责编 刘洋 美编 张彬 责校 池红云 电话:64101673 syzx10@126.com

小红书AI等风来

日前,小红书通过全员信宣布,将AI一级部门Dots与核心infra团队打通。全员信反复提及产品与用户,并定调“比起追求模型能力或算力规模本身,更重要的是模型与应用的深度融合”。

社交赛道的同行们有不同的思路:微信内测“小微AI社交”功能;微博在智搜产品的基础上,将AI搜索融入内容消费场景。相比之下,小红书的AI探索更谨慎,外界不免好奇这条路线能否走通。



打通部门

让模型、基础设施与产品形成合力,是小红书此次组织调整想要突出的核心。

根据内部信,2026年4月,小红书成立内部AI一级部门Dots团队,将模型研发与基础设施建设相结合,初步建立AI技术体系,整合算力资源。Dots团队相继开源文本、多模态理解模型;其聚焦真实生活长程任务的dots3模型,拿下国际数学奥林匹克竞赛(IMO)官方认证的满分金牌。

半年之内,小红书再次调整该部门的边界,将Dots与公司核心infra团队打通,以便模型、基础设施与产品需求形成真正合力。用小红书的话说,这一调整有助于提升资源协同与创新效率。

调整还明确了内部另一技术组织hi lab(humane intelligence lab,人文智能实验室)的定位:专注长期技术探索,布局前沿技术方向。公开信息显示,2025年初,小红书将内部大模型技术与应用产品团队升级为hi lab,设立“人文训练师”岗位,通过后训练提升AI在人性化表达、价值对齐方面的表现。

在最新的内部信中,小红书指出,“我们希望建设的是一个既能面向产品持续创造价值,也能面向未来保持技术原创性的组织”。

“问点点”

对于普通用户而言,小红书的AI投入更多以站内AI问答助手的形式呈现。

2024年,小红书在站内上线AI问答助手“问点点”。目前,“问点点”月活过亿,并带动整体搜索活跃度提升。按照官方表述,点点是小红书推出的AI生活助手,用户可以把它理解为一个陪自己逛小红书的智能伙伴,功能主要围绕“帮你更快找到信息”和“帮你完成任务”,如快速总结、提炼重点,规划行程、种草避坑等,入口位于小红书的消息页面。

对产品与用户体验的强调,明确了小红书作为科技应用公司的定位,与云厂商投入模型研发的逻辑存在根本不同。

“我们对下一阶段的方向更加清晰:技术最大的价值不仅在于追求模型能力或算力规模本身,更在于模型与应用的深度融合,技术和产品互相增强,共同创造这个时代有价值的用户体验。”信中写道。

谈到小红书基于模型和应用融合的方向选择,经济学家盘和林向北京商报记者表示:“如果和大厂真刀真枪地烧钱开发模型和算力,小红书势必落于下风,吃力不讨好。转向模型和应用融合这条路比较务实,聚焦一个AI功能方向。”

守住真人

务实的另一面是边界。

小红书相关负责人向北京商报记者表示,平台目前已形成三条基本治理边界:鼓励合理使用AI辅助创作,帮助用户提高表达效率;要求AI生成内容主动标识,保障用户知情权;严厉打击AI托管账号、AI虚构体验、AI侵权以及批量低质灌水行为。

据该负责人透露,平台已精准识别并全面拦截约302万个涉及脚本操作的自动化异常账号;针对近期“利用AI工具批量拼凑、自动化发布违规笔记”的新趋势,平台精准锁定约13万个“AI托管发布”账号,予以封号或禁言。治理上,平台从内容、账号、行为多个维度综合识别,采取警告、限制分发、禁言、封禁的梯度处罚,并开放专项举报入口。

流量分配是治理的试金石。按照小红书的规则,AI标识本身不等于限流,是否使用AI也不是评价内容质量的唯一标准。平台更关注内容是否真实、有用,是否具备审美价值或启发性。

作为伴随移动互联网时代而生的应用,小红书长期位居App Store免费社交榜前三。反观AI原生应用,多有大厂背景,用户规模增幅明显。

QuestMobile数据显示,2026年8月,AI原生App端用户规模达5.37亿;2026年6月,豆包、千问、DeepSeek活跃用户规模分别为3.82亿、1.67亿和1.3亿。

站在AI牌桌前的小红书,手里拿的是什么牌?

