中国品牌创新发展工程唯一指定平面媒体
2024年04月刊 总第28期

见证品牌

JIAN ZHENG PIN PAI

中国品牌日 特刊

2024第五届中国品牌走进联合国即将启航
企业全球化与可持续发展论坛

携手优秀企业登陆联合国 开启品牌国际化新征程

联合国总部
05.09

中国品牌创新发展工程

聚焦两会

新质生产力是否为市场主线？

中国企业需要关注新质生产力领域

第五届中国品牌走进联合国

2024

The 5th Chinese Brand Enters the United Nations

CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

中国品牌
创新发展工程

THE FIRST CHINESE BRAND ENTERS THE UNITED NATIONS

CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

中国品牌创新发展工程

品牌出海

BRAND EXPORT

对话美马哈论坛

纽约时代广场合影

走进哈佛大学

第五届中国品牌走进联合国

第五届中国品牌走进联合国携手中国品牌登陆国际舞台，向世界展示中国品牌的传奇魅力！

01 02 03 04 05 06

走进哈佛大学

联合国社会责任论坛

中国品牌创新发展工程
CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

卷首语

穿越周期
中国品牌焕发生机

■ 编辑 / 薛 景

春意盎然的时节，我们见证了众多品牌如同春芽般崭露头角，它们并非仅仅追随前人的足迹，而是真切诠释了那份独特的精神内核。品牌，早已超越了简单的标识意义，它成为了一种信仰，一种对匠心传承和创新精神的执着追求。

中国品牌的现状是充满活力与生机的，随着国内市场的不断扩大和消费者需求的日益多元化，中国品牌不仅在产品质量和性能上与国际品牌并驾齐驱，更在创新能力和品牌影响力上取得了显著成就。

如今的中国品牌，已经不再是简单的模仿者，而是成为了引领潮流的创新者。从家电、服装到汽车、电子产品，国货之光是品牌孜孜不倦的匠心成果，也是中国发明在世界舞台上的实力展现，在这些品牌的背后，我们仿佛看到了古代工匠们在铸剑工坊中倾注心血的场景。他们将匠心、技艺、精神融入每一寸产品之中，既是对传统的致敬，又是对匠人精神的新生。

创新与融合是近年来文化产业发展的一大趋势。将文化、旅游、商业、设计等元素融合起来进行系统开发和品牌打造，已成为行业普遍选择。在本刊《逐梦旅途》篇章中，我们看到了新生代品牌的蓬勃生命力，他们对生活品质、文化艺术、精神探索的追求，正是国富民强的生动体现，也是市场精准发展进程中孕育的活力展现。

全球能源转型的大潮下，新兴企业如同激流中的勇士，带着科创基因和智慧动能，代表着新能源行业的希望与未来。这些企业，正是新能源行业中不可或缺的一股力量，不仅展现了中国制造业的国际竞争力，更从微观角度揭示了细分赛道的独特魅力。

在法律服务领域，精细化与聚焦成为了一些律师事务所的明智选择，他们在对行业深刻理解和谨慎判断的基础上，选择了具有无限机遇与挑战的知识产权保护、家族财富管理等细分领域作为发展方向。

品牌创立的过程虽然充满艰辛与未知，但正是这份坚持与勇气，让品牌们心之所向，素履以往。在第28期季刊中，我们将一起见证以上领域的商业智慧和敏锐洞察，打开中国企业家故事集合，他们是优秀的讲述者，向我们传递着对品牌的美好愿景。■

中国品牌创新发展工程
CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

逐梦旅途

010 | 安隅：城市生活另一面，偏安一隅
013 | 房车力量：旅行创业新时代的颠覆者
018 | 55岁公务员提前退休，户外创业成行业翘楚
022 | 国牌精品度假酒店筑梦者唐尉荧：与自然和人文共舞
027 | 旗帜行业的领跑者，范爱萍人物传记

法制护航

032 | “坤”厚载物“瑞”意进取 为知识产权保驾护航
036 | 鲁磊：坚守“天理、国法、人情”做一个有温度的法律人
041 | 数字化法律服务的先行者——上官丙权
045 | 王静：法界“她力量”，有偿法律不再是一件轻奢品
049 | 聚焦、开放：走进埃孚欧律师事务所
052 | 普惠法律的践行者——法帮你

