

# “AI+绿能”双轮驱动 创维打造智慧生活新生态

本报记者 谷月

2026年，站在AI革命与绿色转型交汇的历史节点上，中国制造业正经历一场深刻而系统的结构性重塑。在这场浪潮中，创维集团以“AI客厅革命”为号角，以“智能家电+新能源”双轮驱动为引擎，完成了从传统硬件制造商向全球智慧生活生态集成商的战略跃迁。作为中国电子百强企业、国家制造业单项冠军示范单位，创维不再仅仅是一家电视企业，而是一个覆盖家庭全场景、贯通能源与数字技术、辐射全球120多个国家和地区的科技生态体。

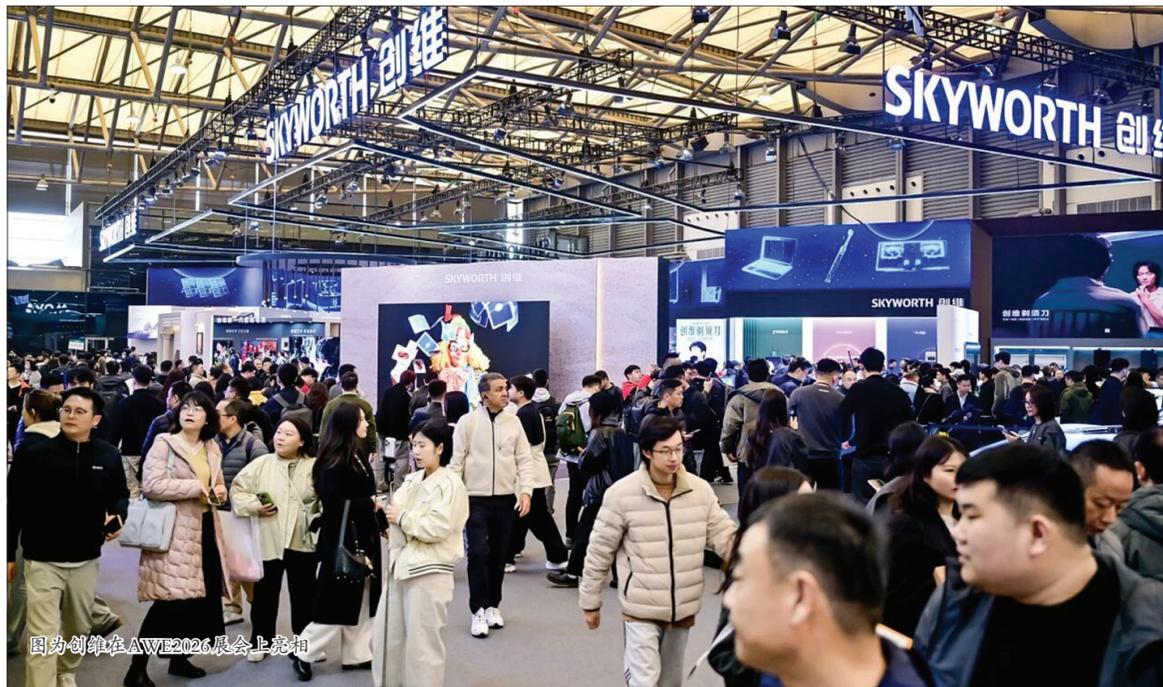
## 从“产品出海”到“品牌生态出海”

自1988年创立以来，创维始终以“技术领先、品质至上”为信条，在彩电领域深耕三十余年，建立了全球超4亿用户的基础。然而，面对全球产业链重构、消费行为数字化以及地缘政治不确定性的多重挑战，创维并未止步于既有优势，而是主动开启了一场深刻的自我革命。

创维集团创始人黄宏生在创维客户大会上指出，在当今全球动荡的局势下，中国企业正迎来前所未有的崛起机遇。创维的战略野心，体现在其对全球化定义的重新书写——从过去的“产品出海”，正式迈入“品牌生态出海”的新阶段。

在国际化布局上，依托全球16大海外制造基地，创维已实现从“产品出口”到“本地化运营”的深度转型。近期，创维接连拿下飞利浦、松下在欧洲与北美的独家经营权，并与松下达成深度战略合作，共同研发高端显示产品。通过深度整合全球高端电视市场的核心资源，例如与松下的深度合作，创维不仅获得了在欧洲完善的渠道网络，更在高端OLED机型上展开了联合研发。

群智咨询数据显示，接手松下电视欧美业务后，创维2026年自有品牌电视出货量有望逼近900万台，全球市场份额将提升至4%。这种“自有品牌+联合品牌”的双轮驱动不仅为创维全品类业务在海外市场的落地铺平了道路，更让创维的品牌形象从“中国知名家电品牌”向“全球领先的智慧科技集团”加速跃迁。



