

中国品牌创新发展工程唯一指定平面媒体

2024年12月刊 总第30期

中文版
JZ

见证品牌

JIAN

ZHENG

PIN

PAI

杨作兴

杭州研极微电子有限公司创始人

封面人物 (P 05)

以全定制芯片方法学
创新驱动智能影像新发展

2025 THE 6th CHINA BRAND ENTERING THE UNITED NATIONS

第六届中国品牌走进联合国系列活动

品牌

出海

BRAND GOING GLOBAL





▲企业家参访IBM



▲世界十字路口



▲企业家硅谷之旅



▲中国品牌走进哈佛



▲中国品牌走进联合国论坛

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！

北京出发抵达美国

哈佛 耶鲁等顶尖学府授课

探访硅谷全球TOP名企

01

02

03

04

05

06

走进联合国

游览好莱坞星光大道

感受异国文化之美



* 第六届中国品牌走进联合国活动已启动，欢迎咨询报名，截至2025年2月



扫一扫了解详情

卷首语

七十五载辉煌 见证品牌力量

■ 编辑 / 薛景

过去75年，我们完成了从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃，这个过程中，无数企业品牌与国家发展同频共振，经历了从中国制造向中国创造、中国产品向中国品牌的转变，共同书写了一部波澜壮阔的商业文化史诗。

如今，国内经济在稳中向好中展现出强大韧性与活力，新兴产业如雨后春笋般涌现，为经济增长注入新动能，也为中国品牌的崛起提供了广阔舞台。

中国通过引领 5G 技术也将促进国内产研结合，推动国内产业链完善。中国企业凭借技术创新与智能化升级，正逐步从“制造大国”迈向“智造强国”，不仅提升了生产效率与产品质量，更为全球制造业的转型升级提供了中国方案。

泱泱华夏，五千多年文明连绵不断，博大精深，一处处遗址、一件件文物，都是坚定文化自信的重要源泉，近年来，国风节目的出圈、文博游的爆火，也印证着人们对中国传统文化的认同与热爱。文旅行业则通过文化与旅游的深度融合，不仅满足了人民日益增长的精神文化需求，更在传承与创新中焕发出勃勃生机，让世界看到了中国文化的独特魅力。

教育行业作为社会进步的基石，正积极拥抱变革，利用互联网、大数据等先进技术，为学习者提供更加个性化、便捷化的学习体验，为培养新时代人才贡献力量。

绿色能源作为未来发展的方向，正受到越来越多企业的青睐与重视。中国企业积极投身新能源领域，不仅推动了能源结构的优化升级，更为全球可持续发展呈现了负责任大国的形象。

《见证·品牌》季刊从2014年创刊以来，以其广泛的影响力成为融媒体时代展现企业家精神的窗口，记录了无数优秀品牌的成长影像。第30期季刊通过细腻的笔触，将这些鲜为人知的故事娓娓道来，让观众在感受品牌魅力的同时，也对各行各业的崛起与发展有了更加深刻的认识，传统工艺的现代演绎，新兴科技的突破创新，都是每个品牌书写自己的方式，传递了中华民族自强不息、勇于创新的精神力量。■



001

品 牌 头 条

2025年全球消费者趋势 如何变化？



中国智造

- 010 | 世天创新董事长姜华:无人机技术助力农业智能化发展
- 014 | 上海胜华电缆科技集团:打造电缆行业新质生产力
- 018 | 汉天下电子:铸梦“中国芯”的创新之旅
- 023 | 瑞控电气:赋能智能电网新时代
- 027 | 技术为本,不惧艰辛,为国创“芯”
- 031 | 开拓创新 保持匠心 寻找不一样的自我

逐梦文旅

- 037 | 勐巴拉:三大史诗级版图,擎领中国康养旅居未来
- 041 | 朱斌:逐浪文旅承一脉文明之美 绘一幅乡村盛景
- 046 | 银发生辉乐养老 生态旅居享晚年
- 050 | 旧雨新知的品牌故事

学海无涯

- 057 | 为梦想插上翅膀
- 060 | 志在圣贤——把圣贤智慧的种子种在孩子们的心中
- 063 | 气排球之路
- 067 | 有教学信仰的人——数学赵观察

