

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 35 周

2025/8.18-8.24

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点：

我为什么坚信，AI咨询是下一个万亿级赛道；
人形机器人上半场：资本先行，供应链迁徙，商业化探路；
AI迎来关键转折，空间智能爆发临界点已至？

行业环境：

1. 我为什么坚信，AI咨询是下一个万亿级赛道

关键词：人工智能,商业转型,咨询市场,能力鸿沟,价值地图

概要：人工智能（AI）正引发一场不可逆的变革，彻底改变商业社会的运作方式。企业普遍面临对AI的迫切需求与落地能力不足的鸿沟，催生了一个万亿级的AI咨询市场。传统咨询公司因缺乏技术工程能力和中立性，无法满足企业需求。理想的AI咨询公司应充当“长期合伙人”，通过四步流程（机遇审计、价值地图、灯塔项目、技术选型）帮助企业实现AI转型，最终打造能自我进化的AI化组织。这一赛道商业模式将更灵活，如效果分成或股权合作，并需在巨头竞争中聚焦垂直领域、保持技术敏捷性。AI咨询不仅是商业机会，更是推动社会智能升级的杠杆，为企业在混沌中指明方向。历史机遇已至，关键在于行动。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7661834.html)：https://www.tmtpost.com/7661834.html

2. 人形机器人上半场：资本先行，供应链迁徙，商业化探路

关键词：世界机器人大会,人形机器人,具身智能,融资规模,资本进场

概要：世界机器人大会引发广泛关注，参观人数突破130万，人形机器人成为焦点。资本加速涌入具身智能领域，2025年上半年融资规模已超去年全年，互联网巨头如美团、腾讯、京东纷纷布局。美团投资多家机器人企业，腾讯推出开放平台Tairos，京东则计划投入百亿元资源推动行业发展。新能源汽车供应链向机器人行业迁移，速腾聚创、黑芝麻智能等企业跨界合作。目前人形机器人商业化仍处早期，厂商通过垂直场景试水，如优必选切入汽车领域。机器狗市场增长迅速，价格持续下降。行业预计未来两到五年可能出现技术突破，十年内或迎来爆发期。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7658889.html)：https://www.tmtpost.com/7658889.html

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. AI迎来关键转折，空间智能爆发临界点已至？

关键词：空间智能,人工智能,三维世界,物理环境,多模态AI
概要：空间智能是AI理解、生成和交互三维世界的能力，被视为实现通用人工智能（AGI）的关键。相比语言智能，空间智能因涉及三维动态环境和物理规律而更复杂，面临维度复杂性、数据稀缺性等挑战。其发展分为五个层次：从基础三维重建到物理规律建模，推动AI从感知到认知的跨越。应用场景广泛，如自动驾驶、数字孪生城市和医疗影像分析。日本和中国已在城市数字化和交通管理中进行实践。空间智能的突破将推动AI从虚拟到现实的质变，类比生物视觉的进化，开启AI发展的新阶段。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7658062.html>

4. 以旧换新政策惠及超4.3亿人次 大件家电受青睐

关键词：消费品制造业,装备制造业,以旧换新,家电市场,大尺寸
概要：今年上半年，消费品制造业和装备制造业投资快速增长，以旧换新政策带动相关商品销售额超3万亿元，惠及4.3亿人次。县域家电市场加速升级，“大尺寸、大容量”家电需求旺盛，98英寸以上大屏电视销售增长43%，550L以上大容量冰箱增长89%。智能化家电表现突出，5000元以上空调中AI产品占比超60%，智能烟灶套装和扫地机器人销量分别增长76.7%和92.5%。大件家电成为以旧换新消费的新趋势。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0813/648718.shtml>

5. Agent 2025：AI的窄门与宽路

关键词：复杂推理,多模态融合,自主代理,商业化模式,用户获取成本
概要：随着GPT-5的发布，AI Agent领域迎来爆发式增长，但面临技术、商业化与市场契合度等挑战。尽管涌现出扣子空间、GenSpark等明星产品，但高昂的开发成本与低用户付费意愿导致盈利困难。多数产品功能同质化，体验不佳，用户粘性低。当前Agent多为“单点”赋能，缺乏跨部门协同能力，技术短板和组织滞后进一步制约发展。通用Agent虽概念吸引人，但实际表现尴尬，而垂直领域Agent（如金融、法律）反而更成功，但行业门槛高。国内AI企业受限于模型能力与市场环境，商业化困难，部分选择出海，但仍面临巨头竞争。未来Agent需在金融、医疗等高价值领域突破，依赖技术、组织与生态协同。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7656246.html>

