

构筑全方位生态,助力 AI 产业加速“生长”

► 吕科

产业的蓬勃生长,恰似雨林演化,贵在循序渐进、迭代进阶、共生共荣。

雨林的孕育,总要先有一方沃土。在昆山高新区,这场“演化”有了一个具体的坐标——南淞湖人工智能湾。

昔日这片阡陌纵横的田野上,如今塔吊高擎、桩机轰鸣,一片面向未来的人工智能(AI)产业之林,正在这里拔节生长。

AI 新项目相继落地

南淞湖以东,是中科可控信息产业有限公司(以下简称“中科可控”)用8年时间写下的“答卷”。

从桩机的轰鸣第一次唤醒这片土地开始,到首台安全可控服务器“苏梦”走下生产线,再到2025年新一代人工智能产业化基地正式动工,8年扎根,这颗种子已然长成挺拔的“树木”:整机年产能由50万台跃升至100万台,产品从通用服务器延伸至人工智能服务器、高端计算机等多元算力装备,为一整片产业之林夯实了根基。

作为中科可控二期工程,新一代人工智能产业化项目立足自主创新,促进国产化替代,积极推进生产过程全面数字化和智能化,进一步提高生产效率和产品品质,有效提升了中科可控新一代AI服务器设计、制造和交



昆山高新区南淞湖人工智能湾

昆山高新区供图

付能力,增强了人工智能产业链整体安全可控水平,建成后预计新增年产值200亿元。眼下,在建的新一代人工智能产业化基地即将投入使用。

中科可控释放的强大“生态引力”吸引行业龙头企业接踵而至。此前,立讯集团AI服务器项目、新一代智能终端项目相继开工建设,投产后年产值将超千亿元。立讯集团全资子公司立讯精密工业(昆山)有限公司(以下简称“立讯”)落地于此,恰恰与昆山高新区以人工智能赋能产业转型、抢占新赛道制高点的发展战略不谋而合。如今,项目基地与中科可控的算力基地遥相

呼应,“算力底座—智能终端”在南淞湖两岸渐次铺展。

构筑全方位产业生态

在龙头企业项目相继落户的同时,昆山高新区的“元老”也在悄然转身。沪士电子股份有限公司(以下简称“沪士电子”)深耕印制电路板30余年,早已是区域电子信息产业版图上绕不开的名字。

今年4月6日,沪士电子再次签下总投资额101亿元的人工智能芯片配套高端印制线路板项目,计划在昆山高新区打造全球领先的高端印制线路板生产基地。人工智能浪潮下,沪士电

子站上了更广阔的产业风口,多年积淀的技术创新恰逢其时,该公司连续18个月累计投资超224亿元,加速导入人工智能市场。

独木不成林。各自扎根的企业,如今有了共同的家园。北起元丰路、西至古城路、东南濒临吴淞江,这片8平方公里的区域正式定名南淞湖人工智能湾。规划图上,这片“森林”的轮廓已然清晰。

以中科可控、立讯、沪士电子三大龙头企业为牵引,加快建设曙光南淞湖科技园、立讯AI终端产业园、沪士产业城三大组团,集中招引算力基础设施、光模块、液冷等环节项目,构建“芯片+计算+应用+服务”的AI全产

业链。预计到2030年,南淞湖人工智能湾集聚人工智能企业超过300家,产值预计将新增3000亿元,打造昆山市人工智能产业核心承载区。

繁茂的雨林,既需要参天大树,更依靠生态的滋养。为呵护这片AI雨林的茁壮成长,昆山高新区精心构筑了全方位的产业生态。

在科创载体方面,昆山高新区科创载体总量已突破270万平方米,全球数字创新港、鑫欣科创综合体、紫竹麦垛总部载体等一批高能级平台错落分布,灵活适配不同发展阶段企业的空间需求。

在资本赋能方面,昆山高新区以本地国资为基底,联合华映、经纬、国泰君安等头部投资机构,打造“国资引导+赛道直投+产业并购”的全周期金融闭环,全程赋能企业成长。

在生活配套方面,昆山高新区依托南淞湖生态资源,统筹建设生态公园、慢行步道、产业邻里中心、人才公寓、企业服务中心等配套空间,致力于让广大企业在这里高效运营,让人才在这里安心工作、舒心生活。

在昆山高新区人工智能“雨林”中,所有的生长与集聚,正指向一个清晰的目标——加快培育和发展新质生产力,让人工智能催生的种子在这片沃土上竞相萌发、加速成林。

数智融合,电商从“卖产品”走向“卖服务”