中国品牌创新发展工程
CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

001

品牌头条

聚焦两会
新质生产力是否为市场主线？

实业强国

057 | 深挖针叶樱桃产业价值，共筑新农人的富强梦
060 | 蔡正昌：从荆棘到坦途，与中国公路自行车一起破风向前
064 | 引领中国氢能大时代，法国创新制氢技术成就企业之路
069 | 路宽线缆，连接你我！
073 | 大国工匠，行稳致远，干将的可持续发展之路
078 | 信光能源：创新与智造点亮绿色未来

006

封面文章

2024中国品牌走进联合国系列活动进入倒计时

124

瑰　丽　绽　放

三次创业始终如一，打造适合东方女性的时尚鞋履品牌

杏林福祉

082 | 初心如磐深研心理 笃行弥坚方得始终

087 | 科技开拓梦想 影像缔造健康

091 | 医心为民 守护健康

094 | 创业维艰 奋斗以成

098 | 孤独症家庭的数字化革新，赋能特殊教育最后一公里

102 | 承岐黄薪火，“手”童儒健康

107 | 让互联网解决养老看病问题——程小明

瑰丽绽放

111 | 银桑：坚持优质初心，争做百年品牌

115 | 银谷芳香：推进属于中国的芳香时代

119 | 美业传薪者：唐军

文化育人

128 | 红都研学：研学行业的引领者 红色基因的传承者

132 | 躬行善为，自信至美，引领学校文化建设高质量发展

135 | 用艺术启迪智慧，少儿美育行业探索者——希望美术教育

《见证·品牌》

见证中国品牌时代
记录中国品牌成长
传递品牌价值

中国品牌创新发展工程·见证十品牌榜

出版人
李海

总编
黄荣辉

视觉指导
刘欢

执行总编
李华茜

编辑部主任
薛莉

内容编辑
孙丽丽

美术设计
张加佳

编辑
曾玉荣　李宝瑶　陈冠男
邢新竹　陈志文　傅子勤
卓婷婷　林宏杰　王桂晴
白亚丽　张志勇　高明月

孙卓　赵辉　杨静　唐玮
孙婷　潘清　刘丽　李凤
任博　武琳　罗超

主办：中国品牌创新发展工程
地址：北京市朝阳区望京SOHO-T3-A座10层

中国品牌创新发展工程
CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT
中国品牌创新发展工程

品牌头条

聚焦两会 新质生产力是否为市场主线?

