

# 人工智能“国家队”扩容

## 中国平安、海康威视、360等十家公司入选

□本报记者 杨洁

8月29日,在2019年世界人工智能大会上,第二批“国家新一代人工智能开放创新平台”名单发布,依图公司、明略科技、华为公司、中国平安、海康威视、京东集团、旷视科技、360公司、好未来公司、小米公司十家公司入选。

人工智能“国家队”从五家扩充到十五家,将引领实体经济应用人工智能技术,实现新旧动能转换。百度、阿里云、腾讯、科大讯飞、商汤集团5家公司此前已入选。

### 发展人工智能“三步走”

“国家新一代人工智能开放创新平台”由企业申请、科技部评选,并向社会公布,入选企业均是各个领域具有代表性和带动作用的大型人工智能企业。

第二批入选的十家公司在不同领域各有定位。科技部宣布,将依托依图公司建设视觉计算人工智能开放创新平台,依托明略科技建设营销智能人工智能开放创新平台,依托华为公司建设基础软件人工智能开放创新平台,依托中国平安建设普惠金融人工智能开放创新平台,依托海康威视建设视频感知人工智能开放创新平台,依托京东集团建设智能供应链人工智能开放创新平台,依托旷视科技建设图像感知人工智能开放创新平台,依托360公司建设安全大脑人工智能开放创新平台,依托好未来公司建设智慧教育人工智能开放创新平台,依托小米公司建设智能家居人工智能开放创新平台。

我国人工智能发展顶层设计规划清晰。2017年发布的《新一代人工智能发展规划》,确立了我国人工智能发展三步走的目标。第一步,力争到2020年人工智能总体技术和应用与世界先进水平同步;初步建成人工智能技术标准、服务体系 and 产业生态链,培育若干全球领先的人工智能骨干企业,人工智能核心产业规模超过1500亿元,带动相关产业规模超过1万亿元。

第二步,到2025年人工智能基础理论实现重大突破,部分技术与应用达到世界领先水平,人工智能成为我国产业升级和经济转型的主要动力,智能社会建设取得积极进展。人工智能产业进入全球价值链高端。新一代人工智能在智能制造、智能医疗、智慧城市、智能农业、国防建设等领域得到广泛应用,人工智能核心产业规模超过4000亿元,带动相关产业规模超过5万亿元。

第三步,到2030年人工智能理论、技术与应用总体达到世界领先水平,成为世界主要人工智能创新中心。人工智能产业竞争力达到国际领先水平。人工智能在生产生活、社会治理、国防建设各方面应用的广度深度极大拓展,形成涵盖核心技术、关键系统、支撑平台和智能应用的完备产业链和高端产业群,人工智能核心产业规模超过1万亿元,带动相关产业规模超过10万亿元。

### 以应用为牵引

根据2019年8月1日印发的《国家新一代人工智能开放创新平台建设指引》(简称《指引》),符合申请条件、有意愿提供公共创新服务的建设主体,结合自身技术基础和发展定位,选定一个明确的具体细分领域,可撰写《国家新一代人工智能开放创新平台建设申请书》,通过依托单位自荐或所属省级科技主管部门推荐,择优向科技部申请。

《指引》对国家新一代人工智能开放创新平台的定位、建设原则等进行了明确。新一代人工智能开放创新平台是聚焦人工智能重点细分领域,充分发挥行业领军企业、研究机构的引领示范作用,有效整合技术资源、产业链资源和金融资源,持续输出人工智能核心研发能力和服务能力的重要创新载体。