品质先锋

- 072 | 以匠心致初心 以初心致未来
- 076 | 红色精神显新技,沙漠戈壁建菌业
- 079 | 热大地之水 暖人间真情
- 085 | 长风破浪会有时,直挂云帆济沧海
- 088 | 晋州市大成变性淀粉品牌创新发展
- 091 | 棘博士筑梦健康产业,守护国民品质生活

005

封 面 人 物

以全定制芯片方法学 创新驱动智能影像新发展



115

智慧康养
医疗领域的先锋者

绿色动能

- 095 | 基石与梦想:中科海锐国产新材料的创新与蜕变
- 100 | 云南华电镇雄:正在让传统煤电开启“绿电”模式
- 105 | 生态保护、固废筑路、义利天下
- 109 | 贵金属再生利用领域的领军者与创新者——周严

智慧康养

- 112 | 千城万店谿惠芙媛堂 为更多人带来健康
- 121 | 逐梦芳香:一滴油的疗愈之旅
- 125 | 陈科儒:孜孜不倦开创智慧医疗崭新时代
- 129 | 裕发康:健康头发守护者
- 133 | 无龄生物开启生物抗衰新时代

《见证·品牌》

见证中国品牌成长
记录中国品牌故事
传播中国品牌价值

中国品牌创新发展工程唯一指定平面媒体

编委会主任
李楠

编委会副主任
黄荣辉 刘歆 华奇 马志杰

编委会顾问
范宏超 陈文

编委会委员
王小里 王磊 李于佳 李璟
汪鹏 张江宏 姜登平 耿德亚
鲁冬冬 (按照姓氏笔画排序)

