

李强主持国务院第十三次专题学习

推动各方面政策措施早出手快出手

据新华社电

4月17日,国务院以“加强预期管理,协同推进政策实施和预期引导”为主题,进行第十三次专题学习。国务院总理李强在主持学习时强调,要深入学习贯彻习近平总书记重要指示精神,要深入学习贯彻党中央关于稳预期、强信心的决策部署,深化对加强预期管理的认识,结合当前形势,着力促进社会预期稳定向好,形成应对风险挑战、共促高质量发展的强大合力。

中国社会科学院学部委员高培勇作讲解。国务院副总理何立峰、张国清,国务委员吴政隆作交流发言。

李强在听取讲解和交流发言后指出,经济发展主要取决于相应的客观条件,但也有很强

的主观属性,市场预期便是影响经济活动的重要因素,市场经济很大程度也是预期经济。在宏观经济治理中,不仅要注重供需平衡调控,还要注重预期管理与引导,不断提高宏观调控效能,实现稳预期、强信心与稳经济的相互促进、良性循环。

李强指出,做好预期管理综合性强,在政策制定实施和政府工作的方方面面,都要有稳预期的意识,特别要结合形势变化,提高政策针对性、有效性。要找准政策重点,善于抓住有风向标作用的问题,对症下药、集中施策,及时推出有力有效的政策举措。要讲究政策时机,在一些关键的时间窗口,推动各方面政策措施早出手、快出手,对预期形成积极影响。要把握政策力度,必要时敢于打破常规,打好“组合拳”,让

市场真正有获得感。要加强政策宣传解读,做好政策的主动精准送达,加强与市场的互动交流,让市场充分了解和用好政策,使政策真正惠及群众和企业。

李强强调,重大战略和改革、发展环境对稳预期都有着重要作用。要加快重大战略和改革举措落实落地,说一件、干一件、成一件,引导形成明确稳定的市场预期,实现改革深化和预期强化的正向互动。要营造包容的氛围和公平、稳定、可预期的发展环境,主动帮助群众和企业解决困难,进一步改进和完善行政执法、规范权力运行,有力保护各类经营主体合法权益。要深刻把握预期管理的客观规律,不断改进宏观经济治理,有效提振市场信心,更好促进经济社会发展。

商务部回应美取消小额包裹关税豁免政策

中方愿与各国共促跨境电商健康发展

证券时报记者 秦燕玲

4月17日,商务部新闻发言人何咏前就美国取消小额包裹关税豁免政策,甚至提高相关关税作出回应。她指出,跨境电商是契合全球消费发展趋势、惠及亿万消费者的新型贸易方式,相关领域政策调整应以便利化为方向。中方愿同各国一道,加强交流合作,共同促进跨境电商健康可持续发展。

何咏前表示,跨境电商具有效率高、到货快、费用低的独特优势,能更好满足消费者的个性化、多样化消费需求,是国际贸易创新发展的重要趋势,已经成为人们不可或缺的生活方式。近期,美国对小额包裹关税政策进行破坏性调整,将严重影响美国消费者的利益。

据美国白宫网站,特朗普政府日前签署行

政令,将自5月2日起再次终止从中国内地和中国香港输美小额包裹的免税待遇。

商务部研究院助理研究员徐曼介绍,美方此次取消的“小额包裹豁免”实际上是全球通行规则和惯例,指对进口货品设定特定价值限额,只要不超过指定的价值或重量,则准予免征关税,并免除正式报关手续与申报程序。

“收紧‘小额豁免’并非简单增加了关税数额,还包括更繁杂的检查清关流程、更庞大的海关与物流工作人员规模、物流与仓储基础设施迁移需求等。”商务部研究院研究员周密进一步指出,这给美国消费者与中小企业带来巨大损失,对亚马逊等使用“小额豁免”政策进口货物的美国大型电商企业来说,也将造成订单大幅下降和业务流程被迫重塑的严重损失。

对于商务部当前在工作层面是否正在与美方展开沟通,何咏前再次回应指出,中国商务部

与美方对口部门一直保持工作层沟通。中方的立场一直很明确,对与美方进行经贸领域磋商持开放态度。

“单边加征关税措施完全由美方发起,‘解铃还须系铃人’,我们敦促美方立即停止极限施压,停止胁迫讹诈,在相互尊重的基础上,与中方通过平等对话解决分歧。”

