“广东籍”人形机器人亮相“跑马”

新消费 激活 新动能
高质量发展 新动能
产业新观察

各地产业竞速共创“名场面”

羊城晚报记者 黄婷
实习生 顾群生

从春晚舞台扭秧歌、到展示前空翻、后空翻，国产人形机器人的每一次亮相，无不体现具身智能的进化和飞跃。如今，人形机器人甚至能与人类一起“跑马”。

4月19日，全球首场“人机共跑”半程马拉松在北京亦庄鸣枪开跑，21支机器人队伍与12000名人类选手共同参与。这些拥有钢筋铁骨的人形机器人，跑起步来画风各异——有身高不足1米的小不点，也有身高一米八的大高个；有步伐稳健的，也有呆萌可爱的……

在一个个比赛实况赚足眼球的同时，人们不禁要问，机器人“跑马”的意义是什么？

在长达21公里的赛道上，机器人需应对复杂路况、长距离奔跑等挑战，这对其续航、运动控制和环境适应能力提出了极高要求，是对人形机器人综合性能的全面摸底。

此外，参赛的人形机器人拥有不同研发背景和应用布局，分别来自北京、上海、广州、深圳、苏州等地。这也意味着，本次比赛不仅是硬实力的竞技场，更为各地开辟了展示产业基底、创新生态的一扇窗口。

6支队伍成功完赛 机器人跑马比的是什么？

人机共跑，是这场马拉松比赛最大的看点。

比赛全长21.0975公里，包含了平地、坡地和转弯等道路场景。机器人选手与人类选手同时起跑且赛程一致，但两者的赛道以设施隔开。

经过2小时40分42秒，来自北京人形机器人创新中心的“天工Ultra”夺得全球首个人形机器人半程马拉松赛事桂冠。“小顽童队”和“行者二号队”分获亚军、季军，6支队伍成功完赛。

很多人会好奇，从实验室到马拉松赛道，什么实力才是最重要的？

步伐又快又稳，是赢得比赛的关键优势。此次夺冠的天工Ultra身高约1.8米、体重约55公斤，由北京人形机器人创新中心研发，最高奔跑速度达到12千米/时，历经3次换电、1次摔倒夺冠。据悉，天工Ultra前方有一名领跑员，相比其他机器人受遥控器控制，它可以利用传感器检测领跑员的运动状态，自己规划路线。

赛前，天工Ultra也改善了硬件。如进行轻量化设计、优化关节模组导热设计、在机器人脚底作了缓冲设计，让参赛步伐更加稳健。

勤奋练习也必不可少，能让机器人更好地适应“跑马”这一应用场景。天工机器人团队、北京人形机器人创新中心CTO唐剑透露，为了参加此次半马比赛，天工Ultra已进行了七八个月的准备，准备过程中要做极限测试、针对各种复杂地形的测试，以及跟随算法的测试等等。

长续航、耐力强，是部分人形机器人脱颖而出的加分项。在本次比赛中，松延动力（北京）科技有限公司两支队伍的参赛机器人采取了不同的策略。旋风小子力图展示机器人极限的运动能力，而小顽童则是尽可能稳定地跑完全程。然而，开赛猛冲到第二位的旋风小子历经摔掉头、4次更换机器人后，被小顽童超越。最终，小顽童率先冲线，旋风小子第三位冲过终点线，但因更换机器人罚时而位列第四。

上海卓益得机器人有限公司研发的“行者二号”机器人获得季军，也是参赛者中唯一没有在比赛中途更换电池的机器人。

天工队选手天工Ultra（左二）在比赛中冲过终点 新华社发

人形机器人半程马拉松冠军天工队选手天工Ultra佩戴完赛奖牌在颁奖仪式上 新华社发

人形机器人在广东 除了“跑马”还要进厂

此次马拉松比赛虽然在北京亦庄举行，其影响力却辐射到全国各地。其中的一个重要原因，是参赛机器人“籍贯”不同，分别来自北京、上海、广州、深圳、苏州多地，展现了全国机器人产业集群的蓬勃活力，更折射出各地产业生态的差异化优势。

