

机器人4S店不只是门好生意

虽说汽车4S店早已司空见惯,但对于大多数人来说,机器人4S店还是个新事物。两个多月前,听说江苏建湖开了一家机器人4S店,而且是长三角地区首家线下实体店,心里充满了好奇与期待,专程前往探店打卡。

没有选择繁华的城市商圈,这家机器人4S店直接开在了当地机器人产业园的门口:1600平方米展厅、73个机器人品牌、1100余件产品,无论是机器人齐舞、陪伴机器狗互动,还是炒菜、护理机器人上岗演示,各具特色的应用场景,足以让人对未来机器人时代产生无限遐想。现场不仅能看、能买,还能租、能修,抽象复杂的技术原理变成了能感知、可触摸的新鲜体验。

客观上说,把成熟的汽车4S店服务逻辑与模式搬到机器人市场,本身并不复杂,但从机器人产业发展的维度看,这一新业态既有意义也有潜力——表层看无非是设备展示和销售维保,但深层看它有助于破解机器人产业“展品多、用品少”的现实困境,助力打通产业链“最后一公里”。从这个意义上看,机器人4S店是门好生意,但绝不只是一门生意。

长期以来,机器人行业始终存在着供

机器人产业发展,不能只靠实验室里的技术突破,更不能离开消费端的市场土壤。在新业态新机遇面前,不仅要算好个体的运营账,也要算好行业的发展账,在链接供需中培育产业生态。

需错位的矛盾。不少科创企业手握过硬技术,却缺少触达市场的有效渠道,不得不辗转各类展会推介产品;传统制造业企业、机构用户存在智能化改造需求,却难以直观对比不同机型性能,采购之后还面临调试复杂、维修缺位、配件供给不畅等难题,技术成果卡在了从实验室走向真实场景的“临门一脚”。

以可见、可感、可体验的方式,让智能科技走进大众视野,融入日常生活,正是机器人4S店备受关注的的原因之一。作为北京亦庄Robot Mall模式首个完整输出的样本,这家机器人4S店之所以能落地苏北小城,是因为与当地超前的机器人产业布局紧密相连。在很多地方还在观望时,江苏建湖就开始谋划建设机器人产业园,普渡、海柔、优地、柳叶刀、木叙等一批机器人项目率先入驻,厚植产业发展基础。

在此背景下,开设机器人4S店可谓水到渠成。它把过去集中在生产制造环节的产业链,拓展至市场对接、产品体验、售后运维等环节,既展示了本地企业的工业机器人产品,也引入了国内头部人形机器人品牌,既对接了工厂车间的技改需求,也面向社会公众开展科普宣传,补上了当地产业发展短板,不仅入选江苏省首批人工智能终端体验中心,也成为长三角机器人市场供需对接的重要节点。

不过,火热的新业态背后,绕不开机器人产业仍处于发展初期的实际。不同于标准化的汽车产品,机器人硬件迭代速度快、软件版本更新频繁,不同行业场景的定制化需求千差万别,这对4S店整体运维能力提出了更高要求。客观上看,单纯依靠硬件销售很难实现可持续运营,如果只把目光盯在设备售卖的短期收益上,忽视需求对接、技术

服务、市场培育的核心职能,机器人4S店就会丢掉最核心的价值。

一头连着市场收益,一头连着产业生态,机器人4S店的发展不能止步于展厅建设,需在商业逻辑与产业逻辑的并行中实现效益最大化。换句话说,机器人产业发展,不能只靠实验室里的技术突破,更不能离开消费端的市场土壤。可以肯定的是,未来机器人4S店还会越来越多,但在新业态新机遇面前,我们不仅要算好个体的运营账,也要算好行业的发展账,在链接供需中培育产业生态,让更多机器人走出展厅、走进千行百业,为我国机器人产业规模化发展注入源源不断的现实动能。



须坚持系统观念,统筹推进补链、强链、建链,变被动应对为主动作为,着力提升我国产业链供应链韧性和安全水平。

珠三角地区在工业机器人领域形成显著产业集群优势,长三角地区创新研发实力与产业规模领跑全国,京津冀地区依托丰厚科研资源在人工智能赛道展现出强劲动能……一段时间以来,我国多个省份和地区立足自身优势,以实际行动引导产业链供应链合理有序布局,为全球产业链供应链发展提供广阔空间。在外部环境复杂严峻的情况下,如何更好筑牢产业链供应链安全底线,成为题中应有之义。

