



从两会“高频词”看国家战略 如何抢占“人工智能+”行业风口？

今年全国两会，“人工智能+”成了高频词，这释放出的不只是一项产业政策的风向，更是一道关乎未来的时代命题。

据测算，人工智能通过对工业技术、知识、数据、人才等全要素的重组，以及对研发、生产、管理等全链条的深刻重塑，每带来1%的效率提升，就能实现超过3300亿元的经济增长。可以说，在迈向高质量发展这条轨道上，“人工智能+”已不仅是工具，而是定义新质生产力形态的关键变量。

3月6日，在全国两会期间，华西都市报、封面新闻记者就如何抢占“人工智能+”行业风口采访了两位全国人大代表。

人形机器人从“功能机”时代 迈向“情感机”时代

“下一个像人一样思考、行动，甚至能感知情绪的新‘物种’，或许将从这里诞生。”3月6日下午，在湖北代表团举行的开放团组活动上，全国人大代表、武汉高德红外股份有限公司董事长黄立说，人形机器人产业的未来并不遥远，湖北正在抢占这一战略赛道。

“人形机器人是继计算机、智能手机、新能源汽车之后，真正可能走进千家万户的颠覆性产品。”黄立说。当前，其发展已从实验室的“样机验证”，迈入“规模化应用”的关键爬坡期。

当前，面对“十五五”规划将其列为重点未来产业的机遇，湖北已前瞻



全国人大代表黄立



全国人大代表吴丰礼

布局，初步构建起从核心零部件、整机制造到算法研发的全产业链生态。数据显示，湖北省已集聚9家整机企业、116家核心零部件企业，零部件本地化率高达85%，一个千亿级产业集群雏形已现。

在产业落地上，武汉建成了全国

规模最大、场景最全的人形机器人专业训练与创新中心；去年11月，全国首家人形机器人7S店在光谷开业，迅速成为市民与游客争相体验的科技地标。这背后，是从“展示”走向“应用”的产业逻辑转变。

而黄立所创立的真友科技，正在这条赛道上奔跑。公司锚定“高仿生”路线，提出“看着像人、摸着像人、交流起来也像人”的产品理念，瞄准养老陪护、家庭服务、医疗协助、商务协作等真实需求。为实现“触感像人”，团队突破了高柔性关节、液压肌肉与仿生皮肤等关键技术，让机器人拥有接近人类的柔软与安全交互能力；为实现“交流像人”，则赋予其多模态感知与情感理解能力，使其能读懂情绪、主动回应。

“我们正从‘功能机’时代，迈向‘情感机’时代。”黄立说。面对这片科技竞争的新高地、未来产业的新赛道，他呼吁湖北进一步增强机遇意识，加强产学研用协同，推动人形机器人与脑机接口、具身智能、大模型等技术深度融合，加快打造一批可靠、好用、可负担的整机产品，真正实现“在应用中迭代，在迭代中爆发”。

加快布局面向具身智能的 工业数据基础设施

当“人工智能+”连续三年被写入政府工作报告，身处制造业一线的代表们感触尤深。

在全国人大代表、广东拓斯达科技股份有限公司董事长兼总裁吴丰礼看来，这不仅是政策的延续，更是一场关乎实体经济底座的深层变革。

作为制造业和数字经济大省，广东早已落子布局。在智能制造赛道，依托完备的产业链基础，广东工业互联网与数字化产线加速升级，催生出一批链上企业，机器人及智能装备产业蔚然成势。

深耕制造业20余年，吴丰礼本身就是这场变革的亲历者。从注塑场景起步，到多关节工业机器人，再到具身智能的落地探索，他深刻体会到：机器人在真实场景中的每一次感知、学习和反馈，背后都是数据在驱动算法迭代。

因此，在“人工智能+”重塑工业体系的发展中，吴丰礼更关注的是工业数据。“这是实体经济数智化进程中不可或缺的基础资源。”在他看来，加快布局面向具身智能的工业数据基础设施，具有重要战略意义。

