

主管：中华人民共和国工业和信息化部

主办：中国电子报社 北京赛迪经纶传媒投资有限公司

中国电子报社出版

国内统一连续出版物号：CN 11-0005

邮发代号：1-29

http：//www.cena.com.cn



赛迪出版物

2026年9月11日

星期五

今日8版

第64期（总第4941期）

让历史经典产业叫好又叫座

本报记者 齐旭

苏州绣绷上、贵州药田里、龙泉作坊间，一代代手艺人以传承千年的劳作技艺，延续着中华历史经典的绚烂烟火。据不完全统计，全国相关行业规上企业数量达2.5万家，从业人员近350万人，全行业年营业收入约8万亿元。

然而，长久以来，我国历史经典产业却面临好工艺难以卖出好价钱，自主品牌话语权不足等问题：丝绸产品九成用于出口，却以原料初级加工和“代工”为主；龙泉青瓷、苏州刺绣“藏在深闺”，如何把文化底蕴转化为市场竞争力，让老手艺既叫好又叫座，是需要重点破解的课题。

近日，国家层面首次针对历史经典产业出台的政策文件《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》提出，到2028年培育50家百亿规模龙头企业，塑造100个中国消费名品，打造若干千亿级特色产业集群；2030年形成一批世界一流企业和知名品牌，产业迈向全球价值链中高端。

光阴流转，勾勒出新的年轮，召唤着新的进发。随着国家顶层设计全方位推动历史经典产业发展，千年技艺将焕发新的时代光彩。

让经典变“潮”

把体验做“活”

2025 年中央经济工作会议将



图为云南省怒江傈僳族自治州独龙江乡的独龙毯

“坚持内需主导，建设强大国内市场”作为今年首要重点任务。当前，我国居民消费正从“购买更多商品”转向“获得更好服务和体验”。历史经典产业高度契合新时代消费升级方向，在满足物质生活需求的同时，能够带来情感共鸣、文化熏陶与审美享受，精准满足品质消费、文化消费和体验消费需求。

“激活历史经典产业消费潜力，绝

不是简单把老产品摆上货架，而是要在产品、场景、渠道上协同发力，让老手艺‘活起来、火出圈、进万家’。”在近日举行的国新办新闻发布会上，工业和信息化部副部长谢远生表示。

不少经典产品给人留下“老旧”的印象，难以吸引年轻消费者。如果让经典名企与一线设计师、知名品牌、时尚机构跨界合作，就能够推动传统元素与现代审美、实用功能结合

起来，开发兼具文化内涵与时代特征的高附加值产品。随着产品设计日益现代、时尚、国际化，传统工艺也将以更贴合国际审美的表达方式，叩开海外市场的大门。

宽窄相间的条纹、红蓝绿交织的撞色，像一道“流动的彩虹”在布面上铺展……这种布料，源自云南省怒江傈僳族自治州独龙江乡。

（下转第4版）

2026年全国消费品工业座谈会在石家庄召开

本报记者 王宇

本报讯 9月8日，2026年全国消费品工业座谈会在河北省石家庄市召开。会议深入学习贯彻习近平总书记重要指示批示精神，认真落实全国工业和信息化主管部门负责同志座谈会要求，研究部署消费品工业发展重点工作。工业和信息化部党组成员、副部长谢远生出席会议并讲话。

会议指出，今年以来，工业和信息化系统坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署，深入开展树立和践行正确政绩观学习教育，始终坚持以人民为中心的发展思想，扎实推进消费品工业“三品”战略，加快构建现代化消费品产业体系，为建设社会主义现代化强国筑牢坚实基础。

会议强调，消费品工业是我国传统优势产业和重要民生行业，是满足人民美好生活需要的重要领域。各级消费品工业主管部门要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，统筹开展稳增长、促转型、扩消费、惠民生等各项工作，为加快推进新型工业化提供有力支撑。要全力保障消费品工业平稳增长。落实好好轻纺产业、生物制造、医药工业

纤维、造纸、乳制品、食糖、食盐等产业发展“十五五”规划，制定实施化纤、造纸、乳制品、食糖、食盐等产业发展规划，强化行业运行调度，推动消费品工业智能化、绿色化、融合化发展。要加快构建现代化消费品产业体系。组织开展“人工智

