



科技 2024：“人工智能+”方兴未艾

软硬件双轮驱动 商业化成绩喜人

记者 郭成林 柴刘斌

自 2022 年底 ChatGPT 横空出世, AI 引领全球产业升级已近两年, 2024 年, AI 赛道呈现软硬件双轮驱动的发展态势, 一批应用端公司交出骄人的商业化成绩, 可谓 “AI+” 元年。

在软件端, 超级 AI 应用频频出现, 在营销推广、辅助办公、智能决策、视频生成等领域相继出现现象级盈利的公司; 在硬件端, AI 消费电子开始破圈, 如 AI PC、AI 手机、AI 眼镜、AI 耳机、XR 设备和脑机接口技术, 带来耳目一新的产品体验。

日前召开的中央经济工作会议明确要求, 超前布局重大科技项目, 开展新技术新产品新场景大规模应用示范行动; 开展 “人工智能 +” 行动, 培育未来产业。

“2025 年, ‘AI+’ 将从 ‘梦想与试验’ 进入 ‘增长与变现’ 的新阶段, 背后的关键词将是创新差异与商业闭环。” 蚁智岛科技 CEO 隋阔告诉上证报记者, “在这场产业洗牌中, 抓住垂直赛道落地、借助开放生态加速迭代、以创新商业模式兑现算力与技术红利的玩家, 有望在这片 AI 蓝海中建立长期竞争优势与商业价值。”

“AI+”元年按下商业化加速键

从全球范围来看, 2024 年是 AI 应用落地的重要一年。2024 下半年, AI 商用按下了加速键。

ChatGPT 商用潜力正在不断被挖掘和实现, Sora 减少了视频制作的成本, 英伟达 AI 智能体 Voyager 自主写代码。国内的 AI 应用更是遍地开花, AI+ 智能驾驶等数个场景创新应用层出不穷, 多款 AI 手机、AI 眼镜、AI 耳机、AI 音箱等硬件产品也相继推出。

AI 应用落地带来的显著收益牵引市场的目光。2024 年美国市场最热门的 AI 公司已非英伟达, 而是一众 “AI+” 公司, 并普遍实现了大幅增长。例如, 广告营销 AI 工具 AppLovin 2024 年股价上涨超 7 倍。

这一年, AI 应用在资本市场呈现出活跃态势, 带来多个行业的 A 股上市公司 “含 AI 量” 持续提升。其中, 中控技术推出了流程工业首款 AI 时序大模型 TPT、中文在线的 AI 动漫短剧将面向北美用户发行、传音控股旗下品牌发布多款搭载 AI 功能的手机等。

AI 应用的产业链上下游, 算力、芯片、传感器等领域的公司也因此迎来发展机遇。其中, 为智能终端产品提供算力支持的全志科技, 前三季度实现归母净利润 1.51 亿元, 以 834.56% 的归母净利润增幅位列 AI 概念股前列。

这一年, 人工智能的政策暖风频吹, 多地相继发布了力挺人工智能产业发展的相关政策。例如, 12 月 14 日, 商务部副部长盛秋平提到, 商务部将发展数字消费, 深入实施数字消费提升行动, 推广 “人工智能 +” 消费。又如, 12 月 2 日, 上海市政府常务会议原则同意《上海市关于推动人工智能 “模型申城” 工程的实施方案》。其中提到, 要构建优良生态, 形成协同推进 “人工智能 +” 的产业创新氛围。

商用成果显现 AI 软件迎爆发

2024 年, 国外市场涌现出 AppLovin、Duolingo、Shopify 等涉及广告、教育、电商等领域的 AI+ 应用, 并取得了喜人的商业成果。同时, 国内垂直 AI 应用市场呈现出活跃态势, 涵盖了医疗、零售、教育、金融、智能汽车等多个关键行业, 参与者既包括深耕多年的行业巨头, 也有大量新入场的创新玩家。

这一年, AI 大模型技术和应用逐渐从文本扩展至更多模态, 从 2023 年的工具类产品发展到 2024 年的整体解决方案。如端到端的数据中台或 Agent, AI 软件的应用形态和商业模式都在发生改变。近期发布的 ChatGPT-o1 和 Sora 完整版的能力相比此前刚发布时的能力有显著提升。

凭借庞大的市场优势, 国内大模型应用也遍地开花。10 月 23 日, 工业和信息化部透露, 我国现有完成备案并上线为公众提供服务的生成式人工智能服务大模型近 200 个, 注册用户超过了 6 亿。

