

# 2026 年 五大趋势

自信把握稍纵即逝的转型机遇



# 我们如何提供帮助

一个多世纪以来，IBM 始终凭借专业能力，助力企业在市场竞争中脱颖而出。借助 IBM 深厚的行业、职能与技术专长、丰富的企业级技术解决方案以及基于科学的研究创新，企业能够充分挖掘 AI 潜能，更从容地应对瞬息万变的世界。

同时，作为全球量子计算领域的领导者，IBM 随时准备协助客户开启专属的量子探索之旅。

如需了解关于 IBM Consulting 的 AI 服务详情，请访问 [ibm.com/services/artificial-intelligence](https://ibm.com/services/artificial-intelligence)。

如需了解关于 IBM Software 的 AI 解决方案详情，请访问 [ibm.com/watson](https://ibm.com/watson)。

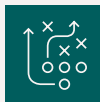
如需了解关于 IBM Research 的 AI 创新成果，请访问 [research.ibm.com/artificial-intelligence](https://research.ibm.com/artificial-intelligence)。

如需了解关于 IBM 量子计算的相关信息，请访问 [ibm.com/quantum](https://ibm.com/quantum)。

# 目录

引言	4
<b>趋势 1：</b> 主动拥抱不确定性，将其转化为战略资产	8
<b>趋势 2：</b> 员工对 AI 赋能的期待持续提升，而非缩减	11
<b>趋势 3：</b> 客户要求企业对其 AI 行为负责	14
<b>趋势 4：</b> 全球化背景下，AI 韧性离不开本地安全防护网	17
<b>趋势 5：</b> 合作共赢才能实现量子优势	20

## 摘要



### 主动拥抱不确定性，将其转化为战略资产。

74% 的高管认为，经济与地缘政治的波动将在 2026 年为其组织创造新的商业机遇。



### 员工对 AI 赋能的期待持续提升，而非缩减。

无论是哪个年龄段的员工，表示接纳雇主在 2026 年更广泛地采用 AI 技术的人数，至少是持抵触态度的两倍。



### 客户要求企业对其 AI 行为负责。

让消费者最安心使用 AI 的关键，是清晰易懂地说明 AI 如何使用个人数据。



### 全球化背景下，AI 韧性离不开本地安全防护网。

93% 的高管认为必须将 AI 主权纳入 2026 年的企业战略规划。



### 合作共赢才能实现量子优势。

已踏上量子的组织，参与多个生态系统的概率是准备度最低组织的三倍。

## 引言

# 接纳不确定性

进步是一把双刃剑。它在化解历史难题的同时，也带来了企业尚未理解的新挑战。

每一次技术跃迁都会产生难以预料的影响。变革速度越快，随之而来的不确定性也将呈指数级增长。当企业已在以 AI 的加速度前进，并即将迎来量子级跃迁时，追求稳定已然不再现实。

高瞻远瞩的领导者正主动探寻市场中的潜在裂痕——现有市场中的这些裂缝，正是新机遇涌现的地方。把握这些机遇的关键并非完美的规划，而是要培养对不确定性的接纳能力。

面对持续变化的商业环境，领导者如何打造既具韧性又能灵活调整的战略？如何让其组织保持进步、盈利能力和增长态势？



为了找到这些问题的答案，IBM 商业价值研究院 (IBM IBV) 携手 Phronesis，对 1,000 多名企业高管展开调研，探讨经济与地缘政治因素将如何影响其 2026 年的决策、企业对 AI 的规划方向以及最具成功潜力的战略。我们还与 Suzy 合作，在全球范围内调研了 8,500 名消费者和员工，聚焦其经济展望、个人及职场中的 AI 互动体验，以及对 AI 所带来变化的感受（请参阅第 23 页的“研究方法”）。

当企业已在以 AI 的加速度前进，并即将迎来量子级跃迁时，追求稳定已然不再现实。

高管与员工的观点并非完全一致，但双方均对 AI 时代充满热情，都能在不确定性中看到机遇。

高管普遍展现出强大韧性：尽管只有三分之一的高管对全球经济前景持乐观态度，但有 84% 对其组织未来的业绩表现持积极预期（见图 1）。面对变化与冲击，95% 的高管表示他们必须更快速地做出决策。然而，有 96% 的高管认为，他们在 2025 年所做出的重大决策最终被证明是正确的。

