

李强在中朝新鸭绿江大桥开通仪式上发表视频致辞

● 新华社北京10月15日电
(记者孙楠、丁非白)

国务院总理李强10月15日在中朝新鸭绿江大桥开通仪式上发表视频致辞。

李强在致辞中表示，中朝新鸭绿江大桥是习近平总书记和金正恩总书记共同关心推动的重要跨境基础设施项目。在双方共同努力下，大

桥顺利开通，不仅将有力促进两国经贸合作，也将进一步密切双方人员往来、拉紧两国人民之间的感情纽带，必将成为象征中朝传统友谊的新地标。希望双方以大桥开通为契机，持续优化口岸通关，提升互联互通水平，挖掘边境地区合作潜力，不断增进两国人民福祉。

李强指出，中朝是山水相连的社会主义友好邻邦。当前，在两国

两国最高领导人战略引领下，中朝关系正在进入新阶段、开启新篇章。习近平总书记指出，无论国际形势如何变化，中国党和政府高度重视中朝传统友好的坚定立场不会改变，对金正恩总书记领导朝鲜社会主义事业的坚定支持不会改变，维护中朝双方共同利益和良好战略环境的坚定决心不会改变。中方愿同朝方一道继续努力，贯彻落实好

两党两国最高领导人重要共识，加强战略沟通，夯实政治互信，拓展务实合作，密切多边协调，推动中朝关系不断深化发展，更好造福两国人民。

朝鲜内阁总理朴泰成发表视频致辞。

中朝新鸭绿江大桥连接中国辽宁省和朝鲜平安北道，是中朝互联互通重要通道。

何立峰会见美国桥水投资公司创始人达利欧

● 新华社北京10月15日电

中共中央政治局委员、中央财办主任何立峰14日在京会见美国桥水

投资公司创始人达利欧。

何立峰表示，今年是“十五五”开局之年，中国经济保持向好新势向好发展态势。习近平主席对美国事访

问取得圆满成功，对于双边关系下一步的发展具有重大意义。在两国元首战略共识引领下，中美经贸磋商达成一系列互利、平衡、积极成果，有利于

两国及全球经济的稳定和发展。

达利欧表示，看好中国经济发展前景和机遇，愿为推动美中经贸合作继续发挥积极作用。



厦金大桥(厦门段)项目建设进展顺利

这是在厦金大桥(厦门段)悬索塔吊高点上俯拍的景色(10月14日摄)。

近日，厦金大桥(厦门段)观音山沙滩桥完成1.5万吨钢箱梁整体横移施工。

厦金大桥(厦门段)项目由厦门路桥工程投资发展有限公司建设，主线全长约17.34公里。其中，观音山沙滩桥位于厦门本岛观音山海滨，为项目关键性控制性工程之一，也是海上主线连接本岛各方向道路的重要枢纽。

新华社记者 魏培全 摄

服务机器人成“顶流” “AI+”不断升级

从广交会看中国外贸“含新量”提升

● 本报记者 连润 万宇

10月15日，第140届广交会开幕，展馆内人头攒动，人气高涨，其中人气最高的是服务机器人展区，成为当之无愧的“顶流”，智能物流机器人、外骨骼机器人等人工智能产品悉数亮相，吸引采购商。此外，结合最新AI技术的教育、家电等领域的产品，成为企业出口中最受关注的品类之一，颇具竞争力。

专家表示，我国外贸“含新量”持续提升，实质上是我国外贸增长动力正从成本优势转向技术优势。这一变化意味着国际市场对中国产品的需求，正从价格敏感转向技术认可。对中国而言，这不仅是商品品类更迭，更是产业升级在外贸端的映射。

多场景服务机器人齐亮相

“本届广交会，我们带来了智能物流机器人、清洁机器人以及智能轮椅等产品。核心技术亮点在于基于无人驾驶技术，通过雷达、深度相机等硬件与智能算法，实现机器人和轮椅的自主运作。”联合光电营销中心负责人肖重阳在接受中国证券报记者采访时表示。

肖重阳介绍，目前，智能物流机器人主要应用于国内外医院和康养场景，用于物资配送；清洁类产品则在国外电商平台作为家用产品销售。

上届广交会上火爆的杭州太希智能科技有限公司（下称“太希智能”）外骨骼机器人，在本届广交会上继续吸睛。

“银悦X1(Moto Care X1)是太希智能推出的第二代消费级腰部助行外骨骼，也是公司人体物理AI技术路线的首款集成式旗舰产品。”太希智能创始人梁林超在接受记者采访时表示，这款设备通过腰部电机与传感器感知人体动作，为下肢行动提供助力，相比上届参展的样品，产品重量由2.7公斤降至2.0-2.1公斤，优

