

李强主持国务院第十四次专题学习

着力破解科技成果转化瓶颈 切实提高转化效能

据新华社电

6月9日,国务院以“深化科技成果转化机制改革,推动科技创新和产业创新融合发展”为主题,进行第十四次专题学习。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和党中央有关决策部署,通过多方面协同发力,着力破解科技成果转化瓶颈,切实提高转化效能,促进创新发展。

长三角国家技术创新中心主任刘庆作讲解。国务院副总理张国清、刘国中作交流发言。

李强在听取讲解和交流发言后指出,科技成果转化连接创新链与产业链,是科技创新的“最后一公里”,有利于催生新产品、新产业、新动能,形成新质生产力。要进一步统筹各类创新资源,深化体制机制改革,畅通供需对接渠道,以科技成果转化更大成效,更好推动科技创新和产业创新融合发展。

李强指出,科技成果转化经历技术研发、工程验证和产业化商业化等众多环节,任何一个环节不畅通都会影响落地效果,要聚焦关键着力打通科技成果转化的堵点断点。在转化源头方面,要进

一步优化对科技研发及产业发展的相关评价体系和机制,更加注重科技成果转化服务经济社会发展的真正价值,不断增强产业需求与科技供给的契合度。在转化对接方面,要进一步强化企业创新主体地位,支持有条件的企业牵头或参与国家科技创新项目,引导企业与高校、科研机构密切合作,面向产业前沿共同凝练科技问题、联合开展科研攻关。在转化应用方面,要用好首台套等政策,推动自主攻关技术和产品在规模化应用中不断迭代升级。

李强强调,科技成果转化需要良好环

境作支撑,要坚持有效市场和有为政府相结合,完善支持政策和市场服务,形成高效协同、富有活力的成果转化体系。要完善激励机制,遵循科技成果转化规律,推进职务科技成果赋权和资产单列管理改革,更好激发各方面的积极性。要加大资金支持,进一步拓宽思路,更多运用市场力量,吸引社会资本加大投入,鼓励金融机构创新金融产品和服务方式,发展多层次资本市场,提供多元化融资渠道。要加强公共服务,规划引导支持建设一批科技公共服务平台,为科技成果供需双方提供全方位服务。

商业化路径渐明 资本竞逐家用机器人赛道

证券时报记者 周春媚

相比于还未见到商业化曙光的通用人形机器人,家用机器人赛道公司正在排队融资和IPO。

据港交所6月8日披露,AI具身家用机器人系统提供商卧安机器人正式向港交所主板递交上市申请。除此以外,近期多家聚焦家庭场景的机器人公司也传来融资新动态。乐享科技宣布完成亿元级天使+轮融资,该公司专注于家庭通用小具身智能机器人的研发,截至目前,天使轮融资总金额近3亿元;同样专注于家庭场景的鹿明机器人,近期也宣布完成天

使++轮融资,这是该公司半年内连续完成的第三轮融资,截至目前,其天使轮累计融资已近2亿元。

当人形机器人以炫酷的舞蹈和格斗吸引众人眼球时,垂类场景的机器人却率先赢得了消费级市场。多名业内人士在接受证券时报记者采访时表示,通用人形机器人与垂类机器人并非替代关系,而是技术发展的不同阶段和应用场景的互补形态。产品的核心价值在于能否解决用户的真实需求,与仍处于技术深水区的通用人形机器人相比,家用机器人在技术成熟度、用户体验感等方面,在当前阶段具有更明显的优势。

1 家用机器人赛道受资本热捧

近日启动港股IPO的卧安机器人,与许多家用机器人赛道的独角兽一样,也是“出身名门”。

卧安机器人2015年成立于深圳,由“大疆教父”李泽湘孵化,作为一家AI具身家用机器人系统提供商,公司致力于构建以智能家用机器人产品为核心的生态系统,产品矩阵覆盖七种品类,已打造42款AI具身家用机器人产品,可应用于智能操控、家务劳动、智慧管家、养老护理、安全防护、能源管理等场景,实现了智能家用全品类的无缝覆盖。

