

乌镇十年 AI质变

“从‘见字如面’到‘万物互联’，以互联网为代表的信息技术日新月异，日益成为创新驱动的先导力量”，每年，中国工程院院士贺铨都对世界互联网领先科技成果格外关心。在他看来，这一发布活动起到风向标的作用，展示了互联网发展的未来走向。

11月8日，15项成果入选2023“世界互联网大会领先科技奖”，基础研究、关键技术、工程研发三类奖项的每一类都涵盖人工智能领域。当天开幕式的全体会议上，阿里集团CEO吴泳铭也句句不离智能，他预言“智能化时代才刚刚拉开序幕，所有变化都处在非常早期，发展机遇巨大”。2014-2023年，世界互联网大会乌镇峰会的十年，刚好跨越了移动互联网高速发展的十年，人工智能从默默无闻到绝对C位，科技进步的脚步不可阻挡，人工智能即未来。



是人类区别于动物的根本标志，是人类交流思想和表达情感的重要工具。让计算机理解语言，即自然语言处理，是实现通用人工智能的关键。

“近十年来，自然语言处理发展迅猛，从Word2Vec到ChatGPT，实现了自然语言处理从离散符号系统到连续向量空间的技术范式革命”，但清华大学人工智能研究院常务副院长孙茂松做了个转折，“依然存在词表示和句子表示机制不完善、语言模型与知识系统结合不紧密的突出问题。”

清华大学自然语言处理实验室和华为诺亚方舟实验室的科技成果——多层次多元知识融通的自然语言深度学习基础方法，就是针对上述问题。“基于这个方法体系，我们在国际开源平台GitHub上发布了4个开源代码，形成了一套语言与知识融通的深度学习开源系统”，孙茂松颇为自豪。

和语言相关的另一个人工智能成果，也在2023年“世界互联网大会领先科技奖”颁奖现场出现，即百度知识增强大语言模型关键技术。“人工智能正在引领新一轮科技革命和产业变革，大语言模型让人们看到了通用人工智能的曙光”，百度CTO王海峰同样提到了通用人工智能。

分享IBM和世界互联网大会的交集时，IBM公司大中华区董事长兼总经理陈旭东用了很长篇幅讲人工智能。在他看来，人工智能已经达到了质变的时代，将大大改变很多事物、提升社会生产效率，这也带来了一些伦理和合规问题的讨论与研究。但科技进步的脚步不可阻挡，人们不应该去躲避，而应该去拥抱科技的潜力，对企业来说，人工智能已经成为了新赛道的起跑线。

北京商报记者 魏蔚

更智能

2014年6月7日，是“人工智能之父”艾伦·图灵逝世60周年纪念日，聊天软件“尤金·古斯特曼”超级计算机第一次通过了图灵测试，这被认为人工智能进入了新时代。

十年间，一波又波人工智能技术和应用在全世界圈粉，乌镇是舞台之一。11月8日，2023“直通乌镇”全球互联网大赛人工智能（大模型及数字人）专题赛决赛举行，京东言犀多模态大模型、达观智大模型、星耀科技大模型等10个项目同台竞技。

赛场外，“互联网之光”博览会以“未来之境”为主题，首次推出未来生活数字体验馆。观众在体验馆可感受智能驾驶的便利、建立自己的3D数字人分身、体验人工智能在智慧教育中的运用……处处和人工智能相关。

类似话题还出现在全体会议上，“在可见的未来，我们生活中所有习以为常的产品形态

都会发生变化，会有更智能的下一代产品进入我们的生活。更多中小企业将通过AI化协同，灵活替代一部分目前只有大企业才能提供的服务。生产、制造、流通的组织方式和协作方式也会发生根本性变革”，吴泳铭预测。

在他看来，“AI助理会无处不在，成为每个人工作、生活、学习中的助手。每个企业也都会配备AI助手，就像我们今天的智能汽车，辅助驾驶和自动驾驶已经成为标配”。

相关数据显示，2022年全球人工智能市场规模1997亿美元，中国贡献了319亿美元，2023年全球市场规模将达到2496亿美元，预计中国市场规模将增至388亿美元。

+万物

十年前，鲜有统计人工智能相关数据的第三方机构，十年后，人们总能在生活工作中遇到人工智能。

以服装产业链为例，销售端的智能化明

显。虚拟主播24小时和粉丝互动，直播场景可以一键搭建或切换，人工智能支撑的直播间成本可以降低90%。

向上到制造、设计端，人工智能操作系统可以通过全息数字车间、动态生产排程、资源统筹调度、质量+效率数据闭环等，实现生产过程的实时感知、高效决策、远程管控。AIGC（人工智能生成内容）保证了开发、趋势、爆品稳定性，比如淘天集团的AIGC数智设计，基于大数据和预测算法的款式机会，每日滚动挖掘，高频动态开发，提供基于机会的原創款式；AIGC协同快速设计，提升整体开发效率10倍以上。

