

大厂加码AI智能体 手机及App服务迎变革

本报记者 陈佳岚 广州报道

在人工智能技术的推动下，智能体(AI Agent)正迅速发展并被众多厂商布局。

近日，vivo在其2024开发者大会上推出了名为PhoneGPT的手机智能体，是手机中可以基于

智能体涌向终端

不仅是谷歌、亚马逊，还有国内的百度、阿里、腾讯等都已布局了智能体赛道。而智能体技术也在快速发展并逐步落地到各种终端设备中。

智能体是一个能够感知环境并作出决策以实现特定目标的实体。在人工智能领域，智能体通常指的是能够自主执行任务、学习、解决问题、作出决策的软件或硬件系统，通常具备反应性、主动性、社会性、交互性以及适应性等特性。此前，不仅是谷歌、亚马逊，还有国内的百度、阿里、腾讯等都已布局了智能体赛道。而智能体技术也在快速发展并逐步落地到各种终端设备中。

据vivo方面介绍，PhoneGPT可以代替人自动完成任务，具备完整的认知、决策、执行和记忆的能力，可以在懂人的基础上自主决策，并去解决一些复杂的任务，将人从琐碎的事务中解放出来。

在演示中，蓝心小V不仅可以对屏幕界面进行识别和操作，也可以通过接管音频进行自主对话，完成用户交代的任务，例如帮助我

App服务变革

AI时代下，由智能手机(智能体)直接服务最终用户，App为智能手机提供服务，手机的重要性增加，App将变成toB端服务手机的服务商。

周围提到，vivo的PhoneGPT将带来类似自动驾驶般的智能体体验。荣耀CEO赵明则认为，荣耀AI智能体将开启手机自动驾驶时代。

记者注意到，多家手机厂商对其智能体的描述中都提到了类似自动驾驶的概念，不仅能理解用户需求，并执行任务，还能帮助用户去做App之间的复杂交互。

郭天翔告诉记者，今年年初，行业就设想未来AI Agent成为用户私人助理的同时，而这可能会取代手机里的一个个App，或者至少不需要用户再一个个点开App了，

用户意图主动完成的多模态助理，它可以准确地识别手机屏幕界面中的内容，自动操作手机中各种各样的应用，完成用户交代的任务，比如打电话、短信等。

事实上，2024年，越来越多的手机厂商开始频繁提及手机智能体相关概念。

们去订餐厅、订咖啡、买电影票等。vivo AI全球研究院院长周国对记者表示，PhoneGPT是主动智能，而主动智能是需要训练的，训练完之后它能像人一样操作手机。

记者注意到，除了vivo，之前也有不少手机企业已提及手机智能体相关概念。

今年9月，荣耀发布了跨应用开放的生态智能体——荣耀AI Agent，并透露荣耀AI Agent将在下一代旗舰手机荣耀Magic7系列上落地商用。用户只需要简单一句话对荣耀语音助手YoYo发出语音指令，它就可以自动检查支付宝和微信的自动续费项目，一键关闭自动续费。其也能实现一键点饮品、一键旅行规划与订票等。

华为方舟实验室此前发布了盘古智能体框架(Pangu-智能体)，展现了其在智能体领域的研究和布局。小艺智能体也能理解

从而改变手机。(未来用户可能)只需要一个平台。

而智能体落地手机或也将使得用户行为流量导向发生变化。

郭天翔对记者分析，在传统智能手机模式下，App通过智能手机平台，直接为用户提供服务，用户支付的大多数费用和流量归App应用，手机只能获取一些App应用预装和使用分开发费。而AI时代下，由智能手机(智能体)直接服务最终用户，App为智能手机提供服务，手机的重要性增加，手机将完全直接对接用户，App将变成toB

今年9月，荣耀在2024德国柏林消费电子展上发布跨应用开放生态智能体。再早之前的6月，华为也在其开发者大会期间宣布了“鸿蒙原生智能”(Harmony Intelligence)，小艺升级为系统级智能体。

