

思想会客厅

办好一场会 激活一座城

对话人：
胡清华 天津市人工智能学会理事长、天津大学人工智能学院院长
谷朋 本报评论员

智行天下，能动未来。2026世界智能产业博览会(以下简称智博会)即将在津启幕，这是观察产业前沿的窗口，也是链接创新资源、培育发展动能的契机。办好一场会，激活一座城。让技术牵手场景、创新联动产业，才能让展会流量转化为产业增量，提升近悦远来的城市吸引力。

谷朋：智能技术加快走向产业深处，对城市承载力提出更高要求。本届智博会更加突出场景落地、成果转化和产业合作。您认为，天津如何把自身特色转化为办会优势、产业胜势？

胡清华：发展智能产业，既要有前沿技术，也要有能承载先进产业的土壤。天津恰恰是这样一片沃土：高教资源丰富，产业根基扎实，创新氛围浓厚。一方面，天津工业体系完备，港口物流、装备制造、医疗健康、城市治理等应用场景丰富多元，为智能技术提供了现实需求和迭代空间。另

一方面，高校院所、创新平台和职业教育资源集聚，能够为技术研发、工程转化、产业落地提供持续智力支撑。智博会正是把创新优势转化为产业增量的重要契机。以“会”聚势、借“智”登高，把创新资源、产业配套、多元场景转化为承接新技术、孵化新应用、培育新业态的系统能力，便能在智能产业新赛道中形成天津特色。

谷朋：“高质”“优质”，是本届智博会筹办的关键词。对于一场产业博览会来说，既要办出特色和新意，也要突出专业化、务实化，让看点有落点、热度化动能。

胡清华：是的。办会是为了办事，“高质”“优质”的落脚点，在于能否服务城市发展所需、产业升级所急、企业成长所盼。一场展会的分量，不只看面积、人流和声量，更要看能否促进技术对接、项目落地和产业聚集。展会不是“秀场”，而应成为供需对接、资源链接的纽带。今年智博会，不少产品和方案都瞄准实际需求，比如帕西尼的具身智能全链路解决方案等。让“好技术”找到“真场景”，变“展品”为“产品”，是一场高质量展会的含金量所在。

谷朋：提到AI(人工智能)，总有人担心它会抢饭碗、添麻烦。但人工智能最终还是为“人”服务，智能化赋能千行百业，最终也会让老百姓更有获得感。

胡清华：这种“AI焦虑”确实存在。其实，每一次重大技术变革，都会重塑生产生活方式和社会组织形式，也难免带来部分岗位的消失。人工智能也不例外，它可能会替代一些重

复性、高强度的劳动，但同时也会催生新的产业形态、就业岗位和服务模式。关键是要引导技术向善、机器为人。在生产领域，机器人等可以进入矿山等危险艰苦场景，减少人的风险，提高作业效率。在生活领域，智慧医疗、智慧社区让公共服务更精准、更及时。比如穿戴式智能设备提升医疗服务水平；再比如，通过智慧手段收集独居老人的用水、用电、活动轨迹等数据，就能及时发现异常、迅速介入……这些看似细微的应用，恰恰是智能更“能”的精妙落笔。

谷朋：以会引客、以展兴城，要释放“会展+”的放大效应，让八方来客因展而来、因城而留，进而带动一城活力。

胡清华：智博会不只是行家里手的专业盛会，也应该成为公众提升智能素养、各方交流碰撞的重要平台。今年展会专门设置了智能机器人嘉年华、无人机表演、智能驾驶试乘等互动内容，让科技触手可及，也吸引更多关注目光：公众借此了解前沿技术，企业由此看到转型路径，科研人员从中发现真实需求……这种认知层面的更新、供需之间的互动，最终会转化为拥抱智能的社会氛围，为智能产业积蓄更广泛的群众基础和更广阔的市场空间。

放大视野看，一场展会的价值，不止于酒店、餐饮、交通、文旅等短期消费，更在于它能否持续放大产业效应和城市品牌效应。当越来越多的市，因为一场展会，爱上了一座城市，展会流量就会沉淀为城市“留量”，进而转化为产业动能和发展优势——这，才是一场展会真正的“长尾效应”。

经济观察

郭振

明天，2026世界智能产业博览会(以下简称智博会)将在国家会展中心(天津)启幕。本届智博会锚定全球智能科技产业发展最前沿，聚焦具身智能、自动驾驶等热点，深刻探讨AI(人工智能)与经济、社会等融合共生。

从芯片、算力、大模型到智能家居、深海装备、智能网联汽车，再到机器人小镇、智能驾驶试乘、无人机表演，这场盛会既能让观众看到“热闹”，又能让业界人士看清“门道”。看“热闹”更要看“门道”，让业界感受到特色和创意，让老百姓有获得感，会展经济将渐行渐好。

