

打造智能经济新形态

“人工智能+家电”改变居家生活

中国经济网记者 郭文培 李方 王惠绵

今年的《政府工作报告》首次提出“打造智能经济新形态”，要求深化拓展“人工智能+”。当前，以人工智能为代表的新一轮科技革命与生产生活加速融合，通过场景创新、产品创新等不断拓展消费边界，推动消费增长。

AI智能家电是人工智能技术与传统家电深度融合的产物。近年来，AI家电市场呈现爆发式增长态势，家电逐渐成为懂用户、会思考、能服务的生活伙伴。“人工智能+家电”如何创新生活方式？产业发展现状和前景如何？

清早起床，智能冰箱根据冰箱内食材推送食谱；出门前，语音指令触发屋内设备联动——空调关闭、扫地机器人启动、智能门锁解锁；下班途中，用手机远程开启空调，预设适宜温度……这些充满科技感的智慧场景，正走进百姓生活。

在近日举行的2026中国家电及消费电子博览会上，超千家参展企业同台竞技，一批代表未来方向的家电集中亮相。随着人工智能技术快速发展，家电产业正经历一场前所未有的变革。记者调查发现，从早期的单一控制、语音交互，到如今基于大模型的主动决策、多设备协同，人工智能(AI)不仅重构家电产品的功能形态，更重塑产业的竞争格局与商业模式。

智能家电走俏市场，是消费升级的生动注脚。当前，我国智能家电产业已形成多元主体竞争的格局，但要实现从“高端尝鲜”到“全民普及”的跨越，行业仍需在体验升级、技术突破、生态协同、成本控制等方面持续发力。

“被动工具”变身“主动管家”

对着空调说一句“制冷26度”，风口立刻送出凉风，再喊声“智能跟随”，空调便自动调整送风方向，实现“风追人”。轻敲两下洗衣机，舱门便自动弹开，洗衣机自动识别衣物材质重量并匹配最佳清洗模式。距离太近电视语音提示护眼，离开许久电视便自动关闭……在北京京东MALL大厦，满眼可见智能家电新体验。

当AI浪潮席卷生活场景，传统家电“焕然一新”。曾经需要手动调节、反复设置程序的家电，如今凭借智能科技变身“贴心助手”，智能家电也因此成为消费“新宠”。

当下的智能家电究竟有多智能？以智慧厨房为核心业务的方太集团，拥有全套厨房电器产品。方太集团有关负责人介绍，方太“智能风魔方”油烟机能自动感知灶具火力大小并调节风量；蒸烤箱、集成烹饪中心具备智能菜谱和烹饪辅助功能，可自动设定火力、时间等；燃气灶则搭载智能防干烧、防溢漏检测系统。

TCL推出涵盖电视、空调、冰箱等品类的全系智能家电。以伏羲大模型为技术底座，融合DeepSeek通用模型做语义补充，TCL构建多智能体AI助理，提供便捷体验。例如TCL小蓝翼C7新风空调专为改善睡眠设计，采用毫米波雷达感知技术来识别用户睡眠阶段的体动状态，并结合AI算法，为用户打造舒适健康的睡眠环境。

记者调查发现，无论是美的、长虹、老板电器等传统家电企业，还是华为、小米、追觅科技、云鲸智能等科技企业，都将AI技术融入产品创新，打破传统硬件功能边界，构建全屋协同的主动智能。这种能力跃迁，使家电从“执行工具”升级为“家庭管家”，体现在居家生活的方方面面。

在饮食健康场景，美的COLMO冰箱接入大模型后，可实时分析食材存储状态并生成健康食谱。长虹熊猫冰箱创新应用AI云保湿科技，延长果蔬保鲜时间。容声双净冰箱可智能识别逾100种食材异味源，并联动手机App实时监测箱内空气质量，发现异味便可启动净化程序。

在洗护清洁场景，长虹AI洗衣机基于数据大模型，能智能识别衣物材质与重量，自动匹配洗涤参数，并支持烘干自控温、语音、App远程控制与故障自诊断；云鲸推出的扫地机JX搭载AI双目视觉技术和云端大模型，可识别多种家庭物体类别，还升级了母婴模式、一键寻宠等定制化场景功能，满足家庭成员个性化需求；追觅科技推出的NX01智能吹风机，可识别用户发质并定制护发方案。