谈及手机厂商布局智能体的

用户的意图，规划多步骤任务，并跨多个应用来执行。

2024年年初，OPPO推出了“1+N”智能体生态战略，由AI超级智能体和AI Pro开发平台组成。OPPO超级AI智能体能够准确理解用户意图，基于庞大的模型库和识别能力给出精准结果，并形成记忆习惯。10月17日，OPPO AI中心产品总监张峻在2024 OPPO开发者大会(ODC 24)上表示，智能体成为服务生态中一个新的发展方向，可以提供更加自然的交互方式，也可以提供更加符合用户偏好的个性化服务模式，同时可以自动化执行指令。为此，AI将重构开发范式，OPPO宣布OPPO智能体平台正式上线，是手机厂商中的首个智能体开发平台。

Canalys分析师朱嘉强对记者分析，从交互方面来看，在传统的交互模式下，应用程序通常是被动

端服务手机的服务商。

vivo AI系统中心高级总监熊官敬对记者举例道，PhoneGPT是多模态的，简单一个订餐的场景，它不仅能点击屏幕，找到用户需要的内容，还关掉了中间的广告，与店员进行对话，同时完成了用户交代的任务。

“自主性(Autonomy)是智能体的核心特征之一，当其觉得当前弹窗与用户的需求任务并不相干时，会把它关掉。”熊官敬也提到，由于AI能直接将广告关掉，目前的确也看到一些App平台并不十

相关动作，IDC中国研究经理郭天翔对《中国经营报》记者分析，各厂商对于AI布局更多地从落地使用场景出发，而不是单纯地提升之前手机上一些功能的使用体验。未来除了智能体使用功能的丰富，更多还是会往每个用户的个性化AI助手方向发展。

的，需要用户点击才能提供相应的反馈。随着AI智能体的出现，交互变得更加主动和智能，能够根据用户的行为、偏好和上下文来预测需求，并主动提供相关的信息或服务，在AI智能体和隐私受保护的服务推荐引擎的推动下，这将显著提升用户的互动体验。此外，目前来看手机端的智能体更多是集成在系统层级去打造，比如华为的鸿蒙是AI原生系统，vivo的OriginOS 5是系统层级的AI，荣耀AI Agent交互方式也是从系统层级去打造的。

朱嘉强表示，自去年以来，我们看到落地在手机的AI功能展示更多是文生图、AI消除、搜索、翻译等，使用率不一定高，且很多都是依靠云端大模型实现的。消费者感知并不强，这也是厂商不得不从系统层面布局智能体的重要原因。

分愿意接入。

郭天翔表示：“如果这样发展，肯定会遇到App开发者极大的阻力，而且现在手机厂商的主要盈利来自互联网收入，硬件利润很低，手机如果取代了App，那互联网收入就会减少，而如果手机厂商直接向用户收费的话，势必会改变用户的消费行为，也会遭遇阻碍。”

不过，在郭天翔看来，未来手机智能体并不会完全取代App，而是作为一个开发平台，手机厂商从系统底层与App开发者共同合作，一起服务于消费者，互利共赢。



10月10日，在2024 vivo开发者大会上，vivo推出了名为PhoneGPT的手机智能体。

陈佳岚/摄影

技术仍不成熟

“就从技术成熟度、监管成熟度和消费者的体验都还没有做好准备，我们其实特别担心它就是完全的自动驾驶。”

Canalys预计，智能手机厂商至少有三个商业模式/产品发展阶段：AI即功能、AI即服务和AI即界面，这取决于每个厂商的资源 and 战略选择。其中，智能手机厂商开发全新的原生AI用户界面(如个人AI智能体)作为连接多个应用程序、服务和第三方AI智能体的可信门户，厂商可以根据其AI智能体的能力实现差异化，从而提高用户忠诚度和黏性，并突破传统的智能手机UI或操作系统限制。由于这些AI智能体是根据每个用户的决策序列、记忆长度和其他上下文信息进行训练的，因此用户更换品牌的成本会更高。

