

机器人赛场“破纪录”，产业发展如何“长本事”

□新华社记者 张骁 戴威 孟菁

财经聚焦

第二届世界人形机器人运动会多项纪录被破

第二届世界人形机器人运动会8月26日闭幕

人形机器人百米跑进10秒、跳出3.4米的高度走进工厂搬运上料、酒店整理客房、超市拣货补货、应急现场处置险情等竞技比赛多个项目成绩打破上届纪录

本届赛事中多项成绩较上届实现质的飞跃

400米跑由上届1分28秒03	提升至本届	小型组45秒66	大型组38秒15
1500米跑由上届6分34秒40	突破到本届	2分21秒64	
原地跳高由上届0.95641米	跃升至	3.40米	

据悉

本届运动会共有来自16个国家和地区的666支参赛队伍、2056台人形机器人运动员，聚焦51个赛项进行1301场对决

新华社发（梁晨 制图）

1年前，人形机器人百米竞赛目标是“安全完赛”；1年后的第二届世界人形机器人运动会，预赛上机器人就超越人类纪录，复赛以8.85秒成绩刷新纪录。

速度提高，配合精妙……人形机器人赛场“破纪录”，如何为产业发展“长本事”？

软硬件升级支撑机器人“破纪录”

在8月22日开赛的本届人形机器人运动会上，“天工Ultra”先后超越人类100米、400米、1500米世界纪录。不少观众感叹，“手机对焦都跟不上了”。

“天工Ultra”破纪录后，北京人形机器人创新中心人形控制算法资深工程师赵文向记者阐释了两方面关键升级。

看硬件，机器人为了适应短跑作出定制设计。机器人跑半马搭载的大电池、风冷或液冷系统，短跑时都不需要，重量得以减轻，有效提升爆发力。经过定制，“天工Ultra”电池放电更快，自研关节扭矩和电机转速更高。硬件水平决定了“能力天花板”。

看软件，算法“学了人又超了人”。跑步速度等于步频乘以步幅。“天工Ultra”通过算法训练实现了大步幅、高步频，为打破纪录奠定基础。

人形机器人性能逼近甚至超越人类之后，借鉴模仿人类已不够用。记者了解到，外界热议的“天工Omni”机器人本身是为参加障碍赛设计，但引入AI强化学习后意外得到新的运动模型，最终形成让研发团队都忍俊不禁的“答着答跑姿”，竞赛成绩还很优异。

个体性能得到验证，群体协同升级明显。今年足球赛上，机器人边看、边跑、边传，甚至可以进行战术配合和大力轰门。

北京加速进化科技有限公司创始人程昊向记者介绍，这是因为机器人具备了“大脑、小脑、本体”协同能力，依靠激光雷达定位等信息开展自主运算，机器人间保持高频通信，端侧算力将延迟压缩到毫秒级，可以随队友、对手调整动作跑位，实现群体智能。

赛场突破赋能产业“长本事”

“跑得快、踢球好、跳得远、力气大，到底有什么用？”机器人运动会的价值，不仅体现在场内，更体现在场外。

北京市经信局副局长刘维亮向记者介绍，具身智能载体中，人形机器人发展难度最大，胜任任务最多、通用性最强，把它的能力上限抬高，利于反向赋能各行业不同形态的具身智能设备发展。

——把能力往真实场景“搬”。北京银河通用机器人有限公司创始人兼CTO王鹤认为，从赛场积累的海量经验数据，可以用于解决当前具身智能在开放场景中抗干扰能力不足、长流程多任务执行和泛化能力不够等落地痛点问题。

“运动会场景赛几乎1:1复制真实场景，练出的能力可以复用到餐饮、商超、家庭、酒店，不必再针对单一场景从零研发。”王鹤说。

赵文认为，参赛形成的软硬件技术就是日后应用的基础。“半马机器人可以适应长时间巡检，爆发力强的短跑机器人可以参与应急救援。”

——推动产业整体进步。人形机器人产业仍处于起步阶段。北京市经信局智能装备处副处长梁洪郡说，赛事一方面为产业“画像”，一方面推动产业升级。在行业没有标准时通过赛项安排、竞赛规则去探索标准，也包含了推动技术路线收敛的前瞻考量。

