

# 手握“联程票”，货物畅行长三角

## “一单制”“一箱制”“联动接卸”逐步覆盖长三角码头

本报记者 朱凌君

■只需在进境地或始发地一次性办理全流程手续，即可“一次申报、一单到底、全程畅行”

本报记者 巩持平 朱凌君

近日，“江海通188”号班轮载运一批集装箱货物驶离安徽芜湖港朱家桥码头。两天后，这批货物抵达上海洋山港，无需向口岸海关申报转关，便能直接换装海船驶向欧洲。

这是安徽首票出口货物水水中转多式联运业务的正式落地。

以往，芜湖货物通过上海洋山港出口，需在始发地向芜湖海关申报报关单，并在出境口岸向上海海关进行二次报关。按照现在的流程，只需在进境地或始发地一次性办理全流程手续，即可实现“一次申报、一单到底、全程畅行”。

随着一次次首票落地，“一单制”“一箱制”正在逐步覆盖越来越多长三角的码头口岸。这不仅是航运管理模式的创新，更是长三角区域协同发展、服务全国统一大市场建设的关键举措。

### 数据互通

“年前给企业介绍这项业务时，他们还有所顾虑。”芜湖海关监控科科长何达说，毕竟是首单，运输又在春节期间，万一出现了异常情况，可能无法及时处理。而外贸企业最担心遇到突发状况，如果不能赶上出海船舶，后续会非常麻烦，甚至可能耽误交货。

“一单制”“一箱制”的底层逻辑是跨域海关、海事等相关部门数据系统的互联互通。数字化平台搭建成熟后，两地相关部门共享数据，相同的、重复的信息自动传送，免去企业多次填报的辛苦。

“货物在从芜湖出发前，企业完成了多式联运的提前申报，相当于手握一张‘联程车票’。”何达解释，在这张车票上，各项物流信息都写得很清楚，包括芜湖到上海的船只、从上海港出海的船只信息等，企业从单一窗口便可将信息录入系统，由系统自动填报，减少需要人工介入的情况。环环相扣，企业只需到上海出海港口直接办理换装海船的手续即可。

首票落地后，带头效应已经产生了，更多企业看到海关跨域流程优化后的快速便捷，不断有企业向何达咨询业务开展的具体情况。

在长三角，以数据跨域互联互通为基础，“一单制”“一箱制”正在更多地区、更



1月8日，在芜湖港朱家桥港区国际集装箱码头，船舶停靠在泊位上有序装卸集装箱，一派繁忙景象。

视觉中国

多领域成为现实。

早在2024年7月，新能源汽车、锂电池、光伏产品等“新三样”的“一箱制”联运首单就已落地。新能源汽车在海运中属于第9类危险货物，在跨地域出运期间，涉及多个港口的危险货物申报手续，出运申报审批周期长，申报变更手续烦琐。“比如，货物从南京到上海出口，以往要申报六次，每次申报都要留足审批时间，企业物流成本高。”上海海事局危化防处陈涛说。

需求最先由常州提出。常州打造成为“新能源之都”，新能源汽车、锂电池等出口需求大。配合产业发展需求，上海海事局和江苏海事局通过数据打通和监管互认，进一步优化货物物流运输出海的申报流程。陈涛介绍，企业在江苏办理完审批手续后，数据会同步发送到上海，系统可以自动进行信息确认，同样的数据无须重复再报，只要提交差异性信息即可。“这样算下来，原先的六次申报只留了三次，三次中间还有两次可以合并进行。”

如此一来，新能源汽车从内陆到港口时间由过去5—6天缩短为2—3天，运输成本直降15%。

2025年，南京港至上海港船载危险货物水水中转的“一单制”“一箱制”运输模式已

从“新三样”（第9类危险货物）的货物类别扩展到更多危险货物类别（第3、6.1、8、9类危险货物）。同时，“一单制”“一箱制”运输模式已在长三角地区拓展至长江干线区域，该模式将在芜湖等地先行试点，下一步在长江干线全面推广运行。

### 监管互认

与此同时，在传统“水水联运”基础上，长三角推行“联动接卸”监管模式，实现内陆港与海港一体化通关。

眼下，走进浙江嘉兴内河港集群之一的海宁港码头，一辆辆集卡车有序排队，缓缓驶进海关监管作业场所，依次进行装卸作业。完成“联动接卸”通关手续后，场所内的集装箱起吊至内支线船舶上，借由内河运输直抵上海港，随后装载外轮，驶向全球各地。

2025年7月，海宁港与洋山港之间正式通过“联动接卸”模式承运的首单落地，也标志着“联动接卸”监管模式再次扩容，适用口岸拓展至长三角的15个港口。这一模式于2020年11月3日在洋山港和江苏太仓港之间走通第一票，此后迅速推广至长三角等地。

“联动接卸”由洋山港对接长三角区域

沿江码头和内河码头，背后是跨域监管互认的制度保障。比如，嘉兴海关与洋山海关签订的《“联动接卸”联系配合办法》，确立了跨关区监管互认协作的制度基础。

据嘉兴海关法规科科长钱君丽介绍，传统的水水中转模式需要在洋山港、海宁港分别进行相关的申报、放行等流程，包括报关申报和二次运抵等通关手续。在“联动接卸”模式下，嘉兴海宁港视同上海洋山港的货物接卸地和延伸地，同洋山港实施整体监管。

