

200个硬核项目登台 获奖项目7年融资破719亿元

HICOOL峰会开启全球创业者“嘉年华”

昨晚，HICOOL2026全球创业者峰会在京启幕，全球创业者迎来自己的“嘉年华”，四项重磅仪式集中发布，每一项都标注着全球科创协作的全新高度；200个获奖项目集体亮相，硬核科技闪耀全场。

七年来，获奖项目赛后融资总额已突破719亿元，峰会展示出如何助力全球创新创业“从创新源头，到产业潮头”，开启新一轮产业变革的叙事。

以四大仪式厚植创新沃土

四项重磅仪式，从数据洞察到全球协作，从前沿探索到产业落地，覆盖创业全链条四个维度，在开幕式上接连举办。先用数据看清全球产业的真实图景，再用网络连接散落各地的创业力量，并以前沿科技探索为创业指明方向，最终通过产业落地让技术走出实验室、走向市场。每一项仪式都在回答创业者最关心的问题。

全球创业趋势如何演变？创业者面临哪些新机遇与挑战？开幕式上，创新工场董事长、零一万物创始人兼首席执行官、HICOOL商学院名誉院长李开复携手创业世界杯联合创始人比尔·赖彻特，联合发布《2026全球创业者洞察报告》。报告基于多年积累的创业者数据，整合全球创新创业资源，系统梳理产业创新发展趋势与规律。

看清趋势之后，如何将分散的资源连接成网，支持创业者创新发展？全球创业服务联盟应运而生。依托HICOOL七年积累，联盟链接北京与全球创新生态，聚合200余家全球创业服务机构，构建起一张贯通信息、资源、服务与合作的全球协作网络，让项目归集、资源承接、服务升级、合作促成在同一张网络中高效完成。这张网首先要接住的，是全球5800万OPC“一人公司”创业者。峰会同步启动“全球OPC支持计划”，将建设全球OPC招募网络、举办全球OPC专项赛和大企业挑战赛、构建OPC赋能与信用评价体系等五大行动，为散落世界各地、独立作战的一人公司创业者补上从发现、社群、培训、出海、对接到政策的完整支持链条，让“一个人创业，不再孤单”。

如果说创业服务联盟连接的是创业者与资源服务，那么全景数字生命国际大科学计划连接的，则是人类对生命本质的探索。计划由中国科学院院士程和平联合中外顶尖科学家共同发起，集结全球顶尖科研资源，探索生命科学跨国科研协作的全新模式。

从生命科学到具身智能，科技探索的边界不断延展。由强化学习领域奠基者、2024年图灵奖得主理查德·萨顿团队领衔，HICOOL获奖项目“他山科技”联手打造的机器人自主进化学院，在开幕式上预发布。学院依托前沿科研体系，以触觉为起点，让机器人在真实交互中从“被动模仿”迈向“自主进化”。

13472人报名大赛创新高

五位历经层层筛选的决赛获奖代表依次登台路演，覆盖人工智能、医药健康、量子信息、机器人、生物技术五大前沿领域，呈现从实验室到产业化的跨越逻辑。

本届大赛设置200个获奖席位，其中12个一等奖、36个二等奖。这些奖项向全世界释放北京大力支持硬科技创业的强烈信号，更是HICOOL向全球创业者传递的坚定信号：好的项目不缺舞台，更不缺从“赛场”到“市场”的未来。

自2020年首届大赛举办以来，HICOOL已走过七个春秋，累计吸引来自168个国家和地区的44435个创业项目，58623名创业者，累计孵化产生5家上市公司、18家独角兽企业、219家专精特新企业，获奖项目赛后融资总额突破719亿元。



