

拿在手里、穿在身上、放入生活中——

在中国,探索智能终端“进化论”

本报记者 陈子涵

国际论道

手机搭载智能云台,“长出手脚”自主摄制影像;耳机装智能体,从听音设备变身随身办公助手;黑板会算数、会批改,从教具化身智能教学中枢……从拿在手中、穿在身上到走进生活场景中,越来越多的智能终端正突破“一块屏幕”的固有形态,悄然融入中国人的日常生活。近日,多家外媒关注到中国智能终端新形态,既记录下中国人工智能从云端走向物理世界的生动图景,也试图探寻这场“进化”背后的中国逻辑。



▲两位外国参观者戴着AI+AR智能眼镜自拍。
陈晓根摄(人民图片)
▼一款搭载具身大模型的机器人在AI原点社区内的一处真实场景试验室进行开窗训练。
新华社记者 任超摄

拓展边界,解锁中国智能终端新形态

日前举办的2026人工智能大会上,一段中国展商演示智能黑板的视频引发了海外网友的热议。随着展台工作人员用触控笔在黑板上书写,方程式实时转化为立体图形,轻触立方体即可导出特定截面。不少海外自媒体博主纷纷表示“中国正在重新定义课堂”“就像是看到了教育的未来”。

这一幕,是中国智能终端形态不断“进化”的缩影。多家外媒关注到,在中国,智能终端正在突破“屏幕”的边界,让AI“长”出新形态,走进人们触手可及的日常。

土库曼斯坦主流媒体东方网近日关注到,以智

能眼镜为代表的可穿戴式人工智能设备正在改变消费者与人工智能互动的方式。“当一副眼镜摇身一变,成为一台便携式超级计算机,能够语音翻译、路线导航,甚至只需挥手就能拍照时,人们与最新科技之间的距离越来越近。”

韩国科技媒体Digital today则聚焦中国可穿戴外骨骼机器人市场。文章指出,中国正在加速推进物理人工智能的商业化进程,智能外骨骼的应用也从帮助银龄人群运动康复,拓展到旅游休闲和工业应用领域,成为游客爬山旅游的省力好“搭子”、厂房工人减少体能消耗的得力助手。

走进场景,让智能终端更具实用价值

“中国的优势未必在于打造最夺人眼球的聊天机器人,而是让人工智能更具有实用价值,让智能技术应用于港口、仓库、电动汽车、医院、物流网络、课堂等各类场景。”美国福布斯网站近日刊发的这一论述,在诸多外媒报道中都有印证。

在2026世界机器人大会上,中国机器人行了不少“新工种”。是运动员,陪你打乒乓、舞狮子;也是金牌管家,自如叠放衣服、整理餐桌。英国路透社就此发布视频称:“分拣快递、打包货品、帮忙做家务,中国正尝试证明机器人技术正从取悦大众,转向更广泛的商业用途。”

英国广播公司近日发文称,越来越多中国制造的仓储机器人正进入英国零售和物流行业,帮助企业加快订单处理、提高仓储效率。“英国消费者点

击购买按钮,一件商品的仓储配送流程可能在几分钟内启动,而执行搬运任务的,或许正是一台由中国企业生产的机器人。”

法新社曾发文关注中国发展健康人工智能,指出人工智能正在帮助医生提升心脏病诊断、特定癌症筛查,越来越多中国医生正在通过制作“AI分身”,提升患者诊前诊后的咨询效率。

在现代化养殖场,给猪接种疫苗这项体力活有了智能解法。《南华早报》关注到,中国农场的机器人通过摄像头定位,对牲畜进行无针疫苗注射,成功率高达93%，“这种技术让养猪更智能,满足世界最大猪肉生产国的生产需求”。

从工厂车间到仓储物流,从医院诊室到现代化养殖场,智能终端在中国的场景落地并非零星试

稳步发展,探寻智能终端进化之道

中国智能终端何以能加速进化、快速走进千家万户?多家外媒从不同视角给出了观察。

稳步发展,靠打牢基础。新加坡《海峡时报》网站发文称,随着人工智能变得越来越强大、越来越复杂,需要大量的计算能力、电力、冷却水、高速通信网络和高效的供应链——而这正是中国的优势所在。“中国并非将这些需求各个击破,而是着力建设一个一体化的体系”。

生产迅速,靠产业链实力。英国《卫报》在文章中表示:“得益于低成本、高效率且灵活的制造供应链,中国企业在硬件领域正迅速崛起。”以中国电动汽车产业为例,它的崛起催生了众多能够大规模生产机器人所需零部件的企业,从锂电池到微

型电机都包含在内。美国《华盛顿邮报》也发文表示,依托产业链优势,中国企业“把AI做成了普通人能够负担、愿意使用、可以嵌入现有产品的东西”。

应对智能未来,靠扎实布局,也靠规范引导。英国《独立报》网站发文表示,在人工智能赛道上,“从人形机器人布局到教育体系革新,再到AI伦理与安全治理,中国对未来变革的系统应对更为扎实充分”。

