ebrun亿邦智库

模态进化

-2026产业互联网发展报告-

发布单位：亿邦智库（亿邦动力）
2026年11月20日

AI与出海带来的模态进化

2026年AI与出海驱动的产业互联网模态进化，落在能力供给、商业模式、产业形态与生态关系的变化上。
亿邦智库据此界定「模态」与「产业智能体」在本报告中的内涵，并归纳产业智能体与全球化数智供应链两组实践的特征。

本报告所称“模态” —— "模"，指以垂直大模型为代表的能力供给，以及随之形成的商业模式；"态"，指以数智供应链、产业数智科技为代表的产业新形态，以及产业链供应链、平台与智能体之间形成的新生态关系。

「模态」

「产业智能体」

产业智能体是嵌入产业链、供应链各环节，以大模型为认知推理引擎，以运行数据、专业知识与机理约束为底座，贯通软件系统、生态网络、行业专家、数控及具身智能装备，具有自主感知、记忆、决策、交互、执行及交易能力的智能产品和服务。

产业智能体以提升全产业链协同效率、全要素生产率、全场景服务能力为目标，也是具有普遍意义的商业模式创新机遇。其具有四个竞争力建设方向。
一是数据具备产业深度、严谨和时效性。
二是生态涵盖有行业可信度的技能网络、业界专家数字分身等。
三是智控贯通各类软件系统、数控及具身智能装备。
四是营收以Token消耗计费为基础支撑。

- 数据：**深度**垂直数据，**严谨**约束推理、**时效**保障决策
- 生态：**行业可信**技能（skills），业界专家 AI 分身
- 智控：系统API贯通，设备运动控制、具身智能交互
- Token收入：模型能力积分（credit）计费，智能体定制 / 部署 / 托管

产业智能体发展特征

- **动态择优网络**：产供链全球化网络化布局；寻源、产能、履约路径动态择优，遇阻调优
- **智能生态协同**：跨境跨域组织与多模态数字生命体共生分工、协同执行
- **属地数据闭环**：本地化处理数据、总部构建底座与标准、全球化数据要素配置
- **合规合作共赢**：适配各国监管规则、构建共赢合作机制、助力全球产业开辟增量

全球化数智供应链发展特征



目录 Content

01 年度洞察

02 先锋调研

03 产业AI篇

04 产业出海篇

ebrun亿邦智库

PART ONE

年度洞察

- 产业互联网元年
- 资本认可AI、出海与深度价值链“三全”价值
- 产业互联网全面融入政策体系



产业智能体元年：智能体商业模式可行性大增

2026年，产业AI跨越了一道实质门槛——智能体呈现出明确商业模式想象空间。伴随着实践层面产业智能体从概念验证迈入产品化落地，资本层面改变筛选标准，商业模式、供给规模、资本关注度三重信号共振，标志着产业智能体元年正式开启。从技术可用迈向商业落地，先决条件是在技术成熟度、部署成本与商业变现路径上实现系统性突破。

技术成熟度提升

智能体技术在感知、认知、决策与执行全链路取得突破性进展。

- **上下文工程成为核心能力**：编排层成为关键技术支撑，促使智能体从认知辅助升级为能实时理解业务上下文并精准执行的数字员工。如服装业智能体调度打版、仿真、排产，打通创意到生产全链路。
- **多智能体协作重构组织架构**：多智能体协作从扁平探索演进为权责清晰、分层协作的组织架构，形成稳定的汇报线与执行链。如制造企业专家驱动多智能体集群进行分工协作，人从执行者转为管理者。
- **智能体身份认证基础设施就位**：基于区块链的KYA标准落地，将AI行为转化为可验证、可审计的链上记录，解决谁在操作、是否越权、责任归谁等问题。如金融业智能体凭合法身份标识获授权调用核心交易系统。

部署成本骤降

Token账单可预测，企业智能体部署才敢从试点转向规模化上量。

2026年上半年，国内大模型行业发生六轮降价（由DeepSeek、智谱、阿里、字节、腾讯、科大讯飞等发起），其中三轮为永久性降价，累计降幅超过2024年初至2025年底所有降价幅度的总和。至2026年6月，主流头部模型每百万Token价格全线落至0.3元至6.5元区间，部分高频调用场景进入厘级计价。

据远瞻智库测算，**Token 价格每下降 50% 会触发约 1.42 倍的需求弹性**，Agent 架构的推理深度、记忆容量和工具集成度均显著增长——过去只有旗舰高价模型能支撑的多步骤自主任务，如今走量档模型已足够承担。

商业变现路径多元化

客户不再仅为底层算力消耗或API调用买单，而是直接为降本增效的最终成果付费。

- **按Token/按调用量付费：**锚定基础算力消耗，适合标准化、高频次、通用型的大规模调用场景，是吸引长尾流量的入门级计费方式。
- **按结果/按效果付费（RaaS）：**直接绑定客户核心业务KPI（如转化率提升、客诉率下降、人力成本节省），按可量化的业务成果提取分成，正逐步成为高价值企业级场景中的主流定价范式。
- **订阅制（SaaS化年费/月费）：**提供稳定的现金流护城河与用户粘性，确保基础工具覆盖和持续迭代更新，常与高级功能模块叠加使用。
- **交易佣金与生态分润：**Agent之间代为执行采购、调度、营销推广等任务时按成交额抽取佣金，已在电商导购、供应链匹配、金融渠道分销等领域率先跑通。

数据来源：网络公开信息，亿邦智库整理

产业智能体元年：主流产业平台集中发布智能体产品

产业智能体元年由行业集体行为定义。2026年，主流产业平台集中发布或迭代贯穿核心业务流的智能体产品。多数为流程内应用，作用于已提交的需求；入口级产品也开始出现——需求尚未形成结构化单据时，由它先整理成可执行的任务。这些智能体呈现出以下共性：价值落点普遍收在成交与履约；能力来源依托自有数据与行业知识；角色从工具升级为执行主体。

- **入口级智能体**——承接尚未结构化的意图，并自主决定下一步调用哪些系统与供给。
- **流程内智能体**——承接已结构化的单据，只执行预设流程中的一段或多段。

2026年产业平台智能体发布情况（不完全统计）

平台	智能体产品	分类	作用环节与核心场景
阿里国际站	Accio（完成agentic升级）	入口级	需求表达起点：自然语言或图片发起寻源，自主询盘与跨市场比价
凌笛科技Style3D	StyleWork 时尚产业AI全能工作台	入口级	研发起点：趋势研究、款式生成、打版协同与营销素材
找钢网	NextB2B（联合腾讯WorkBuddy发布）	入口级	贸易对话起点：企微对话结构化录单，四大AI专家跟进履约
淘宝天猫工业品	淘宝小源（2026首发）	入口级	采购清单起点：参数或图片描述需求，找货选型、开票与供应商管理
京东工业	AI智采管家	流程内	工业品采购执行：自有货盘寻源、比价与订单履约
震坤行玲珑智能	玲珑智能体矩阵（AI物料管家2.0/LingLong InSight 2.0）	流程内	收货核验环节：物料图像识别、账实核对与库存监控
国联股份涂多多	涂链智助产业智能体	流程内	产业链寻源环节：涂料品类比价、货源匹配与履约
苏宁易采云	AI灵采助手	流程内	需求理解环节：供应商智能匹配与辅助决策
森博科技CeMeta AI	好现GEO智能体（2026升级为AI渠道经营系统）	流程内	品牌认知环节：AI问答监测、信源建设与成交归因
科大讯飞招采产业平台	招采全链路AI智能体2.0	流程内	招采评审环节：招标文件生成、评审辅助与合规审查
百望智能	百望盘成智能体	流程内	财税票环节：发票数据处理与风险管控
欧菲斯集团	品商通采购智能体	流程内	选品环节：办公物资比选、下单与交付跟进

数据来源：网络公开信息，亿邦智库整理

产业智能体元年：市场呈现出高增长预期

2026年AI Agent赛道市场规模创历史新高。CIDC发布的《2026中国企业级AI智能体产业白皮书》显示，2025年中国企业级AI智能体市场规模212亿元，2026年预计达449亿元，到2029年有望突破3320亿元。2024至2029年复合增长率107%，在AI细分赛道中排名第一。资本追逐高景气赛道，但筛选标准已经改变，商业化落地交付能力成为核心估值标准。资本共识具体表现为钱只流向已验证付费能力的企业和场景。



数据来源：《AI智能体赋能行业决策：趋势与实践白皮书（2026）》，中国通信工业协会数据中心委员会（CIDC）、中国指挥与控制学会情报与智能认知专业委员会及科智咨询联合主编。

黑湖科技

2026年4月完成D轮融资，金额近10亿元，估值超70亿元，此前投资方含上海国投，本轮被视为上市前冲刺轮。

商业化能力：工业智能体覆盖拆单、报价、排程、质检环节，服务全球4万家工厂；IDC数据显示其在中国云化生产管理软件市场份额居首（52.7%）；2024年11月已实现全面盈利，营收年增速超60%；拆单准确率超过95%，报价时效从6小时压缩至秒级。

富勒科技

2026年9月16日宣布完成3.5亿元B轮，深创投领投，经纬创投、国机产业基金等跟投；距2024年11月超3亿元A轮不到两年，两轮合计超6.5亿元。

商业化能力：WMS仓储管理系统中国市场占有率第一（ARC咨询），大中华区制造业WMS份额约14.5%。软件运行在6200多个物流中心，单仓日处理订单峰值超164万单；自研LUMA AI Agent体系覆盖仓储/运输/供应链调度全场景。

获得资本青睐的共同点：均处在产业链的核心作业环节（黑湖管生产，富勒管流通）；都拿得出可核对的客户数量与运行数据；都用智能体改写具体流程，而不是提供通用工具。

> 投资核心转向客户是谁、愿意付多少钱；可验证的ARR增长曲线（年度经常性收入）与健康毛利率成为能否获得后续融资的核心判断标准。
>
> ——梅花创投

PLUM VENTURES 梅花创投

> 未来12-24个月，AI应用的商业模式将加速脱离互联网时代的Freemium逻辑，转向以结果和价值定价。
>
> ——启明创投

QIMING VENTURE PARTNERS

资料来源：企业新闻披露，亿邦智库整理。

资本动向：AI融资创纪录，配置向头部集中

视野放大到产业互联网全域，2026年，资本流向AI、出海和深度价值链。上半年国内AI赛道融资1203起，金额超3000亿元，超过2025年全年。总量创纪录的同时，钱的分布更集中：2.2%的融资事件拿走约一半金额，10亿元以上的大单同比增加两倍，表明资本在用大额支票锁定头部团队。退出路径清晰是一级市场敢给出大额估值的重要前提，智谱 AI、MiniMax、壁仞科技、天数智芯等一批未盈利 AI 头部企业完成港股挂牌，证明商业化尚未完全跑通的 AI 公司也可实现 IPO 退出，港交所成为中国AI独角兽的主要退出通道。

融资总量创纪录，AI占一级市场半壁

2026年上半年国内AI赛道融资1203起，金额超3000亿元，已超2025年全年；AI占一级市场融资金额约48.6%，事件数占比22.5%。

IT桔子，2026年H1。统计口径：AI 赛道标签企业，一级市场股权融资，剔除 IPO、并购、上市后再融资

创业邦旗下睿兽分析口径：同期中国AI一级市场1408个事件、2537.34亿元，占一级市场已披露融资总额的52.80%，二季度升至59.52%；早期项目1148个，占81.53%。

创业邦睿兽，2026H1，统计口径：AI 全产业链，含上游芯片/零部件/具身智能硬件等更广范围

资本结构向头部集中，单笔大额化

截至2026年7月的12个月内，40笔已披露融资合计33.71亿美元，前10笔占77.34%；剔除5000万美元以上的轮次后仅剩约4.48亿美元。

New Market Pitch，
统计口径：中国生成式AI企业已披露融资

2026年上半年国内一级市场单笔 10 亿元以上融资 123 笔，同比增长超 2 倍，合计 3072 亿元，仅 2.2% 的融资事件贡献 47.3%（接近 50%）的总融资金额。机构判断：资金决策方由传统财务 VC，向产业资本、大厂资本、地方国资倾斜。

IT 桔子，2026H1

退出通道打开，港股成为主要出口

港交所 18C 特专科技板块允许尚未实现盈利的 AI 大模型、AI 芯片企业直接主板上市。2026年上半年23家AI企业完成IPO，其中22家选择港股（占比95.65%）。

创业邦睿兽，2026H1

港股上市 AI 企业上市后形成百亿-千亿港元市值：智谱 AI 上市后最高触及万亿港元市值，MiniMax 上市首日大涨 109%，市值突破千亿港元。二级市场的估值反馈，反过来为一级市场后续融资提供估值参照，支撑 DeepSeek 等项目实现数百亿美元级投后估值。

中国经济网、证券时报

资本动向：一站式产业链“三全”价值获资本市场认可

2026年，以嘉立创登陆深交所主板、华秋电子完成D轮融资为代表，资本为产业链中间层重新定价。8月4日嘉立创登陆深交所主板，募资资金总额46.93亿元，上市首日收盘市值超千亿。相隔不到24小时，同赛道华秋电子宣布完成数亿元D轮股权融资，说明资本不再只看重规模与流量，而是聚焦其能否打通产业全链路、提升整体要素效率并提供全场景解决方案，侧面印证了亿邦智库关于产业互联网“三全”价值——全产业协同效率、全要素生产率、全场景服务能力——的前瞻性判断。

全产业链协同效率：环节打通产生增量

嘉立创

通过自研EDA软件、智能排产系统和数字化柔性产能，将原本分散的研发打样、PCB制造、元器件采购、PCBA贴片等环节整合到同一平台上。

客户在同一平台完成设计/采购/贴片全环节，更多体现为同源客户的增量贡献而不是对原有业务的分流。

2025年，嘉立创PCBA业务收入17.89亿元，同比增长49.68%，占主营业务收入比重从15.54%升至18.11%；PCBA带动PCB收入4.69亿元，对PCB收入增长的贡献比例达28.95%。

全要素生产率：同样的投入产出更多

嘉立创

借助AI拼板把小批量订单按尺寸、形状和工艺拼单生产，PCB单次打样成本大幅降至数十元，最快12小时出货。非标订单审核采用AI预审加专家复核，2026年上半年PCB日交付订单最高超过4万款。

华秋电子

华秋将 DFM 可制造性分析与 AI EDA 工具衔接起来，整体交付周期缩短 50% 以上；AI 备货预测使现货库存周转率提升 50% 以上；郴州基地经 AI + 自动化改造后，贴片日产能由 2024 万点提升至 5192 万点。

全场景服务能力：从单点切入到覆盖多场景

嘉立创

业务从PCB延伸至电子元器件商城、PCBA、CNC、3D打印、FA机械电气零部件，并配套EDA/CAM/ECAD/ERP工业软件。截至2025年末，在线自助下单网站注册用户959.16万，嘉立创EDA全球注册用户 658 万。2025年处理订单2108.18万笔。

华秋电子

华秋从 EDA 工业软件切入，延伸至元器件商城、PCB 制造、SMT 贴片 PCBA 加工，覆盖研发打样、小批量试产、中批量量产全阶段。累计服务超850万工程师、30万+企业客户，覆盖180余个国家和地区 。

数据来源：企业招股书，网络公开信息，亿邦智库整理

资本动向：出海从增长选项变为资本观察口径

2026年，对外投资领域首部系统性行政法规施行，全行业对外直接投资保持增长。企业披露口径里，境外收入占比上行，海外业务被列入业绩预增公告的增长动因。资本侧，港股IPO为出海资产给出公开定价，二级市场对业绩变化有明显反应。募集资金用于技术能力、品牌与全球布局，股权收购则落在本地渠道、仓配与属地交付。出海既是增长来源，也开始成为资本端观察企业价值时的单独计量。

出海规模扩大，制度供给跟进

- 2025年全行业对外直接投资12455.8亿元，同比增长7.4%（以美元计1743.8亿美元，增长7.1%）；非金融类直接投资10404.2亿元，增长1.6%。
- 2026年上半年全行业对外直接投资5964.2亿元，同比增长3.8%（以美元计865.3亿美元，增长8.1%），1-7月累计对外直接投资达6845.1亿元，同比增长2.8%；中国企业对外投资活跃度指数129。
- 《国务院关于对外投资的规定》2026年7月1日施行，是对外投资领域首部系统性行政法规，首次将居民个人纳入统一框架，并把数据、技术、人员跨境流动纳入监管。
- 截至2025年底，中国企业在境外设立企业超5万家，遍布190个国家和地区；对外直接投资存量连续九年居全球前三位。

数据来源：商务部、外汇局、国务院

海外业务纳入定价与业绩口径

希音SHEIN港股IPO完成公开定价

希音（00625.HK）2026年9月1日在港交所主板挂牌，市值约2059亿港元，是2026年港股规模最大的跨境电商IPO；募资净额约132.14亿港元，公开发售超额认购5.63倍。
投资者给予SHEIN的估值水平反映了对其全球供应链柔性、品牌号召力和盈利能力的认可。

云汉芯城海外业务列入业绩增长动因

云汉芯城（301563.SZ）2026年上半年境外收入5.20亿元，占营收18.93%，同比增长628.10%。10月22日至23日股价累计上涨超30%，总市值达104.56亿元。23日晚发布的三季报预增公告，将海外业务列入增长动因。

资本配置向海外能力倾斜

希音SHEIN募资约四成用于品牌与全球布局

招股书披露，SHEIN此次港股IPO募资净额中，约40%将用于提升公司技术能力，约40%用于提高品牌知名度和增强全球布局，约10%用于企业责任举措，剩余资金用于一般企业用途。 此前，SHEIN创始人许仰天曾透露，公司未来三年将在广东投入超100亿元建设智慧供应链，以服务其全球160多个市场的业务。

