

海信自研AIOS线下首次公开亮相,人形机器人开始“卷”价格,新的AI商业终端快速落地

AI驱动,消费电子迈入“下一程”

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩

在2026年的消费电子领域,若一款产品尚未融入AI元素,几乎等同于向市场宣告自身的落伍。

在2026中国国际消费电子博览会(以下简称电博会)上,能明显感受到这一趋势。从家庭场景中家电向“智能伴侣”的角色转换,到具身智能在生产与生活中的加速落地,即便是不起眼的公共场域的互动装置,也与AI技术深度融合。变化背后,AI驱动之下的消费电子产业,正衍生出新的增长逻辑与竞争维度。

智能家居:告别浅层AI叠加

本届电博会上,智能家居依然是全场实力担当。从单品智能向全屋互联、从被动响应向主动服务加速跃迁,可以发现智能家居产业正告别浅层“+AI”工具叠加阶段,迈入产品服务全方位重构的“×AI”时代。

本届电博会上,海信自研的AIOS(人工智能操作系统)——JUOS迎来线下首次公开亮相。海信产品经理王勇向记者演示了该系统的交互能力——“小聚,我丢的猫找回来了”,“太好了,真为你高兴”——语气中带有明显的兴奋情绪。王勇介绍,“懂情绪”只是JUOS的一个方面,它能主动识别家庭成员身份、使用习惯及环境变化,从而实现个性化的主动服务。

王勇进一步补充说,我们要实现的不仅是拥有一台更智能的电视,而且是借助大屏幕和交互优势,让更多家电进入智能家居生态,实现无感化操作体验,让家居真正“读懂”用户需求。

智能小家电也变得懂“家务”。如石头、大疆带来主力新产品,在主动避障能力方面进一步升级,遇到沙发缝隙可自动压低机身钻入清洁,遇到地板有坡度处或地毯边缘,也能直接越障通过。

现场,众多可穿戴设备吸引观众眼球,打开了智能操控的新入口。能通过意念操控电机运转的脑机设备、能同声传译的智能眼镜均引得不少观众排队体验。通过功能细分,这些可穿戴设备找到更精准的商业化路径,来自北京的亮亮视野带来了专门针对听障人士的AI眼镜,“不同于其他产品追求功能多元,这款产品专注于语音同声传译,能将对方语音实时转换为文字,在准确率与转译效率上有更出色的表现。”现场工作人员告诉记者。

不过,在热闹背后,行业仍面临从“炫技”到“刚需”的过渡。业内人士指出,智能家居长期受协议碎片化、数据孤岛、AI安全与隐私保护等问题困扰,“互联互通”仍是行业正在攻克的共同课题。

实现真正意义上的“互联互通”,既需要



■本届电博会上,巡展的“机器人”扮演者引来外国观众跟拍。 赵健鹏 摄

头部企业的引领,也离不开行业的齐头并进。现场,海尔智家推介了国内首个消费领域家居家电方向的国家人工智能应用中试基地,该项目由海尔智家牵头承建,聚焦打通AI技术从实验室走向普通家庭的产业化“最后一公里”,以此带动行业企业协同发展,加速AI产业化进程。

具身智能:加速进入生产生活

场馆内,一台步态灵动的“机器人”引来参会者驻足围观。实际上,这是展方为活跃气氛设置的NPC角色,但智能机器人走进日常生活,早已不再像“天方夜谭”。本届电博会上,“机器如何更像人”的技术探索无处不在,其首要解答的即是如何更好地适配工厂生产与家庭生活。

乐聚最新款机器人Kuavo5作为企业重点展品亮相,不久前公司刚完成500台Kuavo5的交付,买方为某物流企业。据现场工作人员介绍,该产品采用轮式四足设计,相比人形机器人稳定性更优、能耗更低,可自动识别箱体并完成自主搬运与精准上料。不过,其基础售价达50万元,与人力成本相比尚不具备经济性优势。该工作人员介绍,购买企业有自身的考量,“先摸透机器人的脾气,让机器人适配生产场景,未来机器人大规模应用,

企业能实现快速切换。”

让价格更亲民,是机器人走进日常的关键。宇树科技的展台前咨询者络绎不绝,但此次品牌展出的机器人并非最新款H2,而是价格更为友好的G1和R1,两款产品的单价均不到10万元。一同亮相的还有今年新上市的四足机器人狗As2,价格也下探至10万元。宇树科技工作人员介绍,这正是为了让工厂“不被价格劝退”,加速推动宇树产品在货物搬运等场景的应用。

