

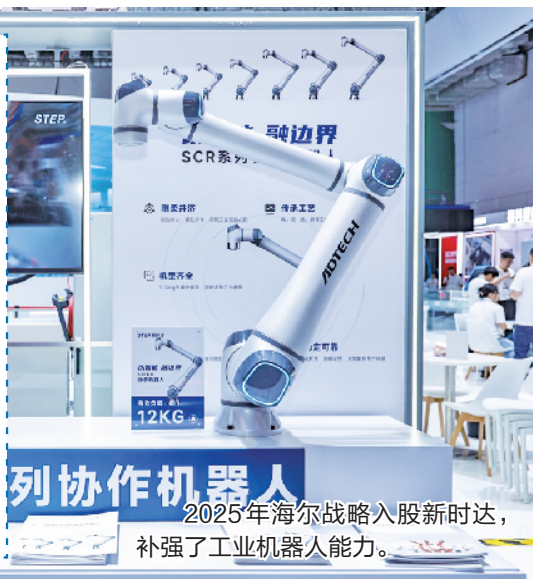
海尔2025:奔赴AI与生态的“新链接时代”

■青岛财经日报/首页新闻记者 高奕静

财经观察 企业观察

当人工智能从实验室走向千家万户,当全球化从“走出去”到“扎下根”,2025年被普遍视为一个“重新定义”的年份。技术范式加速跃迁、全球产业链深度重构、人口结构变化叠加,几乎所有企业都站在了重新校准方向的十字路口。

作为一家走过41年创业历程的全球化企业,海尔在这一年锚定发展航向,走出了一条持续稳健向上的增长曲线。在2025企业家博鳌论坛上,海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰以《新链接 新机遇 新生态》为题发表演讲时提出,让科技扎根于产业、服务于场景、成长于生态,而这也是海尔2025年的鲜明注脚。



关键词:AI元年

2025年,被不少行业人士称为“AI元年”。这一年,人工智能从实验室与概念叙事中走出,成为推动产业变革与经济增长的新变量。

“科技变革加速拓展链接的深度。人工智能的真正革命,不在于实现了机器互联,而是创造‘意义的互联’。技术不再是孤立工具,而是嵌入场景、融入生态,进而沉淀为企业的共生逻辑。”在2025企业家博鳌论坛上,周云杰这样定义AI时代的价值。

围绕这一价值方向,2025年,海尔构建起“天上有大模型、空中有智能体、地上有AI终端”的立体化AI布局:在“天上”,UHome智慧家庭垂域大模型、盈康大脑IncGPT大模型、卡奥斯天智工业大模型不断沉淀行业机理;在“空中”,小优智能体、家庭机器人逐步成为人与系统之间的交互入口;在“地上”,搭载“AI之眼”的家电产品,让设备第一次真正具备了“看得懂”的能力。

海尔让AI技术真正进入了生活与产业。消费级AI运动外骨骼机器人W1,为老年人和行动不便者提供精准行走支持;海创汇AI智能体为创业者提供“虚拟导师”服务,助力不同体量的初创企业加速成长;在盈康一生旗下医院,AI病历生成可使住院医生每天减少75%的写病历时间,AI影像的阅片效率提升66%;在入选“2025年度领航级智能工厂项目培育名单”的海尔青岛中央空调互联工厂,AI深度融入了生产全流程,引领行业朝着高端化、智能化、绿色化跃升。

当AI从“技术选项”成为“企业基础设施”,海尔的判断非常明确——要么与AI同进化,要么被AI边缘化。其选择的路径,是把AI从实验室场景带到真实产业,让技术为真实需求所驱动。

关键词:生态深化

如果说AI定义了2025年的技术底色,那么“生态”则是海尔持续聚焦的战略主线:“未来的竞争,不是企业与企业之间的对抗,而是生态与生态的对话。”

2025年,海尔围绕智慧住居、大健康、数字经济三大赛道,持续推进生态深化。战略入股新时达,补强工业机器人能力;战略入股汽车之家,完善汽车生态入口;卡奥斯完成对上海碳索能源的战略投资,延展能源与低碳场景。每一次动作,都服务于同一个目标:打破行业边界,构建跨领域协同的生态闭环。

不同于简单的业务扩张,生态深化带来的是一种“可持续生长的组织能力”。在智慧住居领域,三翼鸟发布行业首个人车家互联生态开放平台UhomeCar,打通“人-车-家”全场景互联,并与长安、奇瑞等车企共建生态,让智慧生活从家庭延展至出行空间。