云汉芯城股权收购补齐海外渠道与交付

2026年6月，云汉芯城境外全资子公司Unikey Electronics收购新加坡Maxmega Electronics 49%股权，成为第一大股东。公司公告明确，交易以新加坡为核心支点快速切入亚太市场，获取本地分销渠道、客户资源与原厂授权，补强海外仓配与属地化交付，打通国产元器件出海通道。资本以股权方式直接落在渠道、库存与本地服务网络上。

数据来源：希音招股书、云汉芯城半年报、企业公开资料

政策趋势：产业互联网实质融入国家多维政策体系

2026年，国家部委密集出台产业政策。虽然本轮文件较少直接提及“产业互联网”，却从智能制造、电子商务、数据要素、海外服务等不同领域，从不同角度认可并推进产业互联网领域相关环节。基于跨部门，全产业视角的特征，产业互联网已实质上融入国家产业政策体系，融入多项具体工作落实中。

时间	政策名称	发文部门	产业互联网领域关键词
2025.12.29	《推动工业互联网平台高质量发展行动方案（2026—2028年）》工信部信发〔2025〕276号	工业和信息化部	协作型平台、交易撮合、集采集销、产融合作、工业场景智能体、专业型平台、行业型平台
2025.12.30	《工业互联网和人工智能融合赋能行动方案》工信厅信管〔2025〕76号	工业和信息化部办公厅	新型工业网络改造、20个重点行业高质量数据集、工业领域大模型、行业小模型、工业智能体推广、"链网协同"
2026.02.03	《关于培育数据流通服务机构 加快推进数据要素市场化价值化的意见》国数政策〔2026〕6号	国家数据局、工业和信息化部、公安部、中国证监会	数据交易所（中心）、数据流通服务平台企业、数据商
2026.02.11	国家层面海外综合服务平台正式上线运行	商务部	一站式出海服务、“1+N”平台架构、全流程全链条出海服务
2026.03.20	《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》	商务部、中央网信办、工业和信息化部、农业农村部、文化和旅游部、市场监管总局（6部门）	产业电商、人工智能+电商、跨境电商、丝路电商、合规出海、数据要素 × 商贸流通
2026.05	《2026年数字经济发展工作要点》	国家数据局	数据要素市场化、数实融合、数据产权登记制度、公共数据授权运营、数据产业培育、数字基础设施
2026.06	《关于推进行业高质量数据集建设行动的实施方案》	国家数据局	行业高质量数据集、六大专项行动、行业通识 / 专识数据集、模数共振
2026.06.10	《“人工智能+信息通信”创新发展实施意见（2026—2028年）》工信部通信〔2026〕121号	工业和信息化部	人工智能+信息通信、30 个以上高价值典型场景、特色智能体
2026.06.30	《关于推动工业互联网高质量发展的实施意见》	工业和信息化部等八部门	工业智能体、标识解析体系、5G 工厂培育、工业数据基础制度、"链网协同" 工程
2026.09.11	《“人工智能+软件”专项行动实施方案》工信部信发〔2026〕209号	工业和信息化部	人工智能+软件、智能编程工具、智能开发平台、智能体软件新业态、模型即服务 (MaaS)、智能体即服务
2026.09.22	十大行业数据资源开发利用攻坚行动	国家数据局	十大重点行业数据开发利用、行业数据创新联合体、公共数据授权运营、收益共享机制

数据来源：政府网站、网络公开信息，亿邦智库整理

政策趋势：政策多角度助推产业互联网价值闭环

工信部重点推进“专业型、行业型、协作型平台”；商务部将产供链协同与出海着力于“产业电商”；国家数据局培育“数据流通服务机构”，将商贸流通业纳入全国数据要素乘大赛。形成供给侧建能力、流通侧建网络、要素侧建资产的产业价值协同。

供给侧：工信部把交易撮合写进"协作型平台"

《推动工业互联网平台高质量发展行动方案（2026—2028年）》

- 提出“专业型＋行业型＋协作型”多层次平台体系，其中协作型平台“围绕交易撮合、集采集销、产融合作等需求，促进生产要素的高效流动与配置”；
- 专业型平台面向"仿真设计、设备运维、安环管控"等通用场景；
- 行业型平台“推动企业内部数字主线贯通，强化产业链上下游协同转型”。

工信部以三层平台体系搭建制造业数字化底座，其中协作型平台的交易撮合与产融合作定位正是产业互联网的核心功能 —— 平台不只是帮企业上云提效，更是帮企业找订单、找产能、找资金。

流通侧：商务部把产供链协同写进"产业电商"

《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》

- 提出"培育产业电商"，"开展'产业电商惠企对接'活动，指导电商企业发挥优势，对研发制造、仓储物流、销售服务等环节数字化改造，促进产供链高效协同"
- 提出发展"人工智能+电商"，"引导电商企业加强人工智能大模型等技术研发应用，优化消费体验、降低运营成本、提升流通效能”

从“电子商务”到“产供链协同”，政策已把产业电商当作供应链基础设施来培育，从 "消费端" 向 "产业端" 纵深渗透 —— 电商平台不再只是卖货渠道，而是向研发、生产、物流全链条延伸的产供应链协同中枢。

要素侧：国家数据局把产业链数据流通写成机构定位

《关于培育数据流通服务机构 加快推进数据要素市场化价值化的意见》

- 明确三类主体：数据交易所（中心）、数据流通服务平台企业、数据商。其中"推动数据流通服务平台企业专业化发展"，"支持各类数据流通服务平台企业围绕产业链、供应链和平台生态，促进数据流通利用和价值共创”
- 提出"到2029年底，数据流通服务机构能力显著提升，流通交易形态更加多元，数据产品和服务更加丰富"

国家数据局将产业链数据流通写入政策部署，意味着数据要素市场化不再局限于交易所场内交易，数据流通的场景化、生态化趋势更加明确，产业互联网平台有望成为数据要素落地的核心载体。

政策趋势：政策从单点扶持迈向一体化全链条体系建设

本轮出海政策顶层框架成型，一方面搭建国家海外综合服务体系，以 “国家平台 + 地方港 + 海外站 + 专业机构” 模式，依托 1+N 整合多部门资源，实现企业出海一站式公共服务；另一方面以跨境电商、丝路电商为产业抓手，鼓励多模式融合、海外仓智能化与本地化经营。政策逻辑从项目申报转向清单化资源供给，同步推进制度型开放与规则对接，AI 赋能外贸成为新方向。

首个海外综合服务文件

- 《关于进一步完善海外综合服务体系的指导意见》于2025年10月经国务院同意，由商务部、外交部、国家发展改革委、工业和信息化部、国务院国资委五部门印发，是“我国首个海外综合服务领域的指导文件”。
- 商务部外国投资管理司负责人王亚介绍，下一步将以“国家平台＋地方港＋海外站＋专业机构”为工作重点，加快打造“央地联动、区域协同、资源集聚、内外贯通”的立体化、全链条海外综合服务生态。

国家级平台上线

- 2026年2月11日，国家层面海外综合服务平台正式上线运行，由原“走出去”公共服务平台升级而来。
- 平台统筹法律、财税、金融、外事、经贸、物流、海关、贸促等领域服务资源，连通有关部门、行业组织、服务机构以及驻外使领馆、100多家外国投资促进机构。
- 采用“1+N”架构：以国家平台为总入口，联通税路通、贸法通、国家知识产权公共服务平台、人民币跨境支付系统等专业平台。
- 栏目总数超过260个，是原平台栏目数量的4倍，链接各类分平台37个；为5.2万家境外企业、数十万家外贸企业、数千家对外承包工程和劳务合作企业提供“一站式”公共服务。

跨境电商与丝路电商是产业侧两大抓手

- 《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》在“推进高水平开放”方面部署四条：推进跨境电商、拓展“丝路电商”、加快制度型开放、推动规则衔接。
- 商务部披露：已与38个国家建立“丝路电商”伙伴关系，跨境电商占货物贸易比重超过6%，服务32亿全球客户。
- 商务部对外贸易司2026年工作部署包括：推动人工智能赋能外贸发展、指导跨境电商综试区大力发展跨境电商赋能产业带、支持海外仓企业加快智能化改造、启动建设国家数字贸易示范区，

资料来源：政策原文，国新办、商务部公开信息

政策趋势：行业数据成为 AI 落地核心底座

数据要素政策落地提速，首先明确数据流通三类参与主体的分工，搭建起要素交易的基础规则。政策重心从通用数据集下沉行业场景，行业数据成为本轮发力重点，核心变化是跳出单纯卖数据的旧模式，转向数模一体化交付。依托公共、企业、社会多源数据融合，形成数据、模型、智能体互相迭代的闭环，为产业AI场景提供可落地的成套方案，同时叠加数据产权、算力网络配套建设，打通数据要素赋能实体经济的增长通道。

三类主体分工，数据流通有了明确持牌方

《关于培育数据流通服务机构 加快推进数据要素市场化价值化的意见》
界定：数据流通服务机构是“链接数据供需双方，促进数据流通交易，推进数据要素市场化价值化的重要主体，包括数据交易所（中心）、数据流通服务平台企业、数据商等”。



- **数据交易所（中心）：偏公共属性、规则底座、综合服务功能**
  “发挥引领带动作用，探索完善数据流通交易规则和标准，强化合规保障、供需匹配等基础服务功能，增强价格发现、产品开发、生态培育等综合服务功能。”
- **数据流通服务平台企业：产业生态里的市场化平台**
  “围绕产业链、供应链和平台生态，促进数据流通利用和价值共创。”
- **数据服务商：数据产品开发、增值服务**
  “支持数据服务商拓展数据获取渠道、开发数据产品、提供采集加工等服务。”

从通用数据转向行业数据，颗粒度下沉

国家数据局2026年6月发布《关于推进行业高质量数据集建设行动的实施方案》，聚焦数据赋能AI作出全国系统性部署，**“鼓励行业数据集交易、定制化数据服务、数模一体化解决方案落地”**。

2026年9月22日，国家数据局推出**十大行业数据资源开发利用攻坚行动**，覆盖工业制造、医疗健康、金融服务、交通物流、现代农业、能源电力、文化旅游、教育、商贸流通、公共事业；首轮在安徽启动，重点围绕汽车和医疗健康两个行业。
攻坚内容包括**“鼓励组建行业数据创新联合体，围绕行业高价值场景，推动公共数据与企业数据、社会数据融合应用”，“构建符合人工智能发展需求的治数用数模式，创新数据、模型、智能体一体化服务能力”**。

《2026年数字经济发展工作要点》部署八个方面重点任务，包括**加快建立全国统一数据产权登记体系、统筹全国一体化算力网、实施数据赋能人工智能专项行动、深化数实融合。**

资料来源：政策原文，国家数据局公开信息

ebrun亿邦智库

PART TWO

先锋调研

来自8家上市公司财报跟踪与176家企业申报资料的实证



头部验证：八家上市公司营收增长，AI与出海是共同动作

2026年上半年，亿邦智库梳理产业互联网上市公司财报发现，八家头部产业互联网公司营业收入实现同比增长。它们的规模从十亿元级到近四百亿元级，相差37倍；赛道覆盖钢铁电商、工业品供应链、跨境B2B、MRO、办公物资、化工物流，上市地横跨沪深港纽。高度重合的动作是AI进了业务环节、出海打开增量，两项动作在这一批企业财报里同时出现。

上市企业	细分赛道	营收与同比增速	AI产出	出海布局
上海钢联 300226.SZ	钢铁电商	385.21亿元 + 19.87%	上线小钢助手（入选信通院智能体案例）、MyClaw，产业链图谱实体 65 万 +	境外服务收入2577万元
京东工业 7618.HK	工业品供应链	130.63亿元 + 27.44%	AI增量GMV占重点客户GMV的6.5%	业务布局覆盖四大区8国
小商品城 600415.SH	跨境B2B	102.82亿元 + 33.30%	商贸大模型服务用户超30万人	义支付跨境支付25.1亿美元，覆盖179国
密尔克卫 603713.SH	化工物流	79.70亿元 + 13.29%	AI赋能销售/管理/研发费用率降0.16~0.20个百分点	全球国际物流收入25.34亿元，占31.80%
齐心集团 002301.SZ	综合物资集采	48.12亿元 + 0.81%	月均自动化履约订单超10万单，占比83%	海外收入约6.36%
震坤行 ZKH.N	MRO供应链	45.58亿元 + 11.1%	物料治理累计2400万行	上半年海外GMV同比增长超10倍
焦点科技 002315.SZ	跨境B2B	10.56亿元 + 15.38%	AI业务收入3840万元，+76.61%	境外收入4531万元，占4.28%
找钢网 6676.HK	钢铁电商	10.37亿元 + 30.31%	AI业务GMV 11.1亿元，+73.2%	国际交易收入5.76亿元，占55.5%

注：AI 产出与出海布局为上市公司主动披露指标，不代表企业规模强弱排序；全部数据均为人民币口径。

数据来源：各上市公司2026年半年度报告或中期业绩公告（均按人民币原值列示），亿邦智库整理。

头部验证：AI进入业务环节，AI产出可核对

八家上市公司均在半年报里披露了AI部署位置，七家给出了可核对的产出数字。焦点科技把AI单列为收入科目，上半年3840万元、增长76.61%；京东工业部署超70款智能体，AI增量GMV占重点客户GMV的6.5%；齐心月均自动化履约订单超10万单、占比83%。由此，AI价值创造的两条路径成型：震坤行、齐心等用AI对内提效，找钢网、焦点科技则把AI做成可对外售卖的产品。AI产出可核对，才能一路追溯到具体环节、人效和利润表，成为AI商业价值的直接证明。

AI落在具体环节，有详细部署清单

- **京东工业**
上半年累计部署超70款智能体，覆盖采购、履约、运营环节；重点企业客户达1.3万家，交易额留存率119%。

- **齐心集团**
上半年新增20多个AI应用场景，累计上线100余个，其中主业务生产场景占比超75%；智能寻源、智能上架、智能审核、智能结算相继落地。

- **小商品城**
Chinagoods平台落地多项AI数字化工具，累计AI应用已达25项，“世界义乌”商贸大模型累计用户超6.5万人、服务用户超30万人。

- **上海钢联**
自研“钢联宗师”大模型，落地“小钢终端助手”“AI资讯”“数据助手”等应用。

AI产出进入收入表与人效表

- **焦点科技**
AI业务收入3840万元、同比增长76.61%，是分析样本中唯一把AI单列为收入科目的公司；AI麦可现金收入4776.73万元、增长37.56%，累计购买会员超2.3万。

- **找钢网集团**
国内AI相关业务GMV 11.1亿元、同比增长73.2%，毛利超1330万元、增长63.4%，6月单月年化毛利3167万元；AI Agent等核心数据资产入表801万元。

- **密尔克卫**
AI战略带动费用率下降，销售费用率0.89%（同比降0.20个百分点）、管理费用率1.65%（降0.16个百分点）、研发费用率0.28%（降0.16个百分点）。

AI改写利润表：震坤行扭亏

结果 上半年净利润1658万元，上年同期为净亏损1.20亿元；二季度净利润2669万元、经调整净利润3846万元，首次实现季度规模化盈利。

产出 AI物料管家累计完成2400万行物料治理；二季度累计节省工时超1.2万小时，辅助编程占比超70%，研发费用率同比下降0.5个百分点，运营费用率从19.8%降至17.4%、毛利率从16.5%升至17.6%。

部署 6月发布“多米诺”工业用品大数据引擎，公司称为行业首个覆盖十亿级商品参数的知识图谱；AI物料管家已服务超8600家客户，落地超15个国央企案例。

头部验证：海外业务成为第二增长曲线，财报已初现规模

出海已从国内业务的延伸渠道，变成单独成立的增长板块。从加分项变成增长来源与核心竞争力之一，是因为它同时解决了两件事——国内存量竞争下的增量来源和供应链能力的对外兑现。观察重点也随之改变：不只关注有没有出海，还看海外业务能不能在财报里单列、增速是不是跑赢集团。八家上市公司中七家披露到金额或占比，多数已列为独立板块，输出形态也从商品转向服务能力。

海外业务成为独立板块，可单独列示

- **小商品城**
义支付（Yiwu Pay）上半年跨境支付交易额超25.1亿美元，覆盖179个国家和地区、支持29种国际收付主流币种，并取得中国香港MSO牌照；上半年新增14个出海项目，坦桑尼亚分市场揭牌。

- **密尔克卫**
MGL全球国际物流业务收入25.34亿元，占总营收31.80%；MCD不一样的分销38.03亿元、MCL全球合同物流16.21亿元。

- **焦点科技**
境外（含港澳台）收入4531.28万元、占4.28%；跨境业务收入4536.22万元。

海外增速跑赢集团整体，增量来源已切换

- **震坤行**
上半年海外GMV同比增长超10倍，推进"伴随中国制造出海"与"海外本土化经营"双路径；自有品牌Northsky入驻亚马逊等海外渠道。

- **小商品城**
依托义乌市场对非洲、东盟、欧盟进出口分别增长42.7%、63.5%、13.7%的外贸红利；义乌综保区进出口453.04亿元、增长59.3%。

