

千问开放平台正式上线 AI“人口战”全面打响

8月10日,阿里旗下千问开放平台正式上线,面向生态伙伴和开发者开放手机、PC和AI眼镜三类终端的AI智能体接入能力。通过开放平台,第三方可创建AI智能体,以独立对话空间形态在千问App上为用户提供从咨询、推荐到履约的完整服务链路。

千问开放平台的推出,标志着AI行业竞争正从“大模型能力比拼”转向“智能体生态争夺”。华泰证券8月11日研报指出,基础模型竞争正由产品探索走向高价值场景与企业市场的商业化竞争,竞争维度进一步扩展至高价值Token消耗、企业渗透及产品分发能力。

■新快报记者 郑志辉



模型升级与开放平台同步推进

据记者了解,首批接入的伙伴覆盖物流运输、房产居住、本地生活、理财、汽车等十余个领域,包括顺丰速运、天鹅到家、联想乐享、自如租房、盈米基金且慢、哈啰租车、彩云天气、快递100果宝、闪送、飞常准、美的美居、滴滴巴士等。与此同时,菜鸟、夸克网盘、夸克扫描王等阿里生态产品也同步接入,提供智能寄件、网盘整理、超清扫描、文件查询等能力。

用户在千问上只需“@”相关服务,或点击页面右上角的“圆点角标”进入相应智能体,即可完成从咨询、推荐到下单的完整服务链路。相比传统应用,AI智能体可通过理解、规划、记忆等能力支持用户的复杂需求。例如,顺丰智能体可记住用户寄送地址等物流关系,直接完成“帮我给上海客户寄个文件”的快递需求。

在AI眼镜端,开放平台提供Skill接入和行业定制两种模式。开发者甚至可用自然语言定制Skill,如调用“眼镜拍照”能力为视障人士打造“身边有什么”Skill,主动提醒门槛、台阶等前方障碍物。

过去一周,阿里在AI领域动作密集。8月3日,阿里巴巴正式发布新一代

基座大模型Qwen3.8-Max,总参数量达2.4万亿,采用稀疏MoE架构,激活参数950亿,原生具备多模态视觉能力。同日,阿里还开启了企业级Agent产品“千问办公”的公测,整合了QoderWork、MuleRun和悟空三款Agent产品。

价格方面,Qwen3.8-Max国内API每百万Tokens输入12元、输出36元,隐式缓存命中仅1.5元。国盛证券8月6日研报指出,该模型“参数规模跃升至2.4T,模型能力跻身全球第一梯队”,且“与海外相近智能的前沿模型相比有更高性价比”。广发证券8月10日研报维持阿里巴巴“买入”评级,指出其AI全栈布局“实现了算力、模型、harness层全面覆盖”,预计“未来几个季度云业务收入将加速增长”。

AI硬件版图扩张,影石接入千问

在开放平台之外,阿里还在加速AI硬件的布局。8月7日,影石Insta360为GO Ultra拇指相机上线AI语音助手,中国大陆地区接入阿里千问大模型。该语音助手内部代号为“Kira”,端侧负责声纹识别和用户意图判断,千问在云端处理问答、翻译、模式切换等复杂任务。有内部人士透露,影石选择千问主要看重其

多模态感知和主动式交互能力。

更具标志性的是,千问将作为AI能力集成至国行Apple智能,覆盖iOS、iPadOS、macOS和visionOS。国盛证券认为,此前Qwen的C端依赖用户主动下载App,接入苹果系统后转为系统默认调用,依托苹果设备的大量存量用户,有望为Qwen带来C端Token消耗的量级提升。

目前,国内AI智能体开放平台已形成路径分化的竞争格局。字节扣子(Coze)主打多人多Agent协同作业,联动飞书与抖音生态;百度千帆聚焦政务、法律、医疗等B端强知识密集型领域;腾讯元器内置微信支付MCP协议,打通企业微信与公众号流量生态。阿里千问则选择以交易履约闭环为核心,千问开放平台提供账号、AI支付、订单接入等基础设施,并内置前端组件与模板,支持多模态交互体验。

从技术展示走向业务落地

从市场规模来看,这一赛道正在快速膨胀。据易观报告显示,2026年第二季度桌面端AI办公智能体市场中,17款主流产品合计月访问量突破6000万次。另据数据显示,中国企业级AI智能

