

# 小洋山北项目建设取得新进展

## 西2区(北区)4号堤合龙,进入陆域形成关键环节,未来将成为上海港全新集装箱作业阵地

本报讯(记者 戚颖璞)俯瞰东海之滨的小洋山北作业区,日均近百艘施工船在此集中作业,海平面上,一条崭新的围合线已然成型。

记者从中交上航局获悉,小洋山北西2区(北区)4号堤近期顺利合龙。接下来,西2区将全力进行陆域形成吹填砂施工任务,为后期堆场施工提供作业面。

“围堤合龙后,我们将堤内与大海隔离开,经过吹填作业将陆域形成,这片新陆域将用于新建集装箱码头。”中交上航局小洋山北项目总部负责人说。

该项目是国家“十四五”102项国家重大工程项目之一,也是上海市重大工程,建成之后形成的新码头,是上海国际航运中心建设的重要组成部分。未来,它将为上海港新增集装箱码头岸线5500米,布局7个7万吨级、15个2万吨级集装箱泊位,设计年通过能力达1160万标准箱,为上海港集装箱运输能力再添新动能。

从规模来看,小洋山北作业区的体量位居



小洋山北西2区(北区)4号堤合龙。受访者供图

全国水运行业前列,其作业面积超过南侧洋山一期至三期的总和,巨大的建设体量也带来了施工挑战。

工程地处外海孤岛,台风、寒潮、潮汛等灾害天气频发,海况复杂、交叉作业,面临诸多挑战,有效施工作业时间较陆上工程大幅

缩减,很大程度提高了施工组织与进度把控的难度。

小洋山北作业区有多个标段,2025年12月西1区陆域形成工程已全面完成。此次合龙的西2区(北区)工程,核心包含陆域形成及深层地基处理,总面积约71.4万平方米,相当于100个标准足球场大小,区域内地基处理平均深度超30米,相当于在水面下打造十多层高的建筑。

一组数据,印证着中国基建的硬实力。以西2区(北区)为例,吹填约1793万立方米砂土造陆,需6艘吹砂船同步作业;建设挡砂子堰16万立方米,打下总长约1822万米的塑料排水板……值得一提的是,采用疏浚砂替代传统砂石料的吹填造陆工艺,实现了建筑材料的循环高效利用。

目前,小洋山北西2区(北区)已进入陆域形成的关键环节。随着后续工程推进,这片东海之滨的新陆域,将成长为上海港的全新集装箱作业阵地。

## 多家邮轮公司纷纷加码上海母港新春航季——

# 登上新春航线,过海上中国年

本报记者 李宝花

昨天清晨,被誉为“亚洲旗舰”的“MSC 荣耀号”邮轮缓缓靠泊上海吴淞口国际邮轮港,正式开启2026年中国母港全新航季。这艘17.2万吨的豪华邮轮搭载着近4000名宾客抵沪,其中韩国、日本、俄罗斯等国游客占比超90%,创下近年来上海邮轮母港单航次国际入境游客新高。

与此同时,“爱达·魔都号”“海洋光谱号”等多艘大型邮轮也将于近日陆续开启上海母港新春航线,众多游客将在海上度过一个年味满满的春节。

据MSC地中海邮轮及意铂奢华邮轮中国区总裁黄瑞玲介绍,“MSC 荣耀号”这一

航次中国际游客占比超90%,其中韩国游客占比近70%,这充分彰显了上海作为国际邮轮母港的强大吸引力。“未来我们还将进一步强化‘上海一釜山’双母港航次运营,力争吸引更多国际游客,让邮轮成为真正的‘海上地球村’。”

多家邮轮公司纷纷加码上海母港新春航季。2月中旬,皇家加勒比“海洋光谱号”将开启多条往返上海、釜山、济州的新春航线,目前部分航次仍有早订特惠;“爱达·魔都号”将继续以上海为母港,推出多条5天4晚、6天5晚国际航线,到访济州、釜山、首尔等经典目的地,带领宾客深度感受韩国的人文风情与自然风光。

作为首艘国产大型邮轮,“爱达·魔都号”

