

回應荷蘭經濟大臣涉安世半導體言論 中方：極度失望

香港文匯報訊 據商務部網站消息，荷蘭經濟大臣卡雷曼斯11月13日接受英國《衛報》採訪，談及安世半導體問題，稱「即使事後來看，仍會作出同樣的決定」「這給各國領導人都是一個警示」。對此，中國商務部發言人14日表示，中方注意到荷蘭經濟大臣卡雷曼斯近日接受媒體採訪的相關言論。中方對這種混淆是非、顛倒黑白、一意孤行的言論表示極度失望和強烈不滿。

荷方不當干預才是混亂惡源

發言人指出，這場半導體供應鏈危機帶給全世界的深刻教訓是，不能強行用行政手段不當

干預企業經營。在荷蘭政府9月30日發布行政令以及10月8日荷企業法庭作出錯誤判決之前，全球半導體產供鏈是穩定和安全的。但荷方強行不當干預，並託管一個100%控股的私營企業99%的股份，這種違背契約精神、不明智衝動的行徑一石激起千層浪，才是造成全球半導體產供鏈動盪和混亂的惡源。

發言人指出，採訪顯示，僅僅憑借某些人去大臣辦公室談話，就引用冷戰時期制定但從未啟用的《貨物可用性法案》，匆忙出部長行政令，並推動法院在極短時間內作出裁決。這種做法既是輕率之舉，更是荒唐至極。荷蘭是崇尚法治的國家，但在該事件中，荷方一些人既未嚴格履行

法律程序，也沒有保護外資企業的正當權益，就強行託管一家中國上市公司全資子公司的股份，已嚴重損害荷蘭的營商環境和政府公信力。

望荷方帶建設性方案來華磋商

發言人強調，中方一直本着負責任的態度，採取切實措施，對合規的用於民用用途的相關出口予以豁免，盡最大努力恢復全球半導體產供鏈的暢通與穩定。短期看，在中方努力下，半導體產供鏈危機有所緩解。但由於荷方所作所為，全球半導體產供鏈依然脆弱，形勢依然嚴峻。荷方置全球半導體產供鏈安全穩定於不顧，不僅沒有解決問題的實際行動，反而坐視

安世（荷蘭）拒絕向中國企業提供晶圓、發律師函阻止中國代工廠對外供貨，導致不少車企仍面臨斷供風險，將一家企業的內部矛盾升級成全球範圍半導體產供鏈的系統性風險。中方的立場和態度是一貫的。

發言人指出，中方已同意荷方派員來華磋商，願與荷方一道，從維護全球半導體產供鏈安全穩定的大局出發，盡快解決當前危機。但要強調的是，希望荷方帶着建設性方案來，而不是做做樣子、舊調重彈；奔着解決問題來，而不是創造新的問題和矛盾。希望荷方切實展現與中方真誠合作的意願，盡快提出實質性、建設性解決問題的方案。

「雙11」消費新寵 人形機器人賣斷貨

滿足競賽教育陪伴需求 業內：有望成為新消費增長極

香港文匯報訊（記者 朱燁、實習記者 張芮淇 北京報道）作為機器人領域的「流量明星」，人形機器人憑借技術成熟度與場景適配性，在今年「雙11」嶄露頭角，成為消費市場的新寵：「小布米」人形機器人500台庫存兩天售罄，Booster K1 機器人20分鐘內被搶購一空。京東方面亦對香港文匯報記者透露，截至11月11日23時59分，智能機器人的成交額同比增長2.5倍。香港文匯報記者日前還詢問多家售賣人形機器人的線上商家得知，以千元區和萬元區（人民幣，下同）為區分，圍繞着競賽研發和生活娛樂各類需求，呈現出多元化的消費現象。從蛇年春晚的「一炮而紅」到後續市場的供不應求，人形機器人作為「流量明星」，從研發製造到銷售，在全產業鏈跑出了「加速度」。業內人士相信，未來隨着應用場景的深化，其商業價值將進一步釋放，有望成為新的消費增長極。



▲11月6日，在湖北人形機器人創新中心，人形機器人數據採集員在進行數據採集工作。 新華社

自10月15日以來，各商家逐步拉開了「雙11」大促的序幕。北京的合生匯廣場也特別上新了一個科技味十足的快閃區，其中，在亦莊機器人店舖中，香港文匯報記者看到有能下五子棋的機器人，能翻筋斗的機器狗，能和人類握手互動的人形機器人……這個佔地30平米的超大臨展展台，吸引了不少小朋友的目光，更給消費者們帶來了一場和機器人狂歡的盛宴。

一品牌500台產品兩天內售罄

隨着應用場景漸趨多元，人形機器人成為今年「雙11」的新主角。例如，定位於娛樂陪伴、教育、展覽展示的人形機器人「小布米」，單價9,998元，500台兩天內售罄。加速進化公司2.99萬元起的人形機器人Booster K1，在發布後的20分鐘內被一掃而空。該機器人定位為具身智能開發入門級平台，應用場景覆蓋教育、賽事及展演領域。

天貓幻爾官方旗艦店告訴香港文匯報記者，「樹莓派人形機器人AI視覺大模型TonyPi」是本次「雙11」期間的爆款，銷量超300件。其定價在2,550元至5,250元，主要用於科研開發、競賽和教學使用。優必選旗艦店對香港文匯報記者表示，其8月份剛剛上新的AI悟空2代智能教育機器人，成為該店「雙11」期間銷量第一的人形機器人。定價僅3,100元，主要用於日常生活陪伴及娛樂。