记者了解到，运动会举办地国家速滑馆“冰丝带”已在运营“北京人形机器人赛训基地”，“机器人之家”实时监测每台机器人关节温度及电量，200余个充电柜服务上千块电池。

“这些运行数据赛后也能服务企业研发测试，机器人运维保障本身也是产业发展的关键一环。”北京国资公司副总经理郭志国说。

——带动产业链协同演进。人形机器人是芯片、电机、材料等技术发展的“集大成者”。

程昊说，3年前，与公司合作的机器人关节部件厂商多是小型创业公司，现在产值数亿元的大企业以及上市公司也参与进来了。整机开发企业随时将机器人工况表现反馈给上下游伙伴，大家联合调优，带动产业共进。

赛事“插曲”折射进步空间与方向

本届赛事中，有人形机器人高速冲线后“刹车”不及撞上软质挡墙，极个别选手摔倒后关节“打火花”，如何看待这些“插曲”？

记者获悉，一方面，因为运动会举办场馆是专业速度滑冰场馆的创造性利用，为100米比赛预留的减速空间有限；另一方面，这也取决于比赛策略，赛队作出工程取舍，追求轻量设计让机身更脆、高性能部件碰撞后更易损。

客观上这反映出机器人“刹车”能力有待提高，运动会的“峰值表现”较人们期待的“持续可靠”仍有距离。

刘维亮说，下一届机器人运动会赛事难度将进一步提升。“今年消防应急场景赛遇到大雨暂停，未来再有雨我们也将照常举办；还会研究将完赛减速纳入比赛要求，并对机器人功率、构型等参数进行适度规范。”

此外，本届参赛机器人大多尚未量产，电芯、电池包等尚无认证标准可依，后续赛事将推动相关标准建设。

“机器人最终要从展台、赛场走下来、走出来。”北京市经信局局长姜广智说，世界人形机器人运动会，不止是一场科技竞技，更是人形机器人产业的实战试验场，以赛促研、以赛定标、以赛促用，将助推人形机器人加速从实验室迈向产业化。

（新华社北京电）

动画电影的夏天

□新华社记者 邢拓 周心怡

截至8月27日，2026年暑期档票房超119亿元，创下近三年最好成绩。在新片云集的暑期档，动画电影格外亮眼。

这是动画电影的夏天，是中国动画市场的火热时刻。

国漫兴 全民赏

过去，动画长期被贴上低幼标签，不少人认为“动画是给小朋友看的”。如今，动画电影老少咸宜已是常态。

转折点出现在2015年。当年，《西游记之大圣归来》以不足10%的首日排片悄然上映，却一路逆袭拿下超9亿元票房，刷新当时国产动画电影票房纪录。那个被解除封印的孙大圣再度归来、闪耀银幕，印证了动画全民向叙事的可行性。

自此，优质国产动画电影不断涌现，新时代国漫渐成崛起之势——《大鱼海棠》以福建土楼与“中国红”构建极具东方韵味的视觉奇观，一首《大鱼》传唱至今；《长安三万里》借高适与李白的的人生轨迹书写了唐朝诗人的豪情壮志，一座诗意“长安”令人念念不忘；……

