

赋能赋值赋智作用凸显

# 工业互联网与人工智能加速融合

9月6日，2025全球工业互联网大会在沈阳开幕。当前，人工智能发展从技术能力驱动转向需求应用驱动。站在人工智能浪潮的关键转折点，2025全球工业互联网大会以“人工智能+”为核心命题，充分展示我国工业互联网领域取得的重要发展成果。

业内人士表示，工业互联网是人工智能落地的关键载体，“人工智能+”在工业领域的应用将持续释放巨大的倍增效应。要抓住难得的历史机遇期，积极推动工业互联网与人工智能融合发展，充分发挥工业互联网的赋能赋值赋智作用，助力传统产业数字化转型及高质量发展。

●本报记者 宋维东



2025全球工业互联网大会现场

本报记者 宋维东 摄

## 深化双向赋能

工业互联网是新一代信息通信技术与工业经济深度融合的全新工业生态、关键基础设施和新型应用模式，是推动产业数字化转型的关键支撑，也是促进实体经济和数字经济深度融合、科技创新和产业创新深度融合的关键路径。近年来，我国工业互联网发展成效显著，政策体系持续健全，技术创新不断突破，生态建设日益壮大，赋能效应持续显现。

当下，人工智能技术正助推工业互联网迈向智能新阶段。工业互联网与人工智能的双向赋能效应不断增强。

一方面，工业互联网为人工智能提供了数据沉淀基础、场景数字化条件和算力等数字底座。特别是我国庞大的工业场景和数据资源潜能，有力推动了人工智能技术不断取得新突破。另一方面，人工智能正深刻影响着工业互联网发展，重塑工业互联网，推动企业实现数字化转型、智能化升级，助力企业和相应产业打造更强大的生态系统。

面对人工智能浪潮，国家也出台政策给予大力支持。国务院日前印发的《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》提出，鼓励有条件的企业将人工智能融入战略规划、组织架构、业务流程等，推动产业全要素智能化发展，助力传统产业改造升级，开辟战略性新兴产业和未来产业发展新赛道。

“要以时代化为内在动力，坚持协同联动，把握人工智能关键变量，实施工业

互联网和人工智能双向赋能行动。”工信部部长李克强在2025全球工业互联网大会开幕式上说。

在先进的人工智能技术助力下，工业互联网的赋能赋值赋智作用更加凸显。这一点在东北老工业基地表现得尤为突出。

以辽宁为例，作为工业大省，辽宁实体经济特别是制造业数字化、网络化、智能化发展需求迫切、空间广阔。同时，辽宁产业门类齐全，发挥好工业互联网的创新驱动作用，加快新技术应用、新模式推广、新业态培育意义重大。

近年来，辽宁凭借丰富的科教资源、场景资源，围绕相关技术研发持续用力，突破了一批关键技术并实现规模化应用，助力老工业基地转型升级。

以特色纺织产业为例，辽宁积极推动特色纺织产业大脑建设。该产业大脑以“大算力、大数据、大模型”为驱动，以丹东为起点，汇聚全省上下游企业，打造覆盖政府治理、产业协同与企业服务的智能平台。

其中，特色纺织产业链呈现了从上游原材料供应到中游生产制造、再到下游消费流通的完整链条，清晰展示了各环节的关键主体、技术路径和价值流动。完善的产业大脑，有力推动了辽宁纺织产业向智能化、绿色化、高端化升级。

## 深入探索实践

在沈阳举办的全球工业互联网大会，自2024年起移师中国工业博物馆。在此前，活动地点都设在沈阳新世界博览馆。

中国工业博物馆见证了我国近现代工业历史，同时也是沈阳老工业基地的时代缩影。2025全球工业互联网大会以“数启新章·智造新质”为主题。因此，在中国工业博物馆举办工业互联网大会别具意义，充分展示了在历史与新质的交融中传统工业与现代技术融合共生的生动局面。

中国证券报记者在大会展馆中看到了各企业在工业互联网与人工智能深度融合方面的探索实践。

在中国联通展区，企业展示了诸多智能应用。以元景装备制造行业应用为例，该应用基于联通元景大模型能力体系，针对装备制造行业产品设计制造运维等痛点需求，搭建了行业高质量数据集与语料库，研发了多个应用场景垂类大模型；同时，打造装备产品设计制造与运维全流程协同平台，实现全过程场景应用创新示范，推动装备制造行业智能化转型。