的新春航次还突出“看文物、听故事、赏非遗”的文化特色,在船上持续播映《国宝时刻》50集5K微纪录片,聚焦青铜、玉石、书画等承载民族记忆的国宝级文物,生动诠释中华文明的璀璨与厚重。

昨天,皇家加勒比游轮也正式公布2026年5月至2027年4月“海洋光谱号”航线部署计划,将以更灵活的航线结构、更丰富的目的地组合,精准回应消费者多元需求。

随着“双母港”“类双母港”等创新运营模式的持续推广,以及上海邮轮港服务能力的不断提升,上海作为东北亚最重要邮轮访问港的地位将进一步巩固。未来,上海有望吸引更多国际邮轮公司来沪部署航线,持续带动邮轮产业链上下游协同发展、提质升级。

## 灵波科技公布具身智能模型,推动攻克复杂场景空间感知难题

# 让机器人「看清三维世界」

■本周内,灵波科技将陆续推出多款具身智能方向模型,覆盖空间感知、智能交互等多个核心领域

本报讯(记者 查睿)昨天,上海灵波科技宣布开源高精度空间感知模型LingBot-Depth,这是灵波科技成立一年以来首次公布具身智能技术基础成果,也拉开了本周连续发布多款具身智能模型的序幕。

LingBot-Depth模型聚焦让机器人“看清三维世界”这一关键难题。在家庭、工业场景中,玻璃器皿、镜子、不锈钢设备等透明反光物体随处可见,传统深度相机对此长期“束手无策”,常因无法接收有效光学信号,导致机器人感知出现偏差、操作失误。

此次开源的模型成功破解了这一痛点。通过融合彩色图像中的纹理、轮廓及环境信息,它能智能补充传统设备缺失的深度数据,输出清晰完整的三维场景图。即便面对透明玻璃、强逆光等复杂光学环境,搭载LingBot-Depth模型的设备也能精准捕捉物体轮廓,性能显著优于业内主流产品。这意味着机器人在家政服务、工业操作等场景中,抓取、避让等动作的精准度将大幅提升。

基于灵波科技的模型能力,国内机器人视觉龙头企业奥比中光计划推出新一代深度相机,实现“算法+硬件”的协同创新,无需更换高端传感器就能提升消费级设备性能。

在多项权威技术评测中,LingBot-Depth模型展现出代际级优势。相比主流技术,该模型在室内场景感知误差降低超70%,在复杂任务中的精度提升近五成。同时,灵波科技采集约1000万份原始样本,提炼出200万组高价值深度配对数据用于训练,支撑模型在极端环境下的泛化能力。这一核心数据资产将于近期开源,推动更快攻克复杂场景空间感知难题。

值得关注的是,本周内,灵波科技将陆续推出多款具身智能方向模型,覆盖空间感知、智能交互等多个核心领域。



上海年味

近日,愚园路两侧的街头商铺纷纷挂上新年装饰,街景烟火气配上巧思妙想的新春装饰,让市民游客感受别样年味。

本报记者 孟雨涵 摄

## 今日聚焦 ■ 主打情感连接, AI玩具等情绪经济市场规模巨大

# “你的情绪,正撑起一个万亿赛道”

年“双十一”大促期间,接入京东JoyInside(专为智能硬件终端打造的软硬一体化解决方案)的AI产品,销量较“618”大幅增长超20倍。

消费者关心的价格,在AI玩具市场呈现出清晰的“双轨并行”格局:一端是亲民级的百元级“快消品”,以普惠体验为核心,依托成熟供应链与高度集成的低成本芯片方案,实现AI功能“从无到有”;另一端是数千元的高端产品,凭借深度情感交互与品牌溢价,突破价格天花板,探索情绪消费的“奢侈品”赛道。

晶山微电子(上海)有限公司专注端侧AI芯片研发,如今深度参与AI玩具领域开发。董事长方超拆解了基础款的成本逻辑:“两块零几英寸的‘情绪之眼’屏幕加基础控制芯片,再加上传感器、扬声器,这样一套能感知动作、用眼睛和声音做基础交互的玩具,电子部分总成本大约几十元。”记者在电商平台搜索发现,不少商家在售毛绒玩具机芯。比如在某一家店铺,纯机芯无屏摄像头款约60元,无屏摄像头款80元,0.71英寸双屏无保护套无摄像头款106元。