具体到细分应用, 如 AI+ 广告, AppLovin 以 AI 算法实现广告分发与推荐效率的大幅提升, 该公司 2024 年股价上涨数倍。A 股与港股部分上市公司也因业务相仿而备受资本市场关注。例如, 浙文互联近日在互动易平台更新了公司在 AI agent 的发展情况。公司目前推出了效果营销 AI 程序化投放工具, 开发了品牌营销内容生产工具、文生文产品、AI 视频产品等。

又如 AI+ 电商, 电商场景不仅拥有标准内容生成及数据洞察的需求, 顾客所需要的个性化推荐、个性化广告、个性化客服等需求更为 AIGC 应用留下了广阔空间, 可在减轻商家工作的同时为顾客带来更好的销售体验, 从而提高销售效率。电商巨头 Shopify 在其平台集成了多种 AI 功能, 旨在帮助商家更高效地运营和拓展业务。据其财报, 公司今年实现收入、营业利润、GMV 全方位增长。

还如 AI+ 数据应用解决方案, 头部技术型企业以 AI 对内部数据进行深度挖掘应用。在数据应用场景中, AI 基于企业内部沉淀的垂类数据, 将大模型与场景数据结合, 提供决策支持、风险分析和预测能力等能力, 从而提升运营效率和业务能力, 且随着生成式 AI 能力的增强, 为企业带来了内部数据的新挖掘和应用需求。

美国科技巨头 Palantir 用 AI 生成特定领域的预测模型, 在军工、制造或医疗中提供定制化的数

据分析。第三季度, Palantir 收入达到 7.255 亿美元, 同比增长 30%, 主要得益于 AI 平台的应用, 帮助客户优化运营并提高效率。

“随着 AI 软件应用能力的增强, 其商业化前景日益明朗。” 隋阔表示, “现阶段, 我们更看好 toB 的模式, 在企业的营销端、决策端、财务端、客服端等都有巨大应用场景。”

谁会是 AI 应用大爆发的受益者?

一方面, 平台企业旗下的 AI 团队正着力提升行业渗透率, 如钉钉之于办公协同、网易有道之于教育、京东之于零售等, 这批公司依托既有的行业经验和资源优势, 快速推动 AI 技术的应用落地。这些大平台不仅占据了行业领先地位, 也为 AI 技术提供了更广泛的市场验证机会。

另一方面, 市场正涌现出一批新玩家。如 AI+ 智能决策的第四范式、AI+ 办公的金山办公、AI+ 企业服务的鼎捷数智等。还有更多快速成长的创业公司, 如蚁智岛科技、灵医智惠等。这些玩家聚焦在特定的细分领域, 通过 AI 技术切入尚未被完全覆盖的市场, 形成差异化竞争优势。这类公司凭借灵活性和技术创新, 有望逐步获得市场份额。

国盛证券研报预测, 2025 年有望迎来 AI 应用绽放时刻。AI 正在重塑端侧 Agent、营销技术、企业方案决策、实时互动 RTE 等 C 端和 B 端多个场景, 2025 年有望成为 AI 应用百花齐放之年。

科技巨头纷纷下场 AI 硬件崛起

近日, 谷歌推出了混合现实操作系统 Android XR, 并与三星宣布联手进军混合现实市场, 推出头戴显示设备、智能眼镜。科技巨头布局混合现实领域又添实力玩家。

相较于软件, AI 硬件终端在感知和行动能力方面具有天然优势, 因此更适合承载复杂的 AI 任务。2024 年, 从 AI 眼镜到 AI 耳机, 从智能汽车到工业自动化设备, AI 硬件正逐渐渗透到各个领域。

如, 2024 年 AI 眼镜呈现遍地开花的盛况。专注于 AI 眼镜的企业、AR/VR 以及手机和互联网大厂三类玩家均有相关产品发布。例如, 李未可科技推出了主打 AI 语音交互能力的智能眼镜; 华为推出深度融合盘古 AI 大模型技术的智能眼镜; 百度发布了首款搭载中文大模型的原生 AI 眼镜等。

从行业来看, Rayban 用超预期的销量向业界证明, 产品与品牌结合的市场潜力。雷鸟创新与博士眼镜携手成立合资公司, Rokid 将与暴龙合作推出新产品, 这些合作或将 AI 眼镜推向更广阔的市场。

AI 眼镜或将迎来一个爆发期。根据 wellsen-nXR 的预测, 2025 年开始, AI 智能眼镜将在传统眼镜销量保持稳定增长的大背景下快速向传统眼镜渗透。

