竞争力深耕数智化、精益经营、全球化、绿色可持续四大管理方向,持续推进激活经营进阶机制,充分激发前线市场拓展动力,推动业务高质量增长。

精益化激活经营是业绩增长核心动力。2025年公司持续深化激活经营进阶机制,充分调动前线市场拓展积极性,动态优化业务件量与产品结构,稳固高价值时效件基本盘,同步深耕同城配送、快运等业务赛道。依托精细化成本管控与价值导向绩效体系,持续优化经营模式、提升盈利质量,实现业务量、营收、利润同步高质量增长。

全球化布局打开全新增长空间。公司深度贴合企业供应链升级与出海需求,强化供应链与国际化服务能力,完善企业“第二增长曲线”。依托完善的全球航空网络与仓配体系,聚焦跨境电商、高端制造核心领域,打造全链条端到端供应链解决方案,构建“国内深耕、全球拓展”的双循环竞争格局。

数智化全链路运营构筑核心竞争根基。顺丰坚持与客户数智同频,升级智能化物流服务不仅助力客户优化物流细分环节,更从供应链全局视角提供专业规划,有效提升客户供应链抗风险韧性。同时通过全链路数智化升级优化内部管理与服务体系,筑牢成本与效率壁垒,兼顾高效运营与低碳绿色发展,持续巩固行业领先优势。

绿色与人本管理夯实可持续发展竞争力。公司大力推进新能源运力替换、绿色包装减量等低碳举措,顺利完成年度碳减排目标并通过科学碳目标审核。同时持续完善人才保障与培养体系,升级ESG治理架构,实现经营效益、社会责任与绿色价值协同发展。

可持续经营是对长期价值的坚守, 共建良性循环的产业生态圈, 对内成就员工, 对外赋能客户、回馈社会、呵护自然, 多层次共赢, 才是伟星长久发展的立身之道。

蔡礼永
董事长

浙江伟星实业发展股份有限公司

浙江伟星实业发展股份有限公司创立于 1988 年, 专注纽扣、拉链等服饰辅料产品的研发、生产与销售, 以全产业链布局与全球化运营能力, 成为全球领先的服饰辅料解决方案提供商, 服务国内外高端服饰品牌, 是国内服饰辅料行业的标杆企业。

基于“客户为王、质量为本、人才为基”的核心理念, 企业构建了全链条协同的技术与服务体系。持续加大研发投入, 打造覆盖材料、模具、表面处理、成品组装等全流程工艺护城河; 依托数字化转型建设智能工厂, 通过 MES 系统实现生产全流程精益管控, 交付周期优化、品质良率稳居行业前列。“深度绑定 + 快速响应”的客户服务模式, 为国内外高端服饰品牌提供定制化解决方案, 构建差异化竞争优势。

智造与规模优势构筑高效交付壁垒。企业以智慧工厂为目标, 以数字化转型为契机, 全面推行生产标准化、设备智能化、管理数据化, 打造产业协同平台, 数智制造水平全球领先。高效、柔性的智造能力能更好的与产业链上下游互动, 为服装品牌及服饰企业提供快速、优质的交付支持。

企业以全球化布局推动高质量发展, 在东南亚多个主要经济体建立本地化生产与服务基地, 构建“国内 + 海外”双循环制造网络, 海外业务收入占比持续提升。公司聚焦欧美源头市场以及东南亚地区为代表的服装加工区域, 构建了辐射全球五十多个国家和地区的国际营销和服务体系, 为全球客户提供专业、优质的一站式保障。

从深耕国内到拓土全球; 从单品类供应到全链条解决方案, 伟星股份始终以匠心品质与创新能力, 推动中国服饰辅料产业向高端化、全球化迈进, 致力成为“全球化、创新型的时尚辅料王国”重塑全球行业竞争格局。

我们的品牌转型之旅印证了周大福珠宝对创新、质量和以客户为先的坚定承诺。作为全球知名中国奢侈品集团，周大福将中式美学、精湛工艺与深厚文化底蕴引领到世界舞台，并为行业树立新标准。

郑志雯

集团副主席

周大福珠宝集团有限公司

周大福珠宝集团承袭近百年光辉，秉持“引领珠宝行业，相伴世代人生”的愿景，昂首迈向新里程。旗舰品牌「周大福」创立于 1929 年，透过别出心裁的设计和对细节的坚持，让传统成为经典。时至今日，品牌已成为卓越品质、非凡价值及诚信可靠的代名词。

