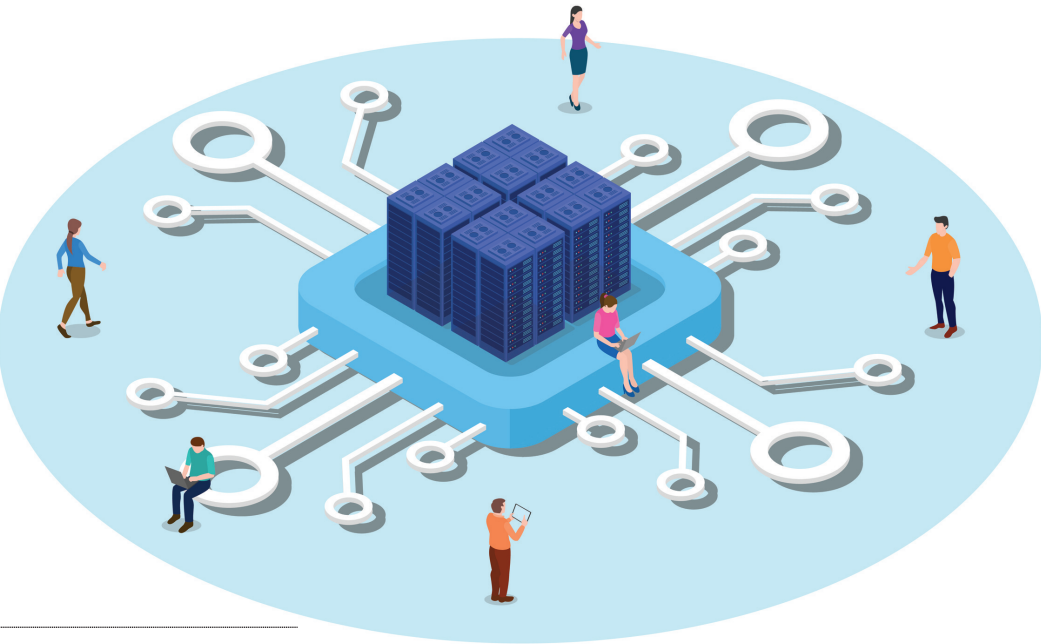


AI重塑供应链底层核心引擎



走进第四届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)展馆,首次设立的人工智能专区人头攒动,其中“数字科技链”向“数智科技链”的升级成为关注焦点。该专区参展阵容多元,不仅有英伟达、高通公司、阿里巴巴、TCL等科技巨头,也汇聚了美敦力、沃尔玛、捷讯光电等医疗、零售、光电子领域领军企业,在它们身上,AI正逐渐转变为供应链运行底层的核心引擎。

以首次入选“数智科技链”的安徽捷讯光电技术有限公司(捷讯光电)为例,过去,食品加工设备基本呈现“单机作战”的状态,数据不互通、协同效率低,“一个环节卡住,全线可能停摆”是整个行业的烦恼。如今,捷讯云控智慧产线打通堵点,通过“连接—感知—决策—闭环”的完整链路,实现从原料到出仓的全链条穿透式管控,告别“老师傅一走,品质就变”的担忧。

以“智能”链接世界、共创未来已然成为本届链博会的鲜明底色,为稳定全球产业链供应链、发展新质生产力探索出新的实践路径。

从“被动响应”到“主动服务”

本届链博会人工智能专区“智”元素无处不在,越来越多嵌入个人生活的智能体开始“露面”。

作为链博会“全勤生”,高通公司在本届链博会上集中展示个人AI、物理AI以及6G三大板块的前沿技术。一位高通公司展区工作人员表示,展区主要分为“连接”和“计算”两个板块,“连接”板块对应6G基础业务,“计算”板块则展出公司在AI方面的布局。

北京商报记者注意到,高通公司展台展出多类搭载骁龙移动平台的终端产品,包括智能手机、AI PC、AI眼镜等,参观者可近距离了解AI智能体融入日常工作与生活的具体实践。同时,在展台后方区域的“机器人踢足球”和“汽车智能座舱”展示,则体现智能体AI正从屏幕延伸到物理世界。

