

科创之声

千亿元融资展现中国AI进取心

近一周,三条关于深度求索(DeepSeek)的消息相继刷屏。一是禁令:美国国土安全部下令要求联邦机构全面移除DeepSeek产品及基于其模型开发的第三方服务。二是开源:DeepSeek宣布将内部推理框架Deep-Infer全面开源,兼容英伟达与华为昇腾芯片两大算力平台。三是融资:DeepSeek在最新一轮融资中筹集约1000亿元人民币,宁德时代、腾讯等产业巨头参投。

一禁、一开、一融,指向同一个命题:在围堵与竞速并起的全球AI牌桌上,中国大模型拿什么下注未来?

千亿元融资的体量本身就是一个信号。DeepSeek在与投资者洽谈期间至少两次上调融资目标,融资规模从最初计划的500亿元增至800亿元,最终达到约1000亿元。加上此前约510亿元首轮融资,DeepSeek年内两轮融资累计约1500亿元,投前估值约5000亿元,并为科创板IPO铺路。

这笔钱更重的分量在于出钱的人。此轮融资,投资者有芯片、汽车、新能源、互联

网平台等多领域巨头。产业资本而非单纯金融资本在重注DeepSeek,说明其发展路线已获得产业链上下游认同,获得中国制造与数字经济的双重背书,市场已将其视为带动国产算力、能源、应用生态共同运转的枢纽。

美国禁令的出台,恰恰从反面印证了这一枢纽地位。美国国土安全部不仅禁止联邦机构直接采购DeepSeek,还“连坐”使用DeepSeek模型开发的第三方衍生产品。这种“穿透式”排除手法,说明美方担心DeepSeek开源模型渗透进整个软件供应链的潜力。

禁令越彻底,越暴露出焦虑。当中国模型以开源姿态进入全球开发者的工具箱,传统的封堵手段正在失效。美国封得住机构账户,封不住开源的代码本身。更讽刺的是,越是把开源技术贴上国别标签,越说明竞争的天平已不偏向筑墙者一边。

开源与禁令同框,更显自信与张力。DeepSeek全面开放DeepInfer,意味着任何企业都可以在英伟达或昇腾平台上以更低成本

本部署接近官方水准的推理服务。将这样的核心技术公之于众,看似削弱了自身的技术壁垒,实则做大了整个生态的基数。

开源是一种战略:你关上一扇门,我就把钥匙发给所有人。中小企业不必从零搭建推理优化能力,高校研究团队可以在昇腾平台上验证自己的模型设计,DeepSeek则获得一个以自身技术栈为参照系的开发者网络。网络效应一旦形成,其黏性远非几项专利可比。

在全球AI资源向少数闭源巨头集中时,DeepSeek的选择让更多国家、更多企业、更多开发者有机会参与这场技术革命。这种技术平权,与中国在新能源、电动汽车等领域的全球化路径一脉相承。我们不靠封锁别人建立优势,而靠开放生态赢得世界。

当然,前路并非坦途,清醒同样必要。美国联邦政府的直接订单本就不是DeepSeek的主场,真正的考题是寒蝉效应下的盟友跟进、出海合规与数据信任。此外,与

OpenAI、Anthropic等美国公司累计逾千亿美元的融资体量相比,中国头部AI公司仍然差着一个数量级,下一代DeepSeek模型的原创性突破、商业化纵深与算力供给,都是绕不开的硬仗。

融资增实力,开源定路线,普惠赢人心。在有人忙着筑墙的地方选择架桥,把最先进的技术做成人人可及的公共产品,这份在压力下仍昂然向前的姿态,正是中国AI企业最珍贵的进取心。



□ 本报记者 郭存举

视点
中国新闻奖名专栏

借势发力,企业提速数智化转型

今年以来,人工智能(AI)技术持续迭代,场景加速适配供需。在AI浪潮冲击之下,部分中小企业陷入“不用AI是等死,乱用AI即找死”的复杂处境。

企业是创新的主体,也是推动创新创造的生力军。日前发布的《中共中央 国务院关于发展新质生产力的意见》提出,全面实施“人工智能+”行动,大力推动人工智能在各行业应用。多位企业家表示,AI不是洪水猛兽,而是工具红利和产业机遇,企业应利用技术推进业务流程和管理模式重构,借势发力推进数智化转型。