在大健康领域,海尔集团旗下大健康生态品牌盈康一生搭建科技创新生态平台“海医汇”,推动渐冻症诊疗、生物再生技术、高端科研仪器等10余项全球突破性技术进入临床转化。

在数字经济领域,卡奥斯工业互联网平台已赋能家电、汽车、化工、电子等行业,参与打造16座灯塔工厂。通过自研的天智工业大模型,4700多个机理模型和200多个专家算法被系统化沉淀,成为产业智能化的“操作系统”。

聚焦智慧住居、大健康、数字经济,海尔的生态布局,并非追逐短期风口,而是培育一种能够不断孵化新物种的“生态土壤”。在这片土壤中,企业不只是生产者,更是生态链接者。

关键词:创新创业

2025年,海尔高管集体“出道”,在评论区不断发生着与用户双向奔赴的故事。

去年全国两会期间,周云杰因“反差萌”表情包意外走红。面对突如其来的流量,海尔顺势开启了企业家IP的系统探索。周云杰开通社交账号,与用户零距离互动,“听劝总裁”这一标签由网友自发赋予。

这并非临时起意,而是海尔长期思考的结果:如何建立与用户更长久、更真实的链接。

这种链接背后,是企业走到用户面前,把用户从旁观者变成共创者。最典型的案例便是火出圈的懒人三筒洗衣机。网友“催生”的懒人三筒洗衣机,从留言到立项,从研发到上市,海尔用极短时间完成生产闭环。独立水路设计解决混洗问题,AI智平衡技术提升体验,后续海尔又根据用户反馈迭代出带烘干功能、标准尺寸、可配洗鞋机的懒人洗家系列,目前全网销量突破30万台。

企业创新内容展示方式的转变同样重要。从“冰箱停电48小时挑战”到“零下30°C极寒实验”,在海尔高管IP账号下,产品能力通过可感知、可参与的场景化内容被真实呈现。

更深层的变化在于组织内部。用户留言直接推动研发、生产、服务流程调整,倒逼企业形成快速响应机制。而早在这之前,海尔的研发就已经不是“封闭”在企业内部的了,其构建了遍布全球的10大研发中心,拥有2.4万名研发人员,并且链接全球超过25万专家和100多万生态方共创,为快速响应用户需求创造了基础。

当“制造”转化为“共创”、“交易”升级为“对话”,用户不再只是消费者,而是“产消者”。公开数据显示,关于海尔产品研发的用户建议超过9000条,其中3000多条与战略方向一致,已有17条转化为正式产品立项。正如周云杰最开始做IP的初心——“略过自我,略去客套,略出真诚”,这种“去流量化”的思路最终让用户获益。

关键词:全球创牌

当全球化进入深度调整期,海尔的“全球创牌”更加稳扎稳打。

海尔强调“在每一个地方生长出不一样的海尔”,但内核始终统一于“人的价值最大化”的人单合一模式。这一理念在2025年得到进一步验证。

本土化研发、本土化制造、本土化营销,构成了海尔全球创牌的三重支点。在研发端,海尔坚持本土化创新。在欧洲,面对能源紧缺现实,海尔推出比A级能耗节能70%的X11洗衣机,成为当地爆款;在泰国,售价6万泰铢的L+高端洗衣机,打破了高端市场由日韩欧美品牌垄断的格局。

在制造端,海尔持续加码本地能力。2025年3

月,海尔冰箱泰国工厂迎来第1200万台冰箱下线;2个月后,春武里首家海尔品牌专卖店开业,从制造到营销到服务,海尔泰国本土化链条进一步完善;9月,海尔泰国春武里空调工业园投产,这是中国品牌在东南亚规模最大的空调制造基地,为海尔全球增长提供支撑。本土制造、本土服务、本土就业,增强了海尔全球网络的韧性。

在营销端,海尔注重与当地文化深度融合。2025年海尔与利物浦、巴黎圣日耳曼两大欧洲顶级足球俱乐部达成战略合作,生动诠释了海尔“与冠军同行”的品牌理念,与全球用户建立精神共鸣。

全球创牌的背后,是一张高度韧性的全球网络,也是海尔应对不确定时代的底层能力。

关键词:践行ESG

2025年的海尔,还在回答一个更长期的问题:企业如何实现可持续发展,更好地践行ESG理念?

