

机器人亮“绝活”点燃智能科创热情

本报记者 万森

江苏正在机器人产业赛道上加速奔跑，从高校赛事到展会经济，从核心零配件供给到整机生产，江苏机器人产业以含金量更高的产品，持续为市场“上新”。

江苏机器人产业链存续企业和人形机器人产业链存续企业都在全国名列前茅。截至2025年3月上旬数据显示，全国机器人产业链存续企业达69703家，其中江苏省10599家，位列全国第二。随着全球数字化发展进程提速，机器人产业迎来创新发展、升级换代的重要机遇期。抢抓机器人产业发展新机遇，形成科技创新合力，成为江苏高校、企业和政府共同的目标。

赛事：培育科学素养与工匠精神的时代新人

记者6月16日从江苏省人工智能学会获悉，第二十七届中国机器人及人工智能大赛（江苏赛区）暨第五届江苏省机器人及人工智能大赛获奖名单当日正式公示。

据悉，本次大赛由江苏省人工智能学会承办，于6月8日至13日在南京举行，吸引全省百余所高校及职业院校的千余支团队参与角逐。

大赛设创新赛、应用赛、挑战赛和竞技赛四大类别，涵盖人工智能创新、机器人舞蹈、智能驾驶、智慧药房、四足机器人等20余个细分项目，全面展现机器人及AI领域的技术前沿。

顶尖团队涌现创新赛。如，东南大学“SEU汽车人”、苏州大学“未来机器人队”、中国矿业大学“井探智脑队”、江苏大学“不要指望我们组”等27支团队获人工智能创新赛一等奖，均获推荐国赛资格；在竞技赛方面，机器人足球项目竞争激烈，扬州大学“超智能足球”、苏州大学“菠萝仔”等团队拔得头筹；在应用赛方面，南京信息工程大学“星火燎原队”（智能服务机器人）、江苏大学“AI挖掘机”（智能驾驶）等团队表现突出。

特别值得注意的是，本次大赛中江苏赛区出现了不少特色团队。部分团队以创意命名引发热议，如南京晓庄学院“退堂鼓表演队”、江苏大学“不要指望我们组”、江南大学“熬夜不秃头”等，在严肃赛事中增添趣味性。

记者了解到，中国机器人及人工智能大赛自1999年举办以来，已连续开展二十六届比赛，创造了多项第一。2024年赛事吸引全国900所高校、2.8万余支队伍、6.7万余人参赛，实现C9高校全覆盖，34所985院校、94所211高校及96所“双一流”高校均参与其中，为我国高校机器人、人工智能科技创新、人才培养作出积极贡献。

作为培育兼具科学素养与工匠精神的时代新人，让赛事真正成为汇聚智慧、激发

活力的开放平台——中国机器人及人工智能大赛于2021年纳入中国高等教育学会发布的全国普通高等学校学科竞赛排行榜、全国普通高校大学生竞赛分析报告，是国内目前办赛时间最长、参赛规模最大、社会认可度最高的机器人大赛之一。

江苏省人工智能学会秘书长房伟表示，江苏省人工智能学会连续五年承办江苏赛区赛事，前四届大赛累计吸引全省108所高校、4070支队伍参赛，在省内产生了广泛影响。

本届大赛充分展现江苏省在机器人及人工智能领域的创新活力，获奖团队将代表江苏出战全国总决赛。

展会：机器人产业集体汇报表演

同样是机器人，如果说上述赛事是鼓励高校学生科研创新，那么“2025智能机器人产业发展大会”的产品展示，则是走向市场的一次检验。

6月11日，2025智能机器人产业发展大会在南京江宁区举行，来自南京29家机器人企业的40余款人形机器人、工业机器人、服务机器人、特种机器人和关键零部件等5个品类的机器人产品集中亮相。

有人称，这是南京机器人产业的一次集体汇报表演。

会上，南京市机器人产业攻坚推进办公室还重点解读了《南京市具身智能机器人产业发展行动计划（2025—2027年）》（征求意见稿）。该《行动计划》提出，到2027年南京市具身智能机器人产业综合实力位于全国前列。具体目标包括：核心产业规模超100亿元，培育5家整机量产企业、引育150家相关企业，科研、工业、服务领域形成50项以上规模化应用，打造2个特色产业集聚区，建设创新平台和联合体等。

记者了解到，作为攻坚突破的重要方向，南京在工业机器人发展上已取得明显优势，特种机器

人、服务机器人产品在各行各业被广泛应用，人形机器人正在加快突破。目前，该市已形成整机、关键零部件以及系统集成应用的全链条体系，集聚了产业链上下游企业近200家。“南京江宁开发区已集聚超100家智能机器人产业链上下游企业，去年产值突破170亿元。”江宁开发区一位负责人介绍说。

