

# 消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

党的二十届四中全会精神在基层

## 南京玄武区:大数据中寻潜力 赋能 AI 新应用

南京市玄武区,坐拥紫金山、玄武湖两大地标性景点,一到节假日日常开启“人从众”模式。如何能避开人流洪峰玩出新意?来自杭州的游客胡女士有了新办法。

只见她打开途牛 App,唤醒 AI 助手小牛,输入想去的目的地、游玩时间等信息,小牛就能在两三秒内推荐行程规划,还提供一键预订酒店、门票等服务。“过去出游前查资料、做攻略至少要半天,现在方便多了。”胡女士说。

“AI 高度适配游客出游小众化、个性化发展趋势,拉低了‘定制游’门槛,推动行业创新发展。”途牛旅游网 CEO 于敦德说。

贴近市场需求,推动 AI 垂类模型发展,这是玄武区深化拓展“人工智能+”行动的一个缩影。

党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》提出,加快人工智能等数字技术创新,突破基础理论和核心技术,强化算力、算法、数据等高效供给。近年来,玄武区全面实施“人工智能+”行动,抢占人工智能产业应用制高点,赋能千行百业。

与全国一些老城区类似,玄武区也曾面临土地紧缺、传统产业增速放缓等问题。站到发展的十字路口,该区依托软件与信息服务产业的传统优势以及丰富的科教资源,“重仓布局”数字经济。

“当前, AI 发展重心正转向专业化垂类模型,能否拥有足够质与量的数据是关键。”玄武区委副书记、区长张志超说。

对此,当地谋划出台数据产业发展行动方案,围绕数据聚合、流动、使用提供针对性支撑。近三年间,玄武区先后建设江苏国际数据港、玄武大模型工厂、江苏省数据交易所三大平台,旨在夯实数据基础、强化全链条服务、优化创新生态。

“这三大平台为模型研发提供了土壤、工具和原材料,更难得的是,它们都在一个园区,形成 AI 创新生态。”国机数字科技有限公司副总经理邢凯说,得益于玄武区打造的 AI 生态,公司研发的“农机云”落户江苏国际数据港,已接入各类农机超百万台,不仅大幅提升作业效率,还产生出更多更有价值的数据,全链条服务农业生产。

以高质量的数据训练出高质量模型,用高质量的模型解决实际需求,进而形成商业闭环,玄武区的“蓄水养鱼”,正在激起创新浪花,推动越来越多传统产业、传统业态转型升级。

地处农村地区的夫妻店,如何赶上新零售浪潮?汇通达网络股份有限公司打造的千橙云大模型,让懂图片设计、线上营销,还懂采购运营的 AI 助理直达乡村,普通人也能玩转“私域流量”“直播带货”。工业园区运营如何更绿色?中节能大数据有限公司打造“零碳云”平台,可为不同主体提供生态资源盘点、降碳潜力分析等服务,通过精确“算碳”“管碳”,让资源“物尽其用”。

截至目前,玄武区已通过国家备案的大模型达 22 个,数量占江苏省的逾三分之一,在江苏各区域县市持续领跑。

记者近日来到这些大模型的诞生地——玄武大模型工厂了解到,为推动“飘”在云端的数据向下扎根、服务更多行业和企业,从建设之初,玄武大模型工厂就专注于行业场景的深度开发,利用江苏制造业、跨境贸易、新能源等优势产业和特色内容,提供定制化的行业大模型解决方案。

“江苏制造业全国领先,数字化建设走在全国前列,由此沉淀的海量数据犹如一座宝库。”主营医疗高质量数据集的江苏传古科技有限公司负责人赵博介绍,2025 年公司落户玄武区不久,成功将江苏一家医院沉淀的数据脱敏清洗,推出儿童肠道菌群数据集,在数交所一经上架就被益生菌制品企业买走。目前,公司已有 11 款数据集通过数交所平台找到买家。

面对一池数据活水滋养出的 AI 创新生态,玄武区并未止步,而是积极引入“鲶鱼”,进一步激发创新活力。百度、科大讯飞、西门子、达索等龙头企业纷纷落户,不仅带来了先进技术和人才团队,更在相互竞合中吸引更多上下游企业汇集。

