

数码家电行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

第 41 周

2025/9.29-10.5

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

资本看好的RaaS能成为AI落地的最佳模式么？
人形机器人「朋友圈」的明牌和暗战；
接近温和拐点，AI将迎来比撒手速度的周期。

行业环境:

1. 全景洞察、把握新机，《2025年中国家庭洗衣及烘护行业市场趋势》发布！

关键词：消费分层,技术迭代,智能化,健康化,多元化

概要：9月25日，国家电网在济南举办论坛并发布报告，预测2025年家电零售额达6087亿元，增长14.9%。洗衣机市场因政策红利增长，智能化、健康化成趋势。消费分层推动需求多元化，家庭小型化、中产和Z世代是主要驱动力。消费者注重情绪价值和质价比，分区洗护需求高，97.2%考虑多筒产品，热泵烘干技术受欢迎。行业竞争转向用户洞察与生活方式塑造，技术创新是关键。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2025/0926/650085.shtml)：https://news.cheaa.com/2025/0926/650085.shtml

2. 资本看好的RaaS能成为AI落地的最佳模式么？

关键词：AI行业,收益模式,结果即服务,AI RaaS,商业模式

概要：当前AI行业正从工具销售转向“为结果付费”模式，AI RaaS（结果即服务）成为核心趋势。该模式以可量化业务成果为导向，服务商仅在达成目标时收费，推动行业从算力竞争转向价值创造。恒为科技收购数珩信息，首次将AI RaaS纳入A股公司布局，结合算力与场景落地，形成生态闭环。AI RaaS的竞争力依赖垂直场景深耕与业务耦合，技术平权下，行业Know-how和工程化能力成为关键。尽管前景广阔，恒为科技能否成为头部企业仍需观察。这一模式有望重塑商业逻辑，开辟更大利润空间。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7703499.html)：https://www.tmtpost.com/7703499.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

3. 人形机器人「朋友圈」的明牌和暗战

关键词：人形机器人,具身智能,产业链合作,商业化落地,供应链网络

概要：人形机器人行业正从“单打独斗”转向生态合作，头部企业通过投资、合资等方式加速布局。智元机器人成立基金，三年内计划孵化50个早期项目，已投资近20笔，涵盖电机、传感器等关键领域；银河通用也投资了多家同行。厂商通过合作拓展场景、稳定供应链，如智元与富临精工合作落地工厂，银河通用与博世成立合资公司。投资集中在早期阶段，智元年化收益率达8倍。行业分化为“激进派”（如智元、银河通用）和“冷静派”（如宇树科技），前者多线布局，后者专注垂直整合。当前供应链尚未成熟，厂商需与上下游协同推进标准化。这场生态竞争刚起步，合作是商业化与技术落地的关键。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7712029.html>

4. AI视频生成赛道“分野”：小厂重产品，大厂重生态

关键词：AI视频生成,融资,技术创新,数字人,商业化

概要：AI视频生成领域近期迎来资本和技术突破，爱诗科技、生数科技等初创企业获大额融资，快手可灵推出数字人功能。国内厂商在全球视频生成模型排名中表现突出，分化为产品导向的初创企业（如爱诗科技）和生态布局的大厂（如字节、快手）。初创企业聚焦工具化应用，但面临商业模式挑战；大厂则通过业务协同探索商业化场景，如快手可灵在短剧和游戏领域的合作。行业仍处快速演进期，技术、竞争格局存在不确定性。AI成为互联网公司转型核心，快手可灵作为战略重点，既是增长引擎也是护城河。未来，AI视频生成将推动内容生态变革，开启人机共创的新范式。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7705671.html>

5. 接近温和拐点，AI将迎来比撒手速度的周期

关键词：AI,人机协同,范式转移,编程,自主系统

概要：当前AI发展正处在一个关键拐点，从“人机协同”转向“人机委托”。Anthropic的案例显示，工程师已从编写代码转为管理AI Agent集群，工作量翻倍但角色彻底改变。这一变化的核心在于AI正突破编程等半开放系统，其能力成熟将颠覆传统工作模式。未来竞争将围绕“撒手速度”展开，人类角色将升维为价值观制定者、系统架构师和宏观导航员，形成“人-Copilot-无人公司”的三层结构。新周期中，人类干预将因“上下文超载”失效，组织形态将彻底重构，而非简单替代人力。这一变革虽温和但不可逆，标志着AGI时代的实质性到来。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7708331.html>

