

公司零距离·新经济 新动能

老板电器：用AI烹活厨房数据

■本报记者 桂小笋

“水加多了，怎么收汁？”“判断一下这个茄子熟了没有。”走进杭州老板电器股份有限公司(以下简称“老板电器”)实验室，佩戴智能眼镜的工程师们正不断向系统发出各类烹饪指令。锅铲翻飞、蔬菜翻炒，一道道家常菜不只是舌尖上的美味，更是老板电器积累厨房实景数据、打磨AI(人工智能)烹饪能力的鲜活样本，也是其技术迭代的底气所在。

近日,《证券日报》记者走进老板电器,实地探访这套垂直烹饪AI体系如何深耕烟火场景、破解行业痛点、重塑厨电产业新生态。

为厨房打造一个AI大脑

相比其他场景,厨房是一个充满变数的动态环境,油烟弥漫、水汽蒸腾,火候瞬息万变,温度、食材、时间与安全多重变量实时交织,对AI提出极高的要求——既要在复杂干扰下精准感知,又要在瞬间完成判断与协调调度。

深耕行业变革趋势的老板电器,率先打破赛道内卷,跳出传统制造思维,锚定垂直烹饪AI赛道深耕细作。公司打造的食神AI烹饪智能体,不再是一个被动应答的模型,更像整间厨房的“大脑”与“操作系统”;理解用户需求,感知真实厨房状态,规划烹饪任务,调度厨电与机器人协同工作,实时调整过程,并在持续使用中学习进化。

老板电器董事、高级副总裁周海昕告诉《证券日报》记者,中式烹饪最具魅力之处,在于灵活多变、因地制宜。川渝的麻辣、江浙的清新、北方的醇厚,不同地域、年龄、健康状况的用户,烹饪习惯与饮食需求差异显著。但也正是这种个性化的特点,成为AI智能化落地的最大壁垒。通用大模型多适配标准化场景,难以读懂中式烹饪的烟火细节,更无法适配地方菜系和个人偏好,这也是过往厨电智能化体

验浮于表面的核心原因。

周海昕介绍,针对这些问题,老板电器自研食神AI烹饪智能体,创新打造“长期记忆+短期记忆”双重架构,精准拿捏中式烹饪的分寸感。食神AI的长期记忆,就像为每个用户配备了专属的烹饪管家。绑定用户账号后,系统会长效留存用户的地域属性、年龄圈层、饮食喜好乃至健康状况,实现精准定制服务。偏爱重口麻辣的川渝用户、忌口辛辣的江浙用户、需要规避高嘌呤食材的慢病用户,AI均可精准识别并主动适配专属菜谱与烹饪方案。

而短期记忆则解决了烹饪过程碎片化交互难题。日常做饭时,用户的提问往往连贯且零散,无需重复铺垫、反复说明,食神AI就能承接上下文需求,读懂用户临场烹饪意图,让人机交互更贴合真实下厨场景。

为了让AI覆盖更多县域、村镇等地的小众特色菜系,老板电器依托全国销售网络,联动各地用户开展烹饪交流、特色菜谱征集活动,持续挖掘民间烹饪技法,不断扩容中式烹饪数据库,让AI真正吃透大江南北的百味三餐。

在老板电器的实验室中,实验室工作人员向《证券日报》记者介绍,针对厨房场景,智能眼镜要选取不同场景下的数据,备料、洗菜、烹饪、整理厨房等不同环节中都要收集数据,且要不断细化数据和变化场景。