今年两会，吴丰礼带来了一份《关于支持粤港澳大湾区开展人工智能领域制度创新试点的建议》。他指出当前两大瓶颈：一是在跨境数据流动中，安全、隐私与自由流动难以兼得，开放利用与风险管控的平衡点尚未找到；二是产业协同的支撑体系仍不完善，一体化算力网构建、智算中心共建共享、数据要素市场化配置等机制尚不健全，制约了数据规模与质量的跃升。

“规则衔接要深化，产业协同要强化，数据底座要夯实。”吴丰礼建议，进一步深化粤港澳大湾区规则衔接，强化人工智能产业协同发展的支撑体系，助力产业发展加力提速、成群成势。

华西都市报-封面新闻记者 邹阿江 杨澜 杨霁月 摄影报道

文化产业如何“出圈”又“出海”？

全国人大代表建言献策：坚持守正创新是关键

近年来，从故宫文创圈粉全球、三星堆数字文物跨洋刷屏，到博物馆“打卡”成为青年新风尚，文物、文博场馆频频出圈。

如何让文化遗产走得更远、更广、更深？全国两会期间，多位全国人大代表对此建言献策。热议之间，关于文化产业如何“出圈”又“出海”的答案逐渐清晰。

谈文化出圈

文物和非遗不能“各自为阵”

如何让文物真正“活起来”？全国人大代表顾万发给出的答案是：先把文物研究透彻。

在他看来，讲好文物故事、做好文创开发，首先要把文物本身研究透。只有建立在扎实学术基础上，才能把故事讲好，把创意做好。

谈及文化遗产保护，他首先强调系统性。“原来文物部门管文物，非遗属于文旅部门管，现在都要统筹起来。”顾万发说，从调查勘探到展示利用，从文物到非遗，都需要全生命周期的规范和监督。这种系统性思维能给文物工作者带来信心，更重要的是，“全社会都要来保护中华民族的文化遗产，而不仅仅是文物部门。”



全国人大代表顾万发



全国人大代表李学武

对于流量，这位文物工作者态度开放。他说，研究文物的目的，不只是成就学位等，更重要的是贴近人民。

文化产业如何出圈又“出海”，顾万发将其概括为“守正创新”。守正，是优秀传统文化的主根主脉不能变，惠及公众的方向不能变，讲好中国故事的责任不能变；创新，则是在形式、技术、业态上不断突破。“人工智能+技术呈现方式、视觉效果，都要创新。”

谈文化输出

带给世界永不凋谢的洛阳牡丹

全国两会的现场，一抹永不凋谢的“洛阳牡丹”悄然绽放。全国人大代表、洛阳牡丹瓷创始人李学武，带来了他的“国礼”花盘、系列壁饰，以及融合了当代审美的新品“小花匠”饰品。

李学武的牡丹瓷从2007年开始研发，2009年底实现批量生产。如今其品牌“河洛盛世”已获评中国驰名商标。

今年政府工作报告中提到，要鼓励更多文化企业和优秀文化产品走向世界。李学武带来的建议便与推动牡丹瓷出海有关。

在他看来，出海不是简单的“卖

瓷器”，而是让世界透过这朵永不凋谢的牡丹，看见东方文化的守正与创新。

当前，李学武正同步推进“国内外各1000家小店”计划，目前已经完成了20%的目标。在他看来，无论是产品出海还是全球布店，核心都是讲好中国故事。

近年来，河南文旅品牌成功“出圈”并走向海外的案例屡见不鲜。其中，从河南走向世界的潮玩IP“LABUBU”就是一个典型。对此，李学武指出：“河南人骨子里沉淀着五千年的文化底蕴，LABUBU的成功为我们树立了一个标杆。”他认为，这类现象级出海产品的背后，离不开深厚的文化根基与现代化运营模式的有效结合。

但在这股出海浪潮中，非遗传承普遍面临一道选择题：要不要为了适应海外市场，对作品进行所谓的“本土化”改造？李学武的答案十分清晰——守正创新。他说，“中国非遗跟别的产品不一样，它不是刚需。文化出海首先要打破认知壁垒，找到海外受众的共鸣点，但绝不能把艺术品卖成廉价的纪念品。”

华西都市报-封面新闻记者 邹阿江 杨澜 杨霁月 受访者供图