AI 眼镜的万亿级市场也将带动光学、显示、芯片、结构件等几个领域的发展。

巨头纷纷下场。2024 年科大讯飞、字节跳动等均发布了 AI 耳机。其中, 字节跳动的 Ola Friend 耳机作为其在 AI 耳机领域的首次尝试, 提供了便捷的语音交互服务, 并深度融合了豆包的 AI 大模型。有业内人士认为, AI 大模型的应用或将持续推动耳机中高端市场的发展。

手机 “含 AI 量” 正在成为必要配置。2024 年, 国内一众手机厂商, 如华为、荣耀、小米、传音控股都发布了 AI 手机。据国际数据公司 IDC 预测, 中国 AI 手机出货量预计 2027 年将达到 1.5 亿部, 市场渗透率超过 50%。

AI 硬件应用的新浪潮还推动了海量产业链公司受益。受益于 IoT 设备的边缘算力需求, AI 终端主控芯片公司恒玄科技、中科蓝讯、炬芯科技、乐鑫科技等迎来发展机遇; 人工智能推动数据中心建设, 推动了光模块企业的发展, 中际旭创、新易盛、德科立等公司实现高速增长。

人工智能应用, 对各行各业而言, 才刚刚开始, 好戏还在后头。

科技 2024：平台经济“上下求索”

扎根产业沃土 突破技术边界

记者 温婷

2024 年是中国互联网全功能接入世界互联网 30 周年。三十而立, 平台经济作为诞生于互联网时代最具代表性的新经济形态, 对提振消费产生重要拉动作用。

回眸 2024 年, 平台经济在拉动内需增长的同时, 进一步呈现出向下扎根产业沃土、向上突破技术边界的新动力。

展望 2025 年, “创新” 与 “高质量” 已经成为平台经济发展的关键词; 而俯身服务实体经济, 推动科技创新和产业创新融合发展, 更将成为平台经济转型升级的 “必修课”。

三十而立 唯创新主线不变

而立之年, 向新进发, 这是平台经济 2024 年的新姿态。

“过去 30 年, 互联网的主要价值是链接; 未来 30 年, AI 将全面提升整个世界的生产力水平, 创造远超互联网链接所创造的价值。” 阿里巴巴 CEO 吴泳铭直言, 上一个阶段, 企业 “上云” 为产业互联网按下快捷键, 以数据驱动企业的敏捷创新和业务增长。新的阶段, AI 带着不断进化的通用智能, 将推动千行百业从数字化迈向智能化, 更加强有力地提升生产力水平。

作为中国互联网全功能接入世界互联网 30 周年的亲历者, 搜狐创始人、董事局主席张朝阳表示, 过去 30 年里, 互联网从 PC 端到移动端, 从文字、图片到视频和直播, 从频道分发到自媒体、算法推荐, 再到电子商务与人工智能驱动, 经历了深刻而漫长的演变, 但唯有创新这条主线始终贯穿于互联网的发展进程中, 是行业永恒的主题。

平台经济主营业务稳步向好的同时, 其创新的内涵进一步丰富。中央经济工作会议为平台经济发展明确了方向: 推动科技创新和产业创新融合发展; 加强监管, 促进平台经济健康发展。

在明朗的政策信号下, 头部企业先行一步, 引领产业健康发展。

腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾说: “我们还要乘着国家促进创业投资的春风, 在政策鼓励的方向上加大投资投入, 致力于做耐心资本, 把技术创新、企业家精神、产业升级深度连接在一起。”

事实上, 平台经济探索新质生产力的进程, 无不是围绕着做强自身主业、协同实体经济发展而展开。自 2018 年以来, 腾讯累计投入逾 3000 亿元用于研究开发, 公司旗下生成式人工智能大模型 “混元” 已落地逾 700 个业务场景, 数字化能力输出到数百万家各行业伙伴。

中国互联网平台经济的头部玩家们在 AI 创新的赛道上无一缺席。自 2022 年底 ChatGPT 引发大模型技术浪潮以来, 百度文心、阿里通义、腾讯混元、字节豆包, 均进一步加大 AI 研发投入。

俯身向新 扎根产业寻求新增量

嫁接产业带, 盘活供需端, 这是平台经济 2024 年的新课题。

年关将至, 电商平台各地产业带的中小工厂又陷入了传统的 “纠结” 期: 一方面, 以中小微零售商为代表的 “小 B 买家” 都在积极采购备货; 另一方面, 工厂的工人要回老家过年, 对于这种零散高频的采购需求难以应对, 生产和物流都无法及时保障。

