

汇聚高端智慧和产业资源,构建更广泛品牌生态圈,为“品牌之都”发展注入新活力

青岛探路 AI 时代品牌经济新范式

□青岛日报/观海新闻记者 孙 欣

浮山湾畔,再赴品牌之约。

7月17日,2026年青岛品牌日如期而至。

自2022年举办首个城市级品牌日以来,这已经是青岛连续第5年于盛夏时节举办品牌日系列活动,来自政府、企业和机构的代表近300人齐聚一堂共同探讨新时代制造业品牌高质量发展的前沿路径。

站在“十五五”开局之年的历史节点,2026年青岛品牌日较往年更显“新意”。当下,AI科技浪潮与全球贸易格局重构交织,将品牌建设代入全新语境。今年的青岛品牌日将“新品牌·新场景·新应用”确定为年度主题,全方位展示青岛在品牌建设和制造业转型升级方面的成果,精准回应时代新背景下企业、产业和城市发展的“品牌之问”。

以品牌日活动为媒,青岛正进一步汇聚高端智慧和产业资源,构建更广泛品牌生态圈,为“品牌之都”发展注入新活力。



■青岛家电企业的场景化产品亮相2026年青岛品牌日活动现场。



■2026年青岛品牌日活动现场,青岛汽车企业展示旗下拳头产品。

品牌建设驶入新坐标

作为全国首个以“人大行使重大事项决定权”形式设立城市级品牌日的城市,青岛设立品牌日的重要初衷便是持续探路品牌建设新范式,不断激活品牌经济新活力。

眼下,正是企业品牌建设加速驶入新坐标,品牌打造亟需寻找新路径的关键时期。

AI的飞速发展带来了最大的技术变量。从大模型到具身智能,从AIGC到智能制造,AI正在深刻改变品牌塑造、品牌传播、品牌运营的每一个环节。

过去做品牌,靠的是广告投放的密度、渠道铺货的广度、口碑积累的时间。现在AI可以一键生成多语种营销素材,数字人主播可以7×24小时不间断输出品牌内容,AI驱动的用户画像能让产品定义从“猜”变成“算”。品牌从“慢变量”变成了“快变量”。

所有这些都将指向一个结论——品牌建设的游戏规则正在被AI重写,谁能率先把AI嵌入品牌价值链,谁就能率先拿到主动权。

中国品牌建设促进会常务理事毕开春在谈及对未来制造业品牌发展的思考时表示,随着数字经济、数字中国建设,质量、技术、品牌的概念都会发生深刻的变化。通过智能化的网络、数据将未来产业制造端的供给和消费端的需求“链接”起来,甚至互相互动,融为一体。同时,用户在互动中,也会对品牌产生更深刻的认知。

出海则带来了最大的市场变量。当前,制造业企业出海正面临一场从产品出海到品牌出海的全面升级。过去,出海拼成本、拼价格;但如今,随着成本红利逐渐消失,如果还靠低价走量,路只会越走越窄。品牌出海,是用高附加值对冲成本压力的唯一出口。

在青岛,家电、轮胎之外,越来越多产业正在以更多元的方式参与全球竞争便是最好的例子。

抢抓全球能源转型机遇,青岛电力装备企业开始从输出产品转向输出技术标准和运营模式,以“中国方案”引领全球电力系统革新;瞄准汽车出海浪潮,青岛汽车企业从“卖车”进化到“卖技术”,逐步成为全球汽车供应链的“价值输出者”。

两大变量叠加,给品牌建设带来全新的机遇和挑战,一系列关于品牌建设的新课题亟待求解。

共探品牌经济新路径

品牌企业、品牌经济历来是青岛的重要符号。面向品牌建设的时代新课题,青岛再一次



■7月17日,2026年青岛品牌日启动仪式暨品牌卓著前沿对话在青岛国际会议中心举行。

积极探路,力求在全新发展语境下,再次形成可复制、可推广的品牌培育“青岛模式”。

近一个多月,海信作为世界杯官方赞助商在美加墨世界杯上备受关注。近年来,海信在全球化品牌建设上卓有成效,这背后既有体育营销的巨大贡献,也离不开海信聚焦“AI+质量”的积极探索。

质量是品牌的基石。海信集团首席信息官张贺介绍,在海信发展的过程中,质量理念也是持续发展,从初期的树立基本的质量观念和质量文化,到发展质量体系和质量工具,如今海信正在建立面向未来的AI数字化的质量控制体系。今年,海信颁布了《海信质量法》,以此为纲领进行整个质量体系的运营和管控。

面对AI引发的质量变革,海信正基于四个原则进行AI转型。张贺介绍,一是以价值流为驱动的业务流程重塑;二是构建自己的AI技术平台和AI架构来指导和规范整个智能体和AI的建设;三是构建起未来竞争的核心要素——数据和知识;四是人员分层级培养,最终实现组织和人员的转型。

