

科创之声

美企为何联名反对禁用中国模型

近日,美国一些高级官员公开表示拟对中国人工智能企业开展调查并实施制裁,引起美国业界的反对。近200家硅谷初创企业组成的“小型科技协会”向白宫发出联名信,反对限制中国开源模型。Meta、英伟达、微软等多家美国科技巨头也加入反对阵营。从初创企业到产业巨头,美国科技界为何集体“反水”?这一罕见事件不仅是对美方错误政策的直接警示,更折射出全球人工智能产业发展的客观规律。

美企之所以联名说“不”,首要原因在于中国开源模型已成为其赖以生存和创新的刚需。对于资金有限的中小科技企业而言,从零开始训练大模型成本高昂,而美国头部开源模型的调用费用同样难以长期承受。中国AI大模型成本优势明显,同等性能下,中国开源模型API价格往往低60%至90%。

数据显示,美国企业调用中国AI模型的词元占比每周稳定在30%以上,峰值达

46%。中国开源模型已从过去的“可选项”,进化成美国创业公司技术栈中难以绕开的基础组件。对中国模型采取限制性措施,无异于对“智能”征税,一旦切断供给,将导致数百家美国公司倒闭,最终只会巩固少数巨头的垄断地位,扼杀整个行业的创新活力。

美国企业的集体反对背后,是中美AI不同发展路线对产业格局的深刻重塑。

美国AI走通用闭源大模型的路线,头部企业凭借资本和算力优势,不断抬高行业创新门槛,试图通过垄断维持霸权。中国AI则积极推进开源生态,依托庞大的应用场景和工程创新,走出了一条开源普惠与垂类产业赋能的道路,为全球中小开发者提供了平等创新机遇。当前全球调用量排名前五的AI模型全部出自中国企业。性能优异、成本可控的中国开源模型,已成为全球各国企业技术创新的重要依托。

美国政府企图通过行政禁令围堵中国

AI,注定是一场徒劳的闹剧。

首先,从技术规律看,开源模型一旦发布便如同泼出去的水,其数字文件无法被物理撤回,传统的出口管制在开源生态面前天然失效。

其次,从产业现实看,美国对中国存在深度依赖,强行脱钩只会反噬自身,抬高本国企业创新成本。而中国AI产业拥有完整产业链与强大发展韧性,已构建起覆盖算力支撑、算法研发、数据积累、场景落地、生态建设的全链条创新体系,自主创新能力持续攀升。外部封锁打压非但无法遏制中国AI产业发展,反而会同逼中国企业加速核心技术攻坚,完善自主开源生态,进一步夯实竞争优势。

最后,从全球视角看,人工智能的发展不是一国独游戏,将科技问题政治化、泛化为国家安全概念,是典型的AI霸权主义行径,必将失道寡助。逆潮流而动的脱钩禁令,挡不住开放合作的大势。

打压换不来领先,封锁只会催生更强的开放。美国政客或许可以一时挥舞制裁大棒,但产业规律和市场逻辑终将作出公正裁决。美企的联名反对,是全球产业界投给中国开源AI的信任票。它宣告了“小院高墙”注定破产,也印证了一个大多数人的共识——在人工智能时代,普惠包容才能带来进步,开放共享才能拥有未来。



7月以来,全国大部地区被高温笼罩,35℃以上高温天气频繁出现,新疆出现今年以来首个50℃,多地叠加较高空气湿度形成闷热“桑拿天”。短时雷阵雨穿插期间,蒸煮感加倍。进入8月,高温天气将如何发展?记者就此进行了采访。

国家气候中心副主任贾小龙介绍,预计8月份,全国大部地区气温较常年同期偏高,高温日数偏多,华北南部、华东、华中中南部、西南地区东部、西北地区东南部、新疆等地出现阶段性高温热浪风险较高,华中中部、西南地区东部、新疆等地发生区域性极端高温事件的概率较大。预计有3次明显高温过程将影响我国,发生时段分别为8月11日至14日、22日至25日和29日至31日。

未来十天,新疆、内蒙古西部、甘肃西部等地有持续高温,多为干热暴晒天气,紫外线强、空气干燥,吐鲁番盆地最高气温可达42℃以上;华北南部、华东、华中中南部、西南地区东部、西北地区东南部等地湿度较高,叠加高温环境,体感温度更高。

