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

AI下一步:基建、信任与对齐

“AI只有开源才能普及,只有普及才能创造可持续、普惠的智能时代。”11月3日,阿里巴巴集团联合创始人、董事会主席蔡崇信在2026年世界互联网大会乌镇峰会开幕式上,给出了一条完整的AI方法论:不喊口号,只排因果——开源是因,普及是果,普惠是终点。

11月4日,科技精英们的对话和交流继续,话题却不约而同地从应用沉向了底座:从算力系统怎样组织,到机器人要对齐物理世界,再到智能体时代的信任如何建立、AI的红利怎么分配。如果说开源是方法论,那么接下来的问题更具体:算力供不供得上、机器人落不落得了地、用户敢不敢把任务和钱交给智能体、中小企业分不分得到红利。流量在上,地基在下,AI的下一步,从打地基开始。



中科曙光董事长历军:
算力竞争是系统能力之争

中国在先进制程、高带宽存储等关键环节仍面临制约,但也拥有丰富应用场景、相对完整产业链、较强工程化能力以及能源供给和开源生态等优势,不能只依靠单颗芯片性能追赶,更要着眼于系统整体效能。未来算力的竞争,并不只是单颗芯片峰值性能的竞争,更是将大量计算、存储、网络、电力等资源高效组织起来的系统能力之争。

要以系统级创新对冲单点短板,一方面推动计算、存储、网络、供电、冷却等环节协同优化,提高系统整体效率;另一方面促进芯片、基础软件、模型与行业应用协同创新,将产业链优势转化为实际算力供给能力。

当前国产AI软件栈在工具链、兼容适配和应用生态等方面仍有短板,产业链复杂问题难以由一家企业独立解决。企业应发挥各自所长,通过专业分工和开放合作,减少重复投入与低水平竞争。

自主创新不等于封闭发展,关着门自己做自己的绝对不行。面向智能时代,中国计算产业要坚持自主、开放、安全、普惠,依托世界互联网大会等开放平台,加强国际产学研合作,与世界共建共享开放生态。从替代走向重构,国产算力要突破的不只是单点技术瓶颈,更要形成芯片、系统、服务与生态协同发展的产业能力。

蚂蚁副总裁陈亮:
智能体替人办事,先过信任关

智能体互联网在很多场景下已经到来,C端用户的核心担忧集中在信任上:用户委托智能体完成一件事情、完成交易的时候,会不会担心智能体把我的动作做错了?只要做交易肯定会动钱,智能体会不会乱花我的钱?

PC互联网时代,支付宝通过担保交易解决了C端用户基本的信任问题;移动互联网时代,“你敢付、我敢赔”等一系列产品,解决了用户把钱付出去的担心。智能体时代的授权不再只是勾选几个权限、获取用户信息、获取账单信息、帮你付款、设定一个额度,这些都是基本操作。最难的是,智能体执行用户委派的任务时,这个任务到底需要多少权限,用户能否提前知道;在整个链路上,平台方、用户自己以及调用外部平台的授权如何处理,这非常具有技术挑战性。

连接侧,现在是多端时代,用户不仅通过手机,还可以通过耳机、AI眼镜连接。耳机到手机的信任如何传递,手机到云端、云端再到服务商,整个链路连接的可信,包括意图、授权、身份,都是需要解决的问题。智能体跨平台调用还面临流量识别难题:以前每个网站都会设置验证码防止机器流量,如今在C端用户授权的情况下,平台如何识别这不是机器流量,而是用户授权的流量,仅这一点目前就很难推动,需要整个行业和国家相关部门共同确立标准。

宇树科技创始人王兴兴:
AI和真实世界的对齐还差一点点

开源可以汇聚全球开发者的力量,加快机器人从数字模型走向物理世界的对齐进程。宇树在机器人格斗等项目上实行“完全开源”——包括数据集、训练方法和部署策略,多个指标已达到全球领先水平。在全自主格斗中,两台机器人完全不需要人参与,理论上可以做几十上百个动作,很多情况下,人已经打不过同类型的机器人。

目前最大的问题,是“最后几个毫米”还没有解决好。机器人完成工厂单工序的成功率极高,但在精密装配等精细操作上,对物理世界的触觉理解依然不够,AI模型的输入输出与真实世界的对齐还差一点点。大概率,2027年会是整个具身智能行业或模型的一个临界点。

头部大模型公司已经让模型自己采集数据、训练、迭代,人目前最大的价值变成了评价AI模型,或者设置目标让AI去实现。机器人领域自进化用得还少,大量机器人数据尚未被充分利用。未来数据和算力非常重要,芯片产能和能源矿产稀缺,算力生产本身会成为重要产业。

