

2024中关村论坛年会昨日开幕 前沿科技成果集中亮相

■本报记者 郭冀川 田鹏

4月25日,2024中关村论坛年会在京开幕。

《证券日报》记者在现场感受到,相比以往,2024中关村论坛年会展出了更多不同类型的机器人,如裸眼3D空中成像技术机器人、具身智能人形机器人、仿生人形机器人、医疗机器人等,其中大部分技术已经走向落地应用,真正做到用科技创新赋能人们生活,这也是对“科技办会”的最好诠释。

服务型机器人在多场景应用

在2024中关村论坛年会现场,随处可见服务型机器人。例如,“裸眼3D-AIGC小关机器人”引得观众驻足围观。据悉,作为一款融合交互空中成像技术的机器人,其无须参观者直接接触,在空中便可实现与人互动。

东超科技品牌总监许干江向《证券日报》记者介绍,交互空中成像技术依托公司自主研发的具有负折射功能效应的新型材料(负折射率平板透镜),集成相关交互技

术后,实现了空中精准复杂交互式成像系统。该技术具备实用性和创新性,实用性体现在可将传统实体屏幕信息投射在空中精准操作,避免接触产生的交叉感染风险;创新性则体现在科技含量高、空中互动性强、视觉冲击力大等优势,将为传统产业的屏显转型升级提供高性价比的替代选项。

谈及该技术的实际应用,许干江表示,该技术可广泛应用于智能座舱、医疗卫生、民生工程、智慧家居、展览展示等领域。

此外,由清华大学交叉信息研究院孵化的北京星动纪元科技有限公司,带来了具身智能人形机器人产品。

北京星动纪元科技有限公司联合创始人席悦向《证券日报》记者介绍,针对制造业及服务行业等应用场景,公司推出了最新身高1.65米全尺寸人形机器人小星MAX,该人形机器人大幅提升了头部、腰部、手部的灵活性和精确度,可实现在草坪、石子路、雪地上稳定行走,具备上下楼梯、背负重物、深蹲、跳跃乃至于举重等复杂动作能力。

另外,EX机器人也带来了两款

机器人产品,其中一款接待服务型机器人通过搭载AIGC(生成式人工智能)语义大模型,可实现智能语音问答,参会者能够向其询问场馆信息,了解中关村论坛各大板块及特色介绍,带来全新的交流体验。

EX机器人联合创始人、总裁李博阳在接受《证券日报》记者采访时介绍,此次还展示了与中央戏剧学院合作的“中央戏剧学院智能艺术空间教育部重点实验室”,展示男性机器人“行动者1号”,将作为中央戏剧学院院长郝戎的机器人分身出席重要活动,在校庆和毕业典礼等活动中发表讲话。

李博阳称,机器人已经在文化、旅游、艺术、历史、教育等领域得到应用,各商业业态正在渐次展开,如连锁机器人教育研学、连锁智能餐饮、连锁科技互动游乐场等。

医疗机器人向“自动化”进发

除了服务型机器人在多场景亮相外,医疗机器人也是此次论坛年会的一大亮点。事实上,随着医疗自动化需求的不断增长,智慧医疗机器人市场也迎来了快速增长

期,在2024中关村论坛年会现场,多家医疗器械企业展示了智慧医疗机器人。

北京木锐机器人股份有限公司副总经理胡慧慧告诉记者,公司的单孔腹腔镜手术机器人继2020年成为中国首个通过创新医疗器械特别审查程序的单孔手术机器人之后,于2024年2月份获得适用范围变更批准,用于泌尿外科及妇科腹腔镜手术操作,有效填补了国内空白。

“木锐机器人已成功完成了普外科和胸外科的注册临床试验,未来将基于蛇形臂单孔技术优势,不断拓展手术机器人的应用潜力。”胡慧慧表示。

北京迈迈医疗设备有限公司市场总监田威向《证券日报》记者介绍了公司血管造影X射线机(DSA)产品,该产品通过算法让目标图像显示更清楚,对病变显示更易识别,背景噪声更低。