“AI正从简单响应指令、辅助人机交互的工具,进化为能够自主采取行动的智能体系统。”上述高通公司展区工作人员表示,以此

次展出的搭载Snapdragon Ride Flex SoC(骁龙8775)的北汽极狐问道V9车型为例,其能够进一步感知用户的模糊需求。如果驾驶员和乘客在车上提出“有点闷”,它会主动思考是否因为车内空气不流通所致,并主动帮忙打开窗户。

TCL在本届链博会上展示了智能终端从“被动响应”到“主动服务”的转变。据悉,面向全屋智能场景,TCL重塑电视、空调、冰箱、洗衣机的产品体验,推出AI图像处理、AI健康睡眠空调、原创深冷双磁保鲜冰箱、AI超级筒洗烘一体机等多款智能终端产品和解决方案。此外,在研发制造领域,TCL自主研发了“星智”“伏羲”“深蓝”三大模型,已深度应用于半导体显示、智能终端、新能源光伏及半导体材料等产业全领域。

智能体延伸至物理世界

作为第二次参展链博会、首次入选数智科技链人工智能专区的企业,捷讯光电品牌宣传负责人朱宏凯认为,展区以农业链上的

AI应用为主,将进一步拓宽公众脑海里的智能体版图——不仅有能歌善舞的机器人、自动驾驶的智能汽车,还有加工餐桌上农产品的智慧产线。

据介绍,捷讯光电在此次展会上重点展出一款“万物皆可选”的AI智能分选设备和一套适用于农产品加工的捷讯云控智慧产线。“以前没有分选机时,农民要将稻子卖给粮仓,如果受暴雨天气等影响,稻子发霉率高,直接影响售粮收入。有了分选机后,不仅可以借此提纯稻子,遏制霉变扩散,还能够分级处理稻子,做到物尽其用。AI的加入,则让机器自主学习进化,在执行多种分选任务的同时,还能精准分级,满足高端市场高精度、大产量、低带出的需求。”朱宏凯表示。

更重要的是,由点到线,从智能设备到智慧产线,捷讯云控将完成“连接—感知—决策—闭环”的完整链路,打通数据孤岛,实时采集现场数据,AI动态调参,异常秒级定位并主动干预,实现从原料到出仓的全链条穿透式管控,彻底告别“老师傅一走,品质就变”的担忧。

AI不仅作用于食品链,还赋能健康链。作为首次参展数智科技链人工智能专区的美敦力,在AI数智技术赋能下,正加速从以单一疾病治疗为核心,向覆盖“预防—诊断—治疗—康复—管理”的全周期健康管理模式延伸。

美敦力企业传播总监杨雅金表示,以公司为中国患者推出的心律数智随访管家为例,AI赋能的心脏电子植入设备远程随访系统,能够提升心律失常疾病患者疾病自我管理便捷性,在保留医生决策权的前提下,降低医生监测管理工作负担,从而推动心律失常术后管理从“按次就医”向由患者主动参与的“全生命周期健康管理”转变。

从“经验驱动”转向“数据智能”

当前,供应链正从“经验驱动”向“数据智能驱动”加速转变。在业内看来,AI的价值并不停留在某项技术或某个产品上,更重要的是融入产业场景。

“AI技术正促使全球供应链从成本竞争转向AI驱动的韧性、效率和可持续性博弈。

并购清盘同步 天味食品“加减法”

一边斥资收购关联业态公司股权,一边剥离无营收项目及及时止损,天味食品两则公告“一增一减”,不难看出其回归主业的意图。

6月24日,天味食品公告称,公司拟使用自有资金4.22亿元通过全资子公司瑞生投资购买湖南坛坛香食品科技有限公司原股东持有的60%股权。坛坛香食品成立于2012年,主营“坛坛乡”品牌辣辣椒产品,已有十余年历史。工厂位于湖南浏阳,并在山西忻州、山东曹县拥有辣椒原料的收购、加工、储存基地。2025年度营业收入约3.05亿元,净利润5936.67万元;2026年一季度营收约8615.47万元,净利润1851.24万元。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受北京商报记者采访时指出,坛坛香拥有两大辣椒原料基地,为天味食品向上游布局创造了条件。企业可以锁定原料货源,稳定辣椒采购价格,完成供应链纵向整合,长期有效降低辣味调味品的生产成本。