能+三品”专项行动，建设纺织工业集聚区和地方特色食品产区，推进智能家居跨品牌品类互联互通，培育壮大生物医药新兴支柱产业和生物制造未来产业。要有效推动消费市场提质升级。贯彻落实《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》，加快实施历史经典产业高质量发展意见，持续发布中国消费名品，组织开展中国消费名品“四个一百”传播推广行动，加快培育一批世界一流消费品牌。要扎实做好重要医疗物资和民生产品供应保障。全面加强国家医药储备管理，持续开展重点医疗物资监测调度，做好短缺药、食盐、新标准电动自行车等产品保供，切实保障民生基本需求。要持续提升行业治理能力。根据实际情况开展重点产品供需适配分析和产能监测预警，完善行业协会管理机制，强化行业自律，加快营造有序竞争、风清气正的行业发展环境。

会上，河北、浙江、福建、湖北、广东、四川等地工业和信息化主管部门，有关行业协会、重点企业负责同志作交流发言。各省（区、市）及新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门有关负责同志，工业和信息化部有关司局、直属单位负责同志，有关行业协会、重点企业代表参加会议。

（布 轩）

七部门征集 11 个领域视听系统典型案例

本报记者 王宇

本报讯 近日，工业和信息化部、中央宣传部、教育部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家体育总局、国家文物局等七部门联合印发通知，组织开展2026年度视听系统典型案例征集工作。

记者了解到，本次工作将面向虚拟现实（含增强现实、混合现实）重点应用场景，征集并遴选一批技术先进、成效显著、能复制推广的应用案例。主要征集方向包括工业生产、社会治理、重点行业、生活体验等4个方面，涉及生

产制造、先进制造服务、安全应急、城市治理、社会关怀、教育培训、广电视听、商业服务、文化旅游、电影视听、体育健康等11个领域。

其中，生产制造领域聚焦工业生产场景的虚拟现实技术解决方案，在精益制造、绿色节能、安全生产等方面实现降本增效、提质升级；先进制造服务领域聚焦先进制造服务业，在规划、设计、仿真、运维、培训、营销等重点环节应用赋能，实现产业链价值延伸。

（吴丽琳）

前8个月我国机电产品出口12.91万亿元

本报记者 王宇

本报讯 近日，海关总署发布数据：2026年前8个月，我国货物贸易进出口总值34.78万亿元，同比增长17.6%。其中，8月单月进出口、出口、进口分别增长19.8%、18.6%、21.7%，进口月度同比增速连续6个月超过出口。

海关总署统计分析司相关负责人表示，8月份我国货物贸易增势稳定，从规模看，进出口值连续3个月超过4.5万亿元，从增速看，出口、进口连续四个月同时两位数增长，充分体现了我国完整产业体系对外贸的坚韧支撑，以及科技创新能力对外贸的有力助推。

从重点商品看，出口方面，前8个月，我国出口20.17万亿元，同比增长14.6%，其中，包括汽车、工业机器人、船舶、锂电池在内的机电产品出口12.91万亿元，增长21.9%，占同期我国出口总值的64%，已连续18个月保持增长。进口方面，前8个月，我国进口14.61万亿元，增长22%，进口机电产品、农产品分别增长了31.6%和6.6%。

从外贸主体看，前8个月，我国民营企业进出口19.79万亿元，同比增长17.6%，占我国进出口总值的56.9%，继续保持第一大外贸主体地位。同期，外商投资企业进出口10.15万亿元，增长18.1%。

“我国坚持在开放合作中建设现代化产业体系，越来越多外商投资企业深度融入中国产业链、创新链。”海关总署统计分析司相关负责人表示，今年前8个月，我国有进出口记录的外商投资企业接近8万家，进出口增速在各类经营主体中继续领跑。

从贸易伙伴看，前8个月，我国与112个国家和地区实现出口、进口双增长，比去年同期增加17个，东盟稳居第一大贸易伙伴地位。同期，我国对东盟、拉美、非洲进出口同比分别增长20.6%、14.5%、18.5%，对共建“一带一路”国家进出口增长15.9%。

