具身智能：从“技术想象力”走向“交付确定性”

中国经济信息社刊发的《中经社信号I具身智能：从“技术想象力”走向“交付确定性”》报道称，近期，具身智能赛道的一级市场融资热度有所降温，反映出投资方更加看重具身智能企业的落地交付和持续获单能力。这也意味着投资逻辑加速向产业发展基本面回归。当前，行业正站在从实验室演示、小范围试点，向真实场景规模化落地过渡的关键拐点。物理世界是具身智能可靠性的试金石，真实场景落地则是具身智能产业发展的核心逻辑。

融资变奏：投资标尺转向“落地能力”

进入下半年，融资市场的关注重点加速向企业的真实场景落地能力转移。综合多家机构数据来看，今年上半年，具身智能赛道融资总额在千亿元左右，6月融资额逾300亿元，而下半年以来融资额逐渐下滑，10月回落至约101亿元。

更深层的变化在于投资逻辑本身。具身智能企业依托上市预期形成的估值溢价，正在被重新评估。如今，投资机构更看重企业交付落地能力与持续获单潜力。资本并未离场，只是把尺子从“技术想象力”换成了“交付确定性”，优先押注已经跑通规模化落地、拿到持续订单的企业。目前国内已有一批机器人厂商加速推进商业化探索，优必选、银河通用、乐聚机器人等厂商依托批量落地项目验证商业化交付能力。其中，银河通用已实现超千台规模商业部署，应用于多家制造企业的上下料、分拣、物料搬运等场景。

资本标尺的转向正在开启一场行业筛选。融资额下降并不意味着行业萎缩，而是正在筛选真正有场景、有订单、有回款的企业。未来，随着资本重心持续聚焦真实场景，具身智能行业也将迎来商业规模化落地的关键周期。

融资降温也并不意味着资本不看好具身智能产业的长期价值，而更多是前期估值泡沫出清、投资逻辑回归基本面的过程。资金正从追逐概念、押注故事，转向甄别具备真实交付能力、场景闭环与正向商业潜力的企业标的。中长期看，具身智能作为物理世界智能化的重要方向，产业趋势并未发生根本改变，优质企业有望持续获得产业资本与长期资金的青睐。

竞争焦点：从单点比拼迈向全栈协同

能不能在真实场景落地应用，正成为影响具身智能发展的核心因素。近期举办的首届CMG世界机器人登泰山大赛开辟了山岳机器人实景测试全新场景，累计发布的100余个具身智能应用场景清单，覆盖森林防火、山地运维、文旅服务等领域。泰山赛道考验的不是机器人某一项性能指标的极限，而是平衡感知、地形识别、续航、运动自适应等多项能力协同的系统工程。

在具身智能的技术路线方面，竞争焦点正在切换，从过去单点能力的展演比拼，转向有限算力、感知硬件、能量供给等多重系统约束之下的工程权衡与取舍。有的人形机器人将视觉传感器从头部下移至胸前，缩小足部前方的感知盲区，也有方案弱化视觉依赖，尝试依靠足部力反馈、关节触觉感知完成“盲爬”，依托本体信息维持稳定步距。

受访业内人士看好视觉感知与本体感知深度融合的路线：视觉提前预判地形、给出先验信息，机身传感器实时反馈落地接触状态，配合预测控制算法，让机器人落脚不再只是被动临场响应，而是具备前瞻性的主动规划。

不同形态、不同技术路线的机器人在同一复杂场景下试炼，不只是方案优劣的一次比拼，更是各自摸清自身适用场景边界的契机。在算力、感知、续航有限的硬件约束下，为可靠运动智能寻找可落地、可复制的工程解法。

多条技术路线并行试错、相互印证，持续沉淀真实工况下的数据和控制逻辑，共同夯实具身智能的技术底座。行业正在依托真实复杂物理场景锚定下阶段技术方向，拓宽从算法原型到工程化产品的演进通道，推动具身智能迈向规模化落地新阶段。

