



2025全国两会解析

万卓睿桥 | 2025年3月



两会核心观察

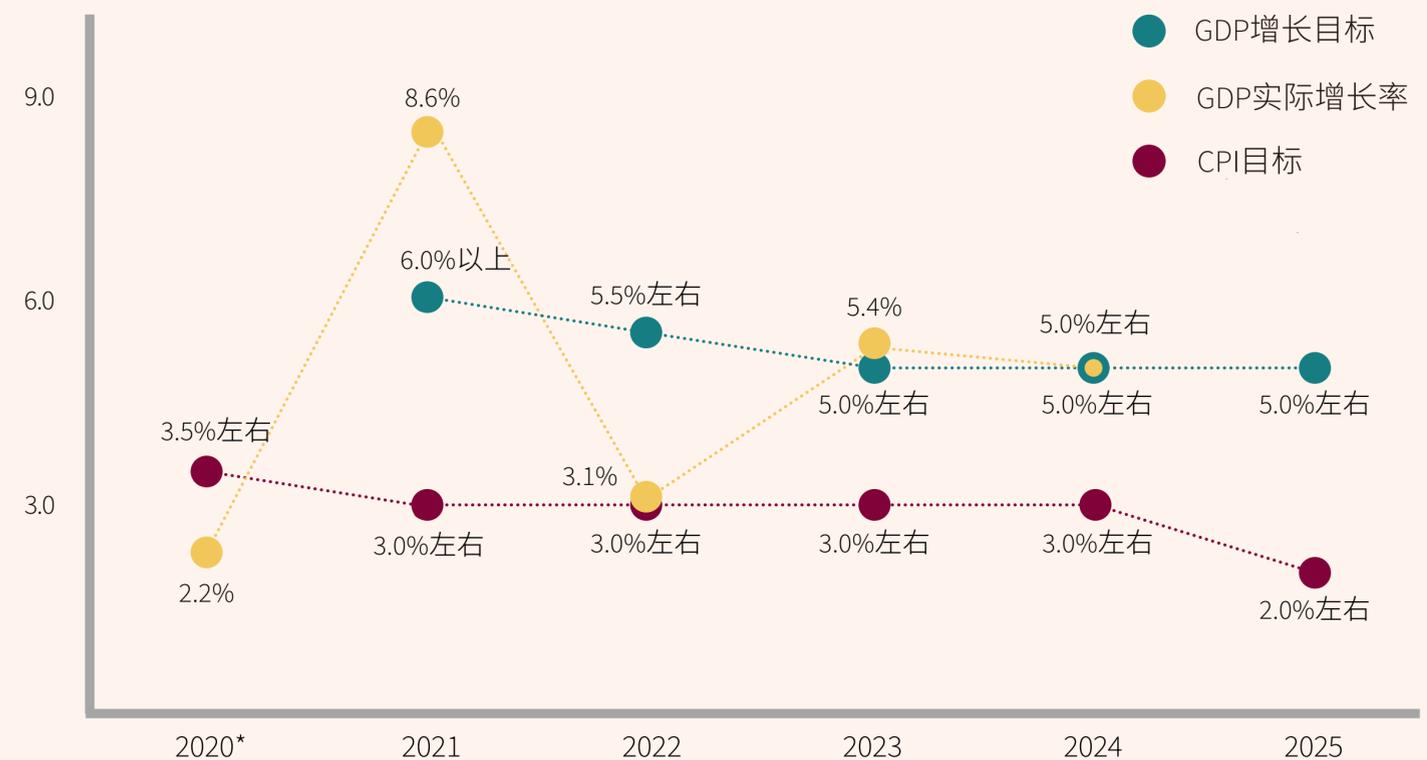
2025 年全国“两会”——即全国人民代表大会 (NPC) 和中国人民政治协商会议 (CPPCC) 的第十四届第三次会议——已圆满落幕，明确了中国在未来一年的核心优先事项。本次会议的核心议题之一是设定约 5% 的经济增长目标，这一目标在全球不确定性加剧的背景下，展现出谨慎而坚定的态度，旨在保持经济增长的稳定势头。