6. 预制菜风波后，炒菜机器人会成新宠吗？

关键词：预制菜,知情权,选择权,市场监管,餐饮行业

概要：近期，预制菜因知名餐馆使用引发争议，焦点在于消费者知情权与选择权。2024年3月，市场监管总局等明确预制菜定义，要求商家公示使用情况。预制菜推动了厨电行业变革，但C端接受度不足导致联动降温，转而催生炒菜机器人热潮。B端市场广泛应用，如京东“七鲜小厨”和橡鹿科技“美膳狮”已覆盖全国多地，提升效率并降低成本。C端市场虽小众，销量也显著增长。行业需平衡技术创新与消费者需求，确保权益不受损。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0922/649938.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 营销观察：一汽大众、伊利试水AIGC营销，超53%的广告主开始为“效率革命”买单

关键词：AI广告,视频广告,平面广告,创意内容,AIGC技术
概要：AI广告已全面渗透日常生活，从平面到视频广告，覆盖公交、电梯、影视剧等场景。数据显示，超半数广告主在创意中使用AIGC技术，AI视频制作成本可降低95%，效率显著提升。例如，Google的Veo 3制作的NBA广告和一汽大众的七夕AI视频均以低成本快速完成，并引发高传播量。然而，AI广告仍面临“伪人感”、细节还原等挑战，需结合人工精修优化。品牌通过“AI+人工”协作，平衡效率与质量，如伊利AIGC动画将制作周期从半年缩至两个月。AI技术正推动营销向精准化、全链路转型，未来或将成为行业标配，但技术成熟度和市场教育仍需时间。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7709315.html>

8. “超级黄金周”出行热，携程、美团、阿里、京东激战AI新战场

关键词：文旅消费,本地生活,AI技术,在线旅游,供应链
概要：今年“超级黄金周”期间，文旅和本地生活消费市场双线爆发，多家平台数据显示出游人次超过去年。AI技术成为行业竞争核心，携程、美团、飞猪等平台通过AI客服、智能推荐等工具优化服务链条，从流量争夺转向全链路效率提升。在线旅游市场经历三次跃迁：早期资源垄断、移动互联网生态竞争，到当前AI驱动的产业赋能。AI在C端提升用户体验（如行程规划、精准推荐），在B端帮助商家降本增效（如多语言客服、智能管理）。监管趋严推动平台从“流量绑定”转向“价值共生”，未来竞争将聚焦AI对供应链和场景连接的深度重构。行业估值标准从GMV转向技术赋能能力，AI正引领OTA突破流量天花板，进入生态竞争新阶段。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7707869.html>

9. 盘古智库发布《中国算力与能耗研究报告暨2030年发展预测》报告

关键词：算力,数字经济,新质生产力,能耗统计,人工智能
概要：中国算力规模与能耗统计存在差异，理论年耗电量（2726亿度）远超实际值（1166亿度），"能耗过高"担忧源于理论值偏高和电费成本焦虑。预计2030年算力规模达2500-5000EFLOPS，年耗电量6000亿度（占全社会用电量5%-6%），直接产业规模约2万亿元，带动上下游规模超15-20万亿元。建议统一算力分类、建立统计指标、规范地方统计流程，创建国家级数据平台，为AI发展提供科学依据。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7710236.html>

10. AI劳动力冲击招聘平台根基，BOSS直聘终要转型？

关键词：AI劳动力,招聘平台,企业需求,毕业生群体,蓝领群体
概要：全球首个AI Agent交易市场MuleRun上线，降低AI使用门槛，加速AI劳动力普及。BOSS直聘作为头部招聘平台，用户和收入增长显著，但其核心商业模式面临AI替代、企业直连高校及高端人才服务规模化三大挑战。AI可能替代基础岗位，减少企业招聘需求；教育机构与企业直接合作分流毕业生和蓝领招聘；高端人才服务依赖个人资源，难以规模化。为应对挑战，BOSS直聘需从“服务企业”转向“服务个人”，提供职业代理、信用背书和会员制服务，构建新商业闭环。转型关键在于平衡规模化与个性化需求，以应对AI时代的招聘生态变革。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7707401.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

