

# AI智能体应用加速落地

今年以来,从中央到地方,对培育具身智能、发展智能机器人等作出一系列部署。伴随着技术日新月异,机器人走进你我的生活已不再遥远。

随着大模型的持续突破,AI智能体热度持续提升。今年以来,从初创企业到科技巨头纷纷加快布局,智能体应用场景持续拓展。北京、上海等地相继出台政策,为智能体发展注入新动能。什么是AI智能体,它可以做什么? AI企业为何纷纷布局智能体? 发展智能体需要注意什么问题?

## 多主体布局智能体

通常认为,AI智能体(AI Agent)是在特定环境中能够自主感知、思考和行动的一种高级的人工智能系统,它能够理解、学习和推理,以执行复杂任务和作出决策。目前,智能体在内容创作助手、知识问答助手、智能助理、AI搜索等场景中已实现应用。

“广义上看,AI智能体是一种能够深度思考、自主规划、作出决策并深度执行的智能应用,但在实现过程中,每个厂商和产品会根据用户人群和使用场景进行不同的变化和组合。”阿里巴巴旗下AI应用夸克的相关负责人说。

今年以来,各家公司接连推出集聚各自优势特长的智能体产品。国产大模型团队 Monica 发布了通用AI智能体产品 Manus,并宣布与阿里通义千问团队正式达成战略合作。智谱AI发布AI智能体产品 AutoGLM 沉思,推动AI智能体进入“边想边干”新阶段。夸克以“AI超级框”形态打造超级智能体,在搜索、浏览器、扫描、拍题等领域具备优势。联想集团在武夷山、宜昌等城市相继落地“城市超级智能体”,为千行百业和用户提供定制化“人工智能+”引擎。字节跳动 Agent 产品“扣子空间”新近开启内测。

目前的智能体可以做什么? 中国信息通信研究院云计算与大数据研究所副所长栗蔚表示,目前看来,在企业级应用方面,可以应用智能体推动企业降本增效和数据驱动决策的进一步实践。比如,在物流行业,智能体结合仓储机器人,实现自动分拣、路径规划,降低分拣错误率,提升仓库吞吐流转化率;在人力资源领域,部署在云端的智能面试官可弹性扩展处理海量视频面试数据,利用云GPU加速的多模态分析评估候选

人匹配度,不仅将HR初筛效率提升80%,还通过云端持续学习机制不断优化评估模型,避免人为偏见。

在消费级应用方面,栗蔚认为,智能体聚焦为个人提供场景化服务和个性化体验。例如,快消行业的智能营销引擎运行在云端,通过实时分析用户行为数据流,动态生成千人千面的推荐策略和宣传内容;智慧家居场景中的云边协同智能体,将用户习惯数据上传至云端训练个性化模型,再通过边缘计算节点实时调控家庭环境设备,自动优化温度、灯光、通风等方面的家居环境。

简而言之,智能体的发展会重塑人、AI工具、任务的关系。阿里巴巴集团副总裁吴嘉日前表示,很多人说在AI时代要把所有产品重新做一遍,其实真正内涵是,为了让AI更好地使用工具,要把这些工具重做一遍,“AI使用工具,而人使用AI”。

## 向商业化落地演进

在技术迭代与市场需求升级两大因素的驱动下,创业公司、互联网大厂相继布局智能体产品和智能体开发平台。底层技术突破与产业价值释放的双向共振,正在催化智能体从技术概念向商业化落地加速演进。根据赛迪顾问测算,未来5年,全球AI智能体市场规模将以超过40%的年均复合增长率保持增长。

政策东风加速产业进程。4月8日,北京市经济和信息化局印发《北京市关于支持信息软件企业加强人工智能应用服务能力行动方案(2025年)》的通知,提出支持通用智能体发展,支持创新主体开发跨领域、多任务、自规划的通用智能体,对已取得生成式人工智能产品服务上线批号、首次各类应用商店上架的通用智能体,优先协调算力保障,并对运营服务中调用算力和模型成本给予最高不超过3000万元支持。

