

全球3万家企业竞逐新赛道,中国占比全球总数15%

## 数据智能产业高速增长长期面临三大安全挑战

▶ 本报记者 叶伟

“近年来,数据智能产业蓬勃发展,已成为推动数字经济创新与增长的核心引擎。”中国信息通信研究院党委副书记王晓丽在近日举行的2025数据智能大会上表示,当前,数据和人工智能(AI)之间的融合共生关系日益深化,AI成为数据要素价值释放的重要手段,数据成为AI创新发展的不竭动力,“未来需要从推进前沿技术研究、促进数据要素与AI融合、加强数智化实践方法论研究3个方面,持续推动数据智能产业高质量发展。”

## 数据智能产业应运而生

“如今,大数据产业与AI产业间的关系已从单向赋能转化为深度融合,数据智能产业应运而生。”中国信息通信研究院云计算与大数据研究所所长何宝宏说。

据介绍,数据智能概念可以初步概括为,以全形态数据为关键资源,以大数据和AI深度融合后的新技术体系为关键手段,以决策式、生成式人工智能和传统数据应用形式协同应用于生产生活各领域为最终目标,由此形成的新兴生产生活方式以及相应延展出的新技术、新产业、新生态。

发展数据智能将带来什么

变化?“数据智能技术能够将海量数据转化为具有深度洞察力的知识和决策依据,提升决策效率、优化资源配置,为各行业带来前所未有的价值和变革,成为推动数字化转型的核心引擎。”何宝宏说。

具体看,在企业层面,数据智能实践能提升企业从数据中提取有效信息、精炼转化为知识、最终指导决策这一过程的总体效率;在产业层面,数据智能实践在直接带动相关技术服务产业发展的同时,还将带来模式创新和对生产关系的重塑,改善产业链总体产出效率;在社会层面,数据智能实践能直接提升信息、知识在全社会的流动效率,同时借由对信息的互通和技术的应用强化总体协同性,优化社会资源的配置效率。

## 产业规模持续扩大

大会期间发布的《数据智能研究报告(2025年)》(以下简称《报告》)显示,近年来,数据智能产业快速发展,全球数据智能产业相关企业加速涌现。截至2024年12月,全球共有数据智能企业3万家,其中,中国4696家,占全球总数的15%。

《报告》显示,全球数据智能领域高水平论文发文量逐年增加,中美专利授权量领跑全球。

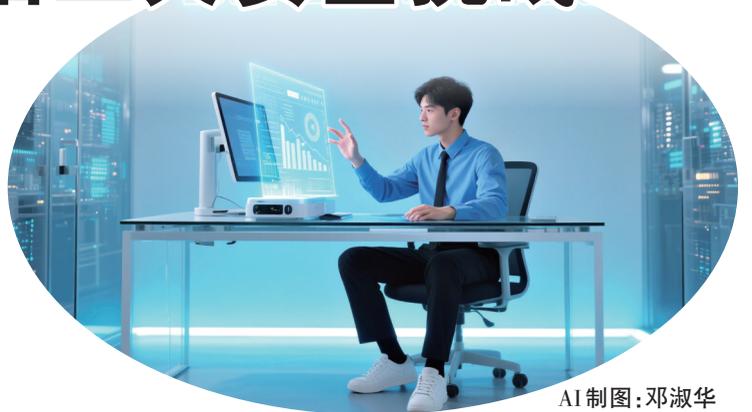
论文方面,2024年,全球数据智能领域论文发布量超25万篇,其中高水平论文达1941篇;2024年中国高水平论文发文量达1100篇。专利方面,全球数据智能专利授权比例显著提升,2019-2021年,全球数据智能专利授权量占申请量的比例不足30%,2022-2024年这一比例提升至58%。从国别看,全球数据智能专利申请和授权量集中在中美两国,10年来中国专利授权量超过35万。

此外,《报告》还指出,中国是全球最大的顶级数据智能人才输出国,在中国接受本科教育的顶级(前20%)数据智能人才占全球47%。

这得益于近年来我国先后发布《生成式人工智能服务管理暂行办法》《“数据要素×”三年行动计划(2024-2026年)》《人工智能生成合成内容标识办法》《数字中国建设2025年行动方案》等一系列政策规定,为数据智能产业发展注入强劲动力。

同时,北京、上海、江苏、山东等省份纷纷出台人工智能、大模型、数字经济相关政策,通过建设智算中心、打造示范性应用项目、设置人工智能创新发展试验区等方式,推动数据智能在不同领域的应用和发展。

“随着产业和技术的持续发



AI制图:邓淑华

展,数据智能产业内涵逐步清晰,包括数据、算法、应用、安全四大核心领域。四大领域相辅相成、紧密协作,构筑数据智能产业的完整链条。四大领域协同驱动数据智能产业发展。”何宝宏说。

## 面临三大安全挑战

“当前数据智能产业面临三大安全挑战:安全技术瓶颈仍未突破、新业态治理复杂度飙升、安全治理落地实践不足。”何宝宏说,具体看,面对席卷而来的新场景、新应用引入的安全风险,安全技术虽持续加强,但在应对复杂多变的安全威胁时,仍难以完美应对;伴随数据驱动型新业态的爆发式增长,安全管理机制与业务创新速度脱节;尽管数据安全领域在政策法规与技术探索上持续推进,但在实际落地过程中,企业缺乏成熟、普适的治理范式,标准规范难以转化

