

人工智能赋能中企开拓巴西新赛道

——“助企远航”结伴行系列活动巴西及南美专场在北京举行

■ 本报记者 周东洋



9月22日，“助企远航”结伴行系列活动——人工智能赋能企业出海发展(巴西及南美专场)在北京举行。本次活动以“智赋出海 深耕南美——人工智能赋能企业开拓巴西新赛道”为主题，汇聚政府机构代表、驻华外交人士、行业专家、技术服务商与企业代表，围绕中巴经贸合作与企业数字化出海等议题开展深度交流，搭建政策解读、技术分享、资源对接一体化平台，助力北京乃至国内企业抢抓巴西及拉美市场机遇，实现高质量发展。

中巴经贸合作基础扎实，为企业出海筑牢根基。北京市贸促会副主任、北京国际商会副会长兼秘书长朱家亮在致辞中表示，中国已连续17年稳居巴西最大贸易伙伴，中国机械设备、通信设备、新能源汽车持续热销巴西，巴西农产品、矿产品也不断输入中国。本次活动从政策风控、技术实战、资源对接三方面为企业赋能，北京市贸促会、北京国际商会将持续推进“助企远航”结伴行系列活动，为出海企业提供政策、资源、风险防控全链条服务。

中国贸易报社有限公司董事长张鑫表示，中国企业出海主要源于三方面因素，一是政策加持，二是自身实力提升，三是海外广阔市场的吸引。巴西作为全球第九大经济体，人口结构年轻、消费市场体量可观，市场包容开放、对外资友好，在可持续发展、生物多样性方面禀赋突出，还有大量国土尚待开发，蕴藏众多合作机遇。同时，企业布局巴西也需要正视现实挑战，语言隔阂、文化差异、劳工、税务风险等都是出海过程中的突出难题。人工智能(AI)为破解上述痛点提供了全新思路，期待借助AI的探索实践，为中国企业开拓巴西市场注入发展动能。

百融智能创始人兼CEO张韶峰表示，当前，中国企业出海正由单纯“产品输出”转向“属地化经营”，面临法律、税务、知识产权等多重复杂挑战。传统模式下企业需要对接律所、财税所、咨询公司等不同专业机构，没有一家机构可以覆盖全部需求，存在成本高、对接繁琐、跨语言、跨时区等痛点。AI可发挥两大核心价值：一方面打造法商财税与知识产权咨询AI，7×24小时提供专业方案，由人类专家复核把关，破解跨语言、跨时区服务难题；另一方面依托AI多渠道抓取海外招标、分销商、客户线索，破除海外商机信息搜集壁垒。

巴西前驻华大使、巴中企业家委员会

(CEBC)主席路易斯·奥古斯托·卡斯特罗·内维斯线上参会。他表示，中国企业是巴西重要的投资者，仅在2025年，巴西就获得约60亿美元的中国投资，同比增长45%。当前，数字经济、AI、可再生能源、先进制造业等领域成为中巴合作的新前沿，中国企业带来技术、经验与投资，而巴西提供广阔的市场、丰富的资源以及对外开放的环境，希望巴西与中国企业之间建立更多的合作伙伴关系。

活动现场，多位行业嘉宾接受《中国贸易报》记者采访，从AI赋能出海、人才建设、数据应用、跨境电商等方向分享企业出海经验。

张韶峰以国内某汽车零部件制造企业海外建厂选址为例介绍，这家企业受关税政策影响，被要求3年内将65%产能迁出中国大陆，需要海外选址建厂。企业聘请国际知名咨询公司、律所、会计师事务所，耗资约500万元，耗时大半年，十余人团队参与服务，但最终给出的建厂方案落地失败，企业付出高额成本与时间损耗。而AI智能体一周即可输出完整建厂选址及财税架构方案，成本下降70%至80%，显著提升选址方案效率与准确率。