96% 的高管认为，他们在 2025 年所做出的重大决策最终被证明是正确的。

图 1  
尽管存在不确定性，高管仍对 2026 年保持乐观态度。

以下数据反映了对 2026 年持乐观、中立和悲观态度的高管比例。

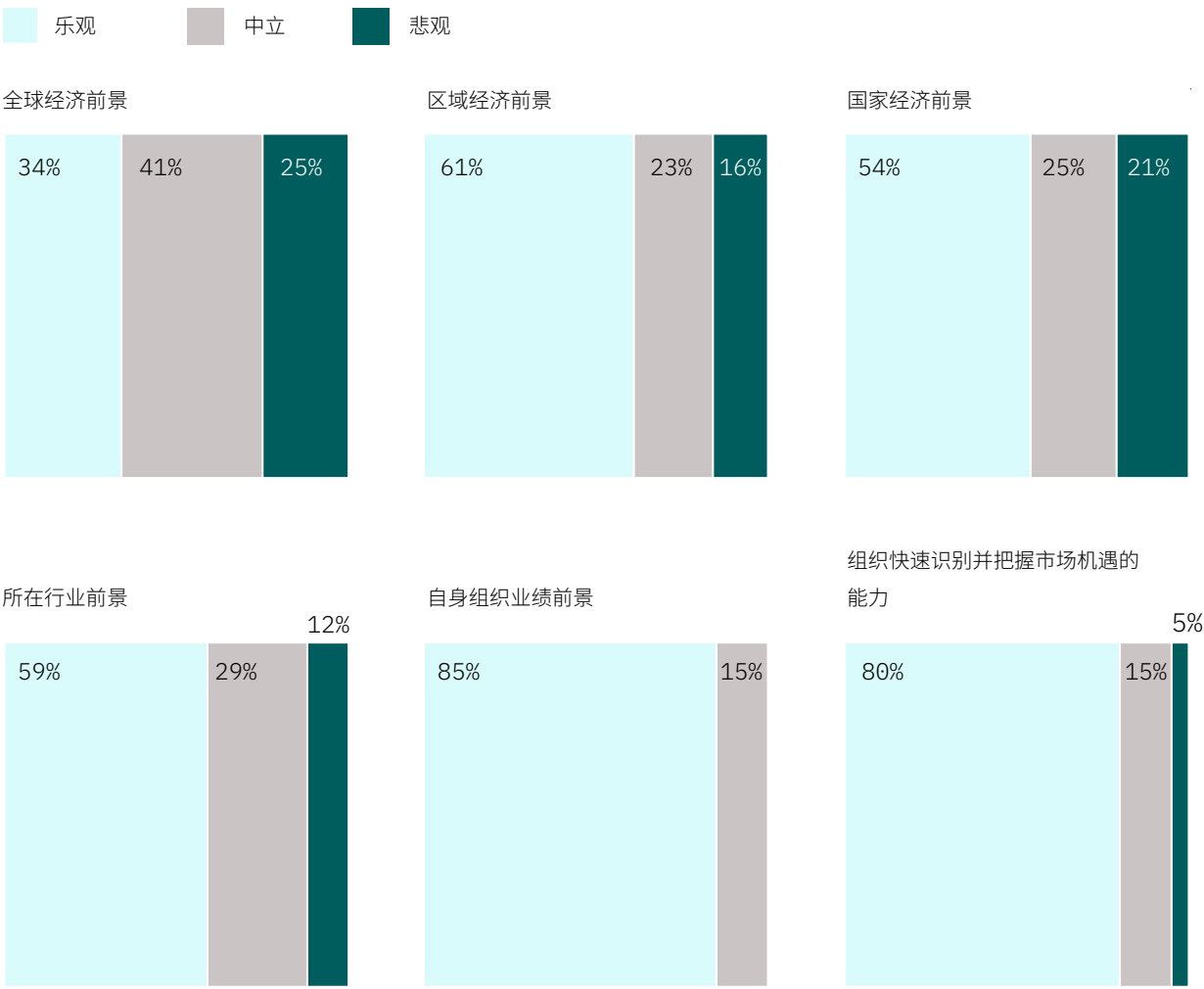
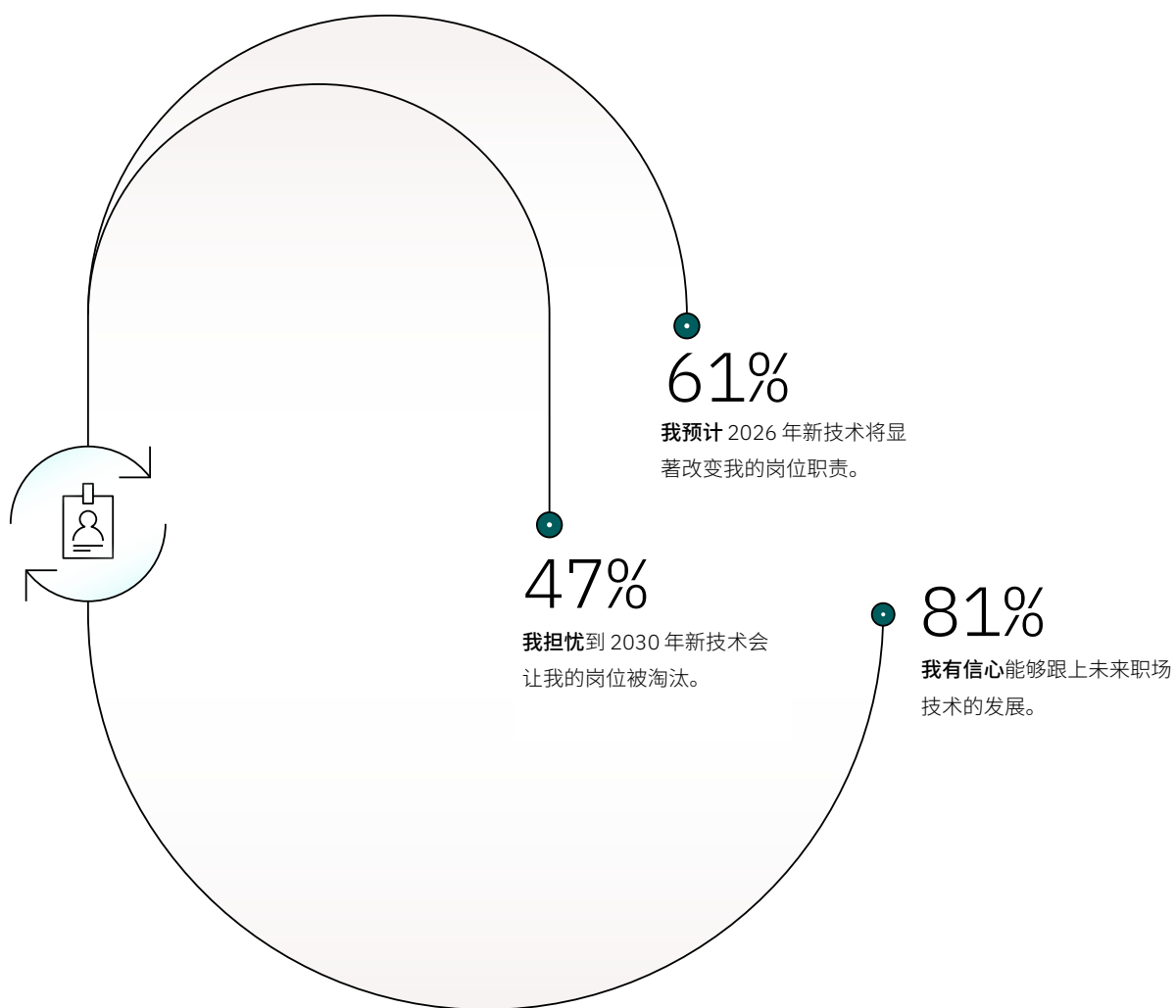


图 2

**员工已准备好利用 AI 引领变革。**

以下数据反映了员工对有关职场技术表述的认认同程度。



员工同样满怀希望。尽管有 61% 的员工预计 2026 年新技术将显著改变其岗位职责，且近半数员工担忧到 2030 年新技术会让其岗位被淘汰。但在考虑自身技能和能力时，81% 的员工表示有信心能够跟上未来职场技术的发展（见图 2）。

高管和员工都对当下的 AI 时代充满热情。

在充满可能性的当下，哪些机遇正在向我们招手？基于我们的研究，我们提炼出 2026 年所有商业领袖都应关注的五大趋势：

## 趋势

1

主动拥抱不确定性，将其转化为战略资产。

## 趋势

2

员工对 AI 赋能的期待持续提升，而非缩减。

## 趋势

3

客户要求企业对其 AI 行为负责。

## 趋势

4

全球化背景下，AI 韧性离不开本地安全防护网。

## 趋势

5

合作共赢才能实现量子优势。



## 趋势 1

# 主动拥抱不确定性， 将其转化为战略资产。

在瞬息万变的环境中，快速响应已成为硬性要求。  
调研显示，90% 的高管认为，一旦企业不具备实时运营能力，就难以保持竞争优势。





如今，仅仅对变化作出响应远远不够。要赢得优势，组织必须预判变化并从中获利，否则就可能陷入被动。这种风险是真实存在的：81% 的高管表示，地缘政治和经济问题在 2025 年已经对其企业的技术投资构成威胁。近半数高管认为这一问题在 2026 年还会进一步恶化。

积极的一面是：有 74% 的高管认为，经济与地缘政治的波动将在 2026 年为其组织创造新的商业机遇（见图 3）。企业要做到的是，在机遇浮现之时立即识别，并在其消失之前迅速落子布局。

