



26日,世界人工智能大会拍摄的时的科技电动垂直起降飞行器。据工作人员介绍,该产品具备智能驾驶功能。



26日,观众在拍摄特斯拉人形机器人。

人形机器人 进入质变时刻

从“花瓶”到“帮手”,中国人形机器人产品不断取得突破

据新华社电 今年的世界人工智能大会是在上海连续举办的第八届,展览展示面积首次突破7万平方米,60余款智能机器人成为吸睛焦点。除了会格斗、书法等“能文能武”的机器人,“会干活”的机

器人也备受关注。从生产到生活的多样化应用场景;从“动起来”到“用起来”的创新突破;从“工具”到“伙伴”的哲学思辨。机“慧”共生,亮点纷呈。

从生产走向生活,应用场景催生更多可能

机器人在舞台上进行拳击比赛;通过“3D眼睛”配合机械臂分拣物料“又快又准”……大会展览区,多型机器人正在秀出“十八般武艺”。

上海电气在大会首日发布了一款以“工业基因·场景定制”为开发理念的人形机器人,全身拥有38个自由度,能够在多种工业环境中灵活行动并自主识别、定位和搬运不同规格的箱体,大幅提升仓储作业效率。

从生产走向生活,应用场景催生出行行业发展的更多可能。擎朗智能的双足人形具身服务机器人XMAN-F1,在展会期间迎来“全球首秀”;它不仅

能完成爆米花制作,还会根据顾客需求调制各类饮料。同时,它可与擎朗其他形态的专用服务机器人进行智能化协作,完成指定任务。

机器人整机进步的背后,离不开零部件技术的“日益精进”。“触觉夹爪能稳稳夹起类似豆腐、薯片和果冻等易碎物品,主要是通过创新视觉传感技术,让机器人拥有类似人类皮肤的‘触觉神经’。”来自复旦大学可信具身智能研究院的教授陈文明表示,其核心是柔性界面能适应复杂表面、能精准感知多维力,以及空间分辨率达每平方厘米4万个感知点,从而实现“触之有感,动中可辨”。

规模化量产和商业化应用的井喷期即将到来

今年的政府工作报告提出,培育具身智能等未来产业。作为具身智能的典型应用形态之一,人形机器人正从“展示用的花瓶”发展为可以解决实际问题的“帮手”,进入“质变”时刻。

工业和信息化部科技司副司长杜广达在大会期间表示,近年来中国人形机器人产品不断取得创新突破,“站得住、走得稳、跑得快”,从舞台“动起来”向工厂“用起来”,即将从实验室迈入规模化量产和商业化应用的井喷期。

本次大会上,有企业“专攻”人形机器人,有的

则不拘泥于“人形”。上海颀智智能科技有限公司董事长张建政说,不同类型的机器人有不同的功能定位,用铁基和硅基做成的“人形”未必是最优解,只要用户认为好用、易用,解决痛点就行,这款四臂具身智能机器人就是超越人类形态的。

清华大学计算机科学与技术系教授孙富春指出,随着具备任务规划、场景泛化和策略泛化能力的大模型,与负责动作规划、执行的小模型协同工作,这种类似人类“大小脑”协作的模式,将推动机器人技术迈向新阶段。

人类与机器人共生,如何防范失控风险

未来,人类与机器人的“相伴共生”或将成为新趋势。人机关系中究竟“谁听谁的”?如何防范失控风险?成为本届大会上频频谈及的问题。

智元机器人联合创始人、首席技术官彭志辉就带着机器人进行了一场别开生面的“人机对话”,展望了具身智能时代的人机关系。当彭志辉问及“人机协作中最关键的挑战”时,灵犀X2回应:“技术当然重要,但更关键在于‘理解’——人类对机器的理解,和我们试图去理解人类的意图。”对话环节结束时,检测到电量亏损的灵犀X2突然“吐槽”：“下次对话前,可以先让我充电吗?深度对话还挺耗电的。”引发现场一片欢笑。

灵宝CASBOT创始人兼董事长张正涛认为,真正的变革不仅在于技术突破,更在于人与机器人的共生关系。未来的机器人不仅是工具,而是具备社会属性的“伙伴型”角色,相应政策的制定与伦理框架的建立变得尤为关键。

