

把人工智能“种”进供应链：链博会中的“讯飞样本”

■ 何鸣



智能汽车座舱里，用户随口一句“我有点热”，系统不仅能自动调节空调，还会主动询问是否需要调整座椅通风；一副看似普通的眼镜，能让说中文的商务人士与讲英语的客户无障碍面对面交谈——这些场景背后的技术，早已不是实验室里的概念展示，而是正在量产和规模化应用的真实能力。

在第四届链博会上，连续两年参展的科大讯飞股份有限公司（下称“科大讯飞”）将再次亮相数智科

技链展区。这家以语音技术起家、如今站上大模型浪潮前沿的人工智能企业，今年希望展现与供应链紧密相关的答卷：AI眼镜、智能座舱、一座连接技术能力与产业质量的“质检员”。

“人工智能产业已进入系统能力竞争阶段。”科大讯飞品牌市场中心副总经理董斌在接受采访时直言：“链博会的价值在于让技术创新更快找到应用场景，也让场景需求更快反哺技术迭代。”

作为“链博老友”，从秀肌肉到练筋骨，科大讯飞对这一平台的理解正在发生深刻变化。董斌坦言，去年参展更多是希望向全球伙伴系统展示科大讯飞在认知智能、智能汽车等领域的单点能力；而今年，目标更加聚焦——围绕先进制造、智能汽车、智能终端等核心环节，寻找更深层次的场景共创伙伴，探索“AI+供应链”的新模式。

这种转变的背后，是产业逻辑的深刻演进。过去，市场关注的是单点算法的精度、单个产品的功能。如今，更重要的是如何将大模型能力、端侧智能、传感器、芯片、操作系统与整机制造打通。董斌表示，今年科大讯飞希望重点达成三类合作：一是与链主企业深化联合创新，让星火大模型更快融入终端产品；二是与芯片、声学、光学等关键环节企业加强协同，提升供应链韧性；三是与检测认证机构及海外伙伴合作，推动智能产品走向“好用、可靠、可规模化交付”。

40克AI眼镜背后的生态协同

此次重点展出的科大讯飞AI眼镜，正是消费电子领域供应链协

同样本的缩影。这款仅重40克、支持双目单色显示的智能终端，看似是一款消费级硬件，实则背后牵动着一条高度复杂的供应链：从上游的光学显示、声学模组、芯片设计，到中游的结构设计与整机制造，再到下游的应用生态与海外渠道。

董斌表示，AI眼镜解决的核心痛点是跨语言沟通、移动办公等场景下的实时信息获取与自然交互问题。对于供应链来说，它代表了人工智能终端化、轻量化、场景化的新趋势。科大讯飞希望借助链博会平台，与更多上游硬件伙伴、下游行业客户共同探索AI眼镜在商务出行、跨境贸易、工业运维等场景中的应用。

唤醒汽车“AI大脑”从机械链条到软硬协同

如果说AI眼镜是消费终端的代表，那么智能汽车则是长链条、高要求产业重构的缩影。“智能汽车供应链正从传统机械链条，转向‘硬件+软件+数据+AI’的复杂生态。”董斌表示，智能座舱已不再是简单的语音助手，而是汽车与用户交互的“AI大脑”。

目前，科大讯飞智能化产品已覆盖一汽、东风、长安、奇瑞、广汽、

长城及大众、日产等多家主流车企。随着大模型上车进入密集量产阶段，人工智能正从实验室走向真实产业链，从“展示能力”变为“量产能力”。在这个过程中，车企提供整车工程约束与用户需求，科大讯飞提供语音识别与大模型能力，双方再与芯片、声学、屏幕等伙伴共同完成适配优化，让用户实现连续对话、模糊意图理解及多语种交流。

“质检员”VIAS让车机交互“测得准、交得稳”

在复杂的产业链中，一个至关重要的环节是测试验证。随着座舱功能日趋复杂，传统人工反复喊话、观察记录的测试方式已难以为继。国家智能语音创新中心研发的智能座舱人机交互互效果评测机器人VIAS正是为此而生。