本届电博会上,“情感陪伴”是机器人在跳舞、导览等功能之外,被高频提及的另一关键词,也是机器人真正进入家庭的第一赛道。

海信展出全新Mooi陪伴型机器人,实现行业领先的机器人AI交互能力,可满足儿童早教、老人探视看护、宠物陪伴等多元家庭场景,该产品已于8月底上市,预计年内销量超千台;上海得印科技带来的陪伴机器人,专门面向老年人群体,能够精准地响应老人在日常起居、出行陪护和紧急求助等方面的指令需求,公司副总裁郑薇表示,目前正加紧推动产品功能的稳定,争取尽快实现量产。

如何让机器人出门能“打螺丝”、进门能“下厨房”,实现跨场景的通用适应能力,是眼下众多机器人企业攻坚的课题。在新技术出现前,供需之间仍存在“断点”,这一空白也催生出新商机。

推动电博会释放平台聚合效应

青岛国信集团办一流科技展会,确保高品质呈现

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星

2026中国国际消费电子博览会(以下简称电博会)正如火如荼进行中,本届电博会在“稳规模、优结构、升能级”上实现新突破。展会期间,青岛国际会展中心(红岛馆)人流如织,专业展商与采购商洽谈频繁,充分彰显了这一高能级展会的平台聚合效应。

自2021年起,青岛国信集团连续承接电博会运营工作,始终坚持“政府引导、企业主导、市场化运作”的办展模式。在市委、市政府的坚强领导和市商务局等相关部门的大力支持下,国信集团依托丰富的展会运营经验和过硬的专业服务实力,全流程、全要素、高标准,高质量完成各项筹备及保障任务,赢得展商、观众、主管部门及合作方的广泛赞誉。

市场化策展,激活产业链协同

在展会筹备期,国信集团紧扣电博会“AI领航 智启未来”主题,围绕青岛市构建“10+1”创新型产业体系,以“产业链协同”为策展逻辑,通过实地走访重点企业、联动行业协会资源、多渠道推广触达、出台差异化招展政策等方式,全链条落地市场化招展模式,推动展会从“综合性展示”向“精准化产业对接”转型。

本届电博会共设六大主题展馆,覆盖从基础技术到终端应用的完整产业链。在展区规划上,前端向上游延伸,各展区建立“技术同源、场景互通、生态共建”的深层关联,构建芯片、算力、大模型、低空经济、机器人核心部件等前沿科技展示区域,集中呈现产业链上游核心技术成果,引领消费电子产业风向;后端向场景扎根,围绕适老康养、高端AI体验、家庭生态互联等多元真实场景,集中展示陪伴机器人、外骨骼机器人等创新产品,把技术“装进”生活,突出智能化的可感知与可触达,为消费者提供沉浸式的美好体验。

“来参展就是寻找在中国实现产业落地的合作伙伴。”来自韩国的一位参展商坦言。多家参展企业负责人表示,此次参展效果远超预期。现场活动策划新颖,品牌传播效果显著,无论是媒体曝光度还是合作伙伴的洽谈深度,均令人印象深刻,充分体现了展会精准对接产业需求的平台价值。



■2026中国国际消费电子博览会的康养展区吸引了参会者现场体验。赵健鹏 摄

专业化服务,促进精准对接

精准度和实效性是高质量展会的核心特征,也是电博会持续发力的重点方向。作为执行单位,国信集团充分发挥自身产业资源、业务网络和品牌影响力优势,全方位推进参展邀请、采购商及观众邀约、展会品牌推广等前期工作。

在展会整体方案设计中,深度对接城市产业布局,在巩固智能家居等优势展区基础上,首次将智慧康养、AI大模型、智能算力等新兴及未来产业纳入展览体系,重点打造智能家居、智慧康养、人工智能三大产业链展示集群,并采用“展+会+活动+对接”四位一体模式,促进产业链上下游精准匹配。

为提升精准度,展会深度运用数字化手段,借助大数据分析和智能匹配技术完善线上系统,提前对展商与专业观众进行供需画像,实现展前精准预匹配,展中高效对接。会前成功邀请韩国济州创新成长中心组团来青

观展并签署战略合作协议,定向组织日韩、东南亚及“一带一路”共建国家的专业采购商到会洽谈;展会期间举办采购对接会、专题招商、闭门洽谈会等精准活动,有力促成供需双方良性互动。

