

在本次大会上，京东首次系统展示面向物理世界的 JoyAI 模型矩阵，开源行业最大人类视角数据集，并打造首个 JoyInside “AI Home”——首次亮相的 AI Home 覆盖客厅、厨房、学习区和卧室。孩子遇到难题，AI 投影台灯可以通过无屏漫反射投影进行扫题批改和实时答疑；在客厅随口说一句“口渴”，智能茶吧机会主动确认水温并出水；厨房设备可以记住一家人的口味和饮食禁忌，分步骤引导烹饪；入睡后，智能床垫持续捕捉呼吸、体动等睡眠体征，形成周、月度睡眠报告。电视、灯具、毛绒玩具和陪伴机器人等设备也不再各自为战，而是围绕家庭成员的真实需求协同服务。

JoyInside 是京东推出的智能品牌，基于其 JoyAI 大模型技术，为机器人、AI 玩具等智能硬件提供技术支持。据悉，目前 JoyInside 已与近 200 家品牌合作，在 AI 玩具、家具家电、机

器人、健康养老等方向均有加入。

据统计，2026 年以来，京东已发布 Joy-Image-Edit、Joy AI-Echo、Joy AI-VL-Interaction 等 7 个具备全球领先水平的基础模型。以 JoyAI 基座大模型为核心，京东已形成覆盖语音、图像、视频、实时交互、世界模型和具身智能的基础模型体系，并将模型能力延伸至产业现场：物流“超脑”统一调度决策仓库建在哪、库存备多少，为上亿包裹三分钟内算出一条“最快的路”；健康依托“京医千询”推出的 AI 医生“大为”、京东知医、京东卓医等产品矩阵实现全面升级，技术能力与服务规模均取得突破性进展；JoyIndustrial 深入工业供应链，推出“AI 智采管家”。

为了让更多人了解京东在 AI 领域的进展，京东还在 2026 WAIC 期间举办了名为“AI 进入物理世界：模型、数据、终端与场景”的论坛，现场座无虚席，

大家都想了解这家电商转型的科技企业有啥“花头”。

当前，可供具身模型训练数据非常稀缺，主要体现在数据质量不一、数据多样性不足和数据孤岛三大方面。为此，京东凭借消费、履约、服务等海量场景，将要发动 60 万人参与数据采集，建设全球最大具身数据采集中心，力争两年内采集 1000 万小时人类真实数据，并搭建数据交易平台。

事实上，无论是零售、物流、健康等各技术板块的场景，还是机型销售、供应链履约，乃至工业场景落地与物流仓储场景开放等，包括后续的数据采集，京东在端到端环节投入巨大，更希望赋能整个具身行业，加速其从销售到模型再到履约等多层次环境的演进。

## “技术为本，让生活更美好”

以自营电商起步的京东，业务范围由零售扩展到仓储、物流、科技等众多领域，并向健康和本地生活领域不断挺进，上海就成了“先行者”之一。

2019 年成立的京东健康，在上海从线上医保购药、即时配送，到线下实体药店和智慧养老体验馆都有涉及，基本覆盖了日



左图：京东在上海举行的 2026 世界人工智能大会（WAIC）上，首次亮相的 JoyInside “AI Home”，覆盖客厅、厨房、学习区和卧室。