破解AI焦虑

最近几年,不少企业感到“生意难做”。北明软件有限公司总裁应华江认为,这是源于旧增长方式边际效应减弱,新动能仍在培育之中,技术只有进入产品、生产、服务和商业模式,才能真正形成新动能。

制造业企业在使用AI方面普遍存在三重顾虑。首先是安全担忧,工业生产依托封闭内网运行,而AI需要开放外网,病毒入侵和数据泄露等安全风险显著增加;其次是成本考虑,高额的改造成本及不确定的回报周期,使不少中小企业难以轻松应对;最后是技术要求,当前AI系统的稳定性、适配性和可验证性尚有提升空间,部分企业仍存担忧。

面对顾虑,不同企业有不同的考量。

“AI正在改变千行百业的运行方式,率先把AI嵌入业务流程的企业,将改变成本结构、交付效率和市场竞争力。”应华江说,AI浪潮之下,当前多数岗位不会简单消失,而是转向人机共同完成,企业应主动拥抱技术,从真实业务环节切入,用AI提高效率、降低成本。一方面要建立数据思维,用数据记录、分析并支持经营决策;另一方面要重构生产流程,让AI融入识别、审核、分析、检测等各个环节,形成“AI+业务”模式。

浙江大丰实业股份有限公司董事长、总裁丰华表示,面对AI时代的行业巨变,公司正加速推动“AI+机器人+场景”融合平台落地,在文化、体育、旅游等领域推动AI加速商业化。

记者了解到,部分企业已着手训练数字员工。据介绍,数字员工跟随公司员工在真实工作场景下工作3个月,便可模拟真实员工完成工作内容,将有助于降低企业人力成本,提升工作效率和准确性。

“风口会停,价值不会停,要用新技术重塑传统产业,用长期主义穿越新周期,做准而正确的事。”宁波富邦控股集团有限公司党委书记、董事局主席宋汉平说。

创新不能停歇

创新,是企业穿越周期的底气。随着供需变化引发市场调整,企业更需加大创新力度,增强核心竞争力。

当前,部分企业创新动力动能不足,中小企业创新门槛逐渐提高。不少企业反映,如果不能通过创新带来增量价值,就会陷入低水平的存量竞争。

“即便身处1米宽的赛道,也要全力挖到1万米深。”深圳科达利实业股份有限公司董事长励建立介绍,公司从每月花3000块钱租设备创业起步至今,2025年已实现营收超150亿元。

在他看来,任何行业都有周期,技术是唯一“带得走”的资产。“订单会走,客户会变,只有掌握在手里技术不会。”励建立说。



对企业来说,市场有周期,但创新不能停。“创新不是锦上添花,而是企业穿越周期、走向未来的根本力量。只有把技术掌握在自己手中,才能在全球竞争中赢得主动。”锦浪科技股份有限公司董事长、总经理王一鸣说。

20多年前,王一鸣在宁波创立锦浪科技,那时还是新能源产业发展萌芽期。面对市场激烈竞争,企业靠什么突围?创新、创新、还是创新。通过持续高比例、大金额投入研发,锦浪科技从最初的技术追赶到如今在光伏逆变器、储能系统、人工智能能源管理系统等领域的深入探索,持续向100多个国家输送清洁能源。

传统产业的数字化、智能化改造也在不断向高端迈进。“40年来,我们专注做一件事,就是把有色金属新材料做深、做精、做到极致。”博威集团董事长谢识才介绍,目前,博威在全球已布局16个专业化制造基地,先后建设超算中心、私有云和AI新材料研究中心,产品广泛应用于高速列车、航空航天、新能源汽车、5G通信、AI数据中心等30多个行业。

随着越来越多企业加快智能化转型,一批具有较高水平的“黑灯工厂”、数字化车间、智能生产线加快投产,有力拉动了数字产品制造业增长。国家统计局数据显示,今年前三季度,规模以上数字产品制造业增加值对规模以上工业增长的贡献率超过了1/3;工业自动调节仪表与控制系统、工业控制计算机及系统等智能生产设备产量分别增长30.6%、25.8%。

