

青岛发布“行动方案”剑指具身智能机器人高地

“一场三区”助力青岛打造国内首个康复场景、首个海洋场景具身智能机器人训练场

■青岛财经日报/首页新闻记者 郭清鉴

当下,人工智能发展前景广阔,青岛市委、市政府顶格谋划“10+1”创新型产业体系,把人工智能作为优先发展的先导产业之一,将聚力突破人形机器人等细分赛道,努力打造北方地区具身智能机器人产业创新高地和重要的研发制造中心。昨日,2025青岛市具身智能机器人生态发展大会举办,来自政府部门、相关高校及科研机构代表以及创投风投和金融机构的代表300余人齐聚一堂,共论具身智能机器人产业发展。

大会上,青岛市工业和信息化局局长刘大川发布了《青岛市具身智能机器人产业2025年行动方案》(以下简称《方案》)。《方案》指出,要加快海尔、海信两个省级培育制造业创新中心建设,推动一批创新成果落地;要加大“揭榜制”“赛马制”项目比例,提炼产业共性技术需求,推进一批关键技术攻

关项目。

本次大会上还成立了青岛市具身智能机器人产业战略咨询委员会和青岛市具身智能机器人产业发展联盟,组建了青岛市具身智能机器人产业基金。

青岛市具身智能机器人产业战略咨询委员会将重点围绕区域资源整合与项目精准对接、产学研联合攻关与成果转化等领域发挥智库作用,同时着力推进地方能力建设与国际交流合作,为产业发展提供战略性、前瞻性指导。

数据是智能时代的关键“弹药”,训练场是技术落地前的“试验田”。本次大会上,青岛市大数据局、崂山区、高新区、青岛海洋科技中心共同启动具身智能机器人训练场“一场三区”建设。青岛市将依托工业、康复、海洋等领域发展优势,建设通用场景区、康复场景区、海洋场景区“一场三区”训练场,

建成国内领先的技术验证高地,打造国内首个康复场景、首个海洋场景具身智能机器人训练场,为青岛具身智能技术迭代提供“孵化器”,助力青岛抢占人工智能产业制高点。

活动现场,青岛海尔创业投资有限责任公司与青岛市创新投资有限公司代表共同签署青岛市具身智能机器人产业基金战略合作框架协议。该基金目标规模达100亿元,将发挥产业升级“助推器”作用,有效整合技术、人才及产业资源,为青岛具身智能产业发展提供强劲支撑。

大会期间,新一批具身智能超级场景发布,覆盖包括民政、智慧家庭、工业制造、智慧城轨、轨道交通装备、智慧港口、海洋勘测、医疗康养在内的8个超级场景。

中共青岛市委组织部副部长、青岛市人力资源

和社会保障局局长刘学俊在会上同步发布人才政策,从创新创业、人才计划、生活服务等方面提供政策支持,为具身智能机器人产业发展提供坚实的人才保障。在每年市级关键技术攻关项目和科技示范工程中,将向具身智能机器人领域倾斜,助力攻关产业关键核心技术,分别给予最高500万元和1000万元支持。

大会还邀请了业界专家、企业人士,围绕技术演进、产业前沿等进行深入探讨。中国信息通信研究院信息化与工业化融合研究所智能科技部主任王扬做了题为《大模型时代的机器人革命》的主题分享,乐聚(深圳)机器人技术有限公司合伙人、乐聚智家(青岛)技术有限公司首席运营官梁佳做了题为《人形机器人产业解析与具身智能技术前沿实践》的主题分享。

40年的海尔,何以更年轻

■青岛财经日报/首页新闻记者 尹为鉴

品牌的塑造,是一个动态发展的过程。品牌形象不会一成不变,而是随着时代的发展而变化。

2025年4月,由海尔集团研发的行业首创产品Leader懒人三滚筒洗衣机凭借独特的外观和分区洗护功能,一经上市,迅速引发全网关注。不只是“三筒”洗衣机,在3月中国家电及消费电子博览会上,海尔展示了行业领先的“AI之眼”黑科技,长着“眼睛”的冰箱、洗衣机、空调、烟机,诠释了在AI科技加持下,更加智慧便捷的未来生活……