- **焦点科技**
平台新兴市场买家流量大幅增长，中亚增长78%、拉美增长44%，对冲传统市场波动。

- **上海钢联**
境外服务收入2577.03万元、增长11.17%。

海外业务放量：找钢网减亏

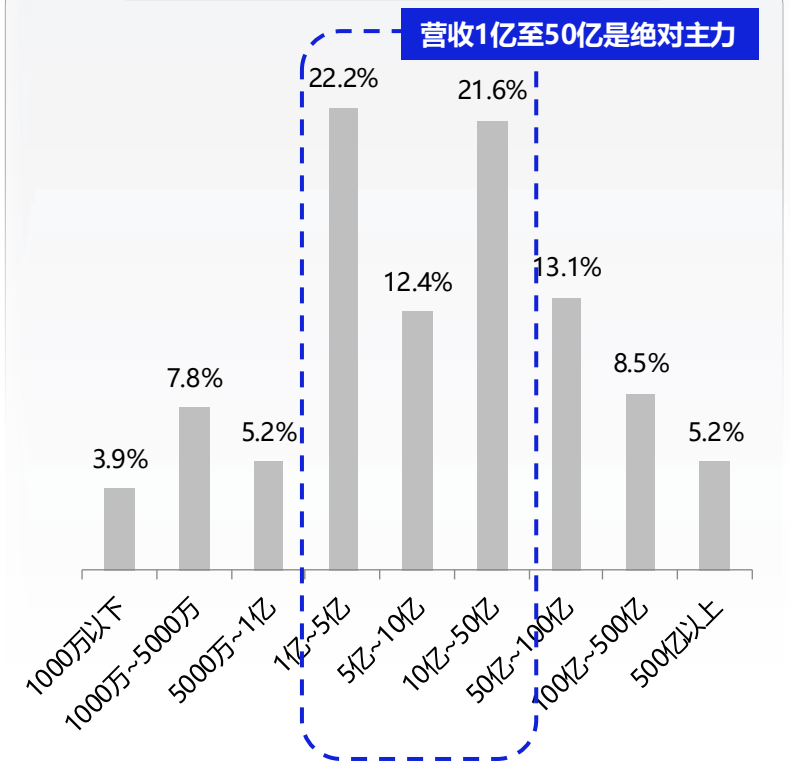
2026年，找钢网集团海外业务全面转向**为AI算力中心提供供应链服务**，向27个海外算力中心项目提供产品及服务，较2025年末新增14个，覆盖马来西亚、印尼、泰国，相关收入1.18亿元、增长260.2%。**海外收入占比55.5%，首次超过国内**，国际交易业务收入5.76亿元、增长70.1%（集团整体营收增长30.1%）**国际业务增速是集团的两倍以上。**

上半年股东应占亏损9624.8万元，同比收窄80.7%；经调整EBITDA亏损4377万元，减亏52.9%。
减亏的主因是海外业务放量。国际业务毛利4478万元、增长51.3%。AI能力产品化对外输出，叠加海外算力中心的供应链需求，共同把亏损压下来。

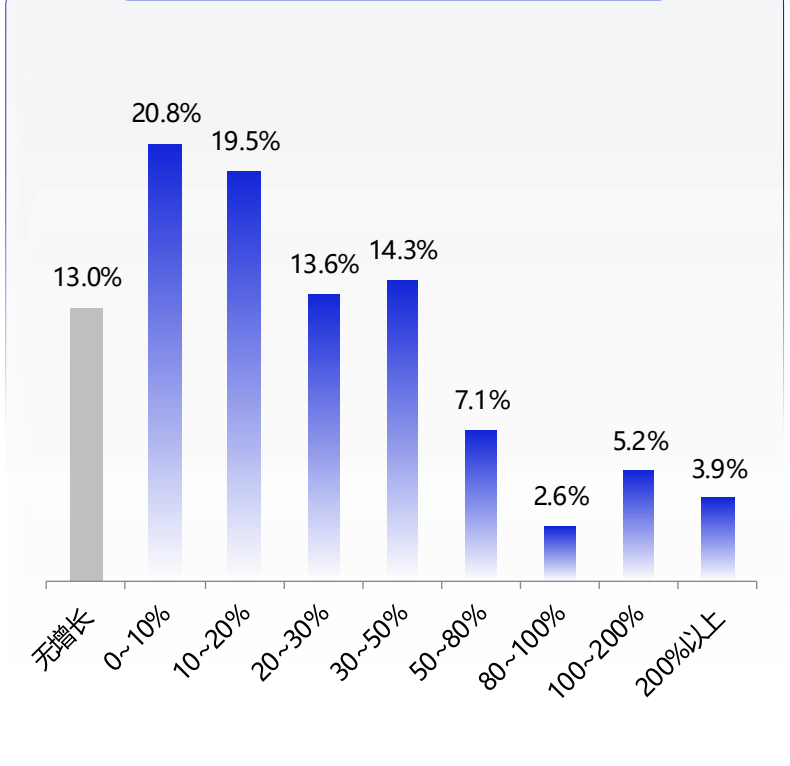
2026先锋企业生存基本面：增速分化，盈利承压

来自亿邦动力2026产业互联网“千峰奖”的申报数据显示，企业年度经营情况呈现出一组清晰对照：增长是普遍现象，盈利是稀缺能力。近九成企业保持增长，无增长的仅占13.0%；但净利率低于10%的占三分之二，跨过10%这条线的仅三分之一。规模上，营收1亿至50亿是绝对主力，占比56.2%。这说明产业互联网企业的能力显著分化——把业务做起来、把收入做上去，成为一种普遍现象，而把收入沉淀为利润的能力，仍然只掌握在少数企业手中。

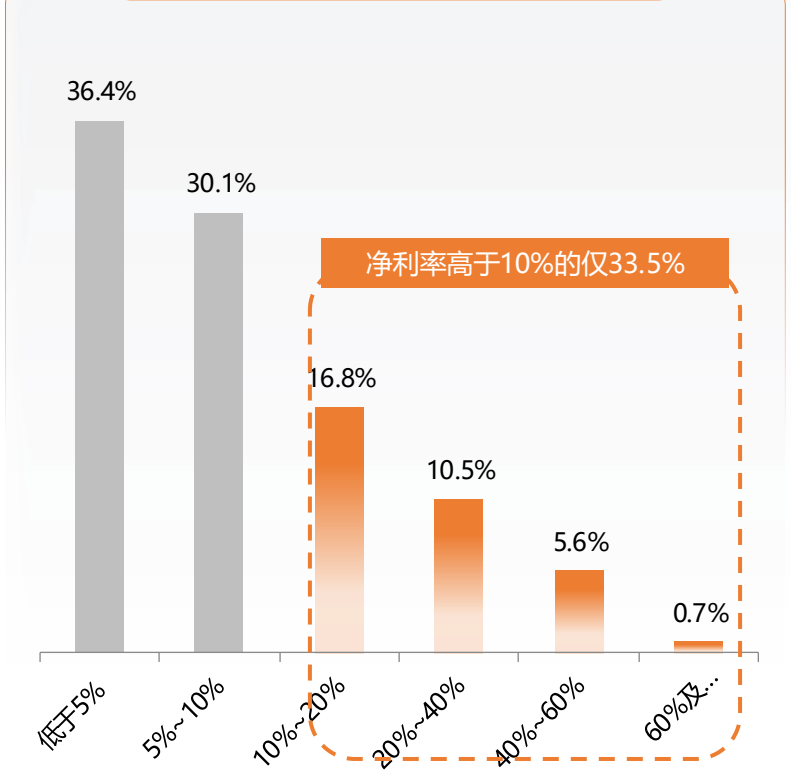
2025年企业营收规模分布



2026年H1企业营收增长率分布



2026年H1企业净利率分布

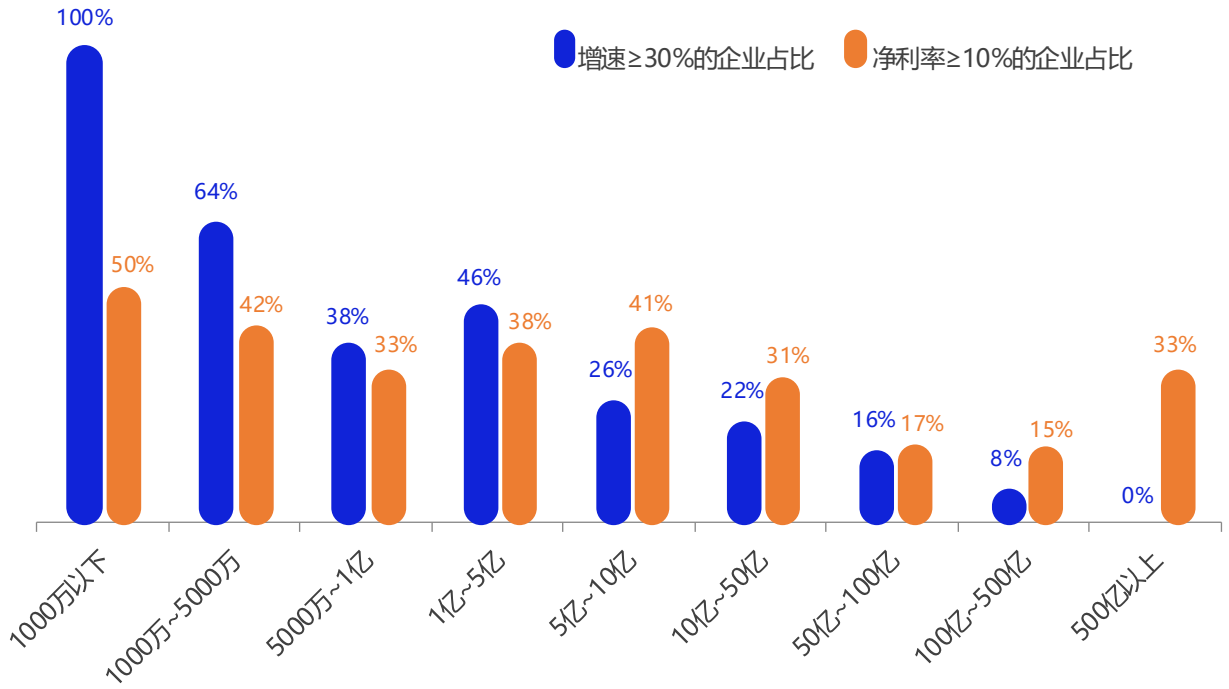


数据来源：亿邦动力产业互联网“千峰奖”2026年度申报（申报企业数量197家，有效样本176家）

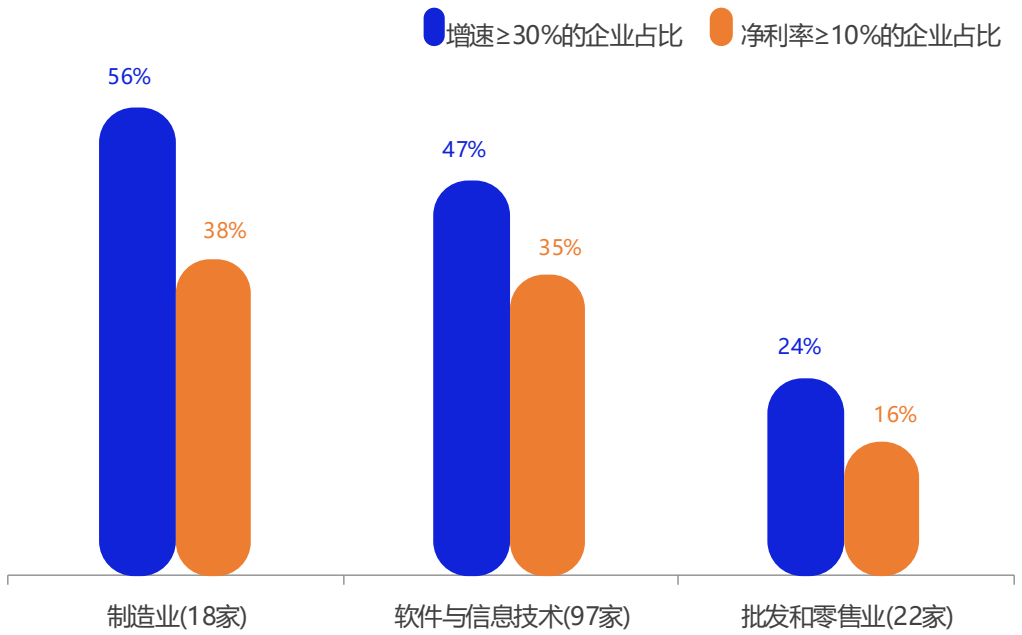
增长质量差异：中小规模跑得更快，制造赛道留得住利润

增长与盈利在这批企业中并不总是同步。按营收规模看，规模越小增长弹性越大——1000万至5000万档有63.6%的企业增速在30%以上，到100亿以上档降至8%左右；净利率沿同一方向下滑，说明规模带来的是体量而不是效率。按行业看，制造业增速与净利率双高（56% / 38%），软件与信息技术紧随其后（47% / 35%），批发和零售双低（24% / 16%）。

不同营收规模：高增长企业与高盈利企业的占比



不同行业：高增长企业与高盈利企业的占比



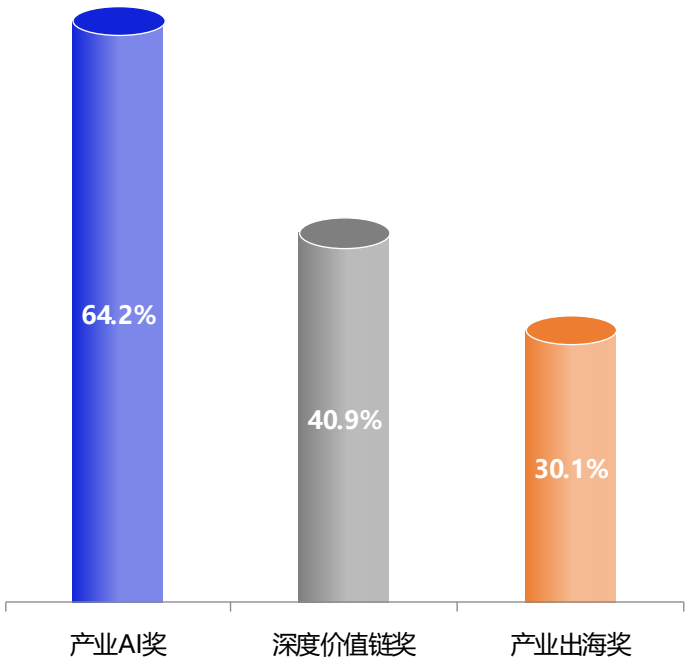
注：两个口径独立——前者为该组中增速≥30%的企业占比，后者为净利率≥10%的企业占比，非交叉关系。营收1000万以下档仅6家，其100%由样本过小所致，不作结论；500亿以上档8家（增速可比7家）同样偏小，仅作参考。其余8个行业样本均不足10家（合计39家），不作结论。

数据来源：亿邦动力产业互联网“千峰奖”2026年度申报（申报企业数量197家，有效样本176家）

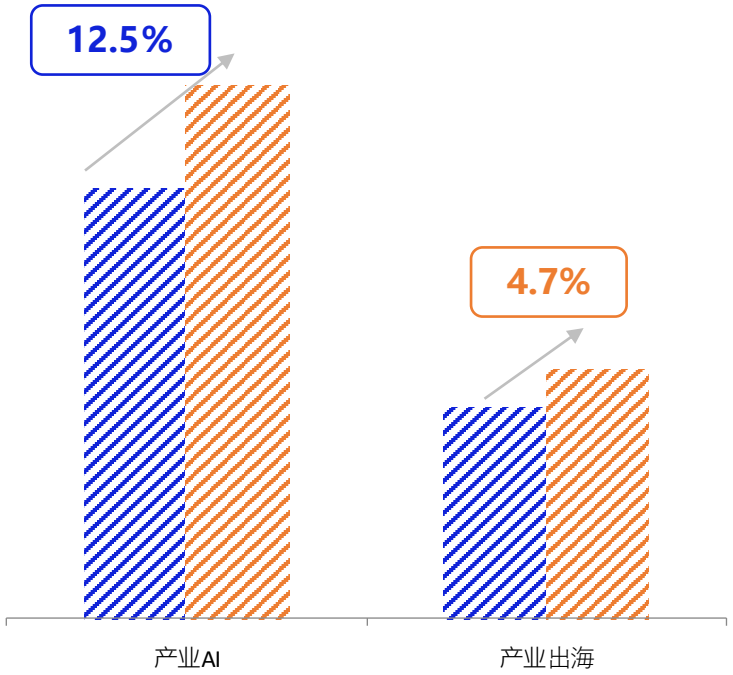
从申报结构看：AI与出海已成为企业的共性布局

企业申报的奖项，是对自身战略重心最明确的表态。2026年176家申报企业中，64.2%申报产业AI奖、30.1%申报产业出海奖；与上一年度相比，两个方向分别上升12.5个和4.7个百分点。企业自述印证了同一件事：智能体与全链路的提及率均接近一半，大模型接近四成，出海相关表述超过三分之一。由此可知，AI与出海不再是差异化选择，而是这批企业共同在做的事。