化外观的同时新增适配老年人、瘫痪

人群的算法与步态方案。“今天是广交会开展第一天，上午已有多台样机达成销售，为了这次展会，我们还进行了备货，可以从杭州直接发货。”梁林超表示。

除了面向康养、医疗赛道的机器人之外，服务类商用机器人同样是本届广交会的一大看点。

广东智动未来科技有限公司（下称“智动未来”）在CF展展厅部署两台小智S3导览机器人，负责迎宾接待、获奖展品多语言自动导览。凭借视觉算法，小智S3可以自动识别靠近的观众，做出打招呼、敬礼等迎宾动作。

“小智S3搭载公司自研的大小脑与世界模型，公司核心团队由新加坡国立大学、上海交通大学人工智能机器人专业硕博组成。”智动未来市场品牌总监叶智鹏向记者介绍，小智S3以商用场景为主，可应用于餐厅服务、无人零售等领域，今年实现商业化落地，在手订单400多台，下个月数千平新产线将在广州投产。

多款智能机器人集中亮相，企业也借广交会积极对接境外采购商，加速订单转化。肖重阳表示，希望通过广交会平台，集团能更好地接触和开拓海外有意向的采购商伙伴，共同拓展智能机器人业务。意向订单的转化最终要跟客户实际需求匹配。“每届广交会结束后，都会有采购商前来审厂参观，期待本届广交会能够挖掘更多欧美客户资源。”肖重阳说。

AI创新产品受关注

广交会作为“中国第一展”，也是企业对外展示新成果的窗口，不少企业都在广交会上展示其技术领先的产品，尤其是结合前沿AI技术的产品，受到采购商广泛关注。

本届广交会上，视源股份以“AI+”为主线，带来AI智能会议、AI教育与机器人方向的最新成果。AI智能会议方面，MAXHUB V8智能会

议平板搭载16麦克风阵列与灵眸四摄，可实现8米开外清晰拾音，同时，键盘声、空调声可以被AI主动滤除，并自动锁定发言人切换特写，谁开口就切给谁特写，有人从镜头前走过也不会被追踪，让远程开会实现“面对面”的效果。

AI教育方面，搭载EasiClass的AI教育平板把大模型带进课堂，MAXHUB AI教育平板把老师随手画的立方体潦草几笔变成可旋转、可拆解的3D模型，手写函数公式即刻生成曲线。这些功能不仅在现场让采购商连连称赞，也让视源股份的海外业绩持续增长。2026年上半年，公司境外收入34.70亿元、占比24.12%，MAXHUB海外收入4.38亿元，同比增长50.42%。

“AI技术在TCL实业的智能终端产品中得到进一步展现。”TCL广交会现场工作人员介绍，比如在近眼显示领域，TCL实业旗下雷鸟创新在本届广交会展示的智能眼镜雷鸟iO，将AI能力融入极简日常眼镜，仅重34克，支持手机通知提示、AI录音、提词器、55种语言实时翻译与AI问答。此外，TCL实业还将AI技术进一步延伸至智能安防、智慧照明多个生活场景。TCL实业表示，未来将加速AI技术在全场景智慧生活中的深度应用，为全球消费者打造更加智能、健康、便捷的生活体验。

格力电器在广交会上展示了格力AI芯片节能技术，它的决策大脑直接集成在小小的芯片里，不依赖云端，完全在设备端完成。运行时，它会实时捕捉室内外温差、房间热特征和用户设定的目标温度，动态协调压缩机频率、电子膨胀阀开度、风机转速三大核心部件。

“这套系统的真正优势在于‘越用越懂你’，它跟随空调自动开启，不需要手动控制，不仅可以匹配环境，还会深度吸收用户启停习惯、时段偏好与房屋特性。”格力电器工作人员介绍，格力实验室典型实测数据表明：同一台空调，开启AI后月均耗电

可从20度降至17度，稳定节电15%，且全程无需人工干预。

持续为外贸增长焕新赋能

广交会上，服务机器人展区成为“顶流”，AI+教育、AI+家电不断升级，无不表明我国外贸“含新量”成色越来越足，新技术持续为外贸增长赋能。

“银悦X1(Moto Care X1)今年刚实现量产，目前已有小几千万元预定订单，销量将在下半年集中释放。”在梁林超看来，国内外骨骼赛道能够全球领跑，得益于迭代速度与长三角、珠三角完善的供应链。

肖重阳表示，境外采购商对智能化机器人的需求依然旺盛，集团也在根据采购商的具体需求，持续调整海外策略。“今年年内，机器人系列产品总体销量预计在1000台左右。借助广交会契机和集团海外业务拓展，集团已在德国和瑞士落地相关项目。当前，机器人系列产品海外业务刚刚起步，出口占比呈逐步增长趋势。”肖重阳说。