《指引》强调,建设新一代人工智能开放创新平台要遵循四项原则,一是要以应用为牵引。以人工智能重大应用需求方向为牵引,依

托开放创新平台推动人工智能相关基础理论、关键核心技术、软硬件支撑体系及产品应用开发,形成具有国际影响力和广泛覆盖面的人工智能创新成果。二是要以企业为主体。鼓励人工智能细分领域领军企业搭建开源、开放平台,面向公众开放人工智能技术研发资源,向社会输出人工智能技术服务能力,推动人工智能技术的行业应用,培育行业领军企业,助力中小微企业成长。三是市场化机制。鼓励采用市场化的组织管理机制,依托单位应作为开放创新平台的资金投入主体,并通过技术成果转让授权、技术有偿使用等方式,为开放创新平台发展提供持续支持。四是协同式创新。鼓励地方政府、产业界、科研院所、高校等共同参与推进开放创新平台建设,通过人才、技术、数据、产业链等资源整合,构建开放生态,推动核心技术成果产业化。

科大讯飞董事长刘庆峰告诉中国证券报记

者,经过多年发展,2019年是人工智能价值兑现之年。人工智能产业化规模应用落地的机会比以前更多。公司将抓住机遇,科大讯飞人工智能战略2.0要实施更多技术创新探索。

2019年上半年,科大讯飞实现营业收入42.28亿元,同比增长31.72%;实现净利润1.89亿元,同比增加45.06%。公司将人工智能技术在消费者、智慧教育、智慧城市、智能客服、智能汽车、智慧医疗、智能家居等领域深度应用。

东兴证券认为,在ToB端,科大讯飞业务呈现出多行业、多领域覆盖态势,未来市场前景广阔;通过打造人工智能产品,科大讯飞在ToC端业务增长快。公司进一步升级新一代语音识别框架引擎,语音识别效果提升20%以上。科大讯飞已占有中文语音技术市场70%以上市场份额。

不少人工智能“独角兽”企业发展更趋成熟。旷视科技近日向香港联交所提交了上市申请文件。2016年-2018年,旷视科技营收分别为

6780万元、3.13亿元、14.27亿元,年复合增长率高达358.8%。2019年上半年,旷视科技营收为9.49亿元,同比增长210.3%,经调整净利润为3270万元。

### 软硬件一体化

人工智能发展离不开大数据、算法、算力三要素相辅相成。从入选国家新一代人工智能开放创新平台的15家企业来看,不少企业走的是软硬件一体化发展道路,优化算法的同时,通过硬件的强劲支撑提高算力。

华为公司构建了人工智能软硬件生态。公司拟建设基础软件领域国家新一代人工智能开放创新平台的任务。去年10月,华为便提出构建全栈全场景人工智能解决方案的战略设想。今年8月23日,华为正式发布算力最强的AI处理器昇腾910,同时推出全场景AI计算框架MindSpore。华为公司轮值董事长徐直军表

示,推出昇腾910、MindSpore,标志着华为已完成全栈全场景AI解决方案的构建,华为AI战略的执行进入了新的阶段。

担纲建设视觉计算领域国家新一代人工智能开放创新平台的依图公司,今年5月发布了自研的全球首款云端视觉AI芯片“求索”。依图公司CEO朱珑指出,打造“求索”基于“智能密度”的理念。对于人工智能芯片而言,智能密度意味着单位面积的智能算力,智能密度越高能完成的智能任务就越多越快。这款“求索”芯片专为视觉推理计算打造,计算能效比是英伟达图形计算芯片的5倍。

依图公司表示,依托先进的芯片设计及世界级算法的强大能力,视觉计算平台将建设开放的产业平台和生态体系,通过芯片-算法输出视觉能力,打造“即插即用”软硬件一体化套件,建立智能芯片、智能算法和智能产品开发者相互促进、相互竞争的良性生态。

# 人工智能产业将进入高速增长期

□本报记者 张兴旺

8月29日在2019世界人工智能大会上,各方专家指出,我国人工智能产业呈现出蓬勃发展的良好态势,部分关键应用技术跻身世界先进水平。人工智能将进入千行百业,解决垂直行业痛点的公司有机会成为伟大的公司。人工智能发展需要广泛调动产学研各界以及政府相关部门共同努力。



新华社图片

### 优化产业生态

腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾表示,腾讯在上海地区对人工智能、云计算、文化创意等领域大幅增加了投入,取得了一些新进展。