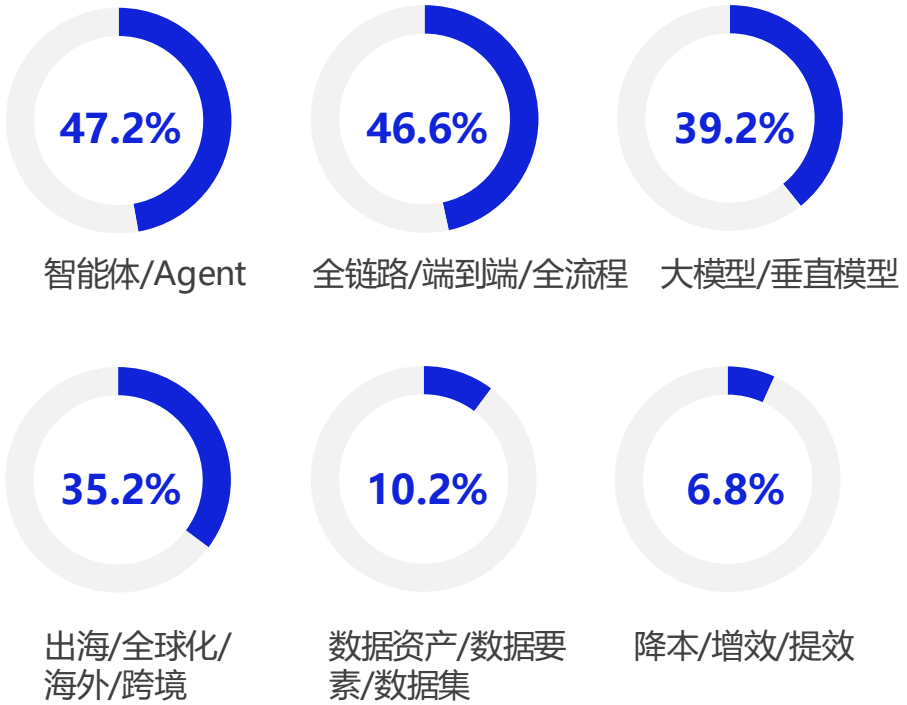
2026千峰奖申报结构



AI与出海奖项申报占比：2025 vs 2026



模态进化关键词提及率（企业自述统计）

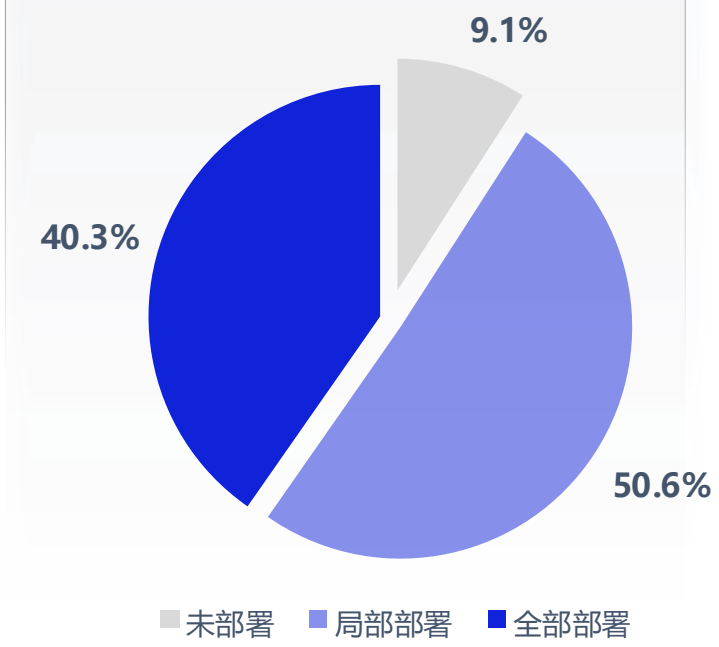


数据来源：亿邦动力产业互联网“千峰奖”2026年度申报（申报企业数量197家，有效样本176家）

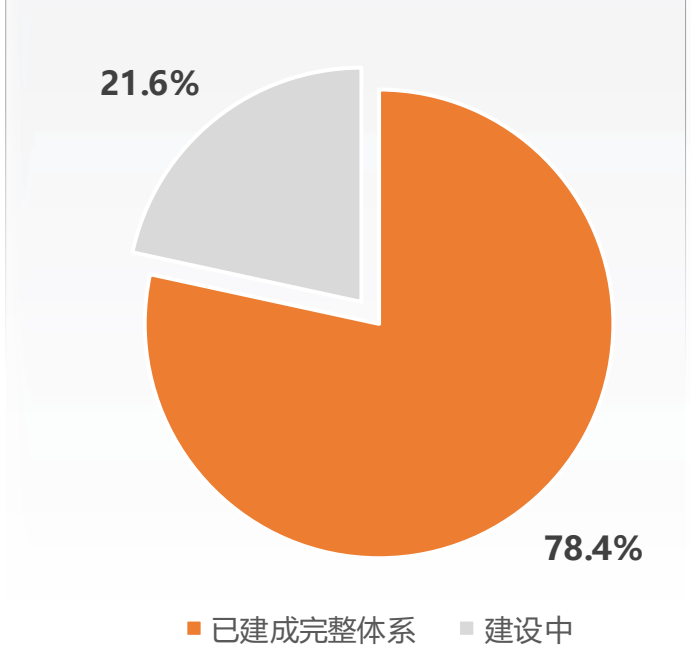
AI部署与数据治理加速普及，或在产业智能体拉开差距

AI要在企业里真正跑起来，需要两个前提：把模型能力接进来，把自身数据整理到可用的状态。二者都有成熟外部供给，投入到位即可实现，从数据看，AI部署（90.6%）与数据治理（78.4%）正全面铺开。但前提不等于能力：智能体还要求把流程拆解到系统可自主执行的颗粒度，把组织经验转成可调用的结构，这一步没有现成供给，只能靠企业自己长出来。数据显示，高盈利企业向自述提及智能体的一组集中。由此推断，未来企业间的差距或将由智能体的落地深度决定。

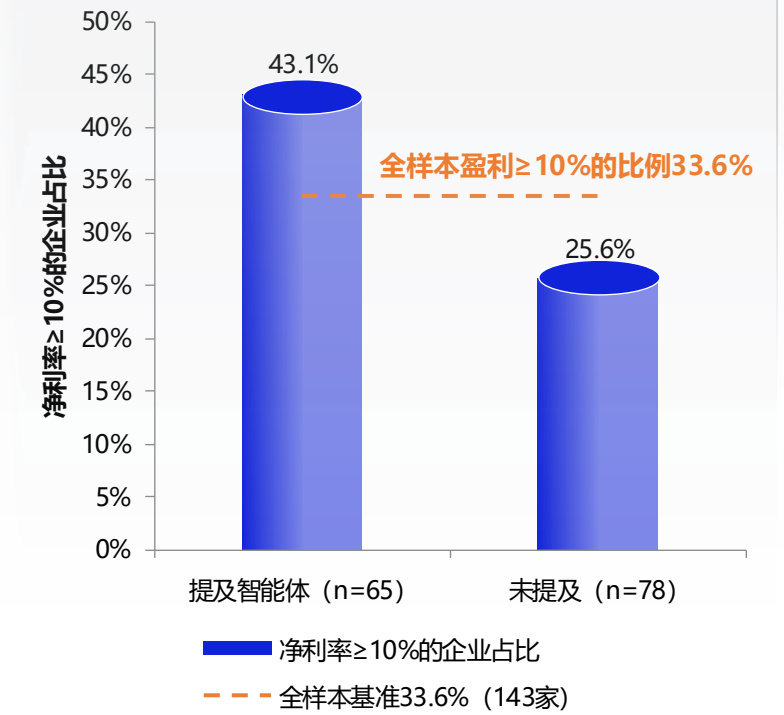
AI本地化部署程度



数据治理体系建设情况



高盈利企业向提及智能体的一组集中



数据来源：亿邦动力产业互联网“千峰奖”2026年度申报（申报企业数量197家，有效样本176家）

ebrun亿邦智库

PART THREE

产业AI篇

B2B萌发产业智能体



AI重构B2B链路：业务流程有望被智能体逐段接管

产业互联网上半场，B2B平台完成了流程在线化：商品、询价、合同、支付搬到线上，交易决策与执行仍由人承担。2026年AI智能体补上了这一段——它能够理解业务语言、调用规则与数据、驱动订单流转，真正打通从询报价、定价、风控到履约的全链路闭环。这意味着B2B平台第一次具备了类似“自动驾驶”的能力，实现了从“人找系统”到“系统帮人思考”的质变。通过嵌入AI，平台从信息撮合的场所，进化为能自主感知、决策并执行的产业智能体；人的角色随之收敛到两端：为判断负责，为后果兜底。

需求入口	寻源与选型	询价议价	下单订购	支付结算	履约交付	售后服务
人工搜索、咨询、填写与对接信息	人工筛选供应商、比对参数与价格	多轮询报价与条款谈判，流程割裂	人工下单、跟单催单	人工对账结算、逐层审批	人工协调订单执行、物流配送等	人工协商、人工处理退货退款
AI可接管	AI可接管	AI可接管	AI可部分接管	AI可部分接管	AI未接管	AI可接管
智能体以对话式入口主动感知需求，结合客户身份与历史采购数据识别需求并给出推荐方案。	基于知识图谱与历史成交数据自动拆解需求、生成询价方案，匹配供应商并核价。	自动执行询报价与让步策略，结合客户等级、合同价、库存、交期动态生成可执行报价，压缩至分钟级。	自动下单，超出授权范围转人工确认。	自动对账结算，高敏感操作需用户授权。	持续巡检履约过程、实时捕捉交付异常，多源数据整合实现端到端可视化与智能调度；实物验收仍由人完成。	标准化售后可自动处理，异常纠纷仍需人介入。

国联股份：以真实业务和产业数据为底座的“场景型产业 AI”

国联股份的路径不是脱离主业另建通用模型，而是将通用大模型、行业AI模型与产业链数据结合，嵌入既有交易、供应链、工厂管理等流程——**以真实业务定义问题，以产业数据提升判断，以智能体连接应用系统，以场景效率改善检验成果。**具体布局沿“算力—Token—智能体—产业应用”四层纵深展开：底层自建算力压低成本，中层聚合模型统一供给，上层以智能体对接企业系统，应用层则按产线、设备、产品等产业口径计费。这一闭环的运转逻辑是“先有客户、再造算力”——产业客户创造真实算力需求，真实需求摊薄算力成本，成本下降又让更多中小企业用得起AI。

把**智能体**嵌入采购、生产、质检、能耗、物流、跨境等真实场景，形成可收费的服务——对工厂按产线 / 设备 / 吨产品计费，对企业按私有化部署收取年费。



以**多多智工**为产业级智能体平台，通过MCP链接企业既有应用系统，企业可快速搭建自己的工业智能体；平台采用私有化本地部署，数据不出企业，回应B端客户最在意的安全问题。

Token工厂一站式聚合20余款主流大模型，依托高性能GPU算力提供稳定支撑，通过统一标准API降低企业AI开发与集成门槛，把"买算力"升级为"买可计量的智能"。

智算多多以供应链、租赁及Token工厂开展业务，在新疆建成并运营**智算中心**，聚焦工业互联网AI训练与推理需求而非通用互联网算力，已建成的可用算力中部分已签订长期租赁协议，形成稳定现金流底盘。在疆全域备案总算力达 33,500P，已建成 7,500P（4,000P 已投入运营）。

企业实践

痛点：日常工作横跨ERP、OA、物流多系统，重复搬运、难留痕。

实践：DooWork统一入口经MCP链接既有系统——出口报告自动生成、凭证自动归档、自然语言查轨迹库存；私有化部署，数据不出企业。

成效：重复工作从数小时压缩至分钟级，数据留存提升使用意愿，多家客户主动提出开发专属应用——需求从使用中长出来，反向驱动迭代。

AI改写B2B模态：深度价值链开始“对结果负责”

业务流程被接管之后，平台的价值创造方式随之改写。过去平台的核心资产是信息聚集的规模，收入来自连接的达成，靠位置收租，靠人力堆服务。产业智能体的出现，使平台功能从信息撮合向任务执行加速落地，价值来源从连接的规模转向交付的确定性。这一转变沿着四个层面逐级展开：替买家做决定，替买家执行，用智能体而非人力供给服务，按办成的事而非广告位收费。这是一个关乎本质的信号：当平台开始对最终结果负责，深度价值链才真正迎来高维质变。

从信息中介到智能枢纽：平台替买家做决定

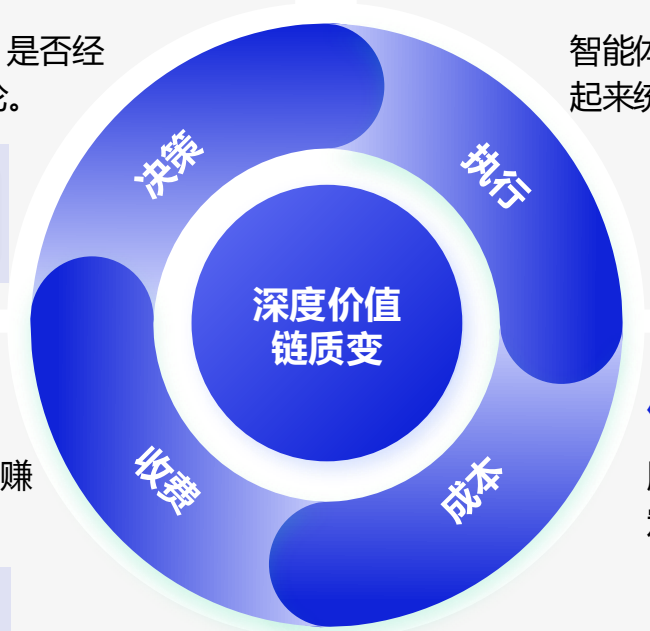
匹配依据从关键词与出价，转向商品信息是否完整、是否经得起核对。平台交付给买家的不再是列表，而是结论。

京东工业“AI智采管家”，支持文字/语音/图纸多种指令，选型决策时长缩短70%、错配风险下降60%。某小型机械制造企业接入后采购效率提升60%、成本下降12%。

从撮合信息到执行交易：平台开始接管执行

智能体把订单、库存、生产、物流等供应链上多源数据整合起来统一调度，对交易的完成度负责。

苏宁易采云“AI灵采助手”，面向大型企业推出智能体矩阵，覆盖招标文件生成、供应商评估、合同审核，并支持与ERP、OA对接。



从卖位置到卖结果：收费跟着成交走

平台收入与客户的成交结果绑定，从赚连接的钱转向赚智能的钱，数据产品化等增值服务成为收入新来源。

找钢网集团与腾讯WorkBuddy联合推出NextB2B，商业化分为三档：结果型收费按GMV的1%至1.5%计费、标准账号年费28800元、按Token或积分消耗充值。

从堆人力到智能体供给：服务能力与人力脱钩

服务半径不再由团队规模决定，而由数据与算力决定。长尾客户第一次被服务得起。

震坤行“多米诺”工业用品大数据引擎，配套的AI物料管家已服务超8600家客户，落地超15个国央企案例，累计完成2400万行物料治理。

国联股份：从“完成一笔交易”到“持续改善一条链”

国联股份从下游需求出发，以集合采购归集订单，以核心供应商与云工厂组织供给，再叠加云ERP、数字仓储、智慧物流与数据服务形成可组合清单，供企业按需取用，其最终目标是减少产业链的信息孤岛与重复协调，让各节点围绕真实订单协同。平台角色由此从“完成一笔交易”转向“持续改善一条链”。其中，数字云工厂“先实施后付费”是深度价值链对结果负责的有力注脚：数字化改造的前期投入由平台承担，产业客户在生产、能耗上的改善直接与投入回收挂钩——结果不止被兑现，还经由更高的复购与更深的合作，回流为平台自身的积累。

区域端：产业大脑与产业链协同

将单企业数字化扩展至区域产业集群，通过产业数据归集、供应链协同和公共服务能力建设，服务区域产业的产销对接、运行监测与资源组织。

需求端：集合采购/统采统销/统采分销

将分散的中小企业需求形成更具规模效应的订单，提升上游议价和供给组织能力；通过一站式采购、品类复销和次终端联盟，增强客户黏性及区域服务能力。

交付端：云仓、智运与多式联运

通过数字云仓连接中心仓、协同仓、前置仓等节点，提供出入库、货权转移、存货监管和在线结算等能力；通过智运平台及多式联运协同，提升仓储与运输的可视化、协同化和交付确定性。

资金端：基于真实交易数据的脱核供应链金融

由银行依托公司真实交易数据和产品数据，结合自身风控系统，直接向平台上下游企业发放信用贷款（平台不替代银行授信与放款）。该业务截至 2026 年 9 月累计用信约 5 - 6 亿元。

供给端：核心供应商与数字云工厂

云工厂将上游原材料通过多多平台一站式采购、产成品通过多多平台一站式销售；数字工厂在此基础上对生产、管理、能耗、安全等进行定制化升级。目前已签约云工厂约 310 家，完成数字化改造的数字工厂约 100 家。

- 订单归集改善采购
- 供应链合作稳定产销
- 云仓智运提升交付
- 数字工厂连接生产
- 产业数据支持经营决策
- 银行基于数据提供融资服务

某四氯化钛企业案例

痛点：钛制品企业原料采购分散、生产管理靠经验，成本与产能长期受制。

实践：涂多多承接高钛渣集采，国联云部署数字工厂系统，覆盖生产监控、能耗管理、安全巡查与物流调度。

成效：产能从7,000吨/月提升至**1.1万吨/月**，吨运营成本降约**700元**、吨采购成本降约**1,500元**，生产效率提升**15%以上**。

嘉立创：一站式柔性智造平台承托硬件快速创新

嘉立创从PCB打样起步，沿硬件创新链路打造了从PCB设计、PCB/FPC智造、元器件供应、PCBA组装到机械制造的电子和机械产业一站式服务，让硬件创新团队可以在嘉立创走完从需求验证、原型开发、工程优化、小批量试产到量产爬坡的0-100过程，实现“一个概念进 一个产品出”。其核心价值在于把供应链从后端支持变为迭代引擎，重塑硬件创新的成本与速度基准，帮助硬件团队跨越创新鸿沟。

硬件创新链路	01 需求验证	02 原型开发	03 工程优化	04 小批量试产	05 量产爬坡
核心需求与关键策略	**用柔性供应链降低试错成本** **用低成本快速验证市场需求：**快速打样。	**构建快反供应链压缩周期** **打通“设计-打样-测试”闭环：**绑定能快速响应的供应商，让原型迭代周期从月降到周。	**供应链深度参与可量产设计** **让供应链提前介入单板与结构设计：**以DFM评审优化零件复杂度、优先成熟工艺与通用元器件。	**用韧性供应链防范风险** **构建双供应商+前端质检+后端中试体系：**关键物料供应商储备，将80%质检资源投在试产阶段。	**数据驱动供应链动态优化** 积累供应链数据，构筑NPI柔性产线和MES能力，持续优化效率与成本，顺利导入到量产。

