

公司零距离·新经济 新动能

联影集团：AI是面向未来发展的生命线

■本报记者 金婉霞

提到高端医疗装备企业，资本市场首先关注的是其技术壁垒、装机量和市场占有率。如今，随着大模型快速发展，相关企业“数智能力”也成为新的评价维度。

联影医疗技术集团有限公司（以下简称“联影集团”）正加速从“硬件”向“数智化”升维。日前，公司发布“元医院”战略，提出利用多模态大模型、医疗智能体、数智孪生等技术，让医院的医疗服务能力突破物理空间限制。对此，联影集团董事长薛敏对《证券日报》记者表示：“‘元医院’战略是牵引联影集团未来发展的一项重要数智化战略，也是我们充分思考后，对未来医疗的一份构想。”未来三年至五年，联影集团希望与合作伙伴共同推动医疗系统和医疗范式变革，实现“碳基生命×硅基智能”融合共生。

一家主营高端医疗装备的企业，为何不再一味追逐设备技术迭代与装机规模扩张？其长期沉淀的“硬件能力”又能否顺利转化为“数智能力”？带着这些问题，《证券日报》记者展开实地调研。

赋能医院数智化建设

一家深耕医疗硬件的企业，为何要投入巨大资源布局AI？“做出这一抉择，源于我们对医疗本质的深度思考。想要破解医疗领域‘高质量、低成本、广覆盖’的‘不可能三角’，AI是不可或缺的解题钥匙。”薛敏向记者坦言。

据了解，上海联影智能科技股份有限公司（以下简称“联影智能”）成立于2017年底，主要承接联影集团在医疗数智化领域的技术创新和商业落地。联影智能首席运营官、研发总裁詹翊强在接受《证券日报》记者采访时回忆，公司成立初期主要研发影像辅助诊断产品，旨在帮助放射科医生提高阅片效率；2022年后，大模型快速发展，让联影智能看到了更多可能。

“大模型使AI具备了更强的理解能力，可以同时处理文本、影像、视觉和语音等多模态信息。”詹翊强表示，这让许多原本“超前”的医疗构想有了落地可

能，联影智能的研发重心也随之变化——从“帮助影像科医生看片子”，进一步延伸至帮助临床科室、赋能医院数智化建设、为诊疗全流程提质增效。

“截至目前，我们已推出100余款医疗AI产品、医疗大模型以及10余款智能体，相关产品落地全球4000余家医院。”联影智能研发副总裁曹晓欢表示，联影智能可在数据不出院的前提下，为医院输出数据治理和智能体开发平台能力，支持医院基于自有数据搭建专属智能体。

记者从联影智能了解到，在中山大学肿瘤防治中心，相关数智化诊疗技术已实现落地应用：患者完成挂号后，AI即刻开启预问诊，支持上传、整理外院检查资料；患者进入诊室，系统便向医生推送完整病历信息，同时在医患交流过程中采集对话内容，实时生成病历文书。

薛敏口中的医疗“不可能三角”，正借助AI迎来现实层面的破解。重庆市秀山县距离重庆中心城区340余公里。秀山县人民医院副院长龙军介绍，受制于医疗人才短缺，以往当地群众往往要奔波前往主城就医。而自今年启用联影智能阅片系统后，当地看病难的局面得到显著改善。截至目前，联影智能阅片系统已在卒中、胸痛、肺结节、肋骨骨折等场景完成超6.4万份影像辅助诊断，助力救治100余例危急重症患者。

“硬件基因”长出数智壁垒

联影集团布局AI并非个例。眼下，医疗垂直大模型、多模态智能体以及AI医疗信息系统正成为行业热点。医疗信息化厂商、互联网平台等多方主体纷纷入局。在此背景下，联影集团的差异化竞争优势从何而来？

