

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 53 周

2025/12.22-12.28

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

数据“洁净度”比算法更能决定AI的“聪明度”；
《2025中国高端家电市场趋势及创新洞察》报告发布；
智慧物流2025质变：AI 驱动下，从规模竞赛转向价值深耕。

行业环境:

1. 数据“洁净度”比算法更能决定AI的“聪明度”

关键词：数字化转型,大模型落地,企业管理,数据洁净度,逻辑噪音

概要：一位企业家投入巨资进行数字化转型和大模型落地，结果AI表现不佳，像“复读机”一样无法提供有效帮助。问题根源在于企业数据质量差，而非AI技术本身。AI如同照妖镜，暴露了企业管理逻辑的混乱和数据中的“电子垃圾”。企业常犯的错误是忽视数据洁净度，以为先进算法能弥补数据缺陷。成功应用AI的企业往往拥有干净、统一的数据。要让AI发挥价值，需遵循三个原则：逻辑脱水（去除冗余信息）、定义统一（明确术语含义）、语境对齐（提供背景信息）。管理者应成为“首席数据家政员”，定期清理数据、建立统一术语表，并设立数据审计岗位。真正的数字化转型需向内求，提升数据质量而非依赖技术。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7821717.html): <https://www.tmtpost.com/7821717.html>

2. 《2025中国高端家电市场趋势及创新洞察》报告重磅发布！

关键词：高端化,消费升级,技术创新,市场趋势,情感价值

概要：中国家电产业正通过高端化进程应对外部环境变化和内部需求调整。2025年发布的《中国高端家电市场趋势及创新洞察》报告指出，消费升级推动高端市场增长，消费者更注重情感价值和品质生活。数据显示，家电市场零售额同比增长10.2%，白电和小家电表现突出。报告提出四大趋势：从单品到空间的融合、AI赋能情感契合、下沉市场的“心价比”竞争、中国品牌深本土化出海。此外，产品创新聚焦空间美学、黑科技、人工智能、情绪价值和健康升级。报告为家电企业提供了高端化发展的核心路径，强调创新和长期主义的重要性。

[原文链接](https://www.red-top.org/2025/651838.shtml): <https://www.red-top.org/2025/651838.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 2025医疗人工智能报告：价值计量与支付探索，医疗人工智能的两个困局

关键词：医疗AI,高增速发展,大模型,医疗机构,专科模型
概要：医疗AI行业在经济周期压力下仍保持高增速，2024年中国市场规模达164亿元，预计2030年增至353亿元。2025年关键趋势包括大模型突破（如DeepSeek-R1降低技术门槛）和医疗机构规模化参与，国内百强医院已全部部署大模型。AI在胸外科等科室的应用显著提升效率（如诊断时间缩短56%-84%）和手术精准度，但商业化面临挑战，如医院与医生利益短期不一致、DRG支付规则限制等。政策支持加强，如推动数据资产化和可信数据空间建设，但数据治理成本高（单数据集约10万元）制约供给。长期看，AI需降低成本、优化价值分配以实现可持续商业化。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7812079.html>

4. 智慧物流2025质变：AI 驱动下，从规模竞赛转向价值深耕

关键词：智慧物流,十四五规划,人工智能,大模型技术,全局智能
概要：中国智慧物流行业在“十四五”收官之年迎来质变，预计2025年市场规模达9655亿元。人工智能和大模型技术推动行业从“单点智能”向“全局智能”演进，甚至尝试“自主决策”。技术呈现“双轨制”：中小网点追求低成本自动化，大型枢纽聚焦超智能技术。企业加速出海布局，绿色低碳转型成为核心竞争力。快递企业如韵达、申通通过AI优化成本，京东物流推出“超脑大模型2.0”实现自主决策。设备厂商如应杰科技和良业科技推动分拣技术升级，但AI落地仍面临成本和应用场景挑战。行业竞争从效率转向综合能力，包括全球化、绿色化和售后服务。未来趋势包括定制化应用、集群发展和国际穿透，智慧物流正构建更具弹性和确定性的服务体系。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7809930.html>