经过长期发展,我国已建成全球规模最大、门类最齐全的产业体系,并在多个领域形成完整产业链和竞争优势。我国是唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家,制造业总体规模保持全球第一,持续为世界提供优质稳定的中国供给。以出口“新三样”为例:在新能源汽车领域,安徽省聚集奇瑞、比亚迪等整车企业,形成从动力电池到智能网联的完整链条;在锂电池领域,广东省依托比亚迪、亿纬锂能等,构建从材料到整车的产业闭环;在光伏领域,江苏省凭借天合光能、协鑫科技,贯通多晶硅至组件全链条。与此同时,以机器人、人工智能、创新药为代表的“新新三样”也在加速崛起。这种从“新三样”到“新新三样”的梯次布局与持续升级,充分彰显了我国产业链的深厚韧性与强劲竞争力。

然而,在全球产业链加速重构、地缘政治博弈加剧与新兴经济体竞争白热化的复杂背景下,我国产业链供应链发展仍面临多重挑战。从外部看,地缘政治冲突加剧、技术封锁持续升级,对产业链供应链安全造成较大冲击;从内部看,我国制造业“大而不强”“全而不精”的问题依然存在,关键设备进口受限,先进制程突破遇阻,产业升级在关键节点上屡遭遏制,部分劳动密集型产业加速外迁,已出现较多向东南亚等地区转移,产业链面临“高端受阻、低端分流”的双向挤压。

产业链、供应链在关键时刻不能掉链子,这是大国经济必须具备的重要特征。未来,须坚持系统观念,统筹推进补链、强链、建链,围绕核心技术自主可控、优势产业提质增效和未来产业前瞻布局持续用力。要变被动应对为主动作为,着力提升我国产业链供应链韧性和安全水平,强化产业基础再造和重大技术装备攻关。

聚焦关键领域补链强基,夯实产业安全底座。补链的核心在于解决关键环节受制于人的问题。针对集成电路、工业母机、高端仪器、核心基础零部件、关键材料等“卡脖子”领域,统筹推进关键核心技术攻关工程、产业基础再造工程和重大技术装备攻关工程,集中优势资源突破基础研究、核心工艺和关键装备瓶颈。完善财政、税收、金融等支持政策,引导企业持续加大研发投入,推动创新链、产业链、资金链和人才链深度融合。

围绕创新驱动强链提质,增强产业竞争优势。强链的关键在于提升优势产业的整体质量。坚持以科技创新引领产业创新,围绕创新链布局产业链、围绕产业链部署创新链,推动创新成果加快转化为现实生产力。聚焦新一代信息技术、高端装备制造、新材料、新能源等重点领域,培育一批具有生态主导力和国际竞争力的“链主”企业,充分发挥其资源整合、技术创新和产业协同作用,带动上下游企业协同发展。大力支持专精特新企业和制造业单项冠军企业发展,引导中小企业深耕细分领域,形成大中小企业融通发展的产业生态。

面向未来产业链建布局,塑造发展新优势。建链的目标在于抢占未来产业发展制高点。顺应新一轮科技革命和产业变革趋势,依托产业门类齐全和超大规模市场优势,前瞻布局量子科技、人工智能、具身智能、生物制造、低空经济、未来能源等战略性新兴产业和未来产业,推动前沿技术研发、场景应用和产业生态协同发展。围绕关键技术、核心平台和重要标准加快布局,积极占据产业链关键环节和价值链高端位置,培育新的经济增长点和竞争优势。

(作者系东北大学工商管理学院院长、教育部“长江学者”特聘教授)

蒋忠中

重拳整治驾培抱团涨价

邓浩

不少想学开车的新手,向不同驾校咨询报价,却发现培训价格普遍虚高。究其原因,驾校之间早已私下串通好,背后甚至有行业协会组织推动。

市场监管总局近日公布,自2022年至今,全国市场监管部门累计办结、在办驾培垄断案件12件,覆盖10余个省份,西南、西北地区县域为高发区域;案件共涉及百余家本地驾校,单案涉案主体4家至17家不等,驾培企业“抱团涨价”问题突出。超三成案件由行业协会牵头,通过开会、签公约、建联盟等方式统一价格、划分区域、分配利润。