为激发国内消费活力，政府宣布了一系列举措，重点是提升家庭收入，并促进服务业发展，包括育儿补贴、人工智能产品支持以及冬季旅游扶持在内的措施，旨在增强消费者信心，增进经济活力，进而实现中国促进社会稳定和可持续发展的总体目标。

科技创新成为本次“两会”的焦点之一，中国政府加大对人工智能及其他高科技产业的投资，进一步凸显了其推动科技自立自强，并持续在全球创新领域占据领先地位的决心。

总体而言，2025 年全国“两会”的成果突出了中国在增强经济韧性、实现科技自主等方面的战略重点，这也为企业和投资者提供了有效的参考，助力他们在全球第二大经济体动态变化的格局中把握机遇、应对挑战。

2020 至 2025 年 GDP 和 CPI 预期目标，及 GDP 实际增长率



数据来源：中国政府网站

* 由于新冠疫情，未定GDP增长目标

科技行业聚焦

从“人工智能+”到基础科研,创新不断加速

2025两会科技观察:聚焦五大关键词

2025 年是中国“十四五”规划的收官之年。但国内外愈加复杂的环境让中国经济和社会发展承受着相比以往更大的压力: 国外, 随着美国新任总统特朗普的上台, 俄乌冲突有着走向终结的迹象, 全球地缘政治的复杂性愈加突出; 国内, 内需不振、预期偏弱的问题更加明显, 也进一步暴露了一些深层结构性的矛盾。

因此, 在 2025 年全国两会上, 中国政府总理李强继续强调要“培育新动能和更新旧动能”, 并“大力推动创新驱动发展, 促进产业结构优化升级”。而从科技角度看, 2025 年全国两会上出现的五大关键词值得重点关注。