需求侧：工程师社区锁定

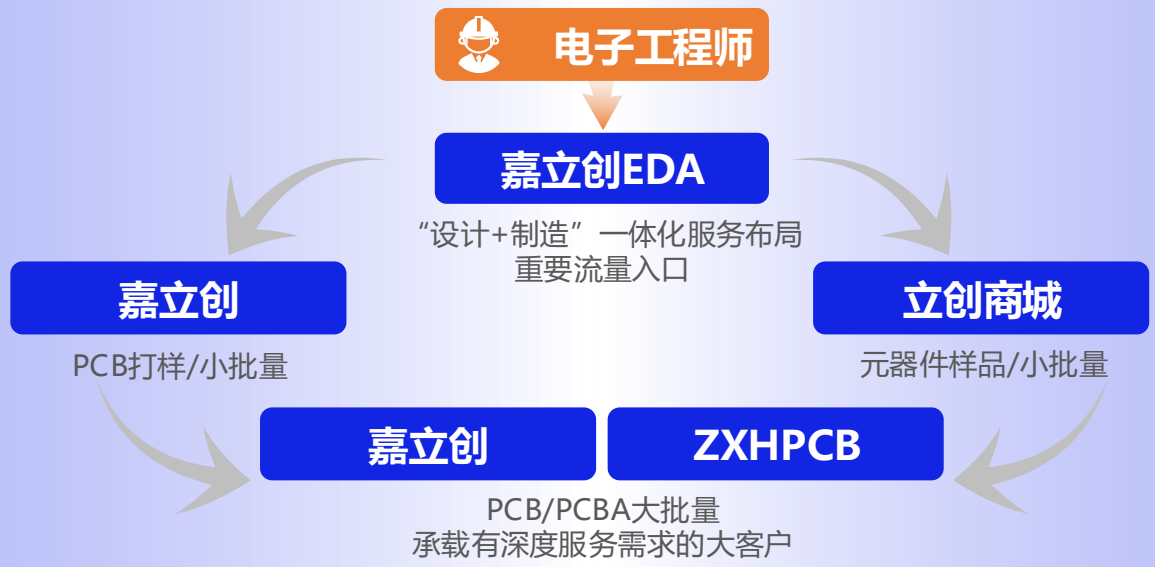
免费EDA软件（全球用户736.88万）作流量入口。超千万工程师用户、1400+高校，免费打样+开源项目超3万个，形成低获客成本的需求池。

供给侧：长尾订单聚合柔性产能

- 以“PCB+PCBA+元器件”一站式服务替代碎片化对接，“一件起做、一键下单”，长尾订单汇聚为规模化排产，交期100%可控。
- 极速交付：PCB最快12小时出货；PCBA最快15小时出货；CNC最快48小时发货。

数据侧：设计直连制造

EDA设计数据直连产线：工业软件集群 · 设计即生产 · 研-产-销打通 · 生产资料自动化 · 全链路数字可控



嘉立创一站式产业互联网智造平台：“一个概念进，一个产品出”

智元机器人

验证加速→规模出货

智元痛点：研发链条中存在繁琐、分散、等待的环节，工程师需要花费大量时间“追流程”，挤占了解决真正技术问题的时间，软硬件协同迭代速度被拖慢。

嘉立创在智元供应链“A链”中承担了关键角色，助力灵犀X2、远征A1等通用机器人产品出货达5000台。

- ✓ EDA设计：支撑控制板等电子硬件的原理图与PCB设计环节；
- ✓ PCB与PCBA交付：打通从电路板打样到贴装交付的电子制造环节；
- ✓ 机械零部件智造：覆盖结构件等机械部件的快速加工与交付。

AI加速采购平台“业数智”进程

采购平台的数智演进可分为三个阶段：业务在线化把流程搬上线，数据资产化把沉淀的数据变成生产要素，决策智能化让系统第一次替人做出判断。AI是驱动三步衔接的核心引擎——它把零散的流程、数据与决策串联起来，使原本割裂的环节连成一条链，同时，也是AI加速了采购平台“业数智”的发展进程，为价值创造模式的系统性跃迁提供了可能。

业务在线化：构建全链路数字化底座

这一阶段解决的是信息不对称与流程碎片化问题，为后续的数据积累与智能决策奠定底座。

国铁采购平台在“统一平台、统一流程、统一组织体系、统一制度体系、统一标准体系”架构下运行，实现从需求提报、寻源、合同到支付的全流程线上化。平台累计交易额已超**万亿元**；其中国铁商城累计交易额突破**600亿元**，服务采购单位超**6000家**，2025年交易额达120亿元以上。

平台对商品价格实施管控，确保不高于社会主流电商平台同期同款，采购节支率超**10%**；批量采购专区累计实施项目2.2万余个、成交38.65亿元。

数据资产化：把沉淀的数据变成生产要素

这一阶段AI对采购平台沉淀的海量多源异构数据进行清洗、治理与结构化，数据得以确权、定价、流通。

河钢供应链再生资源平台“打造“五流合一”闭环体系，实现供需高效匹配与交易全程可追溯；依托 AI 智能质检与物流优化降本提效，并沉淀可信数据开展供应链金融，缓解中小主体融资压力。

这一步的关键变化不在数据量，而在数据性质：流程线上化之后沉淀的多源异构数据，经清洗、治理与标准化，从流程的副产品转为可确权、可定价、可流通的要素。

决策智能化：AI智能体进入判断环节

这一阶段AI智能体作为“数字员工”嵌入采购决策链路，采购决策由“人驱动”转变为“系统驱动”。

国网山东物资公司2026年6月在华北区域10千伏电缆联合采购中，率先实现 AI 辅助评标全流程规模化落地：涉及数千份标书、2万余项评审要素，AI 单批次并发处理100份标书仅需3分钟，整体评审效率较纯人工提升10.5倍，关键信息识别准确率达99.6%（来源：中国能源新闻网）建立“打假、查重、溯源”三重判别机制，识别伪造业绩、虚假资质与围标线索，形成“AI辅助、专家主导、全程可溯、穿透监管”的新型评标范式。

数据来源：亿邦动力原创报道，亿邦智库《2026数智化采购发展报告》，企业官网及网络公开信息整理

淘宝企业购：AI采购助手让专业采购需求“说得清”

平台型AI的价值，在于同时降低交易两侧的专业门槛。 在买家端，企业采购需求天然复杂——用途、工况、规格、数量、交期、服务条件多维耦合，采购者需反复搜索比参、逐家询价、逐单跟进交付与发票。淘宝企业购推出采购智能助手“淘宝小源”caigou.Taobao.com，以对话式交互直连淘宝天猫的商品、商家与交易服务，将口语化、非标化的采购需求转译为可比较的供给方案，并承接询报价、订单跟进、发票催办等后续动作。其本质是以AI为翻译层，让消费电商积淀的海量存量供给首次可被企业需求直接调用，实现专业匹配。

多模态需求表达

采购者可直接描述用途、工况和限制条件，也可提供型号、图片、图纸或采购清单。通过文字、语音和多轮对话，逐步补充要求、调整方案，减少把专业需求反复翻译成搜索关键词的工作

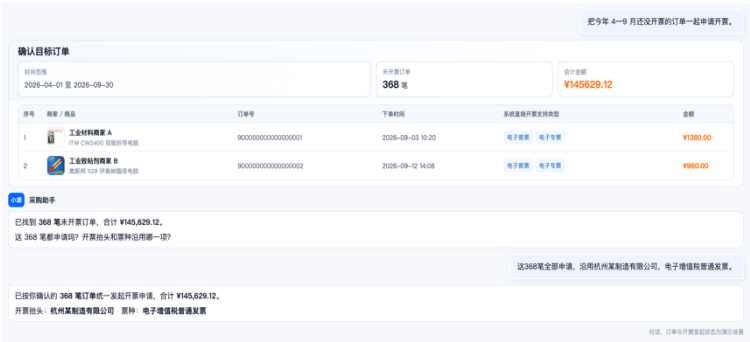


分情景寻源匹配

- **明确型号或参数**：按完整型号和多项条件寻找商品，比较规格、材质、尺寸及关键参数差异
- **有实物图片或图纸**：按图找货，识别图纸中的关键要求，匹配商品或能够承接需求的加工供给
- **只有用途或工况**：提供选型与方案推荐，寻找适合的商品方向，并说明替代选择的关键差异
- **面对整张物料清单**：逐项处理 BOM 和采购清单，保留需求与推荐商品的对应关系，尽量在同一店铺配齐，减少多店采购的协调负担
- **同时考虑开票/对公/发货地/交期**，以及买家对品质和价格的偏好，使推荐结果更贴近实际采购条件

淘宝企业购
caigou.taobao.com

寻源衔接跟单



小源可批量询问报价、数量和交期，归纳各家答复，让清单、图纸和已确认需求继续传递给商家买家核对条件并决定采购后，还可集中跟进订单与物流、催发货、批量申请和催办发票，以及处理常购补货

61项物料，约10分钟生成并整理567条商品推荐，供采购者核对和选择。

368笔订单，约17分钟完成集中核对并发起开票申请。

淘宝企业购：商家经营中心让存量供给端口“接得住”

买家侧的需求被准确表达之后，供给必须能有效应答——而这恰是企客经营的挑战所在：同样的商品，面对不同行业、应用场景与采购角色，价值与成交条件各不相同。淘宝企业购商家经营中心致力于建设面向细分企业客群的差异化经营能力，通过AI将客户理解转化为具体经营动作：识别客群、优化素材、组织推广、跟进转化、改善服务，帮助缺乏企业客户服务能力的消费电商商家提升企客获取与转化能力。买家侧的需求表达与卖家侧的客户理解互为喂养，使平台“专业需求的匹配者”角色在交易两端同时成立。

AI直接生成“体检报告”——给商家任务清单

理解客群

结合行业、采购场景与店内经营表现，识别重点企业客群——采购什么、如何选型、最关注哪些服务，商品与服务的投入由此有明确对象

优化素材

将客群关心的适用场景、关键参数、供给能力与服务条件，转化为贴合需求的商品表达；AI辅助优化与自动生成，让企业买家更容易看懂商品是否适用

辅助推广

围绕客群组织推广内容与触达方向，吸引更匹配的企业采购者；获客与后续承接沿用同一份客户理解，推广呈现的价值能接到实际采购沟通

跟进转化

AI持续归纳每个客户的沟通过程：采购需求、关键条件、已确认事项与需求缺口，帮助商家掌握商机进展、补充方案并跟进待办，减少反复翻阅聊天记录与遗漏要求

改善服务

从沟通与履约反馈中识别服务体验问题、发货与物流痛点，归纳待改进事项，反哺商品表达、推广重点与服务方式的持续调整

淘宝企业购把B端经营方法工具化，帮助商家提升企业客户的获取与转化能力，并逐步由 AI 承担素材制作、会话阅读、需求归纳、缺口识别和问题分析等繁重重复劳动，让商家有更多精力处理关键客户、复杂需求和专业服务，强化自身竞争力获得业务增长。

震坤行：玲珑智能以四层能力体系落地工业AI

2026年，震坤行在第一届工业用品大会宣布成立AI公司玲珑智能，依托长期积累的工业用品数据、专家知识与供应链实践，构建“数据、模型、智能体、咨询”四层能力体系，把“能用”的AI技术转化为“可落地”的工业AI解决方案。 其中，智能体层已形成闭环验证：AI物料管家治理企业物料数据，玲珑慧搜贯通需求澄清、商品匹配与供应商寻源，LingLong InSight连接单据与实物，三类产品结合企业系统与现场流程，推动数据标准化、采购协同和实物核验落地。

玲珑咨询

➢ **将工业企业面临的问题转化为可落地的AI实施方案**

应用场景挖掘 | AI实施路线 | 实施规划

AI智能体
工业场景应用

➢ **承接采购、销售及物料管理任务**

玲珑智能体矩阵已服务
10000+工业企业

AI物料管家

物料主数据治理与现场采集

2026年中国国际工业博览会首发3.0

- 解析历史物料清单，统一类目、名称与属性，识别同品、映射编码并在新增时查重。
- 支持手机拍照与交互澄清，将现场实物信息同步至企业物料库，服务采购及库存管理。

为某跨国食品与生物制造集团建立统一标准物料库，支持采购、仓储一物一码，为跨基地物料复用与业务协同提供基础。

玲珑慧搜

工业品采购智能搜索与寻源助手

2026年中国国际工业博览会荣获CIIF数智技术奖

- 提取并澄清最小定品参数，优先匹配企业自有商品池，支持“一品多商”。结果不足时，协同已接入供应商寻源。
- 展示匹配依据与置信度，辅助采购判断。

为某大型跨国能源管理与自动化企业优化澄清逻辑、商品数据和候选规则。需求澄清准确率提升10%，商品报出率提升22%，商品准确率提升30%。

LingLong InSight

工业多模态模型与端侧应用

2026年9月联合英特尔发布1.0，
11月中国国际进口博览会首发2.0

1.0 端侧多模态收货核验

解析送货单 → 采集实物 → 货单对比

2.0 持续理解现场物料

收货核验、盘点辅助与账实关联
——面向仓库、线边库及备件库等工业现场

AI模型
工业领域专业模型

➢ **基于行业知识构建工业大模型**

2025年9月通过国家网信办备案

语言模型 | 多模态模型 | 决策模型 | 物理AI模型

数据
多米诺工业数据引擎

➢ **构建工业本体与知识图谱**

7000万+ 工业用品商品

PB级 工业数据与知识

十亿级 工业用品属性参数

鑫方盛：全栈自研AI激活一站式供应链底盘

鑫方盛是以供应链为基础的一站式工业品服务平台，千万级SKU、覆盖全国的三级仓网与30余年行业know-how，构筑起厚实的供应链底盘。面对工业品非标混乱、协同低效、交付复杂的行业堵点，鑫方盛以“云、数、智、慧”平台为载体、以“方盛AI+”为技术底座激活底盘存量资产：商品端AI完成标准化治理，采购端智能询报价与自动对账提效，履约端AI调度协同数字仓网，组织端AI原生平台破除信息孤岛，实现从经验判断到数据智能决策的转型，持续带动全链条效率与价值提升。

鑫方盛
一站式工业品服务平台

供应链

千万级商品池 × 全国三级仓网，构筑一站式工业品供应底盘

1000万+	8000+	15亿+	100㎡+	500+	99%	98%
SKU-90%厂商直供	合作品牌	15个自有品牌年销售	仓储面积	全国服务中心	履约准确率	履约及时率

数智化

方盛AI+全栈技术架构改造工业品供应链全链路

- 采购/协同：鑫盾、鑫智源、鑫智审、智能询报价、智能对账
- 风控/商品治理：风控预警、信息补全、商品标准化、多模态识别、供应商评估、标讯管理、智能定价、合同管理、资质审核
- 云/数/智/慧平台
- 工枢智能体平台 “方悟”模型 鑫智鲸数据湖
- 运营服务：鑫助手、鑫智擎、鑫智库、鑫有灵析、鑫协同
- 履约/订单处理：智能选品、智能履约、款项认领、智能审批、商品验重、智能报销、发票管理、库存优化、智能寻源

200+
自研行业Agent数量

100+
落地自动化RPA数量

千亿/月
词元调用量

10%+
整体组织效能提升

专业服务

三大服务能力对外输出，从“卖商品”迈向“交付服务”

- **数字化服务**：数字工厂　智能仓储　在线商城定制
- **供应链服务**：集采　寄售　VMI　履约交付
- **国际贸易服务**：贸易方式　出口包装　证书办理

AI已创造采购多维价值：降本、增效、控险

当前实践中，采购 AI 创造的价值主要体现在三个层面：显性降本压缩的是价格，协同提效压缩的是催单、对账、返工与资金占用，风险防范解决的是断供、质量、合规与围串标问题。后两层在多数行业占比更高，也更难靠加人压缩，恰恰是 AI 相对人力优势最大的地方。本质上，AI 是通过降本、增效、控险三条路径重构采购的价值结构。

显性降本：AI驱动的直接成本节约

AI直接作用于采购成本结构，智能寻源与比价是核心场景——标准化品类经多轮治理后可压缩空间逐年收窄，AI智能体基于数据驱动，自动匹配供应商、优化采购策略，直接降低采购成本。

万华化学采购智慧大脑 PIB 平台，AI核价效率提升300%、价格异常拦截率100%、数据场景决策覆盖率90%。

协同提效：AI重塑供应链协同效率

协同成本不进采购部门的考核表，却是AI 相对人力优势最大的地方——AI智能体作为“超级调度员”，能够自主感知市场需求变化，协调供应商、制造商、物流商等多方资源，实现供应链的动态优化。

中煤集团智能清标效率提升10倍，合规风险识别准确率超90%。

风险防范：从被动应对转向主动管控

供应链风险是隐形成本，AI 的价值在于把它变成可预警、可拦截的显性项——AI通过实时监测与预测，可对供应商资质、履约表现、外部风险信息等进行实时监控，提前预警潜在断供、价格波动等风险。

华润守正AI 智能评标平台：非招标评审时长压缩50%至70%，客观评审准确率92%以上。

AI价值创造路径：央国企合规牵引、行业龙头效率牵引

同样是利用AI技术创造采购价值，不同主体的优先级不一样。央国企的刚性约束是合规与可追溯，价值首先落在风险防控；行业龙头的压力来自成本与周转，价值落在核价、预测与数据沉淀。需要说明的是，两类主体均以第一优先级为主导，同步兑现其他价值，并非只创造单一价值。本质上，采购平台依托各自的定位与资源禀赋形成差异化路径，共同构成采购供应链 AI 价值创造的完整版图。