目前,玄武区已集聚数据企业 1000 多家,2024 年数据产业营收额达 783 亿元,占 GDP 比重近 20%。玄武区委书记闵一峰表示,下一步,玄武区将着力构建现代化都市型产业体系,将人工智能与绿色低碳作为重点培育的未来产业,为区域经济高质量发展培育新动能。

(新华社)

## 智能眼镜产业链竞争力持续提升

国补撬动有效需求

□ 本报记者 解磊

### 去年 1—10 月眼镜行业规上企业营业收入同比增长 6%

本报讯 近日,记者在中国眼镜协会第九届十次常务理事会上获悉,2025 年眼镜行业经济运行总体平稳,高质量发展取得新成效。2025 年 1—10 月,眼镜行业规上企业实现营业收入 494 亿元,同比增长 6%。

(辛文)

近日,国家发展改革委、财政部联合发布《关于 2026 年实施大规模设备更新和消费品以旧换新的通知》(以下简称“通知”)。智能眼镜首次被纳入数码和智能产品购新补贴范围,成为本次政策调整中唯一新增的核心消费电子品类。根据通知,消费者购买手机、平板、智能手表手环、智能眼镜四类产品,可按销售价格的 15% 获得补贴,每位消费者每类产品可补贴 1 件,每件补贴不超过 500 元,单件售价上限为 6000 元。

财信证券首席行业分析师何晨分析指出:“AI 眼镜产业有望迎来‘政策+技术+产品’的三重催化。在技术突破与生态完善的双轮驱动下,AR(增强现实)眼镜产业正突破 B 端场景限制,迈入消费级规模化增长阶段。”

政策引导核心技术突破 产业链多环节协同

近日,记者浏览多家电商平台发现,多个智能眼镜品牌已陆续上线国补申领通道。在北京市大兴区荟聚购物中心小米之家,店员告诉记者,北京国补上线后,前来咨询购买智能眼镜的消费者也日益增多。

国内最早从事自由曲面光学系统设计、AR 和 VR(虚拟现实)头戴显示技术研究的北京理工大学教授程德文在接受本报记者采访时指出,智能眼镜作为唯一新增享受政策补贴的品类,凸显了国家推动人工智能终端普及的战略意图。通过政策补贴直接降低消费门槛,将有效激活市场需求,推动智能眼镜从“小众尝鲜品”向“全民普及型终端”转变。

程德文表示,国补政策短期能降低消费门槛、刺激现有产品销售,长期来看可以通过政策导向,倒逼企业聚焦核心技术研发,推动“人工智能+”终端的产业化落地,形成新增长极。

记者了解到,目前国内已形成“上游核心部件+中游整机组装+下游渠道”的完整产业链生态。在核心技术领域,多家光学企业已在 AR 眼镜领域进行了长期布局,能够提供从显示元件、投影元件到摄像头模组的一站式光学解决方案。整机组装环节,部分企业已实现从核心部件到整机组装的全产业链布局,通过自动化生产线提升生产效率。下游渠道方面,眼镜连锁企业正积极构建智能眼镜专业验配服务体系,推动传统视光服务与智能科技的深度融合,已与多个头部智能眼镜厂商达成业务合作。

业界亟需建立健康标准 构建可持续竞争优势

程德文向记者描绘了智能眼镜的理想形态:无感佩戴的“人体延伸终端”——重量轻、显示清晰、支持自然交互。他认为,智能眼镜不会完全替代手机,而是成为与手机协同的新一代个人计算平台,承担沉浸式显示、空间交互等手机难以实现的功能。

“智能眼镜首先是眼镜产品,健康显示是非常关键的标准。”程德文告诉记者,业界亟待建立三类关键标准:一是光学显示健康核心标准;二是智能护眼动态标准;三是等级认定关联标准。光学显示性能应成为首要核心标准,其性能优劣直接决定视觉健康影响程度,可从根源杜绝低质产品扰乱市场。