田威称,人们已经越来越接受具有自动驾驶功能的汽车,医疗器械也在向着“自动化”进发,在大数据的基础上,通过深度学习和训练形成的具备复杂映射的图像算法,

血管造影设备将自动提高图像时间分辨率和空间分辨率,提高图像组织均衡能力,提高微小病变的可识别度。

北京品驰医疗设备有限公司负责人向《证券日报》记者介绍,公司的可充电蓝牙可感知磁共振兼容脑起搏器在去年3月份上市后,开始在全国各地陆续投用,目前已完成近120例手术植入。作为脑机接口设备,医生通过可感知脑起搏器,可以采集患者的脑电信号、体位变化等信息,在各种情况下自动调用最适合的程序组,对患者颅内核团进行电刺激。这一产品不仅在临床上用于治疗帕金森病、肌张力障碍,还成为了脑科学研究的强大技术手段,支撑脑起搏器疗法进入个体化、精准化时代。

值得注意的是,企业成果展示只是中关村论坛年会诸多亮点之一,后续还将迎来硬科技投资与发展论坛、高端仪器创新发展论坛、未来产业创新发展论坛等一系列论坛活动,进一步围绕科技领域开展思想碰撞和知识交流,发布一批重磅成果,持续打造前沿科技和未来产业的“风向标”。

年内超九成债券基金斩获正收益 专家提醒投资仍需“量体裁衣”

■本报记者 吴珊 见习记者 方凌晨

今年以来,债券基金仍是投资者重点关注的投资标的之一,份额和规模均有所增长。债券基金也给投资者带来了较好的回报,截至4月25日,年内九成以上产品斩获正收益。

投资者对债券基金的申购依旧较为积极。中基协最新月度数据显示,截至3月底,债券基金份额与规模均较2月份有所增长,实现了“两连增”。“日光基”爆款债基频频出现,4月份以来就有汇添富投资级信用债基金、大成景利利率债、富国瑞盈纯债债券等债券基金募集金额约达80亿元。

“投资者风险偏好下降,使得风险较低的债券基金依然备受投资者青睐。”天弘基金方面对《证券日报》记者表示,对于机构投资者来说,“资本新规”对银行的资本充足率提出了更为严格的要求,银行在配置资产时或更加注重风险控制和本地效率,可能会加大对债券基金的配置。

在中信证券首席经济学家明明看来,一方面,权益市场波动较大,部分投资者出于规避风险的目的,将资金转移至收益相对稳定的债券基金;另一方面,存款利率持续下行,也使得储户将目光投向收益率相对较高且风险可控的债券基金。

债券基金的整体收益表现也较为稳定。Wind资讯数据显示,截至4月25日,年内有收益率统计的3569只债券基金中,有3416只基金实现了正收益,占比约为95%。从收益率表现来看,有50只基金今年以来收益率在4%以上,其中,工银可转债债券以10.48%的年内收益率居于榜首;西部利得鑫泓增强债券A、新华丰利债券A分别以9.83%、8.73%的年内收益率紧跟其后;国泰惠丰纯债债券A、天弘弘利债券A等多只基金产品收益表现也较好。

受访业内人士表示,债券基金因整体具有风险较低、收益率相对稳定的特点,受到投资者青睐。不过,产品收益率不是衡量投资的唯一维度,投资者需根据自身情况进行合理配置,未来债市走向可能受到债券供给、市场情绪等多方面的影响。

今年以来债券市场也有过波动。天弘基金方面表示:“应充分了解债基产品的风险收益特征,产品期限越长,预期收益和风险就越大,要根据自身资金情况和风险偏好选择相应品种,不能过度追求收益率。”

“建议投资者在自身风险承受范围内选择适合的产品,避免过度追求收益而忽视风险,同时,可以进行多元化的配置。此外,需注意产品期限以及是否为封闭产品,避免流动性风险。”明明表示,中长期来看债券牛市的逻辑没有发生变化,但是市场情绪等因素可能会在短期内给债市带来一定扰动。

“五一”假期临近文旅市场升温 多地出台举措激发消费活力

■本报记者 刘萌
见习记者 张芝逸

“五一”假期临近,多地纷纷加大文旅活动宣传推广力度,持续激发文旅消费活力。

美团数据显示,“五一”假期文旅预订量(含景区、住宿、交通等)周环比(4月17日至4月24日数据)增超190%。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对《证券日报》记者表示,这反映出消费者出游意愿和消费能力的提升。