图为创维在AWE2026展会上亮相

## 构建家庭智能体生态

如果说国际化是创维的“外延扩张”，那么全品类AI协同则是其“内生进化”的核心。

2026年，创维明确提出“彩电主业做强，白电及AI加速跑”的全品类发展战略，并将今年定义为“AI普及年”。这一战略背后，是创维对产业周期与用户需求的精准判断——家电行业正从“单品功能竞争”迈向“系统生态协同”，消费者不再满足于单一产品的性能参数，而是追求无缝衔接、主动服务、情感共鸣的智慧生活体验。

在AWE2026展会上，创维携120余款产品亮相，以“AI科技+绿色生态”为主题，打造了一个沉浸式的未来生活场域。其中，虽不聚焦单一产品，但作为2026年超旗舰标杆的创维壁纸电视A10H系列无疑成为

全场焦点。该系列凭借2.7cm的极致纤薄机身、行业首创的“四面无边”画屏设计，以及搭载的变色龙AI画质芯片S8与哈曼联合调校的超薄声学系统，重新定义了电视作为“家居艺术装置”的可能性。

更重要的是，创维电视强调成为客厅生态的核心交互终端——它能与空调联动调节“四维健康风”，甚至通过“智慧眼”实现动态追踪与异响侦测，真正让电视从“观看设备”进化为“家庭智能体”。

在白色家电展区，“全嵌美学”与“AI主动服务”成为关键词：超薄平嵌冰箱支持食材识别与健康管理，云锦蓝洗烘套装通过AI算法优化洗涤路径，AI油烟机可自动感知烹饪状态并调节风量。而在个护与智能办公领域，从美兹单反剃须刀到酷开幻影一体机，创维以设计感与场景洞察力，拉近与年轻用户之间的距离。

据创维首席技术官王志国透露，创维将率先集成“OpenClaw（小龙虾）”等AI智能体，让家电从被动执行命令的机器，进化为能理解用户需求的“家庭伙伴”。

这一切的背后，是创维自2013年推出酷开操作系统以来持续积累的AI交互能力与IoT平台架构。截至2026年，创维已实现全品类产品100%AI化的目标，构建起覆盖“影音娱乐、空气管理、衣物护理、厨房烹饪、个人护理、能源管理”六大场景的智慧家庭操作系统，构成了创维全屋智能的独特闭环，此外创维也正在从“卖产品”转向“提供生活方式解决方案”。

## “双核心”驱动品牌升维

如果说智能家电定义了创维参与用户生活的广度，那么新能源业务则重新划定了

其作为科技集团的发展深度。

在“双碳”目标与全球能源转型背景下，创维前瞻性布局户用光伏、储能与智慧能源管理，形成了“智能家电+新能源”双核心战略格局。

据黄宏生透露，2025年光伏业务收入约占集团总营收的1/3，并正加速拓展海外市场。在AWE2026现场，“能亮站”阳台光伏系统、“艺墅家”智能微电网等产品，将光伏板从工业设备转化为阳台上的“科技装饰”，并通过便携式储逆一体机构建起“发自自用、余电存储”的家庭能源闭环。这种“家电+能源”的深度融合，使创维从设备供应商升级为家庭能源管理者，开辟了家电企业转型的新范式。

这一战略不仅具有商业价值，更承载着品牌的社会责任。创维以“凝聚健康科技”为使命，如今将“健康”从视觉舒适、空气洁净延伸至能源清洁与环境可持续，使品牌内涵更加厚重与前瞻。

回望创维38年的发展历程，其品牌演进轨迹清晰可见：从“健康不闪电视”的功能诉求，到“壁纸电视”的美学主张，再到“AI客厅革命”的生态愿景，创维的品牌叙事始终与时代脉搏同频共振。2026年，创维的品牌形象已不再是单一的技术参数或性价比标签，而是一种融合科技、艺术、绿色与人文关怀的生活哲学。在AWE2026上，创维展台被划分为“科技美学区”“全屋智能区”“绿电生活区”与“未来交互区”，每一处都传递着统一的品牌语言：科技应服务于人，而非凌驾于人；智能应融入生活，而非打扰生活。

与此同时，创维通过与松下、哈曼等国际顶级品牌的合作，不断提升其在全球高端市场的品牌势能。这种“强强联合”不仅带来技术互补，更是一种品牌信用的相互背书，助力创维从“民族品牌”向“全球品牌”跃升。

值得一提的是，创维的品牌传播也日趋年轻化与场景化。在B站、小红书等平台，创维通过“阳台发电日记”“AI厨房的一天”等生活化内容，让用户感知科技带来的真实改变。这种从“技术话语”到“生活话语”的转变，正是品牌成熟的重要标志。

CHANGHONG 长虹

# 长虹AI烹饪中心

厨房美学 AI巡航大吸力 AI烟烹联动 AI美食菜谱

油烟机  
1853B



灶蒸烤一体  
JZT-K33

厨房美学  
一体化平嵌设计

AI巡航大吸力  
AI直流变频智巡航  
爆炒风量30m³/min  
最大静压1300Pa

\*测试数据来自长虹日电实验室

AI烟烹联动  
灶具、蒸烤箱开启/  
关闭，烟机自动打开/  
关闭

AI美食菜谱  
AI智慧菜谱 &  
自定义菜谱