放大场景优势

场景是连接技术和产业、打通研发和市场的桥梁,是推动科技创新和产业创新融合发展的重要载体。《中共中央 国务院关于发展新质生产力的意见》提出,“实施新技术新产品新场景大规模应用示范行动”“加大应用场景建设和开放力度”。

场景越具体,AI越有效。脱离了具体场景,AI的价值便无从体现。国家统计局数据显示,目前,规模以上制造业人工智能技术重点场景应用普及率已超1/3。

聚光科技创始人姚纳新认为,AI的价值最终体现在经营结果上,企业要关注的不是“用了什么AI”,而是“解决了什么问题”。从辅助员工完成任务,到辅助企业改善业务流程,企业应从“有没有使用AI”,转向“哪些核心业务因AI产生了可衡量的改善”。

姚纳新建议,企业AI落地可分四步走:一是找准场景,优先解决高频、重复、成本高或风险大的问题;二是小范围试点,业务部门牵头,技术团队配合,设定清晰边界;三是验证结果,衡量效率、质量、成本、客户响应等实际变化;四是逐步推广,形成可复制能力。

丰富的场景资源,也是区域竞争的优势所在。以浙江省慈溪市为例,作为闻名全国的小家电之都,其拥有完整本地配套链,成熟制造集群和强大量产能力,在从规模制造转向“智能+绿色+高附加值”的过程中,慈溪已逐步从家电基座件基地升级为先进制造创新高地。

对于城市招商而言,送政策不如送场景。宁波拥有119家国家级制造业单项冠军企业,数量连续8年居全国第一位。众多单项冠军企业深耕细分赛道,掌握关键核心技术,拥有多元应用场景,成为企业和城市相互赋能的重要契合点。

前不久,宁波“人工智能+制造”全场景开放创新首期“种子班”交出亮眼答卷,来自全市33家制造企业的54名学员,带着历时近3个月培育的10个AI智能体项目登台路演,集中展示了AI技术落地多元应用场景的阶段性成果。

据了解,为营造“为技术找场景,以场景聚项目”良好生态,宁波将全年开放不少于1000个场景机会,推动AI从课堂走向车间、从方案走向产线,让AI在真实场景中释放更大价值。



求真

“社保卡金卡”能提待遇?假的

本报记者 教 蓉

近期,部分社交媒体和短视频平台出现所谓“社保卡金卡”传言。有发布者声称,人社部门将推出通体金色的“社保卡金卡”,办理升级即可提高医保报销比例、养老金待遇,还可额外领取养老专项补贴、享受免费文旅等专属福利。部分账号甚至冒充人社部门工作人员,以“进群代办升级”为名实施诈骗。

对此,记者向相关部门核实确认:所谓“社保卡金卡”能够提升待遇、申领补贴的说法均为虚假信息。此类传言利用群众对养老、医保待遇改善的期待,仿冒官方口吻,借社交群组扩散传播,目的在于诱导公众提交身份证号、银行卡号及短信验证码等个人敏感信息。一旦信息泄露,个人资金可能被盗取,身份信息亦可能被冒用。

从外形看,我国社保卡无“金卡”“银卡”划分。在部分地区,第三代社保卡确有地方特色设计,但卡片核心社保功能与全国统一,参保权益

最近,“养砖头”在年轻人中悄然流行。社交平台上,有人每天喷水两三次,记录砖头从光秃秃到一点点新绿、再到郁郁葱葱的全过程;有人养了一年,砖上不仅铺满苔藓,还冒出小黄花和蕨类植物,被称作“自然盲盒”。这种看似“无意义”的爱好为什么会戳中年轻人的心?养砖头“养”的到底是什么?

