

2024年度吉林省最佳消费者权益保障保险公司：
中国平安财产保险股份有限公司吉林分公司

守护消费者权益 践行企业责任担当

在瞬息万变的金融市场中，消费者权益保护(消保)不仅是企业的生命线，更是行业健康发展的重要基石。平安产险吉林分公司始终将消保工作视为企业发展的核心，不仅将其深度融入企业文化，更贯穿于经营管理的每一个环节，以实际行动践行着对消费者的承诺与责任。

深化消保理念 筑牢企业发展基石

平安产险吉林分公司深知，消保工作是企业赢得市场信任的关键。为此，公司持续抓好理论学习，高层领导亲自挂帅，通过“高管讲消保”等活动，将消保理念深植于每一位员工的心中，形成了全员共筑“大消保”格局的良好氛围。

为了不断完善保障体系，公司构建了自上而下的消保管理架构，落实“一把手”责任制，确保消保工作的权威性和独立性。同时，依托消保智慧平台，实现了消保工作的线上化、数智化管理，让科技为消保工作赋能，提高了工作效率和精准度。

在经营全流程中，公司更是将消保工作融入其中，建立了三位一体审查管理体系，从源头上防范风险。营业网点服务设施的优化，特别是为老年人及特殊群体提供的暖心服务，体现了公司对客户需求的深刻理解与关怀。科技赋能精准服务，提升了理赔服务质效，让每一位客户都能感受到平安产险的专业与温度。

普及金融知识 展现行业新风貌

除了在企业内部深耕消保文化，党建引领也是平安产险吉林分公司消保工作的一大亮点。公司以先进党建理论为指引，

组建了一支作风清廉、精神饱满的金融消保队伍，他们不仅在工作中践行金融为民的初心，更在乡村振兴、医疗义诊等公益活动中，展现了金融企业的社会担当。

平安产险吉林分公司积极履行社会责任，以多元化的教育宣传活动，为公众普及金融知识，提升金融素养。公司积极响应吉林金融监管局的号召，通过“3·15消费者权益保护教育宣传日”“金融教育宣传月”等关键节点，集中开展教育宣传活动，同时，以“消风险、保权益、系万家”全年主题，开展线下线下的常态化教育宣传活动，将金融知识播撒至千家万户，为构建公平、统一的金融环境贡献了自己的力量。

为了推动金融教育直达基层，公司深入一线，构建起全域覆盖的宣传矩阵。通过“乡村大喇叭”、“金融知识赶大集”等多样化活动形式，让金融知识真正深入人心，帮助基层群众“学金融、懂金融、信金融、用金融”，累计开展活动134次。这一系列举措，打通了金融教育宣传的“最后一公里”，展现了金融行业新风貌。

未来，平安产险吉林分公司将继续秉承“金融为民”的经营理念，深化消保文化建设，不断提升金融服务质量和效率。同时，公司也将继续履行社会责任，为公众普及金融知识，提升金融素养，为推动金融行业的健康、稳定发展贡献更多力量。

中国平安 PING AN
专业·价值

专业 让生活更简单



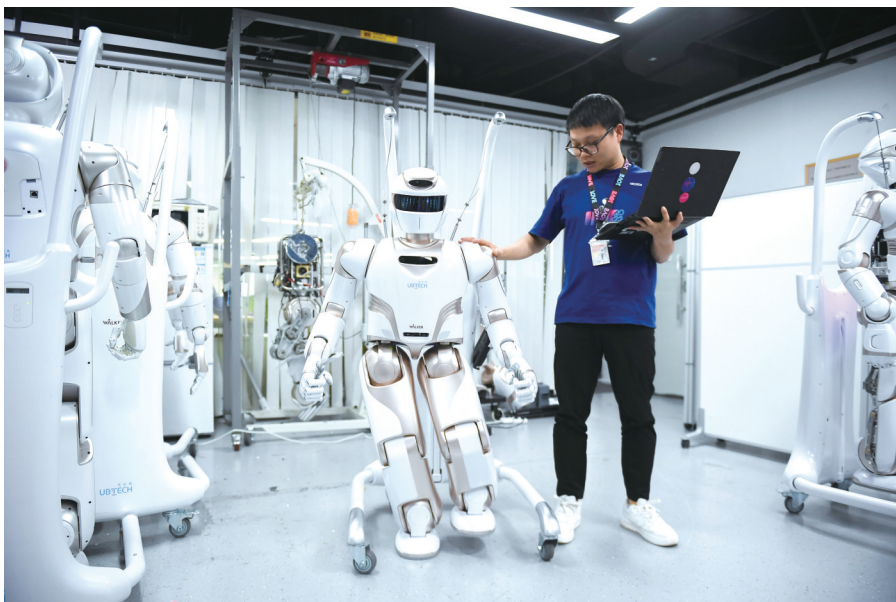
车险理赔升级
美好生活同行

省心赔·安心修

中国平安财产保险股份有限公司

码上了解↑

“具身智能”如何加速人形机器人“进化”