此外,何咏前还就欧盟近期有关“将进一步转向亚洲”的表态作出回应,她表示,中欧都是经济全球化和贸易自由化的倡导者、世贸组织的坚定维护者和支持者。今年是中欧建交50周年,中方愿与欧方共同努力,加强对话沟通,扩大相互开放,深化务实合作,共同维护以世贸组织为核心、以规则为基础的多边贸易体制,维护全球产业链供应链稳定畅通,以中欧经贸关系的独立性和稳定性,为世界经济注入更多确定性和正能量。

机器人产业百花齐放 “中国智造”内销外贸通吃

证券时报记者 吴瞬

4月17日,第137届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)进入第三天,在本届广交会上,人气最为爆棚的展区莫过于今年新设的服务机器人专区,几乎每一家机器人公司展台前都聚集了大量外国人,不断惊呼“Amazing(太神奇了)!”

证券时报记者注意到,参展本届广交会的机器人公司不仅数量多,而且种类齐全,不仅有各类功能性的服务机器人,还有众多令人惊艳的人形机器人。其中,不少功能性的服务机器人早已远销全球各地。

功能性机器人广受市场欢迎

据了解,近年来,智能化的产品不仅是外贸增长的新亮点,也是中国企业努力转型的新动能。广交会积极顺应这一潮流,大力支持相关企业和产品参展。据统计,本届广交会智能化相关展区、专区参展企业数量超1100家,现场展示智能产品32万件。

特别值得一提的是,本届广交会首次设立服务机器人专区,吸引46家具有行业代表性的企业参展,将带来包括具身机器人、商用服务机器人、教育娱乐机器人等在内的各类型产品,集中展示我国服务机器人最新发展成果和上下游产业链情况。

在本届广交会上,不少功能性机器人早已远销海外。比如广东凌度智能科技发展有限公司就带来了高空幕墙清洗机器人凌空K3。据介绍,该产品专攻高层建筑外墙清洁,提升作业安全性与效率。

元化智能科技(深圳)有限公司今年带来了他们的新款全骨科手术机器人“银盾”。该企业临床工程师刘祐瑜通过现场演示,向观众展示了机器人的精准把握与细微操作功能。刘祐瑜表示:“目前医务人员培养成本较高,能操作高难度手术的人才稀缺,而机器人的3D CT术前规划和7自由度手术机械臂等优势,能让机器人在医疗操作流程中完成精准、高效、安全的操作。”

不难发现,当前机器人产业正百花齐放。从适配室内外不同场景的智能空气净化器、通用人形机器人,到扩展至汽车、医用等不同领域的专用机器人,各大头部科技公司以智能技术为驱动,为现场的采购商和企业代表们展示了“以科技重构生活服务质感”的社会新画像。

人形机器人展现智造魅力

在功能性机器人之外,最为吸引境外采购



功能性机器人和人形机器人争奇斗艳,呈现出百花齐放的态势。 吴瞬/摄

商眼球的还是人形机器人,知名机器人公司宇树科技参展,其展台前更是人山人海。

除宇树科技外,其他人形机器人公司的产品同样可圈可点。在广交会的展示会上,魔法原子科技的新款机器人“小麦”一出场就吸引了全场观众的目光——上场后,小麦通过流利的自我介绍,与主持人的顺畅对话,展示了人形机器人在表达能力、互动逻辑上的优势。在现场,有不少境外采购商都争相与小麦握手。

魔法原子销售总监田昱表示:“作为国内首款支持多机协作的人形机器人,小麦会以流畅拟人的动作,加上搭载自研Magic-Hand灵巧手与关节模组,为工业、商业及家庭场景提供智能化解决方案。”

不过,不同于功能性机器人的大规模量产和应用,人形机器人由于技术难度更大,目前距离公众想象的能“进厂打工”和在家中“端茶倒水”仍有不小的距离。

对此,苏州普瑞川传动科技有限公司工作人员张可憬告诉证券时报记者:“人形机器人是一个高阶技术的集合体,它集成了软件算法到机械结构,再到各种电机、减速系统,都是当前作为前沿的产品。目前全世界也没有哪家公司说能让人形机器人具体到某个应用中大规模使用,主要原因一是成本问题,二是人形机器人目前也并不成熟,依然无法像人一样对一些复杂问题进行自主处理。”

不过,张可憬也表示,目前人形机器人单独

去做一类简单的工作,如在工厂“打螺丝”已经可以实现,但无论是从经济性还是可靠性而言,人形机器人都还无法大规模实际应用。

未来3到5年或有突破

在众多业内人士看来,人形机器人距离像传统功能性机器人那样,在各行业实现广泛且深度的大规模应用,还有较长的路要走。一方面,人形机器人的研发和生产成本居高不下,导致其售价难以被大众市场接受;另一方面,在技术层面,人形机器人在复杂环境下的适应性、操作的精准度与稳定性等方面,仍有较大提升空间。

