

本期关注

潮涌30年，中国互联网未来更广阔

——全国政协委员周鸿祎谈中国特色人工智能发展之路

本报记者 孙琳

30年互联网风起云涌，在互联网野蛮生长的年代，全国政协委员周鸿祎作为亲历者敢为人先，尝到了互联网发展的红利。在与中国互联网共同成长的30年间，他对中国互联网发展有着细腻的观察，对于未来中国互联网的发展之路有着更加深刻的思考。

30年前，1994年的4月20日，随着一条64K国际专线的开通，中国实现全功能接入国际互联网，成为国际互联网第77个成员。这一年，也被认为是中国全功能接入国际互联网元年。

中国接入国际互联网30年来，从一根网线起步，“串联”出互联网蓬勃发展的时代篇章，中国由互联网“追随者”跃升为“引领者”，如今更是在人工智能等新技术引领的数字浪潮下向着更加美好的未来奔涌而去。

三十而立，互联网改变中国，中国也改变互联网。这30年间到底发生了什么？未来中国互联网如何走出自己的发展方向？以人工智能为代表的新技术，能否助力中国互联网实现弯道超车？如何走出中国特色的人工智能发展之路？带着这些问题，本报记者专访了全国政协委员、360公司创始人周鸿祎。

与中国互联网共同成长

记者：您是何时与互联网结缘的？有哪些难忘的时刻与记忆？

周鸿祎：我从初中时就迷上了计算机。1987年9月20日，一封内容为“越过长城走向世界”的电子邮件从北京计算机应用技术研究所发往德国卡尔斯鲁厄大学。那一年我在河南郑州九中读高中二年级，当时的中国家庭还没有家用电脑，我用一台借来的单板机连着同学家的电视机，眼睛盯着电视机跑出的程序，那时我可以忘掉整个世界。

1995年，我大学毕业后就一直身处中国互联网创新创业一线。并于2005年创立了360，带领360开启了互联网免费安全的探索。

可以说，在互联网野蛮生长的年代，我做过急先锋。如今，互联网进入下半场，产业互联网勃兴，在产业智能化的命题下，中国互联网将掀起新一轮的产业革命，帮助实体经济完成数字化转型和智能化升级。

记者：作为亲历者和观察者，您认为中国互联网30年经历了怎样的巨大变化？身处其中，您最直观的感受是什么？

周鸿祎：中国互联网的发展确实是一个从“接入互联网”到“万物互联”的演进过程，而非简单地“从0到1”。在这个演进过程中，有多个里程碑式的时间节点。

改革开放之后，中国互联网在90年代迎来了创业大潮，随即开启了沸腾的三十年。我们建成了全球最大的技术领先的网络基础设施，并成长出一大批互联网企业。这一阶段，大部分的中国公司还是在模仿西方的互联网模式。

到2018年，中国网民数量达到了8亿，互联网的重心已经开始转移，中国成为了仅次于美国的互联网大国。

此后，国家进一步创造有利的营商环境和创新环境，中国的互联网企业也抓住了时代的发展机遇，凭借巨大的人口红利和巨大的场景创新，实现了商业模式的创新，成功将老百姓的生活方式、消费方式实现了数字化。同时，来自中国的各种软件应用、智能硬件也开始走向世界，中国互联网模式开始被全世界所复制，实现了从“追随者”到“引领者”的转型。

人工智能引领互联网下半场

记者：弹指一挥间，中国互联网已到了而立之年。您认为，中国互联网目前处于怎样的一个阶段？有哪些新的增长点？

周鸿祎：如今，中国互联网已开启了下半场，也就是产业互联网。在互联网的下半场，数字经济上升为国家战略，核心技术的竞争将会持续发酵。传统行业成为了产业数字化的主角，所有行业都值得用数字化的技术重新再造。如何利用数字化技术赋能传统行业实现数字化转型并迈向智能升级，成为了时代的新课题。

其中，AI技术（人工智能）正在互联网行业中崭露头角。今年政府工作报告中提出了开展“人工智能+”行动，就像当年的“互联网+”的万物皆可互联一样，在当前产业智能化的命题下，人工智能、大语言模型将会深入到社会经济、企业、城市、农村的方方面面形成标配，随处可见、可用。而2023年以来全球新一轮产业技术变革加速到来，大模型作为人工智能发展的核心引擎，正引发一场全新的工业革命。

