

春节假期,华强北AI眼镜销量激增超70%

AI眼镜撑起新春智能消费基本盘



图为消费者正在体验AI眼镜,工作人员为其讲解功能。陈跃佳 摄

刚刚过去的马年春节,“中国电子第一街”深圳华强北迎来“科技年货”销售热潮。数据显示,春节期间华强北全域营收同比增长35%,其中AI眼镜销量激增70%至80%,成为增速最快的品类之一。在华强北,200多元就能入手一款基础款AI眼镜,其即时翻译和第一视角拍摄功能备受外国消费者青睐;3000元级别产品更可实现文字投屏、语音交互等功能。苏宁易购数据也显示,1月以来AI眼镜销量翻倍增长,春节假期可穿戴装备销售环比增长62%。

消费市场火爆 行业增长动力强劲

新春期间,AI眼镜消费热潮席卷全国,深圳华强北成为市场缩影,其AI眼镜销量位列当地“AI八骏”热销榜单第三。记者走访当地市场发现,AI眼镜功能日益丰富,百元级基础款已具备耳机播放、音乐播放、电话接听与实时翻译等功能。“这款150元的,能当蓝牙耳机用,听歌、接电话、实时翻译都没问题。”在华强北电子世界,一个档口老板正向几位外国客商演示一款基础款AI眼镜。

而在相隔不远的一家AI眼镜专营店,店主则向记者展示了售价400多元的“升级版”。“贵一点的主要差别在摄像头,这款贵一点的AI眼镜新增拍照、录像与录音等功能,是春节

前刚刚上市的,目前技术已经很成熟。”

为了在激烈的同质化竞争中突围,厂商在摄像头的位置上做了文章。“有的摄像头设计在眼镜两侧,像个装饰点,比较隐蔽;有的则放在正中间,更像传统意义上的记录仪。”一位商家告诉记者,这些细微的差别对应着不同的使用场景——侧拍更适合日常佩戴,中置则更偏向第一视觉角度Vlog拍摄。

2000元以上的产品,镜片可以当成屏幕使用,并搭载MicroLED透明显示、光波导技术,支持多语种AI翻译,翻译的文字可以直接显示在镜片上。华强北一位AI眼镜经营者表示:“现在AI眼镜成为了2026年新风口。我们是去年7月才开始专门做AI眼镜的,当时整个华强北做这个的还不多,现在光是和我们拿货的同行就有上百家。”

政策红利更成为市场增长的重要推手,2026年1月智能眼镜首次纳入国家以旧换新补贴目录,单价6000元以内按15%补贴、最高500元的标准,直接激发了中高端消费需求。

技术突破 产业发展根基持续夯实

AI眼镜的走红,源于底层技术的持续迭代与突破,成功破解了此前功耗、重量、体验等行业瓶颈。硬件层

面,光波导与MicroLED技术的协同发展推动设备轻量化,光舟半导体、JBD等企业的技术突破,镜片透光率和显示效果大幅提升,恒玄科技BES2800等端侧AI芯片,为实时翻译、图像识别等功能提供低功耗算力支撑;软件层面,多模态交互技术打破触屏局限,AI大模型轻量化部署让眼镜具备上下文理解能力,百度文心等大模型的接入,推动其从被动工具向主动服务升级。

技术突破也推动AI眼镜场景落地多元化,消费端实现日程提醒、快捷支付等生活功能,行业端则在运动健身、医疗手术、入境游服务等领域实现突破,成为渗透多领域的智能助手。与此同时,AI眼镜赛道迎来多方玩家入局,雷鸟创新等专业创业公司深耕细作,小米、阿里、华为、字节跳动等互联网、手机、车企头部企业纷纷推出自研产品,一场围绕下一代移动终端的争夺正式打响。业内人士表示,头部企业入局并非跟风,而是看中AI眼镜作为AI连接物理与数字世界桥梁的潜力,也是为了争夺AI时代人机交互入口的话语权。

中国银河证券认为,AI眼镜凭借“小增量成本换取大增量体验”的价值逻辑,能承接传统眼镜庞大存量用户,而中国供应链在研发与制造的深度整合,更让本土品牌形成技术、产品与生态三位一体的竞争力,为行业全球化发展奠定基础。

优化体验 打破“尝鲜”瓶颈

尽管行业发展势头迅猛,但当前AI眼镜仍面临诸多待解难题,部分消费者表示产品“尝鲜尚可,常戴还不行”,核心痛点集中在佩戴体验与续航上:主流产品40克至80克的重量远

