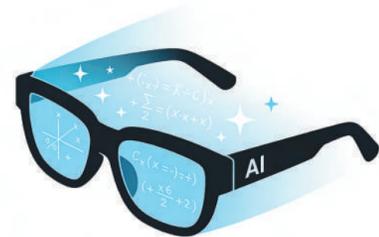


世界移动通信大会上——

中国AI眼镜吸引全球观众

本报记者 刘少华



当地时间3月2日，世界移动通信大会（MWC 2026）在西班牙巴塞罗那开幕。

今年的世界移动通信大会吸引了2900余家参展企业，专业观众超过10万名。其中，中国参展企业超过350家，数量仅次于西班牙和美国。

在这届大会上，人工智能（AI）推动产业变革的趋势愈加明显。AI眼镜正是其中的代表之一。

就在大会开幕前几天，阿里巴巴发布了首款千问AI眼镜，将大模型能力延伸到可穿戴设备中，并将其全球首秀放到了世界移动通信大会。在这里，来自中国的AI眼镜，引发了海外观众的排队热潮。

海外观众体验“一句话办事”

世界移动通信大会召开那几天，天气阴晴不定，有时大太阳，有时下雨，但位于户外的千问AI眼镜展台前排起了长队，实实在在地验证着人们对AI眼镜这一新生事物的兴趣。

作为全球最受欢迎的开源大模型之一，千问大模型（Qwen）在全球开发者社区中享有广泛影响力，此次硬件落地的消息一经发布便引发高度关注。3月8日，千问AI眼镜已在中国现货发售，并将于今年年内于全球市场发售。

从第一天开始，立着高达5米“Qwen”标志的展台前排满了人，现场工作人员接待不过来，只好开始安排排队。

千问AI眼镜产品负责人晋显在现场亲身经历了各国观众的热情：“大家真的特别有耐心，一直在坚持排队等待，最后反而是他们的反馈给了我们很多情绪价值——大家都特别感兴趣，现场反应像看到了一个‘新物种’。”

展台上摆了12副眼镜。体验，一般从唤醒千问语音助手使用翻译功能开始。来自千问AI眼镜团队的工作人员，用中文讲解眼镜的功能，跟外国观众之间也可以深度沟通。

因为听得懂，许多海外观众对产品体验得非常深入，大多数人的体验时间都超过了20分钟。从翻译到拍照，从导航到音乐，逐一体验。

“很多人都是冲着我们的AI体验来的，因为与国外竞争对手相比，千问对AI的应用要深入不少。一些对于中国用户来说常见的功能，对欧洲观众来说还是非常新鲜的。”晋显说。

比如导航。在千问AI眼镜上内置了高德导航，完全可以通过纯语音方式，实现在眼镜中显示导航功能。这种“一句话办事”的能力，引起了很多观众的兴趣。

晋显注意到，海外观众对于有屏幕显示的型号S1非常感兴趣，大多数观众都选择了体验这个型号。而没有显示屏幕的G1，则因为配备了多彩镜片，如偏光镜片、海钓镜片、高尔夫镜片等，总共有7种多彩镜片配色，也引起了热爱户外运动的欧洲观众的兴趣。

“展会开始前，我想让我们的产



千问AI眼镜展区外景。



用户在体验千问AI眼镜。

受访者供图

品经理逛展厅，多去看看其他国家、其他公司的产品，没想到观众热情太高，大家都得留在展台讲解，直到最后一天撤展之后才有一丝空闲。”晋显说。

新一代人机交互入口

“我们认为AI最大的想象力不仅是在手机上做几个超级App，用户需要的其实是一个真正懂我的，能够随时随地开口即用的AI助理。”阿里巴巴集团副总裁、阿里千问C端事业群总裁吴嘉认为。

近几年，以大模型为代表的AI技术已经发展到了一个新的阶段。人们迫切希望，AI可以真正帮助到自己的学习、工作和日常生活。

“我们认为眼镜是一个非常独特的穿戴式设备，它和千问个人助手结合，能够满足我们对于AI助手的很多

想象，能够发挥独特的价值。”吴嘉表示。

千问C端事业群AI硬件负责人宋刚认为，眼镜是新一代人机交互的入口、AI的入口，它能够较好地承接语音、视觉、多模态等，具备“一句话办事”的能力。

“用户需要什么样的场景，AI就得在这个场景里辅助人、帮助人，然后反过来定义硬件要做什么样子。千问为什么一开始选择做带显示的眼镜，就是因为要帮助用户应对导航、提词、翻译等诸多场景。”宋刚表示。

“作为第一视角的一个头部设备，眼镜能够捕捉80%以上的人体感官输入，这是手机无法做到的。它能够成为用户的另外一双眼睛、耳朵和第二大脑，从而成为整个人机交互系统的感官中枢。”吴嘉认为，在此基础上搭载的千问AI助手，可以在更大范围内为用户提供价值。

