

赋能未来生活，AI在产业端“开花结果”

品牌企业展品中AI技术无处不在，青岛发展人工智能的优势与潜力逐一呈现

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星

9月19日，2025中国国际消费电子博览会（以下简称“电博会”）在青岛国际会展中心（红岛馆）拉开帷幕后。这是目前山东省唯一的国家级、专业性展会。本届电博会展览面积扩大至6万平方米，规模创历届之最。

展会现场，记者发现，无论何种消费电子产品，都围绕人工智能展开定制服务、创新升级，一个清晰的信号正在不断被释放——在AI渗透中，产业边界正加速消融。

本届电博会首次设立近万平方米国际展区，来自美国、英国、加拿大、韩国等17个国家和地区的59家企业参展，国际展商占比超过六分之一。

这意味着，电博会完成了又一次迭代升级。踩准时代的鼓点，驭开放之势，以“中国大市场”为机，电博会的吸引力正“由内而外”散发光芒。

于青岛而言，更需考量展会之外的溢出效应——只有对有限的展会平台资源进行充分的挖掘和转化，释放出更大的开放红利、产业动力，电博会才真正称得上精彩纷呈。

AI渗透，比想象的更深

有了AI赋能，生活将发生怎样的变化？来电博会上走一走，一定会有所启发。

在海尔智家展区，海尔、卡萨帝、Leader、三翼鸟四大品牌共同亮相，处处可见“主动服务、无感联动”的未来生活场景。在智慧厨房，搭载“AI之眼”的烟机可以主动“看锅”，在沸腾瞬间联动灶具调小火力；在智慧阳台，搭载“AI之眼”的洗衣机能自动添加洗涤剂，监测是不是有混洗、串色风险等，洗衣结束后还能联动晾衣架自动下降晾晒衣服；在智慧客厅，一句话即可“指挥”电视、窗帘、灯光，开启私人观影体验。

在海信展区，AI变换为一颗智慧“芯”，让“视”界有了更大的想象空间。全球最大116英寸RGB-Mini LED电视UX、RGB-Mini LED电视新品U7S Pro，最大可定制到271英寸的Micro LED巨幕、全球首款100英寸可卷曲激光影院……“百英寸超大屏天团”不仅吸引大批观众驻足围观，更成为全球采购商重点关注对象。其中，全球首款量产RGB-Mini LED超旗舰电视UX成为展区的“吸睛担当”。这款116英寸巨幕刷新了液晶显示上限，内置海信自研的全球首颗光色同控芯芯AI画质芯片H7，实现画面明暗过渡“零误差”，细腻度满满。在今年德国柏林国际消费电子产品展览会（IFA）上，还荣获了“全球显示技术创新金奖”等三项大奖。

不仅是在智能家居领域，未来健康、智慧出行、虚拟现实、低空经济、数字消费等领域都出现了大量AI和机器人应用实例。未来科技正在产业端“开花结果”。



■2025中国国际消费电子博览会上，观众扎堆观看人形机器人表演太极拳。赵健鹏 摄

作为科技领域的巨头，小米跨界进军汽车行业，其首款车型小米SU7在电博会上也备受关注。其强调的人车家生态整合，更是激起了不少观众的好奇心。在现场能够看到，通过小米SU7智能座舱与小米智能家居设备的连接，用户可以在车内轻松控制家中的各种智能设备。比如，在下班回家的路上，用户可以通过车内的语音指令提前打开家中的空调、灯光和热水器，回到家就能享受舒适的环境；反之，当用户在家时，也可以通过小米智能家居设备查看车辆的剩余电量、续航里程等状态。此外，小米SU7支持与小米手机、手表等设备的无缝连接，用户可以在手机上远程控制车辆的部分功能。这种人车家生态整合打破了传统汽车与家庭、个人设备之间的界限，实现了信息的互联互通和智能联动，为汽车行业新发展方向带来启发。

2025年被称为中国具身智能机器人元年。本届电博会也专门设置了“具身智能专区”，宇树科技、乐聚智家、强脑科技等创新企业集中展示多款人形机器人、智能仿生义肢、AR眼镜等“黑科技”产品。曾亮相冬奥“北京8分钟”的Aelos机器人，国内首款可跳跃的开源鸿蒙人形机器人“夸父”、运动能力超强的四足机器狗Go2等集结亮相，观众可亲身体验智能科技赋能未来生活的魅力。