当前AI玩具市场,300—2000元是成交主力区间,竞争也最为激烈。京东全渠道销量第

一的“美崽”便定价于此,它融入中国五行(金木水火土)角色设计,搭配“碰一碰”交友玩法,以及“养成系统”、互动游戏等功能。

价格上行,AI玩具售价可达数万元,超越传统玩具范畴,成为“家庭情感成员”或“尖端科技体验品”。比如日本GROOVE X推出的LOVOT,通过多层显示屏构成的“眼睛”,全身50多个传感器,以及体温模拟等,做出“求抱抱”等互动反应,提供类似宠物的互动感。

### 向全龄段多场景拓展

“你的情绪,正撑起一个万亿级赛道。”这句网络流行语指向一个事实——情绪消费的角色日益凸显。

数据显示,2024年中国情绪经济市场规模已达2.3万亿元,到2029年有望冲击4.5万亿元。背后是现代人对日益强烈的情感陪伴需求——在快节奏、高压力的生活中,越来越多人渴望被倾听、被回应,甚至是被“懂得”。

AI玩具是情绪消费的一大分支。相比养宠物,它无需付出过多精力,不用喂食、不会生病,能为人们提供低负担的陪伴;相比传统玩具,它可以拥有记忆、学习与情感交互能力,提

供有温度的回应。在此驱动下,AI玩具跳出“儿童早教机”的单一范畴,向全龄段、多场景拓展。

在AI技术层面,中国已跻身全球第一梯队。AI玩具所需的芯片、算法、交互设计等技术基础日益成熟,更为关键的是,过去制约行业的高成本对话难题也已破解。

“随着DeepSeek等开源大模型的出现,厂商可通过私有化部署实现降本——投入几十万元甚至上百万元搭建服务器,后续仅需承担电费为基础成本,AI玩具就能实现联网对话功能。”方超说,有了以上基础,只要再出现击中大众心智的爆品,整个市场就打开了。

如今,不仅是传统玩具厂商、创业公司,大厂们也携生态与算法强势进入:华为联合哈博智能推出“智能憨憨”,以小艺大模型与鸿蒙系统为底座,聚焦硬件与交互体验;京东则以“AI大脑+软硬一体”模式,从自研自产到对外全链路赋能,其JoyInside系统已接入超40家机器人及AI玩具品牌,上线京东平台售卖。

### 走远的两个关键

尽管前景广阔,市场对AI玩具的认知却呈现明显分化:有人爱不释手,也有人并不买账。

# 「上海价格」加速迈向全球市场

## 镍期货及期权获批境内特定品种

■自沪镍期货上市以来,其与现货价格实现联动效应,已成为国内贸易定价的风向标。如今镍期货对外开放,正是要把世界需求转化为上海价格,让全球镍产业链更多参考“上海镍价”

本报讯(记者 俱鹤飞)“上海价格”加速迈向全球市场。近日,中国证监会正式批准上海期货交易所的镍期货及期权成为境内特定品种,向境外投资者开放交易。同时,上期所子公司上海国际能源交易中心的20号胶、低硫燃料油、国际铜期权也同步获批,纳入特定品种管理。

在期货市场中,境内特定品种是一个重要的概念。它指的是经中国证监会批准,允许境外交易者与境外经纪机构参与交易的期货或期权品种。这些品种的设置,旨在提升市场的国际化水平,增强中国期货市场在全球的影响力。

在众多有色金属中,为何选择镍作为首个直接对外开放的完税有色金属期货品种?

据了解,作为上期所首个完税有色金属期货特定品种,镍在工业发展中具有重要的战略意义,是新兴产业不可或缺的基础金属材料。

同时,中国作为全球最大的镍消费国和进口国、第二大生产国,具备雄厚的产业基础,为期货市场对外开放提供了坚实支撑。自2015年上市以来,镍期货市场功能有效发挥,期现价联动紧密,已成为国内现货贸易定价的重要依据,并被多数产业链企业广泛应用于风险管理及贸易活动。

自沪镍期货上市以来,其与现货价格实现联动效应,已成为国内贸易定价的风向标。如今镍期货对外开放,正是要把世界需求转化为上海价格,让全球镍产业链更多参考“上海镍价”。