业内认为,无论科技如何变革,都应当为人类所用且可控。2024年诺贝尔物理学奖得主杰弗里·辛顿在大会开幕式上以“养虎”为喻:现在的境况就像人们养了只可爱的虎崽,当它长大后可能会超越人类。人们有两个选择:摆脱这只小虎崽,或找到一种方法来确保自身安全。



◀ 27日,参观者在体验乘坐一款基于阶跃星辰大模型打造的未来座舱。组图/新华社

我国大模型数量居全球首位

世界人工智能大会上多个大模型、智能体引发关注

据央视 今年以来,我国基础大模型的迭代速度加快,大模型在电子、原材料、消费品等行业加快落地。记者从世界人工智能大会上获悉,当前全球已发布的大模型总数达到3755个,其中,我国企业贡献了1509个,数量居全球首位。那么,在世界人工智能大会上,又有哪些引发关注的大模型和智能体?

磐石 面向科学家的科学基础大模型

26日,由中国科学院联合团队自主研发的“磐石”科学基础大模型在大会上亮相,这款大模型面向的用户是科学家,将助力跨学科研究。

“磐石”科学基础大模型具备科学文献萃取融合、科学知识表征推理和科学工具编排规划等核心能力,可以实现“假设提出-方案规划-仿真推演-实验验证-规律发现”的科研全流程,相当于一个“人工智能+科学”的跨学科辅助研究平台。“磐石”科学基础大模型在国产开源大模型基础面向科学领域进行深度定制,掌握数理化天地生六大学科核心定理、定律与专业知识。基于该大模型,研发团队还开发了“文献罗盘”与“工具调度台”两个科学智能体,辅助科研人员开展多方面工作。

中国科学院自动化研究所副所长曾大军介绍,科学大模型面向的用户是科学家,科学家希望能用大模型来支撑他们平常的科技创新。各类材料创制、遥感数据理解、天文等都是目标领域,最终能够为重要的科技攻关提供有力支撑。

风宇 全球首个空间天气链式人工智能预报模型

在世界人工智能大会气象专会上,全球首个空间天气链式人工智能预报模型“风宇”正式发布。

为应对太阳风暴对全球卫星运行、无线电通信、卫星导航定位及其他关键基础设施的影响,“风宇”面向空间天气保障需求,突破了传统数值模型在算力消耗与实时响应方面的技术瓶颈,成为国际首个覆盖太阳风、磁层、电离层全链条的空间天气人工智能预报模型。国家卫星气象中心(国家空间天气监测预警中心)主任王劲松介绍,这个模型在国际上第一次实现了不同区域的跨尺度、跨圈层的人工智能模型的耦合。“大模型完全是基于国产的人工智能平台,因此它对我们未来国产AI的生态构建也贡献了不少力量。”王劲松说。

妈祖 城市多灾种早期预警智能体

26日,在2025年世界人工智能大会上,以中国海上守护神“妈祖”命名的城市多灾种早期预警智能体正式发布,构建了包含多灾种预警的全球早期预警服务网络,向世界分享中国早期预警实践经验和成果。

这次发布的智能体,融合了人工智能气象预报模型、人工智能灾害实时监测分析模型等工具,技术内核贯穿灾害早期预警全流程,能够快速部署、高效运行。

上海市气象局局长冯磊介绍,“妈祖”的主要功能有四个方面:灾害的评估和分析,向全球提供监测预报的服务,让老百姓第一时间得到消息并且知道该做什么工作,以及高级别“叫应”的递进式服务——快速让各个国家根据实际情况,通过人工智能的方式直接形成本国的气象灾害预案制度标准,使得它的制度建设能够快速提高。

一周车话

新能源车零售量增长33.3%

过去的一周,中国汽车市场发生了哪些大事

本报记者胡雄 长沙报道

在刚刚过去的一周里,中国汽车市场发生了哪些大事?三菱汽车彻底退出中国市场;上半年我国实施汽车召回超528万辆;上半年新能源车零售量增长33.3%,渗透率达50.2%;最新《财富》中国500强名单,汽车行业35家企业上榜。