集团不仅坚守深厚文化底蕴，亦积极回应市场动向和当代消费者的需求，以五大策略方针汇聚增长动能。集团以客户为本的策略由三大关键增长动力所推动：(1) **重塑中国奢侈品牌的全球地位**、(2) **强化产品组合及营运效率**，以及 (3) **开拓新领域**。

全球奢侈品市场长期由西方文化主导。集团致力重塑格局，向世界展现当代中国文化、创造力与卓越工艺。近年相继推出「和美东方」、「东方霓裳」等高级珠宝系列，并持续丰富标志性产品系列如「万相系列」，强化品牌辨识度，并进一步提升品牌在全球高级珠宝领域的影响力。

强化组合营运效率方面，集团推进新设计门店及优化计划，并于今年2月在香港广东道开设全球首间旗舰店，提升顾客体验。集团亦加快数字化进程，推出AI智能体平台并应用于门店视觉陈列、创意设计及人工智能直播等领域，提升效率与互动。

集团亦开拓新领域、渠道及产品类别，透过周大福家居与周大福配饰将珠宝融入奢华生活时尚，并于新加坡、曼谷、悉尼及温哥华设立高端形象门店，扩张版图及国际影响力。

集团构建适配全球化发展的人才体系，高管团队兼具国际奢侈品与本土企业经验，着力吸引多元背景人才；推行管理与专业双通道，建立分层分类培养机制，针对员工实施长期激励与荣誉认可计划，并以“One Goal、One Team、One Culture”强化跨部门协同。

作为全球知名中国奢侈品集团，周大福凭借品牌转型与管理创新，持续夯实核心竞争力，为中国品牌全球化贡献卓越实践。

新白金奖企业(连续7年获奖企业)

(按企业名称首字母拼音排序)

要有战略指引，顶天立地，有战略，有落地；要坚定不移给客户创造价值，要有源于热爱的长期主义精神；要通过组织的力量把底座做扎实，对关键战略方向全力投入，形成基本盘加增量盘的组合模式。

刘庆峰
董事长

科大讯飞股份有限公司

科大讯飞作为全球智能语音和人工智能领军者，凭借其在智能语音、计算机视觉、自然语言处理、认知智能等人工智能核心技术的卓越表现，占据了**超过七成的市场份额，成为行业的标杆**。

公司坚持“**顶天立地**”的发展战略，旨在实现技术与市场的双重突破。“顶天”意味着公司始终保持核心技术的国际领先地位，不断投入研发，追求技术的前沿与领先。而“立地”则意味着公司将技术成果转化为实际应用，推动技术的产业化发展，为各行各业提供智能化的解决方案。

在人工智能技术应用落地方面，公司以“看得见、摸得着”的应用案例为标准，**基于自主可控的人工智能核心技术，依托软硬一体的解决方案**，公司持续打造“**更懂你的AI**”，赋能教育、医疗、金融、汽车、城市、运营商、工业、智慧营销等领域并取得广泛成效，持续助力民生和产业高质量发展。通过不断的技术创新和应用实践，科大讯飞在AI学习机、智能办公本、智能录音笔等C端产品上形成了领先的品牌优势，为用户提供了更加智能、便捷的产品体验。

公司**积极构建开放的技术生态平台**，通过开放平台向开发者提供丰富的AI能力和技术支持。截至2026年2月，讯飞开放平台已开放近千项AI产品及能力，聚集超千万开发者团队，总应用数超过近四百万，累计覆盖终端设备数数十亿，AI大学堂学员总量上百万，链接超过千万生态伙伴。这些生态伙伴与科大讯飞共同构建了一个繁荣的AI生态系统，推动了人工智能技术的广泛应用和快速发展。

科大讯飞通过**外部引进和反向输出策略，加速国际化技术与市场的拓展**。公司积极理解各国市场的核心AI应用需求，与当地领先的竞合对手建立战略合作关系，共同推动AI技术的发展和應用。公司还积极参与国际竞赛和交流活动，不断提升自身在国际舞台上的影响力和竞争力。

