

从3C到汽车，小米打造“AI全生态”

本报记者 谷月

近日，小米15系列暨小米澎湃OS 2新品发布会在北京召开，小米集团创始人、董事长兼CEO雷军领衔发布了包括小米15系列手机、小米平板7系列、小米手环9Pro、小米手表S4、米家空调上出风Pro，以及小米澎湃OS 2、小米SU7 Ultra量产版等16款新品，并宣布小米汽车原型车在纽北跑出6分46秒874的圈速，登顶“纽北全球最速四门车”的好成绩。

雷军表示，过去5年，小米发生了一系列翻天覆地的变化，今天迎来了新起点。本次发布会是小米“人车家全生态”最新战略成果的集中展示。

硬核科技接踵而至

在“人车家全生态”战略牵引下，2024年小米步入成长快车道，手机、汽车、科技家电等业务齐头并进，各种硬核科技接踵而至。

在手机方面，本次发布的小米15全系使用小米全新M9发光材料，独有的双层微腔发光结构，屏幕功耗降低18%，发光效率提升8.5%；全系搭载小米星辰通信系统，可在复杂的网络环境下提供稳定、顺畅的连接体验；全系支持超远距离的“无网通”功能，在极端环境下提供稳定可靠的通信能力，在空旷环境下的无网通信距离高达3.5千米。

在汽车方面，小米SU7 Ultra量产版被誉为可街可赛的“地表最快四门量产车”，搭载与原型车完全相同的动力系统，最大马力达到1548匹，0~100km/h加速仅需1.98s（不含起步时间），设计最高时速350km/h，以上数据均为



全球四门量产车第一；小米SU7 Ultra搭载小米超级电机V8s最高转速可达27200rpm；小米SU7 Ultra搭载纽北调校的巅峰底盘系统，带来更出色的底盘控制和更高的操控上限。

在科技家电方面，小米带来了大量引领行业的产品形态创新和技术创新。例如，米家双区洗、双洗烘洗衣机通过内部构造的重新设计修改，在传统滚筒洗衣机的基础上新增了内衣专用小筒，有效解决家庭洗涤中衣物分类洗护难题；米家空调上出风Pro适配小米澎湃OS 2，不仅可以通过手机APP、语音等智能化控制空调，联动空气净化器、加湿器、温湿度计等智能设备，还支持主动智能，自主开启空调智能化场景。

迈向“AI全生态”

一年前，小米集团战略升级“人车家全生态”，发布了多设备统一融合的操作系统澎湃OS 1，完

成了打通“人车家全生态”的重要基础。

今日，AI全面赋能的小米澎湃OS 2的发布将是小米迈向AIOS的第一步，也是小米“AI全生态”的新起点。据悉，此次发布的小米澎湃OS 2带来三项核心技术革新——HyperCore、HyperConnect和HyperAI。

系统内核Xiaomi HyperCore是小米自研的底层内核技术平台，覆盖性能、图形、网络与安全四大类根技术。得益于Xiaomi HyperCore的强劲系统表现，搭载小米澎湃OS 2的小米手机、小米平板电脑、小米手表及IoT全生态产品，都可实现流畅的使用体验。

Xiaomi HyperConnect实现全生态设备间的无缝融合，支持跨设备调用能力。例如，用户可以将手机应用拖到平板电脑或电脑上使用，或者将手机应用一键添加到平板电脑桌面上使用；融合手机双摄像头能力，轻松实现双视角同屏直播；苹果用户安装“小米互联服

务”，即可实现小米手机与iPhone、iPad和Mac间的文件互传，一键快速分享图片、文件……

HyperAI方面，除了基于AI计算的电影感锁屏、AI写作、AI绘画、AI字幕等AI功能，小米澎湃OS 2还打造出了真正可用的全生态AI智能助手——超级小爱，它可以利用多模态能力，简化用户对海量设备时复杂的操作，打通从感知到理解再到执行的全链路操作，切实解决用户生活中因使用智能设备出现的高频“小”问题。