朱嘉强说道，在智能体技术趋势下，众多App会通过厂商所属的智能体进行交互，相当于智能体把控了流量入口，未来也可能成为厂商布局端侧AI实现商业盈利的一种模式，手机厂商也想抓住AI流量的接入口，目前看到的手机厂商与互联网厂商打通的一些AI功能算是初步阶段，但是谁都不会把流量端口拱手让出，仍需要一些时间进行博弈、发展。

而记者也了解到，手机智能体

落地目前也存在一些落地难点。

熊官敬就告诉记者，其一是响应速度问题，“我们尽量在做前端化，但前端化带来的问题就是智能体每执行一步，用户就需要等两秒，可能会觉得很慢，这需要与行业、各方用户有一个体验平衡的过程”。

其二是准确问题，目前每一步的准确率都是95%，但是对于一个复杂型任务，有时候需要十几步或二十几步才能完成，综合下来成功率可能就相对低一些，只有80%多，但因为这是一个开创性的技术，所以vivo还是想把它标准设得再高一些。

“就从技术成熟度、监管成熟度和消费者的体验都还没有做好准备，我们其实特别担心它就是完全的自动驾驶。”其三是来自监管和行业难点，这是一个全新的自动驾驶技术项目。熊官敬表示，监管层面如何定义？行业对这件事情的反应是怎么样的？vivo也要看发布后市场各方的反应，对消费者而言，vivo可能会以类似测试版的形式尽快给大家去体验和尝鲜，前期不会是一个非常大规模的放量，什么应用都支持。

闪送登陆纳斯达克 即时配送行业再加速

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

近日，国内即时配送平台闪送，正式在纳斯达克挂牌上市，股票代码为FLX。此次IPO，闪送以每股16.5美元的发价，成功售出400万股美国存托股票，募资总额达到6600万美元。

谈及募资金用途，闪送方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，闪送的上市计划是根据公司发展和市场情况推进的。闪送目前正处于高速发展期，上市有助于公司进一步扩展业务范围，并在资本市场上建立品牌影响，以实现快速增长和规模经济效应。

“闪送此次IPO筹集的资金计划用于扩大客户群，提高市场渗透率，打造品牌形象及投资技术与研发。整体而言，闪送将加大投入，进一步提升服务质量，深化一对一模式下的业务优势，从而更好地为用户提供服务，助力(公司)长足发展。”上述闪送方面人士说。

闪送的优劣势

据了解，闪送自2014年3月服务正式上线至今，多年以来积累了100多万闪送员服务在全国222个城市，月活跃人数达到132万，稳居行业第一。然而，闪送的业务增长高度依赖于中国按需配送行业的整体增长，且面临着激烈的市场竞争。同城即时速递市场中，顺丰同城、美团配送、达达集团等竞争对手都在加速布局，市场竞争加剧。

谈及闪送近日上市的原因，掌柜智库高级顾问沈阳告诉记者，闪送此次IPO共募资6600万美元，官方的说法是筹集的资金计划用于扩大客户群，提高市场渗透率，打

即时配送的未来

中国即时配送行业在过去5年来一直处于高速发展阶段，2023年行业规模达到接近3385亿元，2019—2023年年均复合增速为19.8%。作为细分领域的独立即时专送业务增长同样可观。2023年，中国独立即时专送业务规模达到155.9亿元。据艾瑞估算，2023—2028年年均复合增速高达27.8%，整体行业规模可增加至约532.4亿元。