6. AI新势力破解成长难题，影视行业迈入巨变前夜

关键词：生成式AI,影视行业,内容策划,后期制作,IP发掘
概要：生成式AI正深刻改变影视行业，提升剧本评估、IP挖掘和虚拟拍摄效率（如爱奇艺、腾讯应用）。虚拟制作和数字资产库拓展创作可能，AI营销（如《热辣滚烫》换脸互动）增强用户参与。AI目前辅助为主，但科技企业合作推动创新。AI创企面临技术成本挑战，百度等方案或成关键。未来AI将持续驱动内容创新与效率升级。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7661263.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 具身智能迎“交卷时刻” 宇树智元竞逐商业化赛道

关键词：具身智能,人形机器人,商业化,融资爆发,技术班底
概要：2025年下半年至2026年上半年是具身智能商业化落地的关键阶段，行业从技术展示转向产业闭环。宇树科技和智元机器人成为核心玩家，前者凭借格斗机器人和低价策略主攻C端，后者以全栈自研和生态合作瞄准B端，估值分别达120亿和150亿元。资本助推下，两家企业在商业化路径上展开竞争，如中国移动订单的分割。行业分化出通用人形机器人和垂类场景两条路径，宇树、智元代表前者，通过量产和交付加速商业化进程。市场策略上，宇树类似小米，智元对标华为，随着量产临近，行业淘汰赛已开启。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0815/648786.shtml>

8. AI眼镜元年，小米阿里打响入口争夺战

关键词：AI眼镜,交互终端,智能手机,技术成熟,大模型
概要：AI眼镜正成为科技巨头争夺的下一个超级入口。2025年，小米、阿里、Meta等企业纷纷推出AI眼镜产品，其中小米首款AI眼镜15天内售出8万副，Meta销量同比增长200%。行业共识认为，智能手机技术接近瓶颈，AI眼镜凭借更便携、高效的交互方式（如“看一眼支付”）有望成为下一代计算平台。技术进步（如Micro LED和光波导技术）解决了重量与续航问题，推动产品落地。手机厂商和互联网巨头凭借生态与资金优势占据主导，创业公司则聚焦垂直场景。目前AI眼镜仍处早期阶段，功能有限，但从業者预计2-3年内将迎来“iPhone时刻”。这场入口争夺战已白热化，巨头布局供应链，技术积累与生态构建成为竞争关键。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7659845.html>

9. 2025，耳机行业“需求觉醒”

关键词：听觉消费观,场景需求,技术突破,消费观念升级,AI技术
概要：耳机正从“备用工具”转变为“生活刚需”，用户需求从单一功能转向多场景细分。据数据显示，2024年中国蓝牙耳机市场出货量达1.1亿台，同比增长19%，其中开放式耳机增长212%。消费者不再满足于音质和降噪，而是追求场景适配，如通勤、运动、睡眠等。技术进步（如AI、传感器）推动耳机从“耐用品”进化为“消耗型刚需”，用户更愿为体验溢价买单。AI耳机的兴起进一步拓展了场景应用，如会议记录、健康监测等，行业竞争从硬件参数转向“主动服务”。耳机逐渐成为“个人智能伙伴”，其进化反映了消费电子从技术驱动到用户需求驱动的转型。未来，AI硬件将更贴近生活场景，成为无缝交互的入口。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7658226.html>

10. 长夜漫漫难见光：家居产业困局与突围迷思

关键词：房地产周期,家居行业,智能家居,换挡期,线上渠道
概要：当前家居行业面临严峻挑战，房地产下行导致传统门店客流锐减，95%获客转向线上。电商巨头（如京东、贝壳）加速布局家装领域，但行业整体低迷，居然之家、靓家居等企业陷入资金危机，2024年建材卖场销售额下滑且破产激增。与此同时，家电巨头（如美的）通过并购或成立智能家居公司跨界转型，试图抓住智能家居机遇。然而，该领域仍受困于“伪智能”问题（如设备不互通、技术不成熟），行业在房地产红利消退后尚未找到明确突破口，处于青黄不接的艰难换挡期。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0814/648753.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