值得一提的是，此次小米国内首发最高等级数据保护技术——端到端加密，全覆盖13类云同步用户数据，将安全密钥牢牢保存在端侧，即使服务器端被攻破，依然不会泄密。HyperAI将敏感数据在硬件端侧进行加密保存，用户可随时管理和清空存储在超级小爱中的记忆数据。

截至目前，小米澎湃OS的跨端智联技术已经连接了全球超过10亿台设备。

我国家电零售额增速创三年来新高

本报讯 近日，商务部市场运行和消费促进司司长李刚在国新办举行的新闻发布会上透露，9月份，我国限额以上单位家电零售额同比增长了20.5%，增速创三年来来的新高。其中，高效家电和智能家电零售额同比均实现两位数增长，智能家电增幅达30%。

作为我国传统优势产业，家电业是工业稳增长、促消费的重要引擎。今年前三季度，我国家电业总体发展态势平稳。国家统计局数据显示，在消费品以旧换新政策的作用下，前三季度，限额以上单位家用电器和音像器材类零售额同比增长4.4%；9月，家用电器和音像器材类零售额增长20.5%，比8月大幅加快

17.1个百分点，今年以来首次实现20%以上的高增长，其中智能家电增速超过30%。

另据获悉，1—8月，家电行业营业收入1.26万亿元，同比增长4.0%；利润1022亿元，同比增长3.4%；出口819亿美元，同比增长19.3%，效益提升明显，发展势头积极。

在出口方面，海关总署数据显示，今年前三季度，中国家用电器出口数量同比增长21.8%，出口金额同比增长15.5%。扫洗拖一体的智能扫地机器人、可自行调制十余种口味的全自动咖啡机等一大批智能家电广受海外客户欢迎。

(家文)

一加手机新品搭载第二代2K东方屏

本报讯 近日，一加正式发布年度旗舰手机一加13。一加13采用全新“破晓”设计语言，搭载骁龙8至尊版移动平台并提供同档24GB+1TB存储组合及首发全球首个获DisplayMate A++认证的二代2K东方屏。

除了搭载二代2K东方屏，一加13屏幕形态也进行全新升级，采用行业领先的全全等深柔边直屏设计，背面盖板采用正反双柔边工艺，兼具了“直屏不误触、曲面好手感”的优点。同时一加13还拥有强度更高、更耐摔耐磨也更美观的晶盾超瓷晶玻璃，不仅带来更通透的玻璃质感，还能无压力应对所有日常手机意外跌落、碰撞等状

况。同时，一加13机身比上一代薄了约0.65mm，重量减轻约10克。

一加13在影像配置和算法上全面升级。主摄配置上，一加13搭载了5000万像素索尼定制旗舰传感器光喻LYT-808；5000万旗舰超广角镜头可容纳120度超宽视野。同时，一加13搭载索尼5000万像素3倍潜望长焦镜头，等效3mm黄金人像焦距，匹配f/2.6大光圈，可实现更快的对焦速度以及更高的动态范围。配合同档13通道多光谱传感器，可提升灵敏度和光学响应。同时，一加13还搭载了OPPO Find X8系列同款影像算法，带来超高速无影抓拍，通过高速成像实现万分之一秒级抓拍。(王伟)

OPPO新款手机增强AI功能

本报讯 记者卢梦琪报道：日前，OPPO发布全新一代年度影像旗舰Find X8系列，采用全新一代超轻薄直屏设计，搭载无影抓拍功能，并集成AI千里长焦、超清实况照片等一系列光影特性，还集成潮汐引擎x天玑9400、OPPO冰川电池、AI一键回屏、山海通信、天穹架构等诸多创新科技。

OPPO首席产品官刘作虎表示：“我们正式发布OPPO的六大技术IP，涵盖超光影影像、系统级的OPPO AI，以及四大核心赛道，分别是守护手机坚固耐用的天穹架构，提供丝滑流畅、极致能效的潮汐引擎，保证可靠稳定、智慧连接的山海通信，以及不惧寒暑、持久续航的冰川电池。”

记者在会上了解到，OPPO Find X8系列薄至7.85mm，轻至193g，通过芯片级屏幕封装技术，实现1.45mm的极窄边框。6.78英寸大屏的Find X8 Pro采用等深四微曲的设计，机身薄至8.24mm，轻至215g。

