2026大湾区科学论坛多场分论坛举办

大咖齐聚论道 共话数智生活

文/羊城晚报记者 曹子味 杨进怡 张小悦 李钢　　图/羊城晚报记者 邓鼎园



未来空间分论坛-空天科技分论坛(南沙专场)现场

AI要下场当“科学家”？数智技术如何赋能膳食健康？科研的诀窍是什么？11月2日，2026大湾区科学论坛的人工智能分论坛、数智赋能健康湾区产业创新生态分论坛等在广州南沙同步举办，嘉宾围绕技术与生活、科研关系等话题展开探讨。

“AI4S”重塑科学发现逻辑

在人工智能分论坛上，华为、深势科技、阿里云、字节跳动等科技领军企业齐聚，共同探讨AI4S（AI for Science，人工智能驱动科学研究）如何作为“新基建”，深刻重塑科学发现的底层逻辑，帮助科研人员将原本耗费数月、数年的科研实验缩短到几周甚至几分钟。

“我们希望把科学家从事务性的工作中解放出来，有更多时间去做开创性的工作。”华为技术有限公司科研军团总裁孙鹏飞表示，目前华为在大湾区的布局，主要围绕科学家的核心生产流程，依托华为智慧科研解决方案加速科研智能化转型。具体而言，就是利用AI加速从文献洞察、实验设计、实验执行，到最终实验数据生成与反馈的整个流程。

北京深势科技股份有限公司创始人孙伟杰用一组对比数据展示了“AI科学家”的威力：过去化学家一个月只能合成15到20个分子进行分析，而他们一个不到20平方米的自动化实验室，一个月能合成1.5万到2万个分子，效率提升近1000倍。

“70%到80%的人类团队工作，其实是可以让AI去做的。”孙伟杰讲到，现在的AI不仅能读文献，还能在10分钟内生成上千页的调研报告，自动设计实验方案并派发给仪器执行。从文献洞察、计算模拟到实验执行，AI已经从“辅助工具”进化成为“科研伙伴”。

“过去，思考是人类的专属；未来，机器智能或将成为科研的新起点。”阿里云智能集团战略发展华南区总经理谢天抛出了一个有意思的观点。他认为，AI的介入让科研的创新主体发生了泛化。过去科研依赖顶级科学家和昂贵的设备，周期漫长；未来，只要有算力和AI智能体，哪怕是企业一线工程师甚至在校学生，只要会“提问”和“验证”，都有机会借助AI智能体成为研发的主力，从而实现“科研平权”。

不过，当越来越多的AI智能体同时参与复杂的科研计算时，底层算力将面临巨大挑战。谢天认为，面对这种多智能体同时协作的复杂场景，未来的科技竞争不再是单一维度的比拼，而是“从芯片到模型”的全栈技术体系竞争，而这正是大湾区的核心优势所在。

在科研领域，大家熟悉的豆包能干点啥？字节跳动火山引擎华南区AI4S解决方案负责人刘一良介绍，从文献调研、文件精读，到仿真计算、实验工具，再到最终的论文写作与审阅，科研等环节，都可以“先让豆包干”。

刘一良表示，团队曾深入采访了20多位科研工作者，大家得出的一致结论是：把这些繁琐的流程交给豆包，能极大提升效率。除了当“科研助理”，豆包还在跨界赋能具身智能。刘一良解释说：“豆包实际上给了机器人一双眼睛，大模型给了机器人一个大脑。”原本只能用摄像头拍下周围环境的机器人真正具备了视觉理解能力，即通过豆包的多模态大模型，机器人可以“看懂”周围的环境，“甚至能辅助手术机器人精准识别出血点”。

此外，针对科研数据杂乱无章的痛点，字节利用大模型打造了“数据生产线”。目前，这项技术不仅能将湿度实验周期缩短了60%，还协助比亚迪加速新能源电池的研发。“我们要让AI去处理数据的‘脏活累活’，让科学家更专注于核心工作。”刘一良说。

新技术赋能食药同源产业

健康日渐成为大众关切的话题，数智赋能健康湾区产业创新生态分论坛上，与会嘉宾围绕技术赋能“食药同源”展开讨论。

“心血管疾病占我国总死亡率的45%左右，大约每5例死亡中就有2例死于心血管疾病。”广东药科大学强药领军教授陈振宇在“食药同源与心血管健康：从降低血胆固醇谈起”专题分享中指出，我国心血管疾病防控形势严峻，血脂、胆固醇的控制是关键环节。