5. 鏖战2025年，大模型围着开源转

关键词：开源,大模型,AI应用,生态建设,商业化
概要：2025年，开源成为大模型领域的主流趋势。随着DeepSeek等开源模型的崛起，其低成本、高效率的特点颠覆了传统闭源模式，推动全球互联网大厂如腾讯、阿里巴巴等纷纷加入开源阵营。开源在AI普惠、生态建设和商业化方面优势显著，开发者可通过微调降低创新门槛，而企业则通过增值服务（如企业版API、云服务）实现盈利。尽管Meta转向闭源，但开源仍是行业共识，核心性能已与国际主流产品持平甚至超越。开源竞争格局从一家独大转向多元发展，用户选择更丰富，推动大模型生态持续繁荣。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7821268.html>

6. 智谱和MiniMax的招股书，揭露大模型创业的10个真相

关键词：大模型,商业化路径,市场份额,亏损,现金流
概要：智谱和MiniMax是中国大模型领域的代表企业，争夺“大模型第一股”，商业化路径不同：智谱以MaaS模式为主，MiniMax聚焦AI原生产品。两者收入增速快但亏损严重（智谱亏62亿，MiniMax亏93亿），市场份额有限且面临巨头竞争。研发投入集中在算力，商业模式未突破传统框架。海外市场成为新增长点，但版权风险并存。未来需解决规模化能力和产品单一问题，行业洗牌在即。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7819899.html>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

7. 华米OV竞速AI，谁都不想成为“诺基亚”

关键词：手机市场, AI手机, 换机周期, 硬件参数, 端侧AI

概要：手机市场呈现两极分化：硬件创新乏力导致换机周期延长至51个月，而AI手机却逆势增长，预计2024年全球出货量占比达15%，2027年中国份额将超50%。厂商纷纷押注AI，OPPO、vivo等通过架构调整和旗舰机型推进端侧大模型，实现场景化主动服务。尽管AI短期内未能提振整体销量，但在高端市场表现亮眼，如vivo份额从8.8%增至14%。挑战包括成本上涨（内存成本涨幅达41%）和智能终端竞争加剧，但手机凭借算力、生态和便携性仍是AI核心载体。华米OV持续加码AI研发（如小米五年投入2000亿元），以应对“不AI即淘汰”的行业变革。未来两年，手机作为个人智能中枢的地位仍难被取代。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7819568.html>

8. AI时代零售增长的生命线去向何处？

关键词：零售业转型, 消费主权, 数据孤岛, 供应链困境, 营销精准度

概要：中国零售业正面临历史性转型，传统规模扩张模式失效，行业陷入存量竞争。消费主权时代倒逼企业转向“消费者为王”，但数据割裂、供应链滞后、营销精准度不足成为核心困境。AI技术成为破局关键，从重构消费场景到优化供应链决策，全方位渗透零售各环节。华为云等企业通过“数据+AI”推动供应链智能化转型，提升预测准确率、优化仓储物流效率，并助力精准营销。零售业未来核心竞争力将转向数据驱动的决策能力、柔性供应链和个性化服务。行业数智化转型路径清晰，AI与云技术的融合将推动零售业进入高质量发展阶段。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7815245.html>

9. 人形机器人企业集体扩产背后是机遇还是“不扩产就丢单”的焦虑？

关键词：人形机器人, 量产元年, 产能扩张, 市场需求, 技术成熟度

概要：2025年被视为人形机器人“量产元年”，国内企业如智元机器人已量产超5000台，多家公司规划年产能达10万至100万台，但订单尚未明确。三花智控等积极扩产，海外布局聚焦泰国、墨西哥。行业面临产能与需求不匹配问题，大摩预测2026年全球需求仅1.2万台，低于国内预测的10万台，分歧源于技术成熟度与成本瓶颈。优必选等企业已获数亿元订单。行业共识是从工业场景向通用平台演进，最终进入家庭服务领域，2026年发展取决于技术或应用突破。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7814398.html>

10. 曾不被李彦宏和余凯等大佬看好的L3，如今支棱起来了

关键词：自动驾驶, L3, 责任划分, 法律法规, 技术迭代

概要：过去几年，L3自动驾驶因技术难点和责任划分问题不被看好，行业更关注L2和L4。然而，随着工信部批准长安、极狐L3车型落地，L3时代正式开启。L3的核心在于责任转移：在特定条件下，事故责任由车企承担，但驾驶员仍需随时准备接管。尽管车企面临法律风险和成本压力，但L3符合汽车产业升级的共识，推动技术迭代和全球竞争力提升。行业竞争逻辑从功能堆砌转向技术壁垒和安全标准，头部车企和供应商（如华为、Momenta）优势扩大，而中小厂商面临淘汰。L3的落地将加速产业链升级，但也将加剧行业分化。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7813245.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

