

“APEC大会倒计时100天媒体采风活动”第二天,探寻深圳新质生产力发展密码

“全球科创高地”为什么强?

文/图 羊城晚报记者 沈婷婷 实习生 王思涵

8月7日,“相约深圳 见证奇迹——APEC大会倒计时100天媒体采风活动”第二天,采访团先后走进深圳科创学院、自变量机器人、思谋科技、先进半导体材料(深圳)有限公司。一条贯穿消费出海硬件、人形具身智能、工业AI、半导体核心材料的产业脉络徐徐铺开,深圳培育新质生产力的完整生态图景在采访团面前呈现。

一个平台走出12家“独角兽”

上午9时30分,采访团抵达南山区创智云城深圳科创学院,这座由香港科技大学教授李泽湘创办的孵化平台,搭建起“教育-人才-科创-新质生产力”的端到端体系。过去三十年,平台累计孵化200余家硬科技企业,走出4家上市公司、12家“独角兽”。如今,深圳科创学院在孵项目近百个,八成项目的团队瞄准海外市场。支撑他们快速发展的,是南山独有的“半小时创新圈”。

以深圳科创学院为圆心,15公里通勤半径内聚合了1600余家硬件供应商、西丽湖高校群、共享实验室与跨境服务机构。电机、传感器可当日打样调试,芯片方案联动长三角企业协同开发,高校技术、资本、海外渠道全部就近可及,这套柔性配套,是国内多数科创园区难以复刻的优势。

展厅内,多款出海产品依次亮相。极萃创新创始人谭泽忆现场演

示家用制氮饮品机。这套拥有全球独家分子筛制氮专利的设备,七成以上产品销往美国市场。从原型打磨到海外众筹落地,整条链路都在半小时创新圈内闭环完成。

让人形机器人规模化落地

上午,采访团还来到宝安区雪花科创大厦,探访自变量机器人。自变量是全国唯一参与APEC数智赋能高级别对话的具身智能企业,其机器人入户项目被纳入《亚太地区数智赋能案例集》,成为中国具身智能服务民生的典型样本。

自变量自研WALL-B世界统一模型。作为全球首个具身大模型,这套系统能读懂重力、惯性等物理规律,在陌生场景自主推理决策,打破人形机器人只能在标准化实验室运行的局限。如今,企业机器人已落地多元真实场景,如联合58到家在深圳开展规模化家政服务、进驻养老机构照护重度失能老人、批量部署头部物流企业分拣产线等。

宝安早已形成完整的具身智能产业底盘,全区集聚600余家AI、机器人企业,产业规模近600亿元。当地打造的具身智能港,串联起兆威机电、卧安机器人、自变量等龙头企业,配套全球机器人开发选品选型服务中心、千亿产业基金群与全场景开放政策,覆盖核心零部件、整机研发、场景验证、出海服务全链条,为人形智



采访团走进深圳科创学院

能产业规模化铺好落地的道路。

为全球制造业植入智能大脑

下午,采访团抵达前海嘉里商务中心思谋科技。不同于面向家庭的消费级智能硬件,思谋深耕工业AI赛道,自研IndustryGPT工业多模态大模型,打造视觉传感器、智能机器人、工业软件全栈产品线。

从消费电子、新能源到轨道交通,思谋的方案落地全球730余家制造企业。依托前海对外开放的区位优势,企业在中国深圳、香港,新加坡,日本东京布局研发网络,聚焦工厂复杂质检、柔性分拣等痛点,以软

硬一体化智能体推动传统自动化向自主决策的智能制造转型。在前海这片链接内外的开放平台上,工业AI技术持续向外输出中国制造升级方案。

采访团还走进宝安区富桥工业区先进半导体材料(深圳)有限公司。这家深耕行业四十年的全球龙头,将最大规模的生产基地落地宝安,专攻高精密半导体引线框架,加工精度可达2微米,产品供给全球头部芯片厂商,覆盖汽车电子、通信、消费电子多领域。

不单纯依靠政策补贴,不局限于单一制造环节,深圳科创已建立起一个软硬协同,以人才、供应链、场景、资本、国际渠道搭建的完整共生生态。

深圳

“潮玩之都”长出“AI大脑” 大湾区动漫产业悄悄变了样

漫博会观察

8月6日,2026年漫博会在东莞石排“中国潮玩之都·漫博中心”拉开帷。33100平方米的展区、2200多个全球优质IP、500家企业机构、5000名专业采购商,这一串数字背后,一个信号正在释放:AI正在深刻改写动漫产业的底层逻辑。

当AI动漫生成、虚拟数字人、VR交互、智能智造等前沿技术从概念走进展馆,当AI毛绒玩具从实验室走上货架,一个问题受到关注:在AI浪潮下,粤港澳大湾区的“动漫+”新质生产力,如何被进一步激活?



