

全屋智能距离“一屏控”还有多远?

最近,美的集团提出,未来3年研发投入超过600亿元,聚焦人工智能(AI)与具身智能,并发布了全屋智能战略,宣示其“All in AI”的姿态。

不仅仅是美的集团,入局AI已经成为当今家电行业的必选项,全屋智能更是被视为行业未来发展的新形态。

全屋智能并不算是一个全新的概念,早在多年前已经被提出,但一直没有大规模地进入千家万户,这也反映出当前的全屋智能还存在不少堵点。这些问题能否得到解决,高度关乎全屋智能未来能否顺利地落地发展。



为随身智能助理。”阿里巴巴千问C端事业群AI硬件产品负责人吴建军说。

蜂拥入局:无AI不家电

从行业动态来看,“AI”已成为各家企业的核心主线。

空调AI之眼能动态识别人的位置,做到空调风因人而异;冰箱可以自动识别食材并匹配解冻程序;油烟机可以实时监测锅内沸腾状态,智能联动调整燃气灶火力……海尔集团的L4级智能体套系Seeker,通过搭载AI之眼,进一步增强了产品对全屋空间环境参数、状态的识别能力。

而老板电器的AI烹饪眼镜,则搭载了自研的烹饪AI大模型“食神”,这副眼镜可以通过镜头识别做饭需要的食材、步骤等,帮助用户减少烹饪过程中的疑问;同时还能联动老板电器AI数字厨电一整套烹饪设备,指挥油烟机、灶具、烤箱等协同工作,完成从备菜到出锅的烹饪全流程。

小米的全屋智能品牌“小米Miloco”,依托自研的Xiaomi MiMo基座大模型,打造了具备视觉感知、自主决策的家庭智能中枢,系统可通过自然语言沟通、视觉画面识别用户需求,自动完成多设备联动规则设定,无需手动操作即可实现场景化智能响应。

格力电器的全屋智能体系,将空调作为“入口”,通过将AI智慧大脑内置于空调,搭载自研AI家电大模型,以AI算法实现全屋空气自主管理,同时还可实现全屋家电、灯光、安防等设备自主感知与控制。

美的集团则最新发布了面向AI时代的全屋智能“三个一”战略,即“一张家电网、一个聪明大脑、一个开放平台”。美的集团副总裁赵磊表示,该战略将构建能够理解、感知并主动服务用户的智慧家

庭,依托具备高阶推理与记忆能力的MevoX智能体,实现全屋设备的统一调度决策。

家电行业资深观察人士刘步生在接受记者采访时表示,AI的发展需要应用场景,而家电恰恰是最适合搭载AI的应用场景之一。“因为人每天都要和家电打交道。过去十多年,中国家电产品基本上实现了‘单体智能’,现在市面上已经很少看到完全脱离智能化的传统产品,只是智能化程度高低的问题。”

行业痛点:“伪智能”和标准不统一

全屋智能虽然在当下再度火热,但此前的发展并不顺利。

首先是“伪智能”问题突出。前不久,江苏消保委选取10类主流智能家电产品进行消费调查。报告显示,核心问题集中表现为功能夸大、体验落差与设备不兼容。不少用户反馈,需要下载大量不同的App来控制不同的设备,增加了很多操作负担,与智能家居追求便捷的核心诉求背道而驰。

沙利文中国咨询顾问姚乐表示,当前不少智能家电仍停留在“远程控制”或“预设场景联动”层面,导致智能化水平更多停留在简单触发式联动。美的集团AI研究院院长徐翼在接受记者采访时也坦言,全屋智能发展了十多年,但对用户产生深远影响的产品仍不多,智慧家电对用户的理解“几乎没有”。

不过,现在情况正在发生变化。徐翼表示,智能家居系统最关键的两个能力是“推理”和“记忆”,这两大核心能力不断优化,从而实现了从“被动控制”向“自主进化”的跨越。“过去,智能化是通过手机控制每一个家电,现在以及未来的智能化方向是AI主动理解、主动服务。”