“国产机器人核心竞争力，首先在于应用导向的快速迭代，围绕场景持续打磨，迭代速度更快。其次在于性价比与工程化能力，能以更低成本实现可靠交付。更深层则在完整产业链生态，从核心零部件到本体制造、系统集成形成闭环，使创新成果更快量产。”苏商银行特约研究员付一夫在接受记者采访时表示。

付一夫表示，我国外贸“含新量”持续提升，实质上是我国外贸增长动力正从成本优势转向技术优势。先进制造出口高增，意味着国际市场对中国产品的需求，正从价格敏感转向技术认可。

“对中国而言，这不仅是商品品类更迭，更是产业升级在外贸端的映射。从卖产品转向提供系统解决方案，从一次性订单转向持续服务收益。以创新为锚的结构转型，正在构筑更难被替代的竞争力。”付一夫说。

央企重大工程金秋竞速

(上接A01版)算力网国产集群加快速度。近日，由中建三局承建的全球运营商最大单体智算中心中国移动智算中心(呼和浩特)扩容工程——中国移动呼和浩特数据中心B25、B27项目顺利竣工。作为国家“东数西算”工程，项目投运后总算力20100P，其中智算16700P，90%算力服务京津冀，绿电占比88%，将进一步完善国家算力网络调度体系。

物流网大通道关键节点加快打通。10月10日，三峡水运新通道葛洲坝航运扩能上下游围堰正式启动施工。这两道围堰将与岸坡等共同围护施工区域，为万吨级新船闸干地施工创造先决条件。这标志着葛洲坝航运扩能全面进入主体施工阶段。水网主骨架建设方面，南水北调中线引江补汉、黄河古贤水利枢纽等工程高质量推进，央企深度参与40条骨干输排水通道建设，有力支撑国家水安全保障。

国家信息中心副主任、研究员盛磊表示，“十五五”规划纲要部署了6个方面109项重大工程项目，其中构建现代化基础设施体系的23项重大工程，正以“六张网”为牵引加快落地。今年“六张网”和重点领域建设投入将超过7万亿元，“十五五”时期新型电网和城市地下管网将带动约10万亿元投资，算力网新增直接投资约4万亿元。上半年7550亿元中央预算内投资已基本下达，三峡水运新通道、广州新机场等一批重大项目相继开工，投资的“压舱石”作用将进一步显现。

扩大有效投资有支撑

重大工程加速落地，背后是央企靠前发力与政策持续加力同向而行。国务

院国资委数据显示，今年1-8月，中央企业完成固定资产投资2.8万亿元，同比增长1.4%，在战略性新兴产业领域投资1.2万亿元。

从政策面看，5500亿元地方债务结存限额中，2500亿元专项债明确用于扩大有效投资；PSL扩大支持领域，将“六张网”建设纳入支持范围；2026年新型政策性金融工具9月起密集投放……股权投资政策继续加力，资金端与项目端加快衔接。

国泰海通证券研报认为，前八个月我国固定资产投资规模仍十分可观，新动能投资快速增长，部分领域投资增速有所加快，投资正由过去侧重规模扩张转向更加注重科技创新、产业升级和基础支撑。一批重大工程项目加快建设，跨区域交通干线、能源水利重大工程、新型基础设施、城市更新等项目有序推进，投资对稳增长的支撑作用持续显现。

中金公司研报认为，近期国家发展改革委和财政部加大督导力度，资金端和施工端已出现改善迹象。随着项目储备逐步成熟，四季度基建投资有望继续修复，但力度较为温和。

从投资结构看，孙传旺表示，当前呈现三方面变化：一是资金向可再生能源等绿色低碳领域倾斜；二是由单一输变电工程建设拓展至源网荷储一体化、算电协同等系统集成；三是由规模扩张向提质增效转变，推动数智技术与新型电网深度融合发展。

盛磊认为，下一步，随着重大项目陆续落地，人工智能带动“算电数模用”全链条投资，无产投资快速增长，投资于人持续加力，投融资体制机制不断完善，扩大有效投资有空间、有支撑，新旧动能接续转换的势能将持续释放，投资依然是稳增长的重要力量。

优化消费服务体验 今年“双11”呈现新亮点

● 本报记者 熊彦莎 杨洁

近期，京东、天猫、抖音等多家电商平台陆续启动“双11”活动。中国证券报记者从上述平台了解到，今年大促呈现多重新特征，如活动规则持续简化、智能产品与AI购物体验升级、服务消费品类扩容等。