要问智博会“最热闹的事”是什么，答案非机器人莫属。

2026年被业界誉为具身智能规模化应用元年。本届智博会的一大“看点”，就是那支特别打造的“海陆空”机器人天团，以及首次独立成馆的具身智能展区。另外智博会期间，文化中心还将迎来国内首次大型户外全球机器人展演盛会——“智能机器人嘉年华”。

琳琅满目的展品、活动，让机器人显得格外“热闹”，然而，这种“热闹”靠的是“门道”支撑。一款款不同种类的机器人，其价值绝非“表演”，而是在不同场景应用中发挥自己独一无二的价值。从那只“海陆空”机器人天团来说，不论是斩获2026机器人勇士挑战赛“双冠+双奖”的伽利略全栈自研四足机器人和轮足复合机器人，还是云圣“空中网格员”智能无人车，以及冲击万米深海的深蓝之蓝机器人装备等产品，都已“跳出”实验室，实际应用于巡检、救援、制造、养老、零售、交通、教育、城市治理等真实场景。这些场景的落地，让展出的机器人更“实”、更有底气、更具说服力。

智博会“热闹”的远不止机器人。展览、赛事、开放合作等各个方面之所以令人期待，正是因为背后蕴藏着合作共赢的发展机遇。在各大主题展区，可以切身感受最前沿、最硬核、最具体验感的智能科技成果，带着自己的应用场景来，让成果与场景“牵手”，供需双方就能达成合作。除经典赛事外，今年首度引入的智能科技黑客松大赛，拓展智能应用落地场景。一系列国际交流合作、跨区域产业对接活动背后也都藏着实打实的“门道”，正是基于对智能科技前沿和产业发展趋势的理解把握，这场盛会才能吸引八方宾客，打造智能产业“风向标”。

办会是为了办事。一场盛会，也是一个契机。智能化赋能千行百业，搭建未来场景，实现以会兴业，既能让参会各方收获实效，也能让社会有获得感。

实效与获得感从何而来？资源对接、项目签约与产业落地等，推动高质量发展，赋能高品质生活。一项项前沿科技成果转化，让科技不断照进现实，重构人们的生产方式、生活方式。智博会既有专业嘉宾，也有普通游客。一场专业化、务实化的盛会，不仅能以特色与新意吸引、打动业界人士，也能满足市民群众精神文化需求，让普通观众同样“收获满满”。

游客逛智博会绝非单纯“凑热闹”。机器人小镇、智能驾驶试乘、无人机表演……种种互动让人沉浸式体验智能产业的魅力。从工业物流、居家养老、智慧零售等已实际应用、能解决实际问题的技术、产品和方案中，人们可以亲身感受时代之变、发展之变，更好拥抱智能时代。

智博会是天津会展经济的一个缩影。近年来，天津多措并举大力推动会展经济发展，2025年举办各类展会活动118场。推动会展经济高质量发展，需聚焦专业化、品牌化、市场化、国际化，以专业化办会水准策划组织每个会展，把办会的落脚点体现在促进天津发展上，推动会展业和文旅等产业联通、融通。这需要各区各部门各就各位、积极参与，展现各自的精彩，让“近者悦，远者来”。

智博会开幕在即，愿这场盛会能为智能产业提供更多机遇，为我们的生活带来更多精彩。

看「热闹」，更要看「门道」

金之平 视线

“智能化”的内核是“获得感”

金之平

与外国人交流，不怕听不懂，AI(人工智能)“翻译官”实时翻译多国语言；出门上班，不怕迟到，智能导航帮你避开拥堵路段；当你推开门，家里的灯光会自动亮起，空调已经提前调到了最舒适的温度……

这些场景并非电影桥段，而是近在眼前的生活。很多时候，我们探讨“智能化”，说的不仅是技术参数有多硬核，更是它服务公众、社会的“本领”有多强，能不能让老百姓有更多获得感。为此，我们不免要追问：这样的“本领”从何而来？

这是技术问题，也是人文命题。有人说过这样一句话，科技是车，人文是刹车和方向盘，科技离不开人文。现实中，当智能技术被用来无底线分析消费习惯和支付能力，你

越信任、越依赖，它从你身上“薅”得越狠；在办公室，你刚跟同事聊完买点啥，打开购物软件立马给你推荐过来，这种“懂你”不再让人觉得贴心，反而让人感觉像个透明人，被侵犯了隐私。一味地算计换不来人心。从“能用”到“好用”，评判技术的“本领”如何，首先看技术的出发点是不是“以人为本”。中立技术需要正确的价值取向，唯有兼顾了聪明与善良，技术这辆火车才能行稳致远。

