

人工智能推动家电智能从单一走向全场景

大模型通过面部扫描识别健康状况并迅速给出健康烹饪食谱;等人进到房间后智能空调自动调出最适宜的温度;大屏电视不仅是“看剧工具”,还能根据用户意图自动触发匹配的智能服务……前段时间举行的2025中国家电及消费电子博览会(AWE2025),为人们展现了人工智能(AI)加持下更加智能、互联、全面的智慧家庭场景。

AI驱动家电业进入智慧时代

家电与AI的结合正在为消费者开启全新的智慧生活时代。

AWE2025现场,海尔智家发布了最新成果——AI之眼系列黑科技,让智能家电在“听得懂”的基础上实现了“看得懂”。简单来讲,就是相当于给家电安上了“视觉神经中枢”,让家电拥有主动服务于人的能力。

海尔集团副总裁舒海表示,海尔智慧家庭的目标就是要逐步实现“无人家务”,而“无人家务”的实现,目前还需要两块拼图:一是需要家电具备“看得懂”的能力,此次海尔智家发布的“AI之眼”就让家电有了这项能力;二是在“看得懂”之后,通过家庭服务机器人去实现家务“拿得起、放得下”。海尔智家目前正在加速研发和布局家庭服务机器人业务,希望早日推进“无人家务”时代的到来。

海信展出了全球首款116英寸RGB-Mini LED大屏电视,该款电视在

降低能耗的同时,还带来了更高的画面对比度和色彩准确性,大幅提升了用户观看大尺寸电视的视觉体验。海信视像科技总裁李伟表示,海信电视已完成AI与电视的全面融合及深度应用,使大屏交互变得更加简单和智能。

国产净水器品牌安吉尔则推出了配备NFC智慧互联模块的“哪吒2代”净水器,用户通过智显触控龙头,可以实时获取设备运行状态、水质等信息。“智能化是家电业的未来趋势。”安吉尔集团电商产品管理与开发部副总监葛浔说,公司接下来会加大智能产品的开发和布局。

今年的展会上,首次参展的宇树科技展出了人形机器人G1和机器狗Go2。作为全球首款具备4D超广角激光雷达的伴随仿生四足机器人,Go2在现场娴熟地展示了行走、奔跑、匍匐等动作。与此同时,TCL推出了AI陪伴机器人TCL Ai Me,海尔智家联合星动纪元共同打造的家庭服务机器人“小星”也首次亮相,并在现场表演起了打太极、原地踏步、向观众招手等动作,吸引了众多观众围观。

中国家用电器协会执行理事长姜凤表示,AI已成为推动家电及消费电子行业技术升级、产品创新、提升用户体验的重要驱动力。

大模型让家电“主动思考”

AI技术的爆发式进步,特别是以

DeepSeek为代表的人工智能大模型,正在推动智慧家庭迈向更高维度。

在AWE2025现场,不少企业展出了众多融入AI大模型的家电和消费电子产品。比如,海尔集团通过接入DeepSeek,覆盖了智能家居、工业制造和城市安全等领域,助力企业加速向AI转型;海信基于自主研发的星海大模型,将家电从“功能控制”向“AI管家”全面升级,使AI技术能够更懂用户;TCL接入DeepSeek技术,为其智能家居、移动通讯等业务注入更多AI能力;老板电器今年展出了其AI烹饪大模型“食神”,不但可以为用户推荐菜谱,指导用户进行烹饪,还可以通过面部识别健康状况、分析体检报告来为用户生成健康膳食规划,并能调动所有设备协助用户完成烹饪的全过程。

“今年以来,DeepSeek等大模型惊艳世界,为人工智能在各行业加速落地应用带来了新的想象空间。”姜凤说,在家电领域,人工智能大模型的出现为家电智能化水平的跃升提供了关键技术突破路径。

