

实探2024数字科技生态大会:

AI技术走向千行百业 产业规模发展已具备条件

■本报记者 李乔宇

仅需在酒缸上放置一个小小的硬件设备,就可以全方位监控桶内液体状态的变化;佩戴上AI智能眼镜,盲人也能识人辨物;只需6步,就能够生成定制化的行业大模型……12月3日至12月5日,2024数字科技生态大会在广州举办。“AI应用正处于爆发阶段。”有展商工作人员在现场对《证券日报》记者感慨。

此次大会的主题为“AI赋能共筑数字新生态”。大会主办方中国电信全面展示了其在云计算及算力、人工智能、量子、新一代信息通信等业务的布局,华为、高通等中国电信合作伙伴亦亮相大会现场,展示了促进千行百业数字化转型升级方面的重要成果。

围绕AI技术,大量新场景、新应用、新终端在此次大会上亮相。记者多方采访了解到,AI技术的逐步成熟,算力成本的下降为产业规模发展奠定了基础,同时技术的逐步成熟也催生了用户需求的释放,在需求牵引下,AI应用的增长有了直接动力。

“黑科技”扎堆亮相

记者在大会现场注意到,多项“黑科技”扎堆亮相,AI技术正在惠及更多垂直行业。举例来看,AI技术正在为白酒这一传统产业带来新的数字化动能。在天翼物联生态展区,一排排老式酒缸格外吸睛,在这些酒缸上方,放置着一块手掌大小的黑色智能设备。通过这一块小小的设备,白酒厂商就能在不接触酒缸的情况下,对基酒状态进行全方位的实时监控。

“这是我们的翼酒保产品,只要把设备放在酒缸上,翼酒保就能够通过我们的新型传感器技术和AI小模型算法,对酒精度数、液面高度、酒精度数以及酒质的变化进行检测。”天翼物联工业物联网产品线专家虞迪告诉《证券日报》记者。

他表示,根据测算,翼酒保能够实现酒罐存酒的质量估算小于5%



图①2024数字科技生态大会现场 图②现场展示的翼酒保产品 图③中国电信子公司展安信息展出的消防机器人产品 图④中国电信天翼云吉祥物云宝 图⑤低空经济展位展出的飞行汽车

李乔宇/摄

误差、液位检测精度小于1mm,能够每年减少2%的基酒损失,提高基酒库存盘点效率约20%,提高库存精准度。

“目前我们已经与部分茅台镇厂家签订合作协议。”虞迪表示,未来还将进一步开拓产品使用场景,为酱油、醋等发酵产品开发数字化产品。

新型AI智能硬件产品亦登场。在天翼AI的展台,AI手机、AI电脑悉数亮相,记者同时注意到,尚未上市的AI智能眼镜也在此次大会上公开展示。

“目前我们研发的智能眼镜已经能够让用户在不接触手机的情况下实现拨打电话、编辑短信、拍摄照片和视频等基础操作,同时通过中国电信星辰大模型的赋能,这款智能眼镜能够识人辨物。”中国电信人工智能公司家庭和个人产线负责人朱培栋告诉《证券日报》记者。他随即戴上眼镜向记者展

示,只要唤醒AI并面向想要识别的工作人员,智能眼镜就能够精准识别并提供其姓名、岗位和主要的工作职责等信息。

“目前这款产品还在开发更多的垂直场景,比如自动识别食物的卡路里等,预计将于明年年中上市,希望能将价格控制在低于国外竞品价格的范围内。”朱培栋表示,目前中国电信人工智能公司内部正在全力进行研发。

加快规模应用

翼酒保以及AI智能眼镜只是人工智能产业规模发展的一个缩影。在此次大会上,人形机器人在AI大模型的赋能下不仅能够与人流畅对话,还能够完成简单的家务,与钢琴家进行三手联弹表演;工业、农业、医疗业、零售业等行业都能在数字化转型的过程中绽放出新的活力;AI还能在治安防控、

森林防火、抢险救灾场景中,进行事前预警、事中决策支持和事后评估,提升工作效率。

据介绍,中国电信将加快规模应用,推动创新成果转化为现实生产力。中国电信将推动数字化应用深度融入行业生产场景,重点打造80多个行业大模型和20个行业智能体,持续完善MaaS服务能力,提供“算力+平台+数据+模型+应用”的一体化服务。

