

# 消博会首设人工智能专区 “AI+消费”调出未来生活新滋味

■中国城市报记者 郑新钰

从会跳舞的人形机器人，到让搬运重物变得轻松的外骨骼机器人；从能互动送货的机器狗，到实现AI写作的智能办公本，再到监测运动状态的室内滑雪机……

在近日举办的第五届中国国际消费品博览会（以下简称第五届消博会）现场，一些科技感十足的新产品、新服务一一亮相，展示了人工智能在消费领域的广泛应用，为未来消费生活描绘了更多可能性。而在不久前落幕的中关村论坛上，人工智能在消费领域的创新应用同样令人目不暇接。

当人工智能加速融入千行百业，“人工智能+消费”将如何激活新蓝海？

## 众多科技新品 亮相消博会

4月13日—18日，第五届消博会在海南省海口市举办。本届消博会首次设立人工智能专区，邀请了15家来自科技领域的领先企业以及一些研究机构参会，包括宇树科技、群核科技、强脑科技等；全球消费电子与前沿科技领域的20多家头部企业也参与其中。

消博会组委会秘书处相关负责人介绍，本届消博会首次设置人工智能展示活动专区，这不仅是技术成果的陈列，更是一场全民参与的“AI社会化实验”。

现场，中国城市报记者观察到，人形机器人、脑机接口设备、智能硬件等众多产品集中亮相，标志着人工智能技术不再局限于单一功能展示，而是

正通过多模型协同成为消费场景的“操作系统”。

生活化场景里，以智能办公本为例，“模型叠加模型”的升级使其对用户需求的理解更精准，消费决策更高效。智能家居系统则融合传感、语音和视觉模型，用户一句“我要休息了”，灯光、窗帘、音乐便能同步响应；AI看家系统还能通过视觉算法，监测老人及婴儿安全等场景，将安全服务融入日常生活。

互动式消费模式也在本届消博会上大放异彩——科大讯飞的机械臂咖啡机结合3D打印技术，2分钟内就能制作出带有“哪吒”拉花图案且单价仅5元的咖啡，成为展区“顶流”。其在降低人力成本的同时，以趣味互动重塑大众消费体验。

英派斯展馆中的数字滑雪模拟机由英派斯“牵手”哈尔滨工程大学研发制造，通过虚拟数字人训练AI模型，穿戴惯性和视觉动作捕捉传感器后，可实时捕捉关节姿态，以便用户更好地进行滑雪训练。

特殊功能类消费同样值得关注。例如傲鲨智能的外骨骼机器人，可帮助人搬运30公斤的重物。目前该技术已应用于物流仓储、工业制造等重体力劳动场景，有效降低作业人员劳损风险。强脑科技展出的智能仿生手、仿生腿及脑机接口系统，可对意外伤残截肢患者提供帮助。患者装上智能仿生手后，设备通过检测神经电和肌肉电信号，即可使患者实现“手随心动”。

在消博会新闻发布会上，商务部市场运行和消费促进司司长李刚表示，商务部将积极

推动“人工智能+消费”，加大人工智能产品的推广力度，促进人工智能消费终端进千家万户、人工智能商业终端进千万店、人工智能技术赋能消费场景创新。

## 新消费体验 融入大众生活

事实上，在日常生活中，“人工智能+消费”场景已经随处可见。

回到家中，只需说一句“我想看电影”，房间便立即切换至“影院模式”；躺在床上，搭载“人工智能+睡眠”算法调节模型的床垫，可精准识别用户体型与睡姿，实时调整支撑力度，动态守护脊椎生理曲线；出门来到博物馆，戴上VR眼镜，走到馆内展陈的文物前，眼镜自动识别文物后，镜片上便跃动起与该文物紧密相关的数字动画，瞬间将观众“传送”至文物所处的时代……

值得一提的是，人工智能不仅深度渗透消费终端产品，更通过智能推荐与交互创新，重塑消费服务流程，升级全链路消费体验。

记者从百度了解到，在餐饮消费领域，百度智能云与百胜中国合作，将大模型应用于客户服务场景。百胜中国CTO张雷表示，目前，AI客服每天能够为百胜中国处理超过15万次消费者沟通，经过增强的客服机器人的问题解决率高达近90%；在辅助人工方面，AI客服帮助人工客服，能够更快更准地响应消费者所需，整体效率提高近10%。