詹翊强解释，这一优势首先来源于企业对真实医疗场景与医疗数据的长期积累。“医学影像是医疗数据中体量最大、专业门槛高、公开获取难度较高的一类医疗数据，而医疗影像设备正是数据产生的源头。设备所连接的真实临床场景，为AI能力迭代提供了长期、持续的应用基础。”詹翊强表示，长期深耕医疗产业，使联影集团能够持续接触真实临床场景，



图①孙云帆教授现场演示产品 企业供图
图②联影智能展厅
图③联影智能办公场景 金婉霞/摄

并在此基础上积累对医疗数据、临床流程和诊疗需求的理解。

这种产业积淀，也与联影集团长期深耕高端医学影像领域有关。上海联影医疗科技股份有限公司是联影集团旗下承担高端医学影像设备业务的上市主体，其2026年半年报显示：PET/CT连续11年位居中国市场首位；多款CT产品市场占有率均位居中国市场第一；数字化X射线产品线市场占有率回升至行业第一。

设备广泛铺就，搭建起AI数据入口，但海量的数据并不会自动转化为AI能力。曹晓欢表示，联影集团长期深入医院核心诊疗场景，在产医合作中形成了对临床流程的理解，“训练医疗大模型，不仅需要医生的专业反馈，更要厘清影像在诊断、治疗、随访全流程中发挥的作用。”

据了解，“元医院”是一项跨设备、跨数据、跨模型、多场景的全栈系统工程，对企业综合能力要求很高。联影智能联席CEO周翔表示，这既包括数据知识平台、AI原生业务系统、智能体生产平台等软硬件基础设施，也包括医疗多模态大模型、具身智能诊疗机器人、智能可穿戴设备等多元能力。上述能力将共同支撑元场景、元科室建设，推动医院组织形

态和医疗服务模式持续演进。如今，联影集团已是行业内少数实现从底层基础设施到上层医疗AI应用全栈布局的医疗科技企业。

编织一张“能力网络”

这种“数智能力”落地到临床场景，会是怎样一番模样？

日前，在世界人工智能大会“智能伙伴，共建未来元医院”分论坛上，复旦大学附属中山医院肝胆肿瘤与肝移植外科孙云帆教授就相关产品进行了演示。他佩戴混合现实眼镜发出指令：“小U，帮我整合这位患者的疾病诊疗时间线。”短短数秒，分散在多个系统中的病史、检验指标、影像检查与AI分析结果，便呈现在医生眼前，并同步投射至大屏。孙云帆抬手轻触，患者二维肝脏影像即刻生成三维模型；伴随手势操作，肿瘤周边胆道、动脉组织可逐层放大观察。

孙云帆介绍，这套智能体中枢应用由中山医院相关科室与联影团队联合研发，目前处于概念验证阶段，但影像分析、三维重建、病历生成等功能模块，已在医院逐步落地。

“过去每次查房前，医生都必须搜集、整理患者信息。现在，小

U能调用多个智能体来帮助医生完成信息搜集、整理工作，还能给患者进行术前三维重建、手术方案规划，并比较不同方案的优劣；术后，小U可调取患者的肝功能指标，监测病情变化。”孙云帆表示。

不止大型影像设备，不少轻量化医疗硬件同样能够充当数据入口。在联影集团展厅，记者看到血糖仪、助听器等医疗级可穿戴设备。依托这类设备，医疗服务能够从院内延伸至院外，助力患者开展智能化主动健康管理。

从高端影像设备制造，到医疗多模态大模型研发；从面向医院的数智化服务，到面向普通消费者的健康管理产品，联影集团正在打破外界对其固有的企业印象。

如果说硬件时代，联影集团的目标是帮助医生更清晰地“看见”患者；那么迈入AI时代，联影集团则希望织一张贯通院内外、联结医生与患者的医疗“能力网络”。

“AI是联影集团面向未来发展的生命线。”薛敏再次表示，未来的健康管理将不再仅限于医院内，借助AI赋能，优质医疗资源将辐射更远的地域。联影集团期待参与编织一张守护生命、帮助大众持续认知生命的“能力网络”。