动漫IP云集 羊城晚报记者 王俊伟 摄

从“画”到“算”,AI重塑动漫创作

走进本届漫博会专设的“智漫空间数字融合”展区,最先冲击观众的不是某个IP形象,而是创作方式的根本性变革。AI动漫角色生成、AI辅助原画创作、智能IP衍生设计、实时动作捕捉,这些技术不再是实验室里的样本,而是可以让观众现场上手的工具。

多款AI动漫生成设备、智能设计工具、人形机器人在本届展会上实现全球首展、首发、首秀。从设计草图到成品渲染,AI正在把过去需要数周的原画流程压缩到分钟级。配套举办的AIGC×IP出海产业赋能分享会、AI与潮玩

动漫产业融合论坛,则直接把技术专家和行业龙头拉到一起,从设计、生产到授权、销售,输出一整套数字化“解题思路”。

技术赋能之下,机器会取代人吗?在同期举行的“AI驱动全球动漫产业变革”对话中,华强方特副总经理李小虹直言,AI让创作走向平权,但越是这样,“我们越应关注那些真正能打动人心的精品内容”。法国导演杜来顺至今未将AI纳入个人创作流程,他认为动画是长期打磨的“功夫”,文化的独特性恰是AI难以复制的壁垒。

从“IP”到“产品”,AI打通制造销售

城仕(东莞)文化科技有限公司(TOYCITY品牌)带来的小耙AI陪伴玩偶占据了“智漫空间数字融合”展区的C位。TOYCITY商务经理陈钰琪告诉羊城晚报记者,“这款玩偶实现原创IP与AI技术的精准互补,能陪伴青少年的学习与成长,也能为都市群体提供情绪陪伴”。

东莞,这座全球最大的潮玩衍生品制造基地,坐拥全国超85%的潮玩产能。本届漫博会上,AI与制造的融合随处可见。茶山镇在漫博中心A栋一楼打造了AI毛绒玩具专区,集结11家本土潮玩企业,集中展示玩乐童话的“AI Baby精灵”、俊欧玩具的“梦呦呦”、星亮玩具的“AI猫头鹰”等AI玩具新品。

“AI在产品后期生产更有价值。”千臣文化产业(东莞)有限公司董事长彭海涵对AI应用的感受颇深。他告诉羊城晚报记者,千臣文化的AI产品预计年内会和大家见面。

漫博中心自身也在完成一场“AI化”改造。坐落于13万平方米“展产销一体化”空间的漫博中心,配备了选品中心、AI打样中心等全链条服务。通过“5天展会+365天全年运营”机制,这里正变身“永不落幕的产业会客厅”。

展会期间,海外嘉宾与全国采购商深入工厂一线,实地探访从设计图纸到成品上架的全流程:AI打样、柔性量产、跨境供货,每一个环节都在被重新定义。

从“展”到“城”,AI定义产业生态

展会上,羊城晚报报业集团联合广东省动漫艺术家协会主办的“漫睇大湾区”板块,成为观察“AI+动漫”湾区实践的重要窗口。7月底,“漫睇大湾区·智绘新未来”海峡两岸暨香港、澳门动漫新势力大湾区创作营在深圳开营,近60位高校学子与青年艺术家以“AI赋能·赛博大湾区”为创作命题,用AIGC工具探索新科技与新场景。这些作品也在展会上展出。

与此同时,规划总面积112.2平方公里的东莞潮玩文旅片区蓝图在本届展会上首次公开发布。展会

联动1园4镇,构建“展会、园区、产业集群”协同发展的超级生态圈。16组重点项目集中签约,覆盖数字云服务、供应链协同、海外战略采购、产业基金合作等多个方向。全国首个“潮玩产品技贸研究评议基地”也正式落户东莞,为潮玩出海提供助力。

从一场展会到一个片区,从技术展示到产业生态,从本土制造到全球规则参与,粤港澳大湾区正在用AI重新定义“动漫+”的边界。

羊城晚报记者 杭莹

拿下全球市场近九成份额

“消费级3D打印第一城”何以能?