陈振宇将目光投向食药同源的食材。

“国家提出的药食同源食材有106种，其中，约有10种可以帮助降低血液胆固醇浓度。”陈振宇介绍了山楂、葛根、沙棘、生姜、芝麻等食材的功效。

“在106种药食同源食材中排名第七的山楂，对于降低血脂很有帮助。”陈振宇介绍，山楂有170多个化合物，其中一个功能就是帮助降低血脂。“在动物实验中，食用山楂组总胆固醇降低23%，甘油三酯降低22%。”他还提到，山楂可以降低肝脏和血管内膜的胆固醇堆积，此外，山楂还能减少氧化三甲胺引起的动脉粥样硬化斑块，并促进胆固醇排泄。

在“科技赋能乡村特色产业从零到百亿的探索与实践”分享中，中山大学生命科学学院教授、博士生导师苏薇薇介绍了一个从前很小众，如今走进大众视野的药材——化橘红。

苏薇薇提到，很多化学药品难以同时实现止咳和化痰，而化橘红这种天然食品却能达到“又能止咳又能化痰”。

“它的镇咳作用可以跟磷酸可待因比。”苏薇薇解释道，磷酸可待因是中枢镇咳，而化橘红则是外周镇咳。”更难得的是，化橘红止咳的同时具有化痰作用，化痰效果可以与沐舒坦相比。

如何让当地规模化种植与推广？苏薇薇表示，要先找特色，再建立标准，继而树立品牌、开放市场。据悉，2023年化橘红种植面积11.4万亩，产值72亿元；同期荔枝种植面积139.2万亩，收入88亿元。“三产融合很重要。”苏薇薇说。

用好“三对眼睛”做科研

“眼睛要‘放在前面’‘放在后面’‘放在脚底’。”在空天科技分论坛上，中国工程院院士陈清泉以“人工智能时代天空科技的挑战与机遇”为题作报告。报告的最后，他用“三对眼睛”和六个“I”回答如何做科研，并提到了科研中基金的重要性。

“第一，要把眼睛‘放在前面’，成功的科学家、企业家、政治家都是因为拥有前瞻性思维。第二，要把眼睛‘放在后面’，要吸取以前的历史教训。”陈清泉用“三对眼睛”，分享了科研的三重视角，“第三，眼睛要‘放在脚底’。我们是搞工程，要能够落地。我们不仅要能够ANSWER WHY（回答为什么），还要能够ANSWER HOW（回答怎么做）。”

陈清泉分别用六个“I”字母开头的英文单词来说明科研推进的要素。

“激情（Inspiration）非常重要。有了激情，才可以有想象力（Imagination），就可以有创新（Innovation）。”陈清泉还提到，如今跨界融合非常重要，因此要提升研判能力、提升集成（Integration）的能力。通过跨界学习技术，才能够实现（Implementation）。

“但是没有钱也不行，我们需要基金（Investment）。科技和基金是相互融合、相互赋能的。”

（上接A1）

黄坤明强调，要深入学习领会习近平总书记在全会上的重要讲话、关于《决定》的说明和《决定》精神，切实把思想和行动统一到总书记、党中央的决策部署上来，以永远在路上的坚定执着将全面从严治党向纵深推进。要深刻领会持之以恒推进全面从严治党的重大意义，从党的本质本色、党的领导地位、党的优秀特质和党的长期执政来深化认识，以高度的政治清醒重视管党治党问题，永葆党的先进性和纯洁性，不断增强各级党组织的创造力凝聚力战斗力，持续巩固党长期执政的坚实根基，确保中国式现代化行稳致远。要深刻领会持之以恒推进全面从严治党的灵魂主线，牢牢把握“两个确立”是我们过去之所以成功的制胜秘诀、也是未来会继续成功的根本保证，“两个维护”是全党在革命性锻造中形成的共同意志、必须落实到党的建设各方面全过程，习近平党建思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的党建篇、为持之以恒推进全面从严治党提供了根本遵循，更加坚定自觉拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”，紧跟总书记、奋进新征程，更好推动党的建设在守正中创新、在继承中发展。要深刻领会持之以恒推进全面从严治党的重大问题，始终保持战略定力、战略清醒和战略自信，坚持立党为公、执政为民，坚持从国家、民族、人民的利益出发，廓清思想迷雾、排除思想干扰，把严的基调、严的措施、严的氛围长期坚持下去。要深刻领会持之以恒推进全面从严治党的总体要求，严格遵循指导思想和“七个坚持”原则，牢牢把握围绕中心、服务大局的方向，一以贯之、一严到底的基调，研究问题、解决问题的导向，系统谋划、整体推进的方法，把宝贵经验坚持好、运用好，推动全面从严治党不断取得新进展新成效。要深刻领会持之以恒推进全面从严治党的目标任务，对标对表全会和《决定》作出的战略部署切实抓好落实，持续增强党的政治领导力、思想引领力、群众组织力、社会号召力，确保党始终成为走在时代前列、人民衷心拥护、经得起各种风浪考验、朝气蓬勃的马克思主义执政党，始终成为中国特色社会主义事业的坚强领导核心。