记者：目前，中国的人工智能处在怎样的发展水平？有哪些自身的发展优势？

周鸿祎：从科技企业实际感知来看，全国上下，政产学研，都在积极推动新质生产力的发展，越来越多的新兴

产业和未来产业成果正在逐步落地。人工智能作为新质生产力的核心引擎，赋能千行百业的效应初步显现。

最近，一些研究机构预测令人十分振奋，国际数据公司（IDC）推测2027年，中国人工智能总投资规模将突破400亿美元，年复合增长率为25.6%，预示中国将引领亚太地区人工智能市场的未来发展。此外，我国在生成式AI服务领域也取得了显著进展，截至今年一季度，已有117个大模型完成备案，其中垂直大模型总数已超过了通用大模型，表明人工智能企业已从模型研发和能力比拼，走向了行业赋能。以360自身为例，360智脑通用大模型已经在制造业、金融、医疗、教育等近20个关键行业落地。

可以说，中美在AI上的差距主要在于确定技术方向上，中国的优势是学习能力很快，一旦方向确定，中美在AI上的差距应该能在一两年内追上。

走中国特色大模型发展之路

记者：在追赶的过程中，中国人工智能下一步发展的着力点在哪？面对全世界“All in AI”这场人工智能革命，中国如何结合自身的场景优势实现弯道超车？

周鸿祎：中国发展人工智能行业有三个关键方向。第一，诸如OpenAI一样有能力的互联网公司应该发展万亿规模的通用大模型，聚集更多人才为国效力。第二，发展企业级大模型，将大模型拉下神坛，走向垂直化、产业化、行业化，赋能百行千业，用大模型驱动产业打造新质生产力。第三，加速场景落地，很多传统的To C领域都值得重塑一遍。面向个人的To C的大模型也是方兴未艾，这里面一样可以发挥中国的人口红利优势和应用开发用户体验的优势。

中国经过30年的积累和努力，互联网数字化技术的积累、人工智能技术的发展、传统制造业生产工艺的不断提升。今年提出要开展“人工智能+”行动，塑造新质生产力，推动科技创新，其本质要点在于实现数

字化转型和智能化升级。

当前，中国互联网正面临“人工智能+”行动的重大历史机遇。未来，应该充分发挥中国的场景优势。一方面，我国拥有独立完整的现代工业体系，是全世界唯一拥有全部工业门类的国家，人工智能应用基础牢固，大模型一旦实现广泛应用，就能掀起中国的工业革命，激发经济发展的潜力和活力。另一方面，在实际应用中，我们发现企业需要的不是大模型本身，而是要切实解决问题。大模型参数不是越大越好，十亿、百亿模型和垂直场景、自有知识相融合，效果远好于千亿模型，这种情况下，算法、算力、成本、能源等方面的要求都会大幅降低，都不再是制约和瓶颈。

因此，企业打造大模型的正确路径，最重要的是寻找明星场景、痛点场景、刚需场景，聚焦“小切口，大纵深”，发展专业大模型，在场景应用领域实现弯道超车。中国发展大模型的一个重要方向应是借助产业和场景的优势，寻求多场景应用、垂直化和产业化的落地。2024年是大型模型应用场景元年，我相信，中国完全可以走出一条具有中国特色的大模型发展之路。

记者：潮涌30年，中国互联网发展也并非一路坦途，展望新的30年，您的期待是什么呢？

周鸿祎：中国经过30年的积累和努力，互联网数字化技术的积累、人工智能技术的发展、传统制造业生产工艺都在不断提升。互联网公司的发展得益于时代，也要服务于时代。在这一过程中，互联网公司应甘于充当配角，助力传统企业，特别是制造业和工业企业实现“数转智改”。

面对“人工智能+”的重大历史机遇，作为互联网第一批创业者，更是要勇于冲进人工智能大模型时代，做好配角，把自己掌握的数字化和智能化技术资源，赋能百行千业，为经济社会高质量发展贡献一份力量。