“场景为王”：规模化落地的关键

把融资曲线的变化和泰山赛道上的检验放在一起看，结论指向同一个方向：具身智能已经进入“场景为王”的阶段。

南方科技大学风险分析预测与管控研究院院长助理吴柯认为，“表演”和“炫技”不再能支撑具身智能企业的高估值，逐个打通落地场景才是未来出路。每打通一个场景，就沉淀一组真实运行数据，反过来推动算法和本体迭代。这个循环的速度，决定了谁能留在场上。

然而，具身智能规模化商业落地仍面临多重难题。技术上，非结构化真实场景的泛化能力不足，实验室与真实物理场景有很大区别；成本端，核心零部件、传感器与整机售价偏高，运维和二次调试投入大；场景侧，多数落地仍为封闭、半结构化工位的定制试点，可复制性弱，而通用场景需求碎片化，标准化产品供给不足。

解决这些问题需要模型、硬件、工程与商业化体系的协同突破。一方面，应持续夯实具身基础模型的自主纠错能力，缩小与真实场景的差距；另一方面，要依托规模化量产、供应链优化降低核心硬件成本，减少项目定制调试成本。同时，聚焦高价值刚需场景打磨可复制方案，搭建配套运维、安全规范与评价体系，逐步形成稳定的订单、交付与回款闭环，以场景数据反哺技术迭代，推动具身智能从单点试点走向规模化商用。

如今，资本的评判标尺锚定可落地、可核验的实际价值。泰山石阶的试炼，是对具身智能真实场景应用的客观检验，企业亟待增强深耕垂类场景、稳定交付的能力。跑通了真实场景应用，具身智能才能从小范围试点走向规模化落地。（新华网）

声音

5G+工业互联网 融合应用规模成势

一条柔性产线可混产超200种型号产品，指令下发即完成全线设备参数毫秒级切换，换线时间缩短至数分钟；5G无人集卡、5G车路协同等“5G+工业互联网”融合应用场景，助力港区每年降本超3500万元，效率提升近15%，并向海外输出“中国方案”。

如今，以5G为代表的新一代信息技术与工业互联网深度融合，正成为培育新质生产力、支撑新型工业化的重要路径，为实体经济与数字经济深度融合注入强劲动能。

2024年，工业和信息化部公布全国首批“5G+工业互联网”融合应用城市试点，武汉、青岛、广州、成都等10个城市入选，致力于打造具有地方特色、可复制推广的先行先试样板。今年，《政府工作报告》提出，打造“5G+工业互联网”升级版，释放出加快推进“5G+工业互联网”规模化、高质量发展的鲜明信号。

政策文件里的“规划图”正加速变成工厂车间里的“实景图”。各城市试点均出台“5G+工业互联网”工作方案、行动计划、实施细则等相关政策，一体推进基础设施部署、行业场景拓展、产业生态培育与公共服务完善，让融合应用从“样板间”加快走向“商品房”，为“5G+工业互联网”规模化应用发挥示范带头作用。数据显示，10个城市试点入选5G工厂名录项目共计245个，占全国总量的18.7%，覆盖28个国民经济大类；工业5G专网建设数量超4500个，占全国总量的19.3%；工业互联网标识平均新增注册量达37.8亿个、新增解析量达32.5亿个；“5G+工业互联网”相关专利申请近3800个。与此同时，各城市还常态化开展工业互联网一体化进园区“百城千园行”活动，推动优质服务商及产品资源信息跨区域共享。