近年来,全国机动车保有量持续增长,下沉市场出行需求旺盛。但部分县城及三四线城市驾培行业滋生抱团涨价、协会串谋、收费失规、培训缩水等乱象,成为群众反映强烈的民生痛点。抱团涨价的本质,是赤裸裸的横向垄断协议。本应是竞争对手的驾校,在行业协会撮合下结成“价格联盟”,直接剥夺了消费者的选择权和议价权,违反了反垄断法等明文禁令,还破坏了市场公平竞争生态。

一系列负面后果也由此产生:消费者学车成本上升,驾校服务质量下降,驾培行业口碑滑落,汽车消费需求被抑制……驾培垄断乱象虽发生在细分领域,却与扩大内需的政策导向背道而驰。

国务院不久前印发的《知识产权保护和运用“十五五”规划》,将“完善算法、人工智能生成物以及与平台经济发展相关的知识产权保护规则”作为知识产权未来发展的一个重点方向,并对完善网络出版、网络视听、网络文艺等版权保护制度与交易规则,以及推广“知识产权(IP)+消费”模式等作出系统部署,旨在以更加完备的知识产权体系驱动数字文化产业升级。

目前,我国数字文化产业发展迈上新台阶。数据显示,今年上半年文化新业态营收同比增长9.6%,较全部规模以上文化企业增速高出5个百分点,新业态已撑起产业“半边天”。从细分领域看,内容创作生产、新闻信息服务、创意设计服务均保持两位数增长,成为拉动数字文化产业增长的主要力量。现象级产品的爆发印证了这一发展趋势,国产3A游戏代表作《黑神话:悟空》全球销量突破3000万份,斩获TGA“最佳动作游戏”与“玩家之声”双项大奖,成为国产数字文化IP输出的标杆。这表明,数字文化产业引领新供给、激活新消费的作用日益凸显。

一些问题也不容回避。一是版权保护规则滞后,数字技术集成应用使版权侵权易发、维权成本高;二是部分项目重技术轻文化、重建设轻应用,创新转化能力

对此须施以重拳整治。尤其需要注意的,则是行业协会在其中扮演的关键角色。

作为行业内各企业的联合体,行业协会本应是公平竞争的维护者,引导行业内部自律,促进成员企业依法合规经营。但在市场监管总局近年来发布的中国反垄断执法法年度报告中,行业协会因达成并实施垄断协议而被处罚的案例可谓屡见不鲜,有些行业协会甚至是垄断协议的“牵头人”。与经营主体实施的排除、限制竞争行为相比,行业协会的垄断行为具有特殊性和复杂性,对市场竞争的损害显然更为严重。

整治驾培垄断乱象,还需打出监管“组合拳”。保持反垄断执法高压态势,对涉案企业依法从重处罚,抬高违法成本,同时严厉追责牵头的行业协会,双管齐下、精准打击,瓦解“价格联盟”。构建长效机制,完善跨部门协同监管,强化驾培收费、成本监测与信息公开,正本清源发挥行业协会自律引导作用,推动驾校摒弃“价格合谋”、转向服务比拼,依靠透明规范、品质过硬的服务重塑行业口碑。

唯有以刚性执法破除垄断坚冰,以制度创新重塑竞争生态,才能切实减轻群众负担,释放下沉消费活力,为驾培行业健康持续发展保驾护航。

(中国经济网供稿)

用好知识产权告别弹窗广告困住停车缴费

一是完善数字版权保护,二是加强数字版权公共服务,三是数据要素流通不畅,知识产权公共服务不完善,复合型人才紧缺。对此,需以知识产权保护、运用、服务为主线,从3个层面施策,解决问题。

强化知识产权保护,筑牢数字文化产业发展根基。细化产业监管机制与实施细则,为新业态提供明确法律预期。健全版权侵权快速发现与联合惩戒机制,运用区块链、大数据等技术手段提升监测取证能力,降低维权成本。加强版权登记、预警监测等前端工作,推动建立行业自律与行政保护相结合的多元共治格局,从源头上减少侵权行为发生。

深化知识产权运用,激发数字文化企业创新活力。引导企业加大研发投入,鼓励企业通过专利质押融资、知识产权作价入股等方式,让技术服务于文化内涵挖掘与表达,避免华而不实的“数字花瓶”。聚焦精品内容创作,打造具有中国风格、国际影响力的文化IP,探索“IP+消费”等版权运营新模式,积极拓展海外市场,将版权优势转化为市场竞争优势。