高于普通眼镜,长时间佩戴有负担;宣传4—8小时的续航,在多功能开启后仅剩2—3小时;部分产品为平衡体验仍需与手机深度绑定,未能成为真正的独立智能设备。

此外,产业快速发展也带来监管短板,产品内置的摄像头、麦克风存在隐私泄露风险,行业缺乏统一安全标准,数据采集、传输等环节合规性难以保障,同时跨平台兼容难、应用生态薄弱等问题,也制约着行业进一步发展。

不过业内对行业未来持乐观态度,普遍认为未来三年是AI眼镜从“尝鲜”向“常用”跨越的关键期,彩色屏显、AIOS智能眼镜专属操作系统将成为核心发力方向,全彩色显示将解决视觉效果单调问题,专属操作系统则能让AI助手更懂用户,真正实现“解放双手”。而推动行业高质量发展,需要创新与监管并重:一方面持续聚焦光学模组、端侧芯片等核心领域,突破技术瓶颈,完善应用生态;另一方面加快健全监管体系,明确拍摄提示、数据处理等合规要求,建立全链条标准与认证体系,防范隐私风险。

日前,国务院印发《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》,提出“三步走”发展目标,2027年新一代智能终端、智能体等应用普及率超70%,2030年超90%,智能经济成为我国经济发展重要增长极,2035年我国全面步入智能经济和智能社会发展新阶段。随着技术创新的持续推进、监管体系的不断完善,AI眼镜产业有望突破发展瓶颈,逐步摆脱“尝鲜玩具”标签,成为重构人机交互模式的新一代智能终端,为智能经济发展注入新动能。(综合)

数据

洛图科技数据显示,2025年中国智能眼镜市场销量达145.4万台,同比增长211%。据国际数据公司(IDC)数据,2025年上半年全球出货量406.5万台,中国占比26.6%;此外, IDC预计2026年全球智能眼镜出货量将突破2368.7万台,中国市场达491.5万台,正式迈入规模化增长新阶段。

低照度环境下,摄像头的捕捉能力受限,在黑暗环境中使用仍需谨慎。

据杭州瞳行科技技术总监张力介绍,该款助盲眼镜的核心功能依托国产人工智能大模型实现,有效补充了盲人出行特有的场景知识库。同时,相比中小企业从零训练模型,利用开源或开放的大模型基座降低了研发成本。

阿里云千问大模型业务总经理徐栋指出,大模型能像人一样与环境互动,可为残障人士提供类似“眼睛、嘴巴、耳朵”的辅助,帮助提升其生活质量。

业内人士指出,此类基于大模型的解决方案,正在逐步改变残障群体的生活方式,为其独立出行提供新的技术选项。(宗和)

企业出海

温州眼镜业书写出海「进化论」

新年首团揽超三亿美元订单

“二十年前,我们连报名都报不上,现在温州展团已经是这里规模最大的展团了。”近日,温州市金桥进出口有限公司负责人吴辉盛刚从2026年意大利米兰光学眼镜展回到浙江温州,语气中透着感慨与自豪。

据悉,意大利米兰光学眼镜展创立于1970年,是全球规模最大、影响力最广的眼镜业盛会。今年的意大利米兰光学眼镜展上,来自50多个国家和地区的1200余家展商同台亮相。而温州,以179家企业、5700平方米的展区,成为本届展会参展企业数量最多、整体规模最大的展团,3天共斩获超3亿美元订单。

规模跃升 闪耀国际舞台

“温州眼镜产业现在已经走到国际的中心了。”温州市瓯海区国际商会会长陈锦春表示,今年自己参展时还与米兰的展会组委会进行了沟通,谈论明年进一步扩大展位规模的计划。

规模之变也映射着出海方式的变化。温州市贸促会党组书记、会长曾伟表示,展会不是简单的产品陈列,而是精准对接供需的“高效引擎”、洞察市场趋势的“前沿窗口”。海外优质展会聚集了目标市场的采购商、经销商和行业精英,能帮助企业在最短时间内掌握市场动态、占据市场先机。

“在全球化竞争日益激烈的今天,展会不仅是‘卖产品’的平台,更是‘树品牌’的窗口。”如其所言,从“单打独斗”到有组织的抱团参展,“温州制造”的金名片正在国际上越擦越亮。