互联互通打造全场景智慧生活

随着人工智能、物联网等新技术的迅猛发展,消费者的需求已不再局限于单件智能产品的功能性,而是寻求更加系统化、智能化和个性化的全屋智能解决方案。

展会现场,华为通过鸿蒙系统搭

建了一个开放、共享的智能家居生态平台,实现跨品牌、跨品类的设备互联互通。华为全屋智能升级为全新品牌华为鸿蒙智家,通过AI赋能家的连接、交互、生态,联合鸿蒙生态伙伴共同构筑智慧家庭。

华为终端有限公司物联网产品线总裁余隽表示,构建“人-车-家”互联的全场景智慧生活,是华为终端业务未来长期战略。华为正努力通过生态协同,连接个人终端、智能车、全屋智能等终端设备,重塑人、车、家体验空间。

TCL集团也展出了包括电视、空调、冰箱、洗衣机、手机、AR眼镜、电竞显示器、音响、AI陪伴机器人、智能锁等众多家电用品的全屋智能生态系统。

万和电气则构建了一个集成燃热、电热、烟机、净水、烤箱及烹饪功能的智能家居系统。作为行业内首个支持鸿蒙操作系统手机通过星闪技术实现本地全屋控制的企业,万和电气已与华为、小米、阿里等平台无缝对接,全面支持多生态系统接入。

“在追求高科技、智能化的同时,产品的可靠性和用户体验是赢得消费者信任的关键。”万和电气董事长卢宇聪表示,厨卫电器行业只有将产品的可靠性与用户的需求完美结合,才能创造更加智能、舒适、可靠的智慧家庭生活。

(经济参考报)

刘雅婷:品牌形象店是连接品牌与用户的重要纽带,对消费者而言是体验新兴品类的最佳载体之一,对知音而言是传递品牌理念、与消费者直接沟通的关键窗口。

线下场景更能让消费者在真实环境中感受到知音开放式耳机的舒适性、稳固性及音质表现,从而建立全面的产品认知,助力我们从专业领域迈向大众市场。

未来我们将深化体验式营销战略,在品牌形象店定期举办各类体验活动,让用户在多场景中沉浸式感受产品价值,实现从产品认知到场景应用的全链路体验。

记者:在运动场景外,开放式耳机是否可能成为大众日常穿戴的“刚需型产品”?未来,知音的产品会有何布局?

刘雅婷:根据IDC数据显示,2024年中国开放式耳机出货量同比增长212%,远超真无线耳机的5.6%。其中,耳夹式耳机的销额增长甚至超过700%。不难看出,开放式耳机的增长已突破运动场景限制,音质、续航、佩戴等方面的技术迭代和更多应用场景的适配,使其具备成为日常穿戴必需品的潜力。

基于对市场趋势、用户需求的深度洞察和技术创新,我们最新发布了知音首款耳夹式耳机OpenDots ONE,由此完善了包含耳夹式、耳挂式、骨传导后挂式的开放式耳机多元化产品矩阵,更好地满足专业运动场景和大众生活场景需求。

作为全球领先的开放式耳机品牌,知音持续深耕声学技术创新,目前开放式耳机全球申请发明专利已有1408项,排名全球第一。未来,我们将继续发挥在开放式声学技术优势,为消费者带来更丰富的开放式聆听选择。

竞争中保持行业竞争力的关键所在。

记者:开放式耳机用户对“佩戴稳固性”“环境感知安全”等痛点需求强烈,知音通过哪些用户洞察机制将真实场景痛点转化为技术方案?能否分享一个“用户需求反向定义产品”的典型案例?

刘雅婷:知音始终以技术创新与用户思维为双轮驱动,构建可持续发展的核心竞争力。我们在用户洞察层面构建了覆盖品牌形象店、社群活动、专业赛事等途径,从需求收集、场景验证到产品迭代的洞察机制,以精准捕捉消费者需求,确保产品创新始终与用户体验同频共振。

2023年,知音推出OpenFit舒适圈耳机,以‘舒适科技’精准契合用户需求。同年,高通的《音频产品使用现状调研报告》显示,舒适度已超越价格,成为中国消费者选择耳机的首要考量——这与我们的洞察不谋而合。

未来我们也将持续坚持双轮驱动创新,打造覆盖运动、通勤、办公、娱乐等全场景的开放式耳机解决方案。只有将科技与用户真实需求深度融合,才能为消费者创造出真正有价值的产品。

记者:据了解,知音目前在国内已经开了60多家专卖店,线下展示空间为什么重要?在消费者体验等方面,会有哪些门店特色?

