

# 智能纪要：2026年01月27日 19点25分 2026年1月27日

会议主题：2026年01月27日 19点25分

上传时间：1月27号（周二） 20:28（GMT+08）

智能纪要由 AI 生成，可能不准确，请谨慎甄别后使用

## 总结



# 2026年AI战略规划与突破方向

回顾2025年AI行业"乱花渐欲迷人眼"的焦虑现状，聚焦2026年如何实现突破性发展，明确核心战略方向与关键任务。

## 2026年核心战略方向

🔑 能说会干Agent

优先突破

构建最强执行能力与理解能力

- 整合最佳模型理解能力与规划任务能力
- 构建MCP三方服务分发体系
- 强化OS系统级底层数据原子化能力
- 提升GUI执行能力与系统优势

🗣️ 超拟人对话

体验升级

全端升级Native Audio模型

- 采用原生音频模型改造对话链路
- 实现可聊可控的沉浸式体验
- 支持多轮连续对话智能调度
- 提升智能感与真实感全面升级

🌐 跨端记忆系统

核心基建

构建用户长期记忆价值体系

- 实现人车家全生态跨端记忆
- 渗透到每次用户交互过程中
- 构建高价值用户亮点功能
- 形成差异化竞争优势

## 战略路径选择

🛡️ 守正策略

基础能力

- 保持与行业第一梯队对齐
- 确保基础功能无明显代差
- 依托硬件入口优势保持牌桌位置
- 通过NPS与用户体验持续优化

⚡ 出奇策略

差异化

- 聚焦跨端执行与记忆长板
- 打造别人无法追赶
- 通过硬件生态协同创造价值
- 构建120%亮点体验突破点

## 关键挑战与应对

⚙️ 技术架构挑战

- 现有架构不够Agentic，迭代速度慢
- 算法团队存在非共识问题
- 工程链路不足以支撑快速迭代
- 需要简化架构发挥模型通用能力

📊 目标度量挑战

- 缺乏清晰的后验指标体系
- NPS与用户体验难以量化
- 需要建立留存DAU核心指标
- 明确功能与商业目标的关联

★ 2026年核心目标：聚焦能说会干Agent、超拟人对话、跨端记忆三大方向，通过守正出奇双轨策略，在技术架构简化、目标度量清晰的基础上，实现有所突破的开心发展，准确把握时代脉搏。

飞书智能会议纪要 AI 生成

本次会议由团队骨干共同参与，深入回顾 2025 年工作感受与 AI 行业变化，探讨 2026 年发展方向、产品定位、评测策略等内容，明确聚焦重点方向、优化评测流程、服务小米终端等关键决策，内容如下：

- 2025 年工作回顾与感受
  - 整体感受
    - 焦虑与变化并存：多位发言人表示 2025 年工作非常焦虑，行业内 AI 变化快速且无条理、逻辑，每天有很多突发事情，让人抓不住时代脉络。但也有人看到行业进展和变化，虽累但整体比较开心。



- 业务中规中矩：说话人 1 认为团队 2025 年工作中规中矩，基本跟上行业步伐，但在最新 AI 模型能力认知转化到技术架构上较慢，尤其慢系统构建方面存在不足。

AI 行业发展主线

- 问答进阶通用问答：2025 年上半年团队看重问答，认为 AI 首先替代搜索，在问答及多模态图片增强问答上做了很多工作，对标豆包；9 月后，Gemini3 出现使问答有新升级，2026 年语言模型思考和问答能力将继续发展。
- 从能说到会干：2025 年 3 月出现的 Manus 不到一年被 Meta 收购，其核心是构建云端沙箱让 AI 干活；Anthropic 的 coworker、Claude bot 有系统级 OS 权限；豆包手机通过 GUI agent 执行长程任务，这是 2026 年 AI 重要发展主线，也是团队做慢系统的原因。