标准不统一则是跨品牌产品之间互联互通的障碍。今年两会,美的集团副总裁钟铮提出,操作

系统碎片化、连接协议不统一、互联标准缺失等基础性问题,成为制约全屋智能发展的重要瓶颈。钟铮建议,加快制定并实施智能家居互联互通国家标准,划定清晰的标准落地过渡时间表,倒逼企业加快技术改造与产品升级;鼓励头部家电、智能家居企业推动企业间代码共享、技术互通、生态共建,打破品牌壁垒。

姚乐也认为,标准碎片化将导致出现“数据孤岛”。“全屋智能不仅是硬件组合,更依赖统一的平台实现设备互联、数据管理和场景联动,能够连接更多设备品类并吸引第三方产品接入的平台,更有可能成为家庭智能生态的核心入口。”

就在最近,《智能家居产业标准化工作路线图》正式出炉,为智能家居的标准化划定了工作重点和目标。中国家用电器研究院副院长曲宗峰表示,国家“十五五”规划将智能家居作为数字中国建设重点,工信部正组织制定互联互通国家强制标准,这是解决跨品牌体验“最后一道壁垒”的关键一步,只有开放协同,才能真正打破壁垒,让智能家居走进千家万户。

智能变革:距离“奇点”还有多远

“作为与AI融合最为紧密、应用场景最为丰富的领域之一,家电产品正在从被动响应的智能向主动感知的智慧升级。”中国家用电器协会理事长陶小年表示,“我们正站在以AI为核心驱动力的家居变革的临界点。”

奥维云网研究创新部部长刘冀元也认可这一判断。他表示,2026年或许是AI原生家电集中爆发的元年。“早期家电通过机械操控,是‘蒸汽机时代’。现在,互联网、物联网推动了家电进入‘内燃机时代’,未来会迈向‘高铁时代’。”

刘冀元指出,当前AI家电尚处在摸索阶段,AI家电进化的速度,既取决于产业内的协同生态建设,也取决于AI技术层面的基础建设。

全屋智能的“奇点”还有多远?美的全屋智能总经理尚喆的观点是,未来3年,互联互通在国内会逐步落地,全屋智能将迎来明显加速。他认为:“到时候,‘美的一体化体验’会变成‘行业的一体化体验’,行业会发生一个质变。”

中研普华研究院预测,到2030年,全球智能家居市场规模将突破6000亿美元,中国成为全球增长核心引擎。2030年,中国智能家居市场规模有望突破2.3万亿元,全屋智能渗透率达50%以上。

对比上述乐观的预期,也有业内人士持谨慎态度。例如,以惠而浦、西门子、博世家电为代表的企业,对AI技术的投入和宣传都相对较为克制。博世家电相关负责人认为,AI技术需要回归日常,深刻理解并满足消费者的深层需求。

奥维云网副总裁兼厨卫及家居事业部总经理赵志伟也表示,就厨电领域而言,智能化与理想预期可能还有差距,仍需要一个持续升级的过程。

产经观察人士丁少将则认为,预计需要3—5年政府强推与市场倒逼相结合,才可能实现初步的“一屏(机)控全家”,全面普及或需10年。

综合《经济日报》《证券时报》作者:周雷 李映泉

微短剧市场迎AI革命,AI仿真人剧已站上风口

新兴的微短剧市场正掀起一场AI革命。

近日,“红果将砍掉九成真人短剧项目”“取消保底分成机制”等消息在社交媒体上快速传播。据新浪科技,一位短剧编剧表示:“通知是2月中旬下发的,突然取消保底让人措手不及,很多纯承制公司陷入停工状态,项目直接停摆了。”该人士还提到,当前红果短剧剧本审核周期大幅延长,且过稿率显著降低,“春节前提交的剧本快一个月仍未收到审核反馈。”