“全力支持上海建设人工智能创新发展高地。专注视觉研究的优图实验室和专注智能网络安全研究的科恩实验室都落户上海。”马化腾表示,全力支持上海打造全球电竞之都。腾讯电竞六大职业联赛以及超过50家腾讯电竞体系职业俱乐部均落地上海。此外,助力上海市数字政府建设,打造金融风险监测预警平台、智慧市场监管平台等项目。微软全球执行副总裁沈向洋则宣布,微软首个线下互动教育和线上课程双向资源相结合的微软人工智能商学院项目正式启动。在去年的首届世界人工智能大会上,微软公司宣布,微软亚洲研究院(上海)和微软-亿电人工智能创新院在上海成立。

据介绍,上海已经成为人工智能发展的领先地区之一,集聚了核心企业1000多家,落地了一批全球创新研发平台,智能芯片等重要产品成功问世,应用场景建设成为国内标杆。国家人工智能创新应用先导区等载体加快建设,人

工智能产业生态进一步优化。

我国人工智能产业不断向前发展。工业和信息化部副部长王志军指出,近年来我国人工智能产业呈现出蓬勃发展的良好态势。部分关键应用技术跻身世界先进水平,特别是图像识别、语音识别等应用技术处于全球领先水平。产业实力显著增强,全国人工智能企业超过千家,覆盖了技术平台、产品、应用各环节,形成了比较完备的产业链。京津冀、长三角、珠三角等地区人工智能产业集聚发展的生态格局初步形成。同时,行业融合应用不断深入。人工智能凭借其强大的赋能性,成为促进传统产业转型升级的重要驱动力,越来越多的制造企业开展生产线智能化改造,医疗辅助诊断系统已经进入医院,各领域“AI+”的新技术、新模式、新业态不断涌现,辐射溢出效应持续增强。

### 进入千行百业

红杉资本全球执行合伙人沈南鹏指出,把AI作为重要运用工具的公司越来越多。

马化腾表示,AI与各行各业日益融合。人工智能发展将带来以“AI+”为标志的普惠型智能社会。我国发展人工智能产业前景看好,人工智能产业规模未来10年将进入高速增长期。

目前AI与各行业结合形成的智慧制造、智慧医疗、智慧安防、智慧交通、智慧零售等全方位行业解决方案正在全国落地生根。

滴滴出行首席执行官程维指出,滴滴在思考用户背后的安全和提高服务。这背后人工智能是最重要的驱动力。“基于AI技术,可以给每个司机的驾驶行为做个性化安全报告,针对其不良习惯,个性化地给一些安全解决方案。”程维说,“应用这些技术,平台上交通事故发生率降低15%。”

“据统计,部署AI的中国企业从去年的4%上升到14%,全球人工智能市场规模较去年同期提升30%,AI驱动的智能世界加速到来。”华为常务董事汪涛指出,人工智能作为一种通用技术,与社会环境产生更多碰撞,相互促进。预测到2025年企业对AI的采用率将达到86%,人工智能将全面进入千行百业,与实体经济产生全方位碰撞。

“AI扎进了行业运用的厚实土壤。”沈南鹏表示,AI开辟了全新的产业图景,对传统行业的赋能显示出了巨大价值。随着算法、大数据、芯片等技术标准化程度越来越高,解决垂直行业痛点的公司有机会成为伟大的公司。

### 各方共同努力

“人工智能芯片是人工智能行业的垫脚石,未来发展取决于人工智能的落地情况,落地场景越多越复杂,运算量越高,对于芯片要求越高。”寒武纪创始人兼首席执行官陈天石表示,人工智能行业发展对于芯片产业是利好。

“企业要善于挖掘数据,再造工作流程,重塑员工技能,确定平台战略,并选择安全可以信赖的合作伙伴。”IBM大中华区董事长陈黎明指出,“科技发展迅速,四平八稳过舒服日子不现实。”

全球移动通信系统协会(GSM A)首席执行官霍夫曼则表示,“处于下一代工业革命开始的时刻,最关键的就是人工智能。”