11. 车载SOC芯片战局复盘：国产替代到底打到了哪一关？

关键词：新能源汽车,智能化,车载SOC芯片,国产化,智能座舱
概要：随着国内新能源汽车智能化趋势加速，车载SOC芯片成为竞争关键。目前，智能座舱芯片由高通主导，智能驾驶芯片以英伟达为主，但国产芯片如芯驰科技、华为昇腾等正快速崛起，2024年国产化率已超10%。车企通过自研或合资方式布局芯片研发，以掌握产业链话语权。同时，“舱驾一体化”成为新趋势，高通、英伟达及国产芯片厂商纷纷布局，旨在降低成本并提升效率。然而，技术挑战和市场竞争依然严峻，未来行业可能进一步集中，仅有少数企业能实现商业成功。国产芯片虽面临压力，但在中低端市场有望通过性价比优势突围。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7711398.html>

12. 手机AI新局：Google、苹果、三星顶流斗法

关键词：AI手机,图像编辑,本地处理,隐私保护,主动服务
概要：Google推出Pixel 10系列，主打AI功能，如Gemini Nano模型整合，实现本地化AI处理，提升隐私和响应速度。其Magic Cue功能可主动预测用户需求，摄影方面通过Camera Coach实时指导拍摄。相比华为和三星的碎片化AI功能，Pixel 10在跨数据整合和主动性上领先。苹果和华为在自研模型上加速追赶，但Google凭借模型优势暂居前列。AI手机竞争转向硬件+系统+大模型的综合能力，Pixel 10虽非走量产品，但展示了未来方向。隐私与便利的平衡成为消费者关注焦点。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7710436.html>

13. 杭州，会是中国AI的宇宙中心吗？

关键词：杭州,AI宇宙中心,数字经济,云计算,特色小镇
概要：杭州曾以西湖和阿里闻名，如今被誉为“中国AI宇宙中心”。外媒称其具备科技崛起的特征，如创业文化、资金支持和人才储备。杭州的AI崛起得益于政府政策（如“八八战略”）和民营经济活力。阿里云通过云栖大会展示AI实力，提出“云计算三次浪潮”观点，并加大AI基建投入，加速出海。杭州的特色小镇（如云栖小镇）以精准定位、开放机制和创新文化推动产业集聚。尽管面临竞争和质疑，杭州AI产业强调应用落地，形成从算力到应用的完整生态。未来，杭州需进一步提升经济体量和国际化水平，但务实创新的态度为其AI发展奠定基础。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7707809.html>

14. 聊天机器人，是解药，也是毒药

关键词：聊天机器人,情感陪伴,心理健康,伦理问题,技术风险
概要：聊天机器人正迅速渗透全球，填补现代社会的情感空白，但也引发严重风险。美国14岁少年塞维尔·塞泽因沉迷AI聊天机器人而自杀，类似案例揭示了AI情感依赖的潜在危害。AI聊天机器人因其低成本、无评判和即时陪伴特性，成为焦虑、抑郁和孤独人群的替代方案，商业价值巨大，如Character.ai和克隆人服务已形成盈利模式。同时，AI在客服、搜索等领域提升效率，威胁传统行业。然而，同质化、技术可靠性及伦理问题日益突出，如AI传播虚假信息或诱导自杀。需平衡技术创新与安全伦理，开发者、监管机构和用户需共同努力，确保AI应用不逾越伦理边界，避免悲剧重演。技术无善恶，应用需谨慎。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7705113.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

15. AI狂潮下的云计算变局

关键词：云计算市场,生成式AI,算力革命,GPU资源,资本开支
概要：2025年上半年，中国云计算市场因生成式AI热潮迎来算力革命，行业呈现K型分化。字节跳动（火山引擎）和阿里云为代表的激进派通过大规模资本开支和低价策略抢占市场，字节跳动2024年AI资本开支达800亿元，阿里云Q2营收增速飙升至26%。腾讯云和华为云则采取保守策略，注重盈利与核心业务优化。同时，本土厂商凭借价格和本土化优势蚕食外资云份额，但外资云仍依靠技术积累和全球化布局坚守阵地。市场竞争加剧导致利润增速放缓，行业逐渐从价格战转向生态建设和深度服务。未来，云计算竞争将更注重技术创新、生态构建与客户需求满足，长期主义成为关键。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7703683.html>