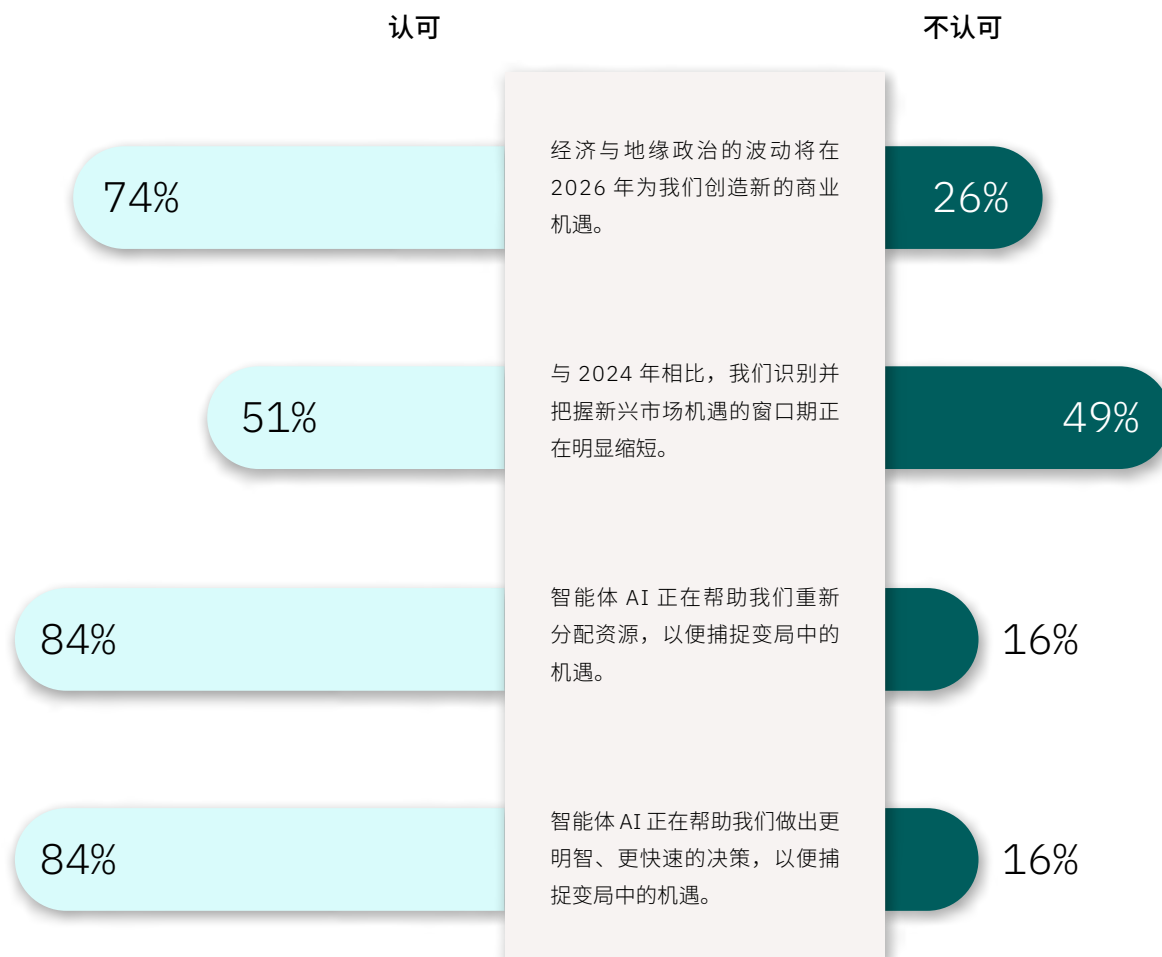
然而，对于大型企业而言，跟上市场节奏并非易事。要快速应对新的风险和机遇，企业必须构建足够灵活的 IT 基础设施和数据架构，让信息在正确的时间点触达正确的员工和 AI 代理。

已经有超过五分之四的高管表示，智能体 AI 正帮助其组织做出更明智、更快速的决策，同时重新分配资源，以便捕捉变局中的机遇。同时，有 69% 的高管认为，由于全球经济前景充满不确定性，其组织必须开发智能体 AI 的模拟和建模能力。<sup>1</sup>

图 3

### 智能体 AI 助力组织捕捉变局中的机遇。

以下数据反映了高管对有关地缘政治和宏观经济趋势表述的认可程度。



# 行动指南

## 让组织“重新布线”——构建快速响应能力。

重塑组织结构——包括团队构成、数据架构以及产品组合。以敏捷性为核心重新设计这些要素，同时引入支持 AI 的数据产品，提升并优化各层级的决策能力。在对智能体的表现有足够的信心之后，赋予其在达到特定机遇阈值时调整定价、转变营销信息及推出产品变体的权限。

无论如何，能把这场转型视为必选项，而非锦上添花之举的领导者，往往能率先抢占先机。这些认为智能体 AI 能带来更明智、更快速决策的高管，在动荡中识别到机遇的可能性是其他高管的两倍。

在实践中，这样的差距会有多大？对于面临供应链中断的制造商而言，AI 代理可以自主识别可供替代的物料来源、重新规划物流路线并调整定价模型——而这个时候，其他组织可能还在安排紧急会议。对于零售企业而言，AI 代理可识别出社交媒体上与特定品牌相关的消费者情绪的变化，从而及时调整营销策略，完成产品的转换。

这样的场景已成为当下的现实。有四分之一的高管表示，其组织在 2025 年就已经让 AI 代理独立执行任务。70% 的高管期望其组织在 2026 年底前具备这种能力。<sup>2</sup> 首席数据官 (CDO) 对这些 AI 代理的能力充满信心。通常负责推动 AI 落地成果的 CDO 中，有 83% 表示，部署 AI 代理的潜在收益大于风险——且有 77% 已经对其组织依赖 AI 代理产出的结果有足够的信心。<sup>3</sup>

当然，单靠部署 AI 代理并不能保证成功。事实上，高管也表示，2025 年开展的智能体 AI 项目中，按照客观指标的衡量标准，只有约 40% 实现了预期效果。<sup>4</sup> 要在不断变化的环境中做出最佳决策，组织必须将其企业级 AI 的能力提升到一定的高度。当 AI 代理具备多源信号监测、复杂关联分析与实时情景建模能力时，不确定性就不再是风险，而是企业的战略资产。