三菱汽车彻底退出中国

22日,三菱汽车宣布,终止与沈阳航天三菱汽车发动机制造有限公司的合资合作关系,以及合资公司的发动机业务运营。

三菱汽车与中国航天汽车等企业于1997年在沈阳市成立了合资企业,为三菱汽车和中国本土厂商提供车辆发动机。在2023年三菱汽车结束在华整车生产销售业务后,该公司仍在继续生产并向中国车企供应发动机,并继续为已售出的汽车提供售后服务。

三菱汽车表示,鉴于中国汽车产业迅速转向电动汽车的影响,公司对该地区战略进行了重新评估,并决定终止其在合资企业中的参与。从整车生产销售到发动机业务,三菱汽车在中国的生产布局如今已全部结束,这标志着三菱汽车彻底退出了中国。

不熟悉航天三菱的可能觉得这只是一个普通的发动机厂,实际上,在中国自主品牌快速发展的过程中,尤其是民营汽车品牌,在早期都通过采购航天三菱的发动机度过了成长阶段。可以说,三菱汽车从某种程度上为中国汽车工业的发展出了很大力气。

但随着中国汽车品牌快速崛起,发展速度迟缓的三菱汽车无论是发动机还是整车,都已经无法满足中国消费者的需求。与其说遗憾、道珍重,不如看看如今的日产、丰田是如何在中国新能源汽车市场如何突围。

上半年我国实施汽车召回超528万辆

24日,据市场监管总局消息,今年1至6月,我国共开展汽车产品召回87次,涉及车辆528.06万辆。截至今年6月30日,我国累计开展汽车产品召回3162次,召回车辆1.19亿辆。

从召回性质看,今年1至6月,市场监管总局开展调查督促企业召回汽车21次,涉及车辆233.93万辆。截至今年6月30日,市场监管总局开展调查督促企业召回汽车累计达628次,涉及车辆6348.75万辆。

曾经,汽车消费者对于“召回”二字如临大敌,但随着车企召回动作越来越多,车辆出现问题隐患之后,能够召回进行修正,反而是一件好事。另一方面,随着如今OTA在线升级已经列入了召回的范畴,汽车智能网联的功能已经普及,这也是为什么能看到越来越多的召回。

上半年新能源乘用车渗透率达50.2%

21日,据商务部网站消息,商务部消费促进司负责人谈2025年上半年我国消费市场行情指出,以旧换新成效持续显现,上半年乘用车零售量同比增长10.8%。绿色消费持续升温,新能源乘用车零售量增长33.3%,渗透率达50.2%。

一方面,中国新能源汽车快速发展,让新能源汽车竞争力越来越强,越来越多的消费者有着更强的意愿购买新能源汽车;另一方面,今年汽车“以旧换新”的成果非常明显,推动了新能源汽车渗透率的提升。

汽车行业35家企业上榜《财富》中国500强

22日,2025年《财富》中国500强排行榜对外发布。该榜单采用与《财富》世界500强一脉相承的制衡方法,以2024年营业收入为基准,同时包括了上市和非上市企业。

汽车领域排名最靠前的是比亚迪,位于第27位;赛力斯是今年榜单上排位跃升幅度最大的公司,位居第169位,排名较去年上升235个位次。还有两家造车新势力的排名也大幅提升,蔚来和小鹏汽车分别上升43位和101位。

其中,整车企业共有18家,分别是:比亚迪(第27位)、上汽集团(第38位)、吉利控股集团(第41位)、一汽集团(第43位)、北汽集团(第52位)、奇瑞(第59位)、广汽集团(第66位)、东风(第73位)、长城汽车(第140位)、赛力斯(第169位)、理想汽车(第171位)、重汽(第209位)、蔚来(第269位)、江淮(第344位)、小鹏汽车(第351位)、江铃(第367位)、宇通(第375位)、零跑(第423位)。

上榜的汽车零部件企业共有15家,分别是:宁德时代(第77位)、怡和集团(第111位)、潍柴(第134位)、万向(第137位)、天能(第239位)、均胜电子(第300位)、超威(第313位)、福耀玻璃(第361位)、国轩高科(第394位)、赛轮(第426位)、双星(第463位)、中创新航(第471位)、德赛西威(第474位)、拓普(第492位)、华翔电子(第497位)。

还有两家汽车零售领域企业上榜,分别是中升(第157位)和永达(第273位)。

可以看到,中国汽车相关企业在这激烈的竞争环境当中快速成长。