11. AI眼镜大混战：大厂抢入口，“Rokid们”紧张？

关键词：AI智能眼镜,大厂跨界,音频功能,显示屏,技术落地

概要：近期，AI智能眼镜市场迎来大厂跨界热潮。谷歌、腾讯、字节跳动等纷纷布局，夸克和理想汽车已推出新品。AI眼镜分为AI音频眼镜、AI拍摄眼镜和AI+AR眼镜三类，后两者因功能差异在重量和价格上区别明显。大厂依托自身优势切入市场，如夸克结合阿里生态，理想聚焦车载场景。创业公司如Rokid、雷鸟、XREAL则凭借显示技术优势占据一席之地，但面临大厂在AI技术和价格战上的压力。目前，AI眼镜市场虽增长迅速，但仍存在退货率高、技术不成熟等问题，预计2027年进入更成熟的L4阶段，行业竞争将愈发激烈。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7809705.html>

12. 临近年关，机器人行业展望2026年

关键词：机器人行业,运动能力,爆发力性能,商业化进程,订单金额

概要：国内机器人行业在2025年持续火热，众擎机器人和智元机器人等企业推出新产品并取得亮眼商业化成绩。优必选通过“强强联合”在工业场景实现量产，宇树科技以“以点带面”策略占据全球市场，智元则依托资源整合覆盖多场景。2026年行业竞争将聚焦商业化能力、量产交付和场景多元化。工业场景注重长续航和高精度，零售场景看重成本和用户体验，家庭场景需强化安全和交互，海外市场则成为新增长点。随着技术迭代和生态成熟，国产具身智能机器人将迎来更广阔的发展前景。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7809304.html>

13. 空调“铝代铜”引热议：巨头审慎观望 有品牌抢先布局

关键词：铜价飙升,全球制造业,家电行业,供应链安全,铜供应趋紧

概要：近期，铜价飙升引发全球关注，对家电行业造成结构性冲击。2025年下半年以来，全球铜供应趋紧、需求激增及美国潜在关税政策推动铜价创新高，同时矿山事故和AI行业需求进一步加剧供应短缺。空调行业因高度依赖铜面临成本压力，部分企业如美博已宣布涨价。为应对高价铜，“铝代铜”成为热点，相关团体标准陆续出台，政策也支持铝的应用。格力等企业持谨慎态度，强调铜的性能优势，而万宝空调已推出铝换热器产品，并承诺质保。行业呼吁理性看待技术替代，保障消费者知情权，市场选择将推动行业创新与变革。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/1226/651966.shtml>

14. 机器人上市潮真相：缺钱花、手头紧

关键词：机器人系统,AI驱动,IPO排队,融资数据,工业机器人

概要：机器人行业快速发展，英伟达预测AI将驱动未来工厂。十余家机器人公司申请港股IPO，2025年前三季度融资达500亿元。行业分专用和通用机器人，后者以人形为主但技术不成熟，面临高成本、亏损和估值泡沫争议。企业营收多来自本体和解决方案，但普遍亏损。需突破成本、可靠性和数据短缺三大难题才能规模化落地。政策与资本支持推动发展，商业化仍需时间。IDC预计2029年全球机器人市场规模超4000亿美元，中国占近半。尽管挑战多，长期前景乐观。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7812855.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

15. 当眼镜成为科技圈的年抛型风口，AI眼镜能打破魔咒吗？

关键词：赛博,智能眼镜,AI眼镜,科技,消费群体
概要：2025年，“赛博”成为微博年度关键词，象征着对未来科技的浪漫想象。AI眼镜作为热门消费品，迎来爆发期，销量激增，价格下探至1500元左右，功能趋于成熟。大模型接入提升了语音、视觉等能力，推动AI眼镜从极客玩具转向大众工具。然而，行业仍面临“不可能三角”（轻便、性能、续航）的挑战，功能同质化且缺乏不可替代性，退货率高达30%-50%。尽管VR/AR赛道历经起伏，AI眼镜的普及仍被视为替代手机的潜在方向，但需解决重量、续航和生态标准化问题。当前市场处于探索期，未来需在功能与体验间找到平衡。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7812640.html>