消费电子上市公司 抢抓新品周期机遇

■本报记者 何文英

本周，华为、小米、苹果三大手机厂商集中开启新品发布，折叠屏旗舰手机与AI手机密集亮相。随着终端新品陆续落地，A股消费电子产业链订单预期升温，行业结构性复苏信号持续显现。

具体来看，9月7日，华为发布第二代三折叠Mate XT 2非凡大师机型，搭载鸿蒙操作系统7，在折叠结构与防护性能上完成升级；同日晚间，小米发布折叠屏手机小米18 Fold，并将其定义为介于大折叠与小折叠之间的“中折叠”产品。北京时间9月10日凌晨，苹果将召开秋季发布会，预期推出首款折叠屏iPhone Ultra以及iPhone18 Pro系列高端机型，标志着苹果将入局折叠屏赛道。

Counterpoint Research预测，今年全球折叠屏手机出货量同比增长21%，苹果入局之后，全球折叠屏市场竞争格局将迎来洗牌，高端折叠屏市场打开全新增长空间。

本轮新品周期，端侧AI能力与折叠形态革新成为各家产品的核心卖点，产品单机价值明显抬升。

苏商银行特约研究员付一夫对《证券日报》记者表示，头部品牌集中发布新品，向产业链传递旺季备货信号，直接带动上游产能利用率修复。新品围绕AI、折叠屏展开，倒逼供应链完成工艺迭代，加速关键环节国产替代进程，本土零部件企业获得更多导入机会。

面对头部品牌集中上新，多家A股消费电子公司已经做好产能与技术储备，抢抓本轮新品周期机遇。

蓝思科技股份有限公司（以下简称“蓝思科技”）相关负责人对《证券日报》记者表示，公司折叠屏相关UTG超薄柔性玻璃、玻璃支撑板、3D盖板等产品，已向海外大客户大批量交付，相关产品加工难度高，单机价值量相比传统直板手机零部件实现显著提升。

长沙岱勒新材料科技股份有限公司相关负责人对《证券日报》记者表示，公司玻璃切割加工业务已批量应用于折叠屏消费电子产品。公司通过合资子公司开展消费电子玻璃切割加工服务，依托金刚石线切割工艺服务国际头部终端客户，可匹配客户新品量产的峰值需求，自7月起跟随头部客户进入供应链交付节奏。

安克创新科技股份有限公司围绕充电储能、智能创新、智能影音三大核心业务方向，持续加大自主研发投入，推动产品矩阵升级，覆盖用户多场景需求。半年报数据显示，公司2026年上半年实现营业收入166.05亿元，同比增长29.05%；归母净利润17.02亿元，同比增长45.86%；二季度单季净利润突破10亿元，创下历史新高。

付一夫认为，全年消费电子结构性弱复苏，景气机会集中在AI手机与折叠屏高端赛道。新机发布打开传统旺季窗口，四季度将成为全年景气最高阶段，由新品备货叠加渠道补库共同驱动。产业链收益分化显著，高壁垒零部件弹性更强，中低端配套环节改善有限。

鸿蒙7正式发布

鸿蒙应用体验迈入成熟好用新阶段

■本报记者 贾 丽

9月7日，华为正式发布新一代鸿蒙操作系统——鸿蒙操作系统7（HarmonyOS 7）（以下简称“鸿蒙7”）。该系统在系统级智能架构上实现全面进化。同时，华为宣布推出新一代三折叠手机Mate XT2，首发搭载鸿蒙操作系统7。

华为常务董事、终端BG董事长余承东宣布，截至9月7日，鸿蒙6和鸿蒙7终端设备数突破8500万台，鸿蒙应用体验迈入成熟好用新阶段。

历经七代迭代演进，鸿蒙系统已然成长为我国产操作系统产业的标杆。“这不仅是华为终端生态的自我革新，更是国内底层软件产业从国产化迈向AI原生的关键一跃。”中国通信工业协会副会长韩举科对《证券日报》记者表示。