昨晚，HICOOL2026全球创业者峰会在京启幕。记者 常鸣/摄

今年，这组数字再次被刷新——本届大赛共吸引全球10209个创业项目、13472名创业者报名，报名规模再创新高，连续七年保持正增长。国际化水平再创新高，海外项目占比56%；人才高端化、年轻化趋势明显，硕士及以上学历占比过半，青年人才超八成；赛道前沿化，人工智能领域项目增长近四成；项目质量持续提升，有产品、有客户、有团队、有融资的项目已成为报名主体。

全球参会者将超5万人次

全球创业者为何愿意把“根”深扎北京？答案在于北京正以全链条保障、全要素赋能，打造全球创新创业生态之都。

据介绍，北京拥有92所高校、145家全国重点实验室等雄厚资源，人才总量突破800万，每百万人口活跃科研人员5.2万人，居世界首位。北京出台了“青创十条”、留学回国13条等政策，筹建3万套青年人才公寓、300万平方米创业空间、300亿元青年人才发展基金、3000人专业服务团队。市科委、中关村管委会方面介绍，目前，本市世界一流科研机构200强数量增至13家，连续三年排名全球第一。

8月26日至29日，预计超5万人次全球参会者将齐聚HICOOL2026全球创业者峰会。会期首次延长至4天，沿用“展+会”深度融合的形式。主论坛四天四场，从基础研究到产业应用，再到全球市场探索与国际拓展，覆盖创业全链路四个关键节点。

五大主题展区、600余家展商同台竞技。历届HICOOL大赛优质项目齐聚亮相，智能机器人、高级别自动驾驶、免疫新药研发等硬核创新成果悉数展出。医药健康、人工智能、先进制造三大核心产业集中亮相，脑机接口、合成生物、氢能绿色能源等未来产业全新登场。全球50余个国家和地区的创新主体汇聚一堂。

现场

通州机器人企业展示智能喷涂作业

在HICOOL服务首都高质量发展成果展区内，来自北京城市副中心的北京炎凌半步机器人科技有限公司展示了喷涂作业的全新解决方案。

这是一只灵巧的机械臂，搭载两台高清摄像头与喷涂枪。公司算法工程师尤嘉威介绍，两台高清摄像头可以捕捉物体表面的全部细节，并帮助机器人快速形成喷涂作业路径。“目前，为风力发电机的叶片喷涂涂料，是这款机器人最多的使用场景，代替人工完成风险作业。”尤嘉威说。

据介绍，该机器人经过工艺小模型+强化学习的轨迹生成训练，可基于目标物体的三维形态与物理特征，自主生成高精度末端喷涂轨迹，实现全流程无人化智能作业。该系统支持轨迹点在三维空间中的实时柔性调整，赋予了炎凌喷涂机器人更强的自适应能力与可重构性，显著提升了其在多品种、小批量离散制造场景中的泛化性能与智能水平。

本报记者 赵鹏 张群琛

近700位国际艺术家登台 多部全球佳作陆续上演“演艺之都”即将开启金秋盛宴

本报讯(记者 高倩)8月29日、30日，香港芭蕾舞团原创舞剧《罗密欧+茱丽叶》将登台国家大剧院，以开放的国际胸怀、强劲的国际班底开启内地首秀。伴随着《罗密欧+茱丽叶》的到来，北京也将拉开金秋演艺盛宴的序幕。

无论舞者阵容还是作品本身，《罗密欧+茱丽叶》都堪称顶级。纽约城市芭蕾舞团自1948年成立以来的首位华人首席演员陈镇威，此次特别受邀与舞团搭档。在作品内涵上，西方故事巧妙嵌入了东方味道。主创团队将中国武术的筋骨融入西方芭蕾的语汇，并大量提取昔日香港电影中充满怀旧情愫的香江风貌。

此前，《罗密欧+茱丽叶》在中国香港、美国纽约、韩国首尔等地的演出都收获了热烈反响。香港芭蕾舞团艺术总监卫承天期待在北京观众面前，展现出舞团推崇的“扎根传统、锐意创新”的价值。