百融智能正是一家以企业级智能体为

核心、以“硅基员工”重构千行百业生产力的的人工智能科技公司，推动AI深度嵌入真实业务岗位，现已落地700余类AI智能体，向市场投放20多万名硅基员工，服务超8000家各行业客户，核心客户留存率达98%，业务覆盖通信、金融、汽车新能源、互联网等众多领域。7月1日，百融智能推出一站式AI出海操作系统，并同步发布“百销”(增长前台)与“百鉴”(服务后台)两款AI产品。“百销”负责获客转化，“百鉴”负责全球专业资源匹配与本地化交付，出海从获客到落地全链路被打通。

LinkedIn(领英)大中华区总经理兼东南亚及韩国地区人才解决方案业务负责人王茜表示，企业出海已经从“走出去”迈向“走进来”，本地人才团队是决定海外业务成败的关键。AI抹平了信息获取的门槛，同时抬高了复合型人才竞争门槛。不少出海企业存在将国内团队简单平移海外的误区，而拉美优秀出海实践证明，产品技术可以复制，但市场信任必须依靠本地团队构建。领英依托平台海量数据，可帮助企业前置研判目标市场产业结构、人才图谱，辅助企业精准市场进入路径，同时为出海企业提供人才精准定位、全球化雇主品牌

建设、本地人才留存提升一体化解决方案。调研显示，75%企业认为，适应、沟通、解决问题等综合能力在AI时代愈发重要，70%企业高管认可AI对员工效率的提升作用。

中国国贸通大数据有限公司总经理陈方梳理当下中国出海四大变化：商业模式从产品外销转向品牌打造；出海主体由头部大厂拓展到全供应链集体出海；竞争逻辑告别价格战，比拼综合实力；市场布局不再局限欧美，积极开拓全球新兴市场。这既是国内产业升级、政策扶持、数字化基建完善带来的供给端驱动，也源于拉美、中东等新兴市场城镇化建设带来的旺盛需求。他提醒，“乱出海也会出局”，企业出海应当用好宏观统计数据、客户竞品数据、资信风控数据，以此筛选市场、制定本地化策略、防范贸易坏账，摒弃主观经验式盲目出海。

新蛋集团中国区应用软件事业部总经理路娜聚焦跨境电商模式变革指出，AI重构跨境供应链，实现工厂直连终端消费者，破解传统贸易链路长、利润被挤压、缺少用户反馈的痛点。AI工具有效化解语言、时差、营销内容生产难题，让中小企业也能低成本打造海外品牌。美洲市场中，3C电子、智能家居、母婴儿童产品具备较强增长潜

力。巴西电商渗透率仅14%，增长空间广阔，但市场规则复杂。她建议，出海企业务必把合规放在首位，重视专利知识产权保护，摒弃低价内卷思维，做好本地化运营与文化适配，依靠合规、品牌、综合性价比参与市场竞争。

本次活动由北京国际商会主办，中国贸易报社和百融智能承办，设置政策权威解读、AI主题分享、法财税人工智能智库产品演示、专家主题演讲等环节。在圆桌对话环节，以“人工智能赋能巴西出海的机遇与挑战”为主题，行业嘉宾围绕企业出海现实痛点开展思想碰撞，直面属地经营、合规风控、人才搭建、数字化转型等现实难题。活动后半段开启一对一精准对接洽谈专场，设置产品展示区与专家解答区，参会企业开展政企、企企面对面交流，将研讨成果转化合作意向。

此次专场活动打通政策、技术、数据、人才、跨境渠道多方资源，为意向布局巴西及南美的中国企业提供从前期研判、风险防控到资源对接的完整支持，以AI为抓手，助力更多中国科创、优势产业企业深耕南美市场，进一步深化中巴产业经贸合作。

(图片来源：中国贸易报社)



链博传奇

具身智能新玩家如何嵌入全球供应链

■ 本报记者 张凡 实习生 余昕瑞

如果给2026年的全球先进制造业找一个关键词，“机器人热”或许最贴切。Counterpoint Research的数据显示，2026年上半年全球人形机器人出货量突破2.2万台、同比增长近300%，机器人正从展示品变成客户愿意下单的商品。属于人形机器人的夏天，还远没有结束。