核心观察

“人工智能+”进一步加速

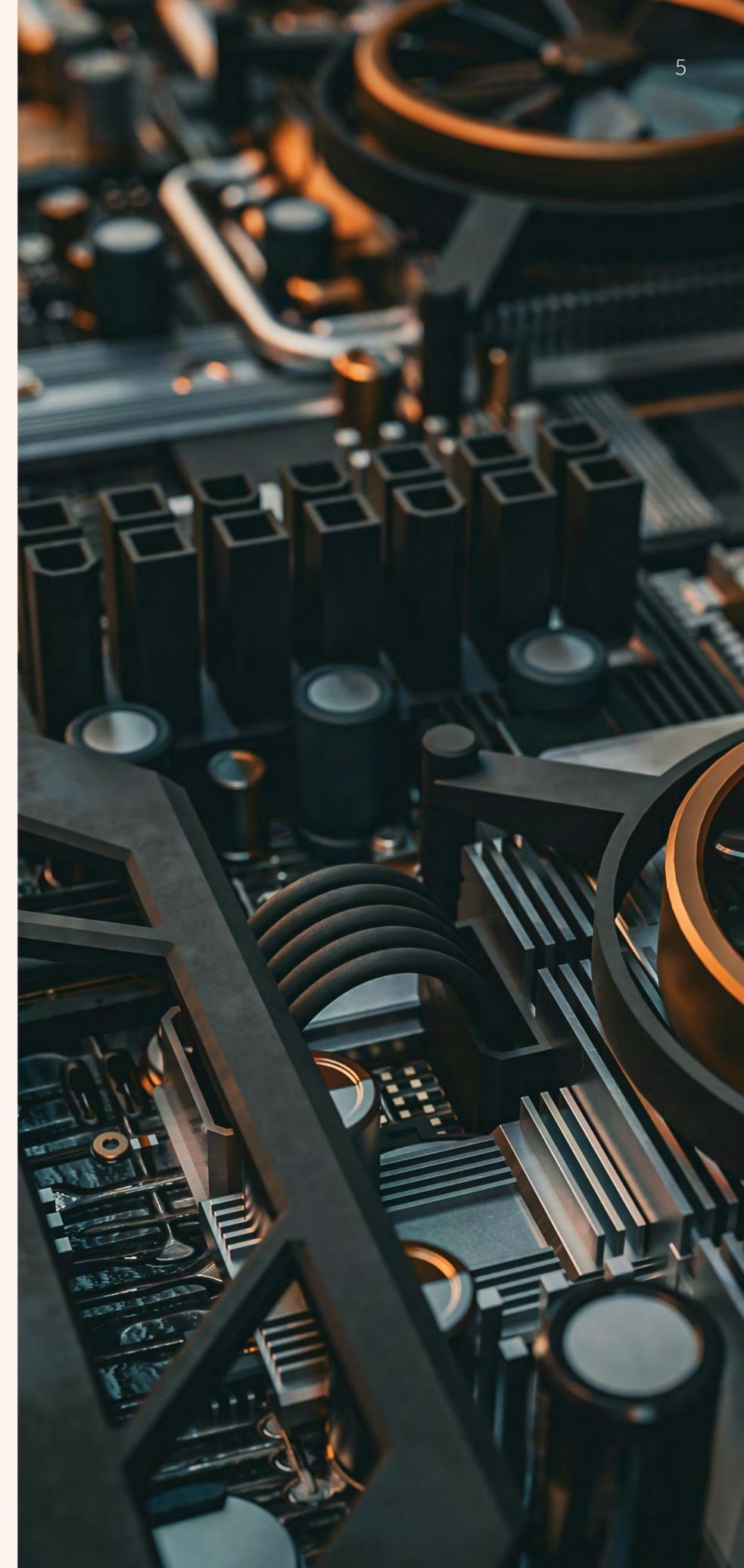
2025 年的政府工作报告中，进一步强调“人工智能+”行动，内容包括：

- **持续推进“人工智能+”行动**，将数字技术与制造优势、市场优势更好结合起来
- 支持大模型广泛应用
- 大力发展智能网联新能源汽车、人工智能手机和电脑、智能机器人等新一代智能终端以及智能制造装备

2024 年开始，F5 将“人工智能”作为核心的传播方向，在所有的产品技术推广、行业推广、公益推广等各个维度的线上和线下市场活动中都以“人工智能”为主题展开。从产品技术推广看，通过持续性的人工智能产品发布、技术解读、媒体访谈等多种形式，让目标用户能有效地将 F5 与人工智能连接起来。在新兴行业的推广过程中，F5 充分结合国家所倡导的“人工智能+”进行市场传播，例如人工智能+汽车，人工智能+高端制造业等，将融入 AI 的定制化行业解决方案传递给目标用户。此外，F5 还在

公益推广中积极融入人工智能，例如在 2025 年即将携手青海理工学院打造青海省“昆仑杯”大学生人工智能应用创新大赛，不仅激励青海省大学生在人工智能+领域广泛开展创新创业，同时推动东西部高端交流与数字经济协同发展。

目前，F5 的“人工智能”整体推广行动依然在推进过程中，不仅有效提升了 F5 在中国的品牌影响力，同时也为 F5 在新兴行业的业务拓展提供了有效的推动力。



未来产业更加聚焦

2024 年两会提出，未来产业包括未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间以及未来健康等六大方向。到了 2025 年，未来产业的概念则更加聚焦和具象化，涵盖以下 4 个重点：

- 生物制造
- 量子科技
- 具身智能
- 6G

新兴产业“上天入地”

2024 年两会上提出了“新三样”，主要是从外贸角度上去强调。但随着地缘政治复杂性增加，外贸的压力增大，增长放缓，因此在 2025 年两会所提及的重点更多是内部市场：

- 强调“培育壮大新兴产业”
- “推动商业航天、低空经济、深海科技等新兴产业安全健康发展”