一大批立足国际视野的演出将在9月密集亮相北京：第29届北京国际音乐节将汇聚32个国家的近700位艺术

家、9支知名乐团，呈现涵盖歌剧、交响乐、室内乐、跨界演绎的12场演出，充分彰显古典音乐的魅力；国家大剧院“官宣”话剧《背包客》、威尔第歌剧《弄臣》以及莫斯科大剧院芭蕾舞团巡演等一系列重磅项目也将陆续登台。

“多年来，我们坚持向国际‘找平’，把世界上正在发生的新鲜事物引进北京。”北京国际音乐节艺术总监邹爽说，“到现在，每次一提到北京，艺术家们的第一反应大多是，这是一座包容的、充满活力的城市。”

“演艺之都”的活力不止体现于迅速售罄的票房、谢幕时分的掌声，更贯穿了整个观演链条。不久前，在北京艺术中心上演的伦敦西区原版音乐剧《玛蒂尔达》连演21场，上座率约九成，吸引观众近3万人次。由此衍生的“票根经济”，联动文创、餐饮、住宿、旅游等上下游相关消费，带动了城市副中心持续半个多月的观演浪潮。目前，北京国际音乐节等演出品牌、艺术机构也已经明确，将继续推出“票根”新玩法，不断激发“演艺+”的巨大活力。

中消协发布提醒

AI服务非万能 消费使用谨防误导

本报讯(记者 赵鹏)以大语言模型为核心的生成式人工智能技术正加速融入消费生活各类场景，但其也可能出现信息不准确、表述不严谨、承诺与实际情况不一致等问题，影响消费者判断和选择，甚至造成经济损失。近日，中消协发布提醒，人工智能服务非万能，消费使用需谨防被误导。

当前，面向公众的通用生成式人工智能服务并非特定经营者的代言主体，其生成内容一般不能直接视为平台或商家的正式承诺，也不能替代合同约定及权威机构意见，主要发挥信息辅助和参考作用。实践中，一些通用生成式人工智能在消费咨询和维权辅助过程中，可能出现对消费者遭受的损失作出缺乏依据的兜底承诺，对诉讼结果作出过度确定性判断、提供错误的诉讼管辖等法律指引，甚至生成并不存在的款项缴存、案件办理等虚假信息。如果消费者对上述生成内容缺乏必要辨别，未通过经营者官方渠道、合同文本或者有关权威渠道进一步核实，可能据此作出错误的退费、维权、诉讼等决定，不仅影响正常消费决策和依法维权，还可能造成经济损失。

中消协建议，面向公众的通用生成式人工智能服务提供者进一步强化重点场景风险提示和信息质量管理。在涉及金融理财、生活服务、维权决策等与消费者重要权益密切相关的场景中，应通过适当方式提示人工智能生成内容的局限性，提醒消费者对重要信息进一步核实；同时优化模型准确性，完善内容审核、风险预警和纠错机制，提升答复质量，尽可能减少错误信息和容易引发误解的内容，降低消费者因过度依赖人工智能生成信息而遭受损失的风险。

启用侧倾功能可降低车身

通州公交暖心“俯身”方便乘客一步登车

本报讯(记者 李博)近日，北京通州街头有网友拍下暖心一幕：公交T116路缓缓进站停稳后，一侧车身悄然“下蹲”，气囊侧倾极大降低了门槛，方便腿脚不便的乘客顺利上下车。对此，不少网友纷纷在视频评论区点赞留言，“太方便了”“每次有轮椅的时候我都用”。

公交T116路所属的北京公交客三分公司相关负责人介绍，早在2019年，部分公交车辆便配备了侧倾功能。目前，公司已有385部运营车辆配备此功能，主要运营于924路、807路、T116路、T107路等客流量大、老年乘客占比高的线路。在实际运营中，驾驶员按下按钮，就能启用

