

# 攀高向新 把握主动

## ——我国民营企业内生动力持续增强

新华社记者 魏玉坤



雨刮器“刮”出大市场！

走进位于安徽滁州中新苏滁高新区的安徽胜华波汽车电器有限公司生产车间，数条自动化生产线满负荷运转，工作人员细致核验雨刮器产品，加紧赶制一批运往上海的订单。

“去年，我们新增投资1.5亿元实施雨刮器生产线全自动化改造，带动产品合格率升至99%，雨刮器产品在全国市场占有率突破30%。”公司副总经理张伟兴说，聚焦新能源汽车对雨刮器轻量化和静音性要求，企业探索发展无刷电机全新模式，首批无刷电机雨刮器已经量产并交付。

民营经济是推进中国式现代化的生力军。记者日前在调研中发现，随着存量政策和增量政策落地落细，民营企业增强发展信心，务实创新、克难奋进，在攀高向新中走向更加广阔的天地。

抢抓消费新机遇，做强大健康产业，这是滨州中裕食品有限公司的发展重点。

“去年以来，我们新布局了奶制品、矿泉水等品类，强化高端肉制品、高端调味品等品类提档升级，构建了全场景健康食品矩阵。”滨州中裕食品有限公司党委书记付蕊说，今年计划投资27亿元建设小麦阿拉伯木聚糖生产线，同步拓展膳食纤维、蛋白肽等产品线，深挖健康消费新市场。

“网上提前购票，小区旁就近乘坐滴滴站点巴士，下楼就能上车。”家住云南昆明的王先生说。通过上线“网上购票、线上选点、就近乘车、动态可视”等功能，滴滴站点巴士将传统的“人到站”运输模式升级为“多点串联”，覆盖社区、商圈等高频出行区域。

滴滴出行城际事业部总经理陆昊辰介绍，截至目前，滴滴已与国内200多家汽车客运企业建立合作关系，在20多个省份超过120个地市开通了滴滴站点巴士业务。

消费的细分市场中蕴藏着巨大的新增量。以即时零售为代表的新型消费业态加快发展，打破传统消费地域限制，促进供需精准对接。

“在小象超市下单后，不到30分钟就送到家。”来自北京朝阳的章女士从骑手手中接过深海大黄鱼。为更好满足消费者对深海大黄鱼的需求，小象超市联手合作商严控温度、包装、发货标准，打通养殖、存储、运输、销售各环节，将大黄鱼“捕捞—加工—到仓”时间压缩至最短36小时以内。

“小象超市在开启合作时会进行多次审厂，明确原料处理的环境标准，同时保证生产信息全链路溯源。”小象超市水产采购专员孙丙鹏说。

有关统计数据显示，2025年我国即时零售市场规模预计将达到9714亿

元。业内人士分析，2026年我国即时零售规模将突破1万亿元。

在开拓市场中把握新机遇，在创新转型中锻造竞争力，广大民营企业在市场风浪中勇毅前行，牢牢把握发展主动。

在科大讯飞人工智能体验馆内，“小飞”机器人、智能机器狗的生动演示吸引了参观者驻足，直观了解AI通识课程的内容。科大讯飞有关负责人说，从人工智能教育普及到拔尖创新人才培养，科大讯飞构建了系统化的人工智能通识教育解决方案。目前，方案已在4500余所学校常态化应用，服务200多万名师生。

瞄准智能空调市场需求，奥克斯推出智能语音空调产品，销量连年增长。“今年将加大研发投入，推出全新‘空气管家’系列产品，让空调从单纯的温度调节工具升级为全屋健康空气管家。”奥克斯空调执行总裁吕萌说。

人工智能、新材料、低空经济……民营企业积极布局新赛道。英国《金融时报》网站刊文指出，中国制造体系以集群化、高度协调的供应链为基础，有条件在具身智能领域实现快速发展。

向内挖掘发展新机遇，向外拓展发展新空间。身处瞬息万变的国际市场，越来越多外贸企业积极求变、把握主动，以价值创造奋力开辟新局。

从先前的单一售卖产品转向在海外布局供应链——这是雅迪科技的“出海”策略。“近期，我们在越南新建的工厂正式投入运营。”雅迪科技高级副总裁王家中说，去年以来，公司加速“出海”，海外市场销售份额保持两位数增长。目前，正在和印尼企业就软件系统、收款模式等展开合作，选址建立整车生产、电池快充和售后服务门店。