4月21日,上海市经济和信息化委员会发布《关于开展2025年新一代通用人工智能创新任务揭榜挂帅工作的通知》提到,探索复杂开放环境下有机协同异构异质的众多智能体,并实现可持续的群智涌现问题,攻关多智能体系统与优化决策技术、无人集群系统技术、群智软件技术和群智联邦学习技术等关键技术。

在个人应用方面,夸克运用自身技术能力,帮助实现用户广泛场景的需

求。“夸克用一个极简的‘AI超级框’,去做一个个人的全能助手。”吴嘉表示,未来人类本身不再需要直接使用搜索等工具,而是把完整的任务指令直接交给AI,AI会思考、执行,完成最终的任务交付。智能手机在智能体加持下也更懂人类。据悉,荣耀YOYO智能体目前能够完成600项需求意图理解、950项个人习惯记忆、270项复杂任务规划,点咖啡、查询或取消自动续费、生成证件照等操作都可以通过一句话实现。

在赋能企业方面,火山引擎通过HiAgent平台,为多个行业客户提供了多款AI智能体解决方案。“金融行业中,智能体在客户服务、财富管理、展业助手等场景进行相关尝试和探索;医疗行业中,智能体在智能导诊、院内服务、患者健康管理等场景进行相关尝试和探索;教育行业中,智能体在校园百事通、教师课件助手、科研助手等场景进行相关尝试和探索;制造业中,智能体在设备维修助手、研发助手、具身智能等场景进行相关尝试和探索。”火山引擎相关负责人表示。

在智慧城市领域,近日,联想集团在武夷山、宜昌等城市落地“城市超级智能体”,采用“1×N智能体方案”,即一个超级智能体与多个领域智能体协同工作的模式,将AI能力输送给城市的各行各业和市民游客,实现从政务到民生、产业的全面智能化,以小场景混合形成大场景,推动城市智慧化发展。“智能体通过‘扬长补短’的方式,不仅保留了大模型强大的数据处理能力,同时引入了自我边界判断、主动感知、复杂任务分解和记忆机制,使得人工智能更贴近人类智能的实际应用场景。”联想集团高级副总裁、中国方案服务业务群总经理戴炜说。

赛迪顾问大数据与人工智能产业研究中心分析师韩子哲表示,智能体的自主决策能力和工具调用能力,使得AI不再是孤立的技术模块,而是能够深度嵌入企业运营系统的“生产力单元”,有望解决传统AI应用场景碎片化、投入产出比低等问题,这将推动AI技术在产业侧的应用落地。

## 关注多种挑战风险

当行业一拥而上涌向智能体时,技术挑战与多种风险也随之而来。首先需要警惕的就是“伪智能

体”。栗蔚表示,随着智能体概念热度的攀升,市场上涌现出一批打着智能体旗号的“伪智能体”,不少公司将传统的技术、现有的产品包装或贴牌成智能体,通过营销策略进行宣传,误导用户。

其次需要关注技术瓶颈。韩子哲表示,要关注智能体认知可靠性的技术瓶颈,包括机器幻觉、决策黑箱等问题,这是保障智能体可信决策的技术基础。栗蔚表示,AI智能体高度依赖大语言模型,但其生成内容的准确性、上下文理解能力仍不能满足生产级场景的应用需求,机器幻觉问题的存在可能导致金融、医疗等高风险领域的决策失误。

再次是成本问题同样需要关注。使用智能体在执行大型复杂任务时,Token的消耗量显著上升。比如,Manus将推理成本控制在OpenAI旗下智能体DeepReaserch推理成本的十分之一左右,每个任务仍需消耗50万至200万Tokens,“随着用户量和用户使用量增加,算力资源的指数级增长是智能体落地不可避免的成本投入。而超大规模GPU集群的算力需求远超传统数据中心的调度能力,需依托AI云、算力互联网等新型算力互联调度架构实现高效低成本算力调用。”栗蔚说。