► 本报记者 叶伟

9月9-10日,作为2026年全球服务贸易峰会重要主题论坛之一,2026电子商务大会在北京首钢园国际会展中心举行。会上,中国服务贸易协会会长张伟表示,依托超大规模市场和完整的产业体系优势,电商已从传统流通工具升级为赋能实体经济、激活新型消费的战略支撑产业。“行业正告别粗放流量增长,全面开启AI(人工智能)驱动、品质优先、合规有序的高质量发展新周期。”

消费场景线上线下融合

近年来,我国电商行业通过线上线下融合、创新发展,正加速成为激活服务消费、赋能实体经济的重要力量。

数据显示,今年1-7月,全国网上商品和服务零售额11.72万亿元,同比增长4.8%。其中,网上商品零售额7.4万亿元,增长4.6%;网上服务零售额4.32万亿元,增长5.2%。

“本地生活服务消费已经成为电商增长的重要引擎,服务零售正在打开新的增长空间。”美团服务零售乐生活业务部总经理陈一方说,当下,消费市场正发生深刻变革,用户消费重心逐

步从拥有商品转向拥有体验,过去两年,“悦己”“疗愈”相关词搜索量同比增长112%,谷子店、盲盒、二次元内容的搜索量同比上涨157%;全民运动破圈,成为消费热潮,近3年一二三线城市运动人群同比增长超过100%。

陈一方表示,行业竞争逻辑已然迭代,未来市场竞争的核心单元,不再是单一的商品或服务,而是全方位、一体化的完整消费体验。

爱奇艺创始人、首席执行官龚宇表达了类似的观点。他说,体验性消费成为新增长引擎。

龚宇表示:“当前,消费趋势正在从‘有没有’转向‘好不好’,从商品主导转向服务驱动,从单一形态转向融合共生。用户对于情绪价值的需求正在不断增长,消费者不再满足于通过屏幕观看,而是把这种情绪价值从线上延伸到线下,从内容延伸到体验,从观看延伸到消费。”

龚宇介绍,爱奇艺正在以IP

为核心,通过影视文旅联动,从线上内容平台向线下沉浸体验延伸,打开消费新空间。一方面,通过《狂飙》《我的阿勒泰》等影视作品与地方文旅联动,带火广东江门、新疆阿勒泰等地,让“一部剧带火一座城”从偶然现象变成常态化消费逻辑;另一方面,打造涵盖沉浸娱乐、互动游乐、主题餐饮、衍生品零售在内的文商旅综合体爱奇艺乐园,通过小型化、强互动、快迭代、高科技与传统乐园形成差异化,并承接IP热度。

与会代表表示,我国电商逐步从“实物商品单轮驱动”迈入“商品+服务双轮并进”的新周期。

AI 正在“重写”电商

如果说服务消费拓展了电子商务的边界,那么人工智能正在改变行业的运转方式。

“智能化正在推动消费需求和企业运营模式发生变化。”清华大学经济管理学院管理科学

与工程系教授、互联网产业研究院院长朱岩认为,首先,创新内核从“技术跟风”转向“源头破局”,推动产业范式的创新、商业模式的重构、应用场景的创新;其次,数据赋能从“辅助管理”到“创造产品”,将数据作为核心生产要素,开发市场真正需要的数据产品;再次,生态格局从“单点竞争”转向“共生共赢”,尊重每一位用户和贡献数据的合作伙伴,在可信的基础上完成经营与合作,共建具有国际竞争力的电商产业新生态;最后,责任从“合规经营”升级为“产业引领”,塑造我国电商产业的引领型业态。

大会期间发布的《2026 AI消费电商应用洞察报告》(以下简称《报告》)显示,AI对消费电商的渗透,并非在既有赛道上简单“提速”,而是开辟全新的价值创造空间。AI正在“重写”而非“升级”电商:在连接层,AI优化搜索推荐、降低交易摩擦已成为基础标配;在预见层,AI基于多

模态数据预判需求,推动“未买先供”,实现从“人找货”到“货找人”的主动触达;在共生层,人工智能体(AI Agent)正成为消费者的“数字采购伴侣”。

《报告》披露,主流电商平台已全面布局AI。京东、阿里巴巴、抖音电商、美团等均将大模型深度植入供应链、营销、客服与本地生活场景。

“AI技术不仅在重构影视内容的生产方式,也在重塑消费体验的形态。”在龚宇看来,AI正在赋能影视创作,丰富IP内容供给,同时直接赋能线上线下互动体验,推动内容多元变现。比如,AI带来的主要变化是提高了视听体验,且大幅降低成本。依托视频与语言大模型的融合应用,影视作品的创作成本未来可能降低到现在实拍成本的1/10。

振兴国际智库理事长李志起表示:“从各大平台的布局可以清晰看到,未来电商会从流量竞争转向智能化能力的深度比拼。”