总编辑
华奇

执行主编
刘苏群

执行副主编
薛景 孙娜娜

视觉指导
单金秋

美术设计
张灿烂

编辑
高婷婷 刘美玲 邓荣开 李昆微
丁巧鸽 白筱买 苏永刚 张志勇
张秀兵 郑敏衡 李红艳

王硕 杨会 周馨 高森 张傲
孙幸 赵婷 廖清 刘好 左悦
王新 高阳 姜勇 程前



主办: 中国品牌创新发展工程
地址: 北京市朝阳区望京SOHO-T2-A座10层
官方网站: www.cbide.com 投稿邮箱: cbide@163.com

001

见证·品牌

中国品牌创新发展工程唯一指定平面媒体

CHINA BRAND
INNOVATION AND
DEVELOPMENT PROJECT

中国品牌
创新发展工程



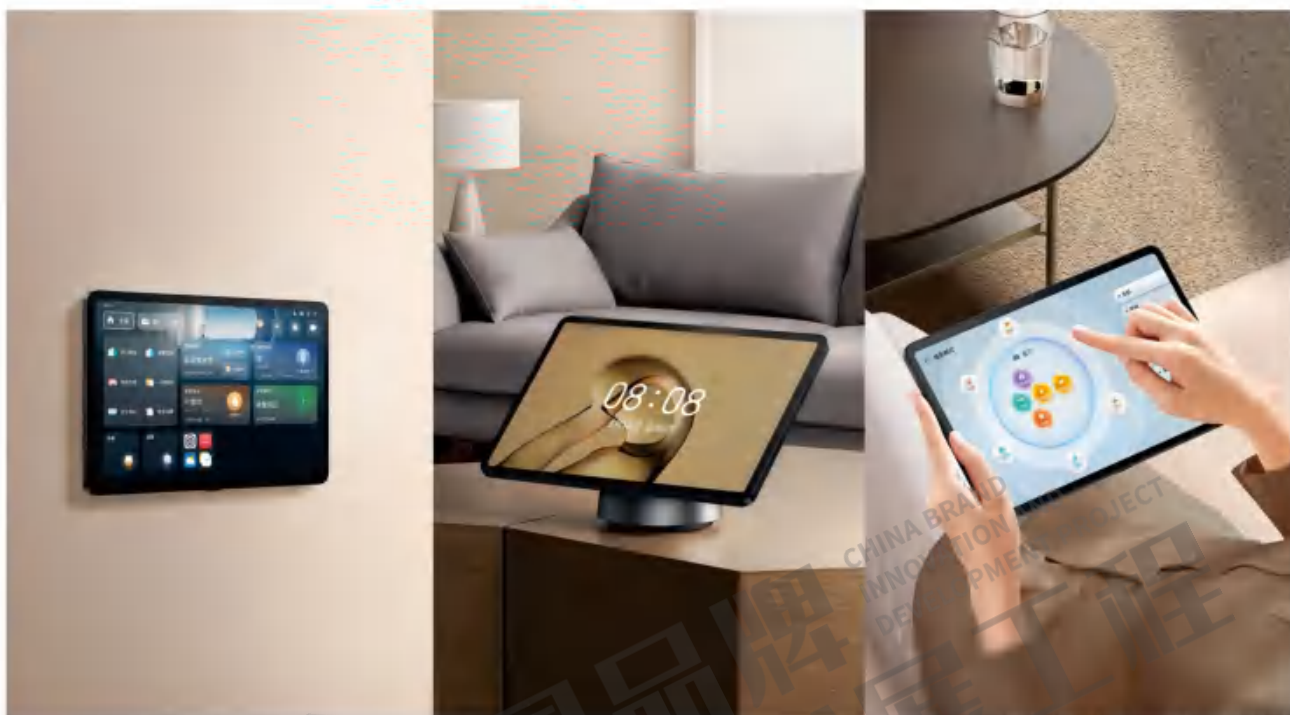


2025年 全球消费者趋势 如何变化？

■ 编辑 / 薛景

2025消费者趋势怎么变化？

2025年及以后，我们将见证人类思想、自然界和科技界都在寻求和谐发展，但这些拼图并不总能完美契合。消费者偶尔会在一些飞逝的瞬间感觉到时间的存在，比如当一组高强度健身训练进入倒计时，或者跨年夜的零点钟声敲响，然而，在日常生活中，人们通常不会有意识地关注生活中每一秒的存在。英敏特发布《2025全球消费者趋势》报告，通过家庭、社区、全球三个层面，深入探究影响消费者需求的七大趋势驱动力“身心健康、社会环境、科技、权利、身份认同、价值和体验”在不同背景下的细微差异，例如，家庭内部“价值”和“身心健康”因素方面的个人行为，与全球因素影响下的个人行为有显著区别。探讨了消费者和品牌之间的互动，揭晓将在未来一年塑造消费者行为的三大关键趋势。



▲ 华为全屋智能产品荣获2024德国iF设计奖

重新发现家

在难以预测的住房市场中，真正舒适和真实的家将来自于我们对不完美和个性的赞美，而不是对无法实现的理想的追逐。

（一）趋势演变：在过去，静态的社会规范塑造了居家仪式，包括固定的工作时间、有规律的饮食和家庭责任。然而，疫情再加上电子商务和科技的崛起，极大颠覆了这些传统。人们正在适应偏离常规的生活，关注点从传统的里程碑事件转向对日常生活更细致入微的理解。消费者越来越偏好个性化定制，因此与居家生活相关的梦想和愿望也随之演变，促使人们渴望将日常生活浪漫化，平衡社交方面的缺失。

（二）当下及未来12个月：家不再是品牌定义的既定成品，人们在家的各个角落制造回忆和喜悦，家中或许没有单独饭厅，但可能有漂亮的玻璃器皿，日常生活中关注各种单品带来的美学享受。随着人们恢复家中聚会，正在以新的方式分享家的亲密感，消除了对完美的需求。在世界各地人们仍会在聚会前把杂物塞进一个凌

乱的壁橱里，清理满是灰尘的角落，但大家不再需要完美的功能性空间来开始生活。通过充分利用时间和提升自己的身心健康来重新平衡自己的日常生活和习惯。

（三）未来18个月-3年：人们仍然幻想着理想中的家，只是这种想象有了新的框架。丁克一族、新的亲密关系模式和居家安老人群的增长都会影响人们对生活方式的追求。智能模块化的家居科技将颠覆性改变居住空间，从而让人们能够改造自己的家，以满足不断变化的工作和休闲需求。远程办公将重塑家庭动态，影响孩子在父母长期陪伴的环境中建立依恋关系的方式。现代家庭生活中，情感、现实和经济因素都起着至关重要的作用，这将促使人们重新思考既定的家庭角色。