数据和算力建设持续推进

2024 年，全国两会上提出要“打造全国一体化算力体系”。2025 年，这一方向得到了进一步明确和推进：

- 优化全国算力资源布局，打造具有国际竞争力的数字产业集群
- 加快完善数据基础制度，深化数据资源开发利用，促进和规范数据跨境流动

基础科研愈加受到重视

2025 年两会上，“推进高水平科技自立自强”被重点强调，核心内容包括：

- 推动科技支出向基础研究倾斜，完善竞争性支持和稳定支持相结合的投入机制
- 弘扬科学家精神，推动形成鼓励探索、宽容失败的创新环境

科技品牌运营及营销传播建议

■ 企业启示：紧扣科技热词

从企业传播角度上看，人工智能依然是热词，“人工智能+”依然是企业需要持续发力的方向。但相比 2024 年，传播内容将不局限于概念本身，而是更加结合实际应用，至少可见落地的方向。与此同时，生物制造、量子科技、具身智能、6G 也将在 2025 被持续热议，围绕这四大技术领域来开展相应的品牌和产品传播，无疑将给企业带来事半功倍的效果。

■ 企业启示：把握新产业方向

商业航天、低空经济、深海科技等新兴产业的明确，会让科技企业在传播上有更多的抓手，因此这是当前正在推进的领域，可以更直接去进行连接。甚至，从某种意义上，传播的推进也将让市场和传播部门倒逼，或者说更好地配合产品部门。同时，对于科技企业，尤其是从事云计算等信息基础设施建设的科技企业来说，算力和数据建设不仅是业务方向，更是传播的重点。结合自身的业务，传播在这两个领域的最佳实践，将会是抓住用户眼球的重要方式。

■ 企业启示：重视基础科研

过往，科技企业的传播集中于产品和技术维度，以支持业务的发展。但随着国家对基础科研的重视，一部分有实力的、成熟的科技企业应该将更多的资源投入到“science”的传播上，而不只是技术维度。这样才能更好地跟上国家的政策方向以及当前的科技环境变化，未雨绸缪，提前抢占舆论高点。



医疗健康行业聚焦

回应国家关切, 赢得长期信任 -
医疗健康企业的声誉建设新机遇

2025两会医疗健康观察: 指向三大战略方向

2025年是“十四五”规划的收官之年。全球地缘复杂性、国内人口老龄化、医疗资源不均衡等结构性矛盾交织, 医疗健康行业正处于系统性调整与升级的关键阶段。在这一背景下, 两会释放的信号清晰指向“普惠均衡、创新驱动、银发经济”三大战略方向。对于企业而言, 这既是政策方向的确认, 更是品牌塑造和声誉建设的契机。

核心观察

强化基本医疗卫生服务 推进资源下沉

2025 年政府工作报告提出“实施健康优先发展战略”，明确将深化**医疗、医保、医药**协同发展和治理。重点包括：

- 促进优质医疗资源扩容下沉，实施医疗卫生“强基工程”，加强基层医疗卫生机构服务能力建设。
- 深化以公益性为导向的公立医院改革，推进医疗服务收费和薪酬制度优化。
- 加强护理、儿科、病理、老年医学等专业队伍建设，完善精神卫生服务体系。

优化药品政策 支持创新药发展

今年两会明确“优化药品集采政策”，在控成本、保质量的基础上，强化对创新药的政策引导和保障：

- 健全药品价格形成机制，平衡价格与价值，保障创新药市场空间。
- 建立创新药目录，完善审批机制，鼓励原创新药和高端仿制药研发。
- 推进全国统一药品耗材追溯系统，加强医保基金监管，确保药品采购和使用的透明合规。

积极应对人口老龄化 发展“银发经济”

面对加速老龄化，全国两会将“积极发展银发经济”列为重点任务之一：

- 完善居家社区养老服务体系，推进“社区+居家”照护模式，强化失能、半失能老人长期照护能力建设。
- 扩大普惠养老服务覆盖范围，推动农村养老服务和康复医疗服务协同发展。
- 鼓励发展康复辅助器具产业，完善相关标准和产业链配套。

医疗健康品牌运营及营销传播建议

企业启示： 占位“健康公平守护者” 强化企业的公共价值表达

随着优质医疗资源持续下沉，公平可及成为医疗领域的主旋律，医疗健康企业需要讲述自己在推动基层医疗服务能力提升、改善县域就医环境方面的实践和成果，回应“健康中国”战略的国家叙事。这不仅有助于企业在政策端赢得信任，也能通过媒体传播和公益项目，建立“普惠健康”的品牌形象，提升企业的社会责任感与公信力。医疗资源下沉成为国家战略重点，公平可及是时代话题主线。企业需要通过品牌传播强调“为基层医疗提供支持、为健康公平尽责”，融入“健康中国”国家叙事。