市场风向

记者从近日国新办举行的新闻发布会上了解到，2023年，我国知识产权强国建设成效显著，全年授权发明专利92.1万件，同比增长15.3%。核准注册商标438.3万件，认定地理标志产品13件，核准以地理标志注册集体商标、证明商标201件。在世界知识产权组织发布的《2023年全球创新指数报告》中，我国拥有的全球百强科技集群数量达24个，首次跃居全球第一。我国企业发明专利产业化率首次超过50%，连续5年保持增长。

全国政协常委、国家知识产权局局长申长雨表示，2023年知识产权相关部门深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，加快推进知识产权强国建设，为推动高质量发展提供了有力支撑。

2023年，我国知识产权创造质量提升。登记集成电路布图设计1.1万件。作品、计算机软件著作权登记量分别达642.8万件和249.5万件，同比分别增长42.3%和36.0%。授予农业植物新品种权8385件、林草植物新品种权915件。

知识产权转化运用加速推进。国务院办公厅印发《专利转化运用专项行动方案（2023—2025年）》，大力推动专利转化和产业化。专利商标质押融资登记总额达8539.9亿元，同比增长75.4%。著作权利质押担保金额达98.6亿元，同比增长80.8%。知识产权使用费年进出口总额达3765.2亿元。通过专利开放许可试点，达成许可1.7万项。

知识产权保护力度持续加强，首批10家国家知识产权保护示范区建设初见成效，第二批15家完成遴选。国家级知识产权保护中心和快速维权中心总数达112家。全年查办专利商标违法案件4.4万件，办理专利侵权纠纷行政案件6.8万件，查办版权侵权盗版案件4745件。查扣进出口侵权嫌疑货物6.2万批次，核准知识产权海关保护备案1.9万件。审结各类知识产权案件49万件。受理审查起诉侵犯知识产权犯罪3.1万人，办理知识产权民事行政公益诉讼监督案件2500余件。侦办侵犯知识产权和制售伪劣商品犯罪案件4万起。知识产权保护社会满意度提升至82.04分，再创新高。

今年的政府工作报告专门提出，要加强知识产权保护，制定促进科技成果转化应用的政策举措。对此，申长雨表示，国家知识产权局会同8部委共同完善知识产权保护体系，正在加快制定出台知识产权保护体系建设工程实施方案，这是今年知识产权保护方面的一项重点工作。目前方案已完成部门会签，将于近日发布实施。

“方案聚焦知识产权保护方面的短板弱项，从政策标准、授权确权、执法司法、保护管理、社会共治、安全治理、能力支撑等7方面提出了一系列有力措施。希望通过知识产权保护体系建设工程的实施，推动提高知识产权保护的体系化、专业化、便利化水平，进一步夯实知识产权保护的基础，更好塑造良好的创新环境和营商环境。”申长雨说。

知识产权是企业国际竞争力的核心要素，越来越成为国际竞争的焦点。近年来，国家知识产权局采取有力措施，帮助我国企业维护海外知识产权合法权益。申长雨说：“下一步，国家知识产权局将和相关部门一起，进一步加大知识产权海外维权援助工作力度，完善相关制度机制。”

我国知识产权强国建设成效显著

2023年授权发明专利92.1万件

本报记者 孙琳

学人观潮

“中国市场就是健身房，不上强度跟不上”

梅新育

中国是否会重蹈日本“泡沫经济”破灭后“失去的三十年”？面对这样的疑问，只需看看正在举办的广交会客流如潮，看看北京车展的人头攒动，放眼中国平台、电商应用（App）“出海”在国际市场攻城略地的凌厉态势，就不难明白，中国经济当前面临的是“创造性破坏”的阵痛，而不是“无可奈何花落去”的长久没落。

在南方，截至4月26日17时，第135届广交会境外采购商线下到会189233人，来自全球214个国家和地区，到会人数比上届同期增长21.8%；在北方，无论是国内观众还是海外观众，这次北京国际车展毫无疑问都正在创造其问世以来的最高纪录，世界各地的经销商、业界人士和发烧友蜂拥而至，甚至出现外国客人趴到地上看中国新能源汽车细节的景象，说中国车展已成全球车展“顶级”，成为海外业界和发烧友寻觅技术前沿的“圣地”，实不为过。