科大讯飞董事长刘庆峰直言,“我们需要阳光健康的人工智能。人工智能发展应该遵循基本科技规律,并按照基本商业原则和逻辑,不能冒进忽悠概念。”沈南鹏认为,AI要以人为本,始终应该坚持服务于人、造福于人。

“AI治理紧迫性越来越高,我们在深化对科技价值观的思考。”马化腾表示,AI治理方面,以科技向善引领全方位治理,确保AI可知可控可用可靠,加强全球治理和合作是AI发展必不可少的一环。

# “五力”效应凸显 蒙牛迈进“要强式”高质量发展新阶段



蒙牛总裁卢敏在2019年蒙牛半年报发布会上讲话

2019上半年,蒙牛乳业再次交出一份让投资者满意的答卷。8月28日,蒙牛乳业(2319.HK)在港发布的2019年中期报告显示,公司2019上半年营收398.572亿元,同比增长15.6%;净利润20.769亿元,同比增长330%。营收和净利润均实现双位数增长水平。

这是刚刚度过二岁生日的蒙牛交出的一份优异的“期中”成绩单。也是卢敏管理团队交出的第三张漂亮的答卷。从2017年半年报营收同比增长802%,2018年上半年增长17.15%,到今年上半年增长15.6%,蒙牛在卢敏团队的带领下,经过三年修炼内功,稳扎稳打,以生产力、科技力、销售力、品牌力、向心力为动能的“五力”效应凸显,迈进“要强式”高质量发展新阶段,呈现出快、稳、全面、可持续发展的新特点。

### 布局奶源与产能 夯实强大生产力

业绩的稳健增长,离不开企业与市场供需的协

同发展。蒙牛总裁卢敏曾在多个场合强调,“得奶源者得天下”。财报上的漂亮数字,显示了蒙牛在奶源布局方面的长线发展智慧。

目前,蒙牛已完成多层次奶源战略布局。在新西兰,蒙牛设立了纯全苏苏羊奶牧场;在澳大利亚,蒙牛联手富源国际收购了出口导向型乳制品加工商Durga Foods;在阿勒泰地区,则建立了蒙牛瑞哺恩奶源的奶源牧场。在国内,蒙牛通过战略投资现代牧业、圣牧高科、京康牧业等,前瞻性地将奶源牧场布局。有了坚实的奶源基础,互联网+产能布局,蒙牛就形成了紧密供给与市场需求匹配的奶大生产力。据中期财报显示,到今年6月底,蒙牛全国生产基地有43个,新西兰生产基地1个,再加上去年年底正式运营的内蒙古生产基地,年产能达1027万吨。

同时,为了提高产能管理效率,蒙牛用智能化的手段推动奶源研发、原料采购、制奶、物流、销售全流程从传统模式向智能化、网络化升级。蒙牛通过结合MAP和LIMS系统,实现数据监控平台实时管控与预警,有效杜绝人为操作失误。

### 聚焦研发与创新 激发产业科技力

2019年半年报中的一个亮点,是蒙牛创新产品呈爆发式增长态势。如常品新品今年一月推出了首推燕麦风味酸奶、海盐焦糖可信方口味等;低温产品推出北欧式芝士风味酸奶、优益C推出全新百果口味等。几乎每个产品线都有新品不断推出。这背后,创新驱动研发或将成为蒙牛业绩增长的重要驱动力。

同时,蒙牛又先后与中国营养学会、中国保健协会、北京协和医院、内蒙古农业大学等国内科研机构建立或深化了战略合作,并和中国乳都呼和浩特联合启动中国乳业产业园项目,扎实推进研发创新工作。

目前,蒙牛已申请发明专利12200件,获批准1500件,多次获得权威奖项。

### 引领乳业新零售 升级渠道销售力

2019年,是“数改”和蒙牛总裁卢敏的第三个年头,也是第一个完整的财报年。经过这三年在供应链、组织建设、品牌建设和销售渠道大刀阔斧的改进,蒙牛实现了大跨步的发展。从2019年半年报来看,核心业务液态奶收入为331.030亿元人民币,较上年同期289.316亿元人民币有大幅增长;奶粉业务收入为42.373亿元人民币,而去年同期是28.465亿元。