目前，千问AI助手已经深度融

合了支付宝、高德地图、淘宝、飞猪、淘宝闪购等阿里巴巴核心生态场景，而千问眼镜也跟QQ音乐、网易云音乐、航班管家等开展合作，不断丰富用户的使用场景。

数据显示，同样一段时间里，千问AI眼镜的用户交互数，是第三方手机AI程序的6倍。这意味着，一个戴在脸上睡觉摘掉眼镜后，戒指可以继续监测用户的睡眠、体征、健康等方面的数据，并提交给AI助手分析。

在AI时代，可以成为人机交互新入口的不只有眼镜。宋刚介绍，接下来在眼镜之外，还会去做耳机，有些人可能不戴眼镜但需要耳机。也可能做戒指，通过将戒指与戒指进行良好交互，可以实现更多功能的衔接，比如晚上睡觉摘掉眼镜后，戒指可以继续监测用户的睡眠、体征、健康等方面的数据，并提交给AI助手分析。

“我们认为，AI硬件至少要承载三方面功能，及时交流、主动服务和持续协作，这些都能增强AI助手的能力边界。”宋刚说。

为全球玩家带来更好体验

“千问品牌面向全球发布意味着我们往前更走进一步。依托中国完备的产业链，依托大模型、软硬件，依托千问App的能力，我们具备了和全球玩家正面竞争的能力。”宋刚表示，“我们希望AI眼镜能进军全球市场，给全球玩家带来更好的体验。”

相比海外竞争对手，千问AI眼镜已经进行了诸多产品设计，让它能更好地服务用户。比如，现场有美国观众就反馈，这款眼镜换电设计“太妙了”，续航焦虑明显降低，“基本可以全天开机使用智能服务，很了不起”。

事实上，在核心配置上，这款中

国AI眼镜也比海外同行更进一步。专用协处理器、64GB存储、骨传导音频设计，整机更轻、更舒适。而且，在AI技术支持下，将智能眼镜从被动响应进化成了能聊天、办办事的“主动智能体”。

不过，一款中国产品真正走向海外，还有很多需要解决的问题。

首要的，当然还是中国大模型出海。只有大模型在目标市场实现了优化部署，才能解决传输时延等诸多问题，最终在用户体验上感觉才是流畅、舒适的。

还有一个，是AI眼镜为国内用户打造的服务场景，到了海外要么需要重新构建，要么找到比较好的“平

替”方案。比如，中国用户可以语音要求眼镜打开网易云音乐、QQ音乐，对海外用户来说需要的是Spotify等流媒体服务。而国内用户应用广泛的高德导航，到了海外也需要找到相应的替代方案。

晋显说，就在这世界移动通信大会上，他们同很多海外合作伙伴取得了沟通，讨论了下一步的合作计划，为眼镜出海打好基础。

还有语言。全世界不同国家的用户语言习惯各有不同，需要针对不同地区的用户进行本地化语料训练，建立相关评测集，进而训练AI服务用户的能力，提升它的办事能力，“要接得住各国用户的期待”。

2026年世界移动通信大会于3月2日至5日在西班牙巴塞罗那举行。来自全球各地的通信运营商、设备制造商、芯片企业和互联网企业等参展商齐聚一堂，展示人工智能（AI）、5G-A（5G技术演进版）、卫星通信等领域的最新技术与应用。在这一全球移动通信产业的重要舞台上，中国企业凭借技术创新和产业规模优势成为展会亮点，并在大会“全球移动大奖”评选中获得多个奖项。

本届大会以“智能时代”为主题。业内人士认为，AI正从过去附加在网络之上的功能模块，逐渐演变为嵌入数字系统运行的“底层能力”，推动移动通信产业从“连接时代”迈向“智能时代”。

在网络基础设施领域，中国企业集中展示了面向“智能时代”的通信能力。华为在展区展示了包括Atlas系列在内的AI计算平台，通过高性能算力和异构计算架构，为AI训练和推理提供基础支撑，并在智慧城市、工业互联网等场景中展开应用。中兴通讯则重点展示了面向5G-A的网络解决方案以及面向行业应用的专网技术。

还有多家中国企业展示了新的技术和应用方向。小米展示了面向智能终端生态的AI能力与跨设备协同系统。联想带来结合AI与混合现实技术的终端设备。荣耀率先推出了融合具身智能交互与旗舰影像两大核心功能的机器人手机。中国运营商则展示了卫星通信、云网融合和智能网络运维等领域的最新探索。