12 月 18 日, 阿里旗下源头厂货直销平台 1688 正式启动 “拿货节”。为了解决小 B 买家的采购痛点, 1688 在线上推出官方选品中心, 将台州的日用品、义乌的小商品、永康的五金等全国各个产业带的工厂和产品 “全渠道” 接入供给侧。这个小小的创新举措, 让 AI 技术有了进一步惠及中小微企业的新入口。

据 1688 商家发展中心总经理王强介绍, 能够做到这些, 是因为 1688 站在了产业互联网和消费互联网的结合点上, 平台通过官方直补的方式, 把有消费趋势的新品的采购价格大幅 “降下来”, 把有产地趋势的最优质的供给集中 “找出来”。

与此同时, 通过平台为商家提供的免费 AI 数字员工, 习惯了大单大额生意的工厂也能轻松应对高频小额订单的新增量。买家也可以使用 “AI 深度找” 等 AI 工具, 得到批量推送的商品和商家, 大大缩减了下单链路。

刚刚过去的半个月, 王强在山东临沂和即墨连续调研, 想方设法为当地的服装加工、建材等厂商 “链接” 国内外潜在买家。同样忙碌的还有美团企业版总经理康凯以及百度智能云金融业务部总经理徐旭, 他们所负责的企业端业务和行业客户已经步入数字化转型的关键期。

“随着大模型应用落地的深入, 最初的 AI 热潮回退之后, 企业开始更理智地思考和探索 AI 赋能产业的价值在哪里。” 徐旭坦言, “模型包打天下” 肯定不存在的, 最后比拼的还是平台的综合能力, 无论是在大模型训练预调、算力、还是应用层面, 百度等互联网平台公司都有着很强的竞争力。同时, 平台公司专注于核心底层模型基础设施, 在上层应用方面与更多的垂直服务公司合作, 才能为 AI 的规模场景应用营造百花齐放、兼容并包的新局面。

2024 年, 更多像王强、康凯、徐旭一样的互联网人, 频繁走进工厂车间、金融机构、物流港口等, 成为嫁接平台经济和实体

企业之间的桥梁, 推动科技创新和产业创新融合发展, 让包括 AI 在内的更多新技术 “落地开花”。

稳中求进 共建产业互联网生态圈

畅通枢纽端, 链接全要素, 这是平台经济 2024 年的新生态。

过去一年, PC 电脑作为重要的生产力工具, 走上了大模型 “inside” 的发展道路; 大模型 “上车” 也已成为新车型的必选项。随着平台经济的繁荣活跃和智能终端的无限丰富, 平台企业更多发挥数据流通枢纽作用, 链接更多用户、企业和数据要素。

2023 年, 中国数据交易规模超过 1600 亿元, 预计 2025 年将超过 4400 亿元。一组数据显示, 2023 年全国数据总流量较上年同期增长 7.6%, 数据流量保持稳步增长, 平台企业和央企数据流通量远超其他企业。

对于数据要素的供给和流动, 11 月 22 日召开的国务院常务会议明确提出, 加大政策支持力度, 壮大工业互联网平台体系, 支持消费互联网平台企业挖掘市场潜力, 强化平台经济领域数据要素供给, 促进数据依法有序跨境流动, 增强平台经济领域政策与宏观政策取向一致性。

展望未来, 数据资源的流转和数据价值的挖掘是大势所趋, 但也对平台经济的数据安全防护提出了更高要求。国际数据公司 (IDC) 数据显示, 中国网络安全市场规模预计将从 2023 年的 121.6 亿美元增长至 2028 年的 202 亿美元, 年复合增长率将达到 10.7%。

“数字化的底座是数字安全, 顶峰是人工智能, 各行各业一方面应加强对关键基础设施的安全防护能力, 推动建立更完善的网络安全保障体系, 另一方面应关注人工智能大模型引发的网络攻击、深度伪造、虚假信息、广告欺诈等安全风险, 确保人工智能发展安全向善、可信可控。” 360 集团创始人周鸿祎表示, 在当前全球经济形势复杂多变的背景下, 稳中求进显得尤为重要。“稳” 意味着企业要在已有的技术积累和市场基础上, 巩固成果, 确保企业运营的稳健; “进” 则要求企业在稳定中寻求突破, 不断探索新技术、新应用, 以创新驱动发展。



萝卜快跑第六代无人车应用 ADFM 自动驾驶大模型