“前有‘海总’火爆全网,后有洗衣机引爆线下,海尔不一样了。”这是网友们对海尔最直接的评价。

一个已创业40年的世界名牌,以时尚、鲜活、亲切的品牌形象又一次成为大众关注的焦点,这正是海尔拥抱时代,让品牌持续进化的结果。

拥抱AI

面对人工智能迅速发展的新时代,海尔将2025年定为全面AI化元年,提出“要么与AI同进化,要么被AI边缘化”,将在基础底座、AI生态、垂域模型、业务场景四个层面进行布局,并将AI科技广泛应用于智慧住居、大健康 and 数字经济产业生态三大赛道,助力产业转型升级。

在智慧住居领域,海尔智家致力于智慧家庭垂域模型发展和创新,将智慧产品和服务送进全球200多个国家和地区的10亿用户家庭,智慧场景品牌三翼鸟每个月为用户提供超80亿次智慧生活服务。在国内,海尔智家平台活跃用户超1000万;在美国,Smart HQ平台联网用户超400万,实现了用户、家电和生态之间的智能交互;在欧洲,hOn APP平台接入了Candy、Hoover等多个品牌,注册用户已超925万;在日本,AQUA正持续加速布局智慧社区洗;在东南亚,海尔智家也在通过Haismart平台为当地用户提供智慧家庭服务……截至目前,海尔智慧家庭的海外注册用户总数已经超过了2000万,在全球范围内掀起智慧生活迭代和跃升的热潮。

在大健康领域,盈康一生自研AI应用平台“盈康大脑”,借助强大算力、海量数据和多模态处理能力,加速资源开放聚合,以AI升级场景方案。其中,“智慧用药+AI场景”方案依托自主研发的3D-AI视觉识别自学习、多机械手仿生控制、高速运动控制三大核心技术,能够AI识别药物、审核药方、自动配液,实现药品“存转配发用”全流程数智化闭环管理,让配药效率、库存周转率大幅提高。

在数字经济领域,海尔卡奥斯工业互联网平台自研天智工业大模型,沉淀形成了4700个行业机理模型和200多个专家算法,赋能汽车、化工、模具等9大行业45个高价值场景提效,加速新型工业化进程。比如,注塑工艺优化场景中,注塑机的生产能



截至目前,海尔智慧家庭的海外注册用户总数已超2000万,在全球范围内掀起智慧生活迭代和跃升的热潮。

耗降低10%,节拍提升7%,调参周期缩短90%。

用户需求

上述提及的Leader懒人三滚筒洗衣机一大特点就是由用户全流程参与共创。其精准捕捉用户衣物分类洗护的痛点和需求,通过持续交互,最终解决了长期困扰用户的内衣、袜子和大件衣物如何分区洗护的难题。

以用户为核心,用需求驱动创新,是海尔一以贯之的创新理念。

海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰表示:“产品是企业与消费者沟通和交流最重要的载体和桥梁。虽然用户的需求千差万别,但每一个国家的用户对美好生活的追求始终没有改变。这要求我们不断通过创新的产品,满足用户的需求。”

进入物联网时代,用户需求的变化主要体现在三个方面。首先,用户从被动接受转变为参与共创,从消费者进化为产消者,期待与企业共同塑造产品和优化服务体验。交出线上预约超8万人成绩单的Leader懒人三筒洗衣机,就是与用户共创最典型的案例。

有深度、有温度、有态度、有交互感的产品终会成为用户青睐的对象,这恰好是海尔品牌进化的核心逻辑:在交互中成长,让产品成为场景解决方案。在这种逻辑下,海尔已经从传统的家电品牌转型为物联网生态品牌。生态品牌怎么理解?其实不难回答,就是让企业化身为开放的生态,用场景解决方案替代产品,让用户获得使用价值和情绪价值。

“自以为非”

创新为品牌注入活力,需求为发展提供方向,而支

撑海尔不断颠覆创新的内在基因,则是“自以为非”。

海尔的“自以为非”,周云杰曾用“在阳光灿烂的日子里修屋顶”来形容。这种思维指导着每个海尔人,不安于现状,因时代而动,先时代而动。

“从1984年到今天,海尔的战略是一以贯之的。我们希望出中国人自己的世界名牌,从中国家电第一品牌到全球家电第一品牌,我们始终在创牌的路上不断探索。”在周云杰看来,“自以为非”的基因让海尔始终走在创业的路上,也是海尔敢于颠覆传统的原因所在。