360以更足的“底气”、更强的“心气”，走好科技报国之路，继续围绕“安全+AI”发展战略，发挥核心能力优势，做利国利民之事，坚持在网络安全第一线持续深耕，积极探索人工智能新产品、新服务，助力新质生产力发展，为中国式现代化贡献民营科技企业力量。

周鸿祎
创始人

三六零安全科技股份有限公司

三六零安全科技股份有限公司，作为国内领先的互联网和移动安全产品及服务提供商，经过20年发展，从to C到to N再到to B，战略不断升级，走出一条顺应时代需要、响应国家战略的发展之路。

公司坚定践行“AI + 安全”双主线战略，充分发挥公司在人工智能与网络安全领域的技术积累与生态优势，持续推动业务数字化与智能化迭代升级，为建设现代数字化强国、培育新质生产力贡献企业力量。人工智能领域，公司持续深化“ALL IN AGENT”战略，致力于以AI重塑各项业务。数字安全领域，公司依托“看见威胁”的数字安全能力，持续捍卫国家网络安全，捕获境外APT，并秉承“以模制模”的理念，打造了“360安全大模型”，实现大模型普惠和安全行业新质生产力变革。

公司在技术创新方面投入巨大，专利申请1.5万件，拥有四个全球领先：国家级网络攻击的发现、捕获、抵御能力全球领先，安全大数据（攻击样本库、病毒基因库安全知识库等）规模全球领先，安全人才规模全球领先，漏洞挖掘能力全球领先。2025年公司的研发投入占收入比例超40%，体现了公司对技术创新的坚定追求。

在人才培养和企业文化方面，三六零安全实行“班委制”管理，通过轮值方式选拔和培养接班人。同时，公司建立了持续投资的人才发展计划，为员工提供个性化的奖励机制，激发员工的创新活力。三六零安全还设立了360大学，致力于企业文化的传承和员工的综合素质提升。

未来，公司将持续深化技术创新与生态协同，推动人工智能在更广领域、更深层次释放价值，为新型工业化和数字中国建设注入更强劲的AI动能。

裕同科技以绿色赋能为底色，以科技创新为动力，以客户价值为导向，坚持“1+N+T”发展战略，全面提升可持续发展、环保包装、新材料研发、数智化制造、全球交付及供应链协同等方面的差异化能力。

王华君
董事长兼总裁

深圳市裕同包装科技股份有限公司

裕同科技是行业领先、国际知名的品质包装方案商，秉持“1+N+T”战略，通过科技创新与海外拓展，稳步实现从“包装制造”向“可持续综合解决方案”的智造升级。公司以绿色为转型底色，坚持以可持续管理体系全面覆盖环境、社会、治理及全业务流程。

科技创新是公司破局成长的核心动力。公司研发投入持续加码，聚焦可降解材料、生物基包装与轻量化设计，以循环设计理念和环保新材料赋能绿色发展。公司深化数智化转型，将智能制造系统与业务深度融合，并积极推广人工智能示范场景，以科技创新引领可持续智造。

从2010年首家海外工厂落地越南至今，裕同科技已在全球四大洲建立40余个生产基地和服务中心，以“本土化+全球化”双轮驱动，实现从“出海”到“扎根”的跨越。公司还建立了热管理、金属结构件、软材料、碳纤维、声学设备、机器人组装、注塑、重型包装及环保宠物产品等多个经营领域和业务板块，加速向国际知名的创新型科技聚合体迈进。在供应链端，公司实施“供应商ESG评估与赋能计划”，约九成的供应商已签署ESG评估要求，首期筛选出占公司范围三排放35%的高排放供应商对齐科学碳目标，部分专案供应商已主动配合签订减碳协议，共筑可持续供应链生态；在运营端，已建成17座光伏电站，全年发电近2200万度；在战略端，公司科学碳目标(SBT)已获官方通过，减排路径符合全球气候科学标准。

公司持续推动在职领导力培训、专业人才培养、“裕备生”培养及员工技能等级认定等项目，全年开展培训逾9万人次，内部晋升占比达7%，构建多元包容的组织生态。公司积极开展医疗救助、教育帮扶、乡村振兴等公益活动，践行“取之于社会，用之于社会”的初心。2026年，裕同科技将迎来30周年华诞及上市10周年双里程碑。公司将以更加健康、沉稳、有活力的姿态，让绿色减碳成为产品基因，让科技创新成为发展动力，让合作共赢成为市场基石，持续向“客户信赖、员工爱戴、社会尊重的国内领先、国际知名印刷包装企业”的愿景迈进。