无限抱团

社群将存在于一个超越时空限制的协作空间中，搭载品牌和消费者的共同构想。

（一）趋势演变：人们不想独自面对未知事物，这种内心想法是社群概念背后的驱动力。疫情过后，消费者表现出想要

与他人建立有意义的连结的渴望，再次点燃了人们追求个人爱好和兴趣的热情，并且最终将兴趣爱好发展为自己的专属身份标签。

（二）当下及未来12个月：人们希望与他人重新建立连结，甚至激发出一种玩乐精神，将孩童般的快乐延续到成年生活。从气候变化到政治变动，人人都需要做好应对准备，由于这些问题复杂且不可预测，独自面对既不合逻辑，也不可取。因此，社会团体已成为人们规划未来，寻求有意识的陪伴和集体支持的必要选择。消费者在选择和创建社群的过程中处于主导地位，令人兴奋但也让人产生压力，因为他们感觉自己必须深思熟虑每一个决定。消费者认为品牌应该为他们提供支持，帮助他们在线上和线上与他人建立连结，无论是在咖啡店举办线下活动，还是组建有共同爱好的品牌粉丝团。

（三）未来18个月-3年：尽管未来，孤独和孤立感很可能会持续蔓延，但个人表达自我的欲望会推动社群的形成。人们渴望彼此连结，而将人们连结在一起的仍是人最基本的情感和感受。品牌调性可以培养受众的归属感和赋权感，在品牌所打造的空间里，个体能够自由表达并积极互动。未来将出现融合线上互动和面对

面交流的混合型社群，帮助人与人之间跨越地理界限，建立起更紧密的关系。与科技加剧社交隔离的趋势相反，我们在实体空间建立的联系将更加有意识和亲密。品牌必须采取均衡的人工智能策略，确保其帮助人们表达自我，以减轻社交孤立加剧的风险。

传统新生

人们一直以来的行为习惯正在发生改变。品牌需要接受这种改变的必然性，以保持与时俱进。

（一）趋势演变：世界范围的转型就已初现端倪，气候变化和AI早已不是抽象概念，是促使人类适应新环境的重要力量。品牌如何帮助消费者适应这种新的现实？通过培养真实的联系，以整体方式看待传统的价值，品牌可以展示人们无需摒弃传统的思维方式；相反，这种思维方式必须不断发展，以应对当代的挑战。

（二）当下及未来12个月：目前，消费者正在寻求能够在功能层面上支持并提升生活品质的产品，而不仅仅是无法转化为解决方案的含糊的企业社会责任相关宣称。健康领域也在发生巨变：新型减肥药出现，人们也日益习惯用正常眼光看待通过整形



▲ 新加坡由居民打理的图书馆 (Casual Poet Library)
顾客可以租用书架空间来分享任何类型的文学作品

手术改变身体形象。这些趋势反映出人们对身体外貌态度的转变，随着消费者期望发生变化，健康和美容产品的透明度、安全性和有效性将越来越受到重视。消费者将期望品牌不仅解决其眼下的爱美需求，同时优先考虑长期健康，为人人都能拥有健康的未来奠定基础。

（三）未来18个月-3年：人口结构的变化、技术的进步和日益严重的环境问题将在未来引发冲突。气候变化、战争冲突和财富不均将继续成为推动移民的强大因素，环境问题也将影响人们的购买决策，洪水、极端高温和山火风险直接影响购房和旅行目的地的选择。人口老龄化将促使人们对预防性保健和长期保健方案的需求增加。随着婴儿潮一代步入老年但仍然活跃，而α世代渴望关注，代际关系将变得紧张。此外，关于健康和美丽的认知将发生显著变化。

随着自动化技术不断进步，机器取代人力导致的失业将成为关键问题。而科技进步也带来了虚假信息 and 深度伪造等挑战，需要品牌警惕和监测、用道德约束AI发展以及相关法规完善。■

▼ Fanvue携手世界AI创作者大奖举办了世界首届AI小姐选美比赛



AI-GENERATED IMAGE

以全定制芯片方法学 创新驱动智能影像新发展

■ 编辑 / 高婷婷

絮语

在科技的浪潮中，总有一些勇敢的探险家，他们不畏艰难，勇于探索未知的领域。杨作兴，这位从四川小乡村走出的清华大学工程物理系博士，就是这样一位探险家。在芯片行业耕耘20多年，他经历过第一次算力服务器创业的成功，创造了超过300亿的商业价值。为了寻找第二增长，杨作兴博士再次出发，这次他瞄准的是拥有万亿级广阔市场的智能影像产品。杨作兴和他的团队将会带来怎样的技术创新？能否二次创业成功？他手握怎样一把“秘密武器”？