“以人形机器人目前的情况,要真正进入到工厂‘打螺丝’或是在C端进行家庭服务,预计还要3到5年的时间进行突破。人形机器人想象空间巨大,但目前还受制于技术限制,尤其是在大脑、小脑,还有很大的进步空间。同时它的稳定性、可靠性都还要验证,此外,未来使用的法律环境、政治环境也还需要进一步完善。”天链机器人市场部经理范毅文说。

而在张可憬看来,虽然当前人工智能快速发展,尤其是AI大模型发展迅速,但这类大模型目前都是语言大模型,无法直接应用到人形机器人。“人形机器人的大脑需要更智慧、更自主去思考,尤其是需要识别到场景特征以及听懂指令后去做具体的动作,这都还有很漫长的路要走。”

规范金融业数据跨境流动 六部门印发指南解决行业痛点

证券时报记者 贺渊洲

为推动金融高水平开放,中国人民银行等六部门近期联合印发《促进和规范金融业数据跨境流动合规指南》(以下简称《指南》),进一步明确金融业数据跨境流动规则,充分衔接现行法律法规、金融管理部门要求,便利数据跨境流动。

《指南》作为《促进和规范数据跨境流动规定》(以下简称《规定》)在行业的配套指引。在内容上,《指南》重点围绕个人信息和重要数据出境,明晰金融业数据跨境

流动规则指引。一方面,《指南》指导金融从业机构更好落实《规定》要求,充分发挥政策红利,进一步便利金融业数据跨境流动。另一方面,《指南》充分衔接现行法律法规、金融管理部门要求,规范行为,防范数据安全风险。

《指南》要求金融机构采取必要的数据安全保护管理和技术措施切实保障数据安全。《指南》也明确,金融从业机构需在充分评估并确保相关业务与数据处理活动符合法律、行政法规和中央金融管理部门管理要求的前提下,方可向境外提供数据。

转型中的阿里巴巴：押注AI再建“护城河”

证券时报记者 陈雨康

浙江省政府、中国移动、宝马集团、中国联通、杭州市政府……3月下旬以来,阿里巴巴和各方深化战略合作的消息接连不断。在这些合作协议中,算力基建、大模型、场景落地等成为高频关键词。如今的阿里巴巴,正以新面貌持续活跃于科技市场。

“我们将人工智能(AI)视为几十年一遇的行业变革……”阿里巴巴CEO吴泳铭今年多番作出类似表态。在DeepSeek引爆全球对AI赛道的热烈畅想时,阿里巴巴宣布未来三年投入超3800亿元,用于建设云和AI硬件基础设施。外界意识到,这个在多领域纵横驰骋的互联网巨擘,似乎要将未来押注于AI,铁了心要做这条赛道的扛旗者。

从钉钉、夸克、淘宝多个应用融入AI功能,到通义千问衍生模型数量超10万,再到投入超3800亿元加码AI基建,一条极致分工、严丝合缝的产业链已由阿里巴巴搭建起来。记者注意到,阿里巴巴正以算力网络为基座、开源模型为引擎、场景创新为突破口,构建“基础设施—技术中台—商业落地”的协同体系。由此构成的技术商业闭环生态,有望成为阿里巴巴在电商之外的又一条“护城河”。

萌芽于科研 蓬勃于变革

阿里巴巴是何时起真正抓住AI这一时代机遇的?纵观其近年的发展历程,AI等相关表述不时出现在高管口中。实际上,作为从电商领域崛起的互联网企业,阿里巴巴早已将科技因子融入发展脉络,而AI作为其中最具活力与变革性的基因脱颖而出。

2017年,专注于基础科学和颠覆式技术创新研究的达摩院成立,重点布局机器智能等五大领域。翌年,阿里巴巴集团在年底启动了大模型研发。2019年,阿里发布大规模预训练语言模型StructBERT。2022年9月,集合历年技术的“通义”大模型系列正式问世。

同一时间段,阿里云也从传统云计算向“AI+云”双轮驱动战略转型。在完成了技术沉淀后,阿里巴巴开始探索将AI提升至更高的战略优先级。

2023年,阿里巴巴宣布“1+6+N”组织变革,之后集团发展战略思路的调整也提上了日程。2023年9月,阿里巴巴新任CEO吴泳铭明确“用户为先,AI驱动”为两大战略重心,这是阿里巴巴首次将AI定义为战略重心。