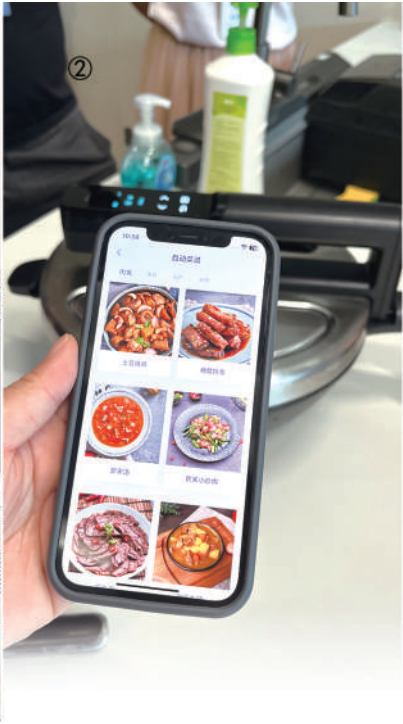
厨房设备进化出智能生态

据悉,老板电器食神AI烹饪智能体已落地应用,形成“中枢智能体+设备端智能体”协同系统。每一台AI厨电,既服从中枢统一调度,也能在瞬息万变的烹饪现场独立响应、把控安全。用户感知到的是统一的“食神”大脑提供服务,背后是整套操作系统协同运转,这也是食神体系区别于单一厨电、单点模型的核心特质。

数据是AI迭代的核心燃料,但烹饪数据涵盖用户饮食习惯、生活



图①工作人员使用AI烹饪眼镜进行场景实验



图②食神App烹饪界面



图③老板电器打造的“数据+模型+硬件”智能生态

桂小笋/摄

偏好、健康信息,如何兼顾数据高效迭代与用户隐私安全,是垂直AI赛道高质量发展的核心考题。在数据安全和合规流转方面,老板电器走出一套行业标杆式发展模式。

实验室工作人员介绍,在安全管控层面,公司建立全流程防护体系,所有用于AI训练的数据均经过严格脱敏处理。

周海昕表示,合规安全的数据流转体系,是老板电器AI技术持续迭代的核心底气,也是区别于行业同类产品的核心优势。

真正的智能厨房,从来不是单一设备的智能化,而是全设备联动、全流程贯通的自主协同。在一些消费者的认知里,厨电AI只是简单的菜谱推荐,而老板电器早已打破这一局限,实现了整套厨房设备的互联互通、自主优化。

老板电器数字厨电研究院食神开发运营部部长潘黄斌告诉《证券

日报》记者,目前,公司的全系统智能厨电已实现云端+本地双联动,烟机、灶具等核心设备实时数据互通、场景联动,用户每一次翻炒、火候调节、食材搭配,都会同步录入食神系统,形成专属个人烹饪档案。

潘黄斌介绍,相较于传统网上一成不变的静态菜谱,老板AI烹饪体系最大的优势是“会学习、能进化、可创新”。用户烹饪结束后,可实时反馈菜品口感、火候问题、口味轻重,系统会自动修正烹饪参数与火候曲线,下次烹饪精准优化升级。面对家中零散食材,AI还能打破传统菜谱的固定局限,自由搭配食材,创新定制全新菜品,灵活调整分量与口味,真正实现随心烹饪、智能适配。

全新增长曲线逐渐成熟

从技术研发到市场落地,老板

电器的AI烹饪早已走出实验室概念阶段,以商业化成果印证技术实力,重构厨电行业盈利模式与竞争逻辑。

老板电器首席数字及营销官童晶菁认为,随着AI技术应用深化,老板电器将盘活厨房数据资产,挖掘其独有的商业价值。

在生态布局层面,老板电器的垂直烹饪AI技术获得行业广泛认可。多家互联网平台、综合家电厂商选择放弃自主研发烹饪大模型,与老板电器深度合作,依托其成熟的AI烹饪体系补齐场景短板,实现双向赋能。

“AI烹饪赛道仍处于发展初期。目前食神大模型的智能体协同、家用厨房从感知、决策到执行的闭环能力已经跑通,用户数据回流与模型迭代形成正向循环。下一阶段重点推进跨设备场景的深度打通。”周海昕说。

盘活存量成主流 文旅行业跳出“圈地造景”

■本报记者 舒娅疆
见习记者 王楠

9月28日,“区域协同·并肩扬帆”成都都市圈文旅产业招商引智推介活动对外发布40余个文旅投资项目清单,覆盖六大核心赛道,重点投向数字文创、文博研学、生态康养、沉浸式演艺这类轻量化运营业态。不少地方的文旅招商,重心正从征地新建大型文旅综合体,转向盘活现有文旅资源。文旅投资赛道,也从过去比拼土地、基建规模,转向比拼内容、运营和业态创新。