在大会举办的“全球移动大奖”评选中，中国企业在多个类别中获奖。“全球移动大奖”是移动通信行业的重要荣誉，致力于表彰移动和数字领域的杰出创新成果等。

在移动技术类别，华为凭借UWB AAU系列产品获得“最佳移动网络基础设施奖”；中国移动与华为联合打造的“AI+网络”运维转型方案获得“最佳AI赋能网络解决方案奖”；中国电信与华为合作推出的智能手机直连地球静止轨道（GEO）卫星技术获得“最佳非地面网络解决方案奖”。

在数字化类别，中国移动、华为和蚂蚁集团共同打造的AI健康管家项目获得“最佳移动互联健康与福祉创新奖”；中国电信、中兴通讯、智元机器人和卓益得机器人联合推出的EasyOn 5G-A机器人网络项目获得“最佳专网解决方案奖”；中国移动、京东和中兴通讯合作的“AI赋能开放网关”项目获得“开放网关挑战奖”。

在设备类别，荣耀凭借硅碳电池技术在智能手机中的应用获得“颠覆性设备创新奖”。

在技术向善类别，中国电信、友成基金会和中华共同推出的云南澜沧“青椒计划”获得“提升儿童及青少年生活的最佳移动创新奖”。

在卓越营销类别，中国电信、江苏荣泽天韵和中兴通讯合作的“5G-A赋能演唱会直播”项目获得“最佳活动营销奖”。

业内人士认为，从网络设备到终端产品，再到AI应用，中国企业正在形成完整的移动通信技术体系。随着AI、5G-A和卫星通信等技术持续融合，中国企业在推动全球移动通信产业发展中的作用正进一步增强。（据新华社电 记者孟鼎博、郭爽、陈雨峰）

▼ 新闻链接

中企尽显「智能时代」创新实力



江苏省建湖县与北京亦庄智能机器人产业平台共同打造江苏首家机器人售后维修服务中心，以机器人4S店为枢纽，推动江苏省及周边地区的机器人交付、展示、售后及维修等业务落地。图为机器人4S店展示厅工作人员给机器人做检测。

李 根摄（人民图片）

数智护航中国新能源汽车“出海”

李思瑶

中国汽车工业协会数据显示，2025年汽车产销量再创历史新高。其中，新能源汽车出口表现尤为亮眼。在这张亮眼的“出海”成绩单背后，一条高效、智能的现代物流体系正发挥着至关重要的“护航”作用。以上海港为核心枢纽，以铁路干线为动脉，中国正通过“数智化”运输网络，全力保障国产汽车尤其是新能源汽车畅销全球。

作为全球最大的汽车出口港口之一，上海港承担着国产汽车出海的重要使命。将数以百万计的汽车从遍布全国的生产基地高效、安全地运抵港口，是保障出口链条顺畅的第一环。中铁特货物流股份有限公司依托覆盖全国的铁路网络与港口数据深度融合的优势，借助人工智能等技术优化运输全流程，成为汽车产业出海物流的“主力军”。

数据显示，2025年，经铁路运输抵达上海港出口的汽车达65.6万台，同比增长31.7%。同年，中铁特货公司商品汽车运输量突破800万台，创下历史新高，其中新能源汽车运量达292.21万台，同比增长36.24%。这些数字背后，是“公转铁”运输结构调整的成效，也是铁路现代物流服务制造业升级的生动实践。

高效的协同机制与数智化手段，是破解商品车集中到达、集中配港运输压力的关键。中铁特货公司

联动关键点，形成了覆盖广、效率高的运输网络。

距离上海港近1000公里的郑州新郑国际陆港物流基地，是新能源车出海的重要集结地。这里通过采用RFID数据采集技术、推行“中转库”新模式、开行出口汽车“循环班列”等一系列创新举措，大幅提升了车辆集结与转运效率。而在靠近港口的上海闵行商品车物流基地，则依托“铁路、港口、主机厂”三方联动的数智化机制，实现了车辆到港、堆存、配载、装船等环节的信息无缝对接与流程优化，有效压缩了转运时效。

通过可视化监控系统，调度人员可以实时掌握列车运行位置、货物装载状态，并根据船期精准安排汽车配送，大大提高了装船效率。这种“前港后站、港站一体”的运作模式，确保了国产新能源汽车即使在春运等物流高峰时段，也能顺利登船出海。

中国新能源汽车“出海”，离不开从研发制造到物流出口的全产业链竞争力提升。如今，“数智化”已深度嵌入物流链条的每一个环节。中铁特货公司通过构建稳定高效的数智化物流网络，有效降低了社会物流总成本，增强了中国汽车产业、特别是新能源汽车的国际竞争力。该公司打造的智慧物流模式，不仅保障了国内产业链供应链的稳定，也为“中国智造”的品牌形象增添了可靠、高效的注脚。