十多年来，暑期档逐渐成为动画电影的重要阵地，一批好电影从这里走进大众视野，走向更广阔舞台。

2025年，全年中国电影市场总票房超518亿元，其中动画电影票房约为250亿元，占全年票房总规模约48%。

中国电影评论学会会长饶曙光认为，动画电影在票房上斩获佳绩，标志着动画从细分类型跃升为市场的重要支柱，成为中国影坛不可或缺的力量。

动画电影佳作频出，离不开动画

厂牌的持续深耕：光线彩条屋挖掘传统文化与神话题材，发力原创动画；追光动画打造“新传说”“新神话”“新文化”等多个系列电影。

得益于新一代电影人的潜在摸索：有人闭门搞创作，甘坐冷板凳；有人同时扎根高校讲台，将教研思考付诸创作实践。

中国风 时代韵

扎根传统文化土壤，中国动画电影牢牢坚守文化主体性，用动画语言讲好中国故事、传播中华文化。

在三维动画占据市场主流的当下，《浪浪山小妖怪》何以杀出重围，成为中国影史二维动画票房冠军？答案在于创作理念。

团队借鉴“西游”文本，又敢于打破常规，照见当代普通人闯关闯隘的模样，自然能让观众深深共情。

北京电影学院动画学院讲师吴天说，不止步于前人叙事，很多电影主动将故事讲出新意。

故事设定求新，《八仙！》聚焦八仙成仙前的凡人岁月，“神仙”走进“凡间”、“仙气”接上“地气”，更具代入感。

视听语言焕新，《聊斋：兰若寺》分别定制毛毡、宋画方案，呈现不同的视觉风格；《新神榜：杨戬》将神话故事的水墨画风和赛博朋克风相结合，营造混搭的感官效果。

汲取传统文化养分，对接当代大众情感，传统故事不断与时俱进、焕发新生。

乘风起 向未来

今年6月，依托上海美术电影制片厂原厂址改造的“美影园”园区一期试运营。看特展、逛文创店、买电影周边，人们在这里沉浸式感受中国



7月23日，市民在成都UME影城(高新店)观看《八仙！》预告片。

新华社记者 胥冰洁 摄

动画的独特魅力。

“一部成功的动画，不应只有影院里的两小时。”在上影集团董事长王隽眼中，IP开发是动画生命力的延续。以“浪浪山”为例，目前影片通过“电影+”授权营销带动终端销售GMV超26亿元。

动画IP天然具备长线运营优势，角色形象适配多类场景，能够持续释放商业价值。

从银幕走向生活。

《罗小黑战记2》片方策划了主创交流会、角色人偶巡游互动等线下活动，在全国千家主题影城设置快闪小店，推出的衍生品销量近14万件。

十多年来，“罗小黑”这只小黑猫成长为极具辨识度的长线IP。影片制片人从芳冰说，期待“罗小黑”能成为一个文化符号，真正走进千千万万观众的生活。

从单一走向融合。

《浪浪山小妖怪》源自动画短片《中国奇谭》，鲜为人知的是，早在短片创作期间，长片动画已同步立项创

作。“浪浪山”的上映不仅延续了《中国奇谭》的热度，也为《中国奇谭2》的开播奠定观众基础。

从本土走向世界。

近日，“八仙”扬帆出海，陆续登陆北美、澳大利亚等多地院线。近年来，越来越多国产动画选择拥抱世界。《哪吒2》海外热映；《罗小黑战记》在日本持续下沉，反向影响日本动画创作。

暑期档即将收官。回望这个热烈的夏天，这一幕令人心潮激荡——8月10日，第38届大众电影百花奖颁奖典礼上，曾获百花奖优秀影片奖的《长安三万里》主创登台，借影片中的诗句，寄语一路走来的中国电影：

“朝辞白帝彩云间，千里江陵一日还。两岸猿声啼不住，轻舟已过万重山。”

乘风好去，长空万里。坚守匠心、恒心，大胆求新、求变，中国动画电影的星空，终将群星闪耀。

（据新华社北京8月27日电）

营设施设备、山地赛道配套器材、汽摩越野防护装备、户外安全救援设备等相关制造企业正加速集聚。与此同时，赛事带来的住宿、餐饮、交通、零售、文旅体验等消费场景不断丰富，户外运动与文旅产业融合发展的空间进一步拓展。

过去，人们因冰雪而来；如今，人们为山野草原、为多元户外运动再次来到这里。“冬奥之城”正以户外运动为新支点，稳步迈向四季皆宜的休闲运动目的地。

（新华社石家庄电）

国内@要闻

财政部：推动财政科学管理由点及面、向纵深发展

据新华社合肥8月27日电（记者申铖 吴慧珺）记者8月27日从财政部获悉，自2025年启动试点以来，财政科学管理工作已取得阶段性成效。财政部称，下一步将推动财政科学管理由点及面、向纵深发展。

记者获悉，当前，财政科学管理工作取得阶段性成效：系统化管理能力大大增强，既抓预算统筹、收入划分、零基预算，又解决钱用得怎么样、怎样用得更好；精细化管理导向更加鲜明，把精打细算、务实精准的要求全面体现到预算分配、执行、监督全过程；标准化管理路径更加清晰，健全支出标准体系，增强工作规范性；法治化管理水平明显提升，持续完善财政法规制度，加大对违反财经纪律、违规新增增债等处理问责力度。