许多参展商回忆,早期国际展会对“中国制造”抱着审视的态度,即便中国企业报名成功,也往往只能在角落租个小展位,小心翼翼地试探市场水温。

转机源于产业自身的壮大与国内市场的支撑。起步于家庭作坊的温州眼镜业,如今已建立起从设计、模具、电镀到成镜的完整产业链,成为全球眼镜市场的核心供应商。同时,随着北京、上海等地眼镜展影响力日益扩大,国际展会的大门也逐渐向中国企业敞开。

智能化转型 挺进中高端赛道

具风向标意义的,是智能眼镜产品的突破。展会上,浙江回车科技有限公司与温州市瓯海眼镜有限公司联合打造的AI智能眼镜,一举拿下超5万副意向订单。

“智能眼镜的精密程度远非传统眼镜可比,为实现0.01毫米的公差,我们反复调试工艺,工装夹具重做了十几套,SOP(标准作业程序)迭代了上百次。”该公司曾长期为欧美品牌代工,如今正凭借自主攻坚的智能产品打开新市场。负责人张锐介绍,公司一期车间每小时可产出70台眼镜,年产能达15万台。

陈锦春注意到,今年展会上,智能眼镜、医疗类眼镜等细分板块比重在增加。他认为,温州在传统眼镜领域积累的探索经验以及产业链优势,会成为其向智能化转型的独特优势。

“我们每年推出数百款新品,工艺也在持续创新,为的就是紧跟市场趋势、及时响应需求。”他表示,温州企业正逐步通过提升材质、工艺与服务能力,向中高端市场攀升。

以融合 深耕海外市场

从“交易”到“交情”,温州企业参展的方式也在发生深刻变化。

展会期间,吴辉盛总是乐于邀请客商“坐下来喝咖啡”,聊聊市场趋势与行业变化。前几年,他将京剧脸谱配上眼镜元素体现在展位设计上,今年,他又在展位设置了一张世界地图,邀请每一位来访者在其国家所在处贴上小星星“打卡”。

“一位来自南美小岛的客人‘打卡’时特别开心,他说能在地图上代表自己的国家和其他国家的人们‘相遇’,很有意义。”吴辉盛认为,这种有温度的交流,是与客商建立长期信任的重要纽带。

品牌出海,不仅要“走出去”,更要“融进去”。今年,温州展团还在展会中设置温州文化“新三样”专题展台,让“温州智造”与温州文化同频出海,同时通过组织专场推介会、采购对接会,推动“展品变商品、展商变投资商”。

“展会是拓市增订单的‘主阵地’,也是资源整合的‘连接器’,贸促会要让服务保障做得更实,让企业出海之路走得更稳。”在曾伟看来,贸促会是企业的“娘家人”“服务员”,企业出海,既要“扶上马”,更要“送一程”。

据悉,温州市贸促会已启动“靠前服务、精准赋能”行动,优化ATA单证册审核流程,累计办理单证236份,并联动各方构建起“展位规划—展品运输—行程保障”的全链条服务体系,联合商务、海关、边检设立的“易通关服务站”,为企业“走出去”提供了极大便利。

温州也在探索更多出海模式。例如,去年本土会展企业主办“东盟国际眼镜展”,实现1亿美元意向成交额,打造了温州首个海外自主运营的专业展会,让“温州制造”在东盟市场打响了品牌。

曾伟表示,温州市贸促会将依托海外联络处资源,持续为企业提供商务对接、市场调研等全流程精准服务,通过搭建高层次产业交流平台,持续擦亮“中国制造”眼镜品牌,推动温州从眼镜业“产能高地”向“价值高地”跃升,为外贸提质增效注入强劲动能。

(中国新闻网)

延伸阅读

国产大模型赋能AI眼镜 助力视障者独立出行

在近期的一次音乐会活动中,视障人士蔡琼卉佩戴由杭州瞳行科技研发的AI助盲眼镜,完成了独立出行与演奏。这一案例展示了国产大模型在无障碍领域的最新应用进展。

数据显示,我国现有视障人士超过1700万,长期面临出行难问题。为解决视障群体在陌生环境下的避障痛点,该研发团队耗时半年进行了实地

数据采集,包括斑马线、台阶及动态障碍物等路况信息。通过算法优化,将眼镜的避障反应时间从500毫秒压缩至300毫秒。

在记者实际体验中,该眼镜能够实时解析周围环境,如识别菜单文字、判断前方障碍,并转化为语音提示,有效减少了视障者对人工引导的依赖。然而,测试也发现,在夜间或

节 / 能 / 减 / 排 / 低 / 碳 / 新 / 生 / 活

绿色出行 低碳生活

[低碳生活从我做起 爱护环境人人有责]