| 发展主线     | 核心内容              | 2025年进展                            | 2026年趋势              |
|----------|-------------------|------------------------------------|----------------------|
| 问答进阶通用问答 | AI替代搜索<br>多模态问答能力 | 对标豆包<br>Gemini3带来思考能力升级            | 语言模型思考及问答能力持续提升      |
| 从能说到会干   | AI执行复杂长程任务        | Manus被Meta收购<br>Claude bot获系统级OS权限 | 构建慢系统<br>提升agent执行能力 |
| 超拟人对话    | 沉浸式对话体验           | 老罗科技春晚出圈<br>MIMO Audio模型真人化回复      | 以听为主设备全面升级超拟人形态      |
| AIGC生成   | 生图/生视频能力          | 随心修图用户反馈好<br>创新运营活动受欢迎             | 行业竞争焦点<br>团队以外部合作为主  |

四大主线涵盖AI产品主要发展脉络，其中“从能说到会干”将成为2026年最重要方向  
飞书智能纪要 AI 生成

2025年AI行业发展主线分析

- 超拟人对话：老罗科技春晚中豆包的沉浸式对话出圈，其超拟人的体验与传统问答不同，MIMO Audio 模型回复更像真人会话，智能感全面提升。说话人 1 希望 2026 年以听为主的设备都能升级到超拟人对话形态。
- AIGC 生成：AIGC 是行业竞争焦点，但团队投入不多，主要接外部模型。随心修图用户反馈好，创新运营的生图、生视频活动也受用户欢迎。

2026 年发展方向探讨

聚焦重点方向

- 能说会干的 agent：说话人 1 认为这是 2026 年重要方向，要提升 agent 的理解和执行能力，整合最好的模型理解能力、规划任务能力以及系统各方面执行能力和数据获取能力，提升 agent 智能感上限。但目前团队工程架构存在问题，不够 agentic，影响产品快速迭代，需算法架构尽早达成共识并简化架构，同时构建 OS 级别 MCP 能力。

| 重点方向       | 核心目标                     | 关键措施                                | 当前挑战                      |
|------------|--------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| 能说会干的agent | 提升理解与执行能力<br>构建高智能感agent | 整合模型理解能力<br>构建OS级MCP能力<br>优化执行原子化能力 | 工程架构不够agentic<br>算法架构共识不足 |
| 超拟人的对话     | 全端支持可聊可控的超拟人体验           | 采用native Audio模型<br>改造对话链路          | 需适配多端设备<br>保证体验一致性        |
| 记忆         | 构建用户长期记忆价值<br>渗透交互全流程    | 开发跨端记忆能力<br>打造高价值用户亮点               | 记忆范畴定义模糊<br>需明确应用场景       |

三大方向需优先突破技术架构瓶颈，同时结合硬件生态优势实现差异化竞争  
飞书智能纪要 AI 生成

2026年核心发展方向规划

- 超拟人的对话：特斯拉的 Grok、Vimo 以及理想都在用 native Audio 模型改造对话链路，带来不同对话体验。若 2026 年团队能在各端做好超拟人的对话且支持可聊可控，将大幅提升用户体验。
- 记忆：记忆是 AI 竞争核心点，团队关注的是用户长期记忆在产品中的价值，要构建高价值用户亮点，并渗透到用户与小爱的交互中。

长板与短板策略



- 聚焦长板观点：说话人 5 认为追短板可能追不上，应聚焦别人没做的长板，如公司战略是人车家全生态，团队可做跨端记忆、跨端执行等长板功能，发挥自身设备优势。说话人 8 也支持此观点，认为应把跨端的各种智能功能做长，与公司战略契合。
- 平衡观点：说话人 4 认为小米超级小爱寄生在小米终端，有入口优势，只要将基础功能做到第一梯队，让用户感觉无代差，就能凭借入口优势在市场立足。同时要找到差异化，盘活入口部分，可根据公司目标决定是追求全面发展还是突出长板。