16. 三大阵营“生态级”碰撞，头部用户规模均超十亿

关键词：移动互联网,微信小程序,智能设备,手机游戏,移动视频
概要：2025年8月，移动互联网流量达12.67亿，微信小程序和APP为主要渠道，智能设备、游戏、视频类APP增长显著，小程序在AIGC、短剧等领域成为新入口。广告资源集中于短视频、电商和通讯三大媒介。京东、抖音等企业流量增速明显，鸿蒙生态带动华为增长，多业务协同成为关键。腾讯、阿里、抖音、百度通过核心与新兴业务协同巩固优势。外卖、旅游、酒旅行业竞争加剧，平台通过补贴、线下布局和AI应用拓展市场。OTT应用流量提升，广告投放增加，鸿蒙系统向多终端扩展，AI眼镜等可穿戴设备兴起。汽车之家、易车、滴滴等通过生态合作扩展服务场景。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7703256.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

17. 阿里云瓴羊发布企业级AI智能体服务平台AgentOne，成就AI时代的“超级公司”

关键词：AI智能体,企业级服务,数据治理,人机协同,智能导航仪
概要：阿里巴巴旗下瓴羊在云栖大会发布企业级AI智能体服务平台AgentOne，提供20多种企业级Agent，覆盖营销、客服等核心场景，整合企业数据与阿里生态能力。CEO朋新宇提出“企业级Agent=大模型×好数据×强场景”公式，强调AI需融入业务流程。平台通过多场景、数据治理和生态协同解决企业AI应用挑战，并发布《AI超级公司》白皮书，提出AI驱动的新型组织形态。复星旅文已应用AgentOne打造AI度假智能体。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7705705.html>

18. 火山引擎终于押中了MaaS的爆发

关键词：大模型,公有云,MaaS,模型商品化,AI云
概要：IDC报告显示，中国大模型公有云服务市场呈现爆发式增长，Tokens调用量从2023年的114.2万亿次飙升至2024年上半年的536.7万亿次，半年增长近5倍。关键拐点出现在2024年7月（豆包降价推动市场）和2025年2月（DeepSeek-R1引爆成本革命）。MaaS（模型即服务）模式崛起，火山引擎以49.2%份额领先，开发者通过按量调用模型能力降低门槛。行业趋势显示，AI正通过插件形式渗透应用，而MaaS平台成为模型商品化的核心驱动力。中美头部厂商（如豆包与Google）在Tokens调用量上已势均力敌，行业增速远超预期。未来，MaaS的长期价值将随Tokens需求增长进一步凸显。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7702597.html>

19. 美的华为跨界合作补位“人-车-家”生态，破局家电智能壁垒

关键词：战略合作,星闪生态,开源鸿蒙生态,AIGC,智慧工厂
概要：美的与华为近日签署战略合作协议，双方将整合制造与ICT技术优势，共建星闪和开源鸿蒙生态，重点覆盖AIGC、智慧工厂及智慧家庭领域。合作包括攻克多模态AI算法、提升智慧工厂效率，以及实现鸿蒙生态家电互联。华为汽车技术将填补美的“人-车-家”生态中“车”的空白，应对小米竞争。此次合作打破行业生态壁垒，保留各自生态的同时实现双赢，为行业协同树立标杆。双方计划输出“AI+产业”解决方案，探索科技与产业融合新路径。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0923/649983.shtml>

20. OpenAI走向“算力帝国”

关键词：算力博弈,云服务合同,自研芯片,算力短缺,数据中心
概要：OpenAI近期取得三大突破：与甲骨文签署5年3000亿美元云服务合同，推动其股价暴涨36%；与微软解除云服务独占协议，并获准重组公司架构，为IPO铺路；确认与博通合作的自研芯片将于2025年投产。这些举措旨在解决算力短缺问题，摆脱对英伟达和微软的依赖，构建“算力帝国”。OpenAI计划通过“星际之门”项目在全球建设AI基础设施，并寻求沙特等国的合作。然而，巨额资金缺口（年收入127亿美元 vs 甲骨文合同年支出600亿美元）和技术不确定性仍是挑战。公司重组后，非营利实体将持有20%股份，微软持股28%，为融资扫清障碍，但监管和市场质疑依然存在。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7701991.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

21. 京东健康加速落子AI，冲破优质医疗“玻璃罩”