“中国市场就是健身房，不上强度跟不上”——对一个国家长远前途而言，比数量扩张更为关键的是新技术支撑下的新

兴产业、新兴业态成长，北京车展的场景、与会外资车企的决策选择充分展示了中国新兴产业的极速成长和跃居全球同业台柱；正是在中国经济“见顶”论的聒噪声中，大众汽车集团首席执行官奥利弗·布鲁姆（Oliver Blume）携集团旗下多个品牌的7款车型参展，在车展开幕前夕的媒体之夜先行首发，集中亮相，向中国汽车业界、中国汽车市场发出了这样的赞叹。

比在华首发新车数量更为关键的是，大众公司还宣布了实行新的中国市场汽车开发策略，即从零开始在中国开发汽车，而不是根据当地市场特点调整已有的欧洲车型，“大众要为一个与本土截然不同的市场开发新车型”。如同大众这样在中国加码投入的外资车企并非一家两家。

大众等外资车企作出这样的选择是正确的、顺理成章的，是因为中国汽车消费市场火爆异常，长期稳居市场中心地位的外资品牌却在逐渐边缘化，即使市场表现比其他外资“友商”好很多的德资品牌也不例外，大众汽车在中国的整体市场份额从2018年的18%降至去年的14%。如果是在

一个已经“见顶”、正在三十年下坡路上缓缓滑行的市场，大众何须费心费力费资源在这里加码投入？

进一步深入考察，中国是20世纪90年代以来全球化最大的成功故事，汽车业的发展与超越是“人世”二十年来中国名列前茅的成功故事，新能源车异军突起则是中国汽车产业最大的成功故事。今天威风八面的中国汽车产业，是在“人世”之后实现了产销总量登顶世界的跨越。

“人世”当年的2001年，中国汽车产量234万辆；“人世”次年猛增至325万辆，2022年已达2718万辆，2023年突破3000万辆。至此，中国汽车产销总量已经连续15年高居全球第一，无论是产量还是销量，在可预见的未来，中国汽车产销量的绝对优势还将继续保持。

特别是在新能源汽车领域，中国本土车企已经实现了大面积弯道超车和较大幅度领先。2023年，新能源汽车产销分别完成958.7万辆和949.5万辆，同比分别增长35.8%和37.9%；新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的31.6%。同年，我国汽车整车出口491万辆，同比增长57.9%。新能

源汽车出口120.3万辆，同比增长77.6%。今年一季度，中国汽车产销分别完成660.6万辆和672万辆，同比分别增长6.4%和10.6%；其中新能源汽车产销分别完成211.5万辆和209万辆，同比分别增长28.2%和31.8%；汽车整车出口132.4万辆，同比增长33.2%，其中新能源汽车出口30.7万辆，同比增长23.8%。

而且，中国新能源汽车业的高增长建立在一系列领先全球同行的自主创新基础之上。在公认的传统汽车业强国德国，早在去年，到中国车展实地见识了中国同行的实力之后，梅赛德斯-奔驰公司高级内部人士也向《慕尼黑水星报》等媒体公开承认，在软件集成、辅助驾驶和自动驾驶等领域，中国本土新能源汽车企相对于欧美同行的领先优势已经巨大而无法赶上。直到今天，海外车友体验、展示中国汽车酷、炫功能与质量，已成世界各大社交媒体平台流行的时尚。

无需讳言，我们的经济确实面临一些困难，但总体而言，这只不过是源于一些旧产业旧模式难以适应新环境的暂时性局部性困难，以及一些周期性压力。中国新兴产业正在蓬勃发展，而且形成全世界无与伦比的产业生态。如小米从决定造车到批量生产整车上市惊艳亮相不过短短3年，就充分体现了中国新兴产业生态的强大，以新技术、新业态重塑传统产业的进程也在全面推进。从全局、长期来看，我们现在的这些暂时局部困难只是“创造性破坏”的阵痛，这已经不言而喻。

（作者系商务部国际贸易经济合作研究院研究员）