近年来，我国从标准体系构建、战略路径规划、创新生态培育等维度，建立和完善人形机器人产业政策。多省市积极响应，相继出台促进人形机器人发展的政策，加速创新要素聚合，具备地域特色的机器人产业集聚效应逐步显现。

此次夺冠的天工Ultra，就是跨区域协同创新的重要范本。

2023年年底，广东机器人“七剑客”之一的深圳市优必选科技股份有限公司作为发起单位和总经理单位，与京城机电、小米机器人、亦庄机器人等10家行业领军企事业单位共同出资，联合组建了天工机器人的研发机构，即北京人形机器人创新中心。优必选CTO、执行董事熊友军担任创新中心的法定代表人和总经理。

在该中心成立之初，优必选不仅调派了研发人员协助启动多个项目，还向创新中心开放了300多项专利，助力快速研发通用机器人母平台“天工”，实现了全球首个全尺寸纯电驱人形机器人的拟人奔跑。

多家“广东籍”人形机器人也积极参赛，接受长距离奔跑的考验。

由广州高擎机电科技有限公司组成的“海派兄弟”战队携人形机器人“小海”参赛，身高仅82厘米，体重仅17公斤的“小海”，虽未能在3小时30分钟的关门时间内完赛，但无跌倒跑了4个小时共计15公里，并实现了全程无系统宕机、零人工干预。

乐聚（深圳）机器人技术有限公司也携产品“夸父”亮相赛道。“夸父”具备每小时超过7公里的奔跑速度，其核心在于结合模型预测控制与模仿学习的算法系统，能够基于小样本数据进行快速适配，并在复杂环境下维持30分钟以上的稳定奔跑。

近期，广东制定出台了《广东省推动人工智能与机器人产业创新发展若干政策措施》，从支持核心技术攻关、培育优质企业、打造应用场景、部署高能级平台、培养引进人才、推进标准体系建设等方面提出12条“干货”政策措施。

接下来，广东将组织实施“智能机器人”重大专项，重点加快灵巧手、空心杯电机、电子皮肤、一体化关节、运动控制、端到端机器人用大模型等核心技术攻关，全力打造全球人工智能与机器人产业高地。

赛场之外，人形机器人在更广阔的应用场景下你追我赶，开启了一场进厂、进家庭的马拉松。而广东机器人产业发展的优势，也在于供给和需求的有机衔接。

当前，优必选的Walker S已先后进入东风柳汽、极氪5G智慧工厂、奥迪一汽、比亚迪等工厂“打工”，成为全球进入工厂最多的工业机器人；乐聚机器人将第100台全尺寸人形机器人交付北汽越野车，将用于柔性制造、狭窄空间操作等场景，还与海尔合作计划在家庭服务领域深化应用。

金融活水润泽外贸实体 创新服务助力企业破局

广东省中山市某科技有限公司是一家主营智能显示设备的中小外贸制造业企业，其自主研发的高端显示产品畅销全球，2024年出口额超1亿美元。近期，全球贸易形势复杂多变，汇率波动加剧。由于该企业的货款回款多以美元结算，企业实际收入受到影响，给企业经营带来困扰。

日前，为进一步强化对中小外贸企业的支持力度，中国光大银行总分行均在“支持小微企业融资协调机制工作专班”项下设立了“外贸工作组”，专项推进外贸企业金融服务工作。光大银行广州分行主动融入当地融资协调机制，组建专业服务团队，开展“一户一策”精准对接。通过深入了解上述科技企业的汇率避险需求，分行创新设计“风险逆转期权远期购汇结构”服务方案，并为企业核定专项授信额度。这既为企业构筑起了抵御汇率波动的风险防控体系，又通过授信额度替代现金保证金，有效降低了企业财务成本。企业负责人表示：“这笔期权让我们公司海外订单交付更有底气，既规避了汇率波动风险，又减少了投入生产活动的资金占用，有效减轻了我们的资金运营压力。”