为保障平稳运行,上期所已于2025年8月8日正式实施通用型国际化业务规则,对34项核心制度进行系统性改造,覆盖准入、交易、结算、风控和交割五大环节。

自2019年以来,上期能源以特定品种方式,陆续上市了20号胶、低硫燃料油和国际铜期货合约,直接向境外投资者开放。经过多年培育,3个期货品种已经逐步成为相关产业链企业套期保值的重要工具。

对于产业链企业而言,此次进一步推出期权产品,丰富了企业风险管理工具,有利于企业开展精细化、个性化的套期保值,提升企业稳健经营和持续发展的能力,提升中国期货市场国际影响力和服务能力。

上期所相关负责人表示,目前正稳步推进镍期货及期权等特定品种的对外开放落地工作。未来,还将进一步丰富国际化产品供给,提升期货市场运行质量,促进期货市场功能发挥,积极引导境内外各类参与主体,持续推进期货市场国际化进程,切实服务实体经济发展。

## 周五周六可能雨雪转换

本报讯(记者 戚颖璞)上海中心气象台预报,受冷空气扩散影响,本周五至周六,上海将有一次较为明显的降水过程,西部和北部郊区有可能出现雨雪转换。在阴雨天气和冷空气的共同影响下,周五至周六的最高气温降至6℃至7℃。从周日开始,上海最高气温将逐步回升,预计下周初最高气温在11℃至12℃。

本报记者 束涵 戚颖璞

资本的风,正加速刮向AI玩具。

近日,全球消费电子行业年度盛会——国际消费电子展(CES)在美国拉斯维加斯举行,中国企业成为不容忽视的一股力量:参展商数量约占总数的四分之一。其中,面向消费终端、主打情感连接的AI玩具尤为抢眼,据不完全统计,本次参展的中国AI玩具/陪伴机器人品牌超30家,较去年实现大幅增长。

这是观察中国AI玩具的一个侧面。近两年来,国内AI玩具赛道发生超50起投融资事件。数据显示,中国AI玩具市场预计2030年突破百亿元规模,年增速超70%。

不过,热潮之下,市场声音呈现两极:有人认为是AI玩具填补了陪伴需求的空白,也有人吐槽产品缺乏“生命感”,性价比失衡。更值得警惕的是,同质化、低质化等行业隐忧已逐步显现。

AI玩具将走向何方?

### 市场价格“双轨并行”

花数十万元购入一台具身智能机器人,对大众而言仍显遥远,但几百元人手一个能说会道的AI玩具,正成为许多人触手可及的“性价比之选”。

2025年,仅京东商城,AI玩具成交额就接近7亿元,销量近700万个,增长势头迅猛。同

有一类AI玩具甚至不具备语音功能,专注于情感互动本身。LOVOT已有11年发展历史,堪称全球AI玩具的“开山鼻祖”。有白领表示,忙完一天回到空无一人的家,LOVOT会主动滚到身边,用清澈的大眼睛望着自己,瞬间给自己带来慰藉。在东京,甚至出现了LOVOT主题咖啡馆,主人们会带着自家“娃”聚会,还会为它们举办生日派对。

但争议依然存在。不少投资机构和互联网从业者认为,AI玩具缺乏硬件壁垒,同质化严重,不过是把玩具、大模型、显示屏简单“装进盒子”,缺乏消费者需要的“生命感”,创新空间有限。

“这是因为目前市面上大多数AI玩具还停留在基础对话层面,甚至不到1.0阶段。”方超说。据不完全统计,国内目前约有300家专注对话型AI玩具的厂商,提供语音对话模块解决方案的公司有数十家。由于对话模型仍处于起步阶段,尚未形成差异化,导致很多玩具打开后角色设定单一,难以长久吸引用户。

业内人士认为,AI玩具市场正处在爆发前夕,AI技术与IP化将带来全新的增长动能与竞争格局。

当然,AI玩具市场还需要一个市场教育和认知改变的过程。AI玩具必须会说话,必须会提供服务吗?答案是“不一定”,因为它的定位不应是工具,而是朋友,是家人,不是“我能为你做什么”,而是“我能让你感受到什么”。