“当前人工智能产业规模发展已经具备了良好条件。”中国电信董事长柯瑞文在此次大会上表示。

从技术发展阶段来看,过去两年,生成式人工智能正在以前所未有的速度进行迭代和创新,大模型能力得到快速提升。

从产业发展进程来看,AI手机、AI PC等智能终端逐步走进日常生活,行业大模型在金融、工业、医疗等领域加快落地,借助大模型解决生产实际问题逐步形成共识。

同时,AI技术门槛的下降以及算力成本的下降也在鼓励AI技术走向千行百业。亚信科技在大会上设置了名为“6步构建一个行业大模型应用”的展台。谈及产业发展,展台工作人员告诉记者,随着大模型生态的逐步完善,越来越多能够贴近客户业务场景的大模型业务应用能够切实有效地帮助企业实现“降本增效”,企业的大模型应用需求被逐渐激发和释放。

该工作人员同时表示,随着大模型技术的日趋成熟,大模型应用边际成本的降低,也对于基于大模型技术的业务应用进一步爆发起到了有效的推动作用。

“产业创新进入以规模应用推动发展的关键时期。”柯瑞文同时强调,科技成果只有通过规模应用,才能促进技术不断迭代完善,形成成熟的商业模式,实现技术和市场双轮驱动产业发展,并进一步反哺科技创新。

裸眼3D技术加速落地 谁能分得一杯羹?

■本报记者 陈红

随着技术的不断进步和普及,裸眼3D技术的应用领域已从游戏、影视、教育、广告拓展到了电商。12月4日晚间,京东官微发布裸眼3D商品营销方案“立影计划”。

“这是全球首个裸眼3D商品营销方案。”据京东介绍,消费者不用佩戴眼镜,无需借助其他设备,打开手机官方App,就能看到360度展现的商品立体视觉,摆动手机,还能看到不同角度的商品动态信息。

中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示:“京东推出的裸眼3D购物,重新定义了用户的购物体验,这表明裸眼3D技术的全新视觉时代正在到来。这不仅推动了行业进步,也为其他企业提供了参考,促使整个行业加速技术进步和市场拓展。”

投资规模持续增长

裸眼3D技术目前正处于风口,并且有巨大的发展潜力。从产业角度看,雷曼光电、兆讯传媒、奥拓电子、洲明科技、国星光电、康达新材、苏大维格、丝路视觉、电声股份等多家上市公司均在裸眼3D技术上有所布局。

例如,雷曼光电近期在投资者互动平台上表示,公司部分裸眼3D视频定制业务是由公司自己开发制作的。公司拥有丰富的经验和专业的团队,能够根据客户的需求量身定制符合客户品牌形象的高质量定制视频内容。

作为户外数字媒体行业先行者,兆讯传媒已将AI系统运用到户外裸眼3D的制作环节。目前,公司独立制作并推出裸眼3D公共艺术大片《进化论》《履楼》《Take A Breath》《登陆》等。

奥拓电子裸眼3D技术主要用于广告、影视等领域,目前公司已推出多支裸眼3D视频内容,如深圳市兆邦基金大厦裸眼3D世界短影片、杭州萧山国际机场T4航站楼裸眼3D短片、重庆江北国际机场裸眼3D短片等。

洲明科技在裸眼3D解决方案方面有着深厚的布局,打造了多个沉浸式裸眼3D视效案例,如北京王府井百货裸眼3D屏、武汉光谷广场裸眼3D大屏等,此外,公司的LED+XR、裸眼3D的解决方案还助力多年央视春晚和元宵晚会拍摄制作。

国星光电在超高清显示、XR虚拟拍摄及裸眼3D领域布局多年,积极关注LED前沿技术,并参与了多个城市地标性裸眼3D大屏的建设,如佛山万科金融中心、重庆观音桥商圈的3788亚洲之光裸眼3D大屏等。

从投资角度看,根据中研普华产业研究院最新数据,2023年中国裸眼3D行业投资规模为9.4亿元,2026年裸眼3D行业投资规模将达10.78亿元,2021至2026年裸眼3D行业投资规模复合增长率为5.31%。

“该领域投资规模持续增长,主要受到技术进步、市场需求和政策支持等多方面因素的影响。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪对《证券日报》记者表示,上市公司在裸眼3D技术上的积极布局,不仅反映了其对这一新兴技术的看好,也预示着这一领域在未来将有更大的发展潜力。