这些充满科技感的消费新图景，既是人工智能技术从实

验室走向市场的生动实践，更是消费产业智能化升级的鲜活缩影。

业内人士表示，智能化的消费产品虽已出现，但智能化路径正被重塑。嵌入专业领域大模型，并非单纯算力叠加，而是对用户体验逻辑和消费需求的深度思考。

为推动人工智能与消费领域的创新融合，今年，从中央到地方已密集出台一系列政策，全方位为产业发展保驾护航。

中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》提出，支持新型消费加快发展。开展“人工智能+”行动，促进“人工智能+消费”，加速推动自动驾驶、智能穿戴、超高清视频、脑机接口、机器人、增材制造等新技术新产品开发与应用推广，开辟高成长性消费新赛道。

省域层面，山东省今年将在可穿戴设备、智能车载终端、5G高清视频等领域布局100个左右重点项目，围绕远程医疗、云展览、无人机展演等领域创新推出20个左右人工智能消费体验示范场景。同时，在省内16市全面推广开展城市无人配送试点，拓展数字消费新空间。

城市层面，近期印发的《广州市促进服务消费高质量发展若干措施》提出，开展“人工智能+消费”行动，加速推广智能感知设施、5G+XR、超高清视频、脑机接口等体验消费场景。

国务院研究室综合一司司长刘日红表示，人工智能与手机、电脑、汽车、机器人融合后，将带来消费体验功能的重塑性提升。这不仅有可能会创造一些新的千亿元级、万亿元

级产业，也将从消费端带来巨大需求。

## 多重难点仍待突破

当AI推荐的商品精准“击中”消费需求，当智能试穿打破时空界限，我们看到的不仅是消费场景的革新，更是一个万亿元级新市场的崛起。

《生成式人工智能应用发展报告（2024）》显示，我国初步构建了较为全面的人工智能产业体系，相关企业超过4500家，核心产业规模已接近6000亿元。这为发展“人工智能+消费”打下了坚实基础。

中国消费者协会发布的2025年度“共筑满意消费”消费维权年主题调查报告显示，22.1%的受访消费者认为AI智能产品的使用和场景应用在未来一年有望成为服务类消费新热点。

需要注意的是，如今人工智能技术方兴未艾，但在各类消费场景落地过程中还存在一些难点堵点。

例如，部分智能家居产品之间的兼容性较差，无法实现真正互联互通；一些人工智能推荐算法还不够精准，容易出现推荐与消费者需求不符的情况。

同时，消费者对数据安全与隐私保护的担忧也不容忽视。在智能化消费过程中，大量个人数据被收集和使用，如果数据泄露，将给消费者带来极大损失。

北京科技创新中心研究基地研究员徐实表示，为更充分释放人工智能对消费热点的拉动作用，亟须着重提升安全保障水平、统一智能产品技术标准、推进关键核心技术研发、加速智能产品与场景需求的衔接等，加速探索人工智能模型应用与部署，全面优化制造业的研发、生产、管理及销售模式。

为进一步挖掘人工智能技术在消费领域的潜力，徐实建议，一方面，不断投入研发资源，推动人工智能技术进一步发展，如提升语音识别、图像识别、自然语言处理等技术的准确率和效率，提供更智能、更便捷的产品和服务。另一方面，深入挖掘消费领域的各种需求，将人工智能技术应用于更多新的消费场景，如智能家居、智能出行、智能医疗、智能教育等，创造出更多创新性的消费模式和业态。

## 浙江金华： 消费者在“家门口”直购全球

4月17日，浙江省金华市金东区金义综合保税区进口商品直购中心内，顾客正在选购来自世界多国的跨境商品。金义综合保税区进口商品直购中心是浙江省金华市跨境新零售线下规模最大、品类最多的购物中心，其中进口食品、家居生活、洗护美妆、酒类等来自50多个国家的全品类商品琳琅满目，让消费者在“家门口”就能直购全球。

中新社发 胡肖飞摄