黄坤明强调，要全面落实党的二十届五中全会各项部署，确保广东持之以恒推进全面从严治党取得扎实成效。要突出对党忠诚、政治过硬，千锤百炼强党性，坚持旗帜鲜明讲政治，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，推动广大党员干部在学思践悟中强化理论武装、锤炼政治品格、厚植人民情怀，始终坚守共产党人政治本色。要突出服从中央、规范用权，严格贯彻执行民主集中制，始终坚持党中央集中统一领导，全面提高科学决策、民主决策、依法决策水平。要突出强基固本、从严治吏，充分发挥党的组织优势，着力建设高素质干部队伍，体系化推进各层级各领域党组织建设，切实把组织建强、把队伍管好。要突出驰而不息、系统施治，把正风肃纪反腐贯穿权力运行全过程，一体推进不敢腐不能腐不想腐，进一步完善监督体系，更好建设清廉广东。要突出以上率下、齐抓共管，落实管党治党政治责任，健全各负其责、统一协调的责任体系，坚持制度治党、依规治党，强化制度刚性约束，为持之以恒推进全面从严治党提供有力制度保障。

黄坤明指出，学习宣传贯彻党的二十届五中全会精神，是当前和今后一个时期的重大政治任务。全省上下要迅速兴起学习宣传贯彻热潮，各级党委（党组）要把学习宣传贯彻工作与扛牢管党治党主体责任结合起来；主要负责同志要履行好第一责任人责任，带头学思践悟、带头严于律己，发挥好示范引领作用；省有关部门要加强督促检查，推动全会精神在广东落到实处、取得实效。要抓好干部培训和宣传宣讲，推动学习贯彻走深走实。要统筹做好岁末年初各项工作，巩固拓展树立和践行正确政绩观学习教育成果，引导广大党员干部求真务实、苦干实干，着力巩固经济稳中向好态势，兜牢民生和安全底线，确保完成全年目标任务。要全力办好APEC会议，以实战状态打磨办会细节，加强模拟演练，确保专业规范、成果丰硕、安全圆满。

会议以电视电话会议形式开至各地级以上市。省委、省人大常委会、省政府、省政协领导同志，有关省级领导同志，省法院院长、省检察院检察长，副省级以上老同志，省委各部委、省直各单位、省各人民团体和在粤高校、省属企业、中直驻粤有关单位主要负责同志，省各民主党派、工商联主要负责人，各地级以上市及省委横琴工委、省横琴办负责同志，各县（市、区）党政主要负责同志参加会议。

（徐林 骆骁骅 岳宗）

广交世界 互利天下
Canton Fair Global Share

抢抓APEC文创新机遇 广东玩具开启“文化+”出海新叙事

文/羊城晚报记者 黄婷 潘亮 扶贝贝　图/羊城晚报记者 潘亮

第140届广交会第三期于10月31日至11月4日在广州举办。在玩具展区，国风毛绒玩偶成行排列，智能玩具亮眼吸睛，让来自全球各地的采购商驻足流连。在这里，广货早已不只是高端制造的代名词，更演变为文化理念与生活方式的创新表达。

接下来，亚太经合组织（APEC）第三十三次领导人非正式会议即将在深圳启幕。值得一提的是，《2025年APEC领导人庆州宣言》首次将文化创意产业确立为亚太新增长动力。双会呼应，为亚太文创、数字创新合作拓展出新的发展空间。

紧跟这一区域合作方向，参展企业正依托粤港澳大湾区完备的玩具产业链根基，主动拥抱市场变化，以AI技术激活创意设计、深耕原创IP打造，推动中国制造向兼具技术质感与文化内涵的文创产品升级。

供应链夯实文创出海根基

广东文创IP、智能玩具的落地，根基都在于完备的供应链。

东莞市堃鸿塑胶制品有限公司（以下简称“堃鸿塑胶”）市场经理罗禹向记者介绍：“我们公司在东莞石排，现在有5家工厂，注塑机60多台，生产线140多条。”这家从滴胶、塑胶代工起家的企业，已推出自有IP“Miiloo”，自2025年年初投入设计以来，共推出7个系列、60多款产品，相关产品在美国沃尔玛的销量已进入前三，在美国、俄罗斯等国已获知名IP的独家代理。