6月26日，在深圳市优必选科技股份有限公司总部，工作人员对人形机器人Walker X进行测试。

新华社北京12月13日电(记者彭茜张漫子)继大模型后，“具身智能”成为今年科技界的新热点，被认为是新一波人工智能(AI)浪潮中的重点方向。众多初创公司涌现，融资屡创新高、技术不断突破……人形机器人作为该领域最具代表性的实体，正在大模型催化下加速产业化落地。

如果将大模型视为“有趣的灵魂”，“具身智能”赋能的人形机器人则有了“好看的皮囊”，已在多个领域成为人类的有力助手。

重新定义机器人

作为连接虚拟空间和现实空间的桥梁，“具身智能”是指将AI融入机器人等物理实体，赋予它们像人一样感知、学习和与环境

动态交互的能力。

“具身智能”一词本身具有浓厚的技术哲学色彩。1945年，法国哲学家莫里斯·梅洛-蓬蒂提出“具身性”概念，认为人类需通过身体与周围环境进行互动和感知，进而理解世界。1950年，被称为“AI之父”的英国计算机科学家图灵在论文《计算机器与智能》中首次提出“具身智能”这一概念。

事实上，智能化水平相对较低的工业机器人(机械臂)早已在制造业广泛应用，带来质效提升。但传统工业机器人是“固定程序+机械臂”的组合，而“具身智能”赋能的机器人则是“多模态感知+大脑决策”的迭代。

清华大学交叉信息研究院助理教授许华哲认为，未来机器人将呈现多姿多彩形态：

双足、四足、轮式、机械狗、智能无人机甚至机械小蜜蜂，但人形机器人对人类社会适配性最佳，将成为最能够帮助人类的机器人。

人形机器人可解决生产线“最后一公里”的问题。很多个性化、定制化的产品无法靠流水线统一组装，这就需要具有泛化能力的人形机器人来“帮忙”，把批量生产的零部件按客户的定制需求组装成产品。在家庭服务、公共服务等更复杂多变的场景中，人形机器人也更具优势，可适应不同的环境和需求完成多种任务。

三大难点待突破

人形机器人研发始于对人类的学习与模仿，其研发难点也可以比照人类的大脑、小脑和本体来理解。“大脑”主要是机器人负责自主学习、规划和决策的中枢；“小脑”负责运动控制，包括从行走跑到跑跳，以及从简单抓取到复杂的手部动作等；而“本体”部分则包括躯干四肢结构和灵巧手设计。

优必选科技副总裁、研究院院长焦继超告诉记者，目前这三大领域都有较多技术难点有待突破：“大脑”方面，云边端一体计算架构、多模态感知与环境建模等是近年技术焦点，“仿人最大难点在于对人脑的模仿，现有科学理论对人脑的研究远远不足”；“小脑”方面，人机交互能力、复杂地形通过、全身协同精细作业等是重要方向；“本体”方面，刚柔耦合仿生传动机构、高紧凑机器人四肢结构与灵巧手设计等关键技术，是人形机器人灵活运动所需的重要硬件基础。

大模型的出现让机器人“大脑”显著“进化”，大大提升了机器人的通用性和泛化性，有望降低人形机器人开发成本，加速其走入千家万户。

据优理奇机器人科技公司创始人兼首席执行官杨丰瑜介绍，现在业界主要使用预训练大模型对机器人进行预训练，让其具备更强学习能力；大模型可将特定任务的学习

迁移到机器人任务上，提高其适应能力；另外还可利用大模型的多模态处理能力，结合视觉、听觉、触觉等各种输入，提升机器人对复杂场景的理解。

中国起跑不落后

环顾全球，人形机器人已进入产业化落地初期阶段，在工业制造、商用服务和家庭陪伴领域开始“试水”。无论是技术突破、落地进展还是融资规模，人形机器人研发竞赛基本以中美为主导。

优必选人形机器人Walker今年聚焦汽车、消费电子等制造业重点领域，已进入多家车企实训；宇树科技的机器人实现了完全仿人的自然行走；优理奇机器人正在酝酿“进家”计划；波士顿动力的新版Atlas机器人实现了在工厂中不同储物柜之间灵活搬运零件；特斯拉人形机器人“擎天柱”计划2025年开始量产……

焦继超说：“如果把人形机器人行业比喻成一场马拉松，中国和欧美国家，目前几乎都处在前面1000米的起跑阶段。”

杨丰瑜持同样观点，大模型研发能力、感知技术的领先使美国企业在机器人决策系统和复杂任务处理方面具有更强竞争力。而中国的优势更多体现在工业机器人领域，特别是在制造业中的应用较为成熟。在人形机器人技术专利方面，中国也已走在前列。

虽然机器人“大脑”的核心算法和高端芯片仍存在挑战，但中国机器人行业拥有丰富的应用场景和庞大的潜在用户人口，数据是最大竞争优势之一。

如何在真实世界场景中采集大量数据，并将数据统筹流通和供给人形机器人行业是关键。许华哲介绍说，真实世界的数一般靠各家机器人公司自己采集。北京人形机器人创新中心有限公司正计划打造一个开源数据集供学界和业界使用。未来，高质量的共享数据集将大大助力行业发展。