从政策牵引到场景落地，从网络筑基到生态融通，各城市多维推进，充分激发各类市场主体创新活力，打造具有区域引领效应的产业集群，形成示范效应。青岛借力“5G+工业互联网”融合应用，实现发展动能、业态模式、竞争优势、增长潜力全方位迭代更新，上线工业互联网平台百余个，其中卡奥斯实现国家级“双跨”平台“七连冠”，带动全市制造业数字化转型，数字化转型覆盖率达98%以上。广州以“点、线、面”协同推进，推动5G能力沿着产业链、供应链下沉至厂区车间，累计建成国家级5G工厂33个，涵盖汽车制造、电气机械、食品制造、橡胶和塑料制品等多个领域。成都围绕工业场景，构建一整套梯次衔接的工具箱，大中小企业不同的需求在同一套体系里都可以找到适合的解法。从一瓶白酒的“轻装”突围到重型装备的毫米级智能质检，中小企业在梯次普及中借梯登高。

作为全国融合应用的先行军，10座城市立足自身产业禀赋，引导产业创新发展，解决“5G+工业互联网”规模发展中的关键问题，形成了各具特色的发展模式。值得关注的是，各城市因地制宜推进各项工作，把共性技术转化为差异化实践，积极探索新场景、新业态、新模式，深化产业生态融通发展，有力带动“5G+工业互联网”融合应用走向规模化。宁波梅山港区已形成一套针对传统码头智慧升级的标准方案，并成功向国内其他港口及希腊比雷埃夫斯港复制推广；上海浦东开能健康产业园以“5G+工业PON”双千兆底座为支撑，从车间质检、预测性维护等一线业务中“孕育”出数十个AI智能体，推动产品质量、交付效率、运营效能实现整体跃升。青岛柠檬豆工业互联网平台自创的产业大脑和数字金融模式已在衡水、永年、新余、邯郸等40余个城市、100多个产业集群落地，形成可复制的“青岛经验”。

当一张“5G+工业互联网”织密车间、连到设备、用到实处，新型工业化的生动图景正变得越发鲜活具体。透过10座城市的创新实践，一条可资借鉴的发展路径逐渐清晰：以政策支持为先导，以网络设施为底座，以平台赋能为枢纽，以场景应用为切口，以产业生态为保障，“政策—网络—平台—场景—生态”五位一体协同推进，推动“5G+工业互联网”融合应用深度嵌入城市产业发展全过程。这一协同范式，既是城市试点形成的宝贵经验，也为更多地区推进制造业数字化转型、加快新型工业化提供了可复制、可推广的参考坐标。

10座城市的先行实践，刻画出融合应用从试点起步迈向规模成势的演进轨迹。从“物理相加”到“化学相融”，“5G+工业互联网”正在重塑制造业的基因。随着“5G+工业互联网”升级版加快落地，跨行业跨领域的融合实践必将持续向更广范围、更深程度、更高水平延伸，为制造强国建设夯基垒台，为中国式现代化积蓄更强大的产业底气。

（人民邮电报）

2025年营业收入规模突破2万亿元

老字号持续焕新 激发消费活力

商务部近日发布的《中华老字号年度发展报告》（以下简称报告）显示，2025年中华老字号营业收入规模突破2万亿元。1450个品牌平均年龄146.5岁，六成以上拥有各级非遗项目。与此同时，超六成企业实现线上营收，线下店铺达110.28万个。

持续擦亮金字招牌

报告显示，2025年，中华老字号整体运行稳中有升，传承根基持续夯实，创新动能加速释放。从分布来看，1450个中华老字号遍布全国31个省（区、市），覆盖7个门类32个行业，食品制造业数量最多，半数以上为中小型企业。

从市场拓展看，老字号共有线下店铺110.28万个，超六成企业实现线上营收，国际化布局稳步推进。从文化传承看，老字号平均年龄达146.5岁，近六成存续超百年，六成以上拥有各级非遗项目。

从北京烤鸭、上海本帮菜，到山西老陈醋、云南白药，老字号形成了一张中国人日常生活里的“品牌地图”。“平均146.5岁”这组数字，既反映老字号的历史长度，也体现了它们的品牌价值。

