



2025中国国际服务贸易交易会

彰显科技融合服务新未来

本报记者 冯其予 韩秉志

9月10日，2025中国国际服务贸易交易会于北京盛装启幕，以“数智领航 服贸焕新”为年度主题，汇聚全球智慧，集中呈现多个国家和地区的创新成果与发展风采。一批前沿技术和服务解决方案在此迎来全球或全国首发，彰显科技融合服务的崭新未来。本届盛会致力于推动服务贸易和投资、消费的深度融合与创新提升，为国际交流与合作搭建高端平台。

历经十一载，服贸会见证了中国服务业与服务贸易的开放创新与蓬勃成长。多年来，它不断拓展开放窗口、夯实合作桥梁、强化创新引领，持续提升全球影响力，已成为构建开放型世界经济的重要力量。

让无形服务可感可知

科技创新是服贸会的鲜明底色。本届服贸会更加注重科技化、智能化应用，重点展示新技术应用场景、解决方案和产品背后的附加服务。在这里，无形的服务不仅可视化、可体验，还能交流、互动。

人潮涌动，乐声悠扬。在服贸会的户外广场，由三台人形机器人组成的机器人乐队正在合奏《我的祖国》。其中一位化身鼓手，敲击节奏稳健有力；一位端坐在钢琴前，双手在黑白键间灵活跳跃；另一位则敲击扬琴弦，清脆悠扬的音色与钢琴、鼓点交织在一起，勾勒出一幅“科技与艺术共鸣”的画面。

作为研发团队核心成员，浙江大学机器人研究院机器人乐队项目负责人赵晗介绍，这支机器人乐队并非“简单模仿”，而是科技与艺术深度融合的成果。机器人乐队不仅基于仿生手臂完成拟人化钢琴演奏，还能自主解析曲谱并生成动作指令，实现多种乐器自然合奏，适用于商业演出、文旅景区、科普教育等多种场景。科技赋能文化服务，不仅为现场观众带来美好体验，更展示了智能机器人在文化服务贸易中的巨大潜力。

在另一侧展区，一款名叫“夸父”的人形机器人正双手舒展、步伐稳健地打着太极拳，动作行云流水，举手投足间透着一份“从容”。

“随着人形机器人走进千行百业，多元应用场景正逐步规模化落地。”乐聚通研(北京)机器人技术有限公司副总经理苏垚说，这款KUAVO PRO机器人能够胜任料箱搬运、零件分拣和物料入库等作业，未来将在工业智造、非标工序自动化中发挥更大作用，

这是我国量子算力首次大规模、长时间向全球开放。

电信、计算和信

服贸会不仅是世界认识中国服务贸易的重要窗口，也为全球服务业发展贡献新的公共产品。今年，安徽省首次以主宾省身份参展，展示量子科技、人工智能、新能源汽车、文化出口等领域多项具有全球影响力的标杆成果，展现出强劲的开放新动能。其中，“本源悟空”作为国内首款工程化超导量子计算机，可为生物医药、金融分析等领域提供颠覆性算力支撑，

这是我国量子算力首次大规模、长时间向全球开放。

电信、计算和信



观众在服贸会上了解智慧化河流管理方面的突破。
本报记者 刘月杨摄

信息服务专题是服贸会科技含量最高的专题之一。今年专题展以“数智链接世界”为主题，聚焦数字服务贸易和高精尖产业，围绕电信服务、数字技术、AI、人形机器人、低空智联网、科技创新孵化“引进来”和数字“出海”双向国际服务贸易等领域设置展区，以新技术、新体验助力服务贸易发展。

“从‘北京方案’到‘5G智联’，‘软硬结合’，精彩呈现数字服务核心亮点。”首都会展集团有限公司服贸会中心高级总监贺琼华说，服贸会平台既吸引国际优质资源落地，又推动本土技术出海，充分展现我国在数字服务贸易方面扩大开放、集聚全球优质要素的坚定决心。