最后要关注技术生态与协作标准化问题。技术生态与协作标准化问题是决定AI智能体规模化落地和跨场景协同能力的关键。然而,当前协议标准“多强混战”,尚未形成统一标准,协同效率未能有效提升。韩子哲认为,行业用户需重视内部高质量数据集的构建,基于业务场景沉淀数据,以高质量数据驱动智能体的优化,再反哺业务价值提升,从而形成良性闭环。栗蔚建议,行业亟需构建类似互联网协议簇的统一标准,优化多智能体架构释放协同潜力,共同推动AI智能体从“单点突破”迈向“生态繁荣”。

从技术验证迈向规模化落地关键期,AI智能体发展与我国经济社会数字化转型需求高度契合。面向未来,需统筹技术创新与治理体系建设,在夯实自主可控技术基座的同时,推动产学研用协同攻关,探索智能体技术与实体经济深度融合的可持续模式,为数字时代生产力跃升注入持久动能。

(中国经济网)

## 切勿脱离平台进行私下转账交易

市场监管总局、中消协联合发布直播带货消费提示

近期,国家市场监督管理总局和中国消费者协会联合发布直播带货消费提示,提醒消费者科学认知、理性消费,帮助广大消费者规避消费风险,维护自身权益。

网络直播带货作为一种新兴消费模式快速发展,在为消费者提供便利的同时,也出现了虚假宣传、商品质量参差不齐、售后服务缺失等问题。通过直播平台选购商品需要注意什么?

选择正规直播平台购物。选择信誉良好、资质齐全、消费者评价较高的正规平台进行消费,核实商家的营业执照、经营资质等信息,确保其合法合规。警惕通过个人社交账号、临时链接等非正规渠道进行的交易,不要轻信和点击来源不明的购物链接。建议全程在直播平台内置购物系统完成交易,切勿脱离平台进行私下转账交易。

理性对待直播营销话术。警惕“全网最低价”“限量秒杀”“5秒下链接”等宣传,通过第三方比价工具核实历史价格,谨防虚标原价陷阱。不轻信“百分百正品”“特效保证”等绝对化承诺,要求主播出示商品检测报告、授权证书等证明文件。注意识别“刷单炒信”行为,综合查看商品详情页参数、用户真实评价等多维度信息。避免因支持“偶像”“家人”等情感因素冲动消费。

重点品类审慎选购。选购保健食品时,要通过正规渠道,并认准产品包装上的保健食品“蓝帽子”标志,核对保健食品注册号/备案号,根据保健食品的保健功能、适宜人群、不适宜人群等信息科学选择,谨防虚假夸大宣传。选购跨境商品时,要清楚我国对跨境电商零售进口商品实行正面清单管理,正面清单目录内包括酒、饮料、调味品、食用油等食品。根据相关法规,跨境电商零售进口食品原产地有关质量、安全、卫生、环保、标识等标准或技术规范要求,可能与我国标准存在差异,消费者自行承担相关风险。尤其是宣称“功能”的进口食品,其管理方式可能与我国不同,应谨慎购买。

留存完整消费凭证。在购买商品和服务时,应注意留存完整的消费凭证。使用平台录屏功能保存商品宣传全过程,重点记录质量承诺、售后服务等关键内容;妥善保存订单详情、支付凭证、物流信息等电子证据,对重要信息进行截图备份;通过平台官方渠道与客服沟通,文字聊天的记录需完整保存,电话沟通应录音存证;签收商品时要谨慎,特别是易碎、贵重物品,要当场查验外观及基本功能,必要时需全程录像。