谈及对闪送未来的发展，沈阳表示，其未来发展的挑战也不小。“核心业务闪送的市场需求趋势被替代性太明显，无人驾驶和无人机配送的直接市场目标就是类似闪

送品牌形象及投资技术与研发。这表明闪送上市的主要目的是增强公司的市场竞争力和持续发展能力。

“一般企业融资金用途通常包括，拓展市场，增加业务覆盖范围。加强技术研发，提升配送效率和用户体验。优化配送网络，提高运营效率。招聘和培训更多的配送员，提升服务能力。”沈阳说，“在这个资本市场的重要节点寻求上市，可能也有一部分原因是前期投资方的变现需求，以及为了抵御更大平台的收购可能，或者获取更好的市场价格。从本质上看，闪送这个业务随着无人驾驶和无人机配

送这样的即时配送服务市场。一旦政策放宽，或者行业其他平台参与竞争，闪送的较高价格体系会受到很大的市场挑战。闪送此次融资，更有可能的战略方向是积极布局进入智能化科技化AI化的即时配送业务。这样自我革命式的创新，可能会对闪送公司本身带来颠覆性的影响。”

闪送方面认为，从即时配送整个行业未来发展以及竞争格局来看，将与其他传统行业的发展格局一致。高、中、低端品牌都会有发展，最后形成金字塔的行业竞争格局，高端品牌占据金字塔的顶端，订单量和市场份额相对

的发展，可能变成一个战略性需求消亡的赛道。”

闪送作为独立一对一急送即时配送服务商，拥有独立自有用户平台和私域流量。相较于附属即时专送服务商而言，闪送的客单价较高，可以广泛地与各类平台开展合作，可涉猎平台的范畴更广，目前其已经与抖音、美团、饿了么、腾讯、高德、滴滴等达成合作；并且，运营指标不会被短期利润驱动，而是能够更专注于做好长期服务。

谈及闪送与同行相比的优劣势，沈阳告诉本报记者，“其优势在于：其一，闪送是第一家进入该行

业的企业，先发优势明显，资本驱动的需求放大。其二，闪送专注于一对一急送服务，响应速度快，能够满足用户对时效性要求很高的需求。其三，配送员筛选和管理较为严格，服务质量相对较高。其四，品牌知名度较高，在市场中具有较强的竞争力。”

“而其劣势在于：其一，服务差异性小，价格相对较高，可能会让部分价格敏感型用户望而却步。其二，业务相对单一，在多元化发展方面可能不如一些综合性配送平台。”沈阳说。

闪送方面告诉记者，闪送十年来专注在一对一专送业务，与

拼单平台相比，闪送提供的一对一急送配送速度更快，服务更好。速度更快表现在，目前闪送一对一急送的平均上门取件时间为7分钟，全城送达的平均时间为27分钟，在接、取、送的时间上都是行业内最快的，在送达时间上平均每一单要比友商快30分钟以上，而且确定性更强。这对于关键时刻的紧急递送需求、对高保温和保鲜的商品和高端服务的品牌都是刚需。

服务更好表现在两个方面：一是，一对一专心护送能够更安全；二是，一对一专送更能够传递客户的专属心意，专一更显心意。

因此客单价相对较高，也给平台带来了更大的盈利空间。目前，闪送是行业内为数不多实现盈利的企业，已连续七个季度盈利；相对的，选择个性化、高端服务意味着会失去一部分价格敏感型用户，需要牺牲一定的市场规模。而拼单模式追求低价，在行业内处于相对低端的位置，能够吸引大量价格敏感型消费者，市场规模大，但盈利空间受限。

行业的增长会带动行业内高端、中端、低端服务的共同发展。同时，随着即时零售的发展和居民收入水平的提升，用户对于即时配送服务的品质要求可

能会越来越高，体验经济升温成为新的增长点，整个行业呈现低端向高端转型的趋势。其中，更重视服务质量和配送体验的一对一模式在行业分层中占据高端地位。因此，一对一急送会随着行业发展应用于更丰富多元的服务场景。

闪送方面称，未来公司将进一步强化在一对一急送领域的优势，不断提升内部运营效率，扩大市场规模，提升自身盈利能力。同时，闪送也会在未来将业务拓展到更多城市，为更多区域的个人用户和商家提供个性化、高端的一对一即时配送服务。