美国《巴伦周刊》近日常刊文称,中国加速发展人工智能,同时也为其划定边界。在加速推动新一代智能设备和AI智能体进学校、进工厂的同时,中国建立了涵盖推荐算法、生成式AI以及AI生成内容标识等方面的监管体系,为人工智能有序发展提供引导。

从帮你修图到直接帮你拍摄,搭载智能云台的机器人手机正在拓展人们对智能设备形态的想象。美国连线杂志刊文表示,灵巧的云台将机器人运动控制与手机形态相结合,把手机变成一个会主动运动、主动跟拍的智能终端。

从打鼓、到扭扭扣再到做实验,机器人的双手越来越灵活,“人工智能”机械手正在拓展机器人的应用场景。英国卫报表示,一批新的中国人工智能初创企业正在利用中国在制造业方面的优势以及“具身人工智能”的热情,来制造完全灵巧的机械手,解决“机器人最难课题”。

点,而是在广泛应用中形成持续迭代的良性循环。

美国《福布斯》网站发文指出,人工智能竞赛的赢家未必是基准测试分数最高的国家,而可能是能让智能技术低成本落地的国家。文章援引斯坦福大学《2026年人工智能指数报告》称,“中国最强大的AI发展路径,是将科研目标、工业产能、合理定价与统筹部署结合起来”。

新加坡媒体《思想中国》刊文表示,中国庞大的经济规模为人工智能产品提供了市场,也放大了效率提升带来的益处。到2025年底,中国互联网用户约11.25亿,生成式人工智能用户达6.02亿。“中国的核心优势恰恰在于能够快速、大规模地将生成式人工智能技术转化为可落地的产品、服务与标准化工作流程。”

中国智能终端的发展,不仅便利了本国人民的生活,更在更广的范围内让世界共享智能生活的红利。

在路透社转载的视频中,深圳华强北的档口前,不少外国顾客被智能眼镜、多语种智能互动玩具吸引,商家们则用翻译软件阐释具体产品参数。视频标题写道:“人工智能驱动的消费品热潮将买家吸引到中国最大的电子市场”。

《南华早报》指出,中国在公共事务和私营领域都在部署人工智能模型,最大限度地提升公众生活的便利性,这种对公共利益的重视增强了中国人工智能模型的全球吸引力。“技术被视为促进公众福祉的资源,而非财富集中的工具。”

中国农业机械制造迈向发展新阶段

2026年,中国农业机械市场正进入一个新阶段。中国制造商正转向大马力设备、混合动力联合收割机、电气化以及日益先进的农业技术领域。

支持中国农业机械高科技发展的工业基础已经相当雄厚。2023年,中国制造商占据了国内农业机械市场约90%的份额。国际销售额方面也在增长:2025年,中国农业机械出口额约97亿美元,较上年增长30%以上。国内市场规模、制造能力和迅速增长的出口量相结合,为该行业提供了其他新兴农业设备生产商难以复制的平台。

以联合收割机为例,中国近期研发油电混合动力机型最大功率已超过600马力。中国正借助在汽车、电池、电子产品和重型设备领域积累的工业能力,将自动化和先进控制系统等大规模应用于农业机械。

制造一台性能先进的拖拉机或联合收割机,只是专业农业领域竞争的一个方面。经销商网络覆盖、备件供应、维修技师、融资方案、保修服务,以及在关键的播种和收获期内的设备运行时间,都是影响农机采购决策的关键因素。

中国的农机发展正值全球农机制造业格局发生变化之际:全球制造商越来越多地将亚洲供应商和制造平台整合到产业运营中。中国进入这一转型期,靠的不仅是巨大的国内需求,还有已经成熟的供应链体系。

——据阿根廷“拉美农业”网站报道



近日,江苏省句容市后白镇永彬家庭农场内,来自镇江各地的果农们观摩葡萄智能采摘机器人现场演示。
杨志国摄(人民图片)

中国产食材承包西方高端餐桌

近年来,中国品牌逐渐在高端美食领域占据主导地位。中国的鹅肝年产量最快将于2026年正式超越法国,成为全球最大的鹅肝生产国。

中国也成为全球最大的鱼子酱出口国。这些传统上被视为高端奢华象征的食材,其全球产业格局正迎来重大转变。如今,中国产鱼子酱已取代俄罗斯、伊朗等产地的鱼子酱,出现在全球各地美食家的餐桌上。全球消费的鱼子酱中,有近一半产自中国。

中国悄然改写全球奢华美食版图的故事不止于此。中国是全球松露产量大国,黑松露年产量约占全球总量的80%。主产区集中在云南省与四川省凉山彝族自治州等地。大量中国松露进入欧洲及全球餐饮供应链,使黑松露不再只是高级餐厅的专享食材。