侧倾功能，使车厢地板尽可能与站台保持齐平，实现乘客一步登车。受车型差异影响，车身可下降5至15厘米。此外，北京公交还定期开展敬老助残专项培训，持续提升驾驶员服务意识，采取理论培训与实操演练相结合的方式，围绕车辆侧倾、无障碍踏板等辅助设备操作规范、适用场景判断等内容，逐人进行模拟演练和考核，确保“人人会操作、个个能帮扶”。当站台条件允许且乘客确有困难或提出需要时，驾驶员须主动启用相关设施，切实为有需要的乘客提供安全、便捷的乘车服务。

本报社会观察

记者实测应用软件弹窗广告套路——

老人“走路赚钱”真能赚到钱吗？



“老人打开应用软件(APP)关6次弹窗未成功”……近日，手机弹窗广告困扰老人的问题频繁引发热议。记者调查发现，老人的手机中总有一些弹窗广告十分烦扰，尤其是一些号称能“走路赚钱”的APP。这些广告不仅设置障碍阻碍用户关闭，甚至还以“送福利”为名诱导付费，老人识别能力有限，容易上当受骗，赚钱不成最后还赔了钱。

按钮有“保护色” 想关广告真难

“平时我就在家看看剧，玩玩游戏。”79岁的姚福莲，因为之前有过几次摔倒，导致腿脚受了伤，行动十分不便，想出门很困难。她每天的娱乐，基本只剩下了在家看看手机。可手机APP里弹出的广告，让她不堪其扰。

“有的我会关，有的就不知道怎么办了。”正说着，姚福莲打开了一个短剧APP，刚看了40秒，屏幕上就跳出了一个关于“领取手机流量”的广告。“这个我会！”屏幕的右上方，有一个关闭按钮，姚福莲点击之后，APP顺利回到了之前的剧情。之后的三四分钟里，没再弹出新的广告。

而在另一个古诗填空小游戏里，姚福莲因为答不出题选择求助，被系统要求又来看广告。这回的广告有了多层嵌套，关掉掉一个又出来了另一个，点来点去又回到了之前的广告。手忙脚乱操作了一分钟也没能关掉，最后还是在记者的帮助下，姚福莲才发现，不应该点广告右边的小叉，而是要点击画面中央“残忍离开”字，才能回到之前的游戏。

姚福莲遇到的广告，至少还算“好关闭”，如果老人眼神比较好，能看清屏幕上的关闭按钮，是可以退出来的。而68岁的刘永钢，遭遇的广告套路更深，即使眼神好的人也容易中招。

在一款“攒金币”的APP中，刘永钢点击“转盘抽奖”，刚转一次就跳出一个广告，他找遍屏幕也没看见退出按钮在哪里。甚至连记者都研究了一会儿，才发现广告全白色背景的右上方，隐藏着一个白色的“关闭叉子”。

刚刚关掉这个广告，马又迎来了下一个广告。这回的画面背景是一款饮料，刘永钢还是借着刚才的惯性往右上角找，这回的关闭按钮倒是很明显，可一连点去了三四次，广告却“纹丝未动”。正当老人不知怎么回事时，记者发现，还有另一个很不明显的“小叉子”，藏在整个画面的左下方，和背景中的饮料几乎融为一体。点击这个按钮，系统才回到了之前的界面。

北京涌盈律师事务所高级合伙人阿致刚表示，《互联网广告管理办法》第十条明确写道：“以弹出等形式发布互联网广告，广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志，确保一键关闭”。不得有“关闭标志虚假、不可

清晰辨识或者难以定位等，为关闭广告设置障碍”的情形。APP用虚假关闭标志为关闭广告设置障碍的做法，已经涉嫌违法。

走路赚钱APP 弹窗最为烦扰

在姚福莲和刘永钢的手机里，总有一些APP，连他们自己都不知道是怎么“混”到手机里的。从老人的操作习惯上，记者似乎找到了原因。因为找不到广告的关闭按钮，老人只能在屏幕上胡乱点击，而点着点着就点到了APP的下载按钮。