从家居生活到交通出行，再到医疗健康、工业设计、人机交互等众多领域，曾经看似遥不可及的AI技术变得无处不在，消费电子产业的边界变得更加模糊。

电博会上可以感受到，AI渗透产业，比想象的更深。

为全球化，也为本地化

本届电博会国际化特色鲜明，首次设立

近万平方米国际展区，来自美国、英国、加拿大、韩国等17个国家和地区的59家企业参展，数量创新高。

其中，首次参展的“新朋友”格外受到关注。

总部位于德国的汉斯希尔主营业务涉及水处理设备、安全阀等。此次展出的最新款软水机，创新搭载4.3英寸彩色显示屏，可以将数据和操作更为直观地显示出来。“虽然我们的产品在世界各地销售，但尤其关注中国市场。”展台负责人表示，此次带来的产品不仅代表了公司在水处理技术领域的最新成果，更是其针对中国市场精心打造的“全屋好水4.0”净护智享”方案”中的力作。

英国手机品牌XOR爱克斯奥的每款手机均融合高端材质、精选欧洲皮革和尖端隐私保护科技，展现了英国的工匠精神。展台负责人表示，公司对中国高端消费者高度重视，将构建全方位互动生态，为中国消费者打造专属礼遇。

来自加拿大的越凡医疗基于靶向神经调节技术，研究创新出一系列可穿戴治疗技术和产品。此次展出防晕车手环、头痛贴、智能减脂手环及模拟压力反射激活疗法等四大系列产品，让中国消费者“零距离”感受穿戴式健康科技的魅力。

事实上，电博会上的“洋面孔”越来越多，并非偶然。与其他领域企业相比，消费电子企业在智能化领域的创新反应效率更高，业务转型也具备更强的灵活性。

而中国市场的巨大潜力、开放包容的营商环境，中国消费者对科技创新产品积极拥抱的态度、对高品质生活的追求都充分激发了市场潜能，为国外企业提供了展示其高端产品和创新技术的机会。

正如一位国外展商所言，来参展也是观

展，是厂家也是顾客，为卖产品也为寻找供应链伙伴，电博会正搭建了这样一个高效学习、交流的平台。

开放之城，拥抱AI

从电博会的展品品类不难看出，消费电子的竞争逻辑正在转变。AI成为突围之道，将人机关系从“工具逻辑”推向“成果逻辑”，让产品从被动执行命令转向主动服务用户。

消费电子的未来不再是单点硬件的比拼，而是场景智能与万物互联交织重叠的生态竞争。

电博会首日，参展商们讨论的高频词汇是“学习”“协同”“生态”。

这似乎预示着一一种新共识的浮现：消费电子企业真正的“护城河”，或许并不是拥有大模型的实力，而是善用AI技术，持续学习、适应真实世界复杂性，更敏锐洞察消费者需求的能力。

而在这个进程中，需要青岛这样的开放之城，促进产业协同与共创，构建起与AI技术进化更匹配的社会协作机制，为新共识的涌现提供必要的基础条件。

青岛正在扎牢这样的根基。

从区域布局看，作为创建国家人工智能创新应用先导区的承载地，青岛将人工智能作为“10+1”创新型产业体系中的两大先导产业之一优先发展。在崂山区，具身智能、大模型和海洋人工智能等前沿赛道加紧布局。西海岸新区通过产业生态搭建，持续推动产业链与行业加快融合，形成了以极视角、以萨技术为代表的重点一批重点企业。2024年，青岛市人工智能产业规上企业超过300家，营业收入突破720亿元。

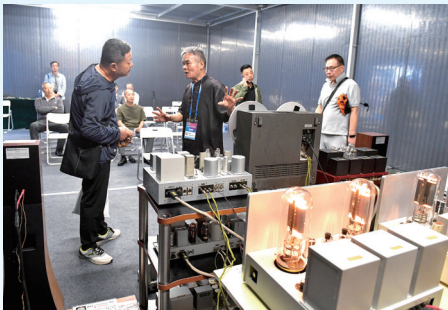
从企业共创看，今年8月成立的青岛市人工智能场景创新联盟，由青岛地铁集团联合132家企事业单位、高校院所共同发起。包括海尔、海信、国实科技、机场集团、城运控股、东华云都科技、中科曙光在内的一批行业头部企业共同牵头，为新技术的迭代创新开放更多“试验场”。

从人才基础看，青岛正依托高校院所，通过签署招才引智合作协议、校企联合建立人才实训基地等方式，培养满足人工智能产业需求的专项人才。值得一提的是，9月14日，中国海洋大学人工智能学院正式成立。学院聘请了由院士专家组成的人工智能学院发展国际咨询委员会。这是驻青高校深化人工智能与多学科交叉融合的一次重要探索，为青岛人工智能产学研用协同创新提供智力支撑。