本领从应用场景的“历练”中来。从某种意义上讲，技术的“本领”是“育”出来的，而场景是最好的土壤。天津市环湖医院与脑机海河实验室合作的脑机接口综合临床试验病房内，瘫痪患者只需“动动意念”，就能指挥机械外骨骼完成抓取水瓶、书写等精细动作。在这里，一个实验病区像通道一样连

接了科研与临床，成为前沿技术撑杆起跳的关键助力。以技术赋能场景，以场景反哺技术，当科技在解决实际问题的历练中褪去青涩，完成从“样品”到“产品”的蜕变，本身就是一个拔节生长的过程。

本领从落地的“精准”中来。科技不应止步于服务“通用场景”，也需俯身看到那些容易被忽略的“小众需求”。以智能导航为例，输入目的地，获得“一键直达”的出行体验，大多数人早习以为常。而对于视力或听力存在障碍的群体，这道看似简单的门槛又该如何跨越？于技术而言，使用的门槛越低、服务的人群越广，意味着“本领”越强。要做到这一点，“自说自话”不行，“关起门来”也不行。只有真正走进老百姓的日常生活，细心体会那些看似琐碎的“麻烦”，精准对接用户细分且个性化的真实需求，原本晦涩冰冷的技术参数才可能真正落地，转化为人们触手可及的便利与温暖。

说到底，技术是工具，智能化要为人服务。服务的效能如何，看技术本身，更看使用技术的人。当智能技术真正读懂、满足了人的共性乃至个性需求，我们说的“获得感”，就不会是少数人的红利，而是全社会共享的普惠福祉。

深一度

杨建楠

来的都是客 关键是常来

一次旅行，能带来什么？对杨柳青古镇“北上小院”的主理人之一杨吉来说，答案并非休闲娱乐那么简单，而是一家店、一份事业。杨吉的老家在江苏淮安，几个月前的一次灯会，让他爱上了杨柳青，喜欢上了天津。随后，承载他创业故事的“北上小院”在杨柳青古街焕新开业。杨吉说，那次灯展过后，几个小时他就做出了北上开店的决定。

俗话说，“来的都是客”。一座城与一个人的邂逅可以碰撞出无限可能。对城市而言，今天的游客也许就是明天的商户、住户，每一位来访宾客，都可能成为城市的发展资源、创新创业的新生力量。

因为一次旅游、一次商务活动爱上了一座城、看中一个商机，进而落地发展，其偶然背后蕴藏着必然。这种必然不只来自城市的风光景致、风土人情，也在服务的细节里。把游客变商户的杨柳青灯展，今年春节服务再升级。西青区开放1400余个机关单位内部停车场免费车位，叠加公共停车场，解决停车难题。古镇区域增设移动卫生间、优化标识指引、配齐便民设施，城管、安保、应急等力量坚守一线，让游客安心赏灯、尽兴游玩。“明年一定带全家人再来。”一位逛灯展的河北游客说。

身处协同发展的大棋局，京津冀三地居民彼此“串门游”成为常态。这意味着，来天津“短途游”的游客不在少数，周末去哪个城市逛逛，往往是一念之间，说走就走。出游便利的另一面，是对城市服务质量的常态化考验。既然来一趟并不难，当景点看遍、美食吃遍，驱动大家“二刷”“三刷”乃至反复来的，除了城市本身的文化底蕴，也离不开服务的温度和品质。从这个角度看，优化服务品质、打造服务品牌不是在增加成本，而是一种对未来的投资。只有把服务做到位、做出彩，才能有更多游客从“偶尔来”变“经常来”，乃至留下来，为城市发展带来新可能、新活力。

人的需求是动态变化的，因此，提升服务品质、打造服务品牌无法一蹴而就，必须常态化做下去。当下，去西北角吃早点成为不少游客来天津的第一件事。当“火爆”成为这里的常态，各方需求也在不断变化。最初，可能是游客希望多几处休息区、多几个垃圾桶，提升街区整体环境；后来，西北角持续“出圈”，附近居民也有了新诉求：周围游客太多，不方便下楼吃早点怎么办？早上太吵闹，影响休息如何解决？于是，西北角的服务也随之花式“上新”——新座椅和垃圾桶多了，墙绘有了，为附近居民提供早餐的社区食堂开了，“静音安居工程”启动了……服务是细水长流的功夫。城市对各方需求需动态把握，既要服务外来游客，也要服务本地居民。主客共享理念下，西北角一些居民成为志愿者，自发为游客提供帮助，形成良性循环。