在新松机器人展区，一台会接水的机器人吸引了不少人注意。相关工作人员介绍，这台智能类人双臂平台基于多模态大模型交互技术，自主规划、执行饮水机接水全流程作业，展现了脑、眼、双手精确协作的能力。

值得一提的是，该机器人本体、底层控制系统为自主开发，关节、控制器等核心零部件为自主设计，这为构建顶层智能系统奠定了基础。平台化设计易于针对特殊需求进行定制化改造和持续升级迭代。此外，具身智能系统赋予该机器人感知所处环境、理解自然语言的能力，实现多模态感知，能有效提升指令理解、任务规划能力，适配生活服务、工业制造等多

种工作环境。

## 上市公司积极布局

近年来，在政策、市场、技术等因素综合推动下，工业互联网发展迅速。面对智能化升级大势，上市公司积极布局，用“数”赋能、以“智”驱动。

以华泰股份为例，这家主营造纸和化工业务的企业，通过产业大脑建设，推动产业数据化升级，实现产业链一体化发展。日前，华泰股份“瞬捷云链造纸产业大模型”通过国家权威机构能力认定评测。

该大模型是华泰股份依托工业互联网、人工智能和大数据技术打造的行业级智能化解决方案。这一模型对造纸产业从原材料采购、生产制造、产品销售到仓储物流、资金流转等全链条核心节点进行了精准建模，通过构建智能制造、智慧供应链、智慧营销、智慧仓储、智慧资金链等多个维度的大模型算法体系，实现了对造纸产业生产经营、管理决策、创新服务等层面的即时预测与智能洞察，进一步提升生产效率，降低运营成本。

华泰股份的探索实践并非个例。越来越多的企业加快推动工业互联网与人工智能深度融合，并从中尝到甜头。

春风动力9月4日在回复投资者提问时称，公司工业互联网平台已具备全球研发在线协同能力。公司对经验库的沉淀与私有模型构建也在推进，基于AI大模型能力向下重构自有垂直领域模型，覆盖研发、服务、营销、制造、供应链协同、质量等各业务领域。

米奥会展董事长潘建军：

# 用AI重塑会展价值 助力企业出海办展

●本报记者 罗京

在海外展会的洽谈区，一名外贸业务员戴着轻巧的AI眼镜，正与外国客户顺畅交流——对方话音刚落，耳机中已实时传来清晰的中文翻译；洽谈结束的瞬间，会议纪要自动生成，外贸开发信初稿也同步就绪。这并非虚幻场景，而是米奥会展当下面行的真业务场景。

从前端的语言沟通、客户对接，到后端的展后跟进、订单转化，AI正穿透会展行业的每一个核心环节。“国内会展业已迎来‘AI革命’。”米奥会展董事长潘建军接受记者采访时表示，公司通过数字化以及AI慧展系统实现展会业态创新：颠覆传统展会“守株待兔”和三天展会“开盲盒”的范式，赋能企业出海。

## AI破解行业痛点

国内企业出海办展，最大的阻碍是什么？在潘建军看来，语言障碍只是表层问题，更深层的核心痛点在于效率瓶颈。

“语言不通会直接错失潜在商机，展会现场客户信息繁杂难以及时记录，粗放的客户管理又会拖累后续转化；再加上不少商务人员缺乏海外实战经验，海外商旅面临签证、交通等诸多不便——这些痛点交织在一起，严重制约了企业国际化拓展的效率与实际成效。”潘建军向记者解释道。

针对这些行业痛点，米奥会展构建了一套“硬件+软件”深度协同的智能出海解决方案——以AI眼镜为现场交互载体，搭配AI慧展系统，实现全流程数字化管理。

与市面上聚焦消费端的AI眼镜不同，米奥会展的AI眼镜瞄准企业级用户及出

海展会场景的特殊需求。“会展现场往往环境嘈杂、网络信号不稳定，工作人员还需同时处理接待、沟通、记录等工作。”潘建军进一步解释道，“我们的智能眼镜不仅支持128种语言（尤其覆盖外贸高频小语种）的实时音频翻译，还针对弱网络、高噪音环境做了专项声音优化，保证10小时续航无忧。”

“我们不做‘炫技式AI’，要做能真正落地、解决实际问题的AI。”潘建军举例说，“当参展商扫码完一位莅临展台现场的买家之后，就能直观看到当前买家的公司和职位信息，参展商继续使用AI眼镜与其交流和沟通，眼镜实时翻译并产生沟通记录，记录包括合作内容、技术参数、付款条款等细节。展商在忙完一天的展会工作回到酒店后，一封包含对方公司名称、合作联系人、合作意向及适配问候语的外贸信已在系统后台自动生成。无需忙碌就能轻松将白天的沟通细节和待办事项发送给客户。这就彻底颠覆了展商‘白天参展、深夜整理写信’的传统困局。”