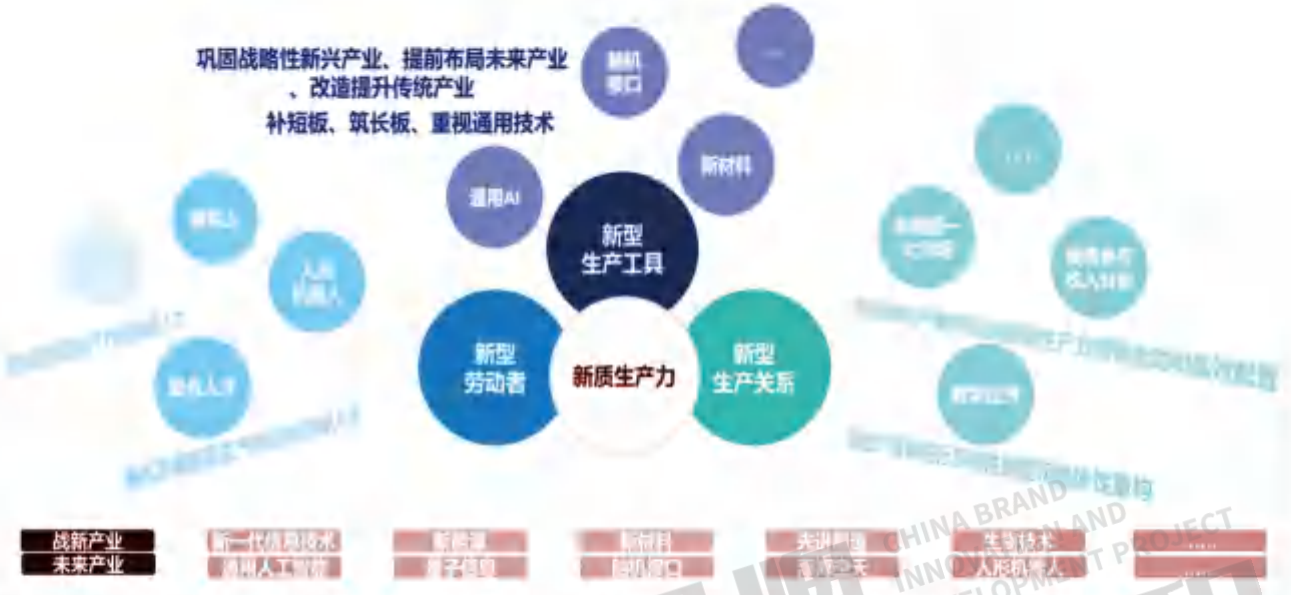
■ 编辑 / 薛景

CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT 中国品牌创新发展工程

中国企业应该关注哪些内容?

新质生产力,作为推动经济高质量发展的核心动力,其内涵包括了技术创新、产业升级、绿色发展等多个方面。对于中国企业而言,关注新质生产力的发展,不仅是响应国家战略的需要,更是企业自身转型升级、提升竞争力的必由之路。

首先,中国企业需要密切关注国家在新质生产力方面的政策导向,把握政策红利,积极参与相关领域的研发和创新。其次,企业应加强自身技术创新能力的提升,通过引进先进技术、加强人才培养等方式,不断提升自身的核心竞争力。此外,企业还应着重关注政府工作报告中提到的"三大抓手"和"五大方向",把握高附加值产业的创业机遇。唯有与时代并肩驰骋,锐意创新,才能在商海浪潮中屹立不倒。



▲ 新质生产力三大内涵与产业实践，资料来源：中国电子与清华大学数据治理工程联合课题组，专家访谈，亿欧智库

中国品牌创新发展工程
CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

如何理解新质生产力？主要聚焦哪些行业

自去年9月以来“新质生产力”成为市场高频词，今年两会更是被列为2024年工作首要任务。新质生产力包含四大维度：更高素质的劳动者，更高技术含量的劳动资料，更广范围的劳动对象以及三者的优化组合带来新产业、新业态、新模式。我们可以理解为：发展新型的劳动者队伍；劳动资料是生产过程的关键，未来生产工具的代表逐步向智能化和数字化进行转变；劳动对象从实实在在自然环境中的物质、半成品原料，逐步转向以数据加工、信息迭代为代表的“无形对象”。

新质生产力受益行业主要对应三大方向：一、战略性新兴产业，包括新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保；二、未来产业，包括一是前瞻部署六大新赛道：未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间和未来健康，二是打造十大创新标志性产品：人形机器人、量子计算机、新型显示、脑机接口、6G网络设备、超大规模新型智算中心、第三代互联网、先进高效航空装备、深部资源勘探开发装备；三、具备出海逻辑的行业，既包括传统产业，也包含具备国际竞争优势的新兴产业如新能源等。根据对A股上市公司附加价值率的测算，多数新质生产力相关产业具备较高附加价值率或者附加价值率处于提升趋势，意味着相关产业有望实现较快增长且景气度或将持续向上。（资料来源：国金证券策略专题研究报告）

新质生产力的“五大方向”

关于新质生产力的投资机会，2024年工作报告中也有明确指引，主要是三大抓手和五大方向：重点阐述了“推动产业链供应链优化升级”“积极培育新兴产业和未来产业”“深入推进数字经济创新发展”三大抓手，结合各地两会关于发展新质生产力的具体表述和重点提及细分方向，建议后续以下五大方向对新质生产力进行布局：

1、战略性新兴产业：重点包括新材料、低空经济、新能源、创新药、高端装备制造、海洋经济、智能网联新能源汽车、氢

能，新一代信息技术、生物制造、卫星网络等；

2、未来产业：人型机器人、量子科技、生命科学、元宇宙、新型显示、未来网络等；

3、数字经济产业：人工智能、算力、智能家具家电、数据安全等；

4、重点产业链供应链：集成电路、光伏、半导体、工业母机等；

5、高端化、智能化、绿色化传统产业：食品、石油化工、纺织服饰、新型储能等。

▲ 新质生产力赋能战略性新兴产业和未来产业，资料来源：万盛研究

▲ 吉利控股集团旗下新造智能汽车机器人品牌推出的首款汽车机器人极越01

新质生产力八大场景变革

新质生产力的重大历史意义就是告别传统的臃肿，奔赴新质的未来。人类社会发展历经了四次科技革命，跨越蒸汽机时代、电气化时代和信息化时代，来到了“智能化和绿色化”的新质生产力时代。相较于传统生产力，新质生产力具有颠覆性创新驱动、发展速度快、发展质量高等特点。