依法维护自身权益。根据消费者权益保护法,除定作、鲜活易腐等特殊商品外,网购商品均享有七日无理由退货权。若商家设置“不退不换”等霸王条款,可依法主张权益。如果发现商品存在质量问题,及时通过平台维权通道发起售后申请;如果遭遇虚假宣传或消费欺诈,可通过智慧315投诉平台或者热线电话010—63281315向消协组织投诉,也可以向有关监管部门举报。对于金额较大、涉嫌刑事犯罪的案件,应向公安机关报案并提交相关证据。

(人民网)

## 进口消费品市场红利加快释放

日前,国内首个聚焦消费品进口价格变化的专业指数——《中国进口消费品价格指数》正式发布。

数据显示,3月中国进口消费品价格指数呈现环比、同比双增长态势,当月环比价格指数为107.2,上涨7.2%,同比价格指数为105.2,上涨5.2%。

“总体看,一季度,我国消费品进口延续了此前的增长态势。”商务部研究院学位委员会委员、二级研究员白明表示,进口消费品作为驱动消费升级的重要力量之一,正快速融入中国消费者的日常生活。从食品、化妆品、保健品到电子产品、汽车、奢侈品,进口消费品种类已覆盖居民生活的各个领域,对居民消费结构的优化和生活质量的提升,产生了重要影响。

## 扩大消费品进口意义重大

在经济全球化新形势下,推动进口发展对于我国消费升级、嵌入全球产业链及供给侧结构性改革意义重大。

“在进口快速增长的过程中,消费品进口占据着独特且关键的地位。进口消费品增长是国内市场潜力释放的重要体现,也是消费升级的必然结果。”对外经贸大学国际贸易系主任判然说。

扩大进口不仅是高水平开放的重要内容之一,也已上升为国家战略。近年来,我国消费品进口呈现出平稳增长态势。迄今为止,我国

连续举办了7届中国国际进口博览会,与30个国家和地区签署了23个自由贸易协定,在全国范围内设立了43个进口贸易促进创新示范区。

据海关统计,2024年,我国进口规模达18.39万亿元,连续16年稳居全球第二大进口国地位。“去年以来,我国消费市场平稳增长,许多民生消费品进口需求较为旺盛,特别是受元旦、春节等节庆消费带动,去年12月份我国进口消费品总额达1678.2亿元,创下近21个月新高。”海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良说。

“进口消费品价格指数的波动与上述变化呈现出正相关性。”中国进口消费品价格指数编制方、大连瀚闻资讯负责人童友俊分析认为,消费品进口一方面增加了国内供给,丰富了消费者的选择,更好满足了人民群众个性化、多样化和高品质的消费需求;另一方面也有助于培育国内消费者的新需求,激发新的消费潜力,最终实现以需求引领创新、以创新引领供给的良性循环。

对外经贸大学原副校长、中国对外经贸统计学会专家委员会主任贾怀勤表示,消费品进口有助于构建“双循环”发展格局,通过加快消费品贸易自由化和贸易政策衔接国际贸易规则,逐步消除国内外市场

的制度性障碍,促进畅通连接。未来,通过进一步扩大消费品进口,将促进产业链供应链的深度融合,实现国内国际双循环的相互促进。

## 跨境电商进口成增长引擎

一直以来,我国居民消费价格指数(CPI)未将进口消费品作为独立监测维度,导致其价格变动淹没在整体数据之中,无法单独反映这一市场变量的动态特征。在国际贸易形势复杂多变、进口消费品价格波动日益频繁的背景下,编制进口消费品价格指数十分必要。

“事实上,进口消费品价格指数作为衡量一国进口商品价格变动的关键工具,被国际组织、欧美等国家广泛用于对进口商品价格变动的跟踪。”上海对外经贸大学经济统计系主任吴开尧说,中国进口消费品价格指数基于海关CIF(成本+保险费+运费)总价及数量编制完成,通过覆盖七大类、1831个HS编码细分商品的科学架构,构建起“吃穿住用行娱”六大消费领域的全景视角,填补了我国进口消费市场价格监测的空白,为政策制定、高校科研、市场消费等提供了重要参考。