扩大优质服务供给

服贸会不仅是服务贸易开放、创新、合作的重要平台，也是观察我国消费新趋势的窗口。今年1月份至7月份，我国服务零售额同比增长5.2%，服务消费占比持续提升，消费形态逐步转向商品消费和服务消费并重的阶段。作为推动扩大服务消费的重要抓手，服贸会为扩大优质服务供给、激发新业态活力提供生动注脚。本届服贸会更加突出优质服务供给，展示优质服务品牌。“得物正品样本库就像商品图书馆一样，为商品鉴别提供标准。”得物APP相关负责人介绍，这个样本库覆盖25个品类6000多个品牌10万多个商品。每一件商品都建立了不同的鉴别逻辑和标准，且随着商品丰富度的提升，持续迭代增加。作为一家上海科技企业，得物APP依托人工智能等前沿技术，打造了全球领先的AI商品查验鉴别体系，以及全球API匹配及托管定价等数字化工具，确保跨境电商数字订购的可靠性与便捷性。

“得物正品样本库就像商品图书馆一样，为商品鉴别提供标准。”得物APP相关负责人介绍，这个样本库覆盖25个品类6000多个品牌10万多个商品。每一件商品都建立了不同的鉴别逻辑和标准，且随着商品丰富度的提升，持续迭代增加。作为一家上海科技企业，得物APP依托人工智能等前沿技术，打造了全球领先的AI商品查验鉴别体系，以及全球API匹配及托管定价等数字化工具，确保跨境电商数字订购的可靠性与便捷性。

传统线下演出往往受限于时间和空间，优质演出难以惠及更多观众。在服贸会北京方案展上，一个模拟剧院突破了时空限制。舞台上，中国国家话剧院原创话剧《苏堤春晓》正在上演。舞台下，观众通过“超高清第二现场”系统，多机位、多景别、多角度沉浸式观演。

“ULive超现场是京东方中联超清打造的全球首个8K级超高清第二现场数字视听解决方案。”京东方工作人员介绍，该系统通过即时拍摄、制作、输出，将“第一现场”的超高清内容，通过“现场到现场”安全分发播控平台传输到“第二现场”，构建“版权可信、传输可靠、沉浸可感、全国可达、普惠可及”的技术体系，实现“一场好戏，百场同台，万众共享”，让服务贸易的舞台充分延展。

作为本届服贸会举办地，首钢园利用高炉等特色工业场景，分阶段举办艺术表演、文旅市集、体育赛事等多元化活动，打造服务消费新业态。如首钢滑雪大跳台打造“体育+”新消费场景，游客可体验绳降、蹦极、攀岩等项目。中国国际糖果季活动集展览、体验、消费于一体，将“甜蜜经济”与艺术时尚相结合，打造网红打卡地。

“首钢园与服贸会双向奔赴，既是服贸会创新发展、开放共享的生动诠释，也是首钢园加快转型发展的主要引擎。”北京首钢建设投资有限公司产业生态发展服务事业部副部长吴鑫说，今年，首钢集团放大服贸会溢出效应，结合“山一水一工业遗存”景观和展会资源，策划沉浸式互动活动，展示文商旅体融合新场景，撬动消费升级新动能。

9月10日，2025中国国际服务贸易交易会如约而至。在北京最美的秋天，永定河畔3平方公里区域内，八方来客齐聚首钢园高炉与静水之间，共赴一场以“数智领航 服贸焕新”为主题的“北京之约”。

经过10余年培育，作为与广交会、进博会并列的我国对外开放三大展会平台之一，从“京交会”走来的服贸会，一步步升格更名，今年又将举办地点永久设于北京石景山首钢园区，实现“一址办会、场景互动”。这是服贸会的又一次华丽转身。

漫步首钢园区，擦身而过的机器狗、人形机器人让人直观感受到服贸会的“数智范儿”。盛会启幕前，首钢园刚完成了5.0版的场馆改造提升，实现展览、会议和各类体验活动的联动，艺术表演、文旅市集、体育赛事等40余场丰富多彩的配套活动也陆续铺开。当咖啡由机械臂精准递送，机器狗和人形机器人一起沐浴夕阳余晖，人们真切感受到，服务贸易不再是“看不见”的抽象交换，而是可触、可玩、可感的新体验。

“工业锈带”变成“数智秀带”，带来的不只是参观者新颖独特的体验，在更深层次上，是服贸会全方位创新，顺应数字化、网络化、智能化发展趋势，加强人工智能、大数据等领域国际合作，促进服务贸易发展提质升级的一次鲜活实践。

服贸会既是我国服务业“引进来”“走出去”的重要渠道，也是中国对外开放、深化合作、引领创新的重要窗口。这次新起点上的再次出发，秉承“数智领航 服贸焕新”年度主题，将“数字化、智能化、绿色化”写进每一道展墙、每一场论坛、每一次活动。