木鸟民宿相关负责人告诉《证券日报》记者,4月17日“五一”假期首日火车票开售后,民宿搜索热度环比上涨370%。其中,中长线出游火热,跨省民宿搜索热度同比上涨48%。

演唱会、博物馆、主题乐园等消费场景获消费者青睐。木鸟民宿数据显示,“五一”期间,烟台、成都、天津等地因演唱会的举办吸引了众多歌迷的关注,演唱会周边民宿咨询热度上涨210%;国内各大博物馆、主题乐园等相关景点周边民宿搜索热度提升420%。

航班与铁路出行同样将在“五一”假期迎来高峰。航班管家App4月24日发布的数据显示,从机票订单量看,2024年“五一”假期国内日均机票订单量较2023年同期增长37%。热门线路“五一”期间的火车票“一票难求”。

今年“五一”假期文旅消费市场将持续呈现增长态势。中国城市发展研究院·文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示,一方面,随着国内交通网络的不断完善和人们对旅游品质的追求,国内长线游将成为热门选择;另一方面,人们在旅游过程中不仅追求观光和休闲,还注重体验和互动,对于文化、艺术、体育等多元化消费的需求也将不断增加。

“五一”假期也成为各地促进消费的重要抓手。多地针对“五一”假期出台促消费举措,为接住假期期间的“泼天富贵”做好准备。例如,海南开展“机票即门票”2024海南旅游消费券发放活动,将发放共计2000万元的消费补贴;黑龙江计划在“五一”期间举办共计136项主题活动,打造89条精品旅游线路。此外,潍坊、厦门、南昌等地也聚焦“五一”假期,通过发放消费券、开展主题活动等形式促消费。

对此,袁帅表示,为进一步激发文旅消费潜力,政府可以从优化旅游环境和完善旅游设施,以及注重文旅融合等方面入手。另外,旅游企业应当加强产品创新和服务升级,提升旅游产品和服务的质量。同时,要多方合力加强旅游市场的宣传和推广。政府和企业可以联合开展旅游促销活动,通过线上线下相结合的方式,扩大旅游市场的知名度和影响力。

洪勇建议,在激发文旅消费潜力时,各地要利用地方特色和文化底蕴打造差异化品牌,开展文化和旅游消费促进活动,如举办特色节日、艺术展览和体育赛事等,也可以与企业合作,推出更多消费优惠政策,如消费券、旅游补贴等。

2024北京车展探馆:

中国车企成“流量担当” 智能汽车进一步“破圈”

■本报记者 龚梦泽

4月25日,2024(第十八届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)正式开幕,本次车展以“新时代·新汽车”为主题。

作为今年国内首个国际A级车展,北京车展被视为国内乃至全球汽车技术发展的风向标。据了解,本届展会将展出117台全球首发车型、41台概念车以及278个新能源车型。此外,在总展出面积达23万平方米的展馆中,集结了超1500家参展企业;将举办163场新闻发布会,创下历史新高。

当下,电动化、智能化浪潮席卷汽车行业,自主品牌与合资品牌之间以及新能源车与传统燃油车之间的全方位竞争已展开。对此,德基先进制造与出行产业合伙人张帆认为,相信通过本次北京车展,将进一步激发消费热情,帮助企业持续积累在手订单,并有望带动汽车消费掀起新一轮“小高潮”。

从现场情况来看,自主品牌已成为本届北京车展当之无愧的“流量担当”,吸引了无数目光。

据乘联会数据,2023年自主品牌国内汽车销量合计达到1128万辆,占比52%。这是我国汽车产业史上,自主品牌销量首次超过海外品牌销量。今年一季度,自主品牌销量份额持续提升,累计份额达到55%,较去年同期增加5.4个百分点。

在今年北京车展上,东风汽车、上汽集团、长安汽车、北汽集团、吉利汽车、比亚迪汽车、奇瑞汽车、赛力斯等自主品牌均亮相,集中展示最新研发的技术和产品。造车新势力方面,小米、蔚来、小鹏、理想、零跑、哪吒汽车等品牌高调入场。脱胎于传统车企的阿维塔、深蓝汽车、智己汽车、昊铂、极越、飞凡汽车等品牌也纷纷携新品亮相。