畅通国内国际双循环、推进高水平对外开放是国家进一步全面深化改革、推进中国式现代化的重要举措之一。光大银行积极响应国家战略部署，切实推动落实深化小微企业融资协调机制、加大金融支持外贸力度等工作要求。据悉，该行“外贸工作组”聚焦服务外贸企业过程中的“难点”“堵点”，从完善金融服务覆盖面、加大信贷支持力度、优化产品服务质效、加强金融科技创新等各个方面，多措并举助力外贸促稳破局。例如，光大银行长沙分行通过“出口信用保险+出口押汇”产品设计为出口企业提供融资服务、南昌分行依托出口信用保险增信企业出口订单融资、西安分行落地普惠型外贸小微企业转贷款等。

此外，光大银行持续推动金融科技实践，不断提升国际结算等产品的线上化、自动化程度。2024年，该行推出了海运费境内外币自动汇出和汇入自动入账；2025年2月，再次升级，实现了境内外汇同户名账户汇入自动入账，极大地提升了企业跨境支付效率。同时，不断完善网上银行、手机银行、阳光供应链云平台等多渠道、多场景国际业务产品功能及服务，提高跨境金融创新性场景综合服务能力，切实提升了外贸企业的业务办理便利性和服务满意度。

光大银行表示，下阶段将不断提高对外贸企业的金融支持力度，全面施策、精准发力，助力外贸稳量提质，为稳外资稳外贸持续贡献光大力量。 （杨广）

大豆进口版图或将重构 头部油企从容应对冲击

金龙鱼从南美进口大豆的比例持续增加

羊城晚报记者 吴珊

名企热搜

4月20日，上市公司金龙鱼披露“益海嘉里金龙鱼食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表”，就近期中美互加关税、上市以来净利润持续下滑等问题进行回应。

南美大豆进口增加

据此前国务院税则委员会发布的公告，自今年4月10日12时01分起，调整《国务院关税税则委员会关于对原产于美国的进口商品加征关税的公告》（税委会公告2025年第4号）规定的加征关税税率，由34%提高至84%。依据公告并结合此前的关税情况，调整后的中方对原产于美国的大豆关税税率超过90%。

作为国内食用油产品的头部企业，金龙鱼的主要产品调和油、大豆油的原材料主要为大豆等国际大宗商品。根据2024年业绩报告，金龙鱼厨房食品（油、米、面等）业务实现营收1454.23亿元，占总营收的60.88%，金龙鱼的饲料原料及油脂科技业务营收为916.39亿元，占总营收的38.36%。

在投资者关系活动中，金龙鱼回应中美互加关税对公司影响时回应称：“近几年公司从美国进口大豆的比例持续降低，从南美进口的比例持续增加。预计2025年，巴西、阿根廷、巴拉圭和乌拉圭等南美国家的大豆产量将超过2.3亿吨，是中国每年进口需求量1.05亿吨的两倍多，所以预计本轮对美国农产品的关税反制措施对公司影响不大。”

根据海关总署披露的数据，2024年中国进口大豆总量约为1.05亿吨，进口额约527亿美元。据不完全统计，该数据为近几年的最高值。其中，2022年、2023年分别为0.91亿吨和0.99亿吨。

不过，我国进口大豆总量持续增长，结构也在发生变化。近年来，中国与巴西双边经贸关系取得长足发展，越来越多的巴西优势产品进入中国市场。海关总署披露，2024年前10个月，我国在巴西大豆、铁矿砂出口中的占比均超过七成，在纸浆、原油中的占比超过四成。有分析人士指出，随着中美经贸摩擦持续，巴西有望进一步巩固并扩大在中国大豆进口来源地的地位。

另据海关总署消息，今年3月，我国暂停美国3家企业大豆输华资质。消息称，中国海关近期在进口的美国大豆中检出麦角和种衣剂。为保护中国消费者健康，确保进口粮食安全，根据有关规定。暂停3家涉事企业大豆输华资质。

央厨业务投资放缓

在“金龙鱼投资者关系活动记录表”中还披露了多个热门问题。

有投资者提出，金龙鱼上市以来净利润持续下滑，什么时候会改善。

根据金龙鱼近期发布的2024年业绩报告，公司2024年实现营业收入2388.66亿元，同比下降5.03%；净利润为25.02亿元，同比下降12.14%；扣非净利润为9.72亿元，同比下降26.42%。