## 趋势 2

员工对 AI 赋能的期待  
持续提升，而非缩减。

这场 AI 转型中存在一定的认知差距。



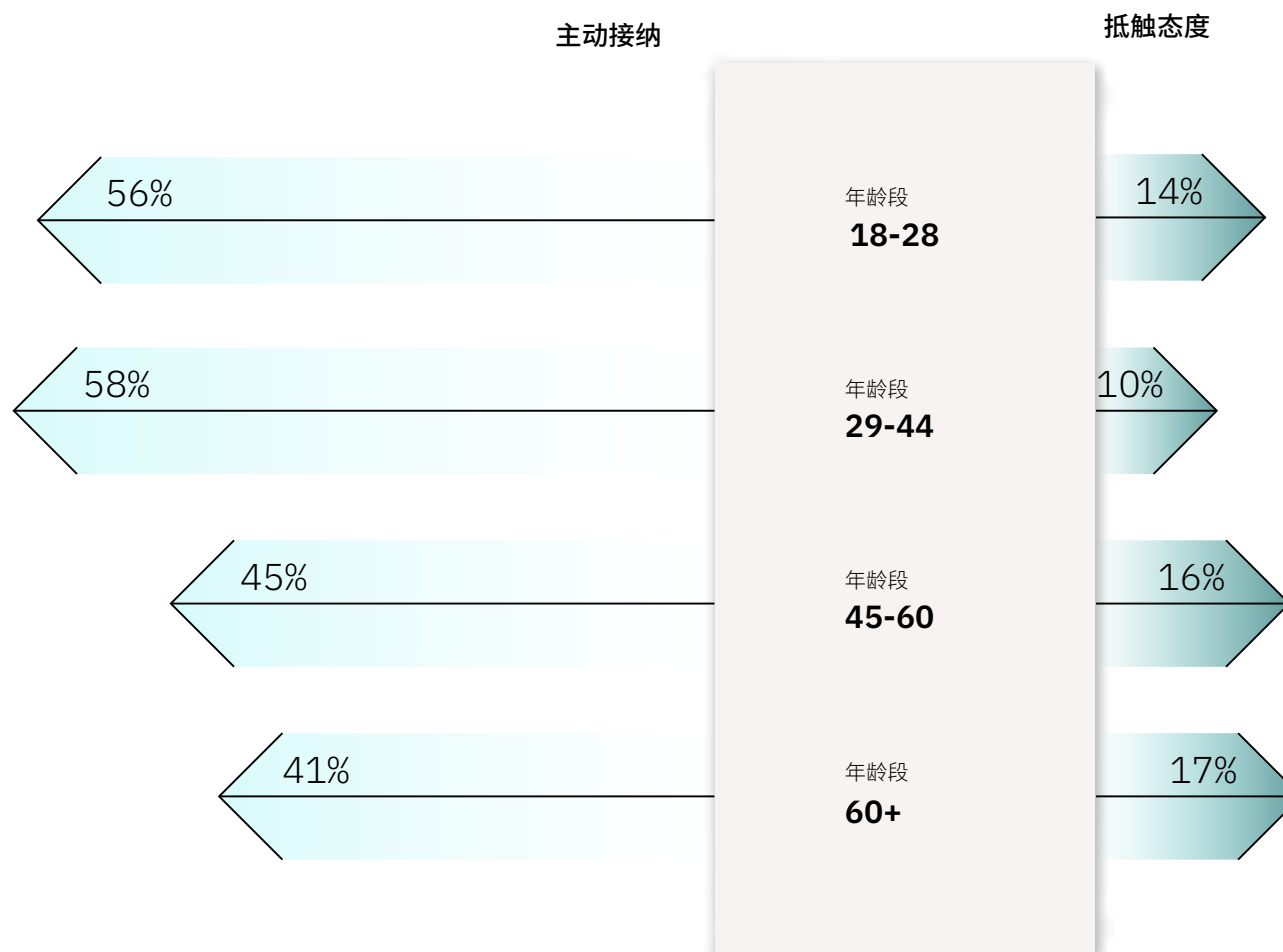
高管普遍担忧“转型疲劳”——有 56% 的高管认为不断变化的流程和职责让员工身心俱疲。但员工对变革节奏却不那么担忧——77% 的员工表示他们能接受当前技术对日常工作的更新速度。

谈到 AI，员工的整体态度偏积极，而非消极。在所有年龄段的员工中——无论是 AI 原住民还是资深员工——表示接纳雇主在 2026 年更广泛地采用 AI 技术的人数均是持抵触态度的两倍。这已远非只是“被动接受”，而是“热情拥抱”（见图 4）。

图 4

#### 各年龄段的员工都对 AI 充满热情。

以下百分比反映了各年龄段员工对雇主在 2026 年扩大 AI 应用的反应。



# 行动指南

## 为尚未存在的岗位制定人才发展路径。

引导员工逐项审视日常工作，明确哪些更适通过 AI 得到增强或自动化，哪些则必须由人主导。那些 AI 无法带来明显改进的任务，就是未来竞争的核心战场。把人才集中投入到这些领域。快速定义新岗位的职责——但要保持灵活性。建立灵活的岗位框架，而不是僵化的职位描述。从董事会到基层，持续提升整个组织的 AI 素养。

## 48% 的员工表示，他们能够接受 AI 的管理。

许多员工表示，AI 已在问题解决、生产效率和创意输出等方面带来了明显的改善。在认为 AI 正在重塑企业文化的员工里，有三分之二 (88%) 认为这种变化是积极的。

在许多员工眼中，AI 不是敌人，而是摆脱重复性工作的途径。有 61% 的员工认为，AI 接手了单调的任务，让他们能更多地参与战略性工作。AI 将他们从枯燥重复的任务中解放出来，从而有更多的时间专注于高价值产出。虽然并非所有员工都接受 AI，但有 63% 的员工愿意与 AI 代理协作——且有近一半 (48%) 表示可以接受 AI 的管理。由于认为掌握新技术至关重要，为获得更优质的培训，56% 的员工表示愿意为此跳槽，有 42% 甚至愿意为此接受降薪。

在这一点上，高管与员工的观点如出一辙：高管认为，到 2026 年底，有 56% 的员工会因 AI 驱动的自动化而需要接受再培训。<sup>5</sup> 但员工最需要提升的技能并不一定是技术技能。2025 年，高管指出最重要的员工技能是问题解决与创新能力——而他们也预测，未来三年，生成式 AI 将进一步放大这些技能的重要性。<sup>6</sup>

当 AI 从加速工具升级为变革与增长引擎时，最具价值的员工将专注于 AI 无法完成的任务：做出判断、建立关系、应对充满不确定性的场景、推动创新。总而言之，有 82% 的高管认为，要建立竞争优势，必须将最优秀的人才分配在 AI 无法发挥作用的领域。

## 趋势 3

# 客户要求企业对其 AI 行为负责。

客户信任是“终极资产”：95% 的高管认为，消费者对其 AI 产品的信任程度将决定其新产品和服务的成败。不是“影响”，而是“决定”。





图 5

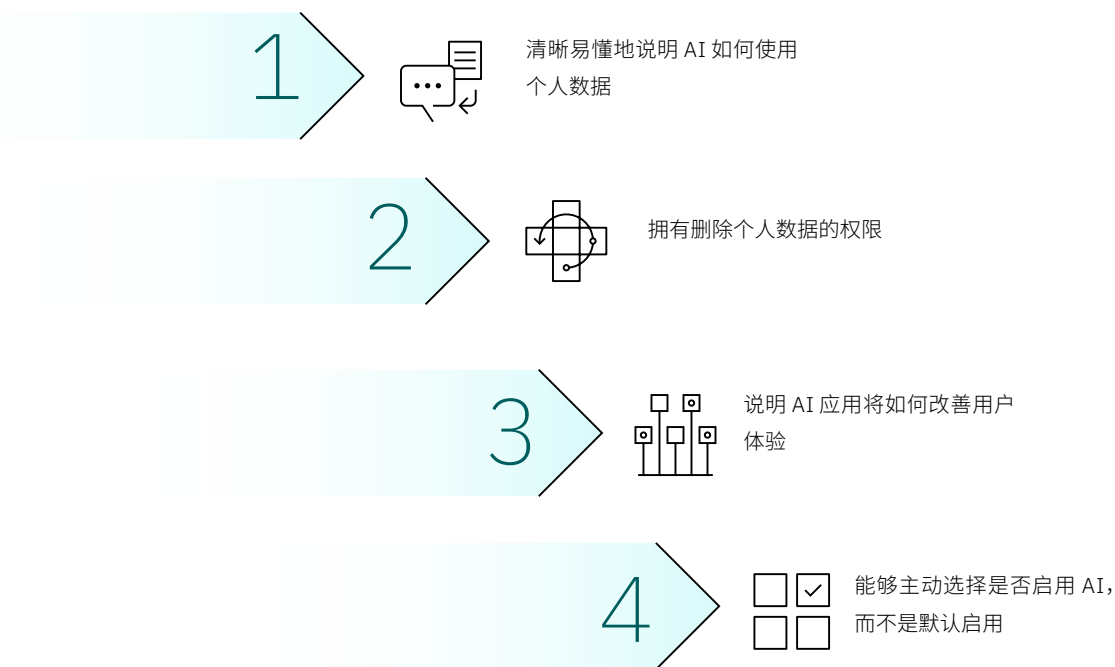
### 消费者对 AI 产品有哪些期望？

以下排名列出影响消费者安心使用 AI 产品与服务的核心关键因素。

89% 的消费者表示，他们希望在与 AI 交互时能明确知情。在由 AI 驱动的未来市场中，透明度将成为企业的“入场筹码”。

消费者并不要求 AI 完美无缺。事实上，他们对 AI 在消费品与服务中所表现出来的缺陷有着出人意料的包容度。超过一半 (56%) 的消费者表示，他们对前沿 AI 服务充满兴趣，因此愿意接受一些瑕疵。他们理解 AI 仍在学习与进化。聊天机器人卡壳？消费者不纠结。推荐内容不够精准？他们会再给 AI 一次机会。