从首期中国进口消费品价格指数看,受上游原材料价格波动与季节性消费驱动,“穿用娱”价格上涨,

“吃住行”价格有所下调。其中,纺织制品、服装产品、鞋帽配饰类消费价格指数环比上涨7.8%,肉禽蛋奶、果蔬粮油、烟酒饮料等环比价格下降2.2%。

对此,童友俊表示,纺织制品等价格波动突出,主要受国际棉价大幅上涨影响,生产成本显著推高。随着天气转暖市场供应增加,部分鲜活食品和蔬菜水果大量上市,价格有所回落。在以旧换新等政策加持下,电器、家具等进口产品价格跌幅较大,从侧面反映出国内品牌市场份额的加大和产品竞争力的提升。

值得关注的是,近年来全球产业链、供应链、服务链和价值链加速重构,以跨境电商为代表的新业态新模式迅速兴起,成为驱动外贸增长的新引擎。2024年,我国跨境电商进出口增长10.8%,占整个进出口的比重提升到6%,更多优质产品更加便捷地直达海内外消费者。其中,跨境电商进口增速持续高于整个进口增速。

更多的政策利好还在释放中。4月25日,国务院批复同意在海南全岛和秦皇岛等15个城市(地区)设立跨境电商电子商务综合试验区。专家表示,作为全面深化改革开放的前沿阵地,海南自由贸易港已实施“零

关税”“加工增值30%免进口关税”等政策,此次叠加跨境电商综试区功能,进一步强化了其作为中国连接东南亚市场的枢纽地位,特别是通过“保税+跨境电商”模式创新,为进口商品供应链优化提供了绝佳试验田。随着政策红利的不断释放,海南有望成为全球跨境电商进口的核心枢纽和新高地。

## 从规模扩张向质量升级

今年一季度,我国货物进口额达4.17万亿元,同比有所下降,但消费品进口保持平稳。专家认为,在进口缓慢恢复的同时,进口消费品的结构性变革正在加快——

品类需求分化加剧,民生必需品与高端消费形成进口消费品市场的“双轮驱动”。据不完全统计,肉类、水果等基础品类的进口增速近年来稳定在8%左右,而医疗美容设备、艺术品等高端品类的进口消费复合增长率突破25%。以母婴市场为例,来自欧洲的有机奶粉及日本低敏辅食产品进口占据高端市场40%以上的份额。据三亚国际免税城数据,单价超5000元的美容仪复购率持续两位数增长。

数字技术重塑贸易生态,新消费场景不断出现,贸易效率进一步提升。近年来,京东国际、淘宝等平

台企业借助数字技术,构建起多品类覆盖和精准运营推送的消费品进口新生态,引导消费者从“稀缺性消费”转向“品质生活投资”,同时通过“保税仓储”“前置仓”等方式,让消费品进口更加高效便捷,带来了消费体验的大幅提升。

区域供应链深度重构,进口替代效应加速显性化,制度创新释放新红利。今年以来,我国从美国市场进口份额虽有所减少,但东南亚和中东地区成为进口市场的新增长极。目前,我国关税总水平已从2010年的9.8%下降至2024年的7.3%,接近发达国家平均水平。随着RCEP落地实施,推动了东盟等特色商品进口关税再次下降。此外,跨境电商进口商品清单已扩至1476项,准入审批时限压缩60%。一系列制度改革创新,带来更低的进口成本,让中国消费者得到更多实惠。

进口消费品市场从规模扩张向质量跃升的转变,既是国际经贸格局调整的内在要求,也是消费需求迭代的必然选择。“今年的进口增长空间还是很大的。不仅仅是因为我国市场容量大、梯次多,蕴藏巨大潜力,更重要的是我们发起积极主动扩大进口,与世界分享中国发展带来的机遇。”吕大良预测,到2030年,仅自发展中国家累计进口就有望超过8万亿美元,中国大市场将为全球市场提供更大机遇、更多选择。

(经济日报)