文渊智库创始人王超告诉北京商报记者:“大模型领域正呈现明显两极分化:要么如字节、腾讯、阿里般重金自研,要么如苹果、拼多多般暂不投入,等待成熟后直接采购。中间路线既难以形成技术壁垒,也难以真正降本,对资源有限的公司尤为不利。小红书虽体量中等,但可类比微信,将其视为大平台内的业务单元:通过接入外部模型并谨慎试错,既控制风险,又让AI深度融入社区与商业化,长期仍有望获得显著增益”。

北京商报记者 魏蔚

图片来源:视觉中国

空天掘金 落地为先

人类对天空的好奇与向往,长期驱动着技术进步与探索。天空的边界,由一代又一代探索者向外拓展:万户的飞天椅、莱特兄弟的首次动力飞行、冯如驾机、钱学森拓路中国航天,皆在其列。

10月19日,2026年国际科学理事会中期会员大会暨北京科学对话在京举行。其间,长期从事航空航天相关工作的卓越工程师成长计划入选人、北京优秀青年工程师郑开发接受北京商报记者专访,谈到了业内人士眼中的“快与慢”。

在他看来,行业热度和市场前景真切存在,但从图纸到天空仍有一段长路要走,需要大众给予耐心,也值得积极期待。

低空经济场景跑通

10月9日,中共中央、国务院印发《关于发展新质生产力的意见》,明确提出“在确保安全前提下,推动低空经济、商业航天健康有序发展”。低空经济被正式纳入新质生产力体系的同时,“安全”二字被前置,为后续空域管理、适航审定和场景落地划定边界。

首都机场集团、金元证券联合发布的低空经济专题研究报告提及,在场景落地方面,截至9月,舟山普陀区已改建“一站多能”快递综合物流服务站点22个,开通低空物流航线33条,日均配送超38架次,累计配送订单超1.6万单;无人机物流承担东极、桃花等四岛渔获出岛运量的15%,梭子蟹寄递已覆盖全国138座城市。海南洋浦港则启动无人机海上锚地物资配送试运行,替代传统小艇接驳,为港口应急保障提供新方案。

眺远营销咨询董事长兼CEO、中国国际科技促进会低空经济分会专家顾问高承远在接受北京商报记者采访时表示,低空数字化基础设施的价值,最终体现在时效、效率和治理能力三个可量化维度上;当下行业竞争的核心已转向交付能力与运营实力,价值兑现取决于建设进度与运营密度。

对外经济贸易大学数字经济实验室监测显示,2026年前8个月,中国无人驾驶航空器累计进出口22.08亿美元,同比增长14.4%,其中出口21.61亿美元,增长17.8%;累计进出口总量342.6万架,同比增长16%。但8月当月进出口同比下滑25.4%,短期波动犹存。

载人场景亦被机构寄予厚望。弗若斯特沙利文《2026年中国eVTOL产业发展白皮书》预测,中国eVTOL(电动垂直起降飞行器)总机队规模将从2025年的约500架,增长至2040年的约72万架,其中商业载人场景占比约84%;行业竞争焦点正从适航取证,转向产品性能、量产交付、场景运营和基础设施协同。技术路线上,多旋翼适合短航程早期场景,倾转旋翼被视为高价值载人交通的主要方向。

郑开发向北京商报记者分析称,低空安全领域目前是商业化落地相对成熟的方向,相关项目以政企客户采购为主,应用场景集中在重点区域管控和飞行态势监测等方面。不过,面向大众的载人出行场景仍处于早期探索阶段,空域审批、飞行控制、通信导航以及安全保障等环节尚在成熟过程中,配套基础设施也需逐步完善。政策层面的支持持续推进,但产业发展仍需遵循客观节奏,宜以更长周期、更积极的态度观察其落地进程。

