

深圳市微克科技有限公司CEO 杨远:

从智慧城市到智能穿戴,助力“中国智造”走向全球

■ 本报记者 马国香

在科技发展的浪潮中,深圳市微克科技有限公司(以下简称“微克科技”)CEO 杨远凭借坚定的信念和卓越的智慧,成为中国科技企业家从本土深耕到全球突围的典范。从智慧城市到智能穿戴生态构建,这位85后掌舵者用十年时间完成了两次产业跃迁。他带领团队打造的WearfitOS系统,凭借破亿的装机量跻身全球可穿戴操作系统第一梯队,成为“中国智造”出海的亮眼名片。

杨远早年在美国罗切斯特理工大学深造,2013年回国后投身智慧城市建设。在粤大明智慧科技集团任职期间,他主

导开发的智慧路灯平台系统成为深圳市城管局的核心平台之一,不仅显著提升了城市照明智能化管理水平,还为节能减排和绿色发展作出了重要贡献。此外,他还参与了多个国家级城市亮化工程,通过500余栋楼宇联动控制系统,树立了行业新标杆。在5G技术萌芽阶段,他极具前瞻性地配合运营商完成了深圳5G基站试点工作,为深圳的数字化发展奠定了坚实的硬件基础。

2018年,他加入微克科技后,主导了一系列重大变革。首先,他推动了品牌升级,重构了Wearfit品牌体系,使公司在短时间内用户规模突破5000万,成功实现了从传统硬件制造商向

综合性生态平台的转型。技术攻坚是这一转型的核心,他组建了一支百人算法团队,自主研发了WearfitOS操作系统,构建了“芯片-OS-健康云”全栈能力,这一成就帮助公司获得了国家高新技术企业认证。此外,他以医疗级健康监测为突破口,带领微克科技成功进入欧洲、韩国等100多个市场,赢得了国际消费者的广泛认可和信赖。值得一提的是,在新冠肺炎疫情期间,他还领导团队研发出24小时体温监测技术,开创了消费电子与医疗设备融合的先河。

随着可穿戴设备行业迈入3.0时代,杨远凭借敏锐的市场洞察力和前瞻性的战略思维,采取双线布局策略,成立了未来研

究所和健康研究院,并与多家知名机构共建实验室,致力于推动科技创新成果的转化与应用。在他的领导下,微克科技建立了“应用一代、储备一代、预研一代”的创新机制,连续三年研发投入超过15%,专利数量年均增长40%。杨远因其卓越贡献,在2023中国经济高峰论坛暨第二十一届中国经济人物年会中,荣获“2023新时代中国经济创新人物”荣誉称号,并积极推动行业范式变革。他牵头制定了智能穿戴健康数据标准,主导成立了粤港澳大湾区可穿戴产业联盟,进一步推动了行业的规范化发展。

业内专家表示,从智慧城市的智能路灯到可穿戴设备,杨远



杨远

的创新历程见证了中国科技企业的蜕变。他的成功源于对科技的无限热爱、对创新的不懈追求以及对社会责任的坚定担当。在他的引领下,微克科技必将创造更多辉煌,为人类健康和科技进步贡献重要力量。

溯意(北京)文化传媒有限公司创始人李艺旋:

在情绪共振时代重构品牌叙事法则

■ 袁新雅

在当代信息传播的大环境下,随着传播手段的升级,叙事模式也发生了深刻的变化。情绪资本已成为衡量品牌价值的新标准。在Z世代的消费观中,实用主义的防线逐渐消融,能够真正穿透人心的,始终是基于人性共鸣的价值叙事。在这场静默却深刻的营销范式迁移中,溯意(北京)文化传媒有限公司(以下简称“溯意传媒”)如同一位精准的行业“解剖师”,以“情绪工程学”为方法论,构建起连接品牌内核与时代情绪的传播坐标系。公司创始人李艺旋带领团队,通过解构马斯

洛需求金字塔顶端的价值渴望,将品牌叙事提升为文化符号的锻造工程,赋予品牌更深层次的情感共鸣与文化意义。

李艺旋兼具广告与公关学及设计学的双重学术背景,曾任职于全球知名公关公司和国际顶尖时尚杂志,积累了精准的市场洞察力与高端品牌叙事经验,对高端消费品和当代生活方式的精神内核有着深刻的理解。她的跨学科思维使其敏锐地意识到情绪营销在商业传播中的重要性。凭借横跨策略、传播与艺术的多维视角,她率先洞察到情感元素在商业领域中的动态演变与影响力。

创立溯意传媒后,李艺旋

突破了传统营销逻辑,提出了“三位一体”战略体系——以文化符号学为魂、数字基建为骨、情绪算法为脉,重塑了品牌与用户的对话模式。例如,在为某国际知名护肤品牌策划的女性力量故事营销时,她聚焦于年龄焦虑、婚姻焦虑等社会性话题,从多角度诠释女性力量,构建了“她宇宙”非线性传播链路。通过92%的真实场景触达率,重塑了品牌的精神内核,使品牌具备了与女性用户有效沟通的基础。这一策略推动合作品牌的平均用户情感黏着度提升了4.6倍,通过产品势能、营销动能、品牌赋能的黄金三角构建了价值共振场,最终实现

了对用户认知域的深度渗透与价值重构。

在信息熵增的传播迷局中,溯意传媒创新性地提出了“双螺旋增长模型”。该模型通过神经传播学优化品牌信息流,巧妙地将内容创意的“情感编码”与渠道矩阵的“信号放大器”相结合,从而实现了传播闭环。