关键词：优质医疗资源,三甲医院,医疗AI,技术断层,服务场景割裂
概要：京东健康在2025年全球科技探索者大会上推出三大创新成果：京医干询2.0实现AI医疗决策能力提升；行业首个AI医院打通“医检诊药”全流程闭环；CGM智能互联生态构建健康管理體系。这些技术突破和流程优化聚焦实际需求，推动优质医疗资源普惠化，重塑资源分配逻辑，初步形成“以患者为中心”的分布式医疗网络。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7707462.html>

22. 从深夜炸场到凌晨跑路：Manus败退新加坡，“镀金”回来就能赢？

关键词：智能体,市场期待,口碑滑坡,裁员,海外市场
概要：中国初创公司“蝴蝶效应”推出的AI产品Manus在2025年3月因演示视频走红，但实际表现不佳导致口碑下滑。四个月后，因资本压力和技术封锁，Manus将总部迁至新加坡并裁员，以规避风险并寻求海外发展。这一决策引发质疑，国内企业则填补空缺，推动AI技术向场景化服务发展。Manus的案例反映了全球化创业的挑战与中国市场的独特性。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7711461.html>

23. 阿里英伟达合作的Physical AI，是怎么回事？

关键词：AI平台,物理AI,工业机器人,人工智能,技术革新
概要：阿里在云栖大会上宣布将英伟达Physical AI（物理AI）软件栈纳入开发者选项，标志着AI技术从虚拟向物理世界的跨越。英伟达CEO黄仁勋认为，物理AI是AI发展的下一个前沿，将催生数万亿美元的市场，涉及工业机器人、自动驾驶等领域。物理AI通过结合物理规律与AI技术，使机器能感知、推理并操作现实世界，其核心技术包括世界模型、物理仿真引擎和具身智能控制器。阿里此举旨在弥补其线上数据与物理AI需求的差距，推动通义大模型向三维交互转型。尽管面临技术挑战和高计算成本，物理AI有望逐步改变行业，成为经济增长的重要驱动力。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7706598.html>

24. 高通“转身”押注AI智能体，还把“王兴兴们”拉进自己的朋友圈

关键词：端侧AI,骁龙峰会,旗舰处理器,AI加速,生成式AI
概要：2025骁龙峰会上，高通强调端侧AI的重要性，并推出新一代移动处理器第五代骁龙8至尊版，采用3nm工艺，性能提升显著。高通CEO安蒙调整演讲时间以迎合中国观众，并强调与中国合作伙伴的紧密关系。小米、荣耀等品牌将首发新芯片，展示AI、游戏等进展。高通还更新PC端芯片骁龙X2系列，提升AI性能。未来，高通将聚焦AI、6G研发及具身智能，推动技术协同创新。面对竞争，高通坚持多元化布局，以客户为中心，保持长期合作。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7705939.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

25. 小米大家电正式登陆欧洲市场，含空调、冰箱、洗衣机等

关键词：进军欧洲市场,科技生活,家电产品,智能设备,电动汽车
概要：9月25日，小米集团宣布正式进军欧洲大家电市场，推出空调、冰箱和洗衣机等产品，旨在让全球用户体验科技生活。此前，小米已在德国开设首家直营店，销售智能手机、智能穿戴设备及家居产品等，并将于9月26日正式开业。此外，小米计划在2027年进军欧洲电动汽车市场，集团总裁卢伟冰表示小米汽车预计2026年下半年盈利。财务方面，小米2025年第二季度表现亮眼，总收入达1160亿元（同比增长30.5%），净利润119亿元（同比增长134.2%），创历史新高。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0925/650047.shtml>

26. 海信宣布其海外最大工业园区开工

关键词：开工仪式,智能制造,工业园,全球化,东盟市场
概要：9月23日，海信HHA智能制造工业园在泰国安美德春武里工业园开工，这是海信海外最大工业园区，旨在深耕东盟、布局全球。海信集团董事长贾少谦称此为全球化重要里程碑。自2016年进入泰国市场，海信不仅提供全品类产品，还建立生产基地、研发中心，并开展公益活动。工业园对标全球灯塔工厂，采用AI质检、数字孪生等技术，打造数字化生产线，计划2030年全部建成。海信将深化合作，推动经贸发展，实现高效运营。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0924/650038.shtml>