（一）汽车产业迎大升级，具身智能全面落地实现

整车制造的冲压、焊装、涂装、总装以及检测环节将面临变革和重塑。焊装、涂装等部分工序将会彻底消失，一体化压铸成型技术、3D打印技术将会量产应用，在提高产品质量和降低废品率的同时，人工参与度大幅减少。由于具备超强环境感知能力、快速决策和高效规控能力，汽车将成为“汽车机器人”，成为可高度定制的“第三空间”，形态将会极具创新和个性化。汽车作为移动智能终端，将突破原有“驾乘出行”限制，深度参与到智慧城市建设、智能网联布局以及能源储备等细分领域。

（二）新质生产力驱动大健康产业变革

新质生产力推动医疗产业迈向全自动诊疗流程，人工智能提供实体化、个性化、综合方案，诊疗全过程“千人千面化”，“对症制药”可期。

（三）智能工厂和智能材料驱动制造方式变革

以具身智能、量子信息、虚拟现实设备等为代表的新劳动工具作为新质生产力的重要维度之一，将进一步赋能制造业“智改数转网联”，激发传统产业新活力。一方面，在新技术的支撑下，智能工厂的时空界限将逐步模糊，基于数字孪生和XR等沉浸式技术实现虚实共生，对生产制造全环节进行仿真推演和协同交互，从而克服人脑局限，实现缺陷高精度和决策智能化，想象中的未来工厂将逐渐照进现实。另一方面，增加了时间维度的4D打印以智能材料为核心，将彻底改变工业品的设计和生产方式，在3D打印技术的基础上，物体可在特定条件下实现自我组装、自我调整、自我修复等，驱动智能制造向自主智能方向发展。

（四）交互体验全场景化，全域消费所想所见，所见所得

社交电商探索向新的赛道，拓展出更富有体验感的交互场景，将为消费者的购物体验与决策提供极具个性化的支持。多元化的消费需求催生出功能强大的个性智能定制助手，在区块链技术与跨界创新的加速融合之下，数字藏品、虚拟土地等虚拟资产将迎来快速增长。此外，线上场景的深化建设将进一步带动实体零售生产流通环节的升级改造，推动整个消费行业降本增效、重塑业态结构，加速建立可持续生态。

（五）航空航天飞行器融合创新，宇宙被人类深度探索

基于新质生产力理念，以先进技术融合并应用于航天产业，降低总体成本，吸引资本入局，催生新兴商

▼ 通过数字艺术文创，“AI+数字藏品”（图片来源）

▲央视总台以AI全流程赋能评剧版成功中国龙主题系列微纪录片《寻龙去脉》

业业态，开辟出航天产业的新动能。当前航天航空技术为单点突破，未来在新质生产力的推进下，将实现创新技术群的融合应用。

（六）AI/光子/物联网让金融场景更高效精准

金融科技持续地创新不断改变着传统金融服务行业的面貌，随着普惠金融、绿色金融、个性化服务不断受到重视，以“生成式AI、光子计算、物联网与区块链深度应用”为主导的新质生产力有望进一步走向融合，为高度智能化、高效率、安全可靠、客户友好的的金融环境提供发展动力，未来推动金融业逐步走向智能化金融的极致演化，实现超高数据处理与实时决策的融合、去中心化与安全性的双重保障。

（七）文娱逻辑被元宇宙彻底颠覆，内容共创，共生、共享

随着数字技术的快速发展与落地应用，“人+AI”的合作模式在文娱行业体现出显著的高效性与便捷性。“思维创意+AI创意”使多元化的内容得以快速生产与制作，“AI生成+人力优化”为制作工作的选择提供了更优解，内容的进阶与工具的升级为文娱行业开启了灵感爆发的新时代。虚拟现实技术搭配智能穿戴设备，为消费者彻底推开沉浸式体验的大门。