OPPO Find X8系列搭载全新的无影抓拍功能。用户按下快门后，Find X8系列就会自动抓拍，无须再手动切换模式，让抓拍大幅提升。且Find X8系列将AI大模型与潜望长焦摄像头结合打造AI千里长焦，让30倍变焦也好看，60倍变焦有超越视野的清晰度。

通过新一代OPPO系统级AI的能力，Find X8系列带来全新的一键回屏功能，只需一键，OPPO AI便可被唤醒，并基于当前手机屏幕信息进行智能交互，不仅能与用户开展连续多轮自然对话，还能跨应用操作，为用户提供识物、问答、导航等服务，还可以用AI去放光、AI去拖影、AI超清像素拯救废片；AI帮写能识别图片并生成文案，还能排版润色文字。AI办公助手提供语音摘要、文档摘要及格式转换等服务，帮助用户更快完成工作。

随着Find X8系列的发布，OPPO还推出了OPPO Pad 3 Pro、耳机OPPO Enco X3、OPPO Watch X冰川岩灰等全家桶产品。

方太发布AI健康烹饪系统

本报讯 人工智能已经席卷千行百业，厨房烹饪也开始用上了AI大模型。日前，方太举办2024幸福洞见大会暨全球新一代高端全嵌冰箱发布会。会上，方太高端全场景厨电睿隐系列正式发布，并宣称其搭载了全球首个AI健康烹饪系统——Healthy CookingGPT。

据了解，Healthy CookingGPT的数据源主要来自方太自己的积累，方太搭建起了包含千万个膳食健康数据、600万组健康膳食组合方案、超260条食材存储指导建议、380

组烹饪技巧和海量烹饪曲线数据等内厨电知识图谱。方太称这也是Healthy CookingGPTAI健康烹饪系统区别于其他厨电模型的基础。

据悉，Healthy CookingGPT内置算法模型，可以分析用户实时需求，给出精准的饮食建议。而且，方太还推出了全球首款专为孕期女性设计的健康膳食应用。用户可以输入如胎儿数量、孕周期等孕期数据，为孕妈量身定制膳食计划，确保科学、均衡地摄入所需营养。(谷月)

京东金像奖相机体验展开放日启动

本报讯 近日，京东启动第七届京东金像奖相机体验展开放日活动。开放日现场设置了多个展区与装置，通过趣味互动设计，吸引了不少摄影爱好者和京东员工来到现场参与活动。

在展区现场，佳能、尼康、索尼、飞思、徕卡、哈苏、GoPro等品牌悉数亮相，展出了包括单反、微单、运动相机、拍立得、镜头等在内的多款

热门相机及其相关产品，其中价值50万元的飞思相机更是成为全场焦点。参与者在现场纷纷打卡现场艺术装置，体验相机产品。

今年，第七届京东金像奖以“按下快门，与世界对话”为主题，设置了多个拍摄赛道和类别，特邀专家评审进行评选，个人至高可获得10万元奖励。(吴修齐)

白电“三巨头”财报发布，两家利润呈两位数增长

本报记者 吴修齐

近日，美的集团、海尔智家、格力电器相继发布2024年第三季度财报。白电“三巨头”的喜与忧并不相通。

美的集团：每季营收均破千亿元

10月30日，美的集团公布了其2024年第三季度报告。美的第三季度营业收入1017.01亿元，同比增长8.05%；归母净利润为108.95亿元，同比增长14.86%。2024年前三季度，美的集团营业收入为3189.75亿元，归母净利润为316.99亿元，分别同比增长9.57%、14.37%。

值得注意的是，美的今年一到三季度单季营收均破1000亿元，前三季度的营收已达到2023年全年营收的85.73%，前三季度的归母净利润更是达到了2023全年的94.01%。若第四季度仍保持如此趋势，美的2024年营收有望突破4000亿元。

今年9月，美的集团在香港联交所正式挂牌交易，成为继海尔智家后，第二家同时在“A+H”上市的白电企业，也是香港资本市场近三年规模最大的IPO项目。近年来，美的不断开拓海外市场，先后在埃及、泰国、巴西等地建厂，并收购了多个海外家电品牌的股份。赴港上市，将帮助美的加快其全球化布局，在全球科技研发、销售渠道和网络等方面