VIAS能够通过背景噪声还原系统模拟真实用车环境，通过声场还原和多模态断言，对车机从听懂指令到完成任务的全链路效果进行自动化评测。“它不是只判断‘机器有没有听见’，而是判断‘用户交代的事情有没有真正办成’。”董斌解释道，这类测试机器人已成为供应链中的“质量基础设施”，帮助车企

和方案供应商更早发现问题、降低试错成本、提高交付稳定性。

链博会上的“讯飞样本”

面向中国汽车出海浪潮，科大讯飞同样在构建新型供应链合作模式。出海不仅是制造和渠道的全球化，更是人机交互体验的本地化。不同国家、不同语言、不同文化背景下的交互需求，需要车企、AI企业、语言资源和本地服务伙伴的深度协同。科大讯飞通过多语种语音和大模型能力，正帮助车企提升海外车型的本地化体验，这本身就是一种供应链全球化的新型实践。

从这些实践中可以清晰地看到，人工智能企业参与供应链建设，不能只停留在提供单项技术，而要深入产业流程，与上下游共同解决真实问题。正如董斌所言，“未来智能产品的竞争不仅是功能竞争，更是测试验证能力和质量保障体系的竞争”。在链博会这个平台上，科大讯飞展现的不仅是一家企业的技术实力，更是一种产业协同的新范式：让AI真正成为嵌入研发、制造、测试、交付和服务全流程的系统能力，助力中国产业链向更高效、更强韧性和更高附加值升级。

探迹科技首秀链博会：当供应链的“最后一公里”被AI接管

■ 何鸣

第四届链博会即将拉开帷幕，专注于数字生产力大模型智能体的探迹科技（Tungee）将首次参展。在探迹科技联合创始人黄俊强看来，供应链的竞争，已经从“谁能造得出”变成了“谁能卖得掉”。在今天的链博会现场，探迹不仅带来能让智能体“自己跑业务”的Futern 2.0，更试图向外界证明：AI销售智能体，正在成为供应链里看不见的“供需红线”。

让AI成为供需匹配的“关键基础设施”

“链博会是国家级、国际化、专业化的供应链合作盛会，探迹希望借助这一平台，向国内外企业传递一个清晰信号：AI销售智能体已经成为供应链中‘供需精准匹配’的关键基础设施。”黄俊强表示，无论企业处于哪个行业或链条环节，AI都能成为其高效连接市场的得力助手。

除了品牌亮相，探迹科技此行还带着明确的“务实”目标。黄俊强介绍，链博会覆盖数智科技、先进制造、清洁能源等六大链条，探迹期待与跨行业、多环节的企业深度接洽，无论是希望提升内销效率的生产型企业，还是渴望低成本拓展海外市场的出口型企业，都是探迹科技重点对接的对象。通过现场收集真实需求，将为

后续产品迭代和跨行业拓展打下坚实基础。

打造7×24小时的“数字外贸员工”

在本次链博会上，探迹科技将带来B2B销售智能体矩阵中的两款核心产品，其中最引人注目的当属首次发布的“全球销售智能体 Futern 2.0”。针对中国企业出海面临的客户线索分散、陌生市场环境复杂、多语言沟通成本高等痛点，Futern 2.0交出了一份智能化答卷。它覆盖全球企业数据，支持多语言智能搜索，能自动生成个性化营销内容，并具备全自动邮件发送、跟催以及决策人穿透能力。“它相当于一个可以7×24小时不知疲倦、高效工作的‘数字外贸员工’。”黄俊强形象地比喻道。

另一款重点展示的“拓客智能体”，则致力于解决国内企业“有好产品却找不到合适买家”的困境。通过深度整合行业 Know-How，探迹科技构筑了涵盖20亿商品数据、40万产品关系对的产业链知识图谱。拓客智能体可实现从客户挖掘、商机培育到个性化触达的全流程自动化，并根据企业产品特征，实时推荐高匹配度的增量行业和潜在客户。