产业化进程加速

据了解,裸眼3D技术通过利用双眼的视差原理,可实现不借助眼镜就能看到立体视觉效果。近年来,这种技术在亮度和对比度方面均得到了显著提升,效果更加逼真自然。

《证券日报》记者了解到,裸眼3D技术在广告和传媒领域应用较广。例如,不少大型商场的裸眼3D广告屏播放奇幻画面或跨年倒计时,吸引路人驻足观赏并拍照分享,从而达到品牌宣传的最佳效果。

此外,该技术在文化旅游展示方面也表现出色。例如,四川成都太古里及杭州的西湖区三路的裸眼3D显示屏,都成为了当地文化和旅游的新亮点。在游戏领域,裸眼3D技术也为观众带来了更加逼真的沉浸式体验,提升了用户的参与度和满意度。

随着技术的逐渐成熟,裸眼3D市场竞争也日益激烈,但尚未形成绝对的龙头企业。不过凭借先发优势和较为丰富的产品线,有一些知名厂商已经占据了较大的市场份额。例如,康达新材称,子公司易快来在裸眼3D领域市占率90%以上。近年来,易快来积极转型升级,已成为裸眼3D设备的综合方案提供商。

尽管裸眼3D技术取得显著的进展,但其发展仍面临一些技术挑战,“包括视角选择、视觉舒适性、制作成本等方面;另外视觉效果和稳定性也仍然需要进一步改进;进一步突破现有技术壁垒,提升应用场景的多样性。”国内咨询机构科方智库研究负责人张新原对《证券日报》记者表示。

展望未来,“随着5G、AI、大数据等新一代信息技术的快速发展,裸眼3D技术将与之实现更紧密的融合,应用领域有望拓展至工业设计、远程教育、智慧医疗、智慧城市建设等新兴领域。”詹军豪表示,随着裸眼3D技术的不断发展,其产业链也将不断完善,加速推动裸眼3D技术的产业化进程。而能够紧跟技术发展趋势,不断创新和升级的企业,将在裸眼3D技术的发展中获得更多机遇。

消费电子新品密集上市 AI应用重塑行业格局

■本报记者 丁蓉

四季度是消费电子旺季,近期,华为、苹果、荣耀等多家厂商密集发布旗下消费电子产品,与AI(人工智能)相关的功能成为市场关注的焦点。

12月5日,《证券日报》记者走访调研时看到,在华为专卖店, Mate 70系列手机的AI隔空传送功能吸引了多名消费者现场体验。

巨丰投顾高级投资顾问于晓明在接受《证券日报》记者采访时表示:“AI应用尚处发展的起步阶段。消费电子产品中AI应用创新层出不穷,主要包括AI个人电脑中的智能办公功能、AI手机的拍照功能、AI耳机的自适应环境功能、内容生成与搜索功能等。接下来AI应用创新将成为各大厂商的发力重点。长远来看,AI有望重塑行业格局,‘得AI者’将抢占先机,推动

产业链升级。”

AI功能受追捧

只需通过简单的手势一抓一放,Mate 70系列手机便能将内容隔空传送到平板电脑设备上,操作过程极为便捷。记者在走访调研中了解到,华为此次发布的Mate 70系列新品所搭载的多种AI功能,受到消费者追捧。

西部证券研报显示,华为Mate 70系列手机首发了九大AI功能,分别为AI运动轨迹、AI主角时刻、AI时区穿越、AI智控键、AI隔空传送、AI通话摘要、AI消息随身、AI降噪通话、AI静谧通话。其中,AI隔空传送、AI运动轨迹等功能引发热议,使AI在交互方式及视频拍摄处理等方面的应用实现进一步创新。随着HarmonyOS NEXT的完善及AI功能的升级,后续新机型或将实现AI与

操作系统深度融合,有望提升小艺和鸿蒙原生应用的智能体验。

AI功能已经成为消费电子新品的“必修课”。在AI个人电脑方面,头部厂商联想集团等已持续推出了多款AI个人电脑产品。

搭载AI功能的消费电子产品渗透率正在快速提升。市场调研机构Canalys预计,2024年AI手机的渗透率将达到17%,并于2025年迅速攀升至30%。

科方得智库研究负责人张新原表示:“未来几年,AI应用创新将加速,消费者可以期待的方向包括AI电脑、AI手机、AI穿戴、AI眼镜、AI头显等产品。例如,在AI穿戴设备中,AI可以帮助人们更好地管理健康,预测健康风险,提供个性化的健康建议。”