系列变化背后，商务部等7部门新近印发的《关于实施品质电商“五优”行动的通知》(下称《通知》)，为电商平台“双11”定下提质升级的基调。专家认为，平台简化促销规则、聚焦商品品质提升，顺应品质电商转型方向，核心目标是优化消费服务体验。

简化优惠机制

活动规则是否清晰易懂，一直是消费者参与“双11”最关心的问题之一。简化优惠机制，成为今年各大平台的共同选择。

从活动机制来看，价格直降、现货销售、购物返利等简洁规则成为主流选择。比如，10月12日启动的京东“双11”采取价格直降、多买多返的优惠方案，活动首日下单用户数实现同比双位数增长。10月15日启动的“2026年抖音商城双11好物节”主打现货销售，采用立减折扣、一件直降等简单直接的优惠方式。10月15日启动预售、10月20日正式开卖的天猫“双11”采取品牌立减叠加平台消费券等优惠。

《通知》明确提出，推动电商平台持续优化商品展示、推荐和营销活动机制，强化商品质量、服务口碑、信用信息等品质导向，促进品质商品和服务更好触达消费者。国家电子商务示范城市专家组委员李鸣涛告诉记者，今年“双11”，简化促销规则已经成为各大平台的一致选择，符合品质电商时代以提升消费服务体验为核心的发展方向。平台需要扭转过去流量分配领域隐形收费、标准参差不齐、服务售后缺失等痛点。

在规则简化之外，今年大促商品供给方面，服务消费品类迎来扩容。

“京东‘双11’以家政服务的优惠活动‘打头阵’。”京东服务业务相关负责人介绍，“双11”期间，家政保洁、养老服务、宠物服务、家电维修等生活性服务品类均推出优惠举措。京东将着力破解服务消费领域隐形收费、标准参差不齐、服务售后缺失等痛点。

实物商品端同样有新亮点。今年天猫“双11”的活动商品数量创历年之最，10月15日晚提前开卖的家电数码专场活动中，具身智能机器人、智能门锁、智能干衣机、数码相机等新品类均纳入补贴范围。

海通国际研报显示，今年“双11”，消费类品牌增长目标呈现分化，部分国货及中高端国际品牌目标相对积极。申万宏源研报分析，多平台简化优惠机

制，叠加平台补贴，有望拉动消费者囤货需求。

AI消费解锁购物新场景

在商品供给提质之外，AI技术深度融入消费场景，成为今年“双11”的一大特色。

“双11”迎来Token(词元)消费新场景。近期，国产头部大模型厂商MiniMax宣布正式入驻天猫，开设首家品牌官方旗舰店。此前，智谱、阿里云、千问办公等也已在天猫开店，天猫还上线了Token充值中心“AI空间站”，将多家大模型订阅服务集中到同一入口。

AI技术也在优化线上消费体验。在京东“双11”期间，包括AI购物助手“东东”、JoyInside贴身智能、京东数字人JoyAvatar、“超脑+狼族”机器人军团等京东的AI成果，已在零售、物流、健康、工业、外卖、家政等3000多个场景全面应用。

在李鸣涛看来，电商平台布局AI应用，是改善用户体验、降低运营成本的现实需要。同时，AI也在重构购物流量入口格局。部分AI可以实现交互式购物，带给消费者新的购物体验，也在快速形成新的流量来源和营销体系。

优化出海服务品质

国内大促提档升级的同时，电商平台也将“双11”的消费势能延伸至海外市场。

据淘宝出海业务负责人叶天介绍，今年淘宝“双11”有超过120万淘宝天猫商家参与出海，在全球20个市场同步启动，13个国家和地区提供包邮服务。其中，中国香港、中国澳门、新加坡和马来西亚实现“0门槛包邮”。

出海品类持续拓宽，从轻小件进一步拓展至家具、家装建材等中大件品类，90%以上中大件商品将实现海外直邮。

“一份投入、两份生意，国内照常卖，海外新增量。”叶天表示，淘宝出海业务GMV(商品交易总额)已连续六年实现双位数增长，超过15万商家出海后实现年GMV同比翻倍增长。

《通知》提出，推动出海平台建立“品牌+品质”双重审核机制和产品溯源体系，从源头筑牢出口商品品质防线。

海外消费数据印证品质升级趋势。淘宝数据显示，海外消费者购买服饰、美妆、户外、宠物等品类商品的平均件单价增幅明显。

李鸣涛认为，电商平台推出的国内商家出海活动，不需要商家跨平台运营，一定程度上实现“一店卖全球”，降低了国内商家的出海门槛。国内电商平台利用出海营销将“双11”打造为全球化购物节点，能在海外市场获取新用户，获得新的增长点。