天味食品表示,本次交易有利于进一步完善公司在复合调味品行业的布局,并切入湘式复合调味料赛道,丰富产品矩阵。

天味食品在公告中表示将共同开发“一袋成菜”式湘式复合调味料产品,为坛坛香食品开辟“第二增长曲线”。在盘古智库研究院高级研究员江瀚看来,结合天味食品过往在酸菜鱼、老鸭汤等中式复合调味料上的实践,“一袋成菜”大概率指向围绕辣椒酱衍生的标准化湘菜料包。这将推动天味食品的产品矩阵从单一的川味火锅底料、菜谱式调料,向“川湘双轮驱动”及多菜系、多场景的复合调味品平台转变。

值得关注的是,本次收购设有业绩对赌条款。天味食品原实际控制人承诺,2026年、2027年、2028年实现经审计营业收入分别不低于3.2亿元、3.36亿元和3.53亿元,三年累计净利润不低于1.5亿元。

天味食品2025年经营业绩面临一定压

力。年报数据显示,2025年公司实现营业收入34.49亿元,同比下降0.79%;归母净利润5.7亿元,同比下降8.79%。主要产品营收出现全线下滑,火锅调料收入12.29亿元,同比下降2.87%;菜谱式调料收入17.67亿元,同比下降0.2%。主营业务下滑的趋势促使天味食品将视线拉回主业。

在推进收购的同时,天味食品宣布对有点火科技有限公司进行清算注销。有点火由天味食品全资子公司瑞生投资与关联方璞石投资于2020年共同设立,瑞生投资出资3500万元持股70%,璞石投资出资1500万元持股30%。截至2026年3月31日,有点火资产总额为1321.19万元,营业收入为零,一季度净利润仅6.16万元,累计亏损达675.57万元,设立初衷天味食品意在切入预制菜赛道,但未能有效开展实质性业务。公司表示,此举旨在优化产业布局,聚焦主营业务发展。

“有点火成立近六年营收为零且持续亏损,说明该预制菜项目在商业逻辑上未能跑通,缺乏自我造血能力。在存量博弈时代,企业必须剥离非核心资产,将有限的资金与管理精力聚焦于能产生实际协同效应的主营业务上。”江瀚如是说。

进入2026年,天味食品一季度业绩出现回暖。营业收入11.3亿元,同比增长76.19%;归母净利润2.5亿元,同比增长234.67%。詹军豪进一步表示,一季度高增长包含一品味享并表带来的外延增量。单纯依靠并购容易带来整合成本抬高、商誉承压,增长难以长久。公司应当一边稳步并购细分风味企业,一边深耕餐饮大客户渠道,打磨自有新品,用内生销量增长对冲并购费用,做到外延扩张与主业增长相互平衡。

围绕并购扩张、清算注销等相关问题,北京商报记者向天味食品发出采访函,截至发稿未获得相关回复。

北京商报记者 程靛

对话智平方创始人兼CEO郭彦东:

做机器人,先别急着进客厅

大连国际会议中心三层,2026夏季达沃斯开幕第一天,“当机器人学‘做人’”的讨论区围满了人,智平方创始人兼CEO郭彦东分享后坐在第一排。问答环节开始后,观众点的第一个名字是郭彦东,第二个是他,第三个还是他。

被追问是有原因的,那是2026夏季达沃斯议程中首场有关机器人的分享,郭彦东是少数几个既有顶尖研究院经历,又在电动车、智能终端厂商积累了实操和管理经验的创业者,是夏季达沃斯唯一邀请的中国具身人形机器人代表。