政策层面的持续加码,为行业转型筑牢了底层支撑。今年7月,文化和旅游部发布的《旅游强国建设“十五五”规划》提出,加强旅游项目建设规范管理,统筹推进合理布局,提高旅游项目建设质量和运营效益,避免盲目上马和水平重

复建设,防止闲置浪费。用好各类财政、金融、产业政策,分类施策推进闲置低效旅游资产盘活利用,防范化解旅游领域投资风险。

上海杉纬律师事务所管理合伙人孙宇昊律师对《证券日报》记者表示:“政策优化了部分项目的空间规划,降低了用地制度成本,并不意味着项目可以降低合规要求。政策同时强调要充分论证市场形势、资金投入与回报,防止低水平重复建设,因此企业仍然需要把土地用途、规划、安全、生态保护等合规问题作为投资前置条件。”

中关村物联网产业联盟副秘书长袁师在接受《证券日报》记者采访时表示,过往依托大规模土地获取、长周期重资产投入的开发路径,正在被更强调内容适配、运营前置的新框架逐步替代。行业转型是政策引导与消费迭代共同推动的结果,游客已经不再单纯追求

大型地标观光,具备在地特色的轻量化存量项目更受市场青睐。

当前,多家文旅上市公司已调整发展策略,放缓传统重资产扩张思路,依托自身资源、运营、内容优势,探索差异化的盘活存量新模式。

以西安曲江文化旅游股份有限公司(以下简称“曲江文旅”)为代表的老牌景区运营企业,核心打法是立足存量文旅资产,通过内容焕新摆脱门票依赖。目前,行业正由“观光旅游”向“休闲度假”转变,游客需求从单纯追求“视觉震撼”转向兑现“情绪价值”。该公司推进文旅商融合、开发新业态新产品,统一打磨演艺产品,突破传统门票与门票经济依赖。曲江文旅依托西安历史文化街区、文旅场馆等存量资源,聚焦场景升级与业态创新。大唐不夜城为其典型样本,街区免费开放,收入重心转向沉浸

式演艺、文创零售、特色餐饮、主题节庆等二次消费领域。

浙江祥源文旅股份有限公司依托景区托管运营能力做存量景区提质改造,走出了差异化的发展道路。不同于重资产新建项目,该公司凭借“投研建运”一体化能力与自有旅游目的地标准化体系,对外输出运营托管服务,聚焦景区业态升级、数字化搭建、文创商业落地等运营服务,抓住盘活存量的行业机遇。同时,该公司还打造“祥源旅物”文创品牌,落地多地文创门店,带动景区二次消费增长;齐云山、莽山五指峰、大瑶山盘王界等项目持续迭代沉浸式IP(知识产权)产品,有效拉动客流。

湖南电广传媒股份有限公司则布局“文旅+投资”战略,旗下湖南芒果文旅投资有限公司(以下简称“芒果文旅”)打造存量文旅项目运营能力。芒果文旅推进“三湘星

光行动”,已在湖南省9个地市落地11个项目,覆盖主题公园、特色客栈、文旅旅综合体等多元业态。大庸古城是其重点项目,公司联合芒果超媒股份有限公司、张家界旅游集团股份有限公司合作运营,导入综艺IP、电商及科技类产品,项目在今年7月开业后客流表现良好。

相关机构人士告诉《证券日报》记者,当前文旅行业的转型并非完全否定重资产模式,而是淘汰无内容、无运营、靠土地套利的低效重资产,留存并优化有IP、有业态、可迭代的优质资产。未来文旅项目的核心竞争力,不再是占地面积、建筑规模,而是内容更新能力、场景适配能力和二次消费转化能力。需要注意的是,盘活存量不等于简单复刻网红场景,轻量化模式背后,持续的内容迭代、商业转化和稳定现金流,才是项目穿越周期的关键。

国庆假期全国15地将举办51场漫展
为什么漫展生意成了“香饽饽”?