坚持以“鲜”为核心，笃定坚持“鲜立方战略”，以“科技营养食品企业”为发展定位，以“新鲜、新潮、新科技”为品牌调性。用始终如一的好产品、敏捷高效的供应链、快速转化的科技力，持续讲好中国乳业的“新鲜”故事。

席刚
董事长

新希望乳业股份有限公司

新希望乳业作为中国最具有活力与创新的企业之一，立足西南，并华东、华中、华北、西北深度布局，逐步深化全国，构建了以“鲜战略”为核心价值的城市型乳企联合舰队。

公司坚持“鲜立方战略”，持续聚焦主业发展，继续以“新鲜、新潮、新科技”为核心方向，未来五年战略以低温鲜奶和低温特色酸奶作为核心重点品类，并确立了做强低温、科技创新、内生为主、并购为辅、分布经营、区域深耕的战略实现路径。以“DTC”为渠道增长的重要引擎，五年力争实现净利率倍增。

依托草根知本生态体系，实现跨产业协同与资源整合。作为草根知本旗下食品消费生态的重要成员，公司与冷链物流、调味品、宠物食品等板块形成战略协同，共享供应链、渠道与数字化能力，降低运营成本，加速区域扩张与新品孵化。

新希望乳业通过外延并购构建“1（总部）+N（子公司）”企业结构，整合产品矩阵，实现规模化扩张。公司以“鲜战略”差异化经营，发挥多品牌协同优势，低温风味乳品快速迭代，成为新的增长引擎。生物科技方面，建成特色菌种库，自主菌株完成太空诱变实验，主导多项行业标准制定，省级重点实验室获批。数字科技方面，坚持“价值导向、场景落地”，以“数业融合”为原则，在营销、供应链、财务等领域开展智能工具试点，全链路数字化食品安全精准管控平台获行业技术进步一等奖。

新希望乳业将可持续发展融入战略与运营，蝶泉乳业屋顶光伏项目并网发电，多家工厂获评国家级绿色工厂，Wind ESG评级获A，并获评年度ESG竞争力企业。公司视员工为最宝贵资产，提供差异化薪酬与股权激励，设立职业发展中心定制培训、优化晋升路径。

新希望乳业作为中国乳品行业的领军企业，致力于通过创新和战略布局引领企业高质量发展，通过深化“新·鲜主义”理念，持续推进内生增长，为企业及社会创造价值。

持续坚守“专业主义、价值主义、长期主义”的核心管理理念,加大投资“供应网、配送网、渠道网、数智网”,提升企业稳健运营能力。

张剑
董事长兼CEO

鑫荣懋果业科技集团股份有限公司

鑫荣懋果业科技集团成立于1998年,是一家长期聚焦于水果领域的龙头企业,是链接全球核心水果资源、提供全渠道专业服务的平台型企业。集团成立以来一直以消费者乐享水果生活、推动中国果业可持续发展为己任,践行“水果让生活更健康”的使命,荣获农业产业化国家重点龙头企业、中国果蔬行业头部企业、中国航天事业战略合作伙伴等荣誉。

鑫荣懋积极响应“一带一路”倡议,在近40个国家和地区开展水果业务,同时,与全球先进物流服务商合作,探索全球重点国家的国际物流,建立更有竞争力的国际物流链路,形成全球水果资源的“供应网”。

鑫荣懋以“供应网、物流网、渠道网、数智网”四网合一布局,形成网状协同效应,为消费者提供专业服务,同时造福种植者。公司采用国际一流冷库硬件标准,在全国布局30多个冷链物流仓储中心,自建亚洲首座全自动果蔬专业立体智能冷库,构建覆盖全国的物流网络。全渠道分销网络纵深覆盖全国,串联主要批发渠道与万家商超,同时辐射众多水果专营门店及头部电商平台,每日将数千吨优质鲜果高效输送至千家万户。公司自研TMS、WMS、ERP等适配水果行业的系统,打造覆盖全场景、全业务链、可全程质量追溯的数智网,提升供应链效率,赋能行业未来发展。