一个典型的例子是AI原生开发平台的搭建和应用。目前海信内部所有的软件开发都依托AI平台,80%的代码已经靠AI生成,由此带来今年上半年提效28%,预计全年提效40%。此外,前端的产品UI设计以及后端测试、运维,也均实现AI自动化。

聚焦关键半导体前道工艺设备的思锐智能,用八年时间完成了从技术孵化到产品突破、

再到市场验证的“三级跳”,是国内唯一一家实现高能注入机工业量产的公司。

思锐智能董事长、总经理聂翔介绍,思锐智能以双品牌战略主动融入全球产业链服务世界客户,目前在赫尔辛基、横滨、北京、上海等地设有研发中心,以获取全球技术的最新动态推进研发,同时青岛的总部和制造中心支撑全球客户的运维,基本实现了全球头部市场全覆盖。

这家年轻企业的成长轨迹,恰好映照了青岛品牌梯队中的新锐力量。近年来,青岛全力构建“10+1”创新型产业体系,新一代信息技术、人工智能两大先导产业规模合计突破2500亿元,智能机器人、大模型、车规芯片、AI终端等新赛道快速起势,极视角、芯擎科技等一批行业领军企业落地生根、发展壮大。发布全球首个港口大模型、全国首个城轨交通行业大模型,获批建设交通、消费领域国家人工智能应用中试基地,AI赋能、智造转型成为青岛品牌迭代升级的核心路径。

不仅如此,青岛持续完善产业生态,品牌培育体系加速成型。例如,大力实施“倍增”“育苗”工程,梯度培育制造业单项冠军、专精特新“小巨人”、科技型和创新型中小企业梯队;聚焦数智赋能应用,梯度培育1家国家领航级智能工厂、17家卓越级智能工厂、371家先进级智能工厂,累计创建10家全球灯塔工厂,数量居全国第一;依托上合示范区、青岛自贸片区等开放平台,持续拓宽品牌出海通道,入选全国首批服务贸易创新

发展示范区,形成“创新培育、集群赋能、数智转型、开放出海”的全链条品牌发展格局。

从一个“活动”到一个“生态”

不只是政府和企业,越来越多力量正在参与到青岛品牌的新叙事中来。依托青岛品牌日这一平台,政、产、学、研、金、服、用各端资源不再各自为战,而是通过品牌日这个“接口”实现了有效对接,逐步构建起一个品牌生态圈。

今年青岛品牌日启动仪式上,全国副省级城市党报新媒体“智造品牌传播平台”正式启动。平台将为全国制造业品牌打造聚合展示、全媒体传播、供需对接、跨区域交流的全国性载体,打通品牌培育、场景对接、应用推广的全链路通道。未来,平台将以青岛为支点,辐射全国品牌资源,为新品品牌孵化、新场景推广、新应用普及搭建互通桥梁。

市民成为品牌共创者。今年青岛品牌日举行“AI拾光·数绘青岛——青岛工业影像共创展”,以身边智造产品、厂区实景、城市工业品牌日常场景为创作素材,面向市民、网友广泛征集创意图片作品,拉近市民与本土品牌的距离。

这意味着市民不再是单纯的参观者,还成为青岛品牌建设的重要参与者,“青岛品牌”进一步从城市符号变成市民共识。当每个人都能讲出一个与品牌相关的故事时,品牌才真正有了生命力。

机器人科技嘉年华里,人形机器人实景演示、人机对弈、机械臂书法,不是隔着玻璃看的展品,而是可以上手体验的场景。这种“品牌+场景”的融合,本质上是在做一件事——让品牌从企业的“自说自话”,变成用户可以感知、愿意分享的体验。

品牌建设是连接供需两端的关键纽带,也是顺应居民消费升级、释放内需潜力的必由之路。7月17日2026年青岛品牌日系列活动启幕当天,恰逢第36届青岛国际啤酒节开幕。青岛品牌日充分发挥“品牌+”乘数效应,联动啤酒节,实现客流互导、场景互通、品牌互促。

如奥帆中心黄金步道举办“城市客厅”啤酒花园活动,让市民游客在感受青岛智造品牌魅力的同时,举杯畅享“中国啤酒之都”的激情与活力;举办汽水音乐live城市“快闪”演出,现场同步设置滨海浪漫市集,展示青岛本地特色商家和优质商品,以潮流音乐与滨海场景叠加释放消费潜力,推动啤酒节与品牌建设深度融合。

以本届青岛品牌日为全新起点,青岛将进一步夯实新时代背景下城市品牌发展根基,持续擦亮“品牌之都”金字招牌,激发全域品牌经济增长新动能。

2026年青岛品牌日“新品牌·新场景·新应用主题展”举办

青岛具身智能机器人“能跳舞”更“会干活”