潘建军透露，在6月举办的2025印尼雅加达国际工业周上，米奥AI眼镜累计翻译时长超9000分钟；参展商东莞市黑豹电子科技通过AI眼镜与当地买家深入沟通半小时，当场成功敲定多台设备订单。此次工业周还首次落地全球首个展会场景外贸信AI Agent，累计自动生成定制化邮件2万余份，直接推动买卖对接率突破50%。

## 持续加码技术研发

### 实现参展全链条智能化

如果说AI眼镜是外贸人在展会现场的“感官延伸”，那么米奥会展打造的AI慧展系统，便是支撑业务决策的“智能大脑”。米奥会展AI解决方案的稳定落地，离不开公司对数字化的前瞻布局。早在2017年，米奥会展就已启动会展数字化研发。彼时这一决定还引发过内部争议：研发投入

会挤压短期利润，甚至可能拖慢IPO进程。然而，潘建军始终坚定认为：“不做数字化，企业迟早会被时代淘汰。没有扎实的数字化基础，AI就是空中楼阁。”

前瞻性布局让米奥会展在前几年线下展会停摆时得以快速破局：2020年春节期间，公司迅速响应外部环境变化，上线了线上会展系统。“如果没有前几年的数字化积累，我们不可能在短时间内拿出成熟的一线方案。”潘建军坦言。而海量动态数据的沉淀，也为如今AI技术的深度落地铺平了道路。

在研发上，米奥会展始终保持较高的投入。2020年至2024年，公司研发投入累计超9000万元；2025年的研发预算更是达到2000多万元，持续加码AI与大数据技术研发。

为进一步提升技术实力，米奥会展还积极展开外部合作。2024年9月，米奥会展与新加坡国立大学重庆研究院正式签署战略合作协议，双方聚焦外贸B2B供需匹配的AI技术研发与应用。其中，“AI慧搜”便是双方联合研发的核心成果——它依托米奥会展在对外贸易数字化领域积累的海量动态买卖数据与交易匹配模型，通过个性化搜索与推荐算法，实现观众与展品的精准匹配，让企业能更高效、更精准地触达潜在客户。

“未来的会展行业，必然是数据与AI双轮驱动的行业。”潘建军表示，“米奥会展作为国内会展行业的龙头企业，在数字化与AI布局上走在前列——我们做这些不仅是为服务自身客户，更希望带动整个行业共同发展，形成更大的市场生态，最终让每一家出海企业都能真正‘懂交流、会沟通’，在国际市场上更具竞争力。”

## 中兴商业：创新驱动 特色化路径成突围密钥

●本报记者 宋维东

中兴商业相关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示，今年以来，中兴商业在营销策划、导流扩销、会员管理、服务升级、品牌合作、拓展首店经济等方面持续加大创新力度，特色化发展策略得到有效贯彻落实并取得重要成果，上半年经营业绩稳健增长。下一步，中兴商业将继续强化创新引领，在供给端持续发力，用特色化的产品与一流的服务不断提升获客能力，保持经营向好态势，圆满完成全年目标任务。

## 多元化创新

刚过去不久的七夕节，中兴商业人潮涌动，除满减、抽奖等传统优惠活动外，公司还举办了“音乐派对”“萌宠驾到”等形式新颖的时尚活动，得到了消费者广泛好评。

七夕特别活动并非个例。中兴商业近年来每年都会针对各个节日举行专属活动，开展精准营销，推动业绩增长。今年上半年，中兴商业高频推出了10档促销活动，经营业绩与场景创新取得双重突破。

“我们以传统节日、法定假日、社会热点节日为契机，充分发挥品类全、品牌多的优势，线上线下深度融合，精准营销，高效宣传。”该负责人说，“公司顺应市场形势，遵循市场规律，捕捉热点流量，创新营销赛道，深入挖掘政府、品牌及异业资源，形成了强引流营销活动矩阵，有效拉动客流增长。”

作为创新型零售行业的杰出代表，面对新机遇与新挑战，中兴商业大力推动多元化创新，积极打造购物、餐饮、社交、娱乐等“一站式”服务新地标，满足全方位消费需求。首店经济、赛道经济等全面激活了公司经营活力，推动更多知名品牌首店、首展、首秀成功进驻，丰富演艺、文博、运动等多元体验场景，主题式商业发展势头强劲，创新式的营销模式效果显著。