从小乡村到清华园

杨作兴，出生在四川一个小乡村。儿时的他表现并不出奇，更不是那种学霸式的“别人家的孩子”，但当表哥向他描述外面丰富多彩的世界时，让杨作兴开始心生向往，而他深知，走出去唯一的机会只

能是把书读好。进了初中，班主任的“今后想穿皮鞋还是草鞋”的质朴的话激发了杨作兴的斗志，最终以第二名的名次进入了省级重点高中。

到了高中，杨作兴仍是一路开挂，高考时本可以保送成电，但杨作兴的梦想是清华大学，最终如愿所偿，直接硕博连读到清华大学工程核物理系博士。杨作兴毕业设计时做的电磁悬浮研究，在这一过程中对电力电子、机电一体化等有了深入的认知。这为今后的就业选择打下了一定的基石。

深耕芯片行业的23年

常人眼中，芯片行业是一个门槛高、技术难、卡脖子的行业，杨作兴却从2001年开始，在这片土地精心耕耘23年。

“2001年刚入行的时候，芯片还没有形成一个成熟的产业，经过20多年的发展，在国外各种卡我们脖子的情况下，国内芯片技术取得巨大发展，已经有挑战国际一流水平的能力。作为半导体从业人员，20多年能跟行业同仁一起努力，感到非常幸运。”杨作兴回忆起这20多年不禁感慨道。

2001年博士毕业后，杨作兴的第一份工作是在一家科技公司做商用的RISC CPU（精简指令集处理器）。当时主流的CPU是用的X86，Intel AMD架构，为了形成国内自主局面，杨作兴所在团队自主设计了一个RISC CPU，并将其应用在了网络计算机，还有一些POS机上。那个时期，杨作兴在系统板级设计方面积累了较深入的经验。

初战告捷，但杨作兴却并不满足，他对芯片产生了强烈的“好奇心”。之后的



▼ 品牌LOGO





▲ 办公环境

7年，杨作兴先后负责了PC camera和手机camera项目管理，当时已管理200人以上的大团队。PC camera项目甚至直接做到了世界第一名，占全球60%以上的份额。再后来是7年的算力服务器芯片创业经历，创造了超过300亿的商业价值。

探险家，又发掘出新宝藏

随着人们对安全和家庭关怀的意识日益增强，家用智能摄像头开始走进国人的家庭中。“摄像头是人类眼睛和耳朵的延伸，人们通过摄像头感知世界，但是目前绝大部分的摄像头，需要通过电线连接才能工作，很多时候这根电线制约了摄像头的广泛。”

杨作兴举例说，普通家庭装一台监控，如果装在室外，需要花大价钱立杆子、拉电线，有时候2个星期装不了一个摄像头。就算是在室内装摄像头，虽然简单一些，但因为线路问题，一般也要请安装师傅，再打孔拉线，成本贵、耗时长。

面对这些监控使用的痛点，他意识到让摄像头智能化、无线化，必将是摄像头

发展的一个趋势，而且再过10年，摄像头市场将从目前每年三、四亿只的商业红海，发展成每年预估100亿只的商业蓝海。他的理论依据是通过研究手机需求量变化而来：现在人人使用的手机，原来是由几户人家共用一个的固定电话，现在每个人有一部手机到两部的移动手机，其形态的变化，是需求量极大爆发的原因。摄像头如果能从固定式变成移动式，应该也会有一个大爆发。“如果每只摄像头是100块钱，这就是一个1万亿的市场，就是一个巨大的宝藏！”

研极微的诞生和危机

2020年底，杨作兴创立杭州研极微电子有限公司，主营智能影像产品设计研发和销售，同期，创立摄像头品牌——神眸。

杨作兴从一开始就很明确，研极微要做的事情就是降低装摄像头的价格成本和时间成本，让家庭主妇也能轻轻松松安上去。但这次并没有第一次创业那么顺利。

人才招不进来，质疑公司的技术实力，当时全公司只有40多人；投资人没有信心，



▲ 团队照片

认为杨作兴在痴人说梦；上下游不看好，本就是一片红海的市场，还能有什么新机会……2022年10月，公司成立一年多的时间，项目基本没有进展，甚至出现多位核心员工离职现象，普遍觉得项目管理乱，项目质量像是学校水平，不像工业级的产品。