在休闲娱乐场景，长虹推出的治愈系AI TV，搭载贯穿式漫反射AI光翼，创新实现交互式光效，灯光节奏与色彩能随声音实时律动，用户情绪可以被看见、被回应。此外，语音交互功能也不断升级，多轮交互理解准确率可达91%。

“AI技术给家电行业带来了明显变革。在产品功能上，传统家电功能单一，如今智能家电具备远程控制、智能诊断等多元功能。在生产端，AI技术推动制造流程优化，助力实现生产自动化与智能化。”盘古智库高级研究员江瀚说。

多元主体竞逐全屋智能

随着AI技术快速发展，“AI+家电”产品种类不断丰富，已形成覆盖全场景的产品矩阵。那么，我国智能家电行业目前究竟处于怎样的发展水平？市场格局如何？

谈及我国智能家电产业发展，中国数实融合50人论坛副秘书长胡麒牧将其总结为四个关键阶段：第一阶段是单品联网阶段，即通过物联网

技术实现单个设备上网和远程操作。第二阶段是互联互通阶段，伴随移动互联网普及，家电企业开始构建开放生态平台，实现跨品牌、跨品类设备联动，用户可通过中控端实现全屋设备的统一管理。第三阶段是决策智能阶段，AI技术深度融入家电产品，实现从被动执行到主动决策的跨越。第四阶段是AI高度自主智能阶段，随着多模态大模型技术进步，家电从主动决策向自主服务进化，智能家电正走向“无人家务”。

“行业增长主要源于两大驱动力：一方面是政策支持，国家鼓励智能家电消费，推动家电下乡，扩大市场覆盖范围；另一方面是技术创新，先进的AI算法不断提升产品性能，吸引消费者购买。”江瀚分析。

美的COLMO高端品牌公司产品管理部长周宗旭对行业发展态势感触颇深：“行业迅猛发展主要依赖三大驱动因素。一是技术革命，以AI大模型应用为代表的产品化应用大大提升用户体验。二是政策与消费升级，以旧换新政策推动高端化、智能化替代，同时年轻消费者追求情绪价值和无感交互，简化家务流程。三是产业链升级，AIoT技术的发展进一步降低AI硬件成本，助力AI普及化。”

“目前国内AI家电最具竞争力的是海尔、美的、格力三家头部企业，其凭借全品类布局和强大的研发能力占据了市场约62%的份额。以石头科技、追觅科技为代表的科技企业，以及华为、小米等生态型企业也凭借差异化创新快速发展。”谈及市场竞争，胡麒牧表示，企业的成功经验反映出几方面共性：注重创新能力提升，研发投入大，产品深度应用AI大模型；注重生态构建，从卖家电产品转向提供全屋智能场景解决方案，提升用户黏性和客单价；注重全球化布局，针对不同市场推出差异化产品，积极营销提升品牌影响力。

实用便捷程度还需提升

智能家电的发展，离不开技术与消费需求的同频共振。记者走访发现，尽管各种智能家电不断推陈出新，但消费者的需求仍聚焦实用便捷，产品不够智能、价格过高、技术不成熟等问题仍是制约智能家电普及的主要障碍。

北京京东MALL里，“90后”小文夫妇陷入了两款冰箱的“拉锯战”。“一款更智能但价格超预算，一款价格合适但智能化略差。在和销售人员进行十几分钟的还价后，小文最终选择了后者。他说：“我们上次来就看上了这两款，但高端款比我们选的这款高出了3000多元，一些智能功能日常也不经常用，我们最终决定选择性价比高的。”

这样的消费逻辑并不少见。“AI技术会促使您更换旧家电吗？”“目前还不会。”调查采访中，不少消费者向记者表示，因为尚未感受到AI家电带来的生活巨变，加之有些智能家电的智能化程度和价格并不匹配，因此暂时不会大规模更换智能家电。