文/图 羊城晚报记者 党学为

暑假,深圳湾万象城的拓竹科技旗舰店迎来大量亲子客流。透明的3D打印机展示墙前,有人在饶有兴致地观察打印过程;3D打印的微缩沙盘旁边,有人在兴致勃勃地体验互动游戏;3D打印机旁,有人在扫码认真挑选心仪的模型……曾经属于技术极客的“造物机器”,正成为大众商场里的热门体验项目。

国家统计局最新数据显示,2026年上半年,国内3D打印设备产量同比增长48.5%,增速在主要工业产品中排名第一。值得注意的是,被称作“消费级3D打印第一城”的深圳继续稳定发力,3D打印设备产量同比增长58.1%,出口额同比增长127.5%,达82.7亿元,占全国同类产品出口总额的86%。

市场调研机构CONTEXT发布的2026年一季度数据显示,拓竹科技、创想三维、纵维立方、智能派四家深圳企业,合计占同期全球入门级3D打印机出货量的88%。从深圳出发的消费级3D打印机,几乎占据全球市场九成份额。

把专业设备做成消费电子产品

深圳何以脱颖而出?首先在于企业重新定义了产品。几家头部深圳企业专注于消费级3D打印,相比昂贵的专业设备,价格下探趋势明显。记者在电商平台看到,拓竹、创想三维旗下多款家用3D打印机售价在1000元至3000元区间,普通消费者也能接受。

过去,3D打印机调试繁琐、打印不稳定,用户既要懂建模,还要反复校准设备,使用失败率高。深圳企业则沿用消费电子的产品思维,把价格降下来的同时把效率提上去,让操作变得简单。自动调平、断料检测、远程监控、多色打印等功能加速普及,复杂的机械设备逐渐变成可以“开箱即用”的桌面终端。

持续的产品迭代,让3D打印从“小众爱好”向家庭创作、潮玩制作、校园教育等场景拓展。今年5月29日,创想三维登陆港交所,成为“消费级3D打印第一股”。

“两小时供应链”跑出深圳速度

有业内人士指出,消费级3D打印设备降至千元区间,底层支撑是供应链国产化和规模化:目前,消费级3D打印机的结构物料已基本实现国产自给,主控芯片大部分也采用国产方案。更高的国产化率不仅直接降低制造成本,也让头部企业能够围绕软硬件协同持续迭代。

一台消费级3D打印机,集成主控板、步进电机、传感器、精密结构件以及软件算法,是典型的“机电软”复合产品。深圳背靠珠三角电子信息 and 精密制造产业集群,形成高密度协作网络。

深圳市3D打印协会执行会长李音接受记者采访时表示,深圳与周边城市形成“两小时供应链”,主控板、步进电机等核心零部件本地配套率超过80%。这种“近距离协同”,不仅压低成本,更重要的是缩短从创意、打样到量产的周期。用户提出需求,企业快速改进,供应商同步调整,新功能便能更快推向全球市场。

深圳还有成熟的跨境电商、物流、支付与海外服务体系。产业链解决“造得快”,外贸生态解决“卖得远”,密集的人才与创新资源则支撑企业不断试错。深圳拥有的并非几家孤立的明星企业,而是一套能够持续孵化新产品的产业系统。

从卖机器到经营创意生态

消费级3D打印下一阶段的竞争,不只在硬件。



拓竹科技深圳门店内的大型3D打印沙盘

在拓竹MakerWorld、创想云等模型社区,用户可以下载模型并一键打印;AI建模工具还能把图片、人像甚至孩子的涂鸦转换成立体模型。建模门槛降低后,决定用户是否持续使用的,将是模型内容、软件体验、材料供给和创作者社区。深圳企业正从“卖一台机器”,转向连接设备、软件、内容与用户的生态经营。

2025年下半年,拓竹科技与创想三维相继在深圳启动线下旗舰店。孩子围观打印过程、家长现场体

验定制,这不只是消费,更是市场教育。随着3D打印进入商场、课堂和家庭,过去以出口为主的深圳企业,开始拓展国内消费场景。

全国86%的出口额、全球近九成出货份额,深圳的领先不是偶然押中一个风口,而是产业链效率、产品创新和全球化能力共同作用的结果。面向未来,如何进一步拓展国内需求,并在模型版权、材料安全等方面建立更成熟的规则,将决定“消费级3D打印第一城”能否把先发优势变成成长久胜势。