11. AI潮玩，谁不想成为LABUBU

关键词：AI玩具,创业热潮,情绪价值,情感陪伴,心理疗愈
概要：AI玩具赛道火热，超30家公司入局，瞄准潮玩爱好者、儿童等用户。产品分两类：面向成年女性的情感陪伴潮玩（如Ropet、Fuzozo）和儿童益智玩具（如AI飞飞兔）。日本市场已验证潜力，国内企业通过技术下沉和大厂合作推动创新。竞争焦点在用户需求理解，心理健康疗愈或成新方向。赛道尚无头部，10万台销量或成爆款门槛，大公司入场可能改变格局。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7661022.html)：https://www.tmtpost.com/7661022.html

12. GPT-5 没有惊喜，但信号拉满

关键词：GPT-5,智能水平,编程能力,任务推理,价格策略
概要：OpenAI发布了GPT-5，相比GPT-4的全面升级，此次更新在智能水平、编程能力和任务推理上提升有限，但价格策略成为亮点，API调用成本显著低于竞品。发布会推出四个版本，强化了分层定价的SaaS化路径。大模型行业趋势显示，技术突破放缓，焦点转向多模态、长文本等细节优化及垂直场景落地。同时，AI Agent商业化加速，OpenAI预计其收入将超越ChatGPT，但高Token消耗和模型天花板问题仍存。此外，OpenAI罕见开源两款模型，并降低调用价格，反映行业从“卖模型”转向“卖能力”的趋势。整体来看，大模型竞争已从技术突破转向产品体验和商业模式的综合较量。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7654162.html)：https://www.tmtpost.com/7654162.html

13. 智能家居亟待冲破“伪智能”桎梏

关键词：物联网,云计算,智能家居,市场规模,消费者需求
概要：2024年中国智能家居市场规模达6821亿元，海尔智家、九牧等企业加速布局，推动行业发展。消费者需求升级是主要驱动力，尤其是Z世代更注重情感化、体验化需求，智能家居产品显著提升生活便利性。但行业存在“伪智能”问题，部分产品功能简单、体验差，且品牌间标准不统一，生态不互通，制约市场发展。专家建议企业转向“无感”思维，强化场景联动与生态协同，未来竞争核心在于能否提供一体化解决方案。突破“伪智能”瓶颈是行业发展的关键。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2025/0813/648716.shtml)：https://news.cheaa.com/2025/0813/648716.shtml

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

14. Meta用亿元薪酬发起「人才狙击」能否买来一个AI未来？

关键词：硅谷,人才争夺战,顶尖大脑,薪酬包,AI研究员
概要：2025年，Meta在硅谷发起激烈AI人才争夺战，以天价薪酬（如四年2.5亿美元）挖角OpenAI、谷歌DeepMind等公司的核心研究员。扎克伯格亲自参与招聘，成立“超级智能实验室”，锁定精英人才。Meta已从OpenAI挖走18人，并吸引DeepMind和苹果的专家，旨在加速“个人超级智能”愿景。巨额投入（660-720亿美元）提升了广告业务，但也引发行业薪酬通胀和对手反弹，标志着AI行业进入资本主导的竞争新时代。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7661845.html>

15. 晚发的腾讯AI先摘桃，又一个“微信级”王炸？

关键词：AI战略,广告业务,生态闭环,短视频,游戏
概要：腾讯Q2业绩超预期，营收达1845亿元，广告业务同比增20%，远超行业平均水平。增长主要得益于AI技术应用和生态闭环优势，视频号广告加载率（3-6%）仍低于同行，未来潜力巨大。AI成为腾讯新王牌，覆盖游戏、广告、金融科技等业务，如《王者荣耀》AI陪练、广告智能投放系统等。原生AI应用“元宝”日活激增20倍，用户增速居行业前列。腾讯通过精细化成本管理推进AI战略，其战略价值被认为高于视频号，有望比肩微信。但挑战包括用户付费意愿低、大模型能力待提升，目前通过接入DeepSeek等合作补短板。凭借微信生态、场景整合及千亿级研发投入，腾讯在插件式AI赛道占据优势，AI或成其下一增长周期的核心跳板。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7659433.html>

