

AI 消费品融入日常生活

巨幕随身看 重物轻松扛

人工智能离我们有多远?它听起来“高大上”,却早已融入日常生活。昨天下午,上海市“AI+消费”嘉年华暨人工智能消费品体验周在苏宁电器五角场店开幕。从智能家居到娱乐科技,再到智能穿戴,各类人工智能消费品在现场展出,成为未来智慧生活的解决方案。

人工智能消费品呈多样化

乘坐高铁、飞机的旅途中,用手机或者平板电脑看电影是打发时间的常见选择,这时很多人可能在想,要是能随时随地在眼前开启一个巨幕,享受影院级沉浸式观影的快乐就好了。在人工智能技术飞速发展的当下,投屏眼镜或许真能实现这个愿望。

“用户戴上这副眼镜后,面前就会出现一个相当于155英寸的巨幕,无论是观影、上网课、打游戏,都会有更加沉浸式的感受。”域动锐翼工作人员用一根Type-C连接线将

智能眼镜和笔记本电脑相连接,再搭配专业立体扬声器,就能在“观影巨幕”上看起电影。据介绍,这款投屏眼镜支持500度以内的近视调节,对近视人群十分友好,而且有害蓝光占比较低,更加健康护眼。

搬重物、登山、爬楼梯太费力?外骨骼机器人上阵来助力。傲鲨智能将基于人工智能的运动控制算法和模式识别集成到腰部外骨骼机器人上,使其能够自主学习自适应步态,拥有高度的人机融合表现,提高人体关节的力量和耐力,有效减轻工人劳动负担60%以上。

“许多老人爬楼梯会腿疼,在试用体验我们的产品后,反馈说腿也不疼了,因为智能外骨骼相当于帮助他们减掉了30kg的重量,省下很多体力损耗。”傲鲨智能的品牌经理汪亮告诉记者,在2025世界人工智能大会上,他们将推出一款同类型的消费级外骨骼机器人。“它的设备会更轻,适合有增强体能需求的中老年人和户外运动爱好者,我们也

在申请参与适老化补贴,让产品价格更惠民。”

AI打造消费新场景新动能

在数字经济与实体经济深度融合的时代背景下,人工智能正深度重构消费市场的运行逻辑。根据最新数据,2024年上海人工智能产业规模突破4000亿元,同比增长超过7%。

人工智能作为上海三大先导产业之一,也深刻影响着商务领域的变革发展,成为培育新型消费、推动消费升级的战略因素。活动现场,杨浦区发布了推进“人工智能+消费”商圈建设举措,从数实融合开拓场景赋能新赛道、精准施策激活消费增长新动能、多维保障构筑产业发展新生态三方面着重发力,同时依托区域“数字经济+科技创新”“大学+大厂”集聚优势,打造具有示范作用的“人工智能+消费”创新商圈。

“AI+消费”线上专区活动同日也在现场进行发布。淘天集团打造

线上专区,精选智能终端、智能家居、可穿戴设备三大核心品类,汇集200余款年度爆款AI产品,专区内设置“AI赋能·智创生活”与“智见未来·慧联万物”两大主题板块,联动科技品牌共建AI消费新生态。苏宁易购App设立上海国补专区,内设上海人工智能消费品体验周主题板块,涵盖包括智能手机、智能手表、智能穿戴、智能电视、智能音响、智能门锁等产品在内的六大品类,推动零售行业智能化升级。

市商务委副主任周岚表示,“人工智能+消费”为引领上海消费市场能级提升、加快建设国际消费中心城市带来全新动力,上海将积极推动人工智能新品首发首秀首展,优化AI消费品供给;拓展“人工智能+服务”消费场景,提升服务供给质量;打造人工智能特色商圈,赋能实体商业数字化转型;支持平台企业赋能,构建AI商业生态;优化人工智能消费环境,激发市场活力。

本报记者 张钰芸 通讯员 闫锦

全球首款AI智能体手机、机器人“奥林匹克”、“空中出租车”……今天上午,2025世界移动通信大会(MWC上海)举行,多家高科技企业现场呈现全自动驾驶技术、无人机、人形机器人、AI智能终端等前沿科技成果。

今年首设的GSMA创新高地展区内,峰飞航空科技带来的“空中出租车”盛世龙eVTOL,兼具直升机式垂直起降与固定翼飞机式水平巡航的能力;小马智行展示的自动驾驶仿真模拟系统,让观众通过沉浸式VR技术,体验在北京和广州公共道路上运行的自动驾驶出租车;乐聚机器人、宇树科技等企业组成的人形机器人方阵与荣耀AI终端产品,共同展现高端制造与惠民应用协同发展的创新生态。

未来科技馆展厅汇聚来自长三角和粤港澳大湾区的创新企业,展示一系列前沿科技成果。浦东展区还将集中呈现“未来车”智能驾驶、智能座舱等领域的产业生态优势。

MWC被誉为全球移动通信行业发展风向标。大会主办方全球移动通信系统协会(GSMA)于2012年把亚洲移动通信大会的举办地从香港迁至上海。从2012年首届1.5万人参会,到2024年来自124个国家和地区的4万人参会,MWC上海已经成长为立足中国、面向全球的科技盛会。

近年来,上海主动顺应数字化时代带来的新机遇新挑战,加快推进以5G-A和万兆光网为标志的全球双万兆城市建设,获评了全国首批5G应用扬帆行动重点城市、全国首批5G+工业互联网融合应用试点城市。上海举办世界移动通信大会,不仅提供了一个展示创新活力、汇聚世界智慧的重要窗口,也对促进产业升级、吸引国际资源、推动技术发展带来了十分积极的影响。