知乎创始人周源:
AI技术能力溢出,但分配红利没跟上

国产模型在Agent、Coding、前端设计等消费场景表现突出,但在知识图谱关系与实体提取、长上下文产业政策提取、复杂图文题目批改等高反馈成本场景上,仍有待提升。这一判断的产业含义在于:消费级应用的繁荣并不等同于模型能力的纵深。

“人工智能+”的真正含义,不是把AI加到流量上,而是加到硬骨头上。高端芯片、量子科技、生物制药、脑机接口、具身智能,既是AI大展拳脚的战场,也是真正卡脖子的环节。在这些领域的场景落地过程中,将诞生大量创新机会。

除算力和人才外,“人工智能+”高质量发展的关键在于产业升级与科学发现,尤其在高质量的数据驱动上——由各学科的人类专家来驱动,形成“既提升模型水平,又反哺垂类领域工程创新和科研发现”的价值闭环,让人和技术相互反哺。

当下,AI技术能力的溢出与技术红利的分配并非同步对等,商业定价、渠道分发的成本机制并未掌握在中小企业手中,技术红利也就得不到有效分配。

掌握技术能力的平台或企业,应开放更多创新机会,为中小企业提供更多分配红利的空间。真正意义上的开源并非单纯开放技术参数,而应带动整个生态的构建和创新。以开源社区为例,社区汇聚的集体智慧,相比单个实验室,拥有更强的创新力与生命力。

北京商报记者 魏蔚 鲁芹 图片来源:视觉中国

卫龙出海乘“余风”

从CFO到CEO,余风只用了约一年半的时间。11月3日,“辣条第一股”卫龙发布公告称,因集团长期可持续发展的需要,联合创始人刘福平辞任CEO、转任联席副董事长,35岁的余风由CFO升任CEO,有着徐福记、雀巢工作背景的陈阳接任CFO。

此次人事调整正处于卫龙业绩换挡期。近两年,以魔芋爽为代表的蔬菜制品超越辣条成为公司第一大收入来源,但随着众多品牌入局,行业红利逐渐消失,存量竞争下,卫龙蔬菜制品收入增速也出现下滑。

在此背景下,卫龙把目光投向了海外市场。新班子的分工也随之清晰,余风负责守住国内经营底盘,陈阳则为海外扩张补齐财务与合规能力。关于此次人事调整,卫龙方面对北京商报记者表示,此次管理架构升级,是公司从“中国辣味零食龙头”迈向“全球辣味休闲食品领军企业”的关键一步。

内部接班 外部补位

卫龙再次宣布进行人事调整。根据公告,公司联合创始人之一刘福平辞任CEO,转任联席副董事长;余风卸任CFO,接任CEO并兼任联席副董事长;由陈阳出任CFO。上述任命均自11月3日起生效。

卫龙上一次换帅在2025年3月。当时,有可口可乐、银鹭背景的职业经理人孙亦农辞任,刘福平接任CEO。

公开信息显示,新任CEO余风是董事长刘卫平、原CEO刘福平及刘忠思三人的表弟,同时也是卫龙内部成长起来的管理者。余风,35岁,已在休闲食品行业深耕超过15年。他于2011年10月加入卫龙,历任助理设计师、研发工程师、研发经理、电商中心总经理、媒体中心负责人等职务;2023年8月被任命为市场中心副总裁,同年11月起,兼任人力资源中心负责人;自2024年3月至2026年11月,余风担任本公司高级副总裁。2025年9月起,出任首席财务官。

陈阳,46岁,有20余年跨国食品企业财务管理经验。他于2006年7月至2024年9月在雀巢公司历任多个职位,包括总部会计、公司内部审计、冰淇淋事业部工厂财务总监、中国电商财务总监、瑞士总部亚大非大区财务管理总监等。2024年10月至2026年8月期间,他担任徐福记国际集团首席财务官一职。

此外,近期业内还传出消息称,10月辞任徐福记业务长的彭传纲也将加入卫龙,成为新任销售负责人。

此次人事调整被卫龙看作是公司转型发展的关键。“此次管理架构升级,是公司从‘中国辣味零食龙头’迈向‘全球辣味休闲食品领军企业’的关键一步。”卫龙方面告诉北京商报记者,此次调整凸显出卫龙“国际化、专业化、多元化”的人才战略取向。