16. 虎牙的AI赌局，“赛博郭德纲”会讲好游戏直播新故事吗？

关键词：游戏直播,AI赋能,营收下滑,主播出走,用户流失
概要：虎牙曾是游戏直播行业龙头，但近年来因主播出走、用户流失和营收下滑陷入困境。为自救，虎牙推出智能体“虎小Ai”，在自制赛事中提供实时内容输出，试图通过AI技术扭转颓势。然而，虎牙面临营收结构单一（直播业务占比近80%）、短视频平台（如抖音、快手）分流等挑战。尽管尝试布局游戏相关服务和自制赛事IP，但效果有限。2025年，虎牙营收虽止跌，但净利润同比暴跌98.69%。行业进入存量竞争阶段，虎牙需突破“头部主播+赛事版权”的旧模式，构建内容生态。AI短期内或提升效率，但长期仍需依靠情感共鸣的内容社区实现转型。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7656492.html>

17. 快手自营旗舰店引热议 内部人士：非全面布局自营电商

关键词：自营电商,托管模式,商品质量,消费者信任,供应链
概要：快手电商近日上线“快手官方自营旗舰店”，引发外界猜测其将布局自营电商。但内部人士表示，快手暂无全面入局计划，该店铺商品由合作商家提供，平台仅负责背书和售后。此举是快手托管模式的延伸，旨在增强消费者信任，并帮助品牌参与国补活动。快手电商GMV持续增长，一季度达3323亿元，但行业竞争加剧使其更注重优化平台生态。自营电商投入大、风险高，快手现阶段倾向于与外部供应链协同，通过精细化运营实现增长。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0814/648760.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

18. 冰箱迈向“制冰时代”，容声凭何领先？

关键词：夏日,冰饮,家庭自制,制冰功能,消费需求
概要：摘要：随着家庭自制冰饮需求增长，自动制冰功能成为冰箱行业新风口。然而，制冰速度慢、卫生隐患等问题困扰消费者。8月13日，容声冰箱获行业首款自动制冰技术认证，推动行业从功能竞争转向标准引领。认证从卫生安全、制冰效率和冰块品质三方面设定严格标准，容声7款产品均以超越标准的表现通过。其技术具备四大优势：高抗菌率（99.99%）、快速制冰（60分钟/1.29kg/24h）、-31℃超低温锁鲜、可拆卸清洁设计。该认证为消费者提供选购依据，也标志着冰箱行业进入制冰技术规范化发展新阶段。容声通过技术创新解决用户痛点，引领行业向高效、洁净、便捷方向发展。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0814/648782.shtml>

19. 京东“入局”，炒菜机器人这个“新厨电”品类要火了？

关键词：炒菜机器人,规模化应用,B端市场,资本进入,成本优势
概要：炒菜机器人正从概念验证迈向规模化商业应用。京东计划3年投入超百亿建万店，带动数十万台需求；B端市场表现强劲，小菜园、老乡鸡等连锁品牌纷纷采购，资本加速推动其成本、效率优势。然而，C端市场因操作复杂、口味差异遇冷，家用普及需技术优化和成本降低。尽管当前家用市场受限，未来随着技术进步，全自动炒菜机器人仍有普及潜力。京东的入局或加速这一“新厨电”品类的商业化进程。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0813/648715.shtml>

20. 《百吋电视选购白皮书》发布，长虹百吋开启0贴无影时代

关键词：超大屏电视,百吋电视,选购标准,黄金标准,家居美学
概要：8月16日，中国电子商会与中国电子技术标准化研究院在成都联合发布《百吋电视选购白皮书》，提出新一代百吋电视的八大黄金标准，涵盖贴墙设计、耐用性、防反光、护眼技术、MiniLED画质、AI大模型、影院级音响及无广告体验。长虹同步推出多款符合标准的新品，如100Q10T Ultra等，主打0距贴墙、无影屏等技术，并启动全国团购促销活动。此举为消费者提供选购指南，推动行业从参数竞争转向综合场景体验竞争，开启百吋电视“0贴无影”新时代。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/0816/648836.shtml>

21. 利润暴增，股价涨300%？老牌企业靠AI翻盘，如何布局？

关键词：AI图像,AI搜索,AI助手,盈利增长,付费订阅
概要：美图公司通过AI图像技术实现逆风翻盘，2025年上半年净利润预计同比增长65%-72%。其核心布局依托美图奇想大模型MiracleVision，主打AI图像类应用，如美图秀秀、美颜相机等，拥有庞大用户基础。2024年付费订阅业务收入占比达62.4%，付费用户数增长38.4%，但渗透率（4.7%）和用户价值仍有提升空间。尽管面临竞争，美图计划转向生产力工具赛道以突破增长天花板。股价年内暴涨300%，显示市场对其AI战略的认可。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7658800.html>

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。