本报记者 叶薇

即时退税碰一下

上海实现入境游客支付宝“即买即退”

免签政策红利、即时退税服务以及便捷移动支付,正成为外国人来华旅行的“三宝”。近日,上海税务部门率先推出升级举措,联合商务部门,通过与支付宝、中国银行等机构合作,创新打造“即买即退+便捷支付”场景,支持全球入境游客用支付宝“碰一下”“扫一下”办理即时退税,这也是全球入境游客首个“碰一下”退税服务,这一创新服务将进一步促进国际游客来华旅行和消费。

今年4月,国家税务总局发布《关于推广境外旅客购物离境退税“即买即退”服务措施的公告》,将离境退税“即买即退”从多地试点推广至全国,这意味着境外旅客来华消费退税迎来新的便捷体验——买完商品不用等离境,现场就能拿到退税款。

近日,一位来自西班牙的时尚行业人士于上海瑞安广场的高端香氛品牌“LE LABO”门店挑选了一件礼物,并在新天地集中退付点首次使用支付宝“碰一下”功能,体验到了“即买即退、资金秒达”的瞬时退税服务。“这简直太方便了!我甚至还没完全反应过来,退税金额就

已经到了我的支付宝账户。”西班牙旅客在现场惊喜地表示,“这对国际游客购物和消费很友好,中国的数字服务很先进,退税款实时到账,这种确定性让我更愿意在上海探索和消费。”

“今年1月到5月,国际游客用支付宝在上海的消费金额同比增长了170%。”支付宝相关负责人表示,“我们发布了‘畅游中国服务计划’,首次将‘碰一下’功能引入到离境退税服务中,希望通过‘碰一下’支付等便捷服务措施,全面提升入境游客游玩、购物、退税等体验。”

今年5月,上海市税务局、上海市商务委员会联合支付宝数字政务启动退税升级工作,目前已覆盖恒隆广场和新天地退税点,后续上海税务部门将推动第三方支付平台即时退税业务从部分集中退付点拓展至全市面上即买即退商店和集中退付点;同时,推动其由“即买即退”场景向机场口岸离境退税延伸,为全国离境退税服务的数字化升级提供样本参考,助力中国消费市场向国际化、智能化方向深度迈进。

本报记者 杨硕 金志刚



商场上演机器人总动员

一场别开生面的机器人擂台赛近日在上海IFC商场举行。活动旨在融合尖端科技与文化艺术,打造更多元化的消费场景,通过科技体验提升消费的强驱动力,激活实体消费新势能。超过100个机器人空降商场,为市民游客带来憨态可掬的动感热舞。由机器人与真人互动的“机器人拳击赛”和“机器人动感足球赛”吸引了不少市民参与,沉浸式地感受商业和潮流科技结合的魅力。

本报记者 刘歆 摄影报道

追求品质 关注自身 拥抱智能

活力“新银发” 消费有讲究

白领、教师、公务员……以这些职业为代表、退休五年内的“新退休群体”,正日益催生更具活力与潜力的“新银发经济”。与“老银发族”相比,该群体在消费能力、需求特征上呈现出显著差异。

针对上海新银发群体的消费习惯,上海市消保委开展了覆盖超8000人次的消费调查,并于昨天发布《上海新银发群体消费习惯调查报告》。根据新银发群体在消费观

念、领域偏好及科技接受度等方面的特征与趋势,报告认为,新银发经济正逐步成为消费提质升级的“战略级风口”,或将催生万亿级消费市场。

消费能力与品质追求双提升

调查显示,超六成(60.22%)上海新银发族对生活品质的要求“有所上升”。数据表明,新银发群体普遍具备“有经济实力、有时间、有心情、有要求”,消费潜力非常巨大。

新银发族的偏好呈现三大特征。一是品质优先,二是功能创新导向,三是体验驱动。这些消费偏好与传统银发族追求“低价实用”、年轻群体追求“性价比”的消费习惯形成鲜明对比,新银发经济正在成为消费提质升级的重要引擎。

在消费需求上,新银发族的消费需求已从生存型向发展型、享受型跃升,并且对“主动健康管理”的需求有升级。同时,新银发族的消

费场景正从“日常必需”向“高品质体验”延伸,53.09%关注“定制游、社交聚会”等个性化与定制化服务。他们还更注重“自我实现”与“生活仪式感”,对兴趣爱好型消费(摄影、收藏、音乐)的关注度为45.61%,23.88%关注以“高端护肤品、轻医美”为代表的美容抗老消费。

智能产品更受新银发族青睐

调查显示,以智能化实现健康、

便捷、安全功能的新技术产品,有望成为新银发赛道的爆款。57.34%的新银发族将“适龄可穿戴设备”列为最希望购买的智能产品,其次为家用健康管理与保健设备,再次为智能安防产品。调查还显示,新银发族开始关注AI在消费领域的运用。

消保委认为,新银发族的消费需求已突破传统“低价实用”框架,转向“品质、功能、体验”,涵盖健康科技、旅游服务、文化娱乐、智能家居等多个领域。这将倒逼相关行业供给侧加速创新,推动银发消费赛道从“低价竞争”向“价值竞争”转型,为消费市场注入长期活力。

本报记者 金旻矣