记者看到，两个老人的手机里，都不约而同地出现了号称“通过走路来赚钱”的APP，只不过名字略有差别。虽说是走路赚钱，但走路大多只是一个幌子，核心还是通过签到和小游戏的方式积攒金币，攒到一定程度后能够提现。因为系统把提现额度设置得很高，老人目前都还在攒金币的过程中，并没有顺利提现过。

相比于一些知名APP，这类走路赚钱APP的广告投放更加肆无忌惮，之前刘永钢频繁遭遇的“关不掉广告”，也是来源于此。但为了能够攒钱提现，即使顶着广告的骚扰，老人还是在坚持“签到”“抽奖”。

这类APP，最终真能领到钱吗？记者也想下载体验。但奇怪的是，记者用自己的手机，在应用商店中根本找不到同名的APP。

之后，记者又尝试通过浏览器搜索，发现有一大堆名字类似的“走路赚钱”APP，每一款下载时都收到了手机的安全风险提示。顶着风险下载之后，能看到这些APP的套路大同小异，有的确实有计步系统，但APP的核心还是签到攒钱提现，而且过程中伴随着大量的广告。

还有的APP，走路赚钱指的是其中内置的一款小游戏，操控屏幕中的小人左右移动接金币。游戏号称，只要在24小时内接满价值100元现金的金币就能提现。可往往金币还没接几个，系统就弹出一个广告。这些广告关闭按钮千奇百怪，甚至同样内容的广告，关闭按钮的位置还经常不一样，稍不留神点错，就跳转到了另一个APP的下载页。

抱着对提现100元的“幻想”，记者一直在和广告“斗智斗勇”，刚开始金币价值很高，现金额度还算

比较快。可玩着玩着，金币的价值开始大幅缩水，粗略估算，即使24小时不停玩这款游戏，也攒不到100元。

广告暗藏玄机 领福利变付钱

如果只是打着“提现”的噱头，骗老人观看广告，至少除了投入精力之外，老人不会遭受什么额外的损失。但显然，这些APP的套路还不止于此，有些弹出的广告还会以“送福利”的形式，收割老人的钱包。

在刘永钢抽奖签到的过程中，就有一个弹出的广告引起了记者的注意，上面写着“联合会员 享受多重福利”几个大字。但在大字的下方，还有一排不太起眼的小字，“59.9元任选5款会员”，刘永钢根本没注意到。如果跟着页面继续操作“领取福利”，最后就会跳到支付页面。

在体验这些“走路赚钱”APP时，记者也遇到了类似的情况。其中一个弹出的广告说记者“运气爆棚，获得200元话费券”，可继续点击后才发现，想要获得200元话费券，要先花99元办理会员业务。

走路赚钱APP弹出的广告中，还有一些打着高额提现的旗号，诱惑用户去下载其他小游戏。有的游戏广告信誓旦旦地说，玩游戏就能获得88000元，而且都能提现。但下载后发现，根本就没有什么所谓的88000元，只有金额很少的几个红包，而这些钱也不是马上就能提现，还要不停地闯关玩游戏。

当终于玩够了游戏指定的关卡数量，系统又对关卡数量加了码，还得继续玩。又玩了一阵，这回终于弹出了一个“请先认证”的按钮，当记者以为可以提现之时，系统又跳到了另一个页面，上面写着“夏日狂欢 好礼大放送”，屏幕上不断有其他手机用户“抢到了”的滚动提示。而隐藏在这些滚动条之后的，是一个“业务资费10至60元/月”的细小文字提示，不仔细还真发现不了。

在这条广告的下，还有一个“领取其他福利”的选项，记者一连点了好几次，每次都会出现一项新的“福利”，但最终都是花钱办理业务的广告。拉到页面下方，有的广告还特意给予了“退费说明”：该产品为虚拟类商品，不适用无理由退货。

本报记者 莫凡