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩

7月17日,2026年青岛品牌日“新品牌·新场景·新应用主题展”在青岛国际会议中心举办,作为青岛品牌日活动的重要板块,本次主题展梳理青岛品牌从起步探索、稳步成长到创新突围的发展脉络,并向外界展示青岛品牌建设数智化转型的最新成果。

在众多参展企业与产品中,人工智能的相关元素格外抓人眼球:具身智能机器人的应用开始有了更具象的场景,不仅能跳舞,还能进24小时超市当店员、在理疗馆任艾灸师。从海洋深处到农业大棚,AI正以肉眼可见的速度渗透进每一个产业末梢。

新品牌,新力量。这些新元素涌现共同指向一个清晰的事实,青岛企业正以过硬的技术实力、更丰富的应用场景,全力塑造人工智能赛道更具辨识度的品牌,从而进一步夯实青岛产业的未来。



具身智能加速融入生活

现场的一大亮点,是青岛具身智能相关新产品,正从文娱表演等场景加速嵌入现实生活。

在运动会场人口处,一排人形机器人整齐列阵,灵活舒展机械双臂,同步做出抬手致意、挥手互动等流畅动作,欢迎参会嘉宾。这些机器人由国华(青岛)智能装备有限公司自主研发推出,于去年9月面世。据公司相关负责人介绍,该系列机器人实现了关节组件高精细度与轻量化的双重突破,其中关节的额定扭转精度较上一代提升20%,能轻松实现折纸盒和打螺丝等精密动作。这也意味着,未来随着算法与数据的进一步优化,该产品可胜任更加复杂的精细化作业场景。

现场,由青岛一跃具身机器人有限公司带

来的智能艾灸康养机器人,是已获得市场认可的具身智能产品。该产品以全栈自研五轴仿生机械臂技术,实现全自动、精准施灸,适配居家康养与线下理疗门店场景。自上市以来,年销量突破3000台,其中约两成销往欧美和东南亚,展示出国产智能康养产品在海外市场上升的竞争力。

如果说上述机器人展示了智能硬件制造的精度突破,青岛具身智能产业发展有限公司研发的产品则展示了机器人“大脑”的进化。在展会现场,该公司带来的三款市面上常见品牌的产品,正在分拣和取拿超市货物,展现了具身智能机器人标准化应用的可能。据公司研发经理王云泽介绍,当前市面上已涌现出多样化的具身智能“本体”,而该公司的核心业务正是针对这些不同“本体”进行统一的模型训练,输出标准化的操作能力,使它们能够适应同一作业场景。“我们正在积极推进人形机器人进24小时超市的项目,目前机器人可识别



的货物SKU已达到几十种,让机器人先在超市‘打工’,积累交互经验,为其最终迈入家庭场景奠定基础。”王云泽说。

AI向产业更深入赋能

近年来,青岛抢抓“人工智能+”行动发展机遇,持续推动人工智能技术赋能产业发展。本届品牌日聚焦青岛品牌的数智化转型成果,从主题展中也可以看出,当前人工智能与青岛产业发展深度融合,尤其在海洋、康养等新领域、新赛道“大展身手”。

海洋智能装备制造企业青岛罗博飞海洋技术有限公司,是海洋生态修复、深远海渔业等细分领域的重要企业,这次展出公司最新研发的水下机器人,在前期产品的基础上对算法和控制系统进一步升级,适用于核电站、水电站等更复杂的水下作业环境,可以深潜水下实现水下构筑物监测、水下设施设备维护等功能。该产品刚推出不久,就已经收获了全国多地的技术服务订单。

在康养领域,元思(青岛)科技有限公司带来的脑电采集交互设备让观众“眼前一亮”,佩戴脑电采集交互设备后,通过公司自主研发的互动系统,就能实现用意念控制进行手部康复训练或专注力练习。今年上半年,元思科



技已经获得山东首张脑电图机医疗器械证,这意味着公司产品也从临床实验走向市场应用。

大模型快速演进之下,AI还加速向农业等传统生产领域延伸。青岛檬豆网络科技有限公司为莱西羊肚菌产业量身打造的知识库产品,可以为羊肚菌种植户解答种植过程中的常见难题。公司相关负责人介绍:“这就像一个垂类的‘豆包’,集成了专家经验,能够准确高效答复农户疑问。”

在AI应用成熟的领域,青岛企业则开始在供应链上做文章,通过降本增效来确立自身竞争优势。现场,青岛文达通科技股份有限公司带来的商用清洁机器人是公司的拳头产品。该产品融合多传感器实现精准避障与全流程无人化作业,充分展现了无人驾驶技术在公共服务领域的成熟应用。“实际上,智能清洁机器人已经被很多客户接受,但居高不下的价格成为实现市场规模化的最大阻碍。而今,我们通过全栈自研和极致控本,将这一产品的价格‘打下来’了,将产品价格降至10万元以内。”文达通销售人员表示。



■2026年青岛品牌日“新品牌·新场景·新应用主题展”现场,市民体验智能化产品。