多举措应对市场挑战

消费电子企业迎机构密集调研

个季度的增长趋势。

“随着后续补贴政策的持续,消费者购置成本将进一步降低。除手机外,腕戴产品的性价比也将进一步提高,从而带动消费电子需求的增长。”深度科技研究院院长张孝荣对记者表示。

在此背景下,消费电子企业正不断加大研发投入、推动产品创新。深圳市漫步者科技股份有限公司调研记录显示,开放式耳机市场正处于快速增长阶段,是公司大力投入的方向之一。近期公司陆续发布了若干高端新品,特别是3月下旬开始,一系列主销价位段的耳机新品集中上市,如百元级TWS耳机X1Evo、搭载主动降噪的TWS Lolli Pro 3i、OWS耳夹式耳机ComfoClipQ等。

浙江水晶光电科技股份有限公司在滤光片领域的技术突破也值得关注,公

在日前结束的2025年中国家电及消费电子博览会(AWE)上,一款名为“动钛圈OpenDots ONE”的耳夹式耳机引发行业热议。记者了解到,这款由Shokz知音推出的开放式耳机新品,凭借其突破性的佩戴设计与声学技术,预示着开放式耳机从专业运动设备向大众刚需品转型的产品趋势。作为全球开放式耳机市场的领跑者,Shokz知音通过将真实场景痛点转化为技术解决方案,再次验证了“用户需求定义产品”的创新逻辑。

此次记者对话Shokz知音中国区品牌营销总监刘雅婷,进一步了解知音如何实现用户需求洞见与技术创新双向赋能,实现让开放式耳机更“懂”消费者。

记者:本次AWE展出的新品动钛圈在声学技术、佩戴科技上有何突破?知音如何平衡开放式耳机“舒适”与“稳固”的矛盾需求?

刘雅婷:知音动钛圈OpenDots ONE作为知音首款耳夹式产品,是我们耗时三年研发的成果,更是承载了知音在开放式声学领域多年的研发积淀和技术创新。

在声学技术上,OpenDots ONE搭载知音最新开放式声学技术——Bassphere低频聚合™技术,在小巧的体积内置入11.8mm双驱动单元,实现低音澎湃有力。另外,这也是我们

4月份以来,多家消费电子企业迎来机构密集调研。Wind数据显示,以申银万国消费电子行业为统计口径,获机构调研排名前三位的上市公司分别是立讯精密工业股份有限公司(500家)、安克创新科技股份有限公司(262家)、浙江水晶光电科技股份有限公司(229家)。此外,广东领益智造股份有限公司、深圳市漫步者科技股份有限公司等企业也接受了机构调研。

翻阅调研记录不难发现,机构关注的焦点集中在企业如何应对美国关税政策冲击以及拓展海外市场等方面。

广东领益智造股份有限公司相关负责人对记者表示,公司位于产业链中上游环节,主要产品不直接从中国大陆出口美国,具备消化供应链波动的强大能力。在历次行业震荡中,公司的强大交付能力保证了市场份额增长。近年来公司在大客户端地位不断加强,正在承接更多业务。

立讯精密工业股份有限公司相关负责人表示,国内制造的产品只有很少一

首次和杜比进行合作,知音动钛圈搭载杜比音效,具备更宽广的声景以及真实的聆听效果。

在佩戴方面,知音通过深度用户调研以及结构与材料创新,先后开展了50多轮佩戴测试,上千名测试用户参与其中,打造出一套以“不等距硅胶+动钛弧”为核心的解决方案。动钛圈采用了动钛弧结构,内层为仅0.19毫米的超薄钛片,结合9g预紧力自适应调节,实现稳固佩戴。同时,搭配柔软硅胶与不等距硅胶设计,分散压力点,以进一步提高佩戴舒适性。

我们希望通过OpenDots ONE在声学、佩戴等方面的技术创新,能为消费者带来一款兼具舒适性、稳固性,以及出色音质的开放式聆听新选择。

记者:开放式耳机近年成为可穿戴设备增长最快的品类之一,如今涌入了很多新玩家,知音作为该领域先行者,如何保持行业竞争力?

