

神州泰岳： 通过 MWC 上海赢得国际关注

在全球通信技术演进与 AI 应用深化的重要节点，北京神州泰岳软件股份有限公司（以下简称“神州泰岳”）于 2025 年 MWC 上海正式推出泰岳灯塔 AI 大模型产品体系，展示其以实际场景驱动、面向 ICT 运营与智能交互的整体解决方案。作为持续深耕该领域二十余年的厂商，神州泰岳如何借助 MWC 这一具有高度产业聚合力的国际平台，将技术能力转化为行业合作与市场机遇？又是怎样通过这一平台衔接国内外需求，推动 AI 技术与通信行业的深度融合？

围绕以上问题，我们与神州泰岳 CBG 副总裁兼产品总裁王晓君女士展开了一场对话，探析其参与 MWC 的战略布局与落地成果。



Q1 我们知道神州泰岳在 2025 年 MWC 上海发布了 AI 大模型垂类产品体系，当初决定参展时，贵公司最主要的目标是什么？

2025 年我们正式发布了“泰岳灯塔”AI 大模型应用产品体系，也是想借 MWC 这个全球最具影响力的通信领域的大舞台向更多的用户、合作伙伴介绍我们的泰岳灯塔，向业界清晰传递神州泰岳“不止于行业大模型，更专注于行业落地”的 AI 实战派定位。

“

“泰岳灯塔”AI 大模型体系不是实验室里的“空中楼阁”，而是能实实在在解决 ICT 运营、安全、智能交互痛点的硬核解决方案。

Q2 在众多科技展会中，MWC 上海最吸引您的地方是什么？

在众多科技展会中我们选择 MWC，关键吸引力在于它的产业生态聚集效应。MWC 不仅是展示技术的秀场，更是全球电信运营商、软件服务商和上下游伙伴一年一度最重要的交流平台之一。

“

神州泰岳深耕 ICT 运营管理领域二十余年，随着市场需求的不断变化，我们可以更高效地接触到全球核心的客户与合作伙伴，听到最前沿的需求。这也高度契合我们“创新驱动、全球布局”的战略。

Q3

您们做了哪些特别的规划，以确保能最大限度地吸引目标客户和媒体？在 MWC 现场，哪一个环节的互动效果最好？为什么？

第一，场景化体验设计：搭建“泰岳灯塔”演示系统，不是摆产品参数，而是还原真实业务场景——比如展示“岳擎”怎么帮运营商解决海量告警真伪难辨的“狼来了”问题，用动态流程演示“认知 - 决策 - 执行”的闭环，客户一看就知道“这东西能解决我的痛点”；

第二，全流程传播矩阵：去年我们联合行业媒体做直播专访，并通过 GSMA 官方渠道预热，提前锁定客户预约与媒体曝光；同时针对热推的 avavox 智能语音数字员工垂类大模型，多场次现场轮播发布，也是直接吸引了很多观众。

Q4

请分享一个 MWC 上海上与客户达成合作的故事。

去年我们是在现场展示泰岳灯塔和基于 AI 的出海业务，现场咨询我们出海业务的很多，这也让我们看到了 MWC 这个国际舞台的价值，很多海外客户也是因为这个展会认识了我们，同时还有很多老客户，因为展会上了解到我们发布的新品，会后又邀请我们多次去客户现场结合客户的痛点深度交流。有多个客户都是因为 MWC 展会的沟通最后确定了与泰岳的合作。

Q5

您认为 MWC 上海这个平台在链接国际与中国市场、促进创新交流方面，具有哪些不可替代的优势？

我们认为 MWC 最主要的价值在于“品牌势能提升”与“战略关系深化”。短期内或许难以用单一订单衡量，但它为我们打开了多扇通往重大合作的门。