值得注意的是,同样由李泽湘孵化的云鲸智能于两个月前宣布完成由腾讯投资与北京机器人产业发展投资基金联合领投的1亿美元融资,并已启动Pre-IPO轮融资,开启上市前最后冲刺。云鲸智能与科沃斯、石头科技、追觅科技共同被称为扫地机器人“四小龙”,成立至今已完成超10轮融资。

当前,资本正竞相追逐家用机器人赛道。两家“追觅系”创业公司近期也传来

融资新进展。成立于2024年的乐享科技宣布完成亿元级天使+轮融资,由锦秋基金领投,老股东经纬创投、绿洲资本、Monolith超额加注。这是其在3个月内完成的第二轮融资,天使轮融资总金额近3亿元。公司创始人郭人杰曾任追觅科技中国区执行总裁,带领追觅科技在扫地机器人行业打造了多款行业现象级产品。

由前追觅科技人形机器人业务负责人喻超创办的鹿明机器人,于近日宣布完成天使++轮融资,投资方包括复星锐正、德马科技和吴中金控。这是鹿明机器人半年内连续完成的第三轮融资,截至目前,其天使轮累计融资已近2亿元。据悉,鹿明机器人成立于2024年,聚焦家庭场景,专注具身智能机器人的研发、销售、人工智能理论与算法软件开发等业务。今年年初,鹿明机器人推出全尺寸人形机器人LUS,并已完成核心零部件全自研,目前已投入量产前准备,预计在年内实现批量出货。

2 机器人的“功能与形态之争”

纵观近期获得资本押注的家用机器人公司,其产品的形态并不拘泥于人形。以卧安机器人为例,其展示的庞大产品矩阵中,各类产品的形态也各不相同,既有具有类人形的“SwitchBot家庭服务机器人”,可完成洗衣、洗碗、烹饪等日常琐事;也有拥有仿生皮毛与灵动表情、可察觉人类情绪波动的“SwitchBot宠物机器人”;还有圆形、方形等不同形态、各司其职的窗帘机器人、门锁机器人、搬运机器人等。

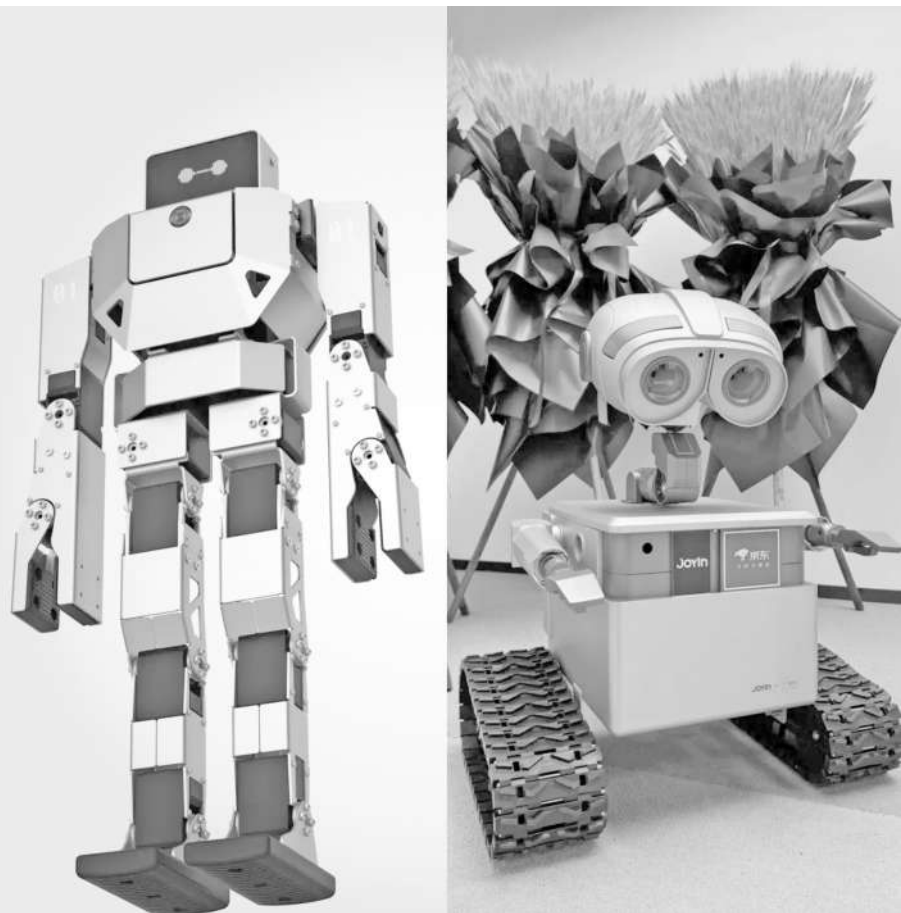
乐享科技与鹿明机器人虽都聚焦家庭场景,但产品存在显著差异。乐享科技主打的是家庭通用小型具身智能机器人,目前完成了两款产品的开发,一款是50厘米高的小型机器人Z-Bot,另一款是履带式有稳定户外运动能力的W-Bot;而鹿明机器人则选择了人形机器人的路线,其全尺寸人形机器人LUS系列采用双足设计。