（八）新能源算力成为新基础设施，支撑智能经济高速增长

未来，以科技创新、材料创新为新质生产力，将推动“火种”被重新定义。以新能源技术突破为核心，以能源利用效率提升和能源消耗及成本降低为终极目标的驱动力，能源行业向更加高效、绿色、清洁、可持续的方向发展。其中可控核聚变将会作为未来能源唯一方向，通过创新技术、创新装置、创新材料以及创新模式，实现核聚变的速度和规模可控，做到能量持续、平稳输出。通过可控核聚变，可以在满足能源需求的同时，有效地解决全球环境危机，气候危机，能源危机以及生存危机。■（资料来源：亿欧智库）

中国品牌创新发展工程
CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

2024
中国品牌走进联合国系列活动进入倒计时

■ 编辑 / 薛 景

美国东部时间2024年5月7日，中国品牌走进联合国系列活动将重磅启航，中国品牌创新发展工程带领中国品牌代表团的企业家，将从北京出发前往美国纽约，带着强烈的民族自豪感再一次踏上这场赴美文化交流之旅，届时与大家在大洋彼岸的美国相聚！

今年，我国正致力于高质量发展的新阶段，从内部环境来说，我们国家正在加强创新驱动，深化改革开放，推动经济结构优化升级，不断满足人民日益增长的美好生活需要。从外部环境来说，我们积极参与全球经济治理，推动建设开放型世界经济，构建人类命运共同体，在一个更加开放的格局中，不断深化各国品牌交流互鉴，促进全球经贸、人文、教育、科技等领域的合作共融。

在这种经济形势下，由中国品牌创新

往届活动联合国论坛上台发言的中国企业家

发展工程主办的第五届中国品牌走进联合国系列活动，作为国内品牌与世界舞台对接的窗口，展示中国品牌形象，传播中国品牌魅力，将为全球合作共赢贡献中国智慧和力量。此次活动由中小企业合作发展促进中心作为支持单位，且获得新华网、人民网、中国网、央视网等各大媒体宣传报道。

2016年5月18日，由中国品牌创新发展工程发起的“第一届中国品牌走进联合国系列活动”正式启航，至今已成功举办四届。数年间，中国品牌创新发展工程携领加多宝、华帝等众多国内优秀品牌，在联合国总部完成了中国品牌宣言，还参加了对话奥马哈峰会、巴菲特股东大会、哈佛大学课程学习等商务活动。除此之外，带领中国企业家走进了西点军校、世界银行、纽约时代广场、白宫等知名地点，完成了美国商业文化探索之旅，探寻美国品牌长盛不衰之源。中国品牌走进联合国系列活动，为中国企业创建品牌文化交流的高端平台，在商业文化交流与感悟过程中，传播中国品牌的文化价值，提升企业形象的塑造能力。

今年的中国品牌走进联合国系列活动将会呈现出哪些精彩行程？将走访哪些美国著名城市？

纽约：中国品牌亮相联合国，探讨可持续发展议题

从北京出发，中国品牌代表团将首先踏足美国纽约，华尔街、第五大道等知名地标，将留下代表团的足迹与思考。

联合国是全球最具权威性与影响力的国际组织，此次系列活动的重磅环节，是由中小企业合作发展促进中心与中国品牌创新发展工程办公室共同主办的2024企业全球化与可持续发展论坛，于第八个中国品牌日期间在联合国总部召开。一批中国优秀企业家代表将走进联合国总部大楼，届时联合国NGO组织代表、联合国官员代表、各国驻联合国代表、美国当地官员、美国当地企业家代表、海外媒体代表也将齐聚联合国，共同围绕联合国17个可持续发展目标，探讨企业社会责任与品牌全球化的发展之道。中国企业家将在论坛上完成“中

中国品牌创新发展工程

国品牌联合国宣言”签署，并围绕“企业全球化与可持续发展”的相关议题，结合中国品牌在诚信创新、节能环保、可持续发展等方面的发展，阐述中国企业家的理念，展现中国品牌国际化形象与实力。