今年的服贸会上，113家企业将发布198项新产品、新成果，其中有新品首发类成果109项，包括全球首款3D打印高分子抗疲劳可吸收血管支架、全球首个8K级超高清第二现场分发平台、国内首款突破千比特规模的专业光量子计算机等。产品首发之外，本届服贸会更注重科技化、智能化应用，重点展示新技术应用场景、解决方案和产品背后的附加服务。

比如，推出“北京方案推介官”数字人解说、生物医药AI研发全流程演示等生动场景；向导机器人为来宾提供引导解说，冰淇淋机器人现场制作美食，足球竞技机器人带来精彩的赛事表演；金融机构联袂打造“数字人民币+”创新展示矩阵，进一步利用AI赋能，激发金融创新新动能。当“数智”成为服务贸易的底层支撑，任何国家、任何企业、任何个体都可以通过这条“云上的河流”，共享全球分工的新增量。

未来，首钢园将按照“两国一河”规划，以花园式“会展小镇”的姿态，为首都会展提供新供给，为城市更新树立新典范。服贸会带来的“数智”之火，不仅照亮工业遗存更新的方向，也将照亮中国服务出海的航迹和全球贸易共赢的明天。

本报记者 倪奇春 美编 高妍

创新驱动电商品质升级

本报记者 康琼艳

9月10日，以“数智引领·品质创新”为主题，2025电子商务大会在北京首钢国际会展中心开幕。全球电商发展有哪些新趋势？数智技术为电商产业带来哪些变化？500余位嘉宾代表展开深入交流和探讨。

从清晨闹钟旁的公交大数据查询，到深夜“黑灯工厂”里运转的智能机器人；从直播间里热销的全球好物，到跨境物流中穿梭的海外订单……电子商务早已超越交易本身，成为串联生产与消费、连接国内与国际的数字纽带。数据显示，今年1月至7月，我国网上零售额86835亿元，同比增长9.2%。其中，实物商品网上零售额70790亿元，增长6.3%，占社会消费品零售总额的比重为24.9%。

“从市场实践看，我国网上零售品质化、智能化、服务化消费趋势愈加明显，这既是中国消费市场韧性的生动注脚，更是数字引领与品质创新双轮驱动的必然结果。”中国商业联合会党委书记、会长姜明表示，电子商务作为数字经济与实体经济融合发展的重要结点，既是推动国民经济高质量发展的“加速器”，也是提升人民生活品质的“服务站”，要坚持创新驱动、品质为本，让电子商务在扩大内需、联通内外、赋能产业等方面发挥更大作用。

今年3月印发的《提振消费专项行动方案》提出，实施数字消费提升行动，大力培育品质电商。如今，“品质电商”正在成为行业共识。与辉同行董事长、总经理董宇辉认为，品质电商不仅要提供优质的产品，更要注重与消费者的

情感连接，赋予产品文化和情感价值，提升消费者的购物体验，让电商产业在满足足消费者物质需求的同时，也能满足精神需求，从而推动产业更高质量发展。“我也是一个消费者，我想要的东西其实就是优质的商品、公道的价格、贴心的售后再加上稳定的供应。”董宇辉说。

近年来，多项政策的出台为“人工智能+消费”创造了优越的环境，“人工智能+”已成为驱动数字服务消费扩容提质的核心引擎。“AI通过精准用户洞察、生成内容创新、沉浸式场景重塑‘人货场’，激发消费需求，其赋能范围覆盖文旅、养老、教育等多个领域。”中国国际电子商务中心研究院执行院长刘艳芳指出，人工智能从提升效率、创新产品服务、优化商业模式等多个方面提升了消费全链路智能化水平，不断加快服务消费线上化、数字化进程，为扩大内需注入了新动力。

从“商品电商”到“服务电商”，数智化技术正在重塑电商发展的全新图景。“科技为拓展城市美好生活提供了更多可能。”美团党委书记、副总裁陈荣凯表示，通过拓展多元化的服务零售场景，线上平台与线下商家紧密连接，不仅提升了城市居民的生活品质，而且推动城市生活服务实现数字化转型。据介绍，美团自动驾驶车自2020年在北京落地以来，截至今年6月，已累计配送超过500万单，累计行驶里程超过1500万公里，服务数百个社区的配送需求。美团无人机也已在深圳、上海、广州等城市开通64条航