程德文分析指出,国补政策拉动硬件销售将加速用户积累与设备渗透,为内容开发者降低研发成本,推动软件接口标准化,吸引更多开发者入局。社交翻译、健康监测、文旅导览等场景有望凭借其即时性、安全性及体验优势率先实现应用爆发。“但需警惕技术同质化、低水平重复投资及生态割裂三大风险。”程德文建议,企业应聚焦光学技术研发,深耕健康、安全等高价值差异化场景,并通过产学研合作与标准制定,构建可持续竞争优势。

值得注意的是,不同技术路线的产品在市场上呈现出差异化发展态势。轻量化的 AI 音频眼镜因价格亲民、佩戴舒适,成为许多消费者首次尝试智能眼镜的选择;而功能更丰富的 AR 眼镜则在特定应用场景中展现出独特价值。市场数据显示,AI 翻译、信息播报和内容总结等功能已获得良好的实用性反馈。程德文分析称,短期 AI 音频/拍摄眼镜因技术成熟度高、价格亲民,将快速渗透大众市场,长期则倒逼企业向 AI+ 轻量化 AR 眼镜升级。

企业加速布局 中国厂商有望主导全球产业链

随着政策落地,国内各家智能眼镜企业积极响应。主营 AI 音频眼镜的蜂巢科技界环品牌联合创始人及 CMO 郭军对记者表示,政策落地传递出极强产业信号:智能眼镜已正式跨越“极客玩具”阶段,被国家层面视为具有普惠价值的下一代智能终端。

“政策的‘助燃’将极大缩短市场教育周期,推动行业进入爆发期。2026 年将是智能眼镜实现‘从小众向大众’跨越的关键年。”郭军表示,智能眼镜兼具电子产品与配镜服务的双重属性,消费者的线下体验和专业验光服务至关重要。界环目前线下渠道已经覆盖超过 1500 家门店,与博士、大明、宝岛等多家全国及区域头部连锁建立了深度合作。在补贴政策落实方面,界环郑重声明坚决杜绝“先涨价后补贴”行为,强调靠供应链、成本管理及库存管理上的深度优化维持健康利润。

前不久在美国举办的国际消费类电子产品展览会上,约 23 家智能眼镜相关参展商中,来自中国的企业占据 16 席,包括 Rayneo(雷鸟创新)、Rokid、INMO(影目)等品牌。其中,具备独立通信能力的智能眼镜首次亮相,打破了该品类长期依赖手机算力和网络的局限,推动行业向规模化应用加速迈进。

IDC 报告显示,2026 年,全球智能眼镜市场出货量预计将突破 2360 万台。其中,中国智能眼镜市场出货量将突破 490 万台,市场正式迈入规模化增长新阶段。预计 2026 年中国智能眼镜厂商的出货量将占据全球市场的显著份额。

程德文认为,政策将为高校和科研机构打通从实验室到产业化的落地通道。同时,市场需求的明确预期会吸引企业主动对接实验室开展联合研发,形成“研发—转化—再研发”的正向循环。而中国在光学元件、微显示模组等硬件产业链环节已具备优势。依托政策引导与产学研协同创新,中国有望在智能眼镜产业发展中占据重要位置。

**本报新闻职业道德监督岗**

电话:(010)67605353 67606237  
邮箱:xfrbjw@163.com

## 行业协会以“组合拳”引导电吹管产业高质量发展



图为电吹管爱好者正在表演。受访者供图

□ 本报记者 王薛滔

见血地说。在产业萌芽期,行业组织无,产品标准弱,培训教材少,展演渠道杂,市场营销乱,这些问题消耗着消费者信任,扰乱了企业发展节奏,制约了行业发展。

专委会成立时,基于社会消费观念逐渐从过去的“学乐器”向“玩乐器”的转变,并未急于制定复杂的技术标准,而是基于对产品特性的深刻理解,围绕电吹管易学、易操控、无音准烦恼、无转调技巧、无指法切换困扰,且音色丰富、个性化选择多、适用场景多的“两易三无三多”特性率先展开工作。

专委会同时也清醒地认识到,要避免电吹管产品陷入“电子玩具”的刻板印象,必须推动“技术溢价”与“艺术审美”的双重提升。既要满足大众的娱乐需求,也要通过数字化标准建设,引导其向独立的艺术门类进阶。