■本报记者 李豪悦

随着国庆假期临近,全国多地将迎来“漫展热”。据记者不完全统计,10月1日至10月7日,全国有15座城市将举办51场动漫文化展览。上海、北京、深圳分别以11场、9场、5场漫展数量位列前三。

规模方面,本次国庆假期南北方都出现了大型漫展。例如,“北京IJOY30”是北方规模最大综合漫展;在上海,由小红书主办的“RED LAND开放世界冒险岛”(以下简称“RED LAND”)则是国内少有的十万平方米级户外开放世界式漫展。

从主办方来看,漫展扎堆举办的背后,参与主体日趋多元,除传统漫展公司、民间同人工作室与游戏厂商外,互联网企业也争相入局。

漫展经济链条逐步成型

如今漫展早已不只是二次元爱好者的圈层聚会,头部大型展会已经具备较强的城市文旅拉动效应。

例如,2026年中国国际数码互动娱乐展览会(以下简称“ChinaJoy”)四天观展人次达43.89万。主办方测算,该展会带动上海全城餐饮、住宿、零售、交通等全域消费达7.09亿元,外地观众占比达63%。

漫展不仅带动城市消费,也为头部展会主办方带来收益。例如,杭州顺网科技股份有限公司(以下简称“顺网科技”)财报显示,旗下子公司上海汉威信恒展览有限公司作为ChinaJoy背后的实际承办运营主体,2025年营业收入1.26亿元,净利润5553万元,同比增长14.7%,会展业务成为顺网科技的重要利润板块;顺网科技2026年半年报披露,第二十三届ChinaJoy累计接待观众43.89万人次,同比上涨6.97%。

在此背景下,不同类型市场主体纷纷入局掘金。除传统展会公司外,头部游戏企业开始脱离第三方漫展,自主举办IP(知识产权)专属线下展会。例如,米哈游第三届原神嘉年华吸引超8万人次;鹰角网络的2026鹰角嘉年华售票超7万张。

与此同时,互联网公司也成为漫展赛道的新势力。例如,哔哩哔哩举办的世界数字娱乐动漫文化博览会参展规模持续走高。公开数据显示,2023年观展21万人次,2024年25万人次,2025年创下客流历史最高纪录,到场40万人次。小红书也于2025年入局漫展赛道,首届RED LAND吸引近30万用户参与答题申领门票,公开售票环节日间巡礼票最快3秒售罄。

小红书社区游戏二次元运营负责人萤火表示:“RED LAND是把小红书线上的游戏二次元文化和主张做一次集中放大,核心价值就是给线上的同好(有相同爱好的人)们创造线下见面、共创的场景,线上同好可以在线下变成现实朋友,还能联合产出共创内容。用户也有追求极致体验的需求,而很多极致的情感体验和真实连接只能发生在线下。”

“00后”精神消费崛起

漫展火热背后,离不开国内ACG(动画、漫画、游戏)产业整体市场规模的持续扩张。

艾媒咨询数据显示,2024年国内谷子经济(二次元周边衍生品)市场规模达到1689亿元,同比增长40.63%,预计2029年有望突破3000亿元;小红书发布的《二次元创作趋势报告(2025)》显示,截至2025年,小红书社区游戏月活用户突破1.2亿,站内二次元兴趣人群1.37亿,同人、oc(原创角色)、coser(角色扮演者)团建相关内容发布量高速增长,线上庞大的兴趣群体为线下漫展奠定用户基础。

萤火表示:“我们看到新一代年轻用户有丰富的精神世界,强烈的自我表达诉求,希望跟同好交流。小红书面对‘00后’,在虚拟文化消费、互动体验上,希望定位成同好表达交流的平台,而不是单纯消费内容的平台。我们的判断是,这一代人真正的文化,是在表达中产生,而不是单纯消费内容产生。”

广州艾媒数聚信息咨询有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示,目前,漫展的商业价值不再只局限于门票收入,还涵盖品牌展位招商、衍生品售卖、线上内容二次传播、用户社群运营等多元变现路径,这也吸引越来越多机构投身漫展赛道。

申万宏源研报显示,谷子经济产业链拥有广阔成长空间,IP授权与渠道运营是行业两大核心要素,目前行业内完整全链路布局企业仍然较少,线下展会是IP触达核心粉丝的关键场景。东吴证券研报认为,二次元文化持续渗透,庞大用户基数为衍生品、线下漫展提供消费土壤,限量周边、线下同好社交进一步放大用户的消费意愿,“00后”精神消费具备长期增长潜力。