庆祝中国品牌日的另一壮举，即携企业家们走进“世界的十字路口”——美国纽约时代广场，届时，中国品牌形象在纳斯达克大屏上闪耀亮相，向世界展示中国品牌魅力。纽约时代广场是世界闻名的繁华广场，位于全球金融中心，美国最大城市纽约市曼哈顿区中心，集结了商业，文化和娱乐的精华，日均几十万顾客或游客参观，每年有4.5亿人次流量，被誉为“世界的十字路口”、“吸引全球目光”的最佳窗口之一。更为重要的是，纽约时代广场大屏作为全球著名的户外广告平台之一，成为了中国企业展示自身实力的重要舞台，是各大知名企业如京东、百度、阿里、拼多多等展示形象，推介产品的一块宝地，当之无愧的“世界顶级品牌秀场”，企业家们在“世界第一屏”纳斯达克大屏幕上看到了自己企业投放的品牌展播，自豪之情将会油然而生。

波士顿：学术之都的漫步与思考

随后，中国品牌代表团即将启程，踏足波士顿这片充满学术气息与深厚文化底蕴的土地。波士顿，这座历史悠久的城市，以其独特的魅力吸引着无数求知者前来探寻智慧的奥秘。

查尔斯河畔的美景令无数游客驻足观止，河水波光粼粼，与河畔的古老建筑交相辉映，构成了一幅美丽的画卷。沿着河畔漫步，踏上自由之路这条承载着美国历史印记的古老街道，每一步都仿佛能够触摸到历史的脉搏，感受到先辈们为自由与独立所付出的艰辛与努力。在这里，代表团成员们将深刻体会到历史与文化的厚重感，激发对未来的无限憧憬。波士顿最为人称道的还是其世界一流的学术殿堂：麻省理工学院与哈佛大学，这两所享誉全球的顶尖学府，将成为代表团重要的探访之地。

特别值得一提的是，企业家们将在这次行程中完成哈佛大学课程学习与演讲，为中国品牌注入更多学术智慧与国际视野。

哈佛商界领导力论坛，共襄思想盛宴

哈佛大学是一所顶尖私立研究型大学，常春藤盟校、全球大学高研院联盟成员，校友涵盖8名美国总统及多国领袖与政治名人，培养了62名富豪企业家及335位诺德学者，也有152名诺贝尔得奖者现在或曾经在哈佛学习和工作。中国品牌走进联合国系列活动届时带领中国企业家代表走进世界顶级学府哈佛大学殿堂开展培训学习。在哈佛课堂上，由大学教授亲自执教，分享世界顶级高校高屋建瓴的思考与观点，企业家们将有幸与教授们面对面交流，现场提问对话，深入交流美国学者对于中国发展的思考与认知，重新感悟世界发展进程。

更值得期待的是，中国企业家将在哈佛发表主题演讲，展示中国品牌的实力与智慧，传播中国品牌内涵，感染中国企业家风采。此次行程将是一次思想碰撞与智慧交流的盛宴，必将为中国企业家们带来深刻的启示与收获。

洛杉矶：畅游好莱坞，深度参与商业财智沙龙

接下来，中国企业家代表团将飞往美国的另一座璀璨之城——洛杉矶，漫步在好莱坞星光大道，亲身感受这座创意之都的独特魅力。

同时在洛杉矶城市参与另一项重要活

▼ 美国纽约时代广场的中国企业家在“世界第一屏”纳斯达克大屏下接受采访

中国品牌创新发展工程 CHINA BRAND INNOVATION AND DEVELOPMENT PROJECT

▲旧金山社会企业家们与来自旧金山湾区生态创新产业交流；苹果公司创始人乔布斯在硅谷的车库时

动、商业财智沙龙，企业家们将有机会与来自不同行业的精英们面对面交流，共同探讨商业发展的前沿趋势，分享彼此的成功案例与经验。通过深入交流和碰撞思想，企业家们不仅能够拓宽视野、提升商业智慧，还能够为中美经贸关系的持续发展注入新的动力。

旧金山：参访全球TOP名企，注入企业创新动能

当下，科技和产业已经成为大国之间竞争和博弈的关键点。发展新质生产力，推动高质量发展是每家中国企业需要面对并回答好的课题，对于提升国家竞争力具有关键重要的作用。对于中国企业而言，发展新质生产力不仅是应对外部竞争压力的需要，更是推动自身转型升级、实现可持续发展的内在要求。只有通过不断创新，提升产品和服务的附加值，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。美国作为全球科技创新的领军者，其浓厚的科创氛围和得天独厚的发展环境孕育了众多世界级的知名企业，这些企业凭借先进的科技水平和创新能力，在全球市场中占据重要地位。此次行程安排参访企业家们来到旧金山湾区，实地参访全球知名企业的总部及研发中心，正是希望他们能够亲身感受这一创新氛围，深入了解其创新理念、研发模式以及创新成果，探讨科技创新的未来趋势与发展机遇。