近段时间,南方常见的“桑拿天”在北方愈发明显,危险性更高。从“去东北避暑失败”到“南北方一起蒸桑拿”,入伏以来,北方多地“火热”持续升级。专家表示,“桑拿天”的形成主要是受副热带高压内部下沉气流影响,造成晴空少云、风力微弱,同时叠加偏南风输送的暖湿气流与微风甚至静风条件,易形成湿热天气。此外,天气系统产生的降水增大了空气湿度,进一步加重闷热程度。

罕见的“超长待机”高温,正是副热带高压异常偏北的直接体现。“7月下旬至8月上旬,本就是副热带高压常年最北的时段,但今年它长时间控制东北南部地区,属于比较极端的持续偏北情况,导致这轮高温持续时间长、强度强。”辽宁省气候中心副主任房一禾说,近十年中,仅2018年出现过类似的极端情况。

华北“桑拿天”也愈发频繁。国家气候中心首席预报员高辉介绍,1981年以来,华北夏季湿热型高温天数增幅约是干热型高温天数的2倍至3倍。究其原因,一方面是在全球变暖背景下,华北地区高温事件频发;另一方面是由于华北雨季时间延长,相对湿度偏高,更容易形成“桑拿天”。

贾小龙建议,广大公众应及时关注高温健康风险预警等信息变化,主动做好健康防护措施。建议居家时合理使用空调调控室温,搭配遮阳帘遮挡直射阳光,保持室内凉爽;外出时穿戴轻便宽松衣物,主动错开高温时段出行,减少户外高强度活动,日常做到足量补水。老人、孕妇、儿童、慢性病患者及户外作业人员均为高温防护重点人群,需要时刻留意自身身体状态,若出现头晕、乏力、心悸等中暑先兆症状,要及时使用解暑药品,症状严重时寻求他人帮助或及时就医。此外,相关部门要提前做好迎峰度夏、能源保供的准备工作,科学调度电力。

8月正值秋粮灌浆、经济作物生长关键阶段,气象部门提醒,新疆、内蒙古西部及华北、黄淮等地需警惕持续高温热害对玉米等作物的不利影响,并做好高温高湿环境下的病虫害监测防治工作。国家气象中心副主任肖潺表示,依托智能网格预报和气象模型技术,农业气象灾害预报时效从10天延至30天。当前,针对水稻、玉米等主要作物的高温热害、农田渍涝等灾害监测预报产品以及病虫害气象等级预估服务已实现滚动发布。同时,通过综合应用卫星遥感和农业气象实时自动观测,气象部门开展分区域、分作物、分阶段动态监测苗情与墒情,多渠道让预警信息和农事建议直达田间地头。



8月8日,农民在河北省涞源县梁乡大石砬村百合花种植基地管护百合花。初秋时节,河北省张家口坝上地区天高气爽,景色宜人。 新华社记者 杨世尧摄

出海记③

新能源汽车领跑全球



安徽省芜湖市繁昌经济开发区芜湖埃科动力系统有限公司,工人和工业机器人在智能生产线上生产新能源汽车变速箱,全力赶制订单。 肖本祥摄(中经视觉)

续航里程不断提升、能耗逐步下降、智能座舱体验广受认可……近年来,中国新能源汽车的技术进步有目共睹。新能源汽车不仅成为国内消费者的主流选择,也成为拉动中国汽车出口持续增长的核心动力。

数据显示,2025年,中国汽车出口709.8万辆,连续三年位居全球第一。其中,新能源汽车出口261.5万辆,同比增长103.7%,成为拉动出口的核心动力。进入2026年,我国汽车出口延续高增长态势,上半年完成509.6万辆,同比增长65.3%。其中,新能源汽车出口235.5万辆,同比增长1.2倍。这意味着,我国每出口10辆汽车,就有约4.6辆是新能源汽车。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示,我国拥有全球最完整的新能源汽车产业链,新能源汽车的智能化优势明显,产业政策长期引导技术升级,产品竞争力进一步增强。“2026年我国新能源汽车出口增速进一步提高,上半年增长超过一倍。展望下半年,我国新能源汽车出口仍将保持较高的景气度,全年出口有望超过400万辆。”

站稳全球主流市场

“从全球看,汽车强国都是产业强国,是支撑国家竞争力重要产业之一。”北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪表示,“中国新能源汽车走向全球,让世界看到了中国在新能源汽车领域的产业优势和品牌竞争力。”

比亚迪汽车相关负责人表示:“围绕电动化和智能化,比亚迪一直坚持核心技术握在自己手里,技术准备到位,产品打磨好了,时机就到了。”