不甘于自己的梦想还没开始就要破灭，杨作兴扩大人才招聘范围，在全国设立9个分部办公室，尊重候选人的选择；不断的去强化自己的商业逻辑、洞察新的市场；思考如何把全定制芯片设计方法学用在SOC里的AISP, NPU等计算密集型模块上，发动了ISP代码大瘦身、启动了ASIC flow的精细化设计、功耗优化……终于在项目成立的两年三个月后，第一块自研芯片成功流片！2024年，神眸第一款全自研低功耗一直录摄像机PT2按时量产。

开拓万亿市场的秘密武器——全定制芯片设计方法学

“功耗和功能就像是跷跷板的两端，”杨作兴解释道，“功能的强大往往意味着对电力功耗的更高要求，这也会带

来更为复杂的充电和联网需求。”而“神眸”品牌系列产品正是凭借全定制芯片设计学，在这一平衡点上做出了突破。

在杨作兴看来，与传统芯片设计方法学对比，全定制芯片设计方法学的不同在于：第一两者的设计语言不一样。传统芯片设计用的是高级语言VHDL（硬件描述语言），全定制芯片设计方法学使用底层语言，更精炼、高效、代价更低，但难度高，对设计人员的能力要求更高，普通来说3年可以练就一个传统芯片设计工程师，但15-20年才能出一个全定制方法学芯片设计工程师。第二个两者设计芯片需要的“库”不一样。这里的“库”，类似盖房子用的砖，普通芯片设计用的是台积电设计的标准库。全定制方法学用的是定制库，可以根据设备应用特点的不同，定制一个功能单元。“异形砖”往往更适合定制需求的“房子”搭建。第三个两者的布局方式不一样。一个芯片有几亿个单元，传统方法学时用自动布局。全定制方法学用的是手动布局，就像是工匠手工雕刻一样，针对定制化应用来说，精雕细琢的手动布局更



▲ 芯片

有优势，更加精细化。

当年，杨作兴利用这套方法学在算力服务器创业中获得了极大成功，目前我国算力服务器能在全世界处于领先地位，就是因为这套方法学。

事实上，早在2018年8月，厦门半导体峰会上，杨作兴就提出全定制芯片设计学在SoC应用上的可能性，并表示能把camera的功耗降低一个数量级，但当时没有投资人看好它。2021年，第一个创业项目成功后，有了足够的资金积累，便正式启动了全定制方法学在camera上的应用。到目前为止，已经研发出2代自研芯片，全定制方法使用在了摄像头芯片的计算密集型部件，比如图像处理、编码、智能功能，也如愿实现了摄像头两个数量级功耗的降低，去掉了摄像头的电线。

有了这套方法学，摄像头像是安上了超级大脑，再加上“火眼金睛”的镜头，杨作兴进击万亿级市场的信心越来越足。

看得见未来的人，终将跑在时代前面

从算力服务器到摄像头芯片，从云端

跳跃到了镜头前，杨作兴面临的既是机遇，更是挑战。

首先，算力服务器是ASIC芯片，特定功能的芯片，算法是单一的，但到了摄像头芯片，涉及到很多种算法，从大量的算法中抽象出共同的特征来实现定制，然后又兼容到摄像头不同的板块，这个挑战是巨大的。其次，算力服务器是toB的业务，从前他们TOP 10的大客户占了90%多的销售额，服务少数人群即可。但摄像头是toC业务，服务的是全国乃至全世界的每一个人，商业模式完全不一样。

双重挑战下，知重负重，杨作兴带领团队给摄像头降低两个数量级的功耗，去掉了摄像机的电线，实现了全无线设计，将一个1000亿的红海摄像头市场变为1万亿美元的蓝海市场。

扬帆正遇东风来，远征万里纵青骢。作为创始人，杨作兴还有更大的愿景，他坦言自己有一个百年研极梦，希望在100年时间里，研极能有20个方向做到世界第一，希望全定制方法可助力中国芯在全世界发挥中坚力量。■

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