为强化实效性,本届电博会期间组织多场新品发布活动,设立新品首发首秀专区,为企业品牌宣传搭建重要平台;同步统筹策划“智能助手与OpenClaw落地实战沙龙”“三角洲电竞比赛”等20余场配套活动,覆盖技术交流、场景落地、竞技体验等多个维度,为行业专家、参展企业及从业人员提供了深入合作与沟通的契机。

来自墨西哥、罗马尼亚、乌兹别克斯坦、也门、俄罗斯及巴西等国家的80多位采购商,对本届电博会给予了高度赞誉。他们一致认为,展出的产品在技术适配性与品类丰富度上均超出预期,尤其在智能机器人及AI算法解决方案、高精度智能影像设备、全屋智能控制系统、节能型新能源电器及智能网联汽车等前沿领域,精准呼应了各国产业升级

诸葛灵犀(青岛)机器人科技有限公司即是一家机器人综合管理平台,为用户提供从选型到交付的全链条服务。公司联合创始人彭子明介绍:“我们主要通过二次开发,让机器人加速应用到具体场景中。比如我们正与一家三文鱼加工企业合作,计划在鱼刺分拣环节引入机器人替代人工,这样可在避免手温破坏三文鱼品质的同时,也提升产线效率。”

AI自助终端:催生商业新模式

若将本届电博会参观人群的动线绘成一幅热力图,人气最高的区域或许不在新奇的机器人展台,也不在家电和汽车等刚需产品展区,而在那些散落在展台边角的AI自助终端产品旁,如AI咖啡机、AI冰箱贴、AI报纸机……它们并没有搭载最前沿的技术,也非最新潮的应用,但设备前排起的长队证明,它们已经无缝融入大众生活。

一款“AI抓娃娃机”——当人手靠近设备,内置摄像头随即启动识别与建模,用户便可在互动大屏中抓取虚拟世界的娃娃,目前该产品已经成为在各大商场“走穴”的明星产品;一款AI自拍冰箱贴——用户按照设备流程自拍后,能够通过设备嵌入的AI技术转化成不同风格的照片,即时打印成磁吸贴片,成为展台前吸引流量的“秘密武器”。

参展企业原野互动现场展示多款AI互动装置。该公司深耕这一细分领域多年,公司负责人原永征介绍,这类AI互动设备主要应用于商场、教培机构、景区等场景,与智能家电和人形机器人相比,其AI技术含量不算顶尖,但技术复杂度并不低,尤其对交互体验和更新速度要求极高,团队几乎每两到三天就能研发出一款新品,但最终能推向市场的仅有十余款。

在更深层面,AI自助终端的演进,也在催生新的零售业态。本届电博会上,澳柯玛带来了最新推出的AI智能无人售卖咖啡机,一键即可完成咖啡制作与售卖,同时能主动收集区域内客流数据,为商户提供精准灵活的营销方案。澳柯玛相关负责人告诉记者,这一产品适合低成本创业,节省房租和人力成本。

其展出的另一智能零售柜则更早验证了这一想法的可操作性——消费者扫码开柜,摄像头监测拿取货物,关闭柜门后自动扣款。“从设备出货量来看,这款产品很受市场欢迎。未来24小时无人值守便利店,可以是人形机器人值班,也可以一排排的货柜,让消费者自行选择。”工作人员介绍。

标准化管理,夯实精细保障

国信集团作为青岛市直国有企业,深耕会展行业20余年,每年举办展会面积占青岛会展市场份额近七成。旗下国信会展酒店公司现拥有青岛国际会展中心红岛馆和崂山馆两座展馆,室内外展览面积近30万平方米,配备经验丰富的专业运营团队,并组建专门团队负责电博会运营。

本届电博会举办地——青岛国际会展中心(红岛馆),坐落于青岛高新区,所在区域产业优势与电博会相关产业链高度契合。红岛馆是国信集团投资建设的第五代会展综合体,室内外展览面积达20万平方米,配套2座四星标准酒店、近1000间客房,硬件与软件设施的全面升级,显著提升了电博会的综合服务和保障能力。自2019年启用以来,这里已成功举办数百场重要展会活动。