净利润方面，2020年，金龙鱼归母净利润为60.01亿元。从2021年起持续出现下滑。2021年至2024年分别为41.32亿元、30.11亿元、28.48亿元和25.02亿元。

对于净利润持续下滑，金龙鱼解释称，公司近几年受宏观环境以及农产品价格等因素影响，利润有所波动。同时，近几年公司投资了很多新项目，在短期内对公司利润造成了一些影响，但长远来看能够提升竞争优势。之所以建立了很多综合性工厂，目的是使得生产、营销、配送成本有优势。“着眼于长远发展，致力于构建一个完善的产业链。”在金龙鱼看来，当前市场竞争非常激烈，公司多元化的业务模式相比单一产品模式更具竞争力。

金龙鱼还表示，新项目业绩提升不是一两年就能达成的，技术能力培养、产品质量提升和管理团队素质提高都需要时间。正如当年涉足米和面业务，虽然很多人认为不应该做这些相对较低利润的产品，但正是这种多元化的产品战略支撑了公司的长远发展。据了解，金龙鱼开始推出品牌包装大米，可以追溯到2006年，随后进行了一系列长期性的投入与开发。

投资者关注的另一个重要问题是金龙鱼的“中央厨房”项目（以下简称“央厨业务”）。2021年，金龙鱼开始推动该项目。在2023年年度报告中金龙鱼提到，中央厨房生产多样化预制菜产品，包括为团餐、快餐客户定制的牛肉片、小酥肉、鱼香肉丝等美味佳肴。

据不完全统计，金龙鱼母公司益海嘉里集团已在全国范围内规划了25家央厨工厂，其中已有6家工厂建成并投入使用，它们分别坐落于杭州、周口、廊坊、重庆、沈阳和西安。以位于廊坊的中央厨房为例，主要生产预制米饭，并在盒马、叮咚等平台上销售。

在谈及公司目前央厨业务的进度时，金龙鱼表示，由于宏观经济增速放缓，金龙鱼对中央厨房项目的投资速度有所放慢。但仍然认为中央厨房园区的业务模式符合未来食品生产及消费的大趋势，并称“中央厨房园区的扩展速度取决于整体业务的进展情况”。

文/陶砚 图/受访者提供

4月15日，第137届广交会在广州拉开帷幕，广州视源电子科技股份有限公司（以下简称“视源股份”）以“交互显示+人工智能”为核心，携六大场景解决方案及MAXHUB XBoard V7、希沃亲子屏等新品亮相。从智慧会议区的沉浸式协作体验，到智慧生活展区的亲子互动大屏，再到教育场景中跨越地理限制的数字教室方案，视源股份的展台成为全球数字化升级的微缩图景。

广交会上外籍采购商咨询产品

AI驱动，场景突围！

视源股份的全球化出海新征程

六大场景解决方案齐发 AI新品重构智能生态

走进视源股份的展区，六大场景解决方案如同一幅立体画卷，展现着科技如何渗透到工作与生活的每个角落。在智慧会议区，全球首款获微软Teams认证的三摄交互式大屏MAXHUB XBoard V7正在演示跨国会议——远在西班牙的工程师通过超宽屏清晰分享设计方案，东京的团队成员在“无限大幕白板”上实时标注修改，背景中的空调声与键盘敲击声被AI降噪技术精准过滤，仿佛置身同一间会议室。

这款在2024年ISE展首度亮相便引发关注的产品，凭借其AI驱动的音视频系统，解决了开放办公区的声场干扰难题，即使在玻璃幕墙环绕的会议室，16阵列麦克风也能通过智能音幕锁定发言人，让远程协作真正实现“声临其境”。如今，MAXHUB系列产品已成为全球140多个国家和地区、80万间会议室的“标配”。

转身进入智慧生活展区，55英寸的希沃亲子屏正在播放一场别开生面的家庭互动课，孩子在大屏上通过体感游戏学习英语单词，父母参与知识问答环节，护眼屏幕在自然光下自动调节亮度。这款将校园场景中的交互技术与AI教育内容移植到家庭的产品，不仅是硬件的升级，更是视源股份“场景迁移”能力的体现。正如展区负责人所说：“我们在教育领域积累的触摸交互、内容生态与护眼技术，天然适合家庭场景，希沃亲子屏只是一个开始。”