在这场热潮里，中国企业备受关注。并且，越来越多的中国新玩家开始加入这条赛道。

截至2026年8月，国内现存具身智能相关企业已超过3500家，仅2025年一年就新注册近500家，同比增速超过115%，创下近十年峰值。

新玩家怎么进场，又如何把人形机器人卖向全球？成立于2022年的逐际动力或许是一份可参照的样本。

以嵌入供应链生态打开市场机遇

切入全球供应链，正是新玩家进入具身智能产业的机会窗口。

在2026年6月举办的第四届链博会

上，逐际动力的全尺寸人形机器人01i成为中信集团展台的“链上好友”。

展台一角，01i向驻足观众打招呼、比心，还跳起了一段舞蹈。几名来自危地马拉的外籍观众被它的生动活泼吸引，用不同的语言和它互动。

在这场盛会上，逐际动力不仅仅是展示产品，更是用这一机会切入全球供应链。

“我们与机器人产业链上下游的企业进行了深入交流，包括核心零部件、传感器、算力、材料、智能制造等多个领域的企业。”逐际动力行业业务总经理刘晓威说，“通过交流，我们更直观地感受到，具身智能仍是一个新兴产业，不像手机、汽车那样有成熟稳定的供应链，许多零部件、工艺都还在快速迭代。”

刘晓威认为，机器人主机企业和供应链上下游企业之间不是简单的采购关系，而是需要不断协同、不断试错的伙伴，主机厂要承担牵引上下游协同创新的责任。他希望通过合作把各自的技术和能力更好地结合起来，构建更加开放、协同、共赢的具

身智能产业生态。

场景也是供应链重要的一环

把供应链生态做厚是最重要、也是最难的一环。

将供应链生态做厚，不只是连接零部件、传感器等环节，更在于将机器人应用的不同场景纳入其中，场景本身是供应链不可或缺的一环。

过去，这些机器人大多是躺着被科研人员打量研究，是实验室的算法验证平台。逐际动力的客户最初几乎都来自科研领域，高校和科研院所往往把机器人用来做算法验证和技术探索。

进入2026年，市场变了。刘晓威发现，越来越多来自不同行业的企业，开始把机器人请进真实业务场景做概念验证。机器人正从科研工具变成帮企业探索新方案的产品。

目前，逐际动力机器人的应用场景已经延伸到商业服务、演艺、物流、巡检、建筑等多个领域。

9月2日，逐际动力联手ZINOVA共同

探索机器人在复杂建筑施工中的应用。机器人手持钉枪与木板，协同完成支模组框、钢筋铺设与绑扎一系列施工流程。

它们干的是最硬核的体力活，验证了具身机器人应用于复杂场景的可行性。

在场景拓展中，海外市场是逐际动力重点布局的方向之一，目前，重点布局的区域包括中东、欧洲、日本、韩国等发达国家和地区。

刘晓威分析说，这些市场具有共同的特点：一是拥有较高的教育水平，科研体系比较完善，聚集大量高校、科研机构 and 开发者，具备较强的机器人开发和应用能力；二是人口老龄化挑战更加突出，对自动化和智能化解决方案具有更迫切的需求；三是劳动力成本高，企业有更强的经济动力尝试和部署具身智能机器人。

“未来，随着技术不断成熟，我们相信具身智能机器人将在更多行业实现规模化应用。”刘晓威说。

热度之下，出海隐忧仍存

人形机器人正全力加速走向真实应

用场景，这是一场全球性的技术变革，是全球共同发展的方向。但地缘政治与贸易保护主义，成为出海企业的共同考题。

面对这些考题，逐际动力的应对仍然是——做实供应链生态，用本地化对冲不确定性。

刘晓威表示，作为全球化企业，逐际动力会始终坚持依法合规经营，在不同国家和地区严格遵守当地法律法规。在此基础上，公司会持续加强与海外经销商、在地合作伙伴及产业生态伙伴的合作，通过更本地化、更符合当地规范的产品与服务，推动机器人技术在全球落地。逐际动力交付的不再是一台设备，而是一整套供应与服务的能力。

在具身智能这场全球竞赛里，逐际动力的探索揭示出领先的关键，不仅是把机器人造出来、卖出去，更是把技术、供应链、本地服务与生态合作整合成一套可输出的体系和能力，这或许就是具身智能时代新玩家所给出的中国方案。