但一旦企业试图遮掩 AI 的使用或消费者数据的使用方式——这种宽容会迅速消失。五分之四的消费者表示，一旦发现某个品牌故意隐瞒 AI 的使用，对其信任度将大幅下滑。三分之二的消费者在这种情况下会选择更换品牌——其中一半表示哪怕增加支出也要更换。消费者传递的信号很明确：他们不要求 AI 十全十美，但要求保持知情（见图 5）。



消费者不要求 AI 十全十美，但要求保持知情。

# 行动指南

## 让客户成为共创伙伴，而不是实验对象。

不要单单告诉客户您正在使用他们的数据——要向他们展示您的使用方式。从一开始就将透明原则整合进 AI 产品的设计中。让 AI 推荐可溯源，这样客户能够理解决策的生成机制。帮助客户理解分享个人数据所能收获的价值，并给予客户远超最低监管标准的自主权，包括数据的删除和迁移权限。邀请最热情的用户测试 AI 新功能，在正式推出前共同打磨用户体验。

看似矛盾的是，那些表示客户对其 AI 产品的安全性和保密性有所顾虑的企业，反而更有可能利用好 AI，为客户创造更大的价值。这是因为这些企业愿意聆听，而不是屏蔽负面反馈。领先企业的高管普遍认为，首先要在客户数据的使用方式上做到充分透明。他们还会主动找到对 AI 最感兴趣的客户，邀请他们参与早期试用。

让客户参与创意不仅能提升忠诚度，更能推动 AI 转型。与企业联系最紧密的客户不仅会贡献更多数据，还会主动为企业的 AI 创新项目“发声”，从而形成竞争对手难以复制的良性循环。

如果一家公司在与消费者的互动中刻意隐瞒 AI 的参与，三分之二的消费者会选择更换品牌。

## 趋势 4

# 全球化背景下，AI 韧性离不开本地安全防护网。

AI 韧性取决于能否保持不间断的访问与使用。这意味着 AI 主权——组织在任何时候都能掌控并治理其 AI 系统、数据和基础架构的能力——已经上升为关乎成败的核心要素。



图 6

**数据的物理位置对 AI 韧性至关重要。**

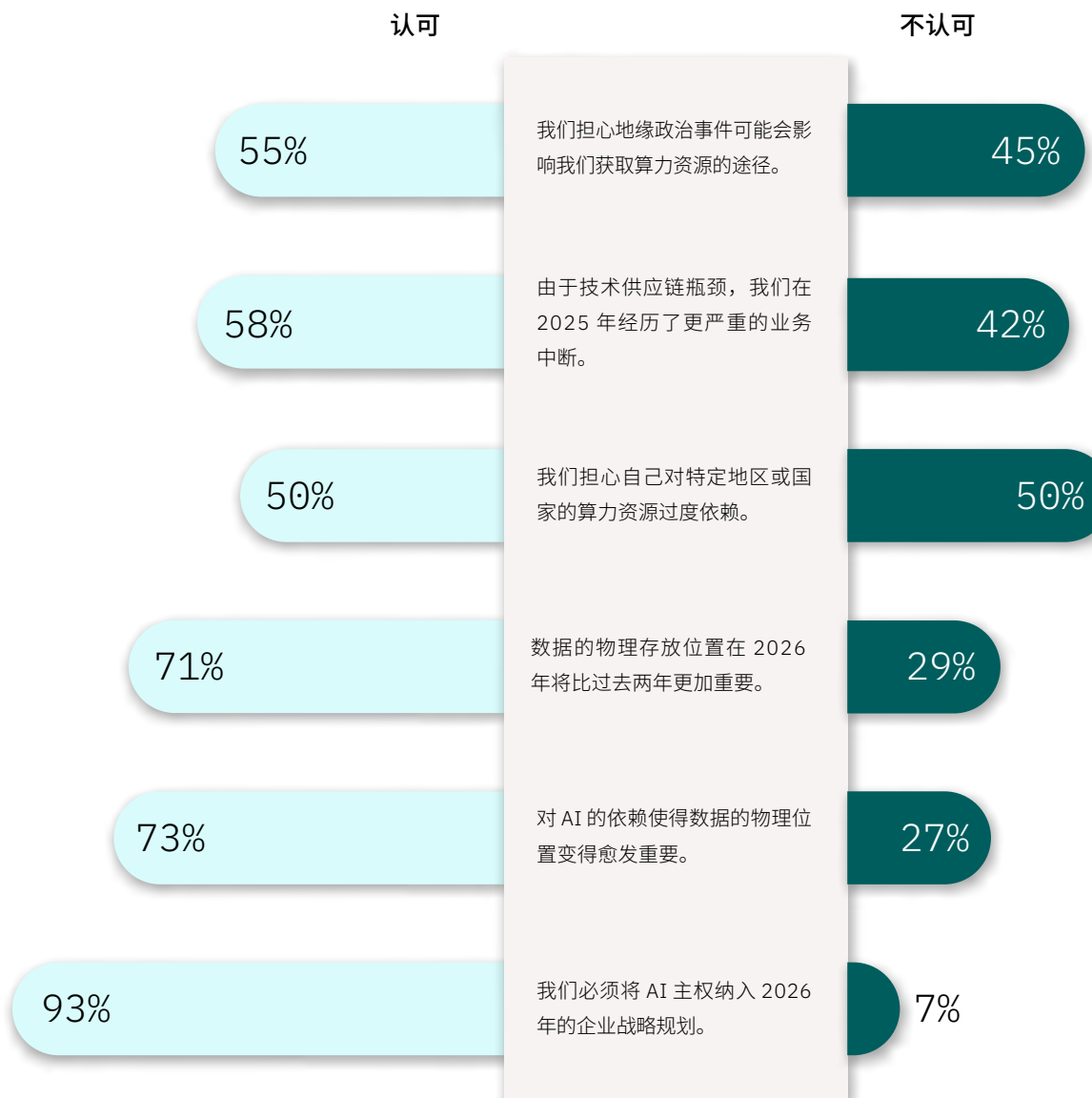
以下数据反映了高管对有关其组织的数据和 AI 韧性表述的认可程度。

从业务连续性的角度出发，93% 的高管认为必须将 AI 主权纳入 2026 年的企业战略规划（见图 6）。

这具体意味着什么？这意味着在本国从零开始构建 AI 能力——从数据中心到云架构，再到用当地语言训练的 AI 模型。此外，这意味着识别 AI 生态系统中的薄弱环节，并将易受制于人的能力迁回到自己更容易掌控的地域范围内。

缺乏 AI 主权的组织在危机来临时可能无法足够快速地做出应对与调整。当我们询问高管是否担心自己对特定地区的算力资源过度依赖时（未要求指明具体地区），有 50% 的高管表示认同。进一步分析发现，持有这种担忧的领导者，将动荡视为机遇的可能性要低 26%。