至于“彭传纲加入卫龙”的业内传闻,卫龙方面未给出进一步回复。

苏商银行特约研究员高政扬认为,此次卫龙人事调整体现了“内部接班、外部补位”的思路。新任CEO曾在研发、电商、市场、人力及财务等多个岗位历练,熟悉产品、渠道与组织运作,由其接任CEO或有利于保持经营连续性,并推动产品、品牌与渠道协同。新任CFO则具备跨国食品企业财务管理经验,可在预算管理、供应链成本、资金配置及跨区域经营等方面提供支持。

蔬菜制品增速放缓

这轮人事调整落在卫龙业绩换挡期。刚刚超越辣条(即调味面制品)业务,成为卫龙主要收入来源的蔬菜制品出现增速回落。

卫龙凭借大面筋、亲嘴烧等经典辣条产品打响全国知名度,长期以来辣条都是公司绝对的收入支柱。2022年12月15日,卫龙登陆港交所主板,成为“辣条第一股”。

2024年,以魔芋爽、风吃海带为代表的蔬菜制品首次在年度维度反超辣条(即调味面制品)业务,成为卫龙的第一大收入来源。当年,公司蔬菜制品收入约为33.71亿元,同比增长59.1%,占总营收的比重达到53.8%;调味面制品收入约为26.67亿元,同比增长4.6%,占总营收的比重为42.6%。

此后,卫龙蔬菜制品业务收入占比逐渐提升,辣条业务营收占比逐年下滑。财报同时显示,蔬菜制品虽保持增长,但增速已开始放缓。财报数据显示,2025年,卫龙蔬菜制品收入约为45.06亿元,同比增长33.7%,营收占比升至62.4%;调味面制品收入约为25.54亿元,同比下降4.3%,营收占比降至35.3%。2026年上半年,蔬菜制品收入约为24.41亿元,同比增长15.8%,占比升至65.7%;调味面制品收入约为11.81亿元,同比下降9.8%,占比降至31.8%。

魔芋爽、风吃海带等蔬菜制品增速的回落和行业竞争密度上升、品类红利退潮密切相关。目前,三只松鼠、良品铺子、来伊份等超过30家品牌均已推出魔芋爽等魔芋零食,这一赛道正走向存量竞争。马上赢数据显示,在其监测的传统线下零售渠道中,2026年二季度魔芋零食销售额同比下降8.03%,三季度降幅进一步扩大至14.84%。此前同样凭借魔芋制品实现业绩快速增长的盐津铺子,其2026年上半年魔芋零食增速也从上年同期的155.1%回落至11.28%。

盘古智库高级研究员江瀚表示,现在魔芋的增长红利已经见顶,再硬找第三个大单品成本太高,不确定性也大,远不如先把手里的基本盘守稳。当下公司最该做的是先补渠道效率和海外本地化的课,把现有品类的潜力榨干,比急着开新战线更稳妥。

“这次人事调整刚好适配这个节奏,内部成长起来的余风懂国内渠道,空降的陈阳能给海外布局托底,是冲着当前最该补的短板来的。”江瀚进一步表示。

出海寻找增量

国内品类增速放缓之际,卫龙把目光投向了海外市场,而这一战略转向也直接体现在管理层调整上。卫龙方面对北京商报记者表示,此次管理层调整与公司的全球化战略有关。近年来,公司持续引进国际快消企业背景的人才,并在上海设立第二中心,负责品牌、研发及海外业务拓展。

“公司近年来吸纳了来自联合利华、乐事、麦肯锡、卡夫、玛氏等企业的人才,与内部培养的管理人员共同组成经营团队。新任CFO具备徐福记、雀巢等头部食品企业的财务管理履历,为卫龙财务体系对标国际一流企业、支撑全球化扩张提供了有力支撑。”卫龙方面称。

高政扬也认为,随着卫龙由辣条向多品类经营转型并加快海外拓展,公司需要更系统的专业化管理。

据了解,卫龙集团总厂长朱海峰在今年9月的采访中表示,今年公司开始重点布局东南亚和美国市场,并成立了专门的海外团队。

今年7月,卫龙宣布完成美国官方线上渠道布局,产品全面登陆TikTok Shop、Amazon、TEMU三大美国主流电商平台;在供应链端,公司投资约10亿元建设广西南宁生产基地,并于2025年9月启动一期项目建设。该基地将依托南宁面向东盟的区位优势,打造面向东南亚市场的食品供应链。

不过,海外业务在卫龙的收入版图上仍然很小。2026年上半年,公司海外收入约5900万元,同比增长10.3%,占总营收比例约1.59%。

北京商报记者 郭秀娟 王悦彤