## ● 产品定位与评测策略

### ○ 产品定位

- 服务小米终端：说话人 1 明确表示团队在未来很长时间内不会考虑将小爱安装到其他手机上，因为在别人手机上无优势，投入回报低。小爱应通过与小米手机入口和系统结合，服务小米终端，成为核心卖点。
- 拓展覆盖途径：说话人 8 提出可将小爱的很多能力内置到米家 APP 中，因米家 APP 覆盖华为、OPPO、iPhone 等设备，能变相提升小爱的覆盖度。

### ○ 评测策略

- 灵活评测：说话人 1 认为评测应更灵活，并非所有指标都好才能上线，可商量在部分重要指标提升时，允许一些指标下降。提交评测时应面向重要算法升级迭代，避免小迭代浪费资源。
- 以留存为核心：说话人 9 提出评测是达成留存的手段，非最终结果，团队应建立以留存为核心的工作方法和意识。可参考豆包的 DAU 指标，通过留存情况评估产品效果。

## ● 工作问题与挑战

### ○ 研发与工程问题

- 架构迭代慢：团队在研发过程中存在架构迭代慢的问题，做 demo 快但工程落地难，现有架构定制化程度高，限制多，不够 agentic，影响产品快速迭代。说话人 8 建议可采用敏捷开发，从零开始构建全新系统，减少耦合问题。
- 评测流程效率低：评测流程越来越完善，但不能适应大模型时代的需求，可能是基建问题或流程不合理。说话人 1 认为应优化评测流程，提高效率。

### ○ 目标与资源问题

- 目标不明确：团队在工作中面临目标不明确的问题，如追求 NPS 还是追求 DAU 干法不同，手机部需求摇摆，导致资源投入反复，影响工作推进。说话人 10 建议与各部门明确目标共识，根据目标确定工作路径是守正还是出奇。
- 数据流程基建差：团队半年的数据流程还未通过，反映出基建工作存在问题，影响对产品效果的评估和改进。说话人 7 认为所有功能都应关注流程，提高工作效率。

## ● 公司战略与业务规划



- **公司战略解读：**说话人 2 指出公司战略人车家全生态目前在产品侧未产生真正意义，虽品牌、供应链、销售渠道和用户人群有互通优势，但相关子项目落在 AI 战略中。公司认为在 AI 时代要有自己的大模型才能胜利，目前团队已上桌，有竞争机会。
- **业务规划方向**
  - 互联网业务实验：公司将按互联网逻辑开展业务，拿几支团队做纯互联网、AI 互联网产品实验，如小豆包等，由互部牵头。
  - 商业模型拓展：公司在商业模型上开了两个口子，MIMO 独立上线并直接收费，Infra 也将进行售卖。
  - AI 新硬件探索：技术委将在 AI 新硬件方面开展工作，团队在眼镜等方面有领先表现，未来有发展机会。
- **小爱团队现状与挑战**
  - 团队优势：小爱团队作为语音助手团队比较健康，在工程和交互能力上较强，在市场中赢了其他音箱团队。
  - 面临挑战：公司和外部用户对小爱预期过高，将其与顶尖产品对标，导致团队压力大。团队业务范围扩大，需控制好预期，找到提升结果的链路。

👉 智能会议纪要反馈收集 [该内容不支持导出查看]

## 待办

☐ 组织手机部讨论 OS 如何为 AI 做基建

👉 智能会议纪要反馈收集 [该内容不支持导出查看]

## 智能章节

### 00:01 回顾2025年感受与变化，展望2026年更开心

本章节中说话人1趁团队40多位骨干齐聚，与大家深入探讨。先回顾2025年，提及大家普遍焦虑，对标同行压力大，也有同学因能学知识而开心，还有人表示内耗、身心俱疲。说话人1认为2025年是“乱花渐欲迷人眼”的状态，外部环境突发情况多、缺乏条理，希望把握主线变化，让2026年过更开心。