两家“追觅系”公司,代表的正是家用机器人赛道中的两个派别:一派做通用机器人的公司,家庭只是其中一个选择性使用的场景;另一派则专门瞄准做家庭场景的具身机器人,通常不采用人形,根据产品的功能需要设计产品形态。

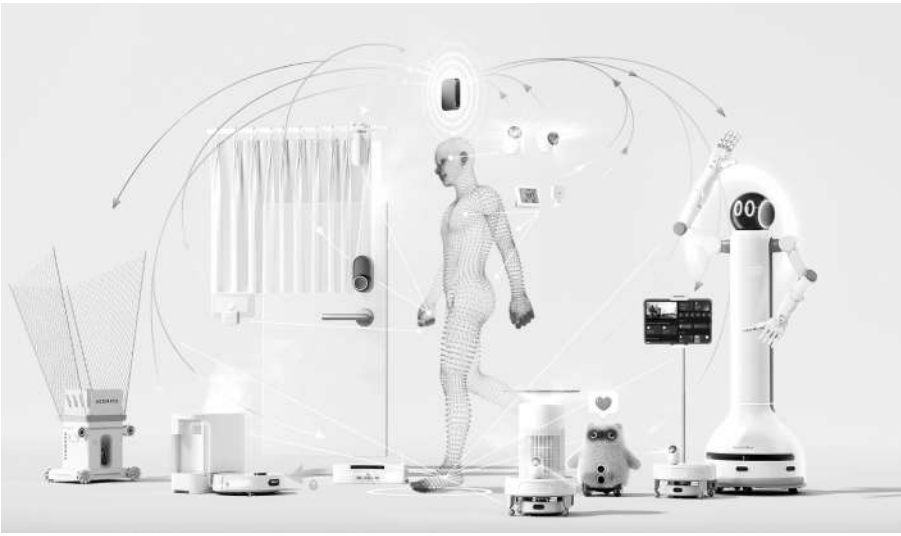
事实上,行业内关于机器人是否要成为人形的争议始终存在。在近日举办的2025北京智源大会上,宇树科技创始人王兴兴就表示,他并不坚持机器人必须采用人形设计,特别是在腿部设计上,采用轮式底盘是一种非常实用的方案。北京人形机器人创新中心总经理熊友军亦认为,具身智能的发展形式是多样化的,不应局限于人形。但熊友军强调,当前机器人可以采用非人形设计,然而从市场应用的角度来看,人形机器人在家庭、商用和日常生活中具有更广阔的应用前景,市场容量将远大于其他类型的机器人。

功能与形态,孰优先?对这一问题的回答,也直接决定着各个不同厂商的产品研发决策。喻超表示,通用人形机器人未来可能会是目前很多家用产品的终极进阶版,而在云鲸智能创始人张峻彬看来,机器人“有机械臂,却未必有腿”。