为充分释放专业运营优势,国信会展酒店公司构建起涵盖“政府对接—展会承办—工程搭建—广告设计—酒店住宿—商旅服务”的一站式全流程服务生态,创新建立以展会项目经统筹协调、综合后勤体系支撑保障、酒店服务协同配合的“三位一体”服务机制,实现从前期策划、组织实施到落地执行的全流程闭环管理。经过多轮全流程压力测试和资源协同演练,打造出一套高效规范、专业完善的展会服务标准模板,为电博会高品质举办筑牢坚实后盾。

展会期间,现场引入AI智能化工具,如“碰一碰”打卡、机器人导览等,有效提升观展效率和体验;设立新闻中心,为媒体记者提供便捷的工作环境和全面的信息服务,确保展会动态及时、准确传播,受到各方一致好评。

国信集团相关负责人表示,下一步,集团将持续深耕、久久为功,深化与国内外知名展会、行业协会、优秀企业的战略合作,推动电博会向更高规格、更广影响、更强带动力的一流科技展会标杆迈进,为消费电子产业高质量发展贡献国企力量。

电竞已经成为集硬件制造、内容制作、赛事运营、线下消费于一体的复合型产业赛道

□青岛日报/观海新闻记者 王奕宁

本报9月5日讯 5日,2026中国国际消费电子博览会(以下简称电博会)B2展馆内,三角洲烽火地带电竞赛区被观众围得水泄不通。许多选手干脆席地而坐,仰头紧盯大屏幕,每一次极限反杀、每一发精准狙击,都引来阵阵惊呼与叹息。“这是我第二次在电博会上组织电竞比赛,参赛和观赛人数比去年几乎翻了一倍。”山东省电子竞技运动协会委员会副主任王鼎轩挤在人群中,话音里透着兴奋。

《2026年1—6月中国电子竞技产业报告》显示,上半年我国电竞产业收入达131.15亿元,同比增长2.78%;截至6月,电子竞技用户规模已达4.95亿,接近全国总人口的三分之一。电竞已然从“年轻人的游戏”,转型为集硬件制造、内容制作、赛事运营、线下消费于一体的复合型产业赛道。

硬件技术的迭代升级,正成为电竞竞速最直接的加速器。在飞利浦旗下专业电竞品牌EVNIA弈威的展台上,“AI+健康双核电竞”的定位格外醒目。专为电竞设计的显示器搭载AI智能引擎,能够自动识别游戏场景,为玩家提供智能十字准星、智能狙击窗、智能暗部增强等辅助。而且产品采用护眼技术,减少对眼睛的直射刺激。该系列产品上半年销量已突破10万台。

AI技术同样在赛事运营环节大显身手。“过去统计选手场均数据,需要裁判员逐局人工录入,耗时费力且容易出错;如今,裁判只需将总分界面导入AI软件,KDA(击杀/死亡/助攻)数据、输出占比、高光时刻剪辑便可一键生成,赛后复盘效率提升数倍。”王鼎轩介绍。导播系统也在逐步引入AI自动捕捉精彩镜头——当选手完成三杀或极限反杀时,镜头会立刻锁定回放,不再依赖人工切屏。

不只是在电博会上连续举办电竞比赛,面对电竞赛道,青岛正在精准卡位。据青岛市电子竞技运动协会负责人介绍,截至目前,已有4场重量级电竞赛事落地青岛,头部赛事落地数量位居北方城市首位。

人才储备,是青岛电竞优势的一条隐形赛道。青岛市电子竞技运动协会每年都会组织专业裁判员培训,从规则判例、设备检测到临场应急,均设置严格考核,通过者方可获得正规裁判员证书。这批持证裁判不仅服务于本地赛事,还常被省内外大型比赛“借调”,成为青岛电竞软实力的流动名片。

渠道端商业模式的革新,正将青岛网吧从单纯的上网场所升级为电竞赛事落地的“最小单元”。惠科股份青岛代理高原介绍,惠科股份会支持合作网吧举办热门赛事。“这样一来,网吧老板可以办赛聚人气;玩家有了固定‘上分’舞台;品牌也收获了终端曝光。”惠科股份已在青岛建立数百家合作店面。

但冠捷科技OBM中国区MNT BU华北2大区总监、飞利浦新零售及北区总监王钦也指出:“青岛网吧多为独立经营,连锁化率较低,难以形成统一的赛区划分和积分体系,可以由相关协会牵头制定分级标准,把分散的网吧‘串珠成链’。”



■三角洲烽火地带电竞赛吸引了众多电竞爱好者参与。 赵健鹏 摄

青岛：精准卡位,「竞」速前行