会上还发布了机器人领域高校科技成果信息，包括在宁高校机器人领域最新科研成果63项；南京具身智能机器人产业园、南京具身智能机器人产业生态联盟揭牌；14个项目现场签约，覆盖机器人核心零部件研发、高端整机制造、系统集成解决方案及前沿技术研发等全链条核心环节。

“抢工作”：机器人岗位也有“需求清单”

展厅区域，来自南京29家机器人企业的40余款人形机器人、工业机器人、服务机器人、特种机器人和关键零部件等5个品类机器人产品集中亮相。

在新品首发环节，身高170厘米、体重70公斤的Codroid02人形机器人走上前台。它



华东石油局液碳公司CCUS调峰中心智能巡检机器人系统投入巡检近一年来，实现人机协同安全管控升级。机器人搭载红外热成像、气体检测阵列等7类传感器，对二氧化碳提纯装置实施360°全息扫描，实时捕捉设备温度漂移、管线微泄漏等隐患。系统采用动态路径规划算法，自主避障精度达±2厘米，配合人工复检形成“AI预警—中控研判—人工处置”闭环。投运以来，关键生产区域人工巡检频次降低60%，隐患识别响应速度提升至15秒级，构建起覆盖压力、温度、密封性等12项核心参数的立体安防网，为CCUS调峰中心实现本质安全提供智能化解决方案。

沈志军 李星 摄

江苏油田五大攻关团队吹响「AI+」集结号

近日，江苏油田印发《关于成立江苏油田“人工智能+”行动创新团队的通知》，并组建了五大攻关团队，集聚全油田资源和力量，分别展开在物探技术研究场景应用攻关，AI在数智化经营决策支撑方面应用攻关，AI在油井举升系统及注水井维护决策智能优化场景的应用攻关，AI在融合通信一体化场景的应用攻关，AI在服务科研场景的应用攻关，通过“AI+”行动，开启数字化、网络化、智能化新征程，推动人工智能与油田业务深度融合。

在物探技术研究场景的应用攻关，是基于深度学习的地震速度智能分析技术，基于监督学习的随机噪音和面波压制技术，基于大模型的初至智能拾取技术，通过攻关，力争实现智能速度分析精度>90%，总效率提升10倍；智能去噪，提高信噪比10%以上；智能初至拾取准确率提高15%，时效提高10倍以上；智能烃类检测准确率达到了60%以上。

AI在数智化经营决策支撑方面的应用攻关的建设内容是，建立油田全面预算决策分析智能化管理平台、石油工程清单智能估算平台，应用专业化分析评价模型，引导资源配置不断优化，助力低成本发展战略落地见效，实现企业预算目标的智能测算、智能编报、智能审核、智能查询等。

AI在油井举升系统及注水井维护决策智能优化场景的应用攻关，主要是应用“算法+算力+机器学习”的人工智能技术，开展基于数据驱动的抽油机井举升方案设计优化、抽油机井实时工况诊断与预警、注水井维护周期决策优化等研究，力争实现应用区块工况异常检出率>90%，应用井检泵周期延长30%，单井年节能10%，维护成本降低5%，无效注水减少20%。

AI在融合通信一体化场景的应用攻关，任务是建设融合通信软硬件基础平台，研发办公秘书智能体及融合通信软硬一体机，最终实现显著提升工作效率，降低管理成本。

AI在服务科研场景的应用攻关，主要任务是构建江苏油田AI应用中枢，整合油田科研数据，打通外部科技情报的通道，实现成果检索、摘要提炼、成果智能分析、查新分析、辅助生成等功能，从而打造“数智小研”助手，实现科技管理与应用的智能化升级。

目前，江苏油田“人工智能+”五大攻关团队人员都已集结到位，不仅明确了目标任务和团队负责人，明确了团队创新精神，更清晰规划了思路 and 具体实施步骤，他们将围绕“AI+科研”“AI+生产”“AI+经营”“AI+支持”“AI+服务”等五项重点场景应用开展科研攻关，聚焦高价值场景，释放人工智能最大潜力；构建高质量数据，夯实人工智能发展根基；培育高水平人才，支撑人工智能有序推进，全力以赴推进应用场景早日落地见效，为油田高质量发展注入新动能。

王庆辉 王槐艾

热点

超长版“618”，折射哪些消费新动向？

“618”购物节超长“待机”，让“剁手式消费”回归理性购物；潮玩、萌宠等细分市场崛起，更多垂直赛道涌现新蓝海；AI加快对消费全产业链改造，助力行业提“智”向“新”……今年“618”，折射消费领域新动向。