智平方2023年4月创立,是一家通用智能机器人企业,专注于用一种统一的机器人形态,搭载具身大模型,在不同场景中学习、迁移、完成新任务。旗下产品爱宝机器人在汽车制造、半导体、生物医药、公共服务等多个场景落地。

作为国内最早系统性研发端到端VLA(视觉动作语言模型)具身大模型的企业创始人,郭彦东不说“颠覆”“重构”这类大词。从公司成立开始,他就讲“同款硬件跨场景”,几年过去核心逻辑没变。被问到世界模型和VLA的关系、数据采集方式等热点话题时,他坚持不是非此即彼,而是要融合,取各家之长。

当再次被追问机器人到底该先进工厂还是先进客厅时,郭彦东用自动驾驶的推广逻辑解释:“带有智能功能的硬件进入场景的基本规律,是从边界有限程度的泛化,再逐步地增强泛化能力,到家庭里去。”

这次达沃斯之行,郭彦东很忙,忙着接受媒体采访,忙着与嘉宾分享洞见,直到散场才刚上给自己留影。智平方成立三年也马不停蹄,“因为技术好,所以落地多;因为落

地多,所以技术好”。他认为,这种技术与场景相互促进的发展模式正成为中国机器人企业快速成长的重要动力。聊到上市计划,郭彦东只回了一句:“这可能需要跟团队讨论一下,我们应该有一个标准的回答。”

北京商报:第一次参加达沃斯,有哪些观点让您印象深刻?

郭彦东:像今天讨论的工业、家庭、公共服务,这些鸿沟怎么弥合,我觉得这个问题挺深刻的。大家开始思考和讨论,工业场景的机器人工作是不是让机器人走进千家万户一个好的starting point(开始点)。我们是不是可以反其道而行之,直接从家庭入手来做?

北京商报:为什么坚持先工厂后家庭的顺序?

郭彦东:今天给了我一个很好的机会解释,为什么工业可以帮助机器人更好地进入公共服务、家庭,以及在工业场景如何做可以帮助机器人进入公共服务和家庭。跟自动驾驶推广的逻辑很相似,先从限定场景、封闭园区,再到高速结构化道路,再慢慢到城区人车混流。这符合带有智能功能的硬件进入场景的基本规律,只是从边界有限程度的泛化,再逐步地增强泛化能力,到家庭里去。

北京商报:从工业到家庭,智平方是怎么弥合鸿沟的?

郭彦东:并不是工业中的任何任务都能帮助机器人未来进家庭。(尽管)未来公共服务里一些设备的操作,物料的转运、拿取,跟在家庭里的动作,包括一些模型的使用是高

度重合的。更重要的是两个很核心的要素,第一我们是同款硬件跨场景,不管是餐厅使用的机器人,还是工厂使用的,是同一个硬件形态。对于做应用之间的迁移非常有帮助。第二是我们用同一个Foundation model(基础模型),可以把不同操作、使用都吸收到模型里,帮助模型触类旁通。

北京商报:家庭场景有什么隐藏的“知识点”?

郭彦东:去年(2025年)我提到过一点:家庭产品特别适合做数据采集,不适合做商业闭环。我觉得(数据采集)应该更多讨论一种方式的优点和缺点,然后找到好的方式把它们整合起来做一个融合方案。像智平方明确要做最好的大脑,然后做机器人软硬一体system(系统)的公司,我们就是要把各种各样的采集方式整合起来做一个融合方案。

北京商报:智平方近日发布了类脑式具身智能系统NeuroVLA,是要入局神经科技领域吗?

郭彦东:可能跟传统意义上的神经科学还不完全一致。首先我们训练模型,(NeuroVLA)还是基于大数据、基于统计训练出来的一个模型结构。就像您提到的,它也有很多神经科学要素在里面,包括它的SNN(脉冲神经网络)结构,包括它非常稠密的类脊髓设计,它的大脑、小脑、脊髓的分区域设计方式,都是从神经科学上借鉴来的。有了这些借鉴,我们的类脑NeuroVLA有直觉,反应更快;所需要的训练数据可以大幅降低;很多模型在本地,对数据隐私保护有保障。

北京商报记者 魏蔚