线，累计完单超60万笔。

随着可持续消费理念的普及，二手交易正从“补充性市场”走向重消费场景，电商平台在循环经济发展中扮演着重要角色。转转集团联合创始人、采货侠CEO相昌峰表示，越来越多的年轻人更在意商品的“生命周期价值”，更愿意为可持续的生活方式买单。通过建立标准化二手交易与质检体系，让更多闲置资源高效流转，这显示出电商在促进可持续发展方面的积极意义。

近年来，中国卖家全球化布局的脚步不断加速，跨境电商是中国企业出海的重要选择。亚马逊中国副总裁、亚马逊全球开店亚太区市场及合作拓展负责人邱胜介绍，过去一年，中国卖家在全球站点售出的商品数量同比增长超20%；过去两年，年销售额超过100万美元的中国卖家数量增长了55%，年销售额超过1000万美元的中国卖家数量增长了60%。他表示，AI技术正在重塑跨境电商的每一个环节，帮助中国品牌突破地域壁垒，在海外市场实现从“产品输出”到“品牌深耕”的跨越，让中国企业在全球经济中展现出愈加强劲的竞争力。

作为中国国际服务贸易交易会的重要组成部分，电子商务大会已成为引领电子商务发展前沿理念、展现电子商务创新成果、洞悉电子商务发展趋势的国际化专业化交流平台。服贸会期间，大会还将举办消费电商、跨境电商、产业电商三大专场会议，呈现电商新趋势新成果新机遇。



观众在北京首钢园一处服贸会英文标识旁打卡。
本报记者 刘月杨摄

科技让文旅更精彩

本报记者 刘月杨

定制化的体验活动。”项目介绍人高天亮表示，“观众可以借助平板进行藻井DIY创作，系统会实时渲染，置身其中可感受一个藻井空间。”

在丰台展区，围绕“花朝月夕”主题打造的生态景观，巧妙融入丰台特色元素——界碑花卉大观园提供的多品种花卉点缀其间，与“丰台火车站”等标志性模型相映成景。各区域通过时空并置、感官沉浸与科技赋能，融合实景、MR等互动元素，让参观者在移步换景间感受“每一刻皆丰台”的独特魅力。

“触摸到了！”在“多感官沉浸式可移动数字空间”体验区，观众戴上MR眼镜和柔性触感手套，就能感受蝴蝶在手中振翅，听雨林的风声和鸟鸣声从耳畔掠过。北京市丰台区文化创意产业促进中心党组书记裴小威说，专题共吸引425家企业线下参展，包括世界500强及行业龙头企业83家，国际企业40家，国际化率达9.4%。本届服贸会文旅服务专题集中展示北京文化产业高质量发展成果，众多新场景、新产品、新服务在此首发首展，构建出“可感知、可参与”的文化科技融合展示盛景。

能”的深度融合，让千年文脉在数字时代“活”起来。

今年，“公园礼物”第六次走进服贸会。该展区安排了颐和园AI数字人智慧客服和玉渊潭公园MR生态体验项目。观众还可以选择自有图案或文字定制专属咖啡——天坛公园“咖啡打印机”以研磨咖啡粉为“墨水”直接打印在冲好的咖啡上，描绘“科技让文旅更精彩”的生动图景。

“本届文旅服务专题以‘科技赋能 创意引领’为主题，面积约1.11万平方米，包括首钢园9号馆和11号棚。”北京市文化创意产业促进中心主任裴小威说，专题共吸引425家企业线下参展，包括世界500强及行业龙头企业83家，国际企业40家，国际化率达9.4%。本届服贸会文旅服务专题集中展示北京文化产业高质量发展成果，众多新场景、新产品、新服务在此首发首展，构建出“可感知、可参与”的文化科技融合展示盛景。

“从市场实践看，我国网上零售品质化、智能化、服务化消费趋势愈加明显，这既是中国消费市场韧性的生动注脚，更是数字引领与品质创新双轮驱动的必然结果。”中国商业联合会党委书记、会长姜明表示，电子商务作为数字经济与实体经济融合发展的重要结点，既是推动国民经济高质量发展的“加速器”，也是提升人民生活品质的“服务站”，要坚持创新驱动、品质为本，让电子商务在扩大内需、联通内外、赋能产业等方面发挥更大作用。

今年3月印发的《提振消费专项行动方案》提出，实施数字消费提升行动，大力培育品质电商。如今，“品质电商”正在成为行业共识。与辉同行董事长、总经理董宇辉认为，品质电商不仅要提供优质的产品，更要注重与消费者的