而以上青岛发展人工智能的种种优势与潜力，也在本届电博会上通过展示、交流、互动等方式被逐一呈现。

由此来看，电博会连接品牌与用户、科技与生活，当下与未来的平台价值正在持续放大、提升。

产业链上下游企业亮相，推出“音响+科技+生活”沉浸式场景 2025 青岛高级音响唱片展打造视听盛宴



■B3馆“智音芯动”展区展出的胆机，吸引了不少“发烧友”。赵健鹏 摄

□青岛日报/观海新闻记者 王奕宁

本报9月19日讯 19日，2025中国国际消费电子博览会（以下简称“电博会”）举办期间，青岛国际会展中心（红岛馆）B3馆内气氛热烈。磅礴大气的交响乐、激情四射的赛车电影配音……由青岛报业传媒集团主办的2025青岛高级音响唱片展正式拉开帷幕。

作为电博会的重要板块，本届青岛高级音响唱片展以“声临其境·智享未来”为主题，汇聚60余家全球视听品牌、10余家国内唱片公司及70余个特色展场，通过“音响+科技+生活”的沉浸式场景，为“发烧友”打造一场跨越视听与科技边界的感官盛宴。

在流媒体为主流的数字时代，实体唱片依然以其特有的温度与文化厚度占据一席之地。贝哲斯咨询在《2025年黑胶唱片市场情况研究报告》中提及，2025年中国黑胶唱片市场规模达33.23亿元。根据黑胶唱片行业发展环境与行业整体发展态势，预计预测期内全球黑胶唱片市场年复合增长率将达13.64%。

中国唱片（广州）有限公司成立于1964年，是一家国家级音像出版机构，此次带来了CD、开盘带、黑胶唱片等多种产品。《古风雅韵 经典再现》等系列通过现代录音技术重塑传统音乐，令经典焕发新生。红音堂（国际）唱片制作的标价13888元的《龙韵·15周年》CD格外引人注目。该唱片以玻璃为材质，透光率远高于普通塑胶CD，硬度高、不易弯曲折射，镭射读取极为稳定，可实现最佳信号还原，音乐情感表现力十足。

音响制造商们正积极从硬件销售转向构建生态服务，致力于打造全屋智能音频系统，实现从“单品控制”到“空间声场管理”的跨越。深圳市海美迪科技股份有限公司销售经理苗帅男介绍，海美迪旗下HD940B播放器致力于打造多声道立体环绕声家庭影院体验：“普通流媒体片源多为双声道，而我们追求的是沉浸式环绕音效。”为实现高质量环绕声所需的大文件存储，可搭配云存宝HD20家庭私有云产品。该产品支持40T硬盘容量，具备双盘镜像功能，能够有效避免数据丢失。用户可通过云存宝小程序远程下载影片，回家即可享受影院级视听。

多家音响定制厂商提供上门安装与方案设计服务。上海（融影）实业有限公司山东部负责人刘洋表示：“我们提供从音响布局到屏幕尺寸的全套定制方案，由专业团队根据客户家庭环境量身打造。”

本届展会也是音响技术的一次集中汇演。北美之声·爱湃浓（Aperion Audio）带来定制级家庭影院系列，采用气动高音单元，声压更大、灵敏度更高，高音柔和而不刺耳；并将传统用于Hi-Fi音响的“馒头中音”技术融入产品，显著提升人声还原度与音质表现。中国品牌海菲曼推出SUSVARA UNVEILED耳机，凭借稀土磁体、次世代纳米振膜和新一代头带设计，实现声学性能与佩戴体验的双重突破，展现中国在高端音频装备领域的自主研发实力。

音响产业链上下游企业也共同亮相。珠海市仕超科技发展有限公司展出的音响线材“金枪鱼Hi-End纯银系列”采用一体成型纯银材质，由2.5吨机器压制而成，接口可更换，适配多种设备，可玩性极高。隆宇电源则推出小体积、高功率、宽频带的电源产品，在保证电流纯净的同时大幅提升音质，即使推动大功率后级功放也毫不压缩声场动态。

首次在电博会上亮相的音响展，是华北地区最大的专业音响类展会之一。展会聚焦顶级Hi-Fi器材、唱片复兴、高清串流及沉浸式三维音效技术前沿，吸引全球主流品牌参展及“发烧友”关注，呈现技术持续革新、行业影响力显著提升的蓬勃发展态势。