卢敏表示,首先是“双轮驱动”,即通过智能化网络管理系统,打破了经销商与厂商之间的信息壁垒,进一步提升了蒙牛对经销商销售情况的了解,全面提升了经销商管理效率。目前,蒙牛已在全国推动了智网系统、零供通、诚信通等多个销售网络

渠道升级项目,并在海外市场进行试点推广。

其中,蒙牛2018年8月启动的智网系统,全面实现了经销商业务一体化,满足经销商多品牌经营特点,减少前端多系统投入,实现经销商全面业态、全渠道、全场景、全部门、全人员的业务覆盖。而在新零售B2B平台方面,蒙牛携手阿里家消费,充分发挥资源优势、品牌优势,通过线上线下数字化转型实现经营效率,加强蒙牛对渠道终端销售点的控制力,逐步推动实现高效公销,精准营销以及全域营销。仅2019年618活动期间零售电商平台销售额,就超过经销商1万架。

此外,蒙牛还通过店铺通项目完成渠道下沉上,有效推动销量高速增长,高速增长,丰富了经销商的渠道销售结构,提升销与传统市场的销售占比,带动和相互提升。据财报显示,截至今年6月底,“诚信通”项目覆盖了4000多个镇,增加了20多万个门店。

### 掌控文体大IP 跃升全球品牌力

蒙牛三年大跨步的成长,不仅反映在财务报表上,还体现在从“草原牛”走向“中国牛”再到“世界牛”的品牌力成长上。在2019 BrandZ™榜单上,蒙牛连续入选“最具价值中国品牌100强”,并摘得“品牌贡献总值”首位。

蒙牛的品牌力发展主要遵循两条路径:第一维度是品牌建设,以新品类带动整个蒙牛品牌知名度提升,同时通过不同产品品牌层次,丰富更多消费者;第二维度是品牌建设,主要输出整体品牌形象和价值,实现品牌全链路升级。两个维度相互促进,共同实现了蒙牛品牌力的全面提升。

了许许多多动人的经典案例。例如《网络及电视综艺节目品牌榜》(青春有你)、《综艺》(创造营2019)等。而蒙牛的品牌建设,也继续深化品牌国际化形象,借力文体IP营造蒙牛风采。2019年1月,蒙牛作为中国乳业仅有的代表出席世界经济论坛达沃斯年会。

### 打造“要强”文化凝聚员工向心力

从“产品等于人品”到“世界品质”,“财散人聚”到“天下要强”,蒙牛形成了一套传承创业精神和凝聚企业发展不断奋进提升的文化。文化要强,不仅是蒙牛世界品牌营销的一门功课,更是已成为蒙牛蒙牛机体的企业文化。

今年上半年,蒙牛启动“关键人才评价体系”,与业界一流的人力资源管理顾问机构合作,将蒙牛的人才评价与薪酬体系进行全新升级,进行系统化整合,并制定了《蒙牛管理者选拔晋升与任用办法》。

此外,今年蒙牛还实施了一系列举措,切实落实需求关爱计划,让全体员工都能在企业发展中拥有更多的幸福、获得感、安全感。蒙牛用实际行动,聚人心、聚人力,为企业的高质量发展打下了牢固的坚实基础。

卢敏表示,蒙牛近年来通过一系列改革创新举措,打造了以生产力、科技力、销售力、品牌力、向心力为支撑的发展引擎,推动“要强式”高质量发展成为常态。蒙牛管理团队相信,像“5G”技术将开启通信与制造业全新的发展时代一样,蒙牛高品质、大跨步的发展,也正在引领乳业行业向全球价值链高端攀升,步入“中国创造”向“中国创造”转变的黄金发展时期,将为把中国乳业打造一张闪耀的“国家名片”贡献决定性力量。