2026世界智能产业博览会近在眼前，做好服务，引客更留客，会有更多人愿意与城市双向奔赴。

漫话



摆渡车不是“圈钱工具”

最近，部分景区设远距离大门，强制游客支付高价摆渡车费，引发游客不满。摆渡车是景区的配套延伸服务，不该沦为“圈钱工具”，景区要放下眼前的算计，在服务上下好功夫。

单君 画

新视野

听话 听音 听城 听韵

闫雨

最近，天津话在网络上频频出圈。有扫地机器人在机场说“相声”，也有天津大夫上“话疗”，一时间“倍儿爷儿”成了评论区最高频的回复词。这种独特的语言魅力让人会心一笑，但如果以为天津的声音只有“段子”，那便错过了这座城市更深的韵味。不信，你再细听听——

早上，公园里空竹鸣响清脆悦耳，晨练中的大爷把手里的鞭子甩得震天响；中午，街角飘来一出评剧《花为媒》的唱段，王俊卿与李月娥“牵手成功”；傍晚，海滩上，音乐节的吉他与民俗演出的锣鼓交织，唱出一股子国潮范儿……

认识一座城，靠眼睛、靠舌尖，也靠耳朵。细细品读天津二字，何为津？何为味？这座城市独有的韵味，可以在煎饼果子、锅巴菜的香气里品尝出来，可以在小洋楼、老街区的屋檐中观赏到，也可以在天津方言、本土戏曲、市井乡音的腔调中聆听出来。有个科学的词叫“音景”，或者是声音地理，指的是一个地方特有的声音景观，那是自然之声与人文之韵的交响。那么，从这“音景”中，我们能听到一个怎样的天津？

俗话说，听话要听音。听一座城市的声音，也听其韵味。“娘家人来了！”百年广东会馆里，岭南文化与津门文艺“同框”，津粤三地文艺工作者同台献艺，这是戏曲大码头被唤醒的记忆。“又有新节目了！”最近在海河边溜

达的人们遇到新惊喜，亲水平台上响起了大提琴的低吟，《海上钢琴师》的旋律随着水波流淌，一曲《我爱你中国》将观众的情感推向沸点，这是现代都市的激情生活。古今交汇、中西交融，我们听到天子渡口的过去，也听到大俗大雅的生活，更加深刻地感受到，这里拥有丰厚独特的文化资源可以“聆听”，关键是如何活化、转化，让这些故事更有新鲜感、更有生命力。

打造“听的文旅”，不仅仅是放大“音量”那么简单。今天，游客来到一座城市，想倾听、更想参与，学两句天津话，唱一段时调，让体验从“看到”深化为“听到”“参与到”。唯有本土特色才能凝聚人气。当下，相声主题巴士成了流动剧场，青年相声演员走到乘客身边表演“现挂”；百年大院里的戏台又迎来新“角儿”，一曲《牡丹亭》让人们感受“春色满园”……声音也可以成为城市的文创IP(知识产权)。放宽眼界、放开思路，以声音串联文旅资源、融合文化要素，那些独特的腔调、韵律、幽默可以“变身”可参与、可传播的文化产品，一座兼具气质、韵味、格调与风情的现代化城市，将从平面变得立体，赏心悦目，令人沉浸。

城市如人，也有呼吸，有心跳，有无数的声音在讲述着属于自己的故事。认识天津，不妨换个方式——闭上眼，在煎饼果子的“滋滋”声里，在市井乡音的趣里，在戏曲悠扬的唱腔里，“听见”一座城市的性格、底蕴与温度。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

滑梯的弧度 城市的温度

彭娜

最近，许多天津人的朋友圈被一群“大象”刷屏，在河东区井冈山路与王串场一号线路口，面积超1000平方米的大象滑梯乐园免费对市民开放。大象滑梯带着几代人的回忆，在闲置空地上重焕生机。

滑梯的弧度，折射城市的温度。大象滑梯不只是一道街头风景，更是镌刻在城市里的温暖记忆。老人们在滑梯前驻足凝视，年轻人用镜头定格回忆，孩子们的欢声笑语其间……三代人的情感在此交汇，让街角空地成为凝聚温情的公共空间。

把细节做成亮点，要以真诚打动人心，让温情直抵心底。城市更新从来不是推倒重来，从征集市民意见筛选滑梯原型，到用新材料复刻造型、兼顾安全与情怀，这背后是“问需于民”的更新逻辑，也是“留住烟火”的人文关怀。滑梯依旧，童心未泯；城市更新，温情长存。当更多这样的“小美好”嵌入城市角落，城市的幸福底色，便在每一处细节里愈发鲜明。