这一年,海尔智家发布全球碳中和白皮书,承诺不晚于2050年实现全球运营碳中和,并在全球范围内100%使用可再生能源,成为中国家电行业首个明确全球运营边界的碳中和承诺企业。零碳园区、灯塔工厂、智家绿碳系统,让绿色制造从理念走向可执行。

海尔的ESG实践,不仅体现在绿色低碳转型上,也在回应更多具体的社会议题。教育、医疗、养老……更多的民生场景中,有着海尔的身影。

在陕西洛川的海尔希望小学,首个“海尔小科学家”科技实验室和首届科技节为乡村孩子点亮科技梦想。

在第18个“世界孤独症日”,海尔大健康生态品牌盈康一生启动“盈光启星”计划,为7000万孤独症患者探索可持续公益模式,后续将推动在全国建设10个孤独症整合医疗示范中心。

面对全球5500万阿尔茨海默病患者的困境,盈康一生以“AI+智能设备”与“AI+养护场景”的协同升级,探索智慧照护的“新答案”。

在西藏桑珠孜区,161位村民借助海尔开发的智慧医疗终端,守护18万居民的健康“最后一公里”。定制化藏文系统、AI辅助诊疗,让“让数据多跑路,让村民少跑腿”成为现实。

回望2025年的海尔,其关键词并非某项单一技术或业务突破,而是一种系统进化能力。在AI浪潮中,海尔选择让技术扎根产业;在生态竞争中,选择培育土壤推进生态深化;在全球化不确定性中,选择服务全球、在地生长;在流量时代,选择长期主义而非收割红利。

这或许正是海尔40多年持续进化的答案——在复杂的时代,把企业发展拆解为一件一件长期正确的事,并坚定地走下去。

康养旅居产业高质量发展三年行动方案印发

青岛聚力打造国际知名滨海康养旅居目的地

■青岛财经日报/首页新闻记者 封满楼

近日,青岛市民政局联合青岛市委金融委员会办公室、青岛市发展和改革委员会等多部门共同印发《青岛市加快推进康养旅居产业高质量发展三年行动方案(2025—2027年)》(以下简称《方案》)。《方案》立足青岛“山、海、泉、城、湾、岛”独特资源优势,明确了未来三年产业发展路径,将推动青岛建成国内领先、国际知名的滨海康养旅居目的地。

培育5家区域竞争力龙头企业

《方案》以满足群众多元化康养旅居需求为核心,确立“产业规模壮大、产品供给多元、服务品质提升、品牌影响扩大”的发展目标。到2027年,青岛将培育5家区域竞争力龙头企业,建成15个康养旅居示范基地,打造10个高品质特色产品,构

建全产业链协同发展的产业生态。发展中,青岛将坚持“政府引导、市场主导”“资源整合、融合赋能”“生态优先、彰显特色”“以人为本、品质至上”四大原则,既强化政府规划引导与政策保障,又充分激发市场活力,推动康养旅居与医疗、文旅、体育等产业深度融合,突出滨海、温泉、山海融合特色,为不同老年群体提供优质康养体验。

在产业布局与政策支持方面,《方案》明确将康养旅居产业纳入《“十五五”青岛市老龄事业发展和养老服务体系规划建设》,按“核心引领、轴带联动、全域拓展”思路完善全域布局。青岛将开展全市康养旅居资源普查,建立海洋、温泉、森林等资源数据库,为产业发展提供科学支撑。政策红利层面,将优先保障项目用地,实行土地出让金分期缴纳,落实税收减免与金融服务;康养机构水电气暖执行居民生活类价格,将符合条件的内设医

疗机构纳入医保定点,开通异地就医直接结算,全方位优化发展环境等。

在业态创新与产品供给方面,青岛将推动海滨度假康养、温泉康养、中医药康养等传统业态跨界融合,拓展“康养+医疗”“温泉+理疗”“海洋研学”等特色项目;依托邮轮母港与山海资源,打造邮轮漫游、金婚纪念康养、艺术疗愈等新兴产品。同时整合优质资源,设计山海生态、历史文化、田园休闲等四季精品旅居线路,搭建智慧服务平台,运用信息化手段在适老居住、医疗康复等领域提供“一站式”服务,满足老年人多样化需求。

组建康养旅居共同体

在市场主体培育与品牌建设方面,青岛将通过“引龙头、扶本土、育小微”壮大市场主体,

引进行业龙头企业,扶持本土品牌升级,支持中小企业深耕细分领域。组建康养旅居共同体,发挥资源整合、标准制定等作用,借力“票根经济”推出文旅与康养结合的福利套餐。品牌塑造上,构建“1+N”品牌集群,以“山海康养·活力青岛”为核心,培育海洋康养、温泉度假等子品牌,通过国内外展会、重点客源地推广、电商平台营销等线上线下渠道,扩大品牌影响力,深化跨区域旅居合作,建立“客源地-目的地”双向对接机制。

此次《方案》的实施,标志着青岛康养旅居产业进入高质量发展新阶段。未来三年,青岛将以资源为基、融合为要、品质为魂,持续激活产业动能,让“山海之间、康养青岛”成为享誉国内外的城市名片,为发展银发经济、增进老年人福祉交出精彩青岛答卷。

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