在此基础上,专委会确立了清晰的

工作导向:以市场需求为牵引,通过活动推动产业走向有序发展。专委会希望从终端的使用者、从火热的市场活动中,把最真实的需求和问题收集上来,反馈给产业端,引导产品研发和生态建设。

### 搭建需求与产业直通桥梁

在这一思路下,一场名为“美丽动听·中国行”的全国电吹管展演活动应运而生。活动并非简单的汇演,而是一个精心设计的生态系统:专委会在全国 28 个地区设立活动组委会,统一品牌、规范流程,扭转了过去展演活动的杂乱局面,赋予了活动公信力。专委会引导企业创新参与方式,由企业向社区、学校提供“周转管”,供爱好者免费体验一个月。“玩好了,有兴趣了,再决定是否购买。”这种模式降低了体验成本,实现了社区、用户、企业的“三赢”,精准激活了潜在市场。

活动成为市场、用户需求的一个重要反馈池。活动过程中,浙江的爱好者提出音色优化建议,当地企业随即改进并推出新型号;河南的团队需要豫剧特色伴奏,企业便开发出包含锣鼓和镲的地方戏曲音色库,甚至一位驻村书记的个人改造想法,也能直达企业研发部门。

这种反馈机制不仅解决了音色需求,更推动了深层次的技术迭代。例如,针对老年用户普遍存在的数字鸿沟,企业在协会引导下优化了 OTA(无线下载)固件升级流程,开发了具备物理旋钮和一键恢复功能的适老化机型,真正实现了让科技有温度。

以活动聚拢人气、发现需求的同时,专委会也在为产业的长远发展夯实基础:

一方面,专委会联合权威出版社,推

出针对中老年群体的《零基础学奏电吹管》专用教材(大字体、配视频),降低了学习门槛,让“零基础”爱好者有了系统化学习路径。另一方面,专委会与中国乐器协会内的电吹乐器分会形成了高效协同,专委会从市场和应用端提出需求与问题,电吹乐器分会则从产业和技术端牵头推进,解决行业关注的技术标准、知识产权保护等问题。

记者了解到,目前,中国乐器协会将在 2026 年标准制订工作中,推进电吹管相关技术标准建设,与此同时,引导行业全面贯彻执行 GB 28489《乐器有害物质限量》强制性国家标准,针对电吹管吹嘴、涂层等高频接触部位设立安全底线,通过“质量红线”倒逼产业升级。建立行业自律机制,针对电吹管“硬件+软件算法+采样音频”三位一体的产品特性,推动实施多维度产品保护策略。

### “小乐器”带来大变化

通过两年多的努力,专委会“以活动促需求,以需求引产业”的路径成效显著。电吹管不仅在中老年群体中深深扎根,还吸引了专业管乐演奏者转型,甚至带动了线下琴行开拓新业务。一些钢琴教师通过学习电吹管,开辟了新的教学方向,反过来又引导爱好者接触更多乐器。

更深远的影响在于,电吹管的火爆正在重塑局部音乐生态。在河南等地,出现了专业的电吹管乐团或与萨克斯管结合的混合乐团,利用电吹管丰富的音色模拟能力,演绎出新颖而和谐的重奏作品。曾困扰合奏的“延迟”问题,也因需求反馈而被企业通过加装模块积极解决。

陈晋武表示,从一个小众品类到飞快增速的新赛道,电吹管对产业的贡献,在于拉动了市场,转变了观念,成为提升民众幸福指数和美好生活的一个载体。

从“无序乱象”中找准抓手

“电吹管的主要问题,首先是‘无序发展’。”中国乐器协会原专职副秘书长、中国乐器协会萨克斯管·电吹管艺术专业委员会主任陈晋武在接受记者采访时一针

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:赵 曦

● 副总编辑:刘 丁 张丽娜

● 责编:解 磊

● http://www.xfrb.com.cn

● 监督电话:67600827

● 总编室:67605115

● 经营中心:67604888

● 发行部:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● 北京市丰台区定安东里 20 号楼

邮编:100075

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2 元