这将是一次难得的学习机会，对于提升我国企业的科技创新能力、推动产业转型升级具有重要意义，企业家们将能够汲取到宝贵的经验，为自身企业的发展注入新的动力。

一系列充实而劳顿的活动结束后，美国东部时间5月14日，“中国品牌走进联合国系列活动”将圆满结束，代表团迎来返程。在全球化的推动下，中国品牌走进联合国系列活动已经发展成为一个关键的跨国合作交流平台。第五届中国品牌走进联合国系列活动将为中国企业家带来一场与众不同的活动体验。（具体行程与环节以实际安排为准）■

▲ 安隅酒店创始人李彬

安隅：城市生活另一面，偏安一隅

■ 编辑 / 邢鹏举

社会飞速发展，科技日新月异，在这个纷呈万象的世界，人们正以高节奏高效率的方式去迎合变化。

当然，有时也会按下暂停键，在一片繁忙中，寻一处暂时的落脚点，这便有了一寸清明的土地，给身心放个假，以便重新起航。

安隅酒店，以其独特的建筑风格、极致的配套服务与东方待客之道，让每一颗远离喧嚣的心在此安然住下。

安隅酒店用五千年的文化底蕴为待客之道，并传递东方建筑空间美学、探索当地人文与自然、用感动创造服务价值的度假酒店品牌，安隅酒店融合当地建筑风格，在设施设备、餐品食材、服务流程、待客之道等方面，依据当地气候特点和文化风俗等进行调整，让旅人充分感受文化的在地性。

▲ 会议照片

敢想敢拼的“创业者”

李彬，安隅酒店的创始人。曾为武警的他，对待工作依然保持着高标准、严要求，2008年，创始人正式进入酒店行业，他不断地学习增值，不断拓展自身与品牌的价值，曾先后创办了多家酒店，时光荏苒，在行业深耕了7年的他，开始思考如何将更多的美景和文化传承下去，让更多的人了解和欣赏中国独有的浪漫。

在他心中，酒店不仅是一个提供睡觉功能的房间，更是一个可加载内容的空间，一切商业逻辑都被拉回到最原始的以人为本。2015年，在深入学习、考察国内外度假酒店市场后，创始人萌生了打造中国特色度假酒店的念头，2017年安隅品牌，崭市起航。截止2022年，已然在海南、云南、浙江打造5家安隅酒店，它们不仅在服务质量上与竞争对手拉开了差距，还在市场上建立了强大的竞争壁垒，逐渐树立起了良好的口碑。多年来安隅积极注个性化、品牌化、幸福感的方向提进。

这本就是一个需要耐心的行业，在那个快捷酒店和传统五星酒店瓜占行业两端的时期，行业的困顿与匮乏，标准化的房间布局与循规蹈矩的服务体系，对李彬而言，并不能给顾客带来更多感动与温度。

安隅品牌的成功并非一蹴而就，而是通过长时间的积累和沉淀逐渐取得的。从创立初期的长远眼光、创业中期的不急不躁到如今的深耕沉淀，他深知只有通过不断努力和创新才能在竞争激烈的酒店行业中立足。

用心去感受顾客的需求

“安隅创始人认为，过去酒店业是经营房间，但一个品牌打天下，采用规模标准化复制，未来这条路线行不通，并轻人喜欢标准个性化，酒店业要从经营房间向经营人群进行转变。在人群消费习惯已经发生变化的当下，酒店业的未来有三个标准，一是高品质，能把产品做好；二是高效率，用效率驱动品质；三是高溢价，让品牌有溢值能力。如果谁能把握住这“三高”，就能代表酒店业的未来。

几年时间，安隅商业模式不断迭变。创始人对媒体说的最多的一句话是：“始于酒店而不止于酒店。”安隅的每一家酒店均呈现出鲜明风格优美、文化底蕴深厚且极具包容性的地方，在尊重当地的建筑风格的同时，融入自然与人文，创造新的东方美学景观，例如丽江古城安隅酒店就是在传统的四院落上建造的丽江古城安隅，保留“一进二院”形制基础，融入当代人居元素，呈现中国南北风格与当地少数民族风格并存的状态。