不过，也有很多消费者表示，如果未来智能家电能在更便捷使用、高性价比、少品牌隔阂、多设备协同、快更新迭代等方面实现突破，在入住



3月12日，2026中国家电及消费电子博览会在上海开幕。图为上海新国际博览中心参展商展台的一款透明OLED电视。新华社记者 王翔摄

家电类商品零售额突破万亿元大关，创历史新高

12类家电产品

新增 17.78万种

同比增长28.89%

以旧换新 超1.29亿台

其中一级能效或水效产品销售占比 90%以上

家电市场呈现明显的消费升级趋势

新房或改造旧房时，会更倾向于选择智能家电。

通勤族上海赵女士家中的智能家电占比约五分之一，计划未来提升至60%以上。“选择的产品希望能便捷操作，多设备协同更顺畅，系统迭代速度也快一些。”“我不需要华而不实的功能，需要真正解放双手的便捷产品，来提升生活品质。”来自广西的于女士对目前家中的智能家电并不满意，“智能电视的语音交互会出现识别不准的情况，有些家电的AI功能根本用不到。”

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林表示，尽管智能家电产品实现初步普及，但智能水平参差不齐。部分企业将语音功能、遥控器智能化等作为智能卖点，实际上并没有切中家电智能化的痛点。“也就是说，智能化形式实现了，但家电智能化的实用性尚需持续优化。要让智能和功能更好融合，更适配用户需求。”

“AI技术在家电行业应用范围广泛，但部分功能存在实用性不足问题。”江瀚也表示，当前，行业处于智能化深化发展阶段。产品从单一智能向全屋智能演进，但各品牌间互联互通标准不统一，生态建设有待完善，尚未形成完全成熟的智能家电生态体系。

从工具到伙伴是未来方向

产品的成熟度直接影响消费决策，市场反馈与用户需求则决定行业演变方向，也是企业抢占市场的关键依据。未来，“AI+家电”有哪些发展趋势？行业如何抓住机遇，实现转型升级和可持续发展？

从事家电销售20余年的李先生认为，当前市场上大多数家用电器仍处于半智能状态，许多智能产品只是对基础功能进行了升级。未来，智能家电应朝着主观决策属性等高层次智能优化。

“消费者的需求和购买行为正从功能型购买转向场景化与情感化体验追求，并且更加注重实际效用与隐私安全。”胡麒牧表示，企业需从用户真实需求出发，提供实用、易用、安全、有温度的AI家电产品与生态体验。要将AI技术深度融入产品核心功能，实现主动智能服务，避免功能同质化；推动跨品牌设备互联互通，提供集成化统一体验；强化成本控制，通过智能制造提升效率；

推动垂直模型发展，提供更深度的场景化服务；加强数据安全保障，提升数据使用透明度。

周宗旭表示，消费者需求正经历结构性转变，对家电智能化的需求从附加功能转向场景整合，对能效等级的关注度从被动选择转向主动筛选，购买决策从参数对比转向体验共创，购买渠道从单一终端转向全链路融合。未来，行业应重点关注生态互联与场景深度融合、家电机器人化、绿色节能与健康强化等。

“当前AI家电市场竞争非常激烈，不仅有传统家电巨头转型，也有科技公司跨界入局。在我看来，竞争核心正从单品技术或单品智能的比拼，转向对垂直场景深度和用户价值闭环的争夺。”老板电器副总裁周海昕表示，未来行业格局将呈现三大趋势——场景智能将全面取代单品智能；垂直大模型的能力将成为核心壁垒；商业模式将从硬件销售走向服务订阅。

“AI技术促使家电行业涌现出新商业模式，‘硬件+服务’的订阅制模式逐渐兴起。”江瀚认为，在这种模式下，用户购买硬件后，可通过订阅服务获得软件升级、内容更新等持续服务，降低了初期购买成本。对企业来说，订阅制模式可增加长期收入，为持续研发投入提供保障，提升产品竞争力。随着消费者对智能服务需求增加，支付意愿提升，以及AI技术进步降低服务成本，订阅制模式有望成为行业重要发展方向。