### 03:20 2026年AI产品四大发展主线及成果情况

本章节介绍了AI产品主要发展的四条主线：一是问答能力持续进阶，多模态能力也会发展；二是从能说到会干，构建让AI干活的环境，发挥其执行复杂任务的能力；三是超拟人对话，以听为主的设备有望升级；四是AIGC生成，接外部模型，随心修图等反馈较好。



## 09:42 回顾25年业务中规中矩，探讨技术架构升级思路

本章节说话人1回顾25年工作，认为整体中规中矩、缺少突破，尤其在将最新AI模型能力转化到技术架构上进展缓慢，慢系统构建滞后。他指出算法团队未意识到该问题，还提及此前业务讨论时提出全力投入慢系统建设，对雷总文档中快系统接MCP构建三方服务分发思路存疑，认为技术架构升级核心是产品体验的突破。

## 12:28 2026年业务突破重点：agent、对话与记忆

本章节围绕2026年如何赢展开讨论，希望团队有所突破、干得开心，对时代脉搏有清晰把握。提出26年最重要的三件事：一是打造能说会干的agent，让系统架构更具通用性，构建OS级MCP能力；二是在各端实现超拟人的可聊可控对话；三是挖掘用户长期记忆价值，使其成为产品亮点并融入交互。

## 22:31 小爱发展策略、目标及指标讨论

本章节围绕业务发展策略及考核指标展开讨论。有人认为应拉长板而非补短板，也有人觉得要追平差距。在考核方面，提到不能仅以老板个人喜好评判，要以用户真实行为和生态粘性投票，还探讨了NPS、用户时长、留存、UV、PV等指标，强调提高产品使用率、消耗TOKEN的重要性。

## 30:55 产品研发迭代、评测及OS为AI基建问题探讨

本章节讨论了研发与产品相关问题。一是快慢系统及研发迭代速度、工程落地的问题；二是产品形态定位，认为跟着硬件思路走会落后，提出思考小爱能否装在其他手机及相关迭代问题。此外，还提及评测要更灵活、提交需评估价值，研发有快慢系统，最后指出OS为AI做基建问题待手机部讨论并需专人负责。

## 36:18 小爱发展的长板策略、架构改进与覆盖建议

本章节说话人8提出三个想法：一是基于公司人车家全生态战略，要做跨端记忆、跨端执行等长板，放弃与豆包的全面竞争，专注小米跨端AI；二是解决架构迭代慢的问题，可从零开始敏捷开发，减少耦合；三是提出在华为手机装小爱，还可将小爱能力内置米家APP，提升覆盖度。

## 39:58 小爱评测难点、豆包DAU情况及留存工作建议

本章节说话人9发表两个观点，一是小爱评测难做，因无后验，NPS不能作后验；提到豆包的74日、月DAU相同，其7日、14日DAU与抖音120年情况类似，认为今年5月若投入大量资金，豆包DAU可能大幅增长。二是强调团队要建立重视留存的工作方法和意识，评测只是达成留存的手段，非结果。

## 41:37 小米业务现状、方向探讨及目标资源摇摆问题

本章节围绕工作情况展开讨论。说话人9认为在小米、小爱现状下应像曾国藩“结呆账、打硬仗”，等待变化，如豆包的商业模式。强调要做好基础功能，指出日常工作重交互、效果考量不深，平台维度不全。说话人10则指出时长流程不明确，手机部目标摇摆，导致整体目标和资源投入反复。

## 43:42 战略守正出奇需明确目标并达成部门共识

本章节说话人10顺着唐茂的话展开，认可此前提到的三个点属于战略中“守正”的部分，提出要明确目标，是为整机或终端硬件竞争力服务。还举例小米17、OPPO说明“出奇”的胜出逻辑。强调各