“安隅酒店的空间是有温度的，以朴实无华的设计，达到最让人舒适的空间体验。所以，每一处空间布局都要经过反复触摸感受，掌心的温度渗透进家具、墙壁、地板，老家具的韵味逐渐氤氲，空间里的“人气”慢慢充盈。

安隅酒店的建筑和空间的营造不会刻意迎合某种设计风格，而是以功能性和实用性为基础。从家具到备品皆定制化，力求每一件产品都能散发出安隅独特的气质，传递专属安隅的温度和记忆。

为了呈现朴实无华的设计，安隅酒店根据空间功能打磨物品。家具饰品或为根据地域风情研发定制，或为淘自世界各地的古器藏品与手工制物。安隅酒店里有一些带有修复痕迹甚至直接以残缺状态在使用的器物，它们都沉淀了时间的轨迹，就是一个人来人往的故事。

感动创造更大价值

拼起“安隅”的创新服务，创始人谈到过：“我们做这个项目，我就想我希望改变一个行业，也希望能影响一批人。”如果要影响别人，做到独一无二，那必须去关注消费者。为了解决住户“痛点”，“安隅”做了很多努力。他极致用心，全神贯注在细节上下大功夫，安隅酒店十分注重餐食设计，注重对当地饮食文化的传

▼ 酒店外立面

中国品牌创新发展工程
CHINA BRAND INNOVATION DEVELOPMENT PROJECT

▲ 李总参与携程全球峰会合照

▲ 李总参与携程全球峰会合照

承，菜品丰盛，搭配营养，竭尽呈现时令之味。整体采用半自助式提供自助餐台与部分点餐，采用中式早餐与西式早餐相结合的形式，种类丰盛，色、香、味俱佳，即满足多样早餐需要，又提供丰富味蕾体验。

安隅酒店自创立至今，始终秉承东方待客之道并融入西方传统酒店服务理念，全心全意为宾客服务。比追求极致更难的，是恰到好处。为了在远离闹市的天涯海角，营造家一般温暖自在的氛围，打造更为幽静的滨海度假胜地。每一位安隅人都把客人当家人，用心关注客人的一切真实需求，以真诚的服务感动客人。

我们始终将用户的体验放在首位，竭尽提供多种旅行可能需要的服务。从抵达办理入住至离店退房，酒店的服务细节，都将安排妥当。餐厅提供24小时水果以及中西茶服务、房间细节上提供更加私人化的备品选择。致力成为酒店行业好品质好服务的榜样品牌。

不忘初心，脚踏实地

客户的满意是安隅酒店一生的追求，一直以来安隅酒店致力于为消费者提供更舒适的居住环境、更贴心的细节服务、更高品质的产品。多年发展，安隅酒店从未停歇，经历过瓶颈，也遇到过滞涨，这是自己与自己的追求，也是梦想与时间的碰撞。2022年，安隅荣获携程口碑榜年度最佳酒店，同年，三亚安隅荣获最佳人气网红酒店，2023年，丽江古城安隅酒店荣获携程旅行最佳合作奖，这既是一份荣誉，也是一份责任，是大家对安隅酒店的信任与肯定，鼓舞着我们不忘初心，继续为更多人实现居住品质的不断升级。

安隅酒店以客户为中心，想其之所想，致力于让每一位旅人感受“他乡遇故知”的温暖，让每一颗远离喧嚣的心安然住下，达到“此处感动来处”的理念。

互联网时代改变了人们的行为和消费方式，而酒店业正在改变人们的出行方式，安隅改变的是人们对酒店的认知方式和品牌的运作思维。在不断更迭的酒店行业中，安隅正在用他的远见实现了又一次传统业的突破。

无论是人们入住标准变化，还是行业竞争形势变化，品质服务对于酒店行业而言已然成为进阶到品牌新阶段的关键一环，相信安隅酒店将会在品质服务细节方面更加完善，不断深化。对于消费者而言，这样的变化将会带来更为惊喜的服务和更广阔的选择空间。

未来很长，让感动继续延续……■

CHINA BRAND CREATION AND DEVELOPMENT PROJECT
中国品牌创新发展工程

订阅完整版或投稿 请联系工作人员
或扫码关注网站底部公众号咨询