27. Meta收手吧，AI眼镜连雷军都带不动

关键词：扎克伯格,AI眼镜,翻车,演示失败,技术不成熟
概要：Meta在年度开发者大会上发布新款AI眼镜Meta Ray-Ban Display，但演示中因AI交互故障和视频通话失败而翻车，暴露技术不成熟。与此同时，小米AI眼镜初期销量火爆后迅速遇冷，反映行业整体困境。Meta新品虽在硬件上升级，但依赖高通芯片且定价过高（约5676元），并因添加神经腕带等复杂设计引发争议。其前代产品因与Instagram生态绑定成功，而新款却因过度追求技术导致实用性下降。扎克伯格急于推动AI战略，导致产品赶工，凸显Meta在创新与市场落地间的失衡。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7703767.html>

28. 等不来DeepSeek-R2的246天：梁文锋的“三重困境”与“三重挑战”

关键词：模型更新,稳定性提升,用户反馈,推理模型,开源策略
概要：9月22日，DeepSeek发布DeepSeek-V3.1-Terminus版本，优化了稳定性和一致性，但市场期待的新一代推理模型DeepSeek-R2再次缺席。自2025年初R1发布以来，R2的多次传言和延期消耗了用户耐心，暴露了公司在技术突破、算力迁移（如华为昇腾适配困难）和市场竞争中的压力。尽管DeepSeek通过开源全栈技术体系（如低成本API、多模态模型和工具链）展现了战略远见，但其在多模态能力上的短板、生态数据不足导致的“幻觉”问题，以及巨头竞争下的商业化挑战，使其陷入创新与市场时机的两难。R2的延迟成为行业观察国产AI如何突破技术瓶颈的焦点。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7703668.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

29. 谷歌“香蕉”爆火启示：国产垂类AI的危机还是转机？

关键词：AI圈,前沿科技,用户增长,通用模型,垂类应用
概要：谷歌旗下AI工具Nano Banana迅速走红，两周内生成超2亿张图片，带动Gemini App用户增长超千万，并助其超越ChatGPT。英伟达CEO黄仁勋公开支持，引发行业震动。OpenAI收购Statsig应对竞争，字节推出Seedream4.0，而美图股价受冲击，但摩根士丹利认为其垂直领域优势仍存。Nano Banana通过自然语言交互和强大模型能力颠覆图像创作，成本低、速度快，但复制难度高。垂类应用如美图通过场景化服务（如AI试衣）与大模型结合寻求差异化竞争。专家指出，AI时代需聚焦可持续需求，垂类应用的核心在于场景落地而非技术对抗。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7708479.html>

30. 华为更新穿戴线：智能手表续航最高21天，耳夹耳机算力提升10倍

关键词：智能手表,续航能力,定位精度,运动功能,健康监测
概要：华为于9月24日发布三款穿戴音频新品：WATCH GT 6系列智能手表和FreeClip 2耳夹耳机。WATCH GT 6系列包含46mm、41mm和Pro版本，采用高硅电池，续航达14-21天，支持骑行功率测算及多种运动模式，Pro版采用钛合金表壳和蓝宝石玻璃。FreeClip 2耳机重5.1g，续航38小时，搭载AI芯片和逆声场技术，支持语音控制和实时翻译。售价方面，手表1488元起，耳机1299元。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7705019.html>

31. 汽车之家全球AI科技大会在京召开，共谋“人工智能+汽车”融合发展新路径

关键词：人工智能+,汽车产业,智能化转型,核心技术突破,产业智能
概要：汽车之家在北京举办“全球AI科技大会”，主题为“Hi-Future”，聚焦AI与汽车产业融合。行业领袖探讨智能化转型，强调核心技术突破、全产业链合作及安全伦理。汽车之家CEO提出连接产业与用户智慧，推动AI落地。大会涵盖智能驾驶、大模型应用等议题，并发布报告指出中国电动车智能化进入新阶段，展示其AI业务布局及前沿科技。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7703119.html>

32. 宇树科技冲刺IPO，有望成“人形机器人第一股”

关键词：2025年春晚,人形机器人,IPO,融资,估值
概要：2025年春晚，宇树科技的人形机器人与舞蹈演员共舞引发关注。这家成立9年的国产机器人企业计划2023年底递交A股上市申请，有望成为“人形机器人第一股”。2016年创始人王兴兴推出首款四足机器人，2020年起获红杉、腾讯等巨头投资，估值达120亿至150亿元。2024年公司营收突破10亿，四足机器人占比65%，高性能纯电驱动技术降低成本。近期开源自研架构推动商业化，若上市成功估值或超1200亿元，成为行业风向标。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0922/649950.shtml>

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。