消费更加理性

“618”越来越长了，这是近几年不少消费者的共同感受。

今年5月中旬，京东、淘宝、抖音等平台开启“618”预热促销活动。记者了解到，部分平台促销将持续至6月20日，总时长超过1个月，创下“618”最长时间纪录。

告别复杂“算数题”，平台补贴规则也更加简单直接。京东在“每人每天可领超6180元补贴”等优惠基础上，再加码“618”补贴力度；天猫取消“满减”等需要复杂计算的优惠，只设“官方立减”叠加各种优惠券等；抖音电商投入百亿消费券补贴爆款商品，用户每人最高可领2280元……

“今年大促活动时间长，可以慢慢挑选自己真正需要的东西，避免了很多一时‘上头’的冲动消费，也不用费脑筋凑单满减，感觉‘618’变得更清爽和松弛了。”河南郑州的消费者赵女士说。

聚焦打造多元消费场景和体验，线下商业也纷纷抢抓“618”节点开展一系列促消费活动。

定制AI照片、戴上眼镜体验AI翻译等互动吸引人们排队打卡；在电竞体验区，多款顶配电脑装备让电竞发烧友直呼过瘾；沉浸式实景样板间与全屋定制服务，为顾客提供家电家装“一站式”解决方案……在不久前亮相北京的京东MALL双井店，多元业态融合场景为人们带来别样的消费体验。

“我们推出‘京补+品牌补贴+银行补贴’等多重优惠，并通过设立沉浸式体验专区、引入首店首发潮品等，让消费者在线下享受更加个性化、多元化的商品和服务。”京东MALL北京双井店副店长陈瑞说。

国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家李鸣涛分析，今年“618”，多个平台流量分配机制从“价低者得”转向“优者多得”，线下商超也更加注重体验感和场景打造，这背后是消费者从“价格敏感”到追求品质和理性消费的转变，从需求导向出发，才能让大促活动有效激活消费动能。

“购物车”映射消费新动向

作为一年一度重要的促消费节点，“618”无疑是消费市场新动向的重要风向标。从潮玩、宠物等细分市场崛起——

Labubu掀起社交平台上的“开箱狂欢”，线上线下一“bu”难求；“养蛙式养宠”催生大量宠物产品消费……这个“618”，更多垂类细分赛道火热，为激活消费打开了新空间。

“今年‘618’，淘宝天猫玩具潮玩领域多个商家销售破亿元，近800个单品销售破百万元。‘谷子类’商品海外订单增速同比实现三位数增长，其中绝大部分成交是国产IP的衍生品。”淘天潮玩行业负责人对记者说。

服务消费成为新引擎——

“端午假期带孩子去贵州玩了一趟，顺便趁‘618’大促在网上订了一套亲子旅拍服务，体验很好。”深圳市民宋倩说。

“从冰雪经济火热到银发经济崛起，服务消费日益成为拉动消费增长的新引擎。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵说，积极拓宽服务消费场景、增加优质服务供给，将更好满足居民在养老、托育、文娱等方面不断增长的消费需求。

“即时零售”加速入场——

今年“618”，各大平台即时零售业态加快布局，美团闪购联合知名餐饮、零售品牌旗下百万家线下门店开启大促活动，淘宝闪购也在“618”期间链接更多线下实体，进一步加大补贴力度。

“用户越来越追求‘即时满足’，即时零售逐渐延伸到母婴、3C、美妆、服饰等多领域。仅5月28日到6月1日，就有超过800个品牌商、零售商在美团闪购成交额同比翻倍，‘618’期间手机、小家电、白酒等商品十分畅销。”美团闪购负责人说。

AI助力商家提“智”增效

“自主选择搭配服装、模特、场景，就能用AI一键生成各种风格的真人上身短视频，大促期间帮我们快速完成商品视频矩阵，实现视觉升级。”云尚武汉国际时尚中心相关负责人说。

这位负责人告诉记者，传统服饰行业上新频率快，图文视频等商品内容制作成本高，AI视频工具极大提升了传统视频生产的效率，让企业腾出更多精力投入到产品设计和营销上。

“AI不仅是生产工具，更是市场洞察的放大器。”口腔护理品牌参半联合创始人常宁晓曦告诉记者，通过对用户行为数据进行智能分析，能帮助品牌发现潜在的市场需求，为产品研发提供更精准的决策参考。

京东云向商家开放免费AI营销产品，京东数字人累计服务超13000家品牌商；淘宝上线生意管家“图生视频”系列工具，一个多月时间内累计为商家生成超150万个视频素材……今年“618”，AI加速融入电商业态，助力