从1985年海尔集团创始人张瑞敏砸毁76台冰箱,唤醒海尔人质量意识;到坚定地走出国门,经历海外市场25年不盈利的艰难历程,最终连续16年荣获全球大型家电第一品牌。正是“自以为非”的精神,让海尔始终踏着时代的节拍,实现引领。

“人单合一”模式更是海尔在这方面的典型探索成果。2005年,强调“人的价值第一”的“人单合一”模式横空出世,它挑战着西方传统的科层制,让东方的管理范式进入世界管理学殿堂。如今,全球已经自发成立14个“人单合一”模式研究推广中心,约8.2万家企业正在学习和运用“人单合一”模式。

进入2025年,海尔更令人惊喜的颠覆在于积极拥抱自媒体时代。以“海总”周云杰为代表的海尔人不再“低调”,他们通过打造个人社交媒体账号,积极与用户零距离互动,倾听用户的声音,挖掘用户的需求。这种颠覆让海尔的品牌形象变得鲜活,人们眼中的海尔不再只是那个享誉全球的中国家电名牌,而成为一个具象化、有温度、有时尚感的新时代品牌。

时代永远向前,品牌也在进化。已创业40年的海尔之所以愈加年轻,是因为这里的每个人都循着时代的方向,自我颠覆、自我进化。海尔不再是那个海尔,因为它持续进化;海尔仍是那个海尔,因为它永远与时代同行。

平度为美睫产品打造“数字身份证”

■青岛财经日报/首页新闻记者 辛小丽

当标准化浪潮席卷全球产业竞争,当数字化变革重塑美妆商业版图,平度——这座被誉为“中国睫毛之都”的北方城市,以雷霆之势点燃产业升级引擎。

5月12日,在CBE中国美容博览会的舞台上,平度美睫产业以一场重磅活动——中国美睫团体标准制定暨美睫质量溯源示范区建设启动仪式,为美睫产业开辟出一条从“制造高地”迈向“标准高地”“品牌高地”的进阶之路。

标准立规,溯源提质

博览会上,平度市隆重举行中国美睫团体标准制定暨美睫质量溯源示范区建设启动仪式,携手国家标准体系权威机构,以前瞻性布局打破行业发展瓶颈,引领美妆睫毛产业迈向标准化、规范化新征程。

“美睫团体标准将覆盖产品质量、生产工艺、服务流程等关键领域,既为平度美睫企业提供清晰可依的生产经营准则,更着眼于破解行业共性难题,为全国美睫产业划定‘质量高线’,构建发展秩序;质量溯源示范区建设以‘一物一码’为核心,构建从原料采购到终端消费的全生命周期追溯体系,让‘好睫毛·平度造’的品质承诺可感知、可验证、可信赖。”平度市美妆编时时尚产业链链长董玉玲在致辞中对这一战略布局的意义进行了深刻阐释。

随后,杭州协作品牌管理有限公司总经理陈灏围绕美睫团体标准进行专业政策宣讲,深入阐述了标准体系对于规范产业发展、保障产品质量、提升消费者信任度的重要意义,让在场嘉宾对美睫产业的标准化发展有了更清晰的认知。

打造美睫产业“数字身份证”

此次启动仪式标志着平度美睫产业将拥有完善的团体标准和质量溯源体系。这不仅让“好睫毛·平度造”的品质承诺具象化、可视化,更将推动整个行业向“透明化、可信赖”方向变革,成为中国美睫产业走向国际市场的“数字身份证”。

以标准立标杆,以溯源塑信任。平度美睫产业的这场“破冰行动”,正为中国制造升级写下鲜活注脚,也为全球美妆产业贡献“平度方案”。下一步,平度市将以此次活动为契机,持续加强产业政策扶持,深化与国内外优质资源合作,推动美睫产业全链条升级,全力打造具有国际竞争力的美睫产业集群。同时,立足产业辐射效应,以美睫经济为纽带,深度嵌入乡村振兴与城市更新战略,实现产业提质与民生福祉的同频共振,为平度市经济社会高质量发展作出新的更大贡献。

讲文明 树新风 公益广告

在家分好类 出门正确投

药品油漆废灯管投红桶