展会期间，探迹科技的展位将设置互动演示区，参观者可以现场体验



输入产品信息后，系统自动生成海内外客户名单并触达客户的全过程。

AI驱动供应链敏捷升级

技术的价值最终要由市场检验。黄俊强分享了探迹科技在服务实体供应链中的实战案例。宝腾润滑油使用探迹拓客智能体后，系统为其精准推荐了新能源汽车、风电、锂电池设备等30余个增量行业。最终，其客户开发数提升3倍，获客成本降低50%，年营收更是实现了从3000万元到2.4亿元的跨越式增长。

在出口供应链方面，金属材料加工出口企业今泰科技曾面临传统开

发信回复率极低的困境。在使用Futern后，该企业3个月内获得了17个有效询盘，相当于过去3年的总和，邮件回复率提升超10倍，并成功借助系统分析打入西餐餐具这一全新市场。

“当前，全球供应链正从‘成本优先’转向‘敏捷+韧性优先’。”黄俊强总结道，企业不仅需要稳定的产能，更需要快速匹配市场变化、精准触达客户的能力。探迹科技将继续深耕跨行业场景，并通过拓客智能体与Futern的“双轮驱动”，助力更多中国企业实现内外贸一体化的高质量发展。

中汽摩联亮相链博会 讲述汽车运动新故事

■ 本报记者 马晓玥 实习生 王子尧



2026小米·中国超级跑车锦标赛

中国汽车摩托车运动联合会（以下简称“中汽摩联”）将亮相第四届链博会智能汽车链展区，带来独家汽车运动文化特色板块。

依托链博会国家级对外开放平台，中汽摩联将我国汽车运动的成熟产业生态、特色文化魅力推向全球舞台，实现汽车工业技术与汽车运动文化的双向赋能、双向输出。

中汽摩联副秘书长张涛表示：“我们这次带给大家的，是一种伴随我国工业崛起而不断生长的全新汽车运动文化。”张涛介绍，目前我国汽车运动产业已构建起全域覆盖的成熟体系，产业布局日趋完善。赛事维度方面，场地赛、越野赛、拉力赛、卡丁车赛等全品类赛事常态化开展、百花齐放；车型维度方面，超

级跑车、方程式赛车等高端专业竞技车型悉数涵盖；人群维度方面，搭建起青少年、大学生、职业选手的分层参赛体系，适配全年龄段、全场景参赛需求。“我们希望借助链博会这个全球化窗口，把我国汽车运动的发展全貌完整、立体地展现给全世界。”他说。

当前，我国智能汽车产业链协同体系持续迭代完善，本土供应链在创新突破、生产效率、产业联动上的优势持续凸显。

“时代科技在迭代，传统汽车赛事也在加速向智能化、数字化转型。”张涛表示，随着动力单元、能源体系的持续升级，以及赛事数据采集、智能控制系统的不断优化，国内汽车赛事摆脱了单一的速度竞技属性，升级为数据赋能、能源技术比拼的综合性竞技场，成为车企新技术落地试炼、迭代升级的重要场景。

依托国产汽车制造与自主创新实力的持续跃升，我国汽车运动力量强势突围，逐步打破海外品牌的长期垄断格局。张涛以越野赛事为例，长城汽车等国产头部车企，已成为环塔等国内顶级赛事的核心供应商，未来还将全力进军达喀尔等国

际顶级赛事舞台。

“突破壁垒只是第一步，未来我们不仅要守住产品品质，更要讲好汽车运动文化故事，持续提升我国汽车竞技品牌的国际话语权。汽车运动根植于汽车工业，拥有一套独立且完整的工业产业链，能多维度为产业经济创造新增量。”张涛表示，体育赛事的核心价值在于链接、赋能与共生，这也是中汽摩联参展的核心初衷。

“我们希望借助链博会的桥梁作用，联动更多汽车产业链上下游企业，深化生产协作、技术共创、场景共建。以汽车运动为国际化名片，助力更多我国车企、自研技术走向全球，复刻我国新能源汽车出海的亮眼成绩，让世界看见我国汽车运动产业的实力。”立足智能汽车产业高速发展的全新风口，张涛认为，智能出行的升级，不止是通行效率的提升，更能全面优化城市运行体系，提升公共安全治理水平。未来，智能汽车技术将深度融合城市建设、数据治理与大众生活，全方位重塑智慧出行生态，为我国汽车产业高质量发展持续注入长效、澎湃的全新动能。