财政部部长蓝佛安表示，要继续坚持好运用好在试点中形成的经验启示，推动财政科学管理由点及面、向纵深发展，取得新的更大成效。

据介绍，下一步，加强财政科学管理将重点做好五方面工作：更加突出加强统筹，强化国家重大战略任务和基本民生财力保障；更加突出提高效益，持续深化零基预算改革，不断强化绩效导向，加强地方政府债务管理等；更加突出规范运行，健全科学合理的标准体系，强化有效制衡的内控机制等；更加突出安全可持续，保持合理的宏观税负水平，扎实推进化债工作，兜牢兜实“三保”底线；更加突出系统集成，进一步健全横向到边、纵向到底的管理体系，实现财政科学管理全覆盖、全链条衔接、全方位发力。

六大行发布中小微企业、服务业经营主体贷款贴息细则

新华社北京8月27日电（记者张千千）财政部、中国人民银行、金融监管总局日前对外发布通知，明确进一步做好财政金融协同促内需政策有关工作。目前，工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行等多家银行已发布公告，明确中小微企业贷款贴息及服务业经营主体贷款贴息政策的落实情况。

可享受贴息的贷款规模上限有所提高。相关银行公告称，单户在单家经办机构可享受中小微企业贷款贴息的贷款规模上限由每年5000万元提高至7500万元；单户在单家经办机构可享受服务业经营主体贷款贴息的贷款规模上限由每年1000万元提高至2000万元。

贷款贴息范围有所扩大。相关银行表示，对于2026年8月1日以来发放的、符合条件的中小微企业民营企业流动资金贷款，中央财政按照流动资金贷款本金给予年化1个百分点、期限不超过2年的贴息支持。

据悉，此次优化调整的贴息政策自2026年8月1日起正式实施。

环球@资讯

国际报告：中国物流品牌在全球排名中表现亮眼

新华社伦敦8月27日电 总部位于英国伦敦的品牌估值机构品牌金融集团27日发布的《2026全球物流品牌价值50强》报告显示，中国物流品牌表现亮眼，顺丰速运和中国邮政跻身全球物流品牌价值前十，京东物流位列全球物流品牌强度榜第二。

报告统计，2026年全球物流品牌总价值达2168亿美元，中国物流品牌总价值为306亿美元。顺丰速运品牌价值居全球第六；中国邮政品牌价值位列全球第十。除品牌价值指标外，报告用品牌强度指标衡量品牌影响消费者决策、支撑企业获得溢价与市场优势的能力，京东物流品牌强度指数排名全球第二。

报告基于中国市场调研，对相关物流品牌在中国的表现作出评价。报告指出，顺丰速运在“准时交付标杆”“卓越服务质量”和“国际物流代表”三项认知指标中均排名第一，专业履约优势获得市场认可；中国邮政则在“社会责任”和“绿色低碳物流践行者”两项认知指标中位居首位，彰显其扎根民生、服务社会的品牌底色；而京东物流在“智能调度创新者”“数字物流典范”和“自动化仓储先锋”三项技术相关认知指标中均居首位，呈现出鲜明的科技物流标签。

品牌金融集团亚太区总裁亚历克斯·黑格表示，物流品牌是一国经济实力和动力发展的重要指针。中国物流企业通过将技术、履约与责任转化为清晰的市场认知，为全球物流行业提供了差异化价值增长的宝贵参考路径。



这是8月27日在德国科隆国际游戏展网易游戏展台《遗忘之海》展区拍摄的角色扮演者。

2026年科隆国际游戏展8月26日在德国科隆开幕，来自世界各地的游戏厂商、专业人士和游戏爱好者汇集于此，展示和体验最新游戏产品及创新技术，中国元素也受到越来越多关注。科隆国际游戏展中国区负责人潘容告诉记者，今年共有60家中国企业参展，创历届中国参展商数量最高纪录。另据记者了解，多款中国游戏作品首次在海外开放线下试玩，相关中国元素和前沿技术受到行业和游戏爱好者广泛关注。

新华社记者 张豪夫 摄