AI 韧性面临的风险比大多数人所认识到的要复杂、深远得多。设想一下，如果新的数据监管规定要求客户数据必须留在本国境内，而企业的 AI 模型却是基于境外的基础设施进行训练和部署的，那将带来什么样的结果？在国内缺乏数据、AI 模型和相关人才的情况下，某部分业务运营可能会陷入停滞。此外，高管还普遍担忧数据泄露、难以跟上不断演变的监管要求、失去数据访问权限，以及知识产权被窃取。



AI 主权是组织在任何时候都能掌控并治理其 AI 系统、数据和基础架构的能力。

AI 韧性同样依赖于企业持续获取最前沿技术的能力。举例来说，由于贸易限制持续影响尖端半导体的流通规则，不少企业发现自己的 AI 能力面临着前所未有的不确定性。事实上，有 75% 需要采购芯片的企业高管表示，对少数几家半导体供应商的依赖是一项重大的战略挑战。<sup>7</sup> 在“赢家通吃”市场中，早期的领先企业可以获得难以逾越的优势，因此企业无法承受哪怕只是暂时的 AI 供应链的中断。

要增强 AI 韧性，透明度与可靠度仍是必不可少的。由于监管机构和消费者都要求企业说明 AI 代理做出特定决策的推理路径，企业必须让 AI 代理具备展示其工作过程的能力，即便是最复杂的输出也一样。除此之外，企业还须应对数据与模型漂移问题，因为现实模式一旦改变，AI 的输出就可能失准。

要增强 AI 韧性，组织必须重新思考其竞争优势的维持方式。与其关注拥有的技术，不如评估自己能独立制定的战略决策：模型的运行位置、数据的治理方式，以及当全球系统发生故障时，业务连续性的实际掌控者。将思维从垂直整合转向能够应对混乱的协调能力，这才是实现 AI 韧性的有效路径。

# 行动指南

## 夯实 AI 防护体系。

构建灵活的 AI 环境，让算力任务、数据和 AI 代理能够在可信的位置和提供商之间无缝切换。在确保可靠度与透明度的前提下，将核心合规任务自动化，以加速 AI 创新。从一开始就将可解释性融入每个模型，要求 AI 代理完整记录决策链路，让利益相关者不仅看得到结果，还能追溯背后的原因。建立不间断的监测机制，提前识别模型漂移，并在其损害系统性能或导致偏差之前主动干预。



## 趋势 5

# 合作共赢才能实现 量子优势。

量子计算早已从“纸上蓝图”走向现实。最新研究表明，到 2026 年底，我们有望迎来真正意义上的量子优势。





量子优势指的是量子计算机针对某个问题所提供的解决方案，在准确度、运行速度或成本方面，与所有传统的方法或资源相比，有了显著的改善。但问题在于：规模化的量子优势的实现需要大量资源，而没有任何一个组织能够独立维护这么庞大的资源。这些资源包括更强大的计算能力、更海量的数据，以及跨学科、跨行业的更深厚的专业知识储备。简而言之，这需要一个庞大的生态系统——甚至不止一个。

以设计新一代储能蓄电池来满足日益增长的能源需求为例：量子计算机能以前所未有的规模模拟分子的相互作用，但要设计出切实可行的创新方案，还需要来自科研机构的大型化学数据库、来自制造商的真实性能数据，以及来自汽车或电子行业合作伙伴的应用洞察。当量子处理器能够利用整个能源生态系统的数据时，所带来的不仅是更快的发现速度，更是全新材料的诞生。

此外，要在快速变化的金融市场上立于不败之地，同样面临着艰巨的挑战。但量子计算机将交易所的实时数据、央行的指标、新提供商的舆情分析等数据加以综合分析后，足以帮助银行加速交易流程。生态系统数据让隐藏的定价信号得以浮现，投资决策更加明智，流程优化也得以精确到微秒级。

走在量子征程最前线的组织已然明晰：已踏上量子征程的组织——即在 2025 年量子就绪指数中排名前 10% 的组织——参与多个生态系统的概率是其他组织的三倍。<sup>8</sup>

无论组织的量子征程进展如何，生态系统整合都是规模化的“倍增器”：79% 的高管表示生态系统合作伙伴能加速技术采用；77% 表示来自合作伙伴的数据可提升业务成果（见图 7）。

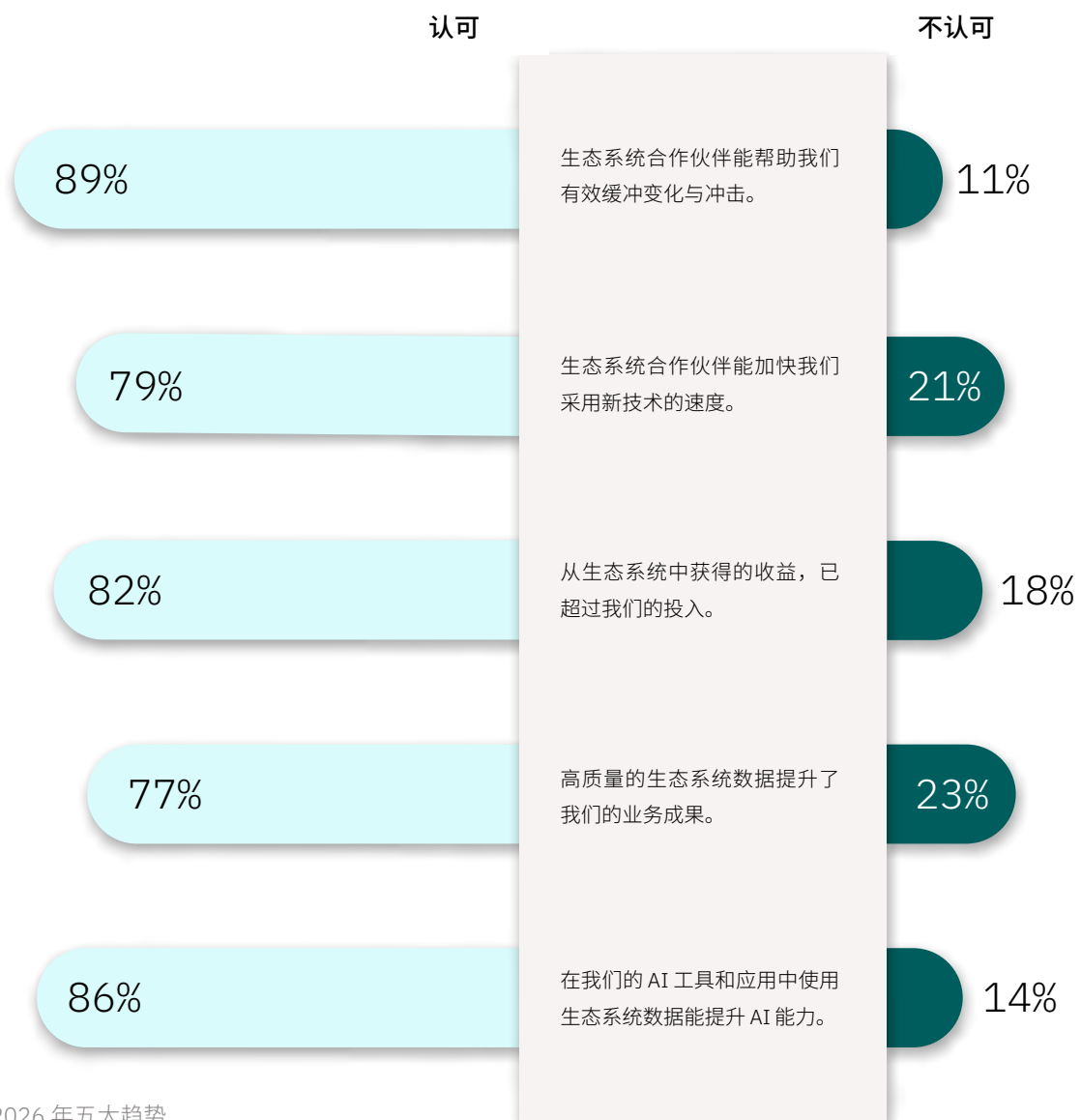
为每项业务需求找到合适的数据和计算能力，能让组织以更高的精度运作。这是渐进改善与重塑市场的突破性创新之间的差距。如今正打造最强生态联盟的企业不只为赢在当下，更在为量子时代的领先地位奠基。