“我们设计一款产品的逻辑是,能为用户提供什么服务、用户是否愿意买单,而不是先做一个人形出来,再来思考落地场景以及用户能否支付,否则就本末倒置了。”张峻彬在接受证券时报记者采访时表示,云鲸智能的产品专注于收纳和清洁这两个刚需功能,已布局了AI双目视觉、机械臂、人机交互、AI模型等核心技术板块。



乐享科技研发的机器人产品Z-Bot和W-Bot。 受访公司/供图



卧安机器人产品矩阵。 受访公司/供图

3 家用机器人商业化前景更明确

弗若斯特沙利文报告指出,全球AI具身家用机器人市场正处于爆发期,规模预计从2024年的59亿元激增至2029年的624亿元,复合年增长率高达60.2%。

目前,机器人赛道“百花齐放”,通用人形机器人公司及专用家用机器人公司均受到了资本的追捧。但业内的一个共识是,专用家用机器人会比选择性做家庭场景的全生态通用机器人更早实现商业化。

一方面,在开发端,相比于家用机器人专注于单一任务场景,通用人形机器人需要满足多任务泛化能力,涉及复杂的环境感知、决策推理和动态运动控制,技术难度更大,研发周期更长;另一方面,在需求端,专用家用机器人聚焦高频、刚性的需求,用户付费意愿强,而通用人形机器人虽覆盖全场景,需求分散且优先级不明确,在现实情况中也难以满足细分场景的深度需求,短期内还难以走向C端。

“从科沃斯的视角来看,通用人形机器人与垂类机器人并非替代关系,而是技术发展的不同阶段和应用场景的互补形态。”科沃斯有关负责人在接受证券时报记者采访时表示,当前通用人形机器人虽

处于资本风口,但在运动控制、环境感知、多任务处理等核心技术上仍面临巨大挑战,其商业化落地需要突破能源效率、交互精准度等多重瓶颈。相比之下,垂类家用机器人产品已通过持续的技术迭代,在清洁效率、安全性能、用户体验等方面达到成熟水平。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛告诉证券时报记者,通用人形机器人与垂类机器人是互补关系。“它们在各自领域积累的技术和经验,如吸附、路径规划技术等,可为通用人形机器人发展提供参考。通用人形机器人的基础研究成果,也能推动垂类机器人技术升级。”郭涛说。

现阶段更明确的商品化前景,从家用机器人公司的财务数据中也可管中窥豹。根据云鲸智能公布的数据,其2024年营收同比增长超130%,海外市场同比增长近700%,并已实现稳定盈利。虽然卧安机器人目前尚未实现盈利,但根据招股书,其2022年—2024年实现收入分别为2.75亿元、4.57亿元和6.1亿元,年内亏损分别是8698.3万元、1637.6万元和307.4万元,盈利曙光已显现。

从“苏超”看体育赋能 绿茵场成城市发展“活力引擎”

证券时报记者 吴少龙

江苏省城市足球联赛近来热度持续攀升,比赛几乎场场爆满。这场被网友亲昵称作“苏超”的足球比赛,提供了体育赛事的另类叙事。

不同于传统职业联赛的精英化路径,“苏超”从设计到执行,均凸显“全民参与+城市荣誉”的核心理念,构建了一个开放包容的足球生态。

全民参与,打破职业壁垒。在参赛的500余名球员中,既有公司职员、教师,也有在象牙塔里逐梦的大学生,年龄跨度从16岁的青春少年到40岁的绿茵老将。除部分职业球员外,更多的是曾经接受专业足球训练,如今活跃在各行各业的“斜杠”爱好者,他们共同诠释着“人人皆可上场”的全民足球理念。这种“谁行谁上”的纯粹性,让“苏超”变成一场全民派对。

文化破圈,将地域特色与现代传播结合。“苏超”的爆红,本质上是一场地域文化的现代性表达。一方面,当“身边长大的孩子”,通过“苏超”这一平台成长为“城市英雄”,让当地老百姓找到了城市归属感和荣誉感的出口;与此同时,“比赛第一,友谊第十四”“楚汉之争”“早茶德比”等具有地域文化的底色名梗流传,自信展示地方文化,既能挑旺当地人的热爱,又吸引了外地人也为此着迷。