对此,3月13日,红果短剧总编辑乐力在中国电视剧制作产业大会上表示,红果对真人短剧的投入一如既往,并没有因为AI就降低对真人短剧的投入。“纯粹是因为一些机制的问题,对部分政策在年前做了一些调整,当时调整方案没出来,可能我们的一些操作让大家有了误解,我们最近会公布新的整套方案,整体上我们对真人短剧的投入是一如既往的。”他说。

乐力还提到,2026年,红果全年对于内容总投入的预算预期会增加超过40%。“2025年,微短剧在国内有将近7亿用户,市场规模突破了千亿,相较于2024年实现了翻倍增长。”他称。

但需看到,确实有不少微短剧演员、编剧表示,工作量锐减。微短剧公司成都众读直接宣布将在5月后全面退出真人实拍。

另一头,AI仿真人剧步入爆发前夜。

酱油文化创始人黄浩南在一场业内研讨会中表态,2026年将是AI仿真人剧爆发的一年,会决定整个市场的模式与走向。他介绍,在2026年,酱油文化80%的漫剧团队会切换到“AI拟真人”赛道。黄浩南预估,在2026年AI仿真人剧市场规模将达240亿元。

“我们的漫剧去年在国外是卖得最好的,而且是榜单第一,连真人剧都没有卖到比我们高。”他说。据悉,在2025年,酱油文化位居抖音累计播放量第二。

另据爱看互动创始人孟祥云透露,爱看互动正在迅速扩张。“我们还在不停地扩工区、不停地招人。”他称。

头部短剧公司九州文化也被露,其正以AI技术为核心战略,自主研发AI创作工具,并重点建设微短剧AI创新基地。麦芽传媒亦发布了众多AI相关岗位的招聘需求。

“还在红利期”

客观上,眼下AI仿真人剧的火热,主要由技术与市场的双重推动。

2月12日,字节跳动宣布豆包视频生成模型Seedance 2.0正式发布。字节跳动表示,Seedance 2.0较好地解决了物理规律遵循及长效一致性等难题,同时也赋予创作者前所未有的自由度,让视频生成质量和可控性达到专业生产场景要求。

此后,AI仿真人剧加速爆发。

“我们在做漫剧的时候,大部分头部公司的共识就是,未来一定会向AI仿真人剧去发展,因为AI仿真人剧的市场更大。只不过可能因为春节的时候发布了2.0,把这个进程大大加快了。”云楼映彩创

始人何元肖对记者说。

黄浩南提到,AI仿真人剧一般是1—5天做完,传统短剧是15—30天,效率提高10倍以上。AI仿真人剧的核心是低成本、高效率、批量生产。

他直言,AI仿真人剧市场远比漫剧广阔。“AI仿真人剧有个核心点,它的触达人群特别广泛。10个人里面最多只有两个人喜欢看漫剧或者动漫,但是这10个人都会看真人剧,无非大家看的不一样,可能你看的是电影,我看的是电视剧,所以真人剧触达的人群最多最广泛,它带来的收益也是最高的,这是我们转向AI仿真人剧的一个原因。赚钱,也是因为市场足够大。AI仿真人剧也会让我接触到更高的理想和梦想,这个叫技术平权。什么叫AI技术平权?不是单指技术,而是整

个市场不需要借助流量,也不需要借助关系,甚至我不需要花费大量的宣发成本,就能做一部比较火,比较能够得到市场认可以及大爆的作品,这也是为什么我们选择AI仿真人剧的原因。我们能够通过AI仿真人剧接触到不属于我们的天花板。最后一个原因,AI仿真人剧确实好看,我们也想做世界的皮克斯。”黄浩南称。

需要注意的是,平台也注意到了AI仿真人剧的潜力,并在加大补贴。这构成了AI仿真人剧爆发的闭环。

比如,据抖音集团短剧版权中心,在该平台“S+”级AI仿真人剧每分钟保底为6000元/秒,每部剧保底价54万元—72万元。作为对比,2D/3D漫剧“S+”级项目每分钟保底仅为5000元/秒,每部剧保底价45万元—60万元。从分成系数来看,AI仿真人剧为60%,3D动画漫剧为50%,2D动画漫剧为40%,表情包动态漫剧为10%,动态解说漫剧为5%,静态解说漫剧为1%。