在规模扩张的同时,国产新能源汽车不再局限于小众海外市场,而是形成欧洲、东南亚、拉美、中东等核心市场多点开花的格局,甚至在汽车工业底蕴深厚的欧洲市场持续放量。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据显示,2026年前5个月,中国新能源汽车在欧洲的市场份额达17.7%,其中在意大利的市场份额甚至超过41%。

以上汽集团为例,今年上半年,海外销售

73.5万辆,其中MG品牌在欧洲市场销量超过19万辆。今年上半年,奇瑞新能源汽车出口同比增长164.9%。“在欧洲市场,奇瑞每销售2辆汽车,就有1辆是新能源车。今年前5个月,奇瑞在欧洲累计销售新能源汽车68949辆,同比增长458.62%。”奇瑞汽车相关负责人说。

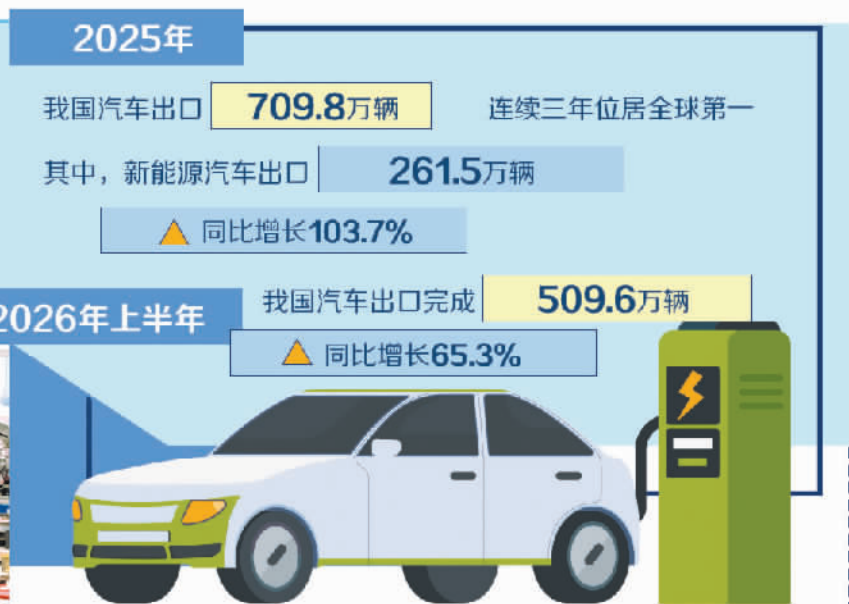
“2026年将成为我国新能源汽车全球化规模化落地的关键之年,全年出口突破400万辆的预测符合行业增长逻辑。”中国汽车流通协会会长助理宋英杰表示:“这不仅销量规模的突破,更是我国新能源汽车从‘小规模试水出海’向‘规模化常态化出海’的标志性拐点,意味着中国新能源汽车正式站稳全球主流市场,成为全球绿色出行变革的核心力量。”

潜心打磨核心技术

在中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树看来,近年来我国新能源汽车出口强势增长,核心源于产业、市场、政策多重红利叠加。“我国拥有全球最完整的新能源汽车全产业链,锂电、三电、整车制造规模化优势显著,成本与迭代速度优于海外车企,产品性价比和智能化配置优势突出。”

纪雪洪表示,中国在新能新能源汽车领域起步较早,在2009年就启动了“十城千辆”示范推广工程,目前已拥有核心技术和全产业链掌控能力,打破燃油车时代大而不强的产业格局,助力汽车产业实现换道超车。

“相较于燃油车时代,中国新能源汽车实现颠覆性技术突破,形成三大核心竞争优势。”崔东树分析,在三电领域,依托完整锂电产业链,电池安全性、能量密度、成本控制全球领先,800V高压快充、一体化电驱等技术量产落地,摆脱燃油车核心技术被“卡脖子”的困境;在智能座舱领域,自研车载操作系统生态完善,支持多模态交互、OTA(远程升级技术)迭代,功能与体验保持领先;自动驾驶领域,国内车企实现智驾全栈自研,硬件成本更低、适配场景更丰富,高阶辅助驾驶技术下沉至中端车型,形成独一无二的竞争壁垒。



经过多年发展,我国形成了长三角、珠三角等成熟的新能源产业集群,核心零部件实现近距离配套。部分外资和合资车企甚至将中国作为新能源汽车制造基地,并面向全球出口。以特斯拉上海超级工厂为例,依托中国完善的供应链体系生产的Model 3及Model Y,销往全球多个国家和地区。据统计,特斯拉2025年全球交付约163.3万辆电动车,其中上海超级工厂交付85.1万辆,依旧是特斯拉全球最大的出口中心。