辉瑞中国在县域医疗市场的投入和布局”正是“健康公平守护者”品牌定位的有力实践。辉瑞聚焦县域基层医疗体系，通过为医务人员提供专业培训、优化疾病诊疗路径、推动创新药品可及性等方式，助力提升基层医疗机构的诊疗能力和规范化水平。2024年，辉瑞在全国40余个县域推广该项目，覆盖慢病、抗感染、肿瘤等重点疾病领域，为医疗资源下沉提供了可复制的实践模式。这一举措不仅符合国家推动医疗公平的战略方向，也进一步巩固了辉瑞在行业内“赋能基层医疗、促进健康公平”的品牌形象。

企业启示： 塑造“可信赖的创新合作伙伴” 推进“价值医疗”叙事

面对药品集采常态化和医保控费的趋势，企业需要强调自身在“价值医疗”方面的贡献，通过临床数据和真实世界研究，展示创新产品在改善患者预后、降低治疗总成本方面的实际成效。同时，积极参与政策解读和行业标准制定，提高在政府和行业中的话语权，强化品牌的专业性与影响力。

诺华中国在“价值医疗”领域的实践充分体现了其“可信赖的创新合作伙伴”品牌定位。2023年，诺华携手多方合作伙伴推出“心衰全程化管理创新示范项目”，推动心力衰竭管理的标准化和院内外贯通，通过人工智能、大数据等数字技术优化诊疗路径，并探索多方共付的创新支付模式。该项目已在国内多家三甲医院落地，并通过真实世界研究展示其对患者预后改善和医疗成本控制的积极作用。诺华不仅在技术和产品创新上保持领先，更在医疗生态系统建设和医保控费合作方面发挥了重要作用，进一步强化了其在“价值医疗”框架下的行业领导力。

企业启示： 打造“银发经济引领者”形象 占领长期主义品牌高地

品牌传播应强调企业在长期护理、康复辅具、智慧养老等领域的责任担当，通过技术创新和服务优化，展现“科技向善”的品牌温度。同时，结合银发群体的真实故事和公益行动，增强品牌的情感连接和信任感，巩固企业在医康融合与老龄社会应对中的话语地位。

GSK在银发经济领域的布局充分体现了其“银发经济引领者”品牌定位。2024年，GSK围绕老龄化社会的健康挑战，推出了针对老年人群的疫苗接种推广计划，重点覆盖带状疱疹、流感等高发疾病，并通过健康科普、社区活动、医患教育等多元化传播形式，提高公众对老年免疫管理的认知。该项目不仅强化了GSK在预防医学领域的专业影响力，也通过与医疗机构、政府合作推动更广泛的疫苗可及性，展现了企业在应对人口老龄化问题上的长期承诺。这一举措不仅有助于品牌在老龄健康市场建立深度连接，也进一步提升了其在社会责任与公共卫生领域的声誉。

关于万卓睿桥

万卓睿桥是一家备受赞誉的整合传播机构，我们帮助企业 and 组织在中国实现业务增长。我们在北京和上海办公室的专业团队，深入理解客户业务，拥有灵活的策划能力，擅长富有创意的故事讲述，并熟谙数字营销技术。我们帮助客户建立声誉并打造高价值社区，助力客户在全世界最具活力的市场实现业务增长。

鉴于当前复杂的国内外环境变化，有关中国政府的政策动向和分析非常重要，尤其是对寻求在中国开展业务或调整业务方向的外资企业而言更为重要。万卓睿桥提供一系列由高层领导的咨询服务，帮助多个行业的企业确定最优行进方向，推动公众舆论，打造企业声誉，教育和吸引关键目标受众。

联系我们



王圣妮
Nicky Wang

nicky@we-redbridge.com



徐马陵
Martin Xu

mxu@we-redbridge.com



余明智子
Wendy Yu

wendyy@we-redbridge.com



www.we-redbridge.com