北京国际商贸中心研究基地教授王春娟表示，目前，中华老字号已经从“文化符号”成长为内需市场稳定的基本盘：传承底盘扎实，老字号承载的技艺、商业伦理、地域民俗，是新消费品牌无法短期复刻的资产；市场韧性强，历经消费迭代、渠道变革，金字招牌依然有稳定的群众信任基础，是提振品质消费、发展城市商业、打造城市软实力的重要载体。

老字号玩转“新表达”

老字号如何在保持品牌特色的同时，让产品和服务贴近不断变化的消费需求，延续生命力？

从“前店后厂”的手工作坊到直播间里的国货潮品，从一条老街上的招牌到海外商圈的旗舰店，一批“百岁老店”正在消费变革中重新学会与年轻人对话。

据介绍，中国全聚德（集团）股份有限公司作为大型餐饮集团，旗下“全聚德”“丰泽园”“仿膳”三个餐饮品牌被商务部认定为中华老字号。其中，“全聚德”品牌创建于1864年。该公司坚持守正创新，不断洞察市场趋势与机会，持续迭代菜品，提升服务水准，走好老字号创新发展之路。该公司相关负责人近日在互动易平台表示：“后续公司将持续打磨品牌表达，讲好老字号故事，不断提升品牌影响力。”

广州酒家集团股份有限公司拥有“广州酒家”“陶陶居”“利口福”三个中华老字号品牌。其中，“广州酒家”历经90年而不衰，享有“食在广州第一家”的美誉，“广州酒家”月饼成为一代又一代人的记忆。近年来，该公司数智转型向纵深推进，人工智能协同平台、智能体等协同发力，深度赋能公司业务一线。餐饮大数据拓店分析与客户投诉舆情系统全面投用，科学选址能力与品牌响应水平实现系统性提升。

云南白药集团股份有限公司旗下的“云南白药”品牌是拥有124年历史的中华老字号。该公司以“云南白药”品牌为核心，逐步从药品品牌延伸至个人健康护理产品品牌、原生药材品牌及大健康产品品牌，形成了丰富的品牌族群，持续扩大品牌触达人群，提升品牌价值。

多措并举打开新空间

今年3月，商务部办公厅印发《关于开展老字号集聚发展试点工作的通知》，从产品、品牌、文化、行业、出海五个方向，培育一批老字号品牌汇聚、地域特色鲜明、历史底蕴深厚的商业街区、商业综合体、产业园区和服务平台，形成可复制、可推广的经验模式。按照部署，各省级商务主管部门于4月底前完成推荐，商务部组织专家评审后按“成熟一批、启动一批”的原则分批确定试点名单。

王春娟也指出，数据“总量亮眼”背后是分化格局：老字号头部品牌已经具备全国化、数字化、国际化能力；大量中小老字号，仍然局限在本地市场，利润薄、研发投入不足、数字化能力偏弱，“有招牌、难长大”是普遍痛点。

王春娟表示，目前有六大突出堵点：知识产权保护方面，商标纠纷、仿冒侵权持续困扰老字号，跨区域维权成本高；人才培育尚需发力，技艺传承人才断层，年轻一代传承人激励不足，高端复合型人才培养困难，老匠人逐年退休，既懂传统工艺，又懂品牌运营、数字化、品牌策划的复合型人才稀缺；创新结构仍需优化；商业创新与文化传承失衡，商业创新与文化传承失衡；中小老字号融资难，缺少适合老字号轻资产的金融产品；海外市场认知薄弱，海外渠道拓展乏力，海外拓展亟待突破；老字号品牌宣传存在短板，新媒体传播易出现文化叙事失真、消解品牌本真等问题，同时舆情应急响应不足，易引发口碑风险。