体市场2025年已达212亿元,预计2026年将增至449亿元。

在这场人口争夺战中,阿里并非唯一的玩家。腾讯推出WorkBuddy,将文件处理、数据分析和内容生产整合至企业AI工作台,6月月访问量达2097万次;字节跳动则将飞书产品团队整体并入豆包,整合AI办公资源。三家大厂正在企业级AI办公赛道展开正面竞争。模型侧DeepSeek近期大幅上调API服务定价,也折射出国内推理需求快速增长与高质量算力供给紧张现状。

马云去年曾对阿里云技术骨干表示:“AI不是工具,AI是生产力本身的重构。我们今天不做,明天就会被人做掉。”如今,阿里正以千问开放平台为核心抓手,将AI能力从对话窗口延伸为覆盖多场景的完整服务生态。

未来,生态伙伴可基于千问的AI能力,探索更具主动性的服务模式。例如,租房类伙伴可结合保洁、维修、续约、换房等时间节点,为租户打造个性化的“租房日历”服务。

大模型竞争已经从技术展示走向业务落地——谁能稳定完成真实任务,而不只是生成看似合理的回答,正在成为衡量AI助手价值的新标准。

转转胜诉“95分”,平台数据权益保护规则厘清

新快报讯 记者郑志辉报道 近日,北京知识产权法院对转转诉“95分”平台不正当竞争案作出终审判决,驳回上海置潮信息科技有限公司上诉,维持原判。置潮公司须赔偿转转公司经济损失200万元及合理开支10万元,并在“95分”App主页刊登声明消除影响。该案为平台数据权益保护提供了重要裁判指引。

记者从判决书得知,2024年初起,置潮公司在其运营的“95分”平台上线“批量导入”功能,单次最多可导入5000件商品。该功能可系统抓取转转平台的二手手机商品规格、详情、图片及验机报告等数据,并将商品图片中的转转防拆标篡改为“95分”防拆标,随后在“95分”平台发布并宣传商品“经过‘95分’官方验机”。

法院认定,转转公司持续投入形成的规模化商品数据集合,是其基础经营

资源和独特竞争优势,受《反不正当竞争法》保护。置潮公司上述行为“属于为争夺交易机会而实施的‘损人利己’行为”,违反了二手手机交易市场的商业道德。其篡改防拆标、虚假宣传官方验机的行为,割裂了数据与转转平台的关联,损害了消费者知情权。

二审法院对数据可携带权在商业场景下的边界作出精细化界定,明确应区分个人信息数据与商业用途数据。涉案二手手机商品数据系商家在转转提供的培训、软件和流程规范引导下生成,凝结了平台与用户的共同投入,并非商家独立生成的原始信息。

置潮公司面向不特定用户提供批量导入功能,其规模效应导致“95分”平台对转转平台的二手手机竞争资源形成实质性替代。法院认定,即便获得多个用户授权,后手平台通过大规模数据搬运实现对对手平台的实质性替代,仍具有

不正当性。

值得关注的是,涉案的“95分”平台与奢侈品潮品交易平台得物存在紧密关联。工商信息显示,运营“95分”平台的上海置潮信息科技有限公司,由上海得物信息集团有限公司100%全资控股,得物App内设有95分业务入口,两者业务高度协同。

这一母子公司关系使案件关注度进一步升温——得物与原告转转在二手奢侈品交易领域存在直接业务竞争。得物从潮流单品交易平台向奢侈品潮品全品类拓展,并推出二手交易平台“95分”,而转转则通过收购“红布林”等举措积极布局二手奢侈品赛道。与此同时,“95分”平台在2024年前后将品类扩展至手机数码,直接进入转转的核心业务腹地。

对此,得物方面在回复记者查询时表示,该案系转转与“95分”之间的纠纷,“跟得物没关系”,所以也不会有啥回应,

同时还强调说,“得物也不是二手平台”。

在此背景下,本案已不仅是“子公司违规抓取数据”的孤立事件。正如北京国标律师事务所律师姚克枫所言,该判决为平台数据权益保护提供了重要指引。法院明确认定平台通过长期投入形成的规模化商品数据集合属于受反不正当竞争法保护的竞争性权益,正当竞争应建立在自身投入与诚信经营基础上,而非“损人利己”攫取他人核心竞争资源。这一认定不仅肯定了平台在数据生成中的实质性贡献,更遏制了数据搬运引发的虚假宣传,保障了消费者的知情权。