在为中国某头部健康保健品牌打造的品牌升级案例中,溯意传媒运用“感官经济学”深入剖析了消费者对“糖分愉悦”与“代谢恐惧”的认知矛盾,将传统的功能叙事提升为“欲望代偿”的价值体系。通过微博、小红书、抖音等社交媒体平台的全渠道信息传播,结合艺人

与KOL(关键意见领袖)的多层级推荐以及KOC(关键意见消费者)的口碑传播,再加上营养学专家的专业背书,品牌叙事成功激发了3.2亿次社交共振,形成了跨平台的12级传播链式反应。

面对AIGC(人工智能生成内容)带来的传播革命与消费者情绪价值需求的上涨,李艺旋指出,“未来的品牌竞争,本质是精准洞察、创意表述与全域触达的多重较量。”下一步,溯意传媒将持续深耕“人性与情绪洞察+智能传播”双引擎,通过数据驱动的创意中台与全域渠道矩阵,帮助品牌构建可持续发展的价值增长飞轮。

上海考拉健身管理有限公司市场总监任立业:

从营销驱动到生态共建,健身行业重塑健康生活方式

■ 周心淇

近年来,随着全球健康意识的显著提升和科技的迅猛发展,健身与健康行业迎来了前所未有的机遇期。根据市场研究机构的数据显示,全球健身市场规模预计将在2025年突破1000亿美元,而中国市场的年增长率更是保持在15%以上。这一趋势不仅反映了消费者健康意识的持续提升,也预示着健身行业正加速向智能化、个性化和生态化方向转型升级。

然而,行业的快速发展也带来了新的挑战。随着消费者需求日益多样化,传统营销模式已难以满足精准化、个性化的市场要求。如何在激烈的市场竞争中脱颖而出,成为企业亟待解决的难题。在此背景下,上海考拉健身管理有限公司(以下简称“考拉健身”)市场总监任立业凭借持续的探索

与创新精神,逐渐成长为行业领军人物,并取得了卓越成就。

任立业是一位拥有近20年市场营销经验的行业专家,更是一位勇于突破传统的创新实践者。在他的战略引领下,考拉健身实现了从区域性健身房到全国知名品牌的跨越式发展——会员数量增长近3倍,市场占有率持续位居行业前列。

“健身行业的本质并非简单的会员卡销售或设备兜售。”任立业强调,“它承载着健康生活方式的传递和用户体验的重塑。我们的目标是通过创新营销与科技赋能,让更多人爱上健身,并从中受益。”

任立业对健身与健康行业的深刻理解,源于他对市场趋势的敏锐洞察和对消费者行为的深入研究。他认为,未来的健身行业将呈现智能化、个性化和生态化三大趋势。随着物联网、人工智能和大数据

技术的普及,智能健身设备与数据化服务正逐渐成为行业基础设施。通过数据驱动的个性化服务,企业可以更好地满足用户需求。与此同时,消费者对健身的需求从“标准化”向“定制化”转变,个性化服务将成为核心竞争力。此外,行业边界将持续扩展,通过与医疗、营养等领域的深度融合,最终构建覆盖全生命周期的健康生态系统。基于这一认知框架,任立业在考拉健身的战略实践中始终贯彻“技术+体验”双轮驱动理念。其主导开发的智能健身APP便是典型例证:平台不仅通过算法生成动态健身方案与营养建议,更依托实时健康数据分析实现目标调优,真正践行了“科技赋能健康”的价值主张。

在技术创新领域,任立业的贡献尤为显著。近年来,他深耕市场营销创新技术研究,主导开发了“区域市场竞争分

析与营销方案推荐平台V1.0”和“营销活动效果实时监测与优化平台V1.0”等行业标杆产品。这些创新成果不仅显著提升了考拉健身的市场竞争力,更通过营销技术革新推动了整个健身管理行业的进步,为同业者提供了可复制的成功范本。

任立业深知,健身行业的竞争不仅是产品和价格的竞争,更是品牌和服务的竞争。基于这一洞察,他主导推出了考拉健身“健康生活伙伴”的品牌理念,将健身重新定义为一种涵盖身心的健康生活方式。

“品牌建设的核心在于建立信任,而信任来自用户体验。”任立业说,“我们希望通过技术和服务的结合,为用户创造真正的价值。”为了践行这一理念,考拉健身构建了线上线下的协同健康生态系统:不仅提供专业的健身服务,更通过智能健身APP实现运动数据追

踪、个性化营养方案、睡眠质量评估及心理状态监测等功能,真正打造了贯穿用户全生命周期的健康管理闭环。这种创新模式使健身服务从单一的运动场景,扩展成为覆盖生活全方位的健康解决方案。

任立业的视野从未局限于企业自身的成功,他始终将目光投向整个行业的可持续发展。谈及未来规划时,他明确表示将持续深耕市场营销与技术创新领域,积极探索行业发展的新可能。他坚信,健身行业的未来是一场关于健康生活方式的革命,而这场变革需要通过技术创新、生态协同和用户体验升级来实现。他希望能够打破行业壁垒,推动健身与健康成为每个人生活中不可或缺的一部分。

任立业表示:“健身行业的未来是一场健康生活方式的革命,我们期待更多有志之士加入,携手推动行业创新发展。”