据了解，下一步，商务部将聚焦产品、品牌、文化、出海等方向，培育一批老字号品牌汇聚、地域特色鲜明、历史底蕴深厚的集聚发展平台，助力老字号树品牌、拓市场、促消费。这一部署的实质，正是补上中小企业共享的场景基础设施短板，推动政策从“授牌认定”走向“场景搭建”，帮品牌接上消费动线。当越来越多的老字号把百年积累的品质信任接入当代消费的新场景，中华老字号就不只是消费市场里的一笔存量资产，而是持续激活消费潜力的一股结构性增量。

（中国商报）

厦门邮轮经济驶入“新航季”



在厦门国际邮轮中心新航站楼，新西兰游客诺曼·阿农推着行李，和同伴等待登上“爱达·地中海”号邮轮。这艘船将载着他们沿“海上丝绸之路”驶向东南亚国家，开始为期13天的旅程。

“这是我第一次来厦门，很喜欢这里的一切。”阿农说，他所在的旅行团有28人，大多来自奥克兰。

阿农有丰富的邮轮旅行经验。“这次我想看看沿途不同的国家，也想体验邮轮本身的品质——餐食、服务、娱乐设施怎么样。”

同样准备登上这艘邮轮的新西兰游客沙拉蒙和5位姐妹一起报名参团。“我只是在厦门走了一圈，就已经爱上这座城市。”她说，“旅途中，我会下船旅行，看看不同地方的风土人情，明年还想来厦门体验旅居生活。”

新西兰游客的选择不是个案。近年来，厦门依托口岸便利化改革持续丰富航线供给，从传统跨境航线，拓展出无目的地海上游、海丝主题长航线、短线微度假等产品，吸引来自四面八方的游客。

11月初，福建省首条无目的地海上游航线的邮轮从厦门启航，搭载近2500名旅客，开启3天2晚的“海上微度假”。这是继上海、天津、深圳之后，全国第四个落地的邮轮无目的地海上游试点。

“该首发航线的福建省外客源占比超过92%，江西、四川、湖南是核心客源省份。”厦门象屿国际邮轮发展有限公司副总经理石金山介绍说，旅客凭有效护照即可登船；未持有效护照的内地居民，可凭身份证在码头现场办理一次性出入境通行证，“即办即领即登轮”。

去往东南亚国家的长航线以邮轮为“移动度假酒店”，免去频繁换宿、搬运行李的繁琐。“这类产品的客群，主要是对海丝历史、华侨文化有情怀的中老年旅客，以及希望一次到访多国、追求省心度假的休闲群体。”石金山说，“这条航线非常热门，船票提前三个月就售罄了。”

厦门港口管理局数据显示，2025年，厦门共接待邮轮46艘次，旅客吞吐量超13万人次，同比分别增长48.4%和37.3%，两项指标均居境内邮轮港口第三位；其中接待境外旅客超3万人次，居境内第二位。

厦门作为邮轮到访港，客流也迎来增长。2025年，“芮吉塔号”“欧罗巴2号”等邮轮首访厦门。2026年，运营“香港—厦门—香港”航线的“领航星号”累计到访11艘次，带来旅客超1.85万人次，境外旅客占比超过八成。

“厦门港自20世纪80年代起接待邮轮，是中国大陆最早接待国际邮轮的港口之一。”石金山说，厦门国际邮轮中心新航站楼去年投入使用，通关时效较旧航站楼提升约50%。码头可同时靠泊3艘大中型邮轮。

港城一体是厦门邮轮经济的一大特色。新航站楼位于城市核心区，地铁直达，半小时交通圈覆盖鼓浪屿、南普陀寺等景区，以及高崎机场、厦门火车站等交通枢纽。

“衡量邮轮产业效益，不能只看港口收益。”石金山说，“我们结合厦门城市文旅资源、交通接驳和住宿配套，打造‘邮轮+’组合产品，增强客源引流效果，放大产业带动效应。”

目前，厦门国际邮轮中心已建成两套岸电设备，邮轮泊位及兼靠滚装船泊位实现岸电全覆盖，以清洁岸电替代船用燃油，助力绿色港口建设。

（新华社）