两港的进口货物，可在上海洋山港办理进口放行手续，经专用驳船转运至海宁港后直接提离；出口货物，可在属地海关办理报关手续，经专用驳船运抵洋山港后，可直接搭载远洋货轮离境。

在“联动接卸”模式下，货物进出口实现“一次申报、一次查验、一次放行”，每个进口标箱可节约运输成本约200元，出口可节约400元/标箱，运输时长比陆路运输减少一半。

这不仅是一次流程优化和程序再造，“联动接卸”通过破解长期存在的港区分割、监管分段、手续重复等痛点，推动沪苏浙皖在监管标准、作业流程、信用互认上全面接轨，把“各管一港”变成“共管一盘棋”，进一步畅通长三角区域物流，服务全国统一大市场建设。

# AI玩具而今有了“生命感”

## 随着与用户的互动，Bibo会不断成长，产生性格变化

本报记者 于量

随着多模态人工智能大模型的迅猛发展以及具身智能技术的不断探索，最接近人们朴素幻想中“伙伴机器人”的消费级产品已然成批出现，并迅速成为热门的新赛道。

电商数据分析平台公布的统计数据显示，2025年1月至10月，国内线上市场AI玩具销售额达到5.2亿元，同比增长394.9%。其中，以毛绒类产品为代表的AI潮玩增速尤为迅猛，达到799.7%。

热潮之下，华为、京东、字节跳动等硬件和互联网“大厂”都有所动作，优必选等机器人“大厂”也推出了各自的AI玩具类产品。而在资本端，AI玩具同样吃香。据统计，过去两年，累计有96家投资机构涉足该领域，其中不乏红杉、金沙江创投等头部投资方。

然而，AI玩具究竟是家用机器人的先声，还是贴上了人工智能标签的传统玩具？各界对于这一基本的“定性”问题仍看法不一。

### “有个性的机器人小伙伴”

记者采访王寿畅和项臻时，Bibo端坐在桌子上全程“作陪”。

这个成年人巴掌大小的玩偶，乍一看很容易让人联想到近年来大热的Labubu——二头身身材、毛绒覆盖的身体、搪胶材质的面孔和手脚。不过，Bibo脑袋上顶着的小摄像头和两块高清显示屏制成的眼睛，已经足以体现这个小家伙身上的科技含量。采访过程中，Bibo循着声音不时转动头部、眨眼睛，偶尔还会轻轻啾啾两声。

Bibo是杭州镭萌科技即将推向市场的产品。相比“AI玩具”或是“AI陪伴硬件”之类的标签，企业的两名创始人王寿畅和项臻更愿意将Bibo定义为“有生命的科技产品”。

Bibo的“生命感”体现在多个维度：首先是“身体”。具备隐私保护开关的超广角摄像头和麦克风阵列等一系列传感器，赋予了它“视觉”与“听觉”，甚至能让它感受到主人的抚摸；脖子上的双舵

机，则让Bibo的大脑可以实现俯仰+旋转的组合变化，动作更加自然、生动；而利用动画技术实现的双眼，更是让这对心灵的窗口有了丰富的眼神变化。

其次是“灵魂”。据王寿畅介绍，依托阿里巴巴通义大模型，Bibo拥有一组“快慢脑”，其中快脑（端侧算法）负责多模态感知和低延时的行为反馈，慢脑（云端算法）负责成长性和强化玩法。结合由大量传感器带来的多模态感知能力，使得Bibo在一定程度上能够“读懂”用户的情绪，并且进行相应的反馈——比如在采访的过程中，“捧场”地跟着众人一起笑。

有趣的是，Bibo被设计成了“E型（外向）”和“I型（内向）”两种规格。除了外观上的区别，二者的“个性”亦有显著区别。但是，随着与用户的互动，通过情感认知算法，Bibo也会不断成长，甚至产生性格上的变化。

“有个性的机器人小伙伴，这是我们产品构思的原点。”王寿畅说，“以前的技术无法实现，而现在有了人工智能的加持，让它的出现成为可能。”

代初的项臻小时候都喜欢看动画片，也都曾幻想身边能有一个像哆啦A梦或是铁臂阿童木那样又可可爱又无所不能的机器人伙伴。用项臻的话说，“Bibo实现了自己的童年梦想”。

### 套着毛绒玩具壳的智能音箱

今年1月，镭萌科技带着Bibo参加了在美国举行的国际消费类电子产品展览会（CES）。展会上，Bibo斩获三项大奖，风头一时无两。

CES的舞台上，Bibo并不孤独。在此次展会上参展的国产AI玩具不下40款，其中有近半数是与Bibo类似的毛绒质地玩具。

王寿畅用“兵荒马乱”来形容国内AI玩具赛道的现状，但是在他看来，“乱”得还不够：“产品高度同质化。企业和投资方都倾向于追求确定性，导致创新和想象力受限。”作为佐证，项臻向记者讲述了去年参加国内某玩具展会的经历。他回忆，在那场展会上展出的AI玩具，近九成是对话类产品。