相较于前代鸿蒙操作系统，鸿蒙7的核心变革，是把AI能力从应用层下沉到系统底层，实现操作系统架构的AI化重构。据了解，传统操作系统以应用为中心，用户需在多个应用之间手动跳转完成一项任务，而鸿蒙7引入的鸿蒙智能体框架，把“人找应用”变成“意图即服务”的全新交互模式。

同时，鸿蒙7向开发者开放了语音、视觉、图像、推理加速等二十余项系统级AI能力，开发者不需要从零搭建AI模块，即可调用系统能力打造差异化产品。这种“能力开放”模式大幅降低了AI应用的创新门槛，正在推动整个软件生态升级为任务型智能体，改变软件产业的分工与协作方式。

北京前沿金融监管科技研究院研究员马超对《证券日报》记者表示，鸿蒙7被赋予“自主决策、主动服务”的智能体能力。这不仅是鸿蒙从追赶者向定义者跃迁的关键一步，更是华为在AI深度融合与硬件方向的再度创新和突破。

首都企业改革与发展研究会理事肖旭在接受《证券日报》记者采访时表示，鸿蒙7通过与AI协同，完成架构级改造，为国产基础软件的长期发展注入强心剂，也为全球操作系统行业提供了从“应用适配AI”到“系统原生搭载智能体”转型的新路径。

马超表示，鸿蒙7在端侧AI、星河互联、星盾安全等方面的创新，催生出上游芯片、元器件以及软件服务层面的增量需求，为产业链企业提供了新的增长动能。

在软件服务层面，软通动力信息技术（集团）股份有限公司已组建规模庞大的鸿蒙研发与交付团队，深度参与鸿蒙系统的开发、适配以及与AI融合的行业发行版建设；深圳开鸿数字产业发展有限公司基于开源鸿蒙打造的发行版，已在教育、交通、城市治理等多个行业实现商用落地；拓维信息系统股份有限公司则持续投入鸿蒙在教育、电力、制造等垂直行业的解决方案，并布局鸿蒙人才培养与认证体系。

在应用生态层面，京东、美团、大众点评等头部应用已适配或逐步升级至鸿蒙7，并率先在端侧落地AI创新功能。肖旭认为，头部应用的迁移意味着鸿蒙生态完成了从“可用”到“好用”的关键跨越，而垂类行业应用的规模化适配，将成为下一阶段产业链企业最大的增量市场。

韩举科表示，随着生态飞轮加速转动，产业链协同不断深化，鸿蒙生态将更加繁荣。

云知声中标多个智慧医疗项目

合计中标金额近亿元

■本报记者 许林艳

9月7日晚间，云知声智能科技股份有限公司（以下简称“云知声”）披露公司医疗智能化业务最新进展。公告显示，云知声近期连续中标多个智慧医疗项目，涵盖头部三甲医院、头部保险机构及区域医疗智能化建设，合计中标金额近亿元。

“密集落地的市场订单标志着云知声医疗AI业务进入规模化、高

质量落地的新阶段。”福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪对《证券日报》记者表示。

值得一提的是，此次云知声中标项目范围不再局限于传统院内医疗场景，中标项目矩阵呈现场景多元化特征。

具体来看，在院内智能化领域，云知声成功中标多家头部三甲医院智能化升级项目。并成功斩获某头部保险机构智能基金监管项目，基

于医保垂类大模型能力，构建事前预警、事中监控、事后追溯一体化的专业化智能监管解决方案。不仅如此，云知声还中标某区域医疗智能化建设项目，以数据中台为底座，将病历生成、辅助问诊等大模型产品能力系统性注入诊疗服务、协同转诊、便民就医等业务环节。

云知声相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示：“本次多个项目中标，意味着云知声医疗大

模型的应用边界正从‘医院内部’向医疗、医保、商保等更完整的产业链延伸。”

技术实力是云知声持续获取订单的核心支撑。此次落地的U2-Med医疗垂直大模型，是基于云知声自主研发的通用底座大模型U2训练形成。这一垂直模型深度贴合医疗行业的专业属性，精准适配医疗数据治理、智能病历生成、临床辅助决策等行业需求。