央国企采购平台：以合规为先，集约降本、保供与能力外溢同步兑现

中铁物贸集物平台采用数智协同体系打通上下游异构系统，依托大模型打造 **AI智能下单、标准化数据、数字化运营、全链路协同**四大数智能力，并内置**穿透式合规监管与实时风险预警**；实现商流、资金流、票据流、信息流“四流合一”。作为综合性一体化平台，集物平台同时提供在线交易、物流跟踪、仓储监控、结算支付、电子合同、**供应链金融**、数据咨询与 SaaS 化服务，**通过数据标准化与透明化“降低采购成本及隐形成本，减少交易环节降低交易成本”**；其数据中台建立统一数据资产目录，为跨企业、跨行业的数据交易提供标准支撑，并将标准化智能服务向企业外部输出。

行业龙头供应链平台：以效率为先，数据资产与生态外溢同步兑现

京东政企业务发布“AI采购管家”，深度嵌入京东慧采、京东企业购等核心产品，打造超40个 AI+采购场景化落地应用，驱动订单处理效率提升200%、采购成本下降30%、合规风险识别率提升至95%。平台在服务政企客户过程中持续沉淀采购、履约、供应商多维数据，完成数据资产积累；同时将数智能力向上下游开放，链接海量供应商与企业客户，输出标准化 AI 采购工具与解决方案，实现供应链能力向外生态外溢，达成效率提升、数据沉淀、生态放大。

美的集团旗下美云智数发布美擎 SRM 与美擎采购智能体。在美的内部已实现采购端到端全面在线化基础上搭建5大供应链智能体，支撑供应商风险、寻源比价、业务异常等场景。智能体运行在 SRM 沉淀的数据之上，采购过程持续产出可复用的价格库、供应商画像与核价模型，数据随之具备资产属性；能力同时向外溢出，已服务隆基绿能、比亚迪、长安汽车、北方华创、安踏集团等行业龙头，覆盖新能源、汽车、装备制造、电子半导体、消费品等领域。

数据来源：亿邦动力原创报道，亿邦智库《2026数智化采购发展报告》，企业官网及网络公开信息整理

齐心集团：从智能提效到可信交付，AI重建政企采购信任机制

2026年，齐心集团围绕“数字驱动、AI赋能”继续深化采购全链路数智化建设，自研齐心智磐AI大模型累计落地超100个应用场景，主线业务生产场景覆盖率超75%。依托多年业务场景沉淀与行业数据积累，齐心集团将采购合规规则与行业经验转化为可复用的模型能力，推动商品提报审核、多模态验收、智能结算等核心环节的效率与合规水平同步提升。当提报、验收、结算各环节的AI输出都可被核验、可拦截、可放行，AI便从智能效率工具进化为可信交付，采购客户获得的也不只是更高效的流程，更是可据以付款与审计的确定性交付。

业务端：以全场景一站式集采平台践行深度价值链

办公物资　MRO工业品　工会福利　营销物料

数采　云采　易采

8万+优质客户

200+头部大客户

60+央企客户

应用端：以全链路AI矩阵覆盖采购核心模块

品牌评估准入　公允价核验　商品智能提报　智能履约验收　智能结算对账　智能决策经营　……

技术端：以齐心智磐AI支撑数智化供应链

模型加工层

模型适配器　路由协调器　Prompt工程　Context工程　Harness工程　性能优化　数据安全　数据加工　语义搜索

基础模型

私有化部署模型　齐心精调模型　通用基础模型　齐心预训练模型

决策模型

规则模型　排序模型

数据模型

向量模型　同步　数仓模型

提效实践：商品智能提报与审核

传统商品上架需人工录入几十项信息，耗时且出错率高，分类与税编易错配，运营成本居高不下。齐心智磐大模型驱动一键提报、分类匹配、税编识别、AI作图四大能力协同，实现商品全流程智能提报，同步上线AI智能审核校验合规性与准确性。

商品上架效率提升**80%**，商品自动审核量环比提升**268%**；审核自动化同时沉淀合规数据，反哺规则模型迭代。

可信实践：多模态智眼验收履约

物资签收环节依赖人工比对订单、签收单与实物信息，存在错配、漏配等问题，影响配送准确性与供应链协同效率。齐心集团基于AI视觉技术与大模型推理能力打造智眼验收系统，通过多模态信息融合处理，自动比对签收单、现场货物与订单明细，实现多维一致性校验。

截至2026年上半年，货单识别准确率达98%，大幅改善人工验收中的错配、漏配问题，提升物流配送准确性与收货环节合规性。

云中鹤：AI驱动 S2B2C 升级，从供应链撮合走向全链路合规经营协同

云中鹤深耕 S2B2C 模式 20 余年，依托百万级自营 SKU、千万级商品库与全国履约网络，沉淀头部供应链服务能力。当前央国企、政府、金融机构的采购与数字化需求，已经从 “保障商品供给、线上平台可用” 转向预算绩效、合规管控、价值落地：金融机构需要用户激活留存；央国企福利项目需要预算可控、员工满意度可衡量；政府采购要求合规前提下实现降本增效。

云中鹤将AI系统性嵌入采购、福利、营销全流程，搭建覆盖营销、投标、商品、定制、运营、供应、客服七大环节的业务智能体矩阵，沿智采、福采、云采三条业务线落地，实现营销预算效果可追溯、采购全流程可核验、全链路留痕可审计。由此，S2B2C 模式完成从 “供应链连接” 到全价值链合规经营协同的升级：平台输出不再只是商品供给与流量，而是可审计、可量化、可考核的数字化经营绩效成果。

S2B2C模式：整合供应链与数字化服务能力，赋能B端，服务C端

S 云中鹤平台
供给与服务聚合
- 供应链整合
- 商城/API/AI技术
- 营销与运营
- 交付履约与售后
- 数据安全与权限管控

供给与能力

B 企业与机构
业务目标与合规管控
- **银行保险：**业绩提升与用户转化
- **央国企：**福利预算管控、普惠发放、员工体验、审计留痕
- **政府机构：**采购合规、降本增效、履约闭环

场景与服务

C 用户与员工
服务触达与反馈
- 营销活动与积分权益兑换
- 员工自选福利、领取体验
- 行为数据合规归集，支撑绩效复盘

数据与服务反馈，持续优化选品、营销、交付、运营等环节

需求识别	方案生成	选品比价	履约服务	运营复盘
营销Agent 投标Agent	营销 Agent 定制Agent	商品Agent 供应Agent	供应Agent 客服Agent	运营Agent

AI智能体贯穿S2B2C运行全流程

云中鹤S2B2C三大业务场景

智采｜数字营销（S2B2C）
面向银行、保险、汽车、烟草等强营销行业

打通营销目标、权益配置、商品供给与用户运营闭环

业务目标：用户参与、转化、留存

福采｜数字福利（S2B2C）
面向央国企、医院、高校等企事业单位

打通福利预算、员工偏好、礼包定制、发放兑换全链路

业务目标：预算合规、普惠公平、员工满意、发放留痕

云采｜数字集采（S2B）
面向央国企、政府机构、军工等采购客户

覆盖办公、营销及MRO物资的寻源、比价、履约

业务目标：阳光采购、合规留痕、降本增效、履约闭环

得力集实福礼：企业福利业务数字化解决方案

得力集实福礼以“全品类商品池+数字化平台+供应链履约服务”模式，贯通企业福利业务全链路：前端搭建专属商城、接入全品类商品池，中端沉淀商品数据、以精准选品与精细运营持续优化供给，后端依托得力自有商品池与全国仓配网络完成发放履约。围绕员工福利、营销积分、智慧食堂、餐卡结余四类高频福利场景，福礼平台为央企、国企、政府、事业单位、民企等客户提供模块化解决方案，实现从需求识别、商品匹配到履约交付、数据复盘全流程的“精、准、合、规”。

员工福利

专属福利商城搭建与海量商品池对接双轨并行，福利套组、弹性自选同步支持。

- **礼包定制**—精配组合
- **弹性自选**—额度可控
- **专属商城**—API直连
- **高效发放**—降本提效

适用场景：**员工福利** **节日福利** **生日慰问**

福

2000+ 知名品牌

100万+ 自营商品

全国O2O+ 蛋糕/电影/本地生活

礼

营销积分

快速搭建专属积分商城，打通公众号、小程序、APP 全流量入口。

- **积分商城**—全渠入口
- **团购秒杀**—转盘抽奖
- **优惠券签到**—限时折扣
- **数智复盘**—ROI可测

适用场景：**渠道促销** **会员运营** **促活** **拉新**

智慧食堂

为国央企、政府机关食堂提供一体化数字化与供应链整体方案。

- **智慧收银**—营收分析
- **生鲜采购**—线上比价
- **履约配送**—自动对账
- **农残溯源**—全程可查

适用场景：**机关食堂** **园区餐厅** **校园**

食

500+ 虚拟权益

余

餐卡结余

让沉睡余额合规盘活，把账面结余转化为可消费的福利价值。

- **余额管控**—分账可视
- **结余盘活**—合规流转
- **限额消费**—场景白名单
- **台账审计**—全程留痕

适用场景：**余额清零** **年结合规** **消费引导**

品牌优选 **虚拟卡券** **地域特产** **消费帮扶** **生日蛋糕** **本地生活** **节庆礼包**

AI改变产业信息供给：企业信息由内部表达变为产业服务

AI成为用户获取产品信息的入口，企业与用户之间的信息关系随之改写：产品信息原本由企业自行组织、面向人发布，如今须先被模型检索、理解，才可能进入用户的选择序列。产业侧的参数与物料编码、消费侧的品牌与商品表述，都脱离企业内部的表达习惯，成为可由系统识别、比较与调用的资产。承接这项工作的主体也随之扩展：平台与专业服务机构以AI重新组织信息，把原本由企业自己完成的工作转为可对外交付的服务。原本难以单独核算的信息职能，由此成为可独立计价的产业服务。

AI改变信息供给

产业侧		消费侧
一物多码、口语化品名与非标参数，收敛为统一参数定义与标准物料编码。	分散表述 → 一套口径	官网、媒体、电商、客服与门店表述分散，收敛为一套结构化事实口径。
采购系统先做同品识别与参数比对，再由人判断。	人 → 模型/机器读者	需求在 AI 对话中首次表达，模型经检索—理解—生成给出选择序列。
以参数完备率、同品识别准确率与选型耗时衡量。	投放量 → 按次核验	以识别与表述的准确程度、调用后的结果衡量。
商品数据标准由平台内部能力外化为行业共建标准。	内部职能 → 服务供给	品牌信息整理脱离企业内部分工，由外部专业主体承接服务。

产业侧由采购系统识别、平台共建标准。

信息以结构化形态存在，可被 AI 读取、跨场景复用。

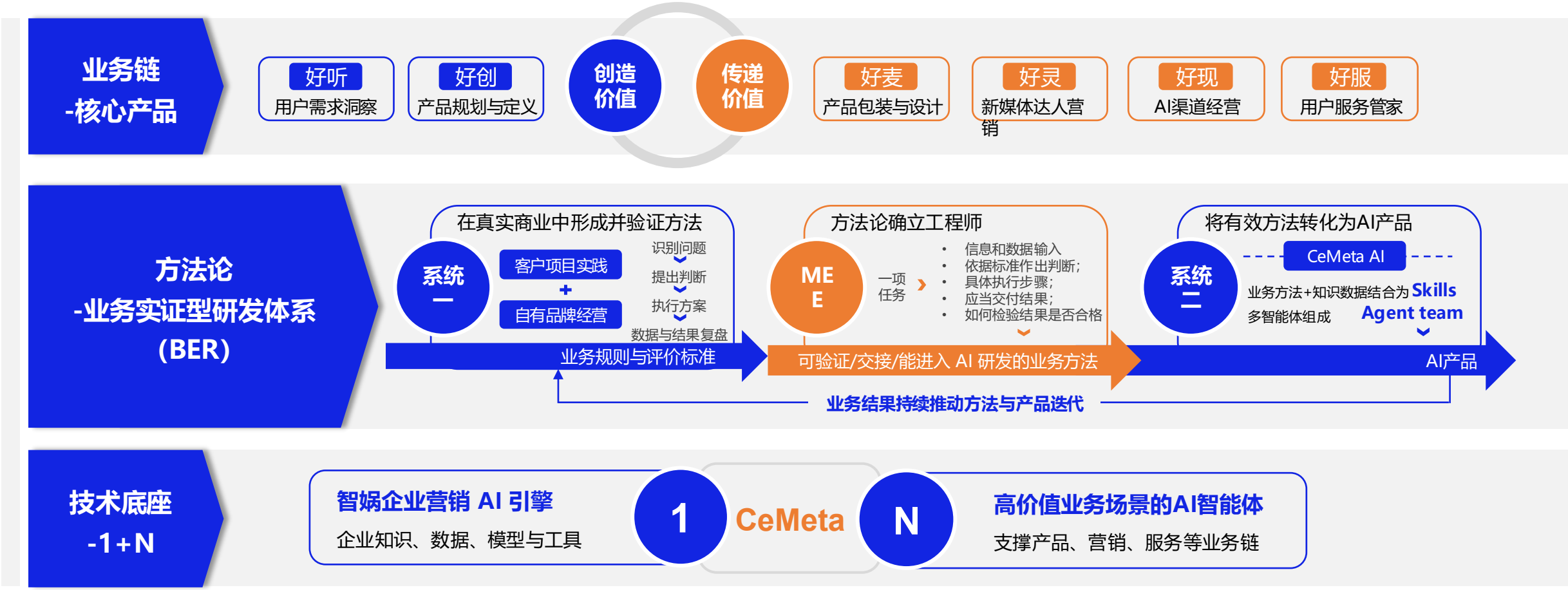
消费侧由通用模型表述、服务商持续校准。

京东工业统一工业品参数定义，低压电气细化至 581 项参数；陌生商品选型决策时间缩短约 70%。

森博科技把品牌认知的构建与核验做成可交付的服务，案例覆盖 5 大重点领域、30+ 头部品牌，首批通过中国信通院 GEO 服务可信评测。

森博科技：以实证型研发把业务方法转化为AI能力

森博科技是一家AI原生的科技服务企业，帮助企业进行企业级AI化转型，通过构建业务实证型研发体系BER，推动AI时代的组织重构，为客户引入1+N的AI引擎基建底座和AI智能体，满足全业务链中各种高价值场景的需求。其竞争力来自真实商业中形成、被验证并能够产品化的方法以及围绕“创造价值”与“传递价值”组织的AI智能体产品矩阵，相关产品已嵌入多个世界500强企业的实际业务链，为品牌企业提供带业务方法与评价标准的 AI 能力。



森博科技：帮助企业构建AI时代认知体系

AI平台正在成为连接用户需求、商品推荐与购买的新经营渠道。
森博通过好现GEO智能体及相关服务，协同数据分析与策略、企业知识基建、内容与信源优化、商品及店铺承接，并结合可获取的渠道数据持续优化。

森博科技：好现GEO智能体-AI渠道经营智能体

渠道经营：三类服务协同

AI 数据分析及策略智能体
持续监测AI推荐、信源引用和商品卡，支持现状诊断、策略制定及效果复盘。

企业知识体系构建与经营基建
为 AI 认知优化提供统一信息底座——品牌信息母版、内容标准、知识图谱，确保多源信源传递一致的核心认知。

AI渠道经营与后链路承接
基于诊断与策略执行 GEO 内容优化与发布，并建设从 AI 推荐到购买转化的后链路体系。

服务逻辑
智能体「看清与决策」→ 知识体系「一致底座」→ 优化服务「落地与转化」

服务链路：四步经营流程

01 明确渠道经营目标
品牌×产品×用户意图交叉，找到企业应构建的核心认知。

02 诊断AI认知现状
5大平台实测，看清 AI 如何认知品牌 vs 竞品

03 认知构建落地
四层信源协同 —官方·权威·社交·用户声音，将策略转化为 AI可引用的认知

04 后链路：认识到购买
AI 商品卡·官网导购·门店OMO, 延伸购买转化

有效实践：跨行业验证

某头部汽车品牌 · 48车型GEO
【品牌对比可见性 · 5大AI平台覆盖】
➢ Top2占比80%↑ · 首位率 43% ↑

某头部快消品牌 · 新品品类占位
【AI商品卡 · 意图匹配出卡】
➢ 品类首位 · 出卡率 100%

某3C家电集团 · 搜得到/搜得对/从搜到买
某厨电品牌 · 智能厨电大词
某清洁电器品牌 · 清洁电器
➢ 首推率96% ↑ · 全球17产线

护肤 · 彩妆 · 个护品类
品牌认知卡位 · 品牌对比可见性
➢ 头部品牌GEO持续实践

安装服务 · 维修咨询认知抢占
官方信息纠错 · 服务类意图覆盖
➢ 头部互联网品牌GEO工程

AI打通产业升级阻点：实现制造即服务

制造企业的价值形态也在变化：交付的不再是单一产品，而是生产制造能力。AI通过对工艺机理、排产规则与产能状态的深度数据化，打破了企业边界，使产能由封闭的内部成本项，转化为可拆分、匹配与共享的产业级资源——这正是“制造即服务”的本质所在。这一趋势不仅获得了政策面的同频共振，2026年3月《广东省推动制造业与服务业协同融合发展行动方案》明确将“制造业服务化、服务业制造化”列为行动方向；更在产业规模上跨越了概念验证期：2026年上半年，规模以上制造业企业AI技术应用普及率已超30%，领航级智能工厂的AI业务场景渗透率更突破70%