展会期间，生小芊、钟志刚、好薇等知名音乐人现场演出，多位海内外专家还将带来音乐鉴赏、房间声学等主题讲座。

全产业智慧转型、全温区科技探索、国内外市场同步布局——

澳柯玛：深耕“智慧+温度”科技，逐浪AI时代

□青岛日报/观海新闻记者 杨光

家电与AI的结合正在为消费者开启全新的智慧生活时代——2025中国国际消费电子博览会（以下简称“电博会”）现场的澳柯玛展位就是最生动的写照。

家庭智能云计算中枢、AI健康管理系統、融合AI保鲜科技的-40℃深冷速冻和四季鲜储技术……澳柯玛沿着“AI+”的方向更深一步，同步布局智慧科技和温度科技探索。

从智慧科技的主动服务到温度科技的全方位关怀，在一个个家庭场景中，在愈发可感可知的衣、食、住场景变化背后，是逐浪AI“大航海”时代的澳柯玛正在探索的一条智慧科技领航、温度科技护航、全维度出海的品牌升级之路，也推动“温度科技专家”的领先成果融入更多人的健康生活。

智慧科技领航

步入澳柯玛展位，科技感和未来感扑面而来。

在智慧入户、智慧客厅、智慧厨房、智慧卫浴、智慧阳台等智慧家庭生活涉及的场景中，人们可以通过多种方式与家庭空间进行全面交互。比如，在智慧客厅场景中，只要说一句“我要看电视了”，智慧家庭就会自动调整灯光、窗帘，启动观影场景；主人离家后，智慧家庭还会关闭灯光、让家电待机、打开窗帘，自动启动离家模式。

在家里，用户可以通过智能中控屏设定智慧场景，私人定制自己的生活模式；在家之外，澳柯玛研发的第三代慧生活App能够

让用户远程链接智慧家庭，精确控制各类智能家电，让用户一回家就有适宜的室内温度、下班后可以立即用热水澡洗去一天的疲惫。

这背后，是澳柯玛智慧科技基于人工智能大模型为每一个家庭部署的智能云计算中枢，让智慧家庭可以学习、监测、计算、控制、决策，打造智慧空间场景、生活应用模式和多种智慧解决方案（系统）相互融合的智慧家庭生态。就像为智慧家庭装上了一个“智慧数据超脑”，让家更具人性思维，让生活更有温度。

不仅如此，电博会现场，观众还可以实地体验澳柯玛的AI健康管理系統，通过AI采集和数据分析，关联澳柯玛智慧家庭生态，链接智慧客厅、智慧厨房等场景，随时随地监测家人健康数据，推荐健康食谱，通过饮食调节家人健康所需21种营养元素的摄取，监测家庭常见13种疾病。

在AI信息采集环节，系统采用世界领先的AI感知数据解析模型，通过智能摄像头视觉识别技术对人体面部生理数据进行采集。不仅实现SBP/DBP精度达到医用设备标准，还配备了光学加密系统实现隐蔽生理分析光学信号保护主人隐私信息、配置了边缘计算系統，让本地视频采集和数据分析高效快捷。在健康数据AI分析干预方面，AI健康管理系統基于健康数据解析大模型，从心率、心率变异性、呼吸、血压、血氧、血糖等多项指标进行智能分析，进行健康解读，提出饮食、运动建议。

温度科技护航

人工智能赋能，拓展着家电产业的边界。AI技术变革中，澳柯玛乘风而起，自2022年启动品牌、企业文化、产品营销策略“三大升级工程”，澳柯玛由单一制冷家电制造商升级为涵盖烹饪、洗护、空气焕新等全温区全品类的家电场景提供商，树立起“温度科技专家”的全新品牌定位。

在电博会展区，体验一个个将温度科技和AI技术深度融合的行业“首创”“首发”产品和场景，澳柯玛的“温度科技专家”品牌形象愈发清晰。

将医疗领域低温技术的探索引入家庭应用，澳柯玛在现场展出行业首创-40℃低温保鲜冰箱，搭载慧生活App，通过温湿调控、AI保鲜科技，打造春夏秋冬应季储存空间，多维立体解决食材鲜储问题。

澳柯玛首创零嵌双拼冷柜，采用敲盖开门，不仅符合家电家居融合布局趋势，还依托AI技术，搭载新一代智能风冷模块和智能融霜科技，可实现全自动除霜，并通过多维风幕让冷气均匀覆盖制冷空间的每个角落。同时，智能变频压缩机可以灵活调节运行频率，根据室温变化自动调整箱内温度，保持温度恒定。数据显示，2024年，澳柯玛系列全嵌深冷高端智能冰箱销量同比增长超40%。

聚焦更多有温度需求的场景中的用户所期，澳柯玛深入布局“互联网+全冷链”发展战略。在新零售场景探索中，推出卧式智能售卖柜、智能零售展示柜、绩效监测展示