获得2023“世界互联网大会领先科技奖”的腾讯觅影数智医疗影像平台（以下简称“觅影”），是医生的助手。

“临床医生的成长，经历学习、实习、职业成长三个阶段，医疗AI也类似：数据训练、临床试验、进入真实世界”，腾讯健康总裁吴文达如此类比。

简单说，觅影专注于数字医疗影像云端应用、科研及管理，搭载人工智能分析引擎，通过影像数据和业务流程的互联互通，为医疗机构提供一体化医疗影像解决方案。根据临床试验，觅影的青光眼AI引擎能够降低漏诊率20%，降低误诊率2%，结肠AI引擎能够帮助医生提升20%以上的息肉检出率。

拐点

著名哲学家维特根斯坦曾说，“我的语言的极限就是我的世界的极限”。自然语言

入华30年 花王也焦虑

佳丽宝时代结束，花王集团还剩下什么？11月8日，北京商报记者获悉，花王集团将在年底关停佳丽宝旗下三个美妆护发品牌。三个或许只是开始，在花王集团此前发布的关停整合计划中，或有7个佳丽宝的品牌被调整。对于花王集团而言，当一个曾经足够辉煌的品牌被关停，撑起花王集团日本美妆第二的佳丽宝时代也不复存在了。

年底关停

曾经支撑花王集团成为日本第二的佳丽宝，如今关、停、停。

Freshel（肤蕊）在官网发布公告称，将于2023年12月停产。“当线下门店和线上店铺库存售罄，产品将停止供应。”另一美白品牌Blanchir superior（馥兰皙儿）以及美发品牌SALA也都在官网发布公告宣布将在年底关停。

此前，花王方面就考虑进行化妆品品牌重组，对外称将积极投资30个品牌中的约70%，以促进海外发展，同时考虑终止或整合其余30%的品牌。在花王集团考虑终止或整合的三分之一中，约处理10个品牌，而佳丽宝成为此次整顿的重点。据悉，佳丽宝或有7个品牌在这次改革中被出售。

其实，佳丽宝的调整早已开始。据不完全统计，佳丽宝2016年放弃开架彩妆Lavshuca；2019年关停高级旗舰品牌Impress印象之美；2020年，关停彩妆品牌CHICCA。

不管是对花王集团还是对于消费者，佳丽宝时代正在成为过去。就像美妆博主“蔡老师划重点”提到的“佳丽宝的时代过去了，虽然不愿意这么说”。

针对上述品牌关停事件，花王中国客服人员表示：“因为这三个品牌目前并未在中国市场销售，所以没有收到相关停产关停的通知信息。”

深圳市思其晟公司CEO伍岱麒表示，中低端产品通常毛利较低，需要靠做大规模来扩大其生产方面的成本优势，或者是作为保护其他核心品牌的侧翼品牌存在，如果这些产品销量下滑，规模优势失去，大概已经没有侧翼品牌的作用，就可能被取消下线。

腰斩的业绩

不断调整的背后或源于花王集团业绩的焦虑。2023年上半年，花王集团营收、利润双双腰斩。

根据财报信息，2023年上半年，花王集团净销售额约为7385亿日元（约合人民币3715.4亿元），同比增长0.6%；营业利润为25亿日元（约合人民币1.25亿元），同比下滑51.7%。

单从化妆品业务来看，花王集团上半年净销售额为1158亿日元（约合人民币57.96亿元），同比下滑0.2%；核

心营业利润亏损20亿日元（约合人民币1亿元）。

与此同时，花王集团预计2023年全年集团净利润将减半至410亿日元（约合20.1亿元人民币），约为花王2018年创纪录水平1537亿日元的四分之一。

如果2023年业绩继续下滑，花王集团的业绩将出现连续五年的下滑情况。

对于业绩下滑，花王集团将其归结于人们生活方式、消费和销售渠道结构的变化，以及世界各地原材料价格的上涨和其他问题等因素的影响。同时，中国市场的不及预期也在一定程度上成了花王集团业绩的困扰。在2023年上半年，2022年全年财报中，花王集团都提到中国市场下滑影响了业绩。

“花王连续多年的业绩下滑和化妆品业务亏损可能与多个因素有关：花王集团在市场快速变化的情况下未及时调整战略，导致产品无法满足消费者需求；如果产品的质量、品牌形象等方面与其他竞争对手存在差距，会导致竞争力下降；消费者购买力下降、线上线下渠道竞争激烈等因素也可能对花王的业绩造成影响。”IPG中国首席经济学家柏文喜表示。

发力高端

不善品牌管理也好，消费者需求日新月异不买账也罢，现在的花王集团急需做出改变。

其实，在2021年时，花王集团就启动了“K25”中期计划，涵盖2021-2025年五年的时间，期间花王将进一步加强总成本降低（TRC）活动，转向高附加值产品，并进行大刀阔斧的组合改革，通过创新现有类别实现高利润的核心业务。“以2025年为节点，花王集团将聚焦旗下高端品牌，加强在中国市场的推广。”高端成为花王集团接下来的发力点。