中兴商业大力推动导流扩销，发挥自媒体上传播优势，推进视频内容及运营模式创新升级。今年，中兴商业在稳固美妆直播基础上，不断拓展内外部优质货盘，丰富店铺经营品类；开展“直播间自播”和“达人逛店”直播，策划本地生活引流活动，利用短视频平台公域流量引客到店；全面推动“中兴大厦+”小程序迭代升级，以会员服务为中心，以私域运营为重点，完善服务功能，培养会员线上习惯。

中兴商业推动会员管理精细化，为吸引全省人来购物，专门策划“票”亮工程，为外地会员报销饭票、油票、车票等“三票”，有效拉动外埠会员量增长；通过CRM系统和大数据分析，完成精准宣传推送，实现打通品牌、打通上下、打通个体、打通异业的效果。公司按照“后勤服务一线、商场服务品牌、员工服务顾客、服务创造未来”的服务总要求，积极创新服务管理，开展“服务顾问”晋升工作，将“好感觉”服务融入日常、贯彻始终，调动员工服务积极性，进一步塑造“你+我家，中兴大厦”的家庭型消费文化，持续增强顾客忠诚度和消费转化率。

## 推动特色供给

作为人气高、现代化、多功能、一站式服务的大型商业综合体，中兴商业扎根沈阳、辐射东北近38年，拥有较高的社会公认度和品牌知名度。

这些年来，零售行业发展呈现诸多新变化，线上消费愈加普及，消费者个性化、多样化需求不断增多，社区团购、折扣店等新兴业态崛起等，给传统零售行业发展带来新课题。新变化要求零售企业要有新思路、采取新策略，快速适应变化的市场。

“面对百货零售行业新趋势，公司主动出击，多措并举，从实体空间、业态组合、商品品类与战略定位等维度进行系统性升级，加速传统卖场转型升级。”中兴商业上述负责人表示，“在转型升级过程中，公司着力提升商品力，做好‘特’字文章，重视调改升级和体验感升级，对旧的发展模式迭代升级，实现自我革新。”

以提升商品力为例，中兴商业以特色化为引领，创新品牌合作模式，联合各大品牌商深度挖掘首店经济潜力。凭借优异的经营业绩与良好的商业信誉，各品牌商回馈中兴商业最大信任，将旗舰店、概念店等布局于此，有力提升了中兴商业差异化竞争实力，进一步扩大了特色化竞争优势。

“公司持续关注头部品牌、导流品牌、新兴品牌，挖掘首店经济潜力，完善业态布局，优化品牌组合。今年上半年，引进了‘朱炳仁·铜’等多家辽宁首店及完美影城等多家沈阳首店，为消费者提供多元购物体验，进一步提升了中兴商业的知名度和影响力。”该负责人说。

“发展首店经济是双赢之举。”该负责人表示，中兴商业与众多优秀的集团化供应商、品牌商建立了互惠互利、合作共赢的伙伴关系，合作深度、广度不断拓展，全方位培育、扶持品牌做大做强。

“未来，公司将充分发挥自身在品牌资源、渠道资源、消费者洞察等方面的优势，探索更多新业态、新模式，拓展更多新消费场景和渠道，进一步深化与各大供应商、品牌商的合作，扩大差异化竞争优势，更好地满足消费者新需求。”上述负责人说。

## 提升业绩水平

近年来，中兴商业管理水平不断提升，应对市场变化的能力进一步提高，取得了显著的发展成果。

“今年以来，公司以新零售、新消费为契机，在经营、管理、服务、文化等方面不断创新，线上线下全渠道融合发展，打造了以恐龙博物馆为代表的一系列特色项目，在首店经济、赛道经济、‘文博商旅’融合等方面进行了诸多探索实践，积累了宝贵经验，增大了客流量，提升了销售量，企业创效能力不断提升。”该负责人说。

今年上半年，中兴商业归母净利润同比增长25.08%，继续保持稳健增长态势。

“公司将认真总结上半年工作经验，发挥自身综合竞争优势，抓住中秋、国庆等节庆时点，进一步提高营销策划能力，继续开展系列特色活动和营销活动。”上述负责人表示，要通过特色的产品服务供给、丰富的品牌资源、一流的服务与消费者建立更强的心理认同，培育竞争新优势，推动公司经营业绩不断提升。