更多平台商家提“智”增效。

今年“618”，有消费者在收快递时同步收到了一份“惊喜语音”——“奶奶，我和女朋友祝您端午节快乐，等我们安顿好，请奶奶来深圳玩”“快高考了，要记得身体第一考试第二，哥哥是你永远的后盾”……

“我们近期上线了‘惊喜电话’功能，由AI外呼提供技术支持，消费者可以选择录制一段语音，或者让京东大模型生成的‘AI百变声线’用自己的声音来说。收件人收到快递时，就能一同收到这份语音。”京东相关负责人说。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示，人工智能加速融入千行百业，成为激活消费潜力、牵引产业升级的重要力量，随着技术迭代和落地场景逐渐丰富，人工智能与消费领域的结合正向个性化、多元化发展，有望在未来激活更多消费增量。

据新华社

618 大促背后的产业革新与消费重构

2025年的618电商大促，在经历了前几年的“内卷式”低价竞争后，正悄然转向一场以消费分层、技术赋能和政策驱动为核心的产业变革。

从5月中旬提前启动至6月20日，这场为期39天的超长促销周期，不仅刷新了历史纪录，更通过简化规则、强化补贴和场景创新，试图唤醒消费者的购物热情。

然而，在销售额增长的背后，商家与消费者对“大促疲劳”的感知愈发明显，平台间的竞争焦点也从单纯的价格战转向用户体验、技术创新和圈层运营的深层博弈。

消费理性化与品质化：从“囤货狂欢”到“精准需求”

2025年的618大促，消费者行为呈现出显著的理性和分化特征。京东调研显示，超六成消费者秉持“精打细算，实用至上”的态度，囤货需求集中在清洁纸品、南北干货等日用刚需品类，订单量同比增长均超50%。

与此同时，品质升级趋势在高端品类中表现突出，这种“既要性价比又要品质感”的消费心态，倒逼品牌加速技术迭代。例如，格力AI节能空调通过电力负荷预测技术，在阶梯电价区域渗透率超预期；科沃斯AI扫拖机器人凭借视觉识别优化清洁路径，销售转化率提升58%。

国货品牌的崛起进一步印证了品质化



趋势。京东平台热度Top100品牌中，70%为国产品牌，天猫“亿元俱乐部”中国货占比超六成。以美妆为例，珀莱雅、可复美等国货凭借抗老精华、械字号医美面膜等产品，包揽护肤品类TOP10中的6席，复购率高出普通护肤品类25个百分点。消费者对本土文化的认同感增强，也推动“新中式”产品爆发，京东“新中式”品类同比增长120%，淘宝国风穿搭销量增长显著，云肩、簪花帽等国风单品成为毕业照热门配饰。

天眼查专业版数据显示，截至目前我国现存业、存续状态的电商相关企业超2774.3万家。其中，2025年截至目前新增注册相关企业约400.4家，从企业注册数量趋势来看，近五年间，电商相关企业的注册数量呈现出逐年增长的态势，并在2024年达到顶峰。从区域分布来看，广东省电商相关企业数量位居首位，以超429.2万家企业的相关企业数量占全国企业总数的15.5%。排在其后的是浙江省、山东省、湖北省和湖南省，电商相关企业数量分别是超239.3万家、209.2万家、195.3万家和188.3万家。

直播电商与政策红利：下沉市场与绿色消费的双重引擎

直播电商以25%的销量占比持续领跑，预计2025年占比将突破30%。数据显示，直播引导的大家电成交金额同比增长

近2000%，3C数码直播间成交额激增6000%，不少知名的头部主播的直播间仍是爆款孵化场。

天眼查专业版数据显示，截至目前我国现存业、存续状态的直播电商相关企业超35.9万家。其中，2025年截至目前新增注册相关企业约5.8万余家，从企业注册数量趋势来看，近五年间，直播电商相关企业的注册数量呈现出逐年增长的态势，并在2024年达到顶峰。从区域分布来看，广东省、四川省、浙江省直播电商相关企业数量位居前列，分别为超5.3万余家、2.7万余家和2.6万余家。

平台通过“官方立减15%起”等透明规则提升体验，同时借助内容生态重构流量分配。小红书美妆品牌通过“测品一种草一转化”三阶段布局，爆款成功率提升32%；垂直类达人账号转化效率达泛娱乐账号的2.3倍。

政策红利则为下沉市场注入新动能。国家补贴首次深度嵌入大促体系，家电下乡最高补贴500元，新能源车购置优惠达万元级，激活县域及农村消费升级。以绿色节能产品为例，政策驱动的家电以旧换新推动大家电成交同比增长4倍，小家电、家装品类翻倍增长，绿色消费成为新增增长点。此外，政策扩围至3C领域，带动手机销售额预期达1.13万亿元，智能手环、平板等品类受益显著。

据中国网消费频道