面更进一步。财报显示，美的第三季度海外电商销售同比增长50%，亚马逊会员日大促增长超35%。

海外市场已成为国内家电品牌的新竞技场。海关总署数据显示，2024年前三个季度，我国家用电器出口量累计333379万台，同比增长21.8%，出口额同比增长15.5%；9月份单月出口量38096万台，同比增长9.5%。海通证券的报告指出，东南亚家电市场具有巨大潜力，泰国已经成为全球白电第二大生产制造业。近年以来，美的、海尔、奥克斯等国内家电品牌纷纷在泰国、越南、印尼等地建厂，在供应链本土化方面加大投资建设，中资品牌也在东南亚市场逐渐崛起。

海尔智家：海外利润增长可观

根据海尔智家最新公布的第三季度财报，海尔第三季度营业收入为673.49亿元，归母净利润为47.34亿元，与去年同期相比分别增长0.5%和13.2%。2024年前三季度，海尔营业收入为2029.71亿元，归母净利润为151.54亿元，较2023年同期分别增长2.2%、15.3%。

财报显示，在“以旧换新”政策下，海尔推出“国补+企补，补贴不封顶”计划，驱动零售增长，并通过海尔智家再循环互联工厂，实现旧机回收再利用。通过发挥在高端品牌、全品类阵容、多渠道布局等方面

优势，海尔第三季度终端零售逐月改善，其中卡萨帝零售增幅高于整体水平，并持续领跑第三季度高端市场。今年7月，海尔推出行业首个智慧家电家居一体化场景方案，凭借定制、交付、智慧三大能力开辟新赛道，推动家电家居一体化技术发展。

作为国内最早出海的家电品牌，海尔在全球不同市场采取针对性策略。在欧美较成熟的市场，海尔注重创新和产业突破；在新兴市场，海尔则强调本土化和产品结构升级，在埃及、泰国的工业园先后奠基，海尔第三季度在东南亚市场增长超30%。10月1日，海尔完成对开利商用制冷业务的收购，将拓展B端业务，推进全球大冷链业务布局。海尔在2024年半年报中表示其海外业务已经进入良性发展期，实现了多品牌、跨产品、跨区域的全球化布局。

格力电器：营收下降但利润增长

与美的、海尔营收利润双增不同，格力出现了营收下滑但利润增长的情况，并在“三巨头”的竞争中略显落后。财报显示，格力电器第三季度营业收入469.39亿元，同比下滑15.84%；归母净利润78.25亿元，同比增长5.47%。2024年前三季度，格力营业收入1467.22亿元，同比下滑5.34%；归母净利润219.61亿元，

同比增长9.30%；前三季度主营业务收入为1322亿元，同比增长2.9%，其他业务收入为145.2亿元，同比下降45.3%，格力对此的解释为“主要系公司调整业务结构所致”。

今年被普遍认为是空调“冷年”，这给以空调为主营产品的格力带来了一些压力。根据奥维云网(AVC)数据，2024年上半年，空调市场全渠道零售量为3315万台，同比下滑11%，零售额为1114亿元，同比下滑14.5%。在“以旧换新”政策的推动下，2024年8月和9月空调市场零售量共计854.8万台，同比增长27.7%，销量显著增长。在海外市场方面，欧洲近年高温天气频发，而南半球即将步入夏季带来新的空调需求，空调行业或将迎来转机。奥维云网(AVC)最新排产监测数据显示，2024年11月家用空调排产1314万台，同比增长33.6%，内外销排产均呈现积极增长态势，其中出口排产748万台，同比增长53.5%，显著高于内销排产。

近年来，格力大力扩展家电产品线，寻求“第二增长曲线”。今年5月，格力董事长董明珠在格力某活动中表示，格力已经完成了从“好空调”到“好电器”的转身，未来将不只局限于空调产品，也将加大对冰洗生活电器领域的投入。不过在冰洗的半年报来看，格力在空调之外的其他业务仅为总营收的12%。格力在生活家电、工业制品、智能装备、绿色能源等领域的多元化布局还需要时间来发展。