针对连锁品牌“出海”痛点，支付平台PingPong推出面向大型连锁品牌“出海”的全球综合管理方案，提供集成前端统一聚合收单、中端跨国资金归集管理、后端供应链付款等全链路服务。该方案已服务瑞幸、华莱士、沪上阿姨等数十家连锁品牌，支持其加速全球门店规模化。

水深则鱼悦。年内首次结构性“降息”落地，扩大设备更新贷款财政贴息政策支持范围、出台规模5000亿元的民间投资专项担保计划……今年以来，政策持续上新，以“真金白银”厚植民营企业成长沃土。

“随着一系列务实举措落地落细，持续激发民营企业创新创造活力，将为中国经济高质量发展注入充沛动能。”国家发展改革委国家信息中心经济预测部研究员张晓兰说。

新华社北京2月2日电

# AI打开2026年新春消费新空间

新华社记者 吴雨

2月2日，阿里巴巴旗下的千问App宣布投入30亿元启动“春节请客计划”，联合淘宝闪购、飞猪、大麦、盒马、天猫超市、支付宝等阿里生态业务，发放现金红包、提供免单机会。

“千问App希望通过真金白银的投入，培养用户‘有事找AI’的习惯。”千问产品负责人郑嗣寿表示，用户不再需要在多个手机应用之间反复跳转，只需向AI表达意图，即可完成从决策到履约的全过程，带来AI时代的全新消费体验。

不久前，腾讯也上线了春节活动，用户上元宝App可分10亿元现金红包；百度宣布，自1月26日至3月12日，用户在百度App使用文心助手，有机会瓜分5亿元现金红包。

开启AI红包大战、发放新春消费券、直播间里办“新春大集”……2026年春节来临之际，多家互联网平台已经开启消费预热模式。

互联网公司春节扎堆营销自家AI的背后，不仅只是在争夺超级流量入口，更是看中了可供挖掘的消费潜力。

借助提前预见的能力，人工智能技术正在消费领域唤醒需求：空调小程序根据近期用电峰值和PM2.5数据，提醒用户下单滤芯并预约上门更换；手机应用可估算食物成分、同步外卖订单生成热量账本，推荐用户个性化减脂外卖订单；规划好前往滑雪场的自驾路线后，相关平台开始推荐沿途餐厅、雪具租赁、景区门票……

“在AI技术的支持下，平台和产品变得更懂消费者。这不再是简单的‘猜你喜欢’，而是‘懂你需要’，将消费起点从用户的需求清单，前置到了由AI判定的生活场景本身。”淘天集团研究中心主任徐飞说。

AI不仅在深度挖潜消费需求，更在助力消费决策。

近日，在小米集团与蚂蚁集团的联手合作下，AI眼镜又落地了新功能——停车缴费。在此之前，京东科技携手智能眼镜品牌乐奇，已推动AI眼镜购物应用落地。

“看一眼”“说一句”即可下单的背后，是AI从“意图理解”到“服务执行”的跨越，具备了在真实世



“抢”

新华社发 南海春 作

界中的行动和决策能力。

“技术创新正在激发新的消费需求，AI相关的家电和3C产品正在成为新的消费亮点。”京东集团CEO许冉说。

据介绍，2025年京东平台上智能产品销量同比增长超两倍，2026京东年货节1月23日开始以来，AI相关产品的搜索量持续增长。

2025年8月，国务院印发的《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》对外发布，明确部署了“人工智能+”消费提质等重点行动。

意见提出，推动智能终端“万物智联”，培育智能产品生态，大力发展智能网联汽车、人工智能手机和电脑、智能机器人、智能家居、智能穿戴等新一代智能终端，打造一体化全场景覆盖的智能交互环境。

中金公司2026年展望报告指出，消费电子的“端侧AI时代”已经来临，硬件创新呈现“百花齐放”之势，2026年有望成为AI消费终端大规模普及的关键年份。

AI火热促消费的背后，离不开算力的强力支撑。阿里云基础设施“春节护航”项目负责人邓聪林表示，为从容面对千问极大可能出现的即时流量洪峰，阿里云已准备充足且弹性的AI算力，全力保障千问在春节期间的稳定运行。

专家表示，春节消费高峰期，AI数字人直播、消费券精准推送、AI交互咨询等场景的并发请求呈指数级增长，对算力的承载能力、响应速度提出了更高要求，需要不断增强AI算力建设，降低商家的经营成本，提升消费者的消费体验。

新华社北京2月3日电