刘雅婷:知音作为行业首批布局开放式耳机的厂商,致力于深度洞察用户需求并持续突破开放聆听科技,现已成功在开放式耳机赛道上形成了一定的优势。

知音一方面依托先发技术优势,另一方面,结合对用户的深入理解,我们能够更精准了解到用户对开放式耳机的需求和痛点,从而打造令用户满意的产品。我们认为,对用户的深度理解、对产品极致性的打造,以及在技术上的迭代和优化,正是知音在市场

声音

王琳

AI抽盲盒话题近来引发热议。根据用户想要的款式,人工智能技术结合算法分析,推测盲盒所在位置,辅助用户抽盒。AI抽盲盒虽然带有娱乐属性,但基于AI的精准计算与个性化推荐能力,不禁引人思考,潮玩企业如何利用AI带来的红利?

潮玩,是以流行文化为内核、以玩具为载体的文化产品,以其独特的魅力和市场潜力,逐渐成为潮流文化的新宠。随着越来越多的企业涌入潮玩市场,在助推产业发展的同时,也出现了一些挑战和难题。市场上潮玩品类创新性不足、同质化严重,难以持续吸引消费者;部分企业盲目跟风热门IP,推出质量欠佳的产品,损害消费者权益等。

潮玩企业之所以能够成功,关键就在于“潮”。如何“潮”?人工智能的场景化应用无疑是最好的助力。潮玩企业不妨抓住AI发展带来的新机遇,更好分析捕捉消费者的心理变化,推出更多好的产品来满足消费者对个性化、情感满足和社交互动的需求。

提升潮玩IP的创意表现力。在潮玩业,IP就是流量密码。以往,潮玩IP的创作主要依赖设计师的灵感和经验,AI则为潮玩业带来诸多变革,许多设计师已开始利用AI辅助创作,通过人工智能算法生成各种有趣和创新的设计,并结合市场数据不断优化,使产品更符合潮玩爱好者的审美,为他们提供更具沉浸感的体验。

实现柔性 and 定制生产,优化库存水平。潮玩业面临“不可能三角”难题,即上新快、高性价比、低库存难以并存。潮玩企业可将AI技术深度融入生产流程中,实时跟踪消费者和市场的趋势走向,智能调整生产计划,从而提高生产线的柔性和响应速度,缩短产品上市周期;通过对市场需求、物流信息的分析,优化库存水平,实现供应链智能化管理。

催生新的商业模式,拓展潮玩边界。AI技术的赋能让潮玩突破物理形态,成为兼具功能性与沉浸感的智能载体。比如,有的潮玩可通过手机扫描实现玩偶动态化,让潮玩成为可对话的伙伴,具备情感陪伴与深度交互等功能。有研究报告预测,伴随AI及具身智能技术的日益精进,AI融合玩具领域将成为市场的一大增长点。与此同时,借助AI营销工具,将推动潮玩企业探索更多新兴场景变现潜力,创造新的经济增长点。

目前,我国潮玩业正迈入千亿元级产业行列,多数企业保持着强劲增长势头。随着人工智能等数字技术的进一步发展及普及,期待更多潮玩企业继续深耕原创IP,推动潮玩与传统文化深度融合,在玩法创新和情绪价值上下功夫,为消费者带来更多快乐和惊喜体验,实现社会价值与经济效益的双赢。

河北涞水县举办2025年中小学生春季运动会

4月16日上午,河北涞水县波峰中学田径场内热闹非凡,2025年涞水县中小学生春季运动会开幕式在这里开幕。来自全县25支代表队的699名运动员迈着整齐有力的步伐依次入场,他们身姿挺拔、精神抖擞,青春朝气扑面而来。腰鼓、武术等各具特色的团体操精美表演,彰显了涞水县子奋发向上的精神风貌。