优化知识产权服务,涵养数字文化产业良好生态。加快文化大数据体系建设,推动文化数据标准制定与数据互通,为数据确权和价值评估提供清晰规则,释放数据要素乘数效应。完善知识产权公共服务体系,为中小微企业企业提供版权登记、维权援助、价值评估等一站式服务,降低企业创新成本。



数字化扫码缴费有效缓解停车场通行压力,但部分平台利用车主急于离场的心理设置弹窗广告,导致车主误触扣费,相关投诉持续增多。智慧停车本是提升通行效率的便民举措,运营各方要主动规范页面设计,剔除诱导式营销套路,为公众提供安心顺畅的出行体验。



演出经济升温的启示

李凯 刘金鑫

演出经济是以演艺活动为支点,联动餐饮、住宿、交通、旅游等关联消费的新型经济形态。据中国演出行业协会的最新监测,2026年上半年全国营业性演出、票房收入、观众人数同比分别增长1.96%、9.41%、5.28%。收入的增长,勾勒出演出经济发展的蓬勃图景。

演出经济升温,是政策引导、消费升级、技术赋能与基建完善协同发力的结果。政策端,我国全面推行“强实名、限转退”“一次审批、全国巡演”政策,北京、云南等地方政府出台资金奖补与政务优化措施,为市场注入动能。消费端,年轻群体已成为消费主力,消费偏好从物质满足加速转向精神愉悦,悦己与情绪消费兴起。演出凭借沉浸式体验与强社交属性,从可选娱乐升级为日常精神生活刚需。产业端,演出工业体系日趋成熟,国产舞台设备与数字化技术提升了巡演效率,AR/VR、AI等技术持续优化现场体验。基建端,高铁网络日益完善,大幅降低跨城观演的时间成本。多重因素叠加,让演出经济有条件激活城市文旅,“为一场演出奔赴一座城”渐成常态。

不过,繁荣的背后,产业短板不容忽视。演出内容同质化严重,优质原创演艺作品供给不足。演出

场馆及周边配套相对滞后,大型演出瞬时客流加重城市治理负担。区域资源配置失衡,头部优质演艺资源高度汇聚一线及强二线城市,部分二三线城市依靠财政补贴争夺演艺项目,投入产出不成比例,三四线城市精品演出供给匮乏,供需空间错配的结构矛盾较为突出。演出经济要实现“长红”,仍需多方发力。

丰富优质内容供给。推动舞剧、话剧、戏曲等经典剧目开展全国巡演,比如文华奖获奖剧目婺剧《三打白骨精》目前已巡演30余城,成为1例成功实践。支持优质演艺作品突破单一演出形式,向影视、音乐会、艺术展览等多元场景延伸,比如《只此青绿》从舞台延伸至电影与音乐会,实现跨界衍生。深挖地方历史、非遗与民俗资源,打造原创作品。引进国际头部演艺项目,与顶级制作公司、演艺集团深度合作,争取亚洲首演、新剧试演及专属版制作落地,携手迪士尼等国际顶尖团队共创本土化演艺新作。大力扶持本土创作力量成长,激发创作活力,让优质内容成为演出市场发展的源头活水。

完善硬件与治理体系。借鉴太原打造“歌迷之城”、南宁文旅集团转型综合运营商等经验,将服务

意识融入硬件升级。优化演艺场馆布局,提升场馆使用效率,推进场馆智能化升级。完善停车场、卫生间、寄存点等公共服务设施,提升观演便利性与舒适度。细化大客流应急预案,强化交通接驳保障,加密演出期间公交线路班次,延长运营时间,增设进场、散场专线与接驳巴士,缓解瞬时大客流疏散压力。健全文旅、公安、环卫、网信等多部门协同处置机制,统筹安保、环卫与舆情引导,确保演出期间城市运行安全有序。以精细治理与优质配套,夯实演出经济持续火热的根基。

优化产业梯度布局。一线城市依托完善的产业配套与客流优势,聚焦头部演艺项目与首发首秀,强化全球资源配置,打造产业高地。二三线城市精准承接中心城市演艺资源外溢,有序引进巡演、中小型精品演出,依托都市圈区位优势打造区域性次级文娱消费中心。三四线城市与县城立足本土历史民俗、山水生态优势,推动演艺业态拓展至特色小镇、旅游景区与乡村场景,重点布局沉浸式实景演艺、小型主题展演等演艺项目。依托层级错位、优势互补、协同联动的发展格局,破除同质化竞争与粗放发展模式,摆脱短期流量依赖。