“推动AI从能用到好用再到善用的进化，是行业发展目标。”长虹相关负责人表示，AI正推动家电从“被动执行指令”向“主动理解需求”跃迁，未来AI在家电领域的应用空间将进一步拓展，AI电视有望成为集老年陪护、医疗问诊、教育辅导、运动指导及监视监护等功能于一体的家庭智能中心。

“在将AI技术融入家电产品的过程中，遇到的最大挑战是‘真实世界数据的稀缺性与实验验证的复杂性’。这不仅是技术难题或成本控制的问题，而且是一个系统性挑战，横跨了技术、成本、时间、组织协调等多个维度。”TCL有关负责人提出，人工智能的发展，本质是一条从“工具”走向“伙伴”的进化之路。行业要突破“冷冰冰的控制工具”的边界，走向“有温度的生活伙伴”。

追觅洗地机事业部产品总监许文静认为，传统家电产品需要人类频繁下达指令，用户介入比例过高，而未来的智能家电能够自主理解环境与用户需求。“从行业格局来看，谁能率先将AI技术真正落地到用户日常生活场景中，解决实际痛点，谁就有机会引领新一轮行业竞争。”“AI智能化将是行业下一阶段增长的关键驱动力。”云鲸智能相关负责人表示，未来扫地机器人应成为用户的“清洁保姆”，具备独立思考能力的智能体。

“AI智能家电的智能体验将更加无形化，技术将更自然地融入产品功能和用户体验，用户无需刻意发出指令，家电就能提供恰到好处的服务。”周宗旭表示，这对工业设计提出了更高要求，在整合大量传感器的同时保持产品设计简洁美观将成为一大挑战。单纯的功能堆砌或营销噱头将难以立足，真正的技术创新和解决用户实际痛点的能力，将成为企业发展的核心竞争力。

胡麒牧建议，政府与行业协会共同发力，营造更有利于技术创新、产业升级和市场拓展的良好环境。加强政策引导与行业发展规划，加强标准体系建设与互联互通，积极组织行业交流与人才培养。同时，加强数据安全监管，制定政策支持成果转化。

点评

看着炫酷用得舒服

千浩

作为新领域新赛道，智能家电正加快走进更多人的现实生活。“科技感十足，很带感、很炫酷！”“摆脱了不少家务，我的家让我越来越‘懒’了。”在社交媒体上，不少用户分享着“真香”体验。当家务被扫地机器人、洗碗机、智能洗衣机等“承包”；当在客厅追剧的你，能实时查看卧室里孩子的睡眠情况……这些微小的场景，正悄然提升着智能家电用户的生活幸福指数。

随着人工智能技术持续突破，智能家电产业步入发展快车道，从智能单品向全屋智能化、绿色化方案进阶。从消费者角度看，在智能设备方面的消费近年来不断增加。从产业发展角度来看，在政策与技术的双重驱动下，智能家电产业进入规模化普及期。

然而，智能家电发展态势与用户感知之间还存在温差。对全屋智能缺乏系统认知，没有形成清晰购买计划的消费者不在少数。“造价

高吗？”“电器会半夜自己‘开会’吗？”“耗电吗？”“爱坏吗？”“维修成本高吗？”“能识别老人的方言吗？”等网友提问并不鲜见。也有消费者使用部分智能家电，因其充电麻烦、操作复杂等不佳体验而导致产品“吃灰”，发出了“华而不实”“不如手动”的抱怨。

这种“冷热不均”的局面，提醒我们不仅要关注智能家电产业巨大的市场潜力，更要关注用户的真正需求。理想的智慧家电，不是“看上去很酷”，而是机器体贴于人，为用户提供“润物无声”的服务。通过持续的技术创新和体验优化，家电产品早已不是普通的硬件商品，而是承载着期待的生活伙伴；家也不再是简单的物理空间，而是能“主动思考”的智慧生命体。企业要想办法让更多人了解全屋智能发展前沿状态，提升智慧家电的实用性和可靠程度，使其能感知环境、预判需求、精准服务，实现全屋协同。



消费者在北京京东MALL体验了解智能家用电器。

中国经济网记者 郭文培摄

本版编辑 闫伟奇 美编 倪梦婷