张毅表示,漫展经济是“00后”精神消费的具象体现,既是IP触达粉丝、实现衍生品销售的重要载体,也能带动城市文旅消费。但部分中小同人展门槛低、品质参差不齐,行业有望进一步分化,具备优质IP、重视用户体验、打通线上线下闭环的展会将拥有更强的竞争力。

中国电竞产业从产品“出海”迈向标准“出海”

■本报记者 李豪悦

2026年爱知·名古屋亚运会电子竞技《和平精英亚运版本》项目决赛于9月29日落幕,中国队获得银牌。值得一提的是,9月28日,中国队在《王者荣耀》项目决赛夺冠;9月24日,中国队摘得《永劫无间》项目金牌。至此,中国电竞国家队在本届亚运会上已收获两金一银。此外,《第五人格亚运版本》比赛也在进行,中国队仍有冲金机会。

本届亚运会电竞项目共设11个小项,中国厂商研发的游戏占据5席,分别为《王者荣耀》和《和平精英亚运版本》《决胜巅峰》《永劫无间》《第五人格亚运版本》。若计入由

腾讯控股有限公司(以下简称“腾讯”)的拳头游戏公司出品的《英雄联盟》及腾讯北美参与打造的《宝可梦大集结》,中国厂商直接或间接参与的达7项。

一位游戏公司负责人向《证券日报》记者表示,这些中国游戏之所以能站上亚运舞台,源于亚奥理事会对于用户规模、赛事体系与公平性的综合考量。中国游戏在移动电竞领域拥有全球最大的用户基数和最成熟的职业赛事体系。

以《决胜巅峰》为例,这款由上海沐瞳科技有限公司(以下简称“沐瞳科技”)打造的MOBA(多人在线战术竞技游戏)手游已深入东南亚、中亚、南亚市场,是典型的“出

海”样本。

中国电竞的崛起,背后是头部企业的系统性布局。具体来看,腾讯手握《王者荣耀》和《和平精英》《英雄联盟》等核心IP(知识产权);网易(杭州)网络有限公司以《永劫无间》《第五人格》切入竞技赛道;沐瞳科技的《决胜巅峰》更是成为全球资本看中的标的,今年年初,沙特主权基金控制的Savvy Games(一家沙特游戏电竞公司)以约410亿美元收购沐瞳科技,从资本层面印证了中国游戏IP的全球价值。

市场数据印证了这一判断。据《全球电竞发展白皮书》,2025年中国电竞营收达41.06亿美元,稳居全球龙头;中国音像与数字出版

协会《2025年中国电子竞技产业报告》显示,2025年,中国电竞产业收入293.31亿元,同比增长6.4%,电竞用户规模4.95亿人,正成为全球电竞市场的“压舱石”与“动力源”。

此外,技术是中国电竞融入全球产业更深的一层。本届电竞项目共设11个竞赛小项,横跨PC(电脑)端、移动端与主机端,单日多项并行,执行密度为历届最高。除了现场裁判团队、执行人员及志愿者长时间高强度投入之外,本届亚运会采用了电竞专用竞赛系统。公开信息显示,该系统全称为“ECS腾讯电竞竞赛系统”(以下简称“ECS”),通过赛前检录、赛中监测、赛后留存等工作机制,ECS能够完成设备异常排

查以及赛时数据监测,通过比赛、选手画面及三十多项关键数据记录,为裁判判罚提供客观、公开的数据与画面依据。

上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉对《证券日报》记者表示,作为全球最大市场和最大用户基盘,中国是国际厂商与赛事IP绕不开的增量来源,其赛事化、工业化的成熟经验为亚洲电竞的规范化提供了参照。更关键的是,以ECS为代表的技术标准正在“出海”。中国电竞产业正从产品“出海”迈向技术标准“出海”。大力发展电竞,不仅是培育一个新兴消费市场,更是让中国成为全球电竞产业价值链中不可替代的一环。