同样吸引眼球的，还有白色家电主控板卡——这些看似低调的部件，实则是视源股份在智能家居领域的隐形布局。智能空调根据用户习惯自动调温、冰箱实现食材过期提醒、健身设备通过AI纠正动作，这些功能背后，是其在控制集成领域20年的技术沉淀与供应链优势，也让海外市场的生活电器业务迎来爆发式增长。

技术创新筑牢全球化根基 研发投入催生硬核实力

如果说展区内的产品是“水面上的冰山”，那么视源股份的研发体系则是“水下的基石”。在位于广州的全球总部，“三院一站”研发架构——中央研究院、中央工程院、创新设计院与博士后科研工作站——正持续输出技术动能。上百位博士专家领衔的团队，每年将超过7%的营收投入研发，2023年研发费用达14亿元，53%的员工专注于技术突破。

这种“技术至上”的基因，在专利数据上体现得淋漓尽致。首席技术官杨铭在视源股份全球化业务分享会上透露，截至2024年年底，视源股份累计获得超1万件专利授权，“民营企业发明专利500强”“中国专利优秀奖”等荣誉加身。今年启动的42亿元全球总部基地，更将聚焦商用显示、机器人、人工智能等前沿领域，为未来5年的技术迭代储备“弹药”。

属地深耕激活全球市场 文化适配打造本地化生态

当技术优势遇见地域差异，视源股份选择了“入乡随俗”。在全球6个国家设立子公司、22个国家建立本地团队，这支熟悉当地文化的队伍，正在将技术转化为“接地气”的解决方案。

印尼的案例最能体现这种本地化智慧。面对2.8亿人口分布在数千个岛屿、优质教育资源难以均衡的现状，视源股份完成了UI界面从文字到交互逻辑的本地化，将教师对板书擦除延迟、多语言切换等需求转化为产品迭代指令。此外，针对岛屿分散问题，视源股份推出智慧教室解决方案，通过录播设备实现优质课堂远程直播，让加里曼丹岛的学生也能听到雅加达名师的课程；使MAXHUB在印尼的学校覆盖率大幅提升。

而在泰国，这里的故事充满人文关怀——视源股份为泰缅边境的光华中学捐赠15套智能平板，帮助这所华人自办学校实现数字化教学，孩子们在互动课堂上的笑脸，成为“科技赋能教育公平”的最佳注脚；在中东阿联酋，特殊教育学校的听障儿童通过触控大屏感受知识的温度，视源团队专门开发的手语教学模块，让技术有了温暖的底色。

企业服务领域同样体现着本地化智慧：针对欧洲企业对数据隐私的严格要求，MAXHUB XBoard V7在硬件层面嵌入加密模块；在电力不稳定的非洲市场，推出带储能功能的智能屏解决方案。这些“看得见的细节”，正是视源股份从“产品输出”到“价值共生”的转变密码。

生态共赢与数据印证：从“中国智造”到“全球共创”

数据是最好的成绩单，据视源股份海外事业群总裁周莉莉分享，2024年上半年，公司的海外收入达到23.24亿元，同比大增69.32%；全年海外业务同比增长17.51%，研发投入占营业收入比例持续多年达7%以上，研发人员占比高达53%。

在这种成绩的背后，是“生态共赢”战略的成功。“面对全球化进程中的文化差异、地缘政治等挑战，视源股份的答案写在三个坚持里：坚持技术引领，将AI与显示技术推向更广阔的应用场景；坚持属地深耕，让每个市场都能看到中国方案的本土表达；坚持社会责任，正如在老挝为3000名儿童捐赠教学设备、在国内推广绿色制造技术，科技的价值最终要回到人的发展。”周莉莉如是说。

从珠江之畔的创业公司到全球布局的科技企业，视源股份的20年，是中国科技企业出海的缩影。当“技术创新”遇见“属地深耕”，当“中国智造”融入“全球需求”，属于中国品牌的全球化故事，正在广交会的窗口下续写新的篇章。