图 7

**生态系统助力提升敏捷性与创新能力。**

以下数据反映了高管对有关其生态系统合作伙伴相关表述的认可程度。



# 行动指南

## 提前布局下一轮技术突破。

聚焦可能带来突破性优势的新兴技术（包括量子计算），选择重点押注方向，并通过联合创新来分担成本、降低风险、加速学习。优先选择开放、高度可信、善于协作和创新型合作伙伴，他们能提供互补的数据和能力。利用生态系统数据训练 AI，使其更具成本效益，并能随业务需求的变化快速更新。

# 研究方法

为探究塑造 2026 年商业格局的关键趋势，IBM 商业价值研究院采用“双重视角”研究方法展开调研。我们通过两项独立的大规模调研收集定量数据：一项针对企业高管，另一项针对来自全球的消费者和员工。

## 高管调研与样本构成

我们与 Phronesis 合作，对来自 20 个主要行业的大型企业组织中的 1,028 名企业高管展开了调研。抽样框架旨在确保全面的跨行业视角，其中银行业 (11%)、政府部门 (11%)、合并的消费领域（零售业 6%、消费品行业 5%）占比较高。其他重要行业包括保险业 (6%)、电信业 (6%)、能源和公用事业 (6%)、汽车业 (7%) 和石油业 (5%)。

受访者均为高级领导层，以提供战略和组织层面的视角。样本在关键职位上分布均衡，包括：首席执行官 (12%)、首席财务官 (13%)、首席信息官 (12%)、首席人力资源官 (12%)、首席供应链官 (11%)，以及其他高管职能，如首席技术官 (10%)、首席营销官 (10%)、首席运营官 (10%) 和首席数据官 (10%)。参与企业规模庞大，年营收中位数约为 92 亿美元，表明本研究结果反映的是大型企业的优先事项以及其所面临的挑战。

## 消费者调研与样本特征

为完善高管视角，我们还与 Suzy 合作，对 8,500 名消费者进行了调研。样本全部由全职人员构成，以确保调研所搜集观点与当前及未来的劳动力群体直接相关。受访者群体涵盖了各个年龄段，且分布均匀：18-28 岁、29-44 岁、45-60 岁以及 60 岁以上。更为关键的是，该样本对人工智能的认知水平较高：71% 的受访者表示自己对 AI 的工作原理有从基础到深入的了解；9% 的受访者自称是 AI 专家。这表明消费者数据反映了对 AI 在商业和社会中作用的理性看法。

## 分析方法

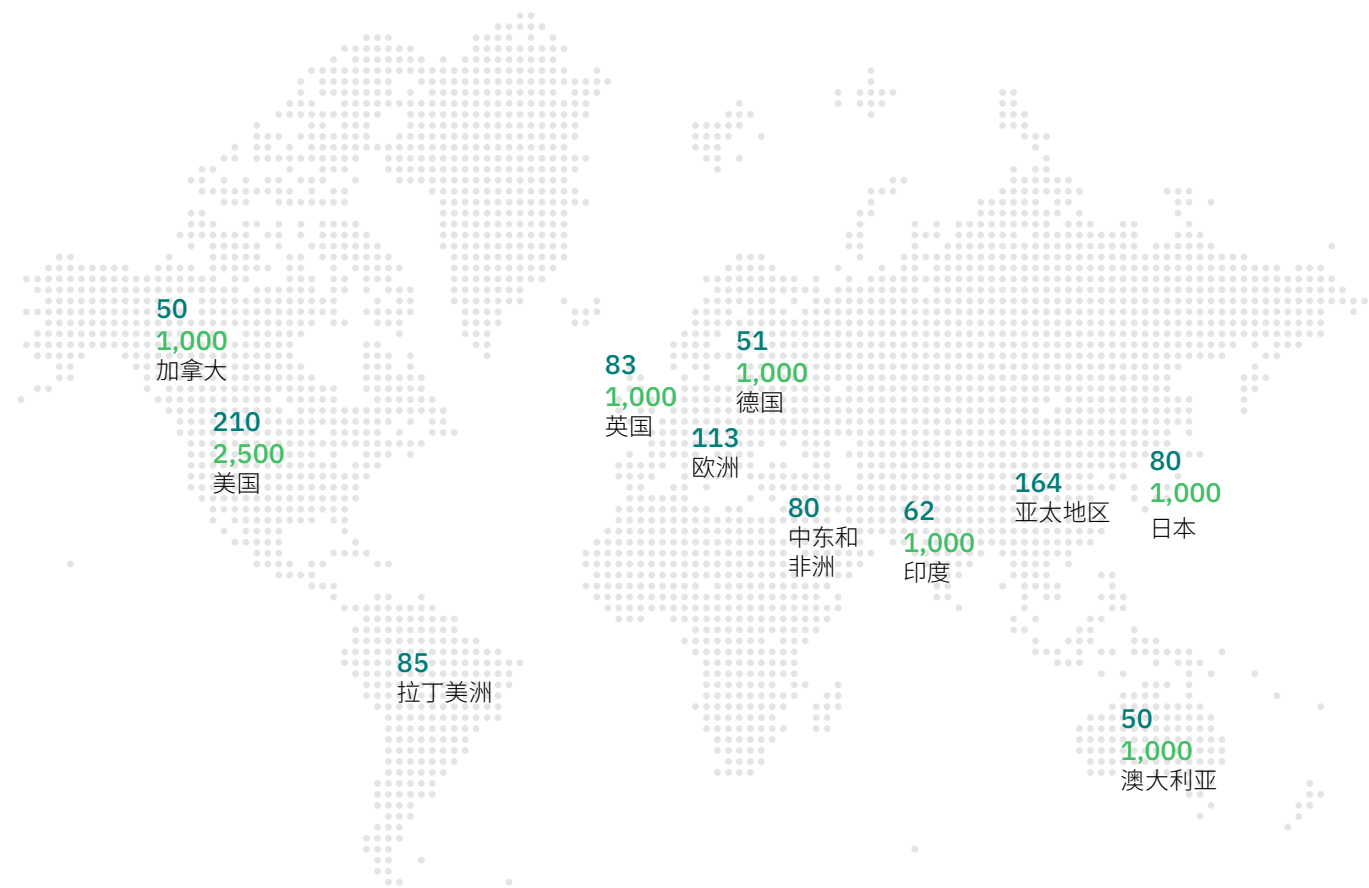
分析共分两大阶段展开。首先，我们采用描述性统计方法（包括频数分析和人口统计特征分组）来识别主要趋势，建立两个样本群体的基本认知。