基于此,多位业内人士表态,AI仿真人剧仍在红利期窗口,很多人可以吃到行业发展红利。

“当它的产量和内容已经到用户开始发现同质化,开始挑剔你的内容细节的时候,红利期就过去了。”有平台方相关负责人称。

但要看到,还没有一家大模型可以垄断相关市场。视频大模型Vidu的解决方案负责人郑重表态,整个市场竞争的界面是不断打开的。随着模型不断发布,大家会是交替领先的状态,模型的更新迭代能力远没有到终局。

郑重告诉记者,Vidu的优势在于对视频垂类市场的研究与服务更为深入。另据了解,Vidu的订单量一直在增长。

去向何方?

回到AI仿真人剧,新的业态正催生新的盈利模式。

黄浩南就提到,在平台分账上,单剧最高保底已达360万元,并且可结合广告植入与剧情带货;出海也是可能的。

九紫源AI总导演丁宽表示,其正在研究AI明星的打造。“未来影视公司可能会迎来一个大的天花板和估值,是源于‘AI+’对IP的经营,加上虚拟偶像。”他对记者说。丁宽的AI仿真人剧作品《狐城照:惊变》,曾登上过红果漫剧第一。

丁宽提到,随着技术平权,未来会形成一种新的业态。10人小团队为一个创作单元,围绕着IP的创作、资本配置、风险管理。“小团队可以长期持续地进行高频深耕一个IP,这个IP可能是通过原有的IP进行衍生开发,也有可能是原创的。这样的小工作室未来会形成星罗棋布的岛链,围绕在各大长短视频平台旁边,是未来的一种生态。大公司可能会变成很多的小岛,也就是说每个制作组10个人分成不同的体系。所以我认为AI是一个矛,IP是盾,‘AI+IP’是矛跟盾的关系,是IP宇宙跟IP宇宙的竞争。”他称。

黄浩南则认为,未来有IP的公司,将会成为AI视觉赛道最有价值的公司。“AI的本质是显卡,显卡的底层是电力,最后拼的是电力,当显卡满足所有用户的时候,电是最值钱的。同样AI视觉上一层是制作,下一层是剧本,剧本下一层就是IP。”他说。

黄浩南也提到,集规模化、工业化、精品化于一体的公司,将会是市场上最有价值的公司。“市场的需求量是很大的,需要满足的是十几亿的用户,‘国内+海外’甚至可能要满足二十亿、三十亿的用户。如果没有足够的产量和内容,这个赛道也不能做大做强。坚持极致精品化也很重要,大家需要一起生产高水准的内容把市场扩大,让更多人进入这个赛道,让更多人看到并喜欢动漫、AI仿真人剧、AI电影,为这个市场添砖加瓦,我们不仅要满足大量的用户,也需要有很牛的作品和顶级的产品让市场繁荣起来。”他称。

事实上,各大巨头亦正加码相关赛道。

阅文CEO兼总裁侯晓楠在近期的业绩会上表示,在漫剧市场,2026年阅文将进一步聚焦精品和爆款的突破,为未来的规模化扩张做好准备。据他披露,自2025年下半年以来,阅文上线了近百部AI漫剧,其中超百部漫剧作品播放量破千万,12部播放量破亿,而AI漫剧业务的收入也在下半年突破了1亿元。

另据记者了解,阅文计划将在2026年开放头部IP给漫剧合作方。

爱奇艺创始人、首席执行官龚宇亦提到,爱奇艺计划大力推进AIGC生态系统,媒体平台模式将从中心化向非中心化转移。

总体来看,各大市场主体都已做好准备迎接AI仿真人剧的爆发。

供稿:《21世纪经济报道》作者:贺泓源