上市公司积极布局

A股上市公司中,韦尔股份、澜

起科技、立讯精密、领益智造、歌尔股份、兆易创新、佰维存储、科大讯飞等消费电子产业链上下游企业,正牢牢把握AI发展趋势,积极布局AI应用相关产品。

科大讯飞与华为始终保持良好的合作与交流,与鸿蒙生态签约,双方持续在技术创新、产业应用、商业合作等领域开展全方位、深层次的合作,共建人工智能产业生态。科大讯飞近日在投资者互动平台上表示:“华为Mate 70系列手机中基于大模型的通话摘要功能、方言自由说功能以及全屋智能场景中的全屋广播等功能均由科大讯飞提供技术支持。”

佰维存储在适配多模态应用的AR眼镜上与Meta深入合作,DDR5产品在电商平台销售名列前茅。近日,佰维存储称:“公司是国内少数同时拥有大容量eMMC、UFS和LPDDR产品的存储器厂商,并已布局

PCIe Gen5产品,迎合AI应用驱动存储升级的趋势,同时,公司推出了支持QLC颗粒的存储主控芯片,迎合手机存储QLC替代趋势。”

立讯精密持续精进以声、光、电、热、磁、射频为核心的底层技术,在新工艺、新制程的加持下,结合深耕行业多年所具备的快速规模化量产和制程工艺创新能力,为全球头部品牌客户提供从零部件、模组到系统解决方案的一站式产品服务,特别是在声学产品领域,AR、VR以及家居、办公等智能设备领域,都获得了诸多客户的高度认可。

张新原表示:“在AI应用的赋能下,消费电子软硬件创新都在提速,消费电子市场需求被进一步激活。展望未来,AI技术的应用将催生新的商业模式和产业链,进一步推动和重塑消费电子产业的发展。”

房企11月份债券融资规模环比增长66.6% 行业融资成本继续下降

■本报记者 陈潇

据中指研究院12月5日发布的监测数据,11月份,房地产企业债券融资总额为482.7亿元,同比增长9.0%,环比增长66.6%,连续三个月同比增速为正。其中,行业债券融资平均利率为2.73%,同比下降0.85个百分点,环比下降0.25个百分点,融资成本持续下降。

从融资结构来看,信用债仍是融资大头,ABS融资规模占比大幅上升。11月份,房地产行业信用债融资266.6亿元,同比下降14.4%,环比增

长22.8%,占比为55.2%;ABS融资216.2亿元,同比增长81.2%,环比增长197.2%,占比为44.8%。具体来看,11月份,信用债发行总量同比有所下降,但民营房企发债规模显著增加。月内,共有5家民营和混合所有制房企完成信用债发行,分别为新城控股、绿城中国、美的置业、新希望地产、滨江集团,发行总金额46.3亿元,是2024年发行金额最高的月份。

此外,ABS发行金额环比均显著增加,其中,类REITs是发行规模最大的资产证券化产品,占比达53.4%;其次是供应链ABS,占比为

29.1%;CMBS/CMBN占比17.5%。

“近年来,信用债、ABS逐渐成为房企债券融资主力。当前,信用债发行渠道主要面向优质房企敞开,CMBS/CMBN、类REITs等发行规模较大的ABS品类,则主要向手握优质持有型资产的企业开放。”中指研究院企业研究总监刘水向《证券日报》记者表示。

例如,11月27日,新城控股完成发行2024年度第二期中期票据,发行规模15.6亿元,期限5年,票面利率3.50%,认购倍数1.97倍。11月20日,市场首单商业物业持有型不动产

ABS完成发行,该项目的物业为越秀地产持有的ICC环贸天地及地下停车场,项目发行规模14.13亿元。

“持有型不动产ABS底层资产类型不断扩容,有助于持有优质资产的企业丰富融资渠道,盘活存量资产。”刘水表示,ABS募集资金用途的限制相对较少,ABS融资能力较强的房企能够通过发行ABS缓解再融资压力。

整体来看,今年11月份至11月份,房地产行业债券融资总额482.7亿元,同比下降24.0%。其中,信用债融资2994.6亿元,占比61.7%;ABS融资1791.1亿元,占比36.9%。

上海易居房地产研究院副院长严跃进向《证券日报》记者表示,临近年底,房企一方面要冲刺年度销售目标;另一方面还要力保资金安全,对资金的需求也有所增加。叠加一些房地产行业支持性政策,债券融资情况持续回暖,房企亦有望缓解资金压力。

刘水认为,企业应密切关注国内外政策环境的变化,充分利用各类融资政策,采取多元化融资策略,通过内部经营质量提升带动基本面改善,同时丰富融资渠道,降低融资成本,不断优化融资结构。