2024年5月,阿里巴巴集团主席蔡崇信和吴泳铭在致股东信中提出,电商和云计算是两大核心业务;对应的,“用户为先”和“聚焦人工智能”是阿里两大战略方向。这是集团首次将云计算和AI提升到和电商同等重要的层面。

有阿里巴巴员工告诉记者,吴泳铭身上有着理工男特有的气质:目标明确,逻辑清晰,对技术好奇且执着。在他的掌心下,AI贯穿阿里的各大业务板块,并成为推动发展的核心力量之一。

时间来到了2025年2月,阿里巴巴宣布未来三年投入超3800亿元建设云和AI硬件基础设施。吴泳铭说:“AI爆发超预期,国内科技产业方兴未艾,潜力巨大。阿里巴巴将不遗余力加速云和AI硬件基础设施建设,助推全行业生态发展。”

三大优势筑牢“护城河”

和中国移动共同建设运营先进的AI数

据中心、与宝马联合开发AI引擎用于宝马新世代系列车型,同杭州市共同打造人工智能普惠应用标杆场景……在近期阿里巴巴“朋友圈”扩容的进程中,相关合作覆盖了算力基建、大模型、终端应用场景等AI全产业链。在外界看来,阿里巴巴已成为一家掌握着关键技术的科技企业,正用AI赋能千行百业。

阿里巴巴集团相关负责人对证券时报记者表示,阿里巴巴在AI领域具备三大优势。一是全球第四、亚洲第一的云服务,规模大、技术领先;二是先进的自研AI模型“通义千问”,其衍生模型数量和下载量均超过Meta的Llama,且为全尺寸多模态;三是拥有丰富的ToC应用生态,如淘宝、夸克、钉钉等,为AI提供了众多应用场景。

上述三大优势,构筑起阿里巴巴现阶段在AI上的核心竞争力。正如蔡崇信此前在对话摩根大通时提到的,“阿里巴巴是全球少数几家同时拥有强大人工智能和领先云计算业务的公司之一。这种结合为我们带来了巨大的竞争优势。”

除了向外拓展AI场景的落地机会,阿里巴巴体系内的多项业务也率先掀起了“场景革命”。

例如,3月13日阿里巴巴宣布推出AI旗舰应用——新夸克。新夸克基于阿里通义领先的推理及多模态大模型,全面升级为一个无边界的“AI超级框”,将AI对话、深度思考、深度搜索等整合,以极简入口满足用户所有需求。

在电商领域,阿里管理层在分析师电话会上透露,以淘宝为例,AI技术在加强与消费者互动和促进交易效率方面,已带来相当大的提升。未来AI对于淘宝的用户价值提升还有巨大的想象空间。

阿里巴巴国际站总裁张阔近日表示,计划到2025年实现所有商家使用AI工具,目前已有超过一半的商家每周在使用阿里巴巴提供的AI应用。

AI是蓝海 但并非坦途

1999年,以马云为首的“十八罗汉”喊出了“让天下没有难做的生意”的口号。数年后,这家企业用互联网技术帮助企业打破了传统贸易壁垒。如今,阿里巴巴发力于云和AI,希望助力千行百业打破转型困境,实现数字化升级。

尽管从增长潜力来看,国内AI和云计算仍是一片蓝海,但前路并非一片坦途。盘古智库高级研究员江瀚对证券时报记者表示,阿里巴巴发展AI的第一目标是实现通用人工智能(AGI)。所谓AGI,吴泳铭曾公开阐述其为“AI能够完成80%人类的工作技能”。

“阿里巴巴这一目标指向星辰大海,但也充满了挑战,主要有两点。”江瀚表示,首先,AGI的实现,并不只是靠算法或者单纯技术升级能完成的,它需要AI具备对真实世界复杂场景的深刻理解与广泛适应能力。其次,要真正做到“AI完成80%以上的人类能力”,意味着阿里的AI不能只适应电商、聊天或搜索等相对简单场景,还要深入工业制造、交通运输等各个复杂领域。

依托技术的自主可控、海量的数据资源、丰富多元的应用场景等优势,中国AI产业已跻身全球“第一梯队”。全球AI竞争时不我待,阿里巴巴此番“二次创业”,显然不单是瞄准中国AI龙头的宝座,更是要与全球竞争者齐头并进。这场科技竞赛的最终章,或不仅改变阿里巴巴在全球科技企业中的排位,更有可能重塑我国在全球AI竞赛中的战略坐标。