交付从卖产品到卖整体解决方案

制造业服务化的典型形态——产品仍是入口，收入来源却转向后续服务，服务中产生的数据又反过来优化产品与作业模型。产品是一次性交易，服务是持续关系。

大疆农业依托机载 AI 计算平台，构建“硬件+软件+数据+服务”的全周期精准植保体系，正从单纯销售无人机向提供“无人机+植保服务”整体解决方案转变。

大疆农业

产能从企业资产变为产业资源

柔性产线解决的是“能不能同时造很多种”，共享工厂解决的是“能不能为别人的需求造”。均意味着产能从企业内部成本项转为可计价的产业资源。

中国重汽莱芜工厂建成国内首条智能柔性化重卡总装线，柴油与新能源车型同线装配，已实现三大平台75种驾驶室的柔性化生产。

柔性产线

软通华方通州智能共享工厂（北京首个 AI 算力共享智能工厂）实现服务器主板与智能终端主板同线接续生产，产线调改切换不过十余分钟，自动化率达71%；零散需求可“拼单”上产线。

共享工厂

排产/备料/运维成为可外挂的智能能力

制造服务的竞争力不再只取决于设备，而取决于调度设备的那套系统。排产、备料、运维一旦可以被单独调用，制造能力就完成了从“资产”到“服务”的最后一步。

江苏茗鹤 AI 工业智能决策平台采用"大模型+小模型"混合架构，由生产分析、质量分析、设备诊断、智能备料四大智能体协同调度；试点企业排产编制效率提升83%、非计划停机时间减少41%、订单交付达成率达96%

江苏茗鹤

AI打开产业新增量：“数智化衔接供需”释放研发设计创新潜能

研发设计长期是产业中依赖个人经验最深、也最难外供的一环。AI改变了这个属性：通过把物料参数、工艺参数与历史方案沉淀为可计算的模型，研发实现了双重跨越——不仅从反复实物打样转向数字空间的前置验证，更从锁在专家脑子里的经验，转变为客户可按需调用的服务。其意义在于：它剥离了实物试错与个体经验的高昂成本，使得研发能力第一次得以脱离工厂与订单的依附，作为可标准化供给的独立服务被单独售卖，这也意味着，研发设计正从依赖个人经验的物理试错，走向“数字按需供给”。

前端设计从实物试错变成了数字空间验证

凌笛科技（Style3D）自研3D柔性仿真引擎，构建了覆盖3D建模设计、面料数字化处理及云端协同开发的全链路数字化平台，沉淀了几十万种面料的物理参数数据库，使设计师能够在数字空间中对服装的垂坠、褶皱、自接触等物理行为进行高保真模拟，仿真结果与实物样品的匹配精度可达95%，有效替代了传统需耗时数周的实物样衣打样环节。

通过将面料物理属性数据化，凌笛科技使研发验证能力从依附于工厂的内部环节，剥离为可跨企业按需调用的独立服务，解决了传统研发高度依赖实物试错和个人经验、难以跨企业外供的核心痛点。

后端数据直通生产，研发图纸变成可执行的工业文件

三维家打造AI驱动的前后端一体化系统，将三维设计模型一键自动转化为生成精准的BOM清单、孔位图、开料图及数控加工代码（NC代码），并直接下发至CNC设备。这套系统可兼容市面上99%的生产设备，从设计到生产的路径被极大缩短。目前已服务超2万家泛家居企业，赋能9000余家云工厂，实现拆单效率提升超90%，生产出错率下降超80%。

通过打通设计到生产的完整链路，三维家使研发交付物从静态图纸升级为可直接执行的工业文件，解决了研发设计长期止步于图纸、导致研发与生产严重割裂的问题，更使研发交付能力成为可独立输出、跨企业复用的标准化服务。

AI打造产业平台新价值：采购订单驱动产供链全景变革

采购在链条中的位置也在发生位移。过去它是终点——把已经存在的产品买回来；现在它开始成为起点，用确定的订单和真实的应用场景，去催生一件还没有被造出来的东西。对产业创新而言，最稀缺的从来不是技术，而是第一个愿意下单的买家和第一个可供验证的场景。采购平台因为同时掌握这两样，在AI的赋能下最有机会从交易的末端变成创新的入口。这一判断已经在央国企采购平台的实践及跨国企业与本土供应商的联合研发中得到了验证。

用订单和场景促进国产替代

央国企电子商城的演进路径被概括为“创新路由器—行业创新能力提升平台—生态创新枢纽”，为“首台、首套、首批次”创新产品打造产业化的高速通道。

- **宝武欧贝、中国石化石化 e 贸、通用电气**均以电子商城为载体，扮演"创新路由器"，**通过“上传需求、下达方向、配给资源、优化路径”**组织上下游开展联合研发
- 核心机制：采购平台用确定的订单和应用场景替代传统的技术论证，为国产替代产品提供第一个“敢用”的验证机会，路径统一为“**需求—研发—试点—量产**”闭环：先由采购方提出确定的需求与应用场景，再联合供给方研发，经试点验证后进入批量采购。
- 研发方向指向**高端硅钢、特种薄膜、工业母机**等此前长期依赖进口的关键品类

平台成为可对外开放的资源

场景成为资源的前提是因为它能够提供两样实验室里没有的东西——真实的工况数据与可验证的使用环境。采购平台把这两样开放给供给侧，等于把研发的外部试错成本内部化：创新产品不必等到量产才暴露问题，而能在真实场景里快速迭代。

- **真实的工况数据：**中海油建成包含1600余张表、5万余个数据项的数据集；中铝物资入选国家首批高质量数据集先行先试名单，沉淀600GB以上结构化数据；云筑网打造含10万条标注样本的建筑行业数据集。
- **场景资源的开放：**调研显示央国企电子商城中，交易额百亿以上的头部平台已具备对外市场化服务能力，外部采购单位占比达14%，正从内部交易载体转向对外输出集采、合规与数字化服务的产业综合服务生态。

产业智能体的下一程：AI原生组织与产业新入口

产业智能体的演进，本质是执行主体更替引发的运行方式重建。智能体嵌入流程，链路即被逐段重写；智能体交付结果，计价即从投入转向产出；能力被封装为服务，边界即从成本项转为对外供给。组织内部重新考量人退出执行后的判断与授权；产业链路上，需求侧若也由智能体发起业务，产业协同的第一触点便可能移向智能体之间的调用。就当前进展而言，组织形态与连接关系的演进尚需要时间，其变化将会超出降低成本及效率改进的范畴。

~2026 产业智能体元年

01 重塑业务流程

业务流程被逐段接管，智能体从外挂工具变成流程本身的一部分。企业数字化由此从“上系统”阶段进入“流程智能化”阶段，连接的对象不再只是系统，而是被打通的业务孤岛。

02 重构价值分配逻辑

计价的对象从投入转向产出——不再按人力与席位收费，而是按交付的结果收费。价值的构成也随之重写：显性降本之外，协同成本与风险成本第一次被放进同一本账核算。

03 服务边界持续打开

原本锁在企业内部的能力开始对外供给，制造能力、研发能力乃至需求侧的场景，逐一从成本项转为可交易的服务，本质是"能力被封装、Know-how被沉淀、交付被标准化"的三重解锁。

产业智能体下一程 2027~

AI原生组织

流程被智能体接管、价值按结果分配之后，必然引发组织形态重构。人的工作重心将从执行转向判断、授权与创造，组织将从“人+工具”的架构演进为“人+智能体+工具”的协同架构，企业竞争关键也将从“会不会用AI”转向“组织是否具备AI原生能力”。

从当前进展看这一质的跨越仍需要时间突破。据麦肯锡2026全AI调研显示，虽有88%的企业已经采购AI工具、落地各类试点项目，但仅1%实现AI深度嵌入主业并完成组织系统性变革。

产业新入口

当需求侧也开始以智能体形态发起业务，产业协作的第一触点有机会移到智能体之间的调用，或带来新的机会：1.**需求池扩大**：模糊、偶发意图有机会成为任务，流失的需求可能被承接。2.**触点选择改变**：用户对好用的智能体产生依赖，平台可接入范围有机会扩大。3.**收益突破既定流程规模限制**：能否被智能体选用可能比页面访问量更影响平台参与价值分配。4.**需求意图沉淀**：成交前形成的意图与约束条件有机会留存下来形成资产。

PART FOUR

产业出海篇

产供链在全球化土壤里再生长



产供链再全球化：中国迎来全球供应链组织者机遇

上一轮全球化以效率为标尺，依托垂直分工调优制造成本。新一轮全球化则把安全与韧性作为前置条件，效率与韧性进入再平衡，产能沿区域协同的方向重新编排。中国的角色从承接全球订单的世界工厂转换为主动部署产能、输出能力、嵌入区域网络的供应链参与者，水平分工的全球化新格局正在酝酿。

从区域制造到多极组网：产能沿区域化与多元化重新配置

主要经济体为保障供应链安全，推动产业链向本土或邻近地区转移；企业则为降低单一节点风险推进多元化布局，全球产能由集中走向分散。

中国企业以“枢纽节点＋区域网络”替代单一生产基地，开展“中国+N”实践，把产能布局做成可切换、可梯次协作的韧性组合。

从成本效率到数智与绿色：供应链的能力底座被重写

AI 等数字技术深度进入供应链各环节，提升效率与透明度；碳约束则把绿色合规从成本项抬升为新的竞争维度。

中国企业把国内沉淀的供应链数字化能力体系复制到全球，以技术赋能与协同降碳把环保合规要求转化为产业链出海的整体竞争力——输出的不只是产能，还有能力。

从被动适应到主动嵌入：基础设施与规则重构打开新空间

全球物流基础设施持续升级，区域贸易协定推动规则创新，供应链一体化在区域尺度上先行落地。

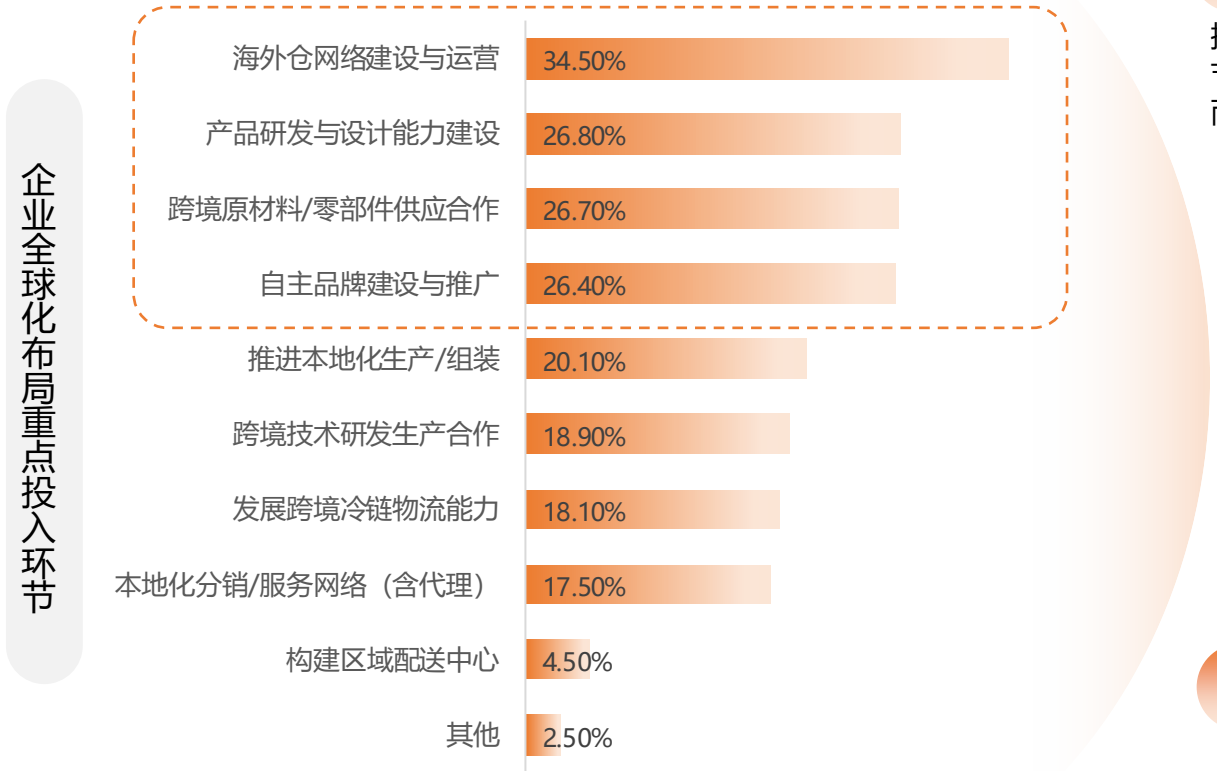
中国企业以区域贸易协定为框架配置产能与市场，把基础设施输出与规则适应力转化为深度嵌入区域供应链的网络优势。

- 中国制造业总体规模连续16年居全球第一；2025年全球数字贸易出口7.75万亿美元，同比+7.1%；中国可数字化交付服务贸易2026上半年1.7万亿元、同比+6.7%，创同期新高。
- 政策导向：构建韧性安全、高效协同的产业链供应链体系、推动中间品贸易高质量发展，已成为新阶段对外开放的共识方向。

中国产供链全球化坐标系

产业出海的有效着陆点：稳交付、强产品、控成本与品牌附加值

调研显示，企业全球化布局的投入重心指向海外仓、产品研发、跨境供应与自主品牌，它们分别指向交付、产品、成本与附加值，这说明出海的命题已从完成交易变为构建能力——交付把跨境的不确定性转化为可承诺的确定性，产品把全球市场的差异化需求内化为定义能力，成本把要素价格优势换成供应网络的组织能力，价值把规模优势沉淀为可定价的品牌资产。这四个端口都是需要持续运营的资产，因此，能力与资源的组织方式成为产业出海的分水岭。



海外仓稳交付

把海外仓从成本项调整为出海的标准配置：按订单密度与时效承诺倒推仓网节点，以本地库存承接本地渠道与批量订单；衡量标准不是单件物流成本，而是现货满足率与履约的稳定性。

研发强产品

把研发前移至贴近海外需求的一端：在目标市场设立需求洞察前哨，把当地标准、认证与场景差异前置到立项阶段，以原创设计替代代工角色，从承接规格转为定义规格。

供应链控成本

以多区域、多层次的供应网络替代单一最优供应商结构，用备份产能与长期协议换取波动中的弹性，把降本抓手从价格谈判转为网络编排，把掌控力从成本端延伸到原材料与零部件的源头。

品牌创价值

以自主品牌承载溢价：把品牌投入从营销费用转为资产投入，按目标市场的渠道、认知与售后同步配置；衡量标准是复购与溢价空间，而非一次性订单。

数据来源：亿邦智库《2026数智供应链全球化发展报告》

产业互联网平台角色深化：拓展海外本土化运营

过去若干年，产业互联网平台已逐步完成了从信息撮合到全链路服务的能力积累。进入新一轮全球化阶段，产能由单极集中转为多极分布，改变了需要被组织的地理尺度；而企业在交付、产品、成本、附加值四端的能力只能在当地成立，使平台的任务从把产品与服务输出到境外，转向让能力在目标市场本地运转起来，平台角色也从交易链条上的撮合方，转变为产业运营方。

从跨境交付到当地组网：产能落到哪里，平台的服务网络就要长到哪里

- 跨国网络连接不稳、平台使用不统一、海外基础设施参差不齐，海外链段数字化程度尤其薄弱，构成出海最大的结构性短板。
- 产业互联网平台以统一数字底座把分散的仓储、配送与通关资源接入同一套调度体系，使交付不再依赖企业在每个国家逐个打通。平台通过把仓配能力铺到产能落点上，让原本需要逐国自建的重资产投入转为按链路环节可调用的公共服务。

从输出产品到经营市场：本土化运营能力正在取代产能规模成为出海的分水岭

- 中国企业的优势长期集中在制造端，海外只承担通道角色，本土化运营能力欠缺，沟通、运营、管理三类痛点叠加，产品停留在代工与低附加值区间。
- 产业互联网以数字技术赋能制造代工能力与跨境 B2B 全链路运营，拉动微笑曲线整体上移，打开跨境 B2B 利润空间；把海外市场洞察、跨境沟通与经营管理封装为数字化工具，使本土化经营建立在数据与系统之上，摆脱人力与经验依赖。

从信息不对称到数据与信用中介：跨境信任由个体资产沉淀为平台公共品

- 语言文化差异、各国法律体系与贸易规则差异抬高了认可门槛，中小外贸企业既缺信用记录也缺买家的初始信任，而这一能力无法由单个企业在海外自建。
- 产业互联网把分散的交易行为沉淀为可核验、可比较的数据资产，使信任不再依赖单次谈判建立。平台以企业认证、交易评价与履约保障构建信用体系，让信任成为入驻企业可直接调用、可跨主体复用的公共能力。

从交易撮合到全链路服务中枢：出海所需的能力被封装为可调用模块

- 营销、履约、金融、合规等环节过去需要企业逐项搭建，投入高且难以随市场切换。
- 产业互联网平台对流通环节进行数字化改造，对内推动产业链供应链转型、对外融合跨境电商新业态，把“产研销”价值链整体拉通，并把这些环节封装为标准化、可按链段调用的能力中台，使网络覆盖、本地经营与信用背书由同一套体系承载。

平台出海模态进化：系统性能力输出，孕育全球化数智供应链

当前产业互联网平台出海主要有三条路径：带着产业链纵深出海的平台，以全链条控制力换取深度；握着全球流量与交易入口的平台，以数据密度换取市场广度；长在产业集群里的平台，以产能的组织力换取成本与响应速度。而随着产业互联网平台角色深化，平台的交付也随之改变——过去交付的是连接，把中国供给与海外需求撮合到一起；现在交付的是能力，仓配、履约、售后、合规、信用与标准，都要能被当地企业直接调用，由此驱动平台向更深层次的能力、技术与生态输出进化。