涞水作为文化教育大县,始终把教育摆在优先发展的战略位置。在抓教育教学质量提高的同时,该县更牢固树立抓教育更要抓健康理念,把体育锻炼与教育教学工作同谋划、同部署。县教体局组织了篮球赛、羽毛球赛等多项体育赛事,营造全民健身热潮。全县各中小学校也把体育工作

摆在重要位置,让广大青少年儿童在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志,促进了校园体育运动蓬勃开展。这次举办以“扬体育精神 展青春风采”为主题的2025年全县中小学生春季运动会,目的也是让广大中小學生通过赛场拼搏,在运动中磨砺心智,强健体魄,陶冶性情,完善人格,用健康谱写青春精彩华章。据涞水县教体局党组书记、局长代娜娜介绍,今年以来,涞水县教育系统以“课间15分钟”和“30分钟大课间”活动为抓手,深入推进阳光体育运动,目前已有全国青少年校园足球特色学校9所、全国中小学中华优秀传统文化传承学校1所,体教融合成效显著。(杨志民 贾震阳)

以“数”惠民 彰显城市温度 江苏扬州深度拥抱数字经济大潮

“激发新质动能,智绘江苏蓝图”主题媒体探访活动一行4月15日走进江苏扬州。扬州市数据局局长朱勇表示,“扬州市充分利用数据技术赋能公共服务、社会治理,精心打造多个具有扬州特色的数字化应用项目,让企业和民众共享数字化发展成果。尤其是扬州在以‘数’惠民方面,持续彰显数字政府建设的‘扬州温度’。”

当前,人工智能技术作为新质生产力的核心驱动力,正加速推动江苏省千行百业智慧化转型,成为构建江苏现代化产业体系的关键引擎。近年来,扬州深度拥抱数字经济大潮,坚持顶层设计与实践探索相结合,通过统一规划、统一架构、统一标准、全领域、全方位、全过程推进城市数字化转型。

据扬州市数据局相关负责人介绍,在政务服务数字化转型方面,扬州以推进“高效办成一件事”改革为契机,推动政务服务大厅数字化转型建设,丰富和提升“苏服办”扬州旗舰店,共上线620个高频政务服务应用,420个事项可在手机端提交申报材料,实现指尖办、马上办。

在扬州市智慧政务大厅,前来办理业务的民众往来不绝。相关工作人员介绍,大厅24小时全天候开放,实现政务服务由传统大厅“集成化”模式向零人工“智慧化”模式转型升级,为民众提供7天24小时“不打烊”的政务服务。

随着公共资源交易平台整合共享向纵深推进,各地招投标数字化水平显著提升,交易规范化程度大幅提高。扬州市公共资源交易中心以问题为引,以数据赋能,创新打造“AI+服务”模式,推进公共资源交易平台数智化转型升级,全力构建公平公正、规范高效的交易环境。“‘AI+服务’融合人工智能相关前沿技术,以科技力量构建数字化风险防控网络。”评标智能管控“通过大模型推理、机器视觉分析、物联网、云计算等技术组成多维度、多层次的‘算’力,将原本评标现场由人工跟踪、监督、处理的任务转为机器‘搜’、系统‘算’、人为‘理’,有效弥补人的能力不足,精准锁定各类违法违规行为。”扬州市公共资源交易中心相关工作人员说。

2024年,扬州12345热线的接通率、满意率、按时办结率等多项省考指标均位居全省前列。“12345热线是地方人民政府受理企业和民众对政府管理和服务的非紧急诉求的便民热线平台,但接到这类紧急的工单时,我们会根据工单紧迫性提级办理、接诉即办,记录工单后第一时间派到部门,部门五分钟之内回复收到,两个小时内须回复基本情况,在12小时内要回复正式的办理结果。”扬州12345热线相关负责人表示,“我们将努力以‘民声’促‘民生’,变‘民意’为‘满意’,打造一条更加贴心、更加高效、更加满意的‘真芯’热线”。(中新网)

潮玩企业如何用好AI红利