为可持续执行落地的实践。

对此,何宝宏表示,针对新兴场景的应用逐步落地,AI安全治理体系应逐步完善。我国应通过搭建包含数据安全、模型算法安全、应用安全、服务安全及通用安全的全局治理框架,全面支撑大模型全生命周期安全管理,确保其技术应用符合安全与合规要求,实现安全能力与业务创新的同步进化。企业治理模式也应进行结构性变革,安全责任从模型责任部门向全员渗透,通过流程规范性提升,构建覆盖“决策层—管理层—实施层—监督层”的立体化治理网络,最终实现安全能力与业务价值的共生共长。

同时,何宝宏表示,通过整合威胁情报、日志审计、行为分析等多源数据,AI驱动的安全运营平台要逐步构建企业数据资产的全局风险画像,实现攻击路径预测、异常行为溯源等能力提升。

## 掘金万亿元市场 美团拓展即时零售业务

▶ 本报记者 孙立彬

6月23日,美团宣布将全面拓展即时零售。这是继即时零售品牌“美团闪购”发布和小象超市在多个城市开设门店后,美团大幅度加码即时零售的又一动作。

## 业务前景广阔

据了解,即时零售是以即时配送体系为基础的高时效性到家消费业态,其核心特征为“线上下单,线下30分钟送达”。

华西证券分析指出,当前电商行业增长趋缓,而即时零售市场规模增速保持在20%以上。商务部国际贸易经济合作研究院发布的《即时零售行业发展报告(2024)》显示,2023年我国即时零售市场规模达6500亿元,同比增长28.89%;预计到2030年我国即时零售市场规模将超2万亿元。

面对这一市场规模,包括美

团、阿里巴巴、京东在内的互联网巨头均纷纷进行布局。

互联网专家郭涛认为,相较京东和阿里巴巴,美团优势在于场景深度,月均300万骑手打通了“最后一公里”,履约成本比较低。而京东供应链优势在于标准化商品,阿里淘鲜达仍依赖第三方配送。美团“到店+到家”闭环生态,能更快实现“线上下单—线下履约—复购转化”商业闭环。

北京百联咨询有限公司创始人庄帅表示,美团的优势在于强大且规模庞大的骑手群体和商家供给,以及餐饮外卖的核心地位带来的活跃用户规模和即时消费心智,另外就是对无人技术和人工智能(AI)技术的长期投入。

据了解,今年618期间,美团闪购表现出强劲增长态势。与去年同期相比,美团闪购60

余类商品成交额增长超1倍,其中手机等20余类高单价的“大件”商品整体成交额增长2倍,近850个零售品牌成交额翻倍增长。

“今年618的最大变量是美团闪购等即时零售平台的加入,让实体零售业和当地实体经济生态首次分享到线上大促红利,化流量为生意增量。”中国社会科学院大学教授、中国市场学会副会长李勇坚认为,即时零售业态正在推动传统线上大促销从“补贴线上”向“扩大线下消费”转变。

## 美团加快布局

庄帅认为,即时零售模式已经发展了10多年,美团闪购这几年快速增长,即时零售模式已经被证明可持续并且前景广阔,是可以与餐饮外卖甚至B2C电商进行高度协同的零售电商模式。

郭涛表示,美团聚焦即时零售意味着战略重心向“半小时达”场景倾斜,通过整合当地零售供给与即时配送能力,构建“万物到家”生态。此举旨在抢占消费升级红利,将外卖模式延伸至全品类零售,满足消费者对时效性的极致需求。这背后反映了电商格局向“近场零售”的演进趋势。美团试图以高频当地服务为支点,撬动万亿元级即时消费市场,同时强化其在生活服务领域的优势地位。

杭州市电子商务协会新零售专业委员会主任、网经社电子商务研究中心主任曹磊表示,美团全面拓展即时零售,标志着其向“全场景零售生态”的重大转变,也是美团近期反“内卷”举措的延续。即时零售的核心逻辑是通过高频、短链的需求满足重构“人货场”关系,而美团的布局正是这一趋势的

集中体现。这一举措意味着美团不再局限于外卖、到店等单一业务,而是试图通过“30分钟送达”的确定性服务,覆盖用户从高频低客单价到高客单价的全品类消费需求。

综观未来即时零售市场,知名新零售专家、鲍姆企业管理咨询有限公司董事长鲍跃忠给出一个新预判。他表示,美团、京东、阿里巴巴目前集中火力在即时零售,但未来并不仅仅是以它们作为主体或者核心,企业自营的即时零售应该作为一个主体。

鲍跃忠认为,未来即时零售应该是与到店零售、线上零售并行的零售形式,这3种零售形式的核心是商品。重构一个合理、让顾客信任放心的商品体系是关键。即时零售的初期可能是靠平台,但未来一定靠谁的商品好,谁能更好地吸引顾客。