而宇樹科技作為萬元區代表，價格集中在29,999元至168,900元，其產品銷售總量雖不如千元區產品，但也受到部分消費群體的熱愛。其線上海舖對香港文匯報表示，「雙11」活動期間售價39,999元的「R1具身智能人形機器人」訂購和問詢者均有不少。而來自Casbot靈寶定價高達328,700元的「02人形機器人身具智能全尺寸雙足機器人」也有不少消費者問詢細節。

消費者看中AI學習平台

消費者馬先生購買了「樹莓派人形機器人AI視覺大模型TonyPi」。他表示，主要是通過它可以深度學習AI視覺和Python編程。體驗上，拼裝和調試很有成就感，而且它的AI追蹤功能非常酷。這不僅是玩



●在武漢的人形機器人7S店，敲鼓、扭秧歌、足球賽等現場表演，可以讓消費者近距離欣賞各家機器人，對促成最終購買意向達成至關重要。 網上圖片



▲人形機器人在今年「雙11」嶄露頭角，成為消費市場的新寵。圖為早前在重慶舉行的2025世界智能產業博覽會上，一台人形機器人正在展示太極拳。 資料圖片



▲人形機器人滿足競賽和教育等多元需求。圖為11月6日，在第八屆進博會宇樹科技展台上，人形機器人進行格鬥表演。 新華社

具，更是個出色的學習平台，推薦給想入門AI機器人的學生和創客。

今年人形機器人市場規模料超82億

人形機器人在這個購物季的爆發，是技術、生態和需求疊加的必然結果，也宣告着萬億元級新賽道正式開啟。目前，中國的人形機器人相關產業已具備一定體量。《2025人形機器人與具身智能產業研究報告》顯示，預計2025年中國具身智能市場規模將達52.95億元（佔全球27%），人形機器人市場規模達82.39億元（佔全球50%），2030年具身智能市場規模將達1,037.52億元（佔全球44.6%）。

此外，政府亦在加速推動相關領域應用場景的培育。11月10日，工業和信息化部規劃司司長姚瑋在透露「工信部下一步將加速推動的重點領域應用場景培育」時，就提到了「機器人+」應用場景。工信部將深入實施「機器人+」應用行動，拓展機器人的應用深度和廣度。推動工業機器人、人形機器人進工廠，優先在焊接、裝配、噴塗、搬運等細分場景實現落地應用。聚焦採礦、民爆、應急等領域複雜惡劣的生產環境推廣機器人產品，提升危險、惡劣環境下智能作業的水平。

各平台狀況

京東：截至11月11日23時59分，智能機器人成交額同比增長2.5倍。

天貓：「雙11」AI智能硬件設備熱銷，消費級AI智能硬件大受歡迎。機器人品牌 weilan、雲深處、優必選、enabot等均雙位數以上增長。

各產品銷量

▶幻爾視覺人形機器人Tonybot科研版
銷量：100+

▶樹莓派人形機器人AI視覺大模型TonyPi科研版
銷量：300+

▶樹莓派4B AI大模型人形機器人
銷量：1000+

▶Ebot 悟空AI智能機器人日用消費版
銷量：300+

單位：元/人民幣

整理：香港文匯報實習記者 張芮淇

來源：各大電商平台

近期機器人銷售數據

●「雙11」期間天貓平台的人形機器人在打折。

若剛需場景實現落地 將形成萬億級新市場

北京理工大學人工智能學院教師孫韜對香港文匯報表示，機器人是中國一個新興的經濟增長點，是多年製造業發展從量變到質變的過程，標誌着中國製造業從跟跑到創新的轉變過程。「這個是非常鼓舞人心的，因為世界上只有少數幾個非常發達的國家，才能形成初級的機器人消費市場。」他說，同時隨着機器人消費市場的興起，又能帶動人工智能的不斷演進，從而形成科技與市場的一個良性循環。不過他也提醒，機器人消費目前尚屬於「嬰兒期」，在此過程中，機器人技術仍有待發展，市場環境也需進一步完善，希望後續能夠繼續加大投入，並且拓展機器人應用場景，帶來更大的發展。

雲海時空創始人CEO、高級工程師郭哲滔對香港文匯報表示，人形機器人正從工業（B端）歷史性地轉向消費（C端），其成為今年「雙11」熱潮正是明確的信號。郭哲滔認為，這背後有兩大驅動力：一是AI大模型技術的成熟，為機器人提供了智能的「大腦」；二是供應鏈成熟和核心部件成本低，比如伺服電機等成本下降，使其價格首次進入「高端消費電子」區間。

科技「嘗鮮」等三原因促進消費

談及消費者為何願意為人形機器人買單，郭哲滔認為，大致可以分為三種原因：一是科技「嘗鮮」，早期的購買者在為「科幻走進現實」的體驗付費；二是為了情感價值，「人形」的設計天然承載了情感陪伴的預期，這是掃地機或智能音箱無法比擬的；三是功能期權，也就是說消費者是在為「硬件平台」的未來潛力提前付費。其買的不是一個功能固化的工具，而是一個可進化的「夥伴」，這與十年前買「功能機」、現在買「智能機」的邏輯是完全一樣的。

深耕科技領域多年的郭哲滔，對於人形機器人拉動消費的未來十分看好。「這不僅是『可能』，更是『必然』趨勢。」他判斷，短期內，即1至3年中，此領域或仍以「新奇玩具」的嘗鮮型消費為主，但中期，即未來3至5年間，一旦機器人在某個剛需場景，比如獨居老人看護、特定家務等場景上實現功能開環，市場將迅速爆發。從長期看，人形機器人更將是繼智能手機後的下一個「計算平台」。郭哲滔判斷，人形機器人產業拉動的將不僅是機器人整機銷售，更將形成一個萬億級的「服務+軟件」新生態，而這才是真正龐大的市場所在，比如機器人售出後的持續消費，完全可以對標智能手機的「App Store」（應用商店）模式。

香港文匯報記者 朱燁 北京報道