支付，从何而来？是贝币交易，是丝路驼铃，是账本上密密麻麻的朱砂批注，也是飞钱与交子让信任流通……如今，AI毫秒交易，二维码轻扫支付——支付已伴随着人类文明的东风从沉重的行囊，变成了轻盈的引擎。

作为首次亮相链博会的重磅金融支付机构，银联国际携数字化跨境支付创新成果登场——通过全球业务动态全景看板、沉浸式扫码体验场景，让跨境支付可感、可视、可及。汇聚全球合作资源，彰显开放共赢理念，银联国际将在第四届链博会上展示支付“链”接世界的新体验。

链接全球支付 融通供应链生态

在第四届链博会上，银联国际围绕“互信互联 共创价值”主题，全方位展示全球支付网络建设、跨境二维码互联互通、境外来华支付服务，以及企业级资金流解决方案等方面的最新能力，助力企业提升供应链资金流转效率，推动更具韧性的全球商业增长。面向C端客户，银联国际致力于打造覆盖全球183个国家和地区的支持受理网络，让海内外持卡人“一卡走天下”。

在链博会现场，银联国际将展示携手全球伙伴完善跨境支付生态的多项成果：已与新加坡 NETS、马来西亚 PayNet、泰国 ITMX 等十余个国家的本地支付网络实现二维码跨境互联互通，境外银联国际二维码受理点达数千万个。在入境支付场景，银联国际打造“Nihao China”APP，一站式解决境外来华人士“吃住行游购娱”需求。链博会现场特设“Nihao China”APP互动体验区，观众可亲身感受境外来宾绑卡、扫码领取文创礼遇的无缝衔接。

与此同时，银联国际也在助力中国企业走向世界。在出海场景中，银联国际已支持企业通过虚拟商务卡实现数字营销、差旅结算等跨境支付，服务覆盖183个国家和地区。针对企业出海对跨境资金流高效、可控的迫切需求，银联国际将在本届链博会重点展示面向B2B的一站式商务与资金流解决方案，帮助简化跨境结算、提升对账效率、优化现金流管理。

构建智能体信任层

赋能AI商业生态

随着AI从信息分析与对话工具走向深度的交易执行——例如智能体替你预订机票、安排行程，甚至无感支付一笔跨境采购——一些问题随之浮现：我们如何相信一个由代码构成的智能体？如何确认它的行为源于用户的真实意愿？又如何确保从指令到支付的整个链条不被截断或篡改？

今年4月，银联国际正式发布智能体支付开放协议框架（Agentic Payment Open Protocol，以下简称“APOP”）。APOP致力于于AI驱动的商业活动提供可信、可控、可追溯的支付基础设施，标志着银联国际在全球智能体支付标准化领域迈出关键一步，与全球行业趋势形成呼应。APOP通过建立统一的身份信任、意图信任、过程信任三大机制，集成身份管理、意图注册、用户关联与支付授权四大模块，融合生物特征识别、支付标记化等安全技术，确保智能体行为可追溯、可审计，构建支持各类智能体运行的“信任与控制层”。

目前，APOP已吸引19家境内外机构首批加入，与航旅纵横、科大讯飞、极豆、岚图汽车等伙伴共同推动应用落地，并在航旅出行、差旅缴费等领域完成生产验证交易，广泛适用于企业采购、差旅支付及供应链结算等场景。从“手动操作”到“意图直达”，从“人与人”到“人与智能体”，APOP正在让支付从“工具”走向“生态”。

银联国际将继续以支付为纽带，携手中国及全球合作伙伴，高效连接资金流、信息流与价值流，助力产业链上下游提升协同效率与经营韧性，为供应链高质量发展提供安全、智能、全球互联的数字支付支撑。

银联国际首秀链博会，展示支付「链」接世界新体验

■ 本报记者 张伟伦 实习生 林音余