小米SU7发布28天交付5781台 计划年底完成10万台交付

■本报记者 向炎涛

4月25日,在2024(第十八届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京国际车展”)上,小米汽车展台无疑是全场焦点。

早上9时20分,小米汽车召开新闻发布会。开场前,小米汽车展厅已经被围了个水泄不通,各种“长枪短炮”摄影器材在现场各显神通。当小米集团创始人、董事长兼CEO雷军现身,全场气氛达到



北京车展现场人流涌动

向炎涛 张碧玉/摄

随着AI技术的不断革新,华为、小米等知名企业让智能汽车进一步“破圈”,彻底打开了消费者对智能汽车的想象空间。《证券日报》记者在现场看到,位于W3馆的小米汽车展台人气爆棚。毫无疑问,智能化成为本届北京车展的最大看点。

具体来看,蔚来汽车携旗下8款2024款车型集体亮相;理想汽车携新发布的理想L6等车型亮相;新款阿维塔11车型正式发布并上市;上汽旗下的智己L6亮相;极氪正式发布浩瀚-M架构,基于该架构打造的首款家庭出行产品极氪MIX此次全球首秀。此外,小

鹏汽车携旗下小鹏X9、G6、G9、P7i车型亮相,同时宣布AI天玑系统全球首发;800kW液冷S5超快充将于今年三季度全面升级。“今年6月份将推出全新品牌MONA。”小鹏汽车董事长及首席执行官何小鹏表示。

除上述纯电动车型外,自主品牌的混动车型也成为本届车展的看点之一。其中,全新车型——零跑C16在北京车展期间首发亮相;比亚迪5、豹8、豹3概念车SUPER 3以及概念跑车SUPER 9等也在本届北京车展集体亮相。

据了解,目前混动车型已成为越来越多车企“押注”的增量市

场。中国汽车工业协会数据显示,2023年,我国插电式混动汽车全年销量280.4万辆,同比增长84.7%。中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟此前预测,2024年我国含增程式在内的插电式混动汽车将贡献三分之一的新能源汽车销量。

除自主品牌外,跨国车企也开启了“电动反攻”。在今年的北京车展上,奔驰、宝马、大众、保时捷、本田汽车、丰田汽车、通用汽车和福特汽车等一众国际主流汽车品牌参展亮相,集中展示了最新的智能化、电动化成果。

其中,奔驰携多款全球或中国

首发车型和前瞻数字科技亮相——全新梅赛德斯-奔驰纯电G级越野车全球首发;全新梅赛德斯-奔驰G 500及全新梅赛德斯-AMG G 63也首次亮相车展。宝马品牌方面,全新发布的全新电动MINI Aceman和MINI Cooper等首次展出。奥迪品牌带来了旗下基于PPE平台打造的全新纯电SUV车型——Q6L e-tron。

在乘联会秘书长崔东树看来,2024北京车展既是集中展示行业新技术和企业新产品的舞台,也是塑造品牌形象、提升销量的良机。相信北京车展将成为推动国内汽车消费的“催化剂”。

户一样对待苹果用户。与此同时,小米最新旗舰手机与小米SU7配合,如果用一句话形容,就是“amazing”。

对于小米汽车接下来的规划,雷军表示,小米正在全力扩产产能,4月18日小米SU7标准版、Max版开始交付,计划5月底PRO版开始交付,6月份单月交付将超过1万台,2024年底计划完成10万台交付。

渠道方面,小米正在全面加速

来说,能做到这个水平非常困难。小米能做到,是因为小米已经创业了14年,对于制造、交付、品质、管理有充足的经验。

值得一提的是,根据小米的调研,在锁单客户中,预计女性车主将占到40%至50%。此外,BBA(奔驰、宝马、奥迪)用户购买者占比29%,苹果用户占比51.9%。

“小米SU7绝对是支持苹果生态最好的车。”雷军表示,虽然苹果不造车,但是小米会像对待小米用

选址开店,预计年底基本覆盖全国所有省份,销售门店将在46座城市达到219家,服务中心将在86座城市达到143家。

“造车很苦,但成功一定很酷。”雷军说。在发布会上,雷军还发布了人才招募计划。过去三年,小米汽车人员达6000人,其中研发人员3500人。小米汽车的目标是通过15年到20年的努力成为全球前五的车厂,只有6000人是远远不够的。