模型的应用边界正从‘医院内部’向医疗、医保、商保等更完整的产业链延伸。”

技术实力是云知声持续获取订单的核心支撑。此次落地的U2-Med医疗垂直大模型，是基于云知声自主研发的通用底座大模型U2训练形成。这一垂直模型深度贴合医疗行业的专业属性，精准适配医疗数据治理、智能病历生成、临床辅助决策等行业需求。

在夯实成本优势的同时，种源自主成为企业构建长期竞争力的核心抓手。例如，牧原股份加大了对种猪育种的投入，该公司相关负责人近日在接受机构调研时表示：“公司围绕消费者对猪肉风味、口感的多元化需求开展价值育种，所创造的价值将会表现在养殖端和屠宰端双向的利润增长上。”

产业链一体化布局也成为企业对冲周期风险的重要选择。牧原股份的产业链从养殖端延伸到屠宰端，上半年该公司屠宰业务快

速发展。新希望从上游饲料到中游生猪养殖再到下游生猪屠宰的产业链一体化布局，帮助公司分散经营压力、对冲行情风险。

拓展海外市场成为头部企业新的发力点。温氏股份今年上半年发布了海外业务发展构想，设立管理架构，成立越南筹建办并启动常态化运作，派驻团队赴越南本土，完成海外独资公司注册等工作。同时，该公司积极与海内外企业开展交流，力争在海外市场布局上实现快速突破。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇表示，养殖企业通过降低成本、育种自主、产业链一体化、发力海外业务，能平滑周期波动并提升附加值，是未来竞争的关键“胜负手”。

低位回升。”

“尽管猪肉价格较低位有所回升，但目前多数养殖企业仍处于小幅亏损区间，尤其是完全成本较高的企业。虽然现货价格回升，但饲料、人工等成本仍较高。”苏商银行特约研究员武泽伟在接受《证券日报》记者采访时表示。

对于接下来的猪肉价格走势，上海钢联生猪行业分析师杨志远对《证券日报》记者表示：“短期猪价将以底部震荡为主。今年第四季度到明年，前期能繁母猪去化将逐步传导，供给压力回落，供需边际改善，猪价有望区间修复，但难现单边大涨。若出现集中出栏或消费偏弱，磨底周期或将延长。”

“随着疫病影响逐步减弱，行业竞争聚焦成本突围，对企业的整

体管控与管理能力提出更高要求。未来，行业竞争将不断加剧。”温氏食品集团股份有限公司（以下简称“温氏股份”）相关负责人近日在接受机构调研时表示：“温氏股份有信心、有能力顺利穿越本轮低迷周期，实现新的发展。”

生猪养殖行业已告别“扩产能”“赌周期”的粗放式发展模式，头部企业正加速转型。

成本控制成为生猪养殖企业生存和发展的基础，各大生猪养殖企业持续推动降本。例如，牧原食品集团股份有限公司（以下简称“牧原股份”）今年7月生猪养殖完全成本已降至11.5元/公斤左右，该公司围绕成本下降制定了明确的降本路径，后续将持续发力。温氏股份上半年肉猪养殖账

■本报记者 丁 蓉

猪肉价格从低位逐步企稳上行。根据农业农村部监测数据，截至9月7日14时，全国农产品批发市场猪肉平均价格为16.48元/公斤，比上周五上升0.8%，较6月29日低位的14.28元/公斤上升15.41%。

上海钢联电子商务股份有限公司（以下简称“上海钢联”）生猪行业分析师滕玉洁在接受《证券日报》记者采访时表示：“近两个多月猪肉价格回升，主要是因为供需关系出现短期改善。供给端，猪价走强带动养殖端压栏惜售情绪升温，呈现边际收缩。需求端，天气降温，立秋后终端消费较盛夏有所回暖，叠加升学宴及开学备货拉动，屠宰企业开工率