谈及东莞制造的优势，该公司销售与市场总监邓翠琼认为：“高品质的盲盒精品大部分在东莞生产，这里是‘中国潮玩之都’，模具、喷油、涂装配套齐全，工艺精细，泡泡玛特等不少知名IP盲盒都在东莞代工生产。”她对本次参展充满期待，“每一届都有现场就能成单的客户，第三、第四天客户就约到工厂见面了”。

“整个广东的玩具产业链都非常完善。”广东实丰智能科技有限公司（以下简称“实丰智能”）销售与市场总监蔡桁同样把制造能力视作核心底气。“我们公司主要做授权产品，拿到了迪士尼、宝可梦、海绵宝宝的授权，整个ODM（原始设计制造商）体系很有竞争力，由于生产能力有保证，我们的产品品质也肉眼可见地优于市面上普通产品，这是我们的底气。”蔡桁表示。

目前，实丰智能的客户以欧美为主，亚洲、中东也有覆盖。今年营收较去年实现增长，蔡桁所在的销售部门去年完成300万美元，今年已超额完成。对于本次参展，蔡桁认为，广交会作为集中的商贸对接平台，便于他们维系和老客户之间的联系。“在稳住老客户的基础上找新的客人。成长点还是来自于新客人。”

以自有品牌叩开亚太市场

围绕IP价值挖掘，广东玩具参展商正在探索特色化的出海路径。立足自身产业积淀打造原创IP，依托本土文化元素塑造差异化辨识度，在广阔多元的亚太市场寻找契合的受众。

在广交会玩具展区，一排以熊猫、文房四宝、烧鹅为原型的国风毛绒玩偶静静地摆放在展台上，吸引不少来自东南亚的采购商驻足了解。这是广东哈一代玩具股份有限公司（以下简称“哈一代玩具”）打造的“吾独友偶”自有品牌产品。

该公司渠道经理周子惠告诉记者，往年参展，哈一代玩具的重心更多放在ODM定制业务接单上。而这一次，他们把国风玩偶摆在展位显眼位置，希望借广交会这个窗口，收集全球采购商对国风IP的真实看法。



海外客商驻足AI智能毛绒潮玩展台挑选产品

“培育自有品牌需要时间沉淀。”周子惠坦言，ODM业务和自有品牌面向的市场几乎没有交叉；公司的ODM客户主要来自欧美国家，有自己的品牌产品、渠道，不会订购他们的自有品牌产品，因此在海外做自有品牌，还需要自己重新拓展渠道。“我们的自有IP产品从去年开始发力海外市场，在马来西亚、新加坡、泰国这类华人聚居的东南亚市场反响更好，目前已经进入名创优品、屈臣氏海外门店等渠道。”同根同源的文化底色，让当地采购商和消费者更容易读懂国风设计，接受门槛相对更低。

周子惠观察到，如今，毛绒玩具消费越来越看重情绪陪伴属性，成年人同样是重要消费群体，这为文创毛绒产品打开市场空间。面对海外市场的IP打造也是一样的逻辑，“在文创方面，既要有制造能力，也要有用产品讲故事的能力；当前，中国的文创产品在海外市场的表现很不错，海外消费者感兴趣的程度都在往上升。”

技术赋能拓宽出海新赛道

本届广交会上，汕头万基贸易有限公司携专利玩具、时尚文创产品参展。该公司业务部经理潘少萍表示，一方面，他们的合金车产品正凭借设计和制造能力，争取拿到丰田、宝马等车型的正版授权；另一方面，他们也尝试孵化原创IP，业务覆盖南美、东南亚等市场。“自有IP不能只停留在设计方案层面，要有长期的内容投入才能让IP深入人心。”

潘少萍表示，“过去低附加值产品居多，现在跨境电商渠道崛起，适配亚马逊等海外网销平台的产品销路持续走高，也倒逼工厂调整产品开发方向”。

面对市场变化，不少企业开始把海外客户的真实需求，作为产品迭代打磨的重要出发点。

邓翠琼表示，堃鸿塑胶95%以上的营收来自海外，很多前端客户会将意见反馈回设计端，这有利于他们以客户的市场需求为主导打磨产品。据介绍，AI玩具正成为堃鸿塑胶的发展新增量。她透露，公司AI玩具目前产值是1000万至2000万元，占总营收的比例虽小，但“肯定是未来的趋势”。