商业航天加速度

商业航天领域,2026年政府工作报告将航空航天列为“新兴支柱产业”,明确加快可重复使用运载火箭等关键核心技术攻关;国家航天局《推进商业航天高质量安全发展行动计划(2025—2027年)》部署卫星互联网星座建设;北京此前亦提出“南箭北星”布局,支持可重复使用火箭研制与商业星座建设。

据头豹研究院、弗若斯特沙利文发布的《2026年中国商业火箭行业概览》,2025年中国航天发射92次,其中商业发射50次,占比54%;入轨商业卫星311颗,占全年入轨卫星总数的84%;海南商业航天发射场已进入常态化发射状态。

起量背后,驱动力之一来自星座组网。据悉,中国已申报GW国网、千帆、鸿鹄-3三大星座,规划总量合计近3.8万颗。依据国际电信联盟“先登先占”规则,星座须在申报后7年内发射首星、9年内完成10%部署、12年内完成50%,逾期将丧失优先权。时限约束推动长期规划转化为一笔笔发射订单,倒逼产业加快发射节奏。

报告估算,一次性发射成本约5.5万元/公斤,实现一级回收后有望降至约2.5万元/公斤,规模化复用远期有望降至5000元/公斤左右。

值得关注的是,2026年7月、8月,长征十号乙完成全球首次海上网系回收,朱雀三号遥二完成我国首次着陆腿方式陆地回收,我国可回收火箭正密集开展工程验证。

科方得智库研究负责人张新原告诉北京商报记者,卫星组网与太空算力正在构成AI走向全域覆盖的基础设施:前者解决连接广度问题,天基通信和观测网络形成覆盖更广、时延更低的数据入口;后者把计算能力前置到轨道,减少数据下行带宽压力,让卫星在轨完成预处理和推理,对灾害监测、自主导航等实时性要求高的应用形成直接技术利好。

郑开发向北京商报记者指出,国内商业航天的大规模商业化尚处于早期,但发展前景广阔。以卫星物联网为例,目前国内仍以典型场景验证为主,正逐步向商用过渡,软硬件投入与建设成本较高,仍是主要卡点。

北京筑牢科创底座

大量优质科技企业扎根北京,拥有全球最密集的重大科技基础设施、规模庞大的科研人才队伍:92所高校、上千家科研院所;在京单位牵头建设全国重点实验室145家,数量居全国首位;在京两院院士约占全国一半,高被引科学家人次居全球城市前列。怀柔科学城29个科技设施陆续投入科研运行,成为国家战略科技力量的主要承载地。

研发投入强度持续保持6%以上,其中基础研究占比约16%,年均约5项成果入选中国科学十大进展。产业侧,北京已培育形成新一代信息技术、科技服务业、医药健康3个万亿级产业集群,以及人工智能、智能制造、航空航天等7个千亿级产业集群;中关村先行先试24项改革措施全部落地,2025年中关村规模以上企业总收入突破10万亿元。

开放创新是北京的另一个底色。目前,北京已有5万家外资企业,207家世界500强企业设立总部或分支机构,367家外资研发中心落户;《北京市科技创新国际化提升行动计划(2024—2027年)》持续推进。大科学装置正从“国内共享”迈向“全球开放”。“十五五”期间,北京还将继续扩大开放创新,共享设施平台、共聚全球创新要素,共促人才、数据、技术跨境流动。

科技产业频频落子北京,不只源于一份份政策清单:从基础研究到工程化、再到场景落地,一套完整的科创生态已在这里愈发繁盛。

北京商报记者 王天逸

嘉宝在美被诉 雀巢品控再承压

雀巢又一次因食品安全问题站上风口浪尖。美国得克萨斯州总检察长肯·帕克斯顿近日起诉雀巢旗下嘉宝公司及雀巢美国公司,指控其明知部分产品砷、铅等超标却宣传安全,寻求逾1000万美元(约合6693万元人民币)民事罚款。雀巢中国相关人员向北京商报记者表示,涉事批次未通过官方渠道进入中国,国内销售的嘉宝米粉均符合国家标准。业内人士认为,此次诉讼短期冲击有限,但再度引发公众对其品控与信任的拷问,影响或远大于事件本身。