虽然花王集团在极力布局，但从整个大局来看，这种努力显得迟缓。

花王集团高端品牌从2021年进入中国市场后，直到两年后的今天才在上海开设了首家旗舰店，而竞争对手已经占据一定的影响力。入华30年，主力品牌依然停留在珂润、芙丽芳丝等大众产品上，花王集团想要吃到高端红利并不容易。

传播星球App联合创始人由曦表示，对于花王集团而言，需要尽快完成品牌的瘦身，减少运营负担；加速开发高端品牌，推进线上线下同步发展；同时，需要保持持续的研发投入，提升产品的竞争力以及明确市场定位，以提供符合消费者需求的产品，增强品牌的吸引力。

北京商报记者 郭秀娟 张君花

金龙鱼母公司丰益国际亮相进博会 躬身共建“一带一路”

在第六届中国国际进口博览会上，益海嘉里金龙鱼母公司丰益国际展馆人潮涌动。作为进博会的老朋友，今年丰益国际以“汇聚全球科技资源，引领粮油食品高质量发展”为主题，展示粮食安全、“一带一路”等成果。



用“新技术”谋粮食安全之共同诉求

在展区，参展人员可以在这里深入了解金龙鱼“6步鲜米精控技术”，特别是其技术革新带来的保障粮食安全的社会意义和价值。

在全球范围内，粮食安全依旧是一项重大挑战。对于粮食安全的难题思考，丰益国际将重点放在新技术的突破和优质产品的落地，从而促进农业的绿色可持续发展。其中，“6步鲜米精控技术”正是丰益国际“更环保、更低碳、可持续”发展理念的科技缩影。

在长期研发投入支持下，益海嘉里金龙鱼经过多年研究、专研，创新性推出“6步鲜米精控技术”，在“鲜割、鲜谷、鲜存、鲜碾、鲜装、鲜食”六个关键环节，在稻谷九成熟时鲜割，保留大米的新鲜美味，满足消费者整年吃鲜米的需求，同时减少收割稻谷时自然脱落带来的5%田间损失。

试验数据显示，以北方一作区水稻产量约4700万吨估算，仅“鲜割”这一环节就能减少约235万吨损失，相当于吉林省水稻产量的三分之一，对保障国家粮食安全有重大意义。“6步鲜米精控技术”荣膺2022年中国粮油学会唯一“科学技术奖特等奖”。

此外，丰益国际创新性地研发出了“水稻循环经济、小麦精深加工、大豆精深加工、玉米精深加工、棕榈油精深加工、油脂副产品绿色循环再利用”等新型循环经济产业模式。力求更高效地利用粮食，减少粮食不必要的消耗，对于粮食供给产生长远的积极作用。

这种从能耗环节的“节源”技术带动传统农业和农产品由粗放种植向精准生产转变，由初级加工向精深加工转变，由资源消耗型向高效利用型转变，极大促进了农业的绿色可持续发展，也对粮食安全起到了重要意义。

以进博会为契机，贯彻“一带一路”之“开放”

以“合作”共建“一带一路”宏图，以进博会为契机，分享世界优质产品。丰益国际深谙此道。

作为世界领航的综合型农业跨国集团，金龙鱼母公司丰益国际借助“一带一路”，躬身融入时代之大局。在第六届进博会上，丰益国际带来的诸多新展品就能看到“一带一路”沿线国家的身影。

例如来自新西兰原装进口的纽麦福6.0高蛋白高钙全脂高钙纯牛奶，还有非洲国家的芝麻、哈萨克斯坦的葵花籽油，都是新加坡企业丰益国际在进博会上展出过或即将展出的产品。在“一带一路”农业合作中，丰益国际旗下益海嘉里金龙鱼既是受益者，也是带动者。

丰益国际粮油食品企业遍布“一带一路”沿线国家，在亚洲、非洲等世界五大洲的30多个国家和地区建立超过1000家加工厂，销售网络遍及50多个国家和地区，员工约10万名。并在多个沿线国家建立了完善的商业网络，促使沿线国家和地区更好地融入全球供应链、产业链、价值链，打开更广阔的发展空间。

益海嘉里金龙鱼公共事务部总监、集团党委副书记涂长明表示，“合作国家越来越多了，合作的品种、合作的质量都有了很大的提升和提高。尤其我们粮油食品加工企业，这些年从非洲、俄罗斯、哈萨克斯坦等国家进口了很多过去十几年前很少进口的一些产品。共建‘一带一路’让我们的进口渠道拓宽了、品种增加了”。

在进博会这个大舞台上，丰益国际带来了优质的商品，链接中国与国际市场，推动“一带一路”高质量发展；也带来了创新的科研产品，连通现在与未来，为解决食品安全难题贡献力量。

正如第六届进博会主题“新时代共享未来”所言，丰益国际正在躬身力行，真正做到、做好“汇聚全球科技资源，引领粮油食品高质量发展”，帮助消费者共享未来新时代。