“在燃油车时代,中国汽车产业长期处于跟随、追赶状态,核心技术、品牌溢价、国际话语权偏弱。”宋英杰表示,在新能源时代,我国实现了换道领跑、全域领先,不仅夯实了我国汽车产业大国地位,更持续提升中国汽车品牌全球认可度、产业话语权,推动我国从“汽车大国”加速向“汽车强国”跨越。

深度融入当地生态

全球化不是简单的地理位移,而是经济、文化、法律与社会关系的全面嵌入。中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会会长、中国国际商会汽车行业商会会长王侠说,“单靠滚装船拉货出海的时代已成过去时,真正的全球化必须践行合作共赢的理念和‘生态扎根’的办法”。

伴随新能源汽车“出海”步入深水区,各大车企也在积极构建完整“出海”体系。今年以来,奇瑞汽车全面迈入“体系出海”新阶段。4月,奇瑞欧洲运营中心及研究院在西班牙启用,运营体系深入欧洲腹地的同时,进一步织密全球研发网络;7月3日,奇瑞南非罗斯林工厂启用;更值得注意的是,奇瑞还是第一家获得中欧汽车碳足迹互认报告认证的中国车企,同时也是国际汽车工作组(IATF)亚洲第三家董事会成员,将直接参与全球顶级汽车质量标准制定与推广,标志着中国车企全球标准话语权实现历史性突破。

2025年,上汽正式发布海外“Glocal战略”,积极打造本地化体系生态和全球汽车品牌,推动从“产品出海”向“价值链出海”的升级。长城汽车也实施“ONE GWM”战略,加速从“产品出海”向品牌、技术、生态“全面出海”的转型升级。

长城汽车董事长魏建军强调,“中国汽车出海,不仅是产品出海、技术出海,更是品牌出海、产业出海。要到世界各地建厂,输出中国的汽车文化、造车标准,也要为当地创造价值,未来出海速度必然会加快。”

相比之下,零跑汽车走出了一条“出海”

新路径——通过与Stellantis集团合资成立零跑国际,零跑得以复用Stellantis在欧洲的经销商网络、金融保险体系及140个物流中心,由此实现了快速、低成本的全球化布局。

在宋英杰看来,车企加速海外建厂,提升本土化水平,是中国新能源汽车全球化从初级阶段向高级阶段跃迁的必然选择。其核心是规避壁垒、深耕市场、长效布局,由此大幅降低关税成本,提升产品价格竞争力,快速响应海外市场需求变化,深度融入当地经济体系,提升品牌认可度与市场包容度。

主动应对风险挑战

“出海”路上不止有风景,还有风浪。

崔东树表示,当前我国新能源汽车出口面临多重挑战:一是贸易保护风险,多国出台反补贴、高关税、市场准入限制,挤压出口利润与市场空间;二是合规监管风险,海外数据安全、碳排放、电池回收、车辆认证标准严苛,合规成本高、处罚力度大;三是配套服务短板,海外充电桩、售后网点、零部件仓储不完善,影响用户体验与车辆残值;四是品牌与竞争风险,低价标签根深蒂固,海外传统车企加速电动化反击,市场竞争持续加剧;五是车企自身短板,国际化人才匮乏、海外运营经验不足,产品本土化适配度有待提升。

针对以上问题,崔东树建议,车企需多措并举主动应对:加速产能本土化布局,在高壁垒市场建厂生产,同时多元化布局海外市场,分散贸易风险;搭建属地合规团队,精准对接当地法规政策,落实数据本地化、产品合规认证,规避合规风险;联动上下游企业协同出海,完善海外零部件供应、补能网络、售后体系,提升终端服务能力;实施品牌分层运营,通过本土化营销、权威测评提升品牌溢价,摒弃低价内卷竞争;完善全球化运营体系,引进国际化人才,深耕区域市场、优化产品本地化迭代,实现长期稳健“出海”发展。

中国汽车技术研究中心有限公司资深首席专家吴松泉认为,中国车企“出海”要实现“五个适配”:产品适配——针对不同国家情况进行差异化开发;合规适配——满足目标市场各项法规;运营适配——建立本地化销售服务与供应链体系;文化适配——融入当地文化,建立情感认同;价值适配——从“卖产品”转向“创造价值”,与当地各方形成共赢生态。“中国汽车‘出海’要以长期主义、本地共生、文化融合为核心,带来高品质、高性价比的出行产品,创造可共赢的未来。”吴松泉表示。