鑫荣懋实施鑫果兴农战略,助力全面推进乡村振兴。持续践行地球友好战略,推动果业可持续发展,在水果生态链、节能环保、疫情灾害、社会公益等方面,多维度履行社会责任,通过一系列向上向善的社会责任行动,不断推动水果事业这一对社会、人类、自然有利的“善”业前行。

鑫荣懋作为水果领先企业,积极探索实践,引领行业发展,推动中国果业可持续发展为己任,打造果业的生态价值链。

从前是做“物以类聚”的生意，今后要做“人以群分”的生意；原来是货不动、顾客动，现在是人不动，货围绕着人动。消费品无限贴近消费者，才是必然趋势。

陈晓东
董事长

银泰商业(集团)有限公司

银泰百货为银泰商业(集团)旗下核心商业品牌，在全国运营超60家商场，营业面积、经营业绩与业务创新能力均位居中国零售业前茅。2018年以来，银泰百货持续推进数智化升级，成为全面架构在云上、线上线下深度融合的数字百货公司，以创新业态与数字化服务引领时尚消费与商业发展新趋势。

企业坚守“对外开放”“对内搞活”“零售智慧”核心战略，以AI技术为引擎完成战略升维，从传统商场设施服务商转型为AI驱动的数字零售商，在行业转型深水区实现韧性增长与生态赋能双突破。

AI三位一体闭环：重塑零售智能内核。银泰商业发布自主研发的商业智能经营Agent——MOS-AI，这是国内零售行业首个实现“感知-决策-执行”全链路闭环的AI智能体。其多年沉淀的三大核心能力——“眼睛(感知)”“大脑(决策)”“手(执行)”深度联动，构建起完整的商业智能经营闭环。

“眼睛”实时采集商场全域信息，“大脑”智能分析并制定运营策略，“手脚”落地执行导购、会员管理、营销推送等实操工作，让AI深度融入商场经营全场景。

AI价值落地：全域渠道高效协同。企业在“人、货、场”数字化底盘上叠加AI能力，构建线下商场+喵街APP+多平台小程序+直播+社群的全域渠道体系，数字化会员超4000万。AI全面渗透运营环节，大幅提升单店人效与坪效，目前AI参与并提升的销售额已占企业总销售额的17%，且逐年稳定提升。

对内激活组织，对外输出能力。企业正在尝试把零售组织改造成一种新的经营单元，一个人+多个Agent，完成过去需要多个岗位协同才能完成的经营闭环。同时，公司将商业智能经营Agent——MOS-AI向行业输出，覆盖百货、商超、校园、新能源汽车等领域，持续拓展业务增长空间。

银泰商业以AI驱动业绩增长，既实现自身高质量韧性发展，又引领百货零售业数字化、智能化升级，彰显卓越企业的管理智慧与行业担当。

新金奖企业(连续5年获奖企业)

(按企业名称首字母拼音排序)

做企业就像挖井，与其挖十口浅井，不如挖一口深井，把一个领域做到极致，自然能获得回报。

汪立平

创始人/董事长

江苏恒立液压股份有限公司

恒立液压坚持“国际化、多元化、电动化”战略，持续深化国内市场份额，同时提升海外品牌知名度与市占率，稳健推进产能全球化布局，提升全球化运营能力，为海外客户提供更高效优质的服务。公司坚持创新驱动，丰富产品类别，拓宽下游应用场景，针对性布局电动控制及执行装置，以应对工程机械、海洋工程、工业设备等领域的电动化趋势，致力成为国内一流、世界知名的高端传动设备供应商和传动方案提供商。

技术创新构筑核心竞争根基。公司在全球建设七大研发中心，研发人员超千人，构建全球协同创新体系，紧跟行业高压化、智能化、精准化、集成化、绿色化趋势，持续巩固技术领先优势。全球最大打桩船油缸成功下线，创世界吉尼斯纪录，打破了日本、德国在大型工程油缸领域的垄断，支撑了我国海上风电、跨海大桥等“新基建”项目的自主建设，成为“中国装备走向深蓝”的标志性成果。

数字化转型提升运营管理效能。公司以数字化转型为抓手，优化资源配置，推进精益生产，探索绿色制造与节能降耗新工艺，提升生产效率和工厂智能化水平，同时推进组织架构优化，强化管理层责任担当与团队协同能力，提升团队快速响应与执行能力，为全球化战略落地提供坚实的组织保障。