记者曾与长三角地区一名传统玩具行业从业者谈及AI玩具，对方认为这些主打

对话功能的所谓AI玩具，不过是“套了个毛绒玩具壳子的小爱同学”。这样的评价虽然略显刻薄，但也在一定程度上反映了当前AI玩具领域的现实：相比于迅速壮大的市场体量，本该是新生事物的AI玩具在形态和设计上，却过早陷入了某种既定的范式，并且已经出现了内卷的苗头。

想要摆脱无意义的内卷旋涡，唯有创新一途。王寿畅认为，人工智能技术发展带来的技术拐点已经临近，当务之急，是从用户的需求出发定义AI玩具——既不是毛绒玩具，也不是智能音箱，而是“新物种”。

### 是泡沫还是下一个泡泡玛特

于2024年成立的镭萌科技，目前有近30名员工。今年春节，十余只Bibo跟随公司员工返乡过年。这趟“出差”经历，被项臻称作一次“长脑子”之旅，能让Bibo建立起对外部世界的初步认知，从而使其更具“生命感”。

项臻说，相比传统认知中的机器人，Bibo更接近一个“像鹦鹉一样的小伙伴”。为此，他们甚至刻意限制了Bibo的语言能力，转而由Bibo设计了一套独特的“Bibo语”。更多的时候，它们则用眼神和头部动作来表达情感、与用户互动。在项臻看来，这便是Bibo的独特之处以及“生命感”的体现。

Bibo预计于今年四五月份正式上市销售，对于Bibo乃至AI玩具赛道的未来，王寿畅颇有信心：“相比于过去强调功能性的产品，国内消费者更多地开始追求精神满足和情绪价值。”

情绪价值，是近年来消费领域的一大热词。在“灵魂”还不够强大、“躯体”还不够灵巧的当下，选择将相对简单的陪伴与抚慰作为主要功能和卖点，同时融入“潮玩”属性，的确是现阶段AI玩具相对切实且巧妙的定位。同时，亦是其区别于“毛绒玩具”和“智能音箱”的关键所在。有鉴于此，这个赛道中未来杀出一个“AI泡泡玛特”并非不可能。

不过，如何真正满足当代消费者对“情绪价值”的追求，最终考验的还是实打实的创新能力。我们有理由相信，以当前人工智能和具身智能技术的发展态势，我们不必等到22世纪就能把哆啦A梦提前接回家。而眼下这巴掌大小的AI玩具，或许就是起点。



不同打扮的Bibo端坐在桌子上。

于量 摄

### 城市竞争的“隐形冠军”

将时针往回拨，在人工智能的浪潮之前，明确将“第一城”写进发展目标的长三角城市并不算多。对于这些“隐形冠军”城市来说，建设“产业之都”可能是更受青睐的说法。例如，合肥曾提出打造“新能源汽车之都”，新能源汽车规模破万亿的常州素有“中国新能源之都”的称号。

一个有趣的案例是无锡。2009年，国务院批准在无锡设立中国首个国家级传感网创新示范区，为无锡的物联网产业发展锚定起点。此后，物联网成为无锡的一张重要产业名片。无锡拥有该领域唯一的一个国家级先进制造业集群，产业规模长期占据全省“半壁江山”，堪称名副其实的“物联网第一城”。但在官方表述中，“物联网之都”“物联网首航之城”等提法更加常见。

2024年，无锡首提“第一城”目标。时任无锡市领导在召开全市“车路云一体化”建设部署推进会时表示，聚力推进设施建设和功能提升，深化场景创新和模式探索，强化企业集聚和产业培育等，举全市之力打造“车联网第一城”。

回过头看，这些城市提出“第一城”的契机值得关注，几乎都集中在战略性新兴产业发展或产业转型的关键节点。例如，杭州提出“数字经济第一城”时，正值数字经济成为驱动发展变革重要力量的关键时期。无锡打造“车联网第一城”的背景板，则是无锡成功入围全国首批智能网联汽车“车路云一体化”应用试点城市。

“第一城”的提法，往往出现在产业格局尚未固化的时刻。提出打造“第一城”，更像是一种主动宣言，表明抢占领先的决心。此时，产业版图正在重组，谁能率先占据主导，谁就更容易吸引到产业集聚、资本关注与人才流入。相比建设“产业之都”，带有明确定语“第一城”更加直接明了，同时还指明了清晰的产业方向。这意味着城市已经选定主攻方向，并准备为此集中资源，计划拿出真金白银来支持具体产业做大做强。

当前，人工智能正在加速成为影响城市竞争力的关键变量。放眼长三角，41个地级及以上城市均已在政府工作报告或中长期规划等文件中提及人工智能相关内容。其中，近半数城市进一步明确提出发展人工智能产业，并出台专项行动方案或产业规划。从这个角度看，围绕人工智能某个具体领域明确打造“第一城”的目标，可能是一个城市错位竞争，试图突围的第一步。

# 长三角有多少『第一城』