雀巢回应

10月14日,得克萨斯州总检察长起诉嘉宝公司及雀巢美国公司,指控部分产品存在砷、铅等有害物质。诉讼源于嘉宝2017年至2019年的检测记录:67批米粉砷含量超过联邦瓶装水标准9倍以上,胡萝卜产品镉含量达标准上限的17倍,红薯产品铅含量接近标准上限的10倍。检方寻求对两家公司处以超过1000万美元的民事罚款。

雀巢方面回应称,嘉宝产品符合美国食品药品监督管理局的安全规则。雀巢方面同时表示,重金属在环境中天然存在,植物会从土壤中吸收,不可能从食品供应中完全消除,但嘉宝长期致力于降低其含量。

针对中国市场,雀巢中国相关人员向北京商报记者表示:“相关产品未通过官方渠道进口至中国市场。中国生产的嘉宝米粉建立了完善的检测与监控体系,包括重金属相关检测,产品均符合中国国家标准,可以放心食用。”对于事件影响及公司发展等问题,雀巢中国方面表示“暂时不方便接受采访”。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪认为,本次涉事产品未进入国内,短期不会直接冲击嘉宝在华销量,但会动摇部分家长的信任,渠道端将更审慎看待品牌舆情风险,倒逼品牌强化国内品控公示。

并非首次

这不是雀巢首次因产品问题被关注。

2025年5月,法国参议院调查委员会公布巴黎水调查报告,指出雀巢法国水厂在水源受到粪便类细菌污染后,长期使用仅允许用于自来水处理的消毒工艺,产品不符合“天然矿泉水”法定标准;报告还披露,雀巢2020年即发现相关行为,法国有关部门2023年修改过滤精度规定,为其继续使用“天然矿泉水”标签提供了空间。

当时雀巢回应称,“市场上所有天然矿泉水产品始终安全可饮用”“在华销售产品均符合中国相关法律法规要求”。

不过,从水业务后续经营表现看,事件影响并未停留在舆论层面。2024年,雀巢水业务有机增长率为2.3%、运营利润率为9.2%;2025年分别为2.9%和5.6%。2026年7月,雀巢将水和高端饮料业务装入与Platinum Equity设立的合资公司Peranel,估值49亿欧元,雀巢预计获得约30亿欧元现金。

盘古智库高级研究员江瀚表示,此类事件会直接改变渠道铺货决策:线下商超和便利店会缩减黄金陈列位,经销商主动压低进货量以规避滞销风险;品牌常规促销节奏被打乱,渠道往往要求更多补贴对冲销售阻力,反而挤压双方利润空间。

业绩承压

这家庞大的食品集团正处于业绩“阵痛期”。

财报数据显示,2025年,雀巢集团销售额894.9亿瑞士法郎,同比下降2%;净利润90.33亿瑞士法郎,同比下降17%。其中,大中华区销售额48.76亿瑞士法郎,有机增长率为-6.4%。

2026年上半年,雀巢集团销售额431.09亿瑞士法郎,同比下降2.5%,有机增长率为3.6%;净利润34.72亿瑞士法郎,同比下降31.4%。净利润收缩主要受两项非经常性因素拖累:重组及其他交易费用从4亿瑞士法郎翻倍至8亿,水及高端饮料、维生素等业务划入“持有待售资产”后计提13亿瑞士法郎非现金减值。同期,大中华区销售额22.49亿瑞士法郎,低于上年同期的24.7亿。

与此同时,雀巢还经历了一波密集的人事变动。2024年8月,执掌雀巢八年的马克·施耐德(Mark Schneider)离任,傅乐宏(Laurent Freixe)接任CEO。2025年9月,雀巢集团宣布Philipp Navratil被任命为集团CEO,接替被解雇的傅乐宏;董事会主席保罗·薄凯(Paul Bulcke)提前卸任,由Pablo Isla接任。大中华区方面,张西强于2025年7月卸任,马凯思(Kais Marzouki)接任大中华区董事长兼首席执行官。

北京商报记者 郭秀娟 王悦彤