相比较养宠物,“养砖头”最大的特点是门槛很低。业内人士介绍,苔藓孢子在空气中广泛存在,环境不适时休眠,遇到合适的湿度、温度就恢复生长;粗糙多孔的砖面能锁水锁尘,恰好成了孢子的“育婴室”。换句话说,砖头几乎是“养不死”的——忘了喷水,苔藓休眠待命;想起来了再喷,绿意再次重来。

养砖的成本也低到近乎为零:从路边、河滩捡回一块带孔隙的老式红砖,清水浸泡24小时,放进外卖盒改成的托盘,每天喷水两三次,剩下的交给时间。有网友总结它的好处:不花钱、不占地方、不拆家、不用铲屎,“比猫狗省心,比多肉好养”。

零投入、高反馈,养砖头提供的是典型的情绪价值。养砖一年多的北京爱好者连悦蛟告诉记者,看着砖上冒出新绿,“成就感不亚于完成一个耗时很久的项目”。不少养砖者也表示,最吸引人的是“无目的感”:不用追求结果,不用向任何人交代,苔藓长不长得出都都行。

“养砖头”之所以在年轻群体出圈,背后是很多人普遍存在的情绪缺口。艾媒咨询数据显示,60%的城市青年长期受情绪焦虑困扰。首都医科大学附属北京朝阳医院神经科教学主任、主任医师鲁明分析,无论“养砖头”是否具有实际价值,都可以给人带来情绪价值:每次看到砖头的一点点变化,身体会释放多巴胺等神经递质给予奖励。在鲁明看来,日常社交需要多方付出,还存在失败风险,而“养砖头”作为“单向社交”,只需要单方面付出、不存在失败风险,“零成本也让这种陪伴更轻松”。

打飞的看演唱会、逛潮玩盲盒、下单解压玩具……年轻人愿意为情绪买单,早不是新鲜事。艾媒咨询发布的《2025—2029年中国情绪经济消费趋势洞察报告》显示,2025年中国情绪经济市场规模达27185.5亿元,预计2030年将增至51248.3亿元;消费主力是23岁至28岁的职场新人,占比53.66%,42.45%的人每月情绪消费支出在501元至1000元。75.21%的年轻人情绪消费的核心诉求是自我疗愈、缓解精神内耗,仅有8.83%的人看重实用功能。

但情绪消费也存在问题。中国社会科学院社会学研究所研究员、消费与文化社会学研究室主任朱迪分析,情绪消费营销容易唤起消费者共鸣,尤其在消费者处于焦虑状态下,更易产生冲动消费和过度消费。数据显示,50.31%的受访青年认为情绪消费行业“营销大于实际价值”,近半数人反馈消费后空虚感反而加剧。

养砖头与花费真金白银的情绪消费并不相同——它满足了情绪价值,但几乎不需要任何花费。对照之下,年轻人反而看得更清楚了:什么是真实的情绪反馈,什么是被制造出来的情绪营销。

一块砖头,无意间给出了未来情绪消费演变的答案。朱迪认为,无论商品还是服务,稀缺的从来不是包装,而是真实的情绪反馈。她建议,未来,情绪消费要从商品性消费向服务性消费拓展,除了谷子经济、潮玩这类商品型情绪消费,还要大力拓展旅游、休闲娱乐等体验型情绪消费;在日常消费场景中,扎实的售前售中售后服务同样能提供情绪价值,“销售时提供相关知识信息,会让消费者感到有收获、有共鸣,售后服务可信赖、让人放心无忧,也会助力消费的增长”。

本版编辑 李 瞳 康琼艳 美 编 倪梦婷
来稿邮箱 jirbgzb@163.com

不因卡面图案不同而产生高低之别。

从配套福利看,参保人医保报销水平、养老金标准仅与个人参保缴费年限、缴费基数、参保险种等因素相关,与卡片颜色、外观并无任何关联。人社部门从未出台过“付费升级卡片以提高社保待遇”的相关政策。

相关部门提醒,凡宣称代办“金卡”、扫码申领大额补贴、私下登记信息发放福利的,均非人社系统工作人员。

公众如需咨询社保卡业务和社保政策,可通过人社服务大厅、国家社会保险公共服务平台、本地人社部门官方小程序等正规渠道办理,也可拨打全国人社服务热线12333进行核实。



更多
扫码