部门对目标要有明确共识，因为追求不同指标干法不同，目标会牵引战略路径是“守正”多还是“出奇”多。

### 45:13 做好单机体验，逐步推进互联互通人车家场景

本章节说话人3就高博提到的人车家进行补充。一是强调单机体验若做不好，跨端体验也不会好，应优先做好单机体验，这是所有用户都能用到的；二是指出互联互通主要价值在于带动平板、电脑、手表等二环设备销售，而非一环手机跟车，手车交集少；三是认为人车家的互联场景打通需循序渐进。

### 46:32 问答业务指标选择、评测集构建及实验难题

本章节围绕工作指标和做法展开讨论。说话人10提出下半年面临多方向做法选择难题，NPS、PV、UV等指标可拆解出多种做法，但人力有限难以抉择，且问答评测集难建。说话人4提及过去半年实验因员工有限未充分验证问题，26年需继续。说话人7认为留存是核心指标，还指出此前对流程关注少。

### 50:38 AI时代功能流程、非实时交互及应用实验探讨

本章节说话人7提出三点内容：一是所有功能需看流程；二是AI时代非实时交互刚起步，缺乏执行环境基建，若有执行环境或催生诸多应用；三是若记忆功能做好，APP互联网应用有机会重构，当前迭代慢且缺内测实验渠道，可考虑搭建平台让大家做实验触达用户，还以买衣服为例说明。最后说话人11提醒时间。

### 52:53 公司战略、经营策略及小爱团队发展探讨

本章节围绕公司战略展开，公司提出人车家全生态战略，但相关产品未产生实质意义，技术委押注大模型。当前公司已在AI竞争中“上桌”，有一定优势。产品按互联网逻辑开展，有多种经营策略。技术委未来有新方向，小爱团队工程和交互能力强，但面临预期过高问题，后续需控制预期。

📌 智能会议纪要反馈收集 [该内容不支持导出查看]

## 关键决策

- **关键决策：**聚焦能说会干的 agent、超拟人的对话、记忆三个方向，提升产品竞争力。
  - **问题：**如何在 2026 年实现业务突破，在 AI 竞争中取得优势。
  - **讨论方案：**
    - 说话人 1 提出聚焦能说会干的 agent、超拟人的对话、记忆三个方向，提升产品智能感和用户体验。
    - 说话人 8 提出做跨端记忆和跨端执行，发挥公司人车家全生态的长板优势。
  - **决策依据：**这三个方向代表了 AI 产品的主要发展脉络，能够提升产品的竞争力，满足用户需求。



- 其他决策：

- a. 评测要更灵活，面向重要算法升级迭代提交评测，节约资源。
- b. 未来有快系统和慢系统，快系统主要处理高频 query。
- c. 不考虑将小爱安装到其他手机上，专注服务自家终端。
- d. 建立以留存为核心的工作方法和意识，评测是达成留存的手段。
- e. 拿几支团队做纯的互联网、AI 互联网产品实验，MIMO 独立上线并直接收费，出售 Infra。

🔒 智能会议纪要反馈收集 [该内容不支持导出查看]

## 金句时刻

「2025 年是‘乱花渐欲迷人眼’的外部环境，我们要把握主线变化，让 2026 年过得更开心。」

—— 说话人 1，形象地总结了 2025 年的行业环境，并为 2026 年指明了方向，引发对未来发展的思考。

「在怎么干这件事情上我们自己要非常坚定，只有在这个基础之上我们才能干得很开心，并且有所突破。」

—— 说话人 1，强调了团队共识和坚定执行的重要性，对团队发展具有指导意义。

「我们的长板是人车家全生态的跨端智能，要保持在桌上，再把长板做长。」

—— 说话人 8，明确了公司的长板优势，为产品发展提供了战略方向。

🔒 智能会议纪要反馈收集 [该内容不支持导出查看]

## 相关链接

- 妙记：[2026年01月27日 19点25分](#)
- 文字记录
  - [2026年01月27日 19点25分 2026年1月27日](#)