当扬州中场休息的“非遗”展示惊艳四座;常州以“9.9元门票”套餐带动本地萝卜干品牌线上销量翻倍;盐城靠“观赛送鸡蛋饼”吸引万名游客打卡……“苏超”正在用足球赛事重构区域经济联动范式。数据显示,刚刚过去的端午假期,仅6个主场城市的文旅消费就增长14.63%,超18万球迷跨城观赛。

这场“踢”出来的经济文化共振证明:当体育回归群众参与本质,当赛事深度绑定地域文化基因,便能激发出超越竞技本身的社会经济效益。这场由政府、公众、企业共谋的“城市联谊会”,成功激活了内需,推动了区域协同。它通过构建起“政府定规则、社会创内容、市场配资源”的新型治理框架,让体育成为城市经济发展的连接器。

多城推出优质地块 民营房企重返土拍市场

证券时报记者 吴家明

近段时间以来,重点城市纷纷推出优质住宅地块,房企拿地热情有所提升。其中,多家民营房企更是重新出现在土拍现场。

据中指研究院的数据,5月300城住宅地块成交规划建面2546万平方米,同比下降21%。不过,土地出让金达到1000亿元,同比增长9.6%。在业内人士看来,出现这种“反差”的原因在于多个城市集中推出优质地块。与此同时,多个城市发布2025年住房发展年度计划,在住房用地供应方面,各地纷纷明确合理控制新增房地产用地供应。

尽管多个城市的土地供应量有所下降,但记者在梳理多个重点城市的2025年住房发展年度计划时发现,各个城市对于房子“质量”的要求明显提高。不少城市表示,要加快“好房子”建设。例如,北京提出大力建设“好房子”,更好满足多样化住房需求。加大新开发居住区配套设施建设力度,稳定市场预期。

以深圳为例,多宗优质住宅地块将在近期出让,其中就包括前海、龙华、光明的优质地块。而且,深圳最新推出的住宅地块容积率普遍较低,更具备完善的交通和公共配套,有助于提高房企拿地的积极性。深圳一家大型房企的营销负责人表示,低容积率意味着地块能够做出更高端的产品,房企也有机会做出更出彩的产品,吸引更多客户,从而实现溢价。

另据不完全统计,上海、杭州、成都、福州、重庆、武汉等重点城市在5月进行了住宅地块出让,市场热度持续,多个城市的核心区地块也竟拍出高溢价。中指研究院的数据显示,5月杭州住宅用地出让金合计达93亿元,单月出让金仅次于上海,平均溢价率达到25.1%。截至6月3日,6月重点城市已公告的居住用地待拍清单中,上海、杭州、北京起始价均超百亿元,核心地块土拍热度有望延续。

近几年,由于房地产市场处于调整之中,多数中小民营房企在土地市场上鲜有露面。值得注意的是,沉寂许久的民营房企已经开始重回土地市场。据不完全统计,敏捷集团、滨江集团、海成集团等民营房企重新出现在土拍现场。5月23日,成都土地市场集中出让3宗涉宅用地,均被民营房企拿下。5月30日,广州出让5宗住宅用地,其中4宗地块均被敏捷集团收入囊中。克而瑞研究中心公布的前5月房企新增货值排行榜中,拿地金额百强中有接近三成民企现身。

深圳一家民营房企的营销部负责人对记者表示,民营房企不能比“规模”,会聚焦于区域深耕,目标明确,即使拿地也会选择体量小、总价低的地块。与此同时,最近各地政府及时调整供应和取消多项限制,吸引了一些财务状况仍不错的民营房企出动,而且一些民营房企在户型设计和面积赠送方面更有灵活性,有助于打造高得房率且控制总价的刚需产品,这些产品的市场销售情况较好,有利于快速回款。

不过,当前房企拿地仍保持精准投资策略,土拍分化现象仍在。在销售端现金流没有持续改善的背景下,多数房企的拿地态度依旧十分谨慎。中指研究院企业研究总监刘水表示,随着各项稳市场政策的落地显效,核心城市房地产市场保持了一定的活跃度,市场信心正在逐步恢复,房企对未来市场的预期有所好转。



证券时报
ID:wwwstcncom