1 深度价值链在地枢纽化

把能力体系建在当地

这类平台核心是将已跑通的产业链（生产组织、质量工艺、供应链协同）整体复制并适配海外节点市场。难点在于跨环境适配，必须通过合资、共建与本地化运营落地，衡量标准是当地环节能否脱离总部独立运转。

卡奥斯

以大规模定制为核心，向全球复制工业能力体系。在美/新/意等20余国推广，落地70余座工厂，海外收入占比超12%；主导参与十余项国际标准；其工业大模型已在三大行业40余场景形成工业智能体。

2 B2B平台AI化

智能体接管交易全链路

这类平台依托全球流量与结构化数据，将语言、时区、询价、物流等繁琐环节封装为前台可调用的AI能力。其重资产不在仓网，而在于固化的国际运营经验系统，让中小企业无需配置多语种团队即可实现全球接单。

阿里巴巴B2B

买家侧“Accio”作为对话式采购引擎，海外企业级用户达200万；卖家侧“AI生意助手”构建智能体矩阵，商品搜索向多模态AI驱动匹配转型。

3 产业带出海集群化

以共享品牌抱团出海

这类平台将分散产能统一至公共品牌下，并在目标市场联合“地头”伙伴搭建本地销售、仓储与售后网络，将单一工厂的订单价值提升为整个产业带的品牌竞争力，解决同质化中小工厂独自承担不起品牌与渠道成本的困境。

脉链集团

以“平台+龙头+地头”模式，将数百家工厂组织到“CROWN”等公共品牌下抱团出海，辐射105国，设16个区域服务中心。2026年上半年平台交易额13亿元，带动312家企业获近10亿海外订单。

国联股份：B2F 反向供应链驱动的产业带协同出海

ebrun亿邦智库

与多数出海主体直接复制国内贸易模式、单品跨境销售不同，国联股份采用B2F反向供应链思路：依托多多平台长期沉淀的集采拼单能力，归集海外中小采购商的分散订单，反向组织国内优质产业带企业协同生产、联合履约，并一体化打通关、税、汇、物流、港口、海外仓储等关键配套服务，叠加海外本地团队与属地产业合作网络，形成“国内供应链组织+海外本地化服务”的完整闭环。扩张节奏上，国联不追求无边界铺开，而是围绕已有供应商、客户、数据与行业认知积累的优势品类组织产业带协同，让国内制造能力与海外市场需求精准对接，输出对象由此从单品供给升级为产业链级（原材料-中间品-成套工业产成品-系统解决方案）供给，同时反向开展上游原料进口，构建双向循环的全球供应链服务体系。

国联股份出海能力体系

跨境电商平台矩阵

TDD-global、CNAUTO、IBMmart等跨境电商平台，以自主电商+撮合电商双模式，面向汽车装备、大宗工业品等多产业带精准对接全球贸易需求。

海外物流基建

推进“1750”战略：1个跨境平台、7个海外中心、50家海外仓；在中亚、东南亚、中东、南非、欧洲等积极布局跨境中心仓和云仓，缩短海外订单交付周期。

跨境数字中台

丝路云链CNHUB连接海关、税、汇、港、航等节点，订单、物流、资金流程可视化协同；国内产业带数据与海外市场数据实时同步，支撑研发方向、产品策略与定价策略决策。

产业输出与本地化融合

以国别数字经济总部作本地化服务支点：巴基斯坦、哈萨克斯坦先后启动，以“6+N”服务体系提供跨境交易、智能物流、云AI赋能与投资合规保障；数字云工厂模式复制至泰国、越南、巴基斯坦等制造业集中地区。

农产品出海实践

新疆特色农产品出口零散、冷链不可控，通关慢、损耗高，难以规模化出海。 **“天山号”冷链数字班列** 以“产地集货+冷链班列”模式将新疆葡萄等农产品直运泰国曼谷，推动“疆果出疆”从零散发货转向组团出海。通过物联网、云平台、北斗定位和温湿度、振动传感器等数字化手段，实现全程温控与实时预警，减少二次装卸损耗。

- 通关时间压缩**30%**、物流成本降低**20%**，目前该班列已覆盖葡萄、哈密瓜、香梨、苹果、灰枣、核桃等品类，主要发往泰国、越南等东盟国家。

服务商出海模态进化：边界拓宽与能力拓深，孕育全球化智能生态网络

出海服务商也在进化，向外，服务边界由单纯的物流交付向交易端延伸，履约节点长出渠道功能，服务合同标的由“送到”转为“卖掉”，服务商角色向共同经营者跃迁。向内，服务能力全面拓深，底层由智能体重构，将询价、制单、投放、结算等依赖人力与时差的环节交由算法接管。向外拓展推高了服务商的业务天花板，向内拓深拉升了其底层运转效率。两者并进，推动服务商从被动调用的供应商，进化为掌握需求侧信息、提供智能调度能力的关键节点。

服务边界拓展
业务向交易端与渠道端延伸

- **履约节点长出渠道功能**：海外仓向存货+展厅+前置仓复合化演进，直接连接本地中小零售商。
- **服务合同改换标的**：计价模式由“按运/仓/票”转向“分销、代运营与销售服务”，收入结构由运费仓租转向服务费
- **分工位置与议价权改变**：服务商从后端的指令执行者走向前端，掌握需求侧数据，凭此重构其在链条中的议价位置。



服务能力拓深
智能体重构跨境服务

- **履约决策交给算法**：系统基于销量预判、成本测算与风险分配自动排产，实时切换最优物流路径。服务商价值由“运力”升级为“调度”。
- **服务由智能体交付**：内容生成、广告投放与用户运营被AI分层接管，支持大规模A/B测试与个性化互动，服务交付摆脱人力依赖。
- **金融与合规嵌入贸易场景**：AI风控守底，结算走向实时到账与智能避险。金融服务从被动申请变为“贴合场景按需触发”。

泛鼎国际：以"运仓配销"一体化拉通跨境供应链全链路

随着出海从跨境电商小件向新能源、家具家居等大件延伸，运输条件、仓储资质与属地交付能力成为新的门槛。泛鼎国际以“运、仓、配、销”一体化模式应答：全品类国际专线跨境运输，70+自营海外仓持稀缺资质，本土派送门对门服务，“前店后仓”展厅链接本土分销渠道。四大环节纵向贯通，实现从源头工厂揽货到海外终端交付一站式闭环。泛鼎国际2024年起年营收已突破百亿，近三年复合增速超50%，稳居中国自营海外仓运营商头部阵营。

运-跨境物流

- 海/空/铁/多式联运专线全面覆盖
- 头程报关+海外清关+FBA派送全套方案
- 亚马逊/eBay/菜鸟/TEMU等主流平台指定物流服务商

仓-海外仓

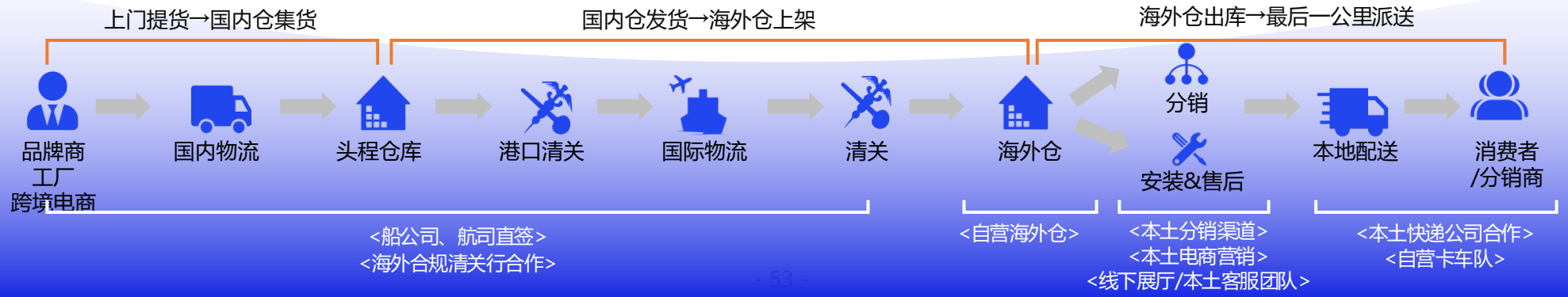
- 70+ 自营海外仓 · 60万㎡，六大洲布局
- 稀缺资质：危险品存储许可/FDA食品加工认证/海关监管仓/保税仓/欧洲28国统一清关牌照
- 增值服务：贴标包装/大件组装 /退货维修

配-本地交付

- 自营卡车队+本土快递合作，门到门派送
- 新能源/大件入户安装、专用装卸
- FTZ免税仓：入仓免缴关税，优化现金流

销-属地分销

- “前店后仓”展厅：本地展示、售前售后、安装退换
- 线下5000+中小B端分销渠道，打入海外主流下沉市场
- 线上对接300+海内外平台（四小龙/Amazon/ebay...）



泛鼎国际：以属地化分销与数字中台构筑出海服务壁垒

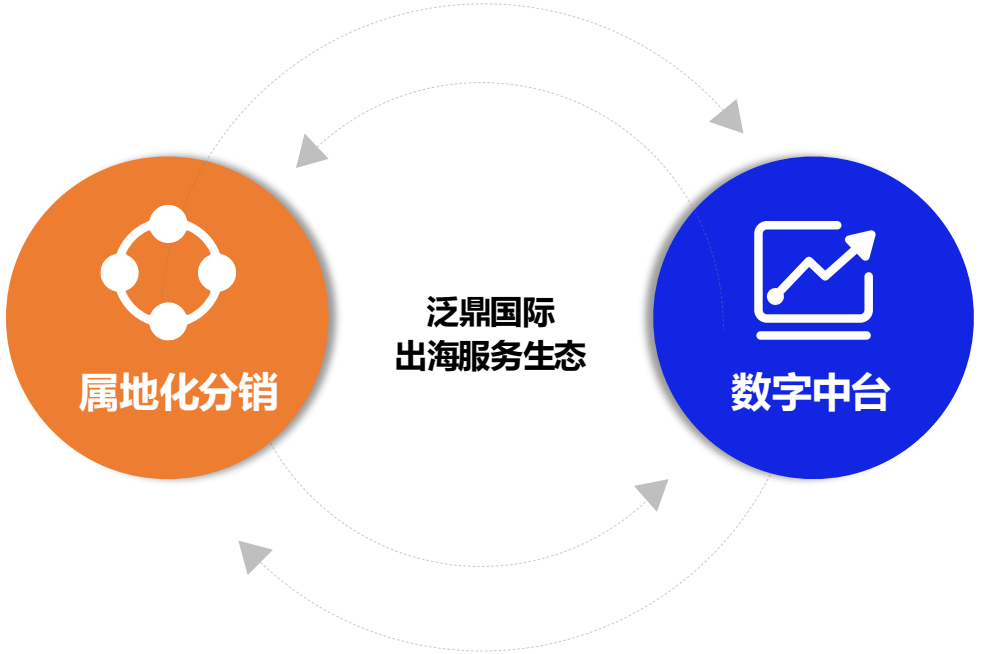
高关税时代，物流只是入口，交易与数据才是黏性所在。泛鼎国际的解法一体两面：向下扎根本土——以5000+中小B端分销网络、前店后仓展厅与展会协同，将渠道触达做深做实，这是传统货代与海外仓服务商都不具备的“最后一公里销售能力”；向上升维数据——自研数字系统拉通服务全链路，AI激活物流、商流、资金流数据资产价值。属地化分销与数字中台形成飞轮：渠道越深，数据越厚，服务越准，使泛鼎国际从物流服务商进化为品牌出海的生态合伙人。

全渠道分销：深度连接海外中小分销商

线上对接300+海内外平台；线下铺设5000+海外中小B端分销商网络，渗透传统货代够不着的下沉市场；打造多品类优选产品“前店后仓”模式，海外仓前区改建产品展厅，展示、采购、配送、售后一体化，构成一整套属地化能力。

柔性分销：让利渠道共赢增长

以“团购”方式组织分销商集中议价；降低采购成本；自营备货仅保留10%-15%合理利润，成本优势全部让利渠道；积累十余年的中小B端渠道线索精准可靠，转化效率远胜品牌自建团队地推，为品牌打开触达不到的增量市场。



数智化底座：十大自研系统拉通全链路

WMS/TMS 仓储运输、CDS 清关报关、CRM/SRM 客户供应商、DRM 分销与 BMS 结算一体化打通；货物一键下单、仓位智能调配，支撑最高货运时效直达终端。依托系统化协同能力，泛鼎国际整合金融/物流/第三方服务伙伴，实现“最高货运时效、最优用户体验”的双最优交付。

数据资产：三流合一，AI激活三重价值

沉淀物流、商流、资金流闭环数据，用于采销决策（分销数据反哺采购）、供应链金融（真实交易消除跨境风控盲区）、AI盘整货盘（商品打标后向第三方分销商开放），并引入硅谷数据团队重构数据模型。

帮助某中国出海宠物用品公司产品进驻欧洲地区超1000家分销商网络及多个线上平台，实现海外销售额翻 10+倍。

联合AI驱动的云原生3D设计软件与多家国内定制家居头部品牌，打造北美全屋定制品牌NewCasa——从AI设计、实时可视化到精密制造、透明定价、专业安装的端到端平台。

附录：亿邦产业互联网研究年轮线

亿邦智库跟踪产业实践，连续八年深入一线调研，提出并持续完善亿邦智库产业互联网研究框架，为亿邦产业互联网系列报告建立知识地基，为报告读者提供有持续性、体系化参考。

2019

- **短链企业**：具备数字化协同能力的生产制造企业或平台
- **中链企业**：连接生产制造企业和企业终端用户的数字化供应链服务企业或平台
- **长链企业**：通过互联网连接、匹配和协同生产制造资源与C端消费需求的企业或平台

2020

- **网络协同智造**：工厂数智化、产线柔性化、双向协同
- **数字供应链**：B2B数字化连接工厂
- **双能力品牌**：智能定制/快反供应链
- **数据智能**：企服SaaS的连接价值与数据价值

2021

- **全产业链协同效率**
  整合制造资源的巨大空间
- **全要素生产率提升**
  土地要素的生产及仓配整合
- **全场景服务能力提升**
  供应链场景细分

2022

- **电商驱动**：订单在线拉动运营在线，形成数据在线
- **SaaS驱动**：运营在线形成数据在线，促进订单在线
- **传感器驱动**：设备在线形成数据在线，促进运营或订单在线

2023

- **效率**：企业内部效率；产业链上下游协同效率
- **范围**：品类范围扩张；客户范围扩张；要素配置范围扩张
- **壁垒**：产业链话语权

2024

- **数字供应链**：交易类，包括B2B平台/产业出海/工业互联网订单平台/数字化采购等
- **产业数智科技**：服务产业数字化的软硬件技术产品或方案。
- **数智品牌**：有从研发生产、供应链到品牌运营全链路数字化平台化能力的消费品或工业品品牌

2025

- **产业AI**：统领软硬件，盘活数据要素，大幅提升劳动要素配置水平。
- **深度价值链**：纵向一体化，横向全要素，向上品质品牌与绿色发展。
- **产业出海**：供应链全球化网络化布局，数智化本地化共赢。

2026

- **产业智能体/特征及竞争力方向**
  【定义】嵌入产供链……具有自主感知、记忆、决策、交互、执行及交易能力的智能产品和服务。
  【特征】数据、生态、智控、token收入。
- **全球化数智供应链/智能生态网络**
  【特征】动态择优网络、智能生态协同、属地数据闭环、合作合规共赢。

附录：亿邦智库“产业互联网企业增长模型”（1.0版）

基于连续五年深入产业一线的观察研究，亿邦智库初步提出产业互联网企业增长模型，界定效率、范围与壁垒三个基本变量，供各行各业的产业互联网企业结合所在赛道的产业特征建立自评框架，也为关注产业互联网的各界提供一个价值观察思路。



产业互联网企业增长模型：效率 × 范围 × 壁垒

	效率	范围	壁垒
	● 企业内部效率 ● 产业链上下游协同效率	● 品类范围扩张 ● 客户范围扩张 ● 要素配置范围扩张	● 产业链话语权
量化/财务指标拆解	• 人均毛利额 • 资金周转率 • 库存周转率 • ……	• 品类扩张数量 • 付费客户数量 • 要素形成的收益（技术/数据等） • ……	• 毛利率 • 经营性净现金流 • 客户续费率 • ……

说明：本增长模型中的乘号仅代表三个变量与增长之间的正相关关系，并非数学计算范畴内的直接相乘计算方法。

报告主笔

亿邦智库产业首席分析师	李夏茹

研究团队

亿邦动力董事长/亿邦智库院长	郑　敏
亿邦智库首席数据要素专家	黄　斌
亿邦智库执行院长	王　姗
亿邦智库联席院长	赵廷超
亿邦智库高级分析师	张　晶
亿邦智库助理分析师	冯宇阳
亿邦动力产业科技组主编	张　睿
亿邦动力产业科技组主笔	胡镁心
亿邦动力产业科技组主笔	李佳晅
亿邦动力董事长特别助理	邢小刚

法律声明

本报告由亿邦智库独立研究制作。报告中所有的文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规的保护，未经本机构书面许可，任何组织和个人不得使用报告中的信息用于商业目的；任何性质的报道、摘录及引用请务必注明版权来源。

本报告中的数据经专家研讨、行业调研、第三方参考等多种形式综合研判所得，部分数据未经相关企业直接认可；同时限于数据可得性等客观因素，部分数据未必能够完全反映真实市场情况。本报告仅供组织和个人作为市场参考资料，本机构不承担因使用本报告而产生的法律责任。

如发现纰漏，恳请批评指正，不胜感激。任何问题请联系：lixiaru@ebrun.com；wangshan@ebrun.com

ebrun亿邦智库

代言产业互联网先进生产力

发现产业智能体商业模式创新机遇

洞察全球化数智供应链布局

合作详询

亿邦智库产业互联网系列报告