营销服务体系支撑全球化布局深化。公司在欧洲、北美、日本等地建立了广泛的营销网络。面向未来，公司将加快释放海外基地产能，强化海外合规与风险管理，提升本地化运营能力，聚焦重点国家和地区市场拓展，逐步提升海外市场份额与品牌国际影响力。

坚守“一切为了老百姓”的初心，持续围绕专业、科技、生态深化变革，把健康服务做成时间的朋友！

谢子龙

创始人/董事长/总裁

老百姓大药房连锁股份有限公司

老百姓大药房是中国药品零售行业头部企业、中国药品零售企业综合竞争力百强冠军、中国服务业500强企业。公司深耕健康产业二十五年，旗下拥有老百姓健康药房、药简单、名裕龙行、百杏堂名医馆、丰沃达物流等子公司，构建了完整的医药产业链。公司核心竞争力涵盖渠道、商品、服务、人员、创新五大维度，全方位夯实行业领先优势。

全国零售网络布局广而深，构建最全医药零售“大生态”。“老百姓”品牌积淀深厚，多省份深耕运营多年，品牌根基扎实。公司以直营、加盟、联盟、并购“四驾马车”布局全国市场，广泛开拓全国重点省级市场，深度覆盖国内主流医药零售市场。面对行业结构调整，公司聚焦优势省份与下沉市场，依托成熟的轻资产模式整合中小药房资源，同时依托丰富并购经验孵化优质合作主体，以多元拓店模式持续完善全域医药零售生态布局。

以专业和温暖为抓手，服务优势持续夯实。执业药师储备充足，医保资质门店占比行业领先，高标准建设DTP、双通道、门诊慢特病等专业药房，优先承接处方外流业务；全国门店推行标准化慢病全周期管理，开设爱心驿站，打造便民、银发、商保等多元化综合服务体系。持续深化组织变革，搭建完善的人才培养体系，培育员工利他服务理念，打造专业高效的服务团队。

公司以数智AI赋能高效运营，打造科技驱动的健康服务平台。公司持续深化数智转型，积极拥抱AI，以数智AI技术推动传统价值链转型升级。供应链端，通过销售预测、订货决策、智能请货等，实现有效保供与库存周转优化；运营端，自研智能荐药工具以及“老百姓小丸子 AI”等工具，赋能专业药事服务；新零售端，持续升级线上业务履约效率和质量，助力业绩长效增长。

“从赋能到共生、从制造到服务，五征始终围绕真实工况，以系统性智慧，与全球实干家一起共建一个更通达、洁净、丰饶的绿色家园。”

姜文娟
总经理

山东五征集团有限公司

五征集团深耕三农领域六十余年，积淀了深厚的产业底蕴、技术积累与市场口碑，拥有商用车、环卫装备、农用车、农业装备、现代农业多元化产业，稳步推进从传统装备制造企业向平台型解决方案提供商的战略转型，以全维度升级赋能物流、环卫、智慧农业行业高质量发展。

数字化驱动全链协同。五征深耕物联网、云计算、大数据、智能控制等前沿技术，迭代升级企业云计算、数字化研发、车联网智能、数字营销服务四大平台，打通研发设计、智能制造、供应链协同、市场销售、终端服务的端到端业务流程，实现全领域数字化转型。

新能源与智能化产品创新以科技创新为核心。公司布局绿色产品矩阵，攻克纯电动、插电混动、增程式等核心技术，搭建全系列新能源商用车产品体系，实现环卫装备全场景新能源化。智慧农业领域，依托自研自动驾驶系统与智慧管理平台，打通耕种管收储运全流程，助力农业转型升级。

以客户为中心的生态发展转型。公司深耕平台型解决方案，围绕绿色物流、城乡环卫、智慧农业三大赛道，组建产业生态联盟，联动产业链资源，为客户提供定制化、全周期整体解决方案，实现从“卖产品”向“卖服务、卖方案、卖生态”的深度转型。

“十五五”集团将紧扣“24531”战略目标，坚持以客户价值为核心驱动，持续夯实质量根基、强化技术创新、深化生态协同、拓宽国际版图，全力冲刺高质量发展新目标，奋力建成极具行业影响力、全球竞争力的现代化产业集团。