其次，我们对高管数据进行了一系列回归分析，以揭示影响不同战略预期的因素。最关键的是构建模型以识别哪些关键变量会促使高管形成“经济和地缘政治波动将在 2026 年创造新的商业机遇”这一看法。<sup>9</sup> 该分析超越了相关性分析，量化了各因素对高管观点的影响程度。

# 全球代表性样本分布

以下数字表示在各地区参与调研的高管和员工/消费者的数量。

高管  
员工/消费者



## IBM 商业价值研究院

IBM 商业价值研究院 (IBM IBV) 自创建以来持续提供有研究支持和技术支持的战略洞察，帮助领导者做出更明智的业务决策。凭借 IBM 在商业、技术和社会交叉领域的独特地位，我们每年都会针对成千上万高管、消费者和专家展开调研、访谈和互动，将他们的观点综合成可信赖的、振奋人心和切实可行的洞察。需要 IBV 最新研究成果，请在 [ibm.com/ibv](https://www.ibm.com/ibv) 上注册以接收 IBV 的电子邮件通讯。访问 IBM 商业价值研究院中国官网，免费下载中文研究报告：<https://www.ibm.com/ibv/cn>。

## 选对合作伙伴，驾驭多变的世界

在 IBM，我们积极与客户协作，运用业务洞察和先进的研究方法与技术，帮助他们在瞬息万变的商业环境中保持独特的竞争优势。

## 关于研究洞察

研究洞察致力于为企业高管就公共和私营领域的关键问题提供基于事实的战略洞察。洞察机遇对自身主要研究调查的分析结果得出。要了解更多信息，请联系 IBM 商业价值研究院：[ibv@us.ibm.com](mailto:ibv@us.ibm.com)。

## 相关报告

*2025 CEO 调研：五大认知升级，激发业务增长。*

IBM 商业价值研究院。2025 年 6 月。

<https://www.ibm.com/cn-zh/services/insights/c-suite-ceo-2025>

*破解 AI 投资回报迷局：首席 AI 官如何化繁为简，开辟价值创造新路径。*

IBM 商业价值研究院。2025 年 7 月。

<https://www.ibm.com/cn-zh/services/insights/tech-ai>

*2025 全球首席数据官 (CDO) 调研：释放 AI 倍增效应：以决策级数据加速增长。*

IBM 商业价值研究院。2025 年 12 月。

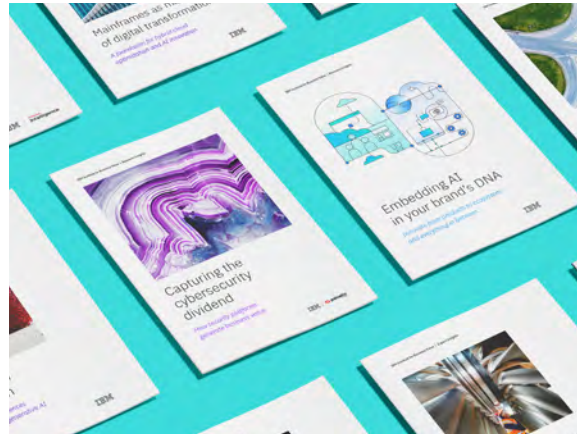
<https://www.ibm.com/cn-zh/services/insights/function-cio>

## 特别感谢

Francesco Brenna, Neil Dhar, Joe Dittmar, Keita Fujimori, Heather Higgins, Salima Lin, Jamie Mackenzie, Oscar Gonzalez Nogueira, Nick Otto, Krishna Ramos Souza de Queiroz, Jennifer Quinlan, Caroline Roche, David Trager, Helle Valentin, Kush Varshney, Sebastian Weir

### IBM IBV

Sara Aboulhosn, Tessa D'Agosta, Angela Finley, Tegan Jones, Heba Nashaat, Christopher Nowak, Veena Pureswaran, Andrew Womack



## 订阅 IdeaWatch 电子月刊

前沿洞察，触手可及。

由 IBM 商业价值研究院倾力呈现。IBM 商业价值研究院连续两年荣膺 Source Global Research “全球思想领导力排行”榜首。

基于深度研究的战略洞察、数据与分析，助您优化商业决策，智胜科技投资。

**立即订阅：** [ibm.co/ideawatch](https://ibm.co/ideawatch)



## 备注和参考资料

- 1 Goyal, Manish, Federico Torreti, Francesco Brenna, Shobhit Varshney, Anant Patel, and Karen Butner. *Agentic AI's strategic ascent: Shifting operations from incremental gains to net-new impact*. IBM Institute for Business Value. October 10, 2025. <https://ibm.biz/agentic-ai-ops>
- 2 Ibid.
- 3 The 2025 Chief Data Officer Study. *The AI multiplier effect: Accelerate growth with decision-ready data*. The IBM Institute for Business Value. November 12, 2025. <https://ibm.biz/2025-cdo>
- 4 Goyal, Manish, Federico Torreti, Francesco Brenna, Shobhit Varshney, Anant Patel, and Karen Butner. *Agentic AI's strategic ascent: Shifting operations from incremental gains to net-new impact*. Unpublished data. IBM Institute for Business Value. October 10, 2025. <https://ibm.biz/agentic-ai-ops>
- 5 Ahola, Rami, Pushkar Apte, Stephen Pierce, and Noriko Suzuki. *Winning the silicon race: Three strategies to secure AI advantage*. IBM Institute for Business Value and SEMI. October 7, 2025. <https://ibm.biz/semiconductors-ai-race>
- 6 Goyal, Manish, Federico Torreti, Francesco Brenna, Shobhit Varshney, Anant Patel, and Karen Butner. *Agentic AI's strategic ascent: Shifting operations from incremental gains to net-new impact*. IBM Institute for Business Value. October 10, 2025. <https://ibm.biz/agentic-ai-ops>
- 7 Unpublished data from 2,690 executives. IBM Institute for Business Value. 2025.
- 8 Higgins, Heather, Petra Floorizone, and Veena Pureswaran. The 2025 Quantum Readiness Index. *Quantum is coming: 5 realities shaping the race to advantage*. To be published in December 2025.
- 9 Multinomial logistic regression model is statistically significant (likelihood ratio chi-square = 87.9, df=3,  $p < .001$ ), providing a better fit than a model with no predictors. The model explains between 7.4% and 12% of the variance in outlook (pseudo r-square).





© Copyright IBM Corporation 2025

国际商业机器（中国）有限公司  
北京市朝阳区金和东路 20 号院 3 号楼  
正大中心南塔 12 层  
邮编：100020

美国出品 | 2025 年 12 月

IBM、IBM 徽标、ibm.com 和 Watson 是 International Business Machines Corporation 在世界各地司法辖区的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。以下 Web 站点上的“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商标的最新列表：[ibm.com/legal/copytrade.shtml](https://ibm.com/legal/copytrade.shtml)。

本文档为自最初公布日期起的最新版本，IBM 可能随时对其进行更改。IBM 并不一定在开展业务的所有国家或地区提供所有产品或服务。

本文档内的信息“按现状”提供，不附有任何种类的（无论是明示的还是默示的）保证，包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。IBM 产品根据其提供时所依据的协议条款和条件获得保证。

本报告的目的仅为提供通用指南。它并不旨在代替详尽的研究或专业判断依据。由于使用本出版物对任何企业或个人所造成的损失，IBM 概不负责。

扫码关注 IBM 商业价值研究院



官网



微博



微信公众号