鹅肝、松露与鱼子酱并列“西方三大珍馐”,当中国以完整供应链、现代化养殖技术及成本控制能力介入,不单使中国成为全球最大规模的生产基地,还把价格降低,让更多家庭可享受这些美味食材,这俨然掀起一场饮食革命。与此同时,“中国制造”也不再是所谓“廉价”商品的代名词,而成为全球高端食材市场的领军者。

——据法国国际广播电台网站报道

中式微短剧在美热度持续攀升



在山东省德州市乐陵影视城,剧组在拍摄微短剧。
马红坤摄(新华社发)

2022年,由中国出海的短剧平台ReelShort在美国上线,开始为西方观众改编中国故事。同样源于中国的DramaBox紧随其后。短剧剧集通常为50到90集,每集时长1到3分钟。从开场镜头到每集结尾的悬念,每一个元素都是为了抓住智能手机用户的注意力并让其欲罢不能。

起初,短剧这一形式并不被看好,平台上单部微短剧的制作成本通常低于20万美元,而一部传统电视剧单集制作费用则高达数百万美元。然而,短剧这一影视新形势在美国热度不断攀升。一些微短剧明星已成功进军主流节目,而福克斯娱乐集团、迪士尼和派拉蒙等好莱坞巨头也在探索这一形式。卡骆驰、美宝莲和世界摔角娱乐等公司则通过制作微短剧来推广其产品,还有更多作品正在筹备中。

亚洲媒体伙伴公司的数据显示,去年中国微短剧创造的收入超过了国内电影票房。据专注于媒体的咨询公司猫头鹰公司说,在中国以外,该行业2025年的收入达到30亿美元。该公司预计ReelShort和DramaBox今年的收入都将超过10亿美元。

竖屏内容代表着传媒格局的根本性转变。猫头鹰公司创始人埃尔南·洛佩斯将竖屏称为电影和电视之后的“第三种视听语言”。微短剧之于2020年代的意义就如同老式电影制片厂体系之于1920年代的意义。在一些调查中,智能手机已超越电视成为最常用来看视频的屏幕,这一趋势在年轻群体中更加显著。如此看来,微短剧或许是中国文化在美国影响力的最强例证之一。

——据美国彭博社报道

访肯尼亚投资、贸易和工业部副部长欧巴姆——

中国市场帮助肯尼亚挖掘自身经济潜力



在位于肯尼亚蒙巴萨的蒙内铁路赖茨港货运站,龙门吊正在搬运集装箱。蒙内铁路运营方非洲之星铁路运营公司统计数据显示,截至7月26日,中肯共建“一带一路”标志性项目蒙内铁路货运量累计突破5000万吨,为肯尼亚物流运输和经济发展提供了有力支撑。
新华社记者 谢剑飞摄

肯尼亚投资、贸易和工业部副部长雷吉娜·欧巴姆日前在首都内罗毕接受专访时表示,中国对53个非洲建交国全面实施零关税举措,为肯尼亚提升出口竞争力、加快工业转型以及拓展市场空间注入了新动力。

回忆零关税举措生效的时刻,欧巴姆告诉记者,肯尼亚政商界当时的核心思考是:如何让肯尼亚具备竞争力?她表示,进入中国庞大的消费市场,为肯尼亚挖掘自身经济潜力提供了关键平台,帮助肯尼亚企业更好理解“什么是竞争力”。

欧巴姆说,零关税举措给予肯尼亚展示国家独特风采和优质产品的绝佳机遇,让肯尼亚有机会发挥特色农产品等优势。

她介绍,中国消费者对肯尼亚高质量农产品的需求日益增长,特别是茶叶、牛油果等。“大家都说肯尼亚茶叶品质优良。面对如此广阔的市场,将茶叶引入中国对肯尼亚来说是一个巨大的加分项。”

为确保农产品以最佳鲜度抵达中国市场,肯尼亚正将冷链物流与中方支持建设的基础设施相结合,如蒙内铁路。欧巴姆特别提到,运往中国的首批零关税货物,就是通过蒙内铁路转运并接驳海运发往中国的。

欧巴姆强调,除了商品贸易,对合作正通过工业园区建设推动技术转移,助力肯尼亚实现其制造业发展议程。

“当我们推动经济转向‘立足出口、发展工业’时,实际上意味着我们正在推动经济转型,从单纯依赖原材料出口,转向投资、参与并迈向工业化,确保我们的产品通过深加工实现附加值提升。”她表示,从输出原材料、高价进口成品,转向自身加工并输出高附加值成品,肯尼亚将更具竞争力,也更有信心面向国际市场。

欧巴姆将中国描述为互利共赢的合作伙伴。“中国是一个真正能助力我们成长的合作伙伴。”(据新华社电 记者 严钰泉、杨定都)