透过技术创新与永续实践，为传统产业转型创造新价值。

王炜基
首席财务官

溢达集团

溢达集团创立于1978年，以“励志笃行，有所作为”为愿景，凭借纵向一体化供应链运营能力，持续推动传统工业的数智化转型。集团以负责任企业运作为核心，通过贯穿全产业链的研发与设计，为全球客户提供卓越的产品与解决方案。

集团通过营销引领非凡品质的零售品牌「派」和「十如仕」，直接向消费者传递溢达故事和可持续发展理念，并以创新研发和品牌管理牵动产品与服务增值，推动企业与行业迈向“微笑曲线”的两端。

科研创新方面，集团始终坚信科技创新是推动高质量发展的核心动力，历时近十年自主研发非水介质染色技术，运用科技赋能，推动高质量发展。佛山高明示范线已稳定运行三年，技术适用范围由纯棉拓展至麻、莱赛尔、莫代尔、羊毛、羊绒等多种材质。全球首个无水染色商业化项目落地新疆石河子，为行业绿色转型树立了可复制的实践标杆。

数智化转型方面，集团深化物联网应用，升级生产数据采集系统，实现全流程实时监控与智能分析；优化智能排单系统，提升生产效率与资源利用率；推动大数据与AI技术研发及全员AI能力建设，以数字化重构生产流程，提升运营效能与决策精准度。

集团的可持续发展园林“十如”坐落于桂林，以融合创新与可持续发展的实践，展示制造业与自然和谐共存的可能。2025年8月，“十如”荣获中国节能协会颁发“零碳园区”证书，成为行业首批通过此项认证的园区。“十如”以实践及成果引领企业数智化转型，践行我们应对气候变化和缩小贫富差距的决心，并以此启发更多伙伴携手实现可持续发展目标。

关于德勤

德勤中国是一家立足本土、连接全球的综合性专业服务机构,由德勤中国的合伙人共同拥有,始终服务于中国改革开放和经济建设的前沿。我们的办公室遍布中国31个城市,现有超过2万名专业人才,向客户提供审计、税务、咨询等全球领先的一站式专业服务。

我们诚信为本,坚守质量,勇于创新,以卓越的专业能力、丰富的行业洞察和智慧的技术解决方案,助力各行各业的客户与合作伙伴把握机遇,应对挑战,实现世界一流的高质量发展目标。

德勤品牌始于1845年,其中文名称“德勤”于1978年启用,寓意“敬德修业,业精于勤”。德勤全球专业网络的成员机构遍布150多个国家或地区,以“因我不同,成就不凡”为宗旨,为资本市场增强公众信任,为客户转型升级赋能,为人才激活迎接未来的能力,为更繁荣的经济、更公平的社会和可持续的世界开拓前行。

Deloitte(“德勤”)泛指一家或多家德勤有限公司,以及其全球成员所网络和它们的关联机构(统称为“德勤组织”)。德勤有限公司(又称“德勤全球”)及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体,相互之间不因第三方而承担任何责任或约束对方。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构仅对自身行为承担责任,而对相互的行为不承担任何法律责任。德勤有限公司并不向客户提供服务。请参阅www.deloitte.com/cn/about了解更多信息。

德勤亚太有限公司(一家担保责任有限公司,是境外设立有限责任公司的其中一种形式,成员以其所担保的金额为限对公司承担责任)是德勤有限公司的成员所。德勤亚太有限公司的每一家成员及其关联机构均为具有独立法律地位的法律实体,在亚太地区超过100个城市提供专业服务,包括奥克兰、曼谷、北京、班加罗尔、河内、香港、雅加达、吉隆坡、马尼拉、墨尔本、孟买、新德里、大阪、首尔、上海、新加坡、悉尼、台北和东京。

本通讯中所含内容乃一般性信息,任何德勤有限公司、其全球成员所网络或它们的关联机构并不因此构成提供任何专业建议或服务。在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前,您应咨询合资格的专业顾问。

我们并未对本通讯所含信息的准确性或完整性作出任何(明示或暗示)陈述、保证或承诺。任何德勤有限公司、其成员所、关联机构、员工或代理方均不对任何方因使用本通讯而直接或间接导致的任何损失或损害承担责任。

CQ-017CN-26

© 2026。欲了解更多信息,请联系德勤中国。