值得注意的是，截至8月，我国对美国进出口连续5个月增长，1至8月累计进出口2.76万亿元，同比增长1.3%。

（数 讯）

具身智能数据焦虑何解？

本报记者 姬晓婷

在具身智能的产业链条上，有一个环节悄悄地火了。

近期，记者从多家做世界模型和数据采集业务的企业了解到，用于具身智能模型训练的数据采集设备正处于供不应求的状态。“我们的产品出货之前就被订走了。”某数据采集手套供应商告诉记者。

数据采集设备的爆火，映射出当前行业面临的关键卡点——尽管现有具身智能模型仍不够好，但训练模型的数据不够用了。

模型“吃不饱”

模型要可靠，需要大量高质量数据的积累。

大语言模型的更新迭代，靠的是取自互联网的、数量难以计量的训练数据。2019年，OpenAI训练



图为物理AI与具身智能企业展示数据采集设备

GPT-2用了约800万个网页、40GB文本；到GPT-3时，训练数据已从Common Crawl的45TB原始数据中过滤出570GB语料，规模跃升至约3000亿词元。2023年Meta的LLaMA-1用了1.4万亿词元，2024年的

LLaMA-3已达15万亿。

国产模型的路径同样如此：阿里通义千问从2023年首发的约3万亿词元，到2025年Qwen3的36万亿词元，两年涨了约12倍。

短短四年多，主流模型的训练数

AI眼镜悄然开启下一程

本报记者 陈存 实习生 崔烁

从信息提示工具到智能体感知世界的信息入口，AI眼镜的下一程已然开启。在刚刚结束的德国柏林IFA 2026消费电子展上，AI眼镜成为最受关注的硬件终端之一，雷鸟、Rokid、影目、科大讯飞等知名厂商集中亮相。其中，Rokid发布了一款面向AI眼镜的一站式智能体创作平台AIUI Studio，开发者在平台上即可模拟智能眼镜环境完成智能体的设计、编码、实时调试到一键发布的全流程。智能体（Agent）嵌入AI眼镜，正在成为各大厂商争夺的新高地。今年以来，李未可、千问眼镜、科大讯飞、Rokid纷纷官宣接入智能体，智能体正加速嵌入AI眼镜终端。

智能体“入镜”：

AI眼镜厂商密集卡位

智能体嵌入AI眼镜，正在将眼镜从单一的硬件设备升级为跨场景、跨设备的服务入口。这一转变最直观的体现是产业链上下游正在围绕“智能体+眼镜”展开密集的生态合作。

在今年7月的世界人工智能大会（WAIC）上，李未可发布了X-AI记忆眼镜，接入腾讯云WorkBuddy生态，

能将线下沟通信息转为结构化办公任务。进入9月，更多眼镜厂商宣布接入智能体。9月1日，魅族科技宣布旗下智能眼镜品牌MYVU接入腾讯WorkBuddy；次日，WorkBuddy生态发布会在深圳举行，首批9款联名硬件中Rokid在列，阿里旗下智能体编程平台Qoder也于同日上午上线眼镜版。一周之内，智能体平台与AI眼镜企业密集宣布合作。

各家AI眼镜产品与智能体平台的合作分工高度一致。以Rokid为例，在与WorkBuddy的合作中，眼镜负责第一视角采集，WorkBuddy负责理解、规划与执行，可覆盖多类办公场景，进行语音指令生成报表、抓

取行情并语音播报、连接企业知识库完成检索，以及把会议差旅行程结构化后自动生成纪要与待办清单。而接入阿里Qoder的眼镜产品则面向编程作业场景，集成全双工语音方案，支持用户通过语音直接调用智能体执行任务。

除了与第三方智能体平台合作外，一批具备自研能力的眼镜厂商也在推动自家产品向着“智能体伙伴”方向演进。

同样是在今年的世界人工智能大会上，阿里旗下的千问眼镜正式宣布升级为智能体眼镜，集成自家千问大模型，可接入阿里Qoder智能体编程平台。

（下转第4版）