16. 三家独角兽集体冲刺IPO，一场被迫提前的终局叙事

关键词：AI大模型,上市竞速,资本结构,技术主权,生态控制力
概要：全球AI进入新阶段，从技术探索转向规模化应用。中美AI独角兽如Anthropic、智谱、MiniMax、月之暗面竞速IPO，背后巨头（阿里、腾讯、字节）通过“双轮驱动”战略（自研+投资）布局技术主权与生态协同。上市不仅是融资，更是锁定算力资源、确立行业估值锚点的关键。中国AI竞争将转向模型供给能力、生态构建与商业化效率，“大模型第一股”将重塑行业秩序，推动产业从叙事驱动转向经营驱动，形成可量化的生态估值体系。这场竞争标志着AI进入产业化新阶段。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7811705.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

17. AI手机豆包化，荣耀能否讲出新故事

关键词：手机厂商,市场份额,AI手机,硬件创新,海外市场
概要：荣耀独立五年来经历市场份额波动，2025年通过新品和阿尔法战略重返国内前五，但仍面临挑战。AI手机和海外市场被视为破局关键，荣耀推出机器人手机（结合AI、具身智能与高清摄像）以填补硬件创新空白，但需面对技术、场景落地的三重门槛。国内市场竞争激烈，高端市场被华为、苹果主导；海外市场虽有增长（如欧洲折叠屏份额提升），但需应对三星、苹果的挤压。荣耀需平衡国内守盘与海外拓增量，同时警惕概念化创新，强化软硬件协同，才能在行业转型期实现长期增长。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7820702.html>

18. 阿福和灵光，能承载蚂蚁的TO C野心吗？

关键词：AI时代,C端入口,健康赛道,通用AI助手,差异化功能
概要：蚂蚁集团在AI时代加速布局C端应用，将AI健康应用AQ升级为“蚂蚁阿福”，并推出通用AI助手“灵光”，试图在支付宝外寻找新入口。阿福依托蚂蚁十年医疗资源积累，瞄准下沉市场健康需求，月活用户达1500万，但面临低频使用和用户黏性挑战。灵光以“闪应用”功能差异化竞争，上线6天下载量破200万，但留存率低且生态封闭。蚂蚁采取“通用+垂类”双线策略，但技术优势尚未充分转化为产品力。面对字节、腾讯等强劲对手，蚂蚁需通过AI能力深度解决用户需求，以赢得这场关键战役。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7818675.html>

19. 豆包手机抢入口，小米第一个不答应？

关键词：旗舰发布,影像能力,大模型,代码能力,推理速度
概要：小米年度旗舰17Ultra发布，搭载MiMo大模型引发关注。MiMo-V2-Flash模型参数3090亿，激活仅150亿，推理速度快且成本低，效率与性能平衡。小米从“不做大模型”转向All in，旨在通过大模型强化硬件生态协同，提升用户体验。小米拥有庞大生态链（7.42亿月活用户、10.4亿智能设备），为大模型提供丰富数据和应用场景，实现跨设备智能协同。然而，大模型需深度投入以避免被竞争对手追赶，同时面临头部AI厂商进军硬件的挑战。小米的软硬一体闭环或成其核心竞争力，但需应对安全风险和跨界竞争。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7822336.html>

20. 钉钉变“硬”了

关键词：AI硬件,办公协作,通义大模型,数据处理,AI终端
概要：钉钉近期发布企业级AI硬件产品DingTalk Real，标志着其AI战略从软件向硬件延伸。该产品集成通义大模型与钉钉办公Agent，支持内网部署及复杂任务处理，旨在打造AI终端入口。此前推出的AI录音硬件DingTalk A1已取得市场成功，而DingTalk Real进一步实现脱离APP独立运行，体现钉钉向“Agent OS”的转型。近年来，钉钉面临飞书、企业微信的激烈竞争，市场份额被分流。尽管企业用户超2600万，但增长放缓。陈航回归后，钉钉转向精耕AI办公工具和硬件，试图通过差异化破局。此举能否重振钉钉优势，仍需观察，但已展现其在AI时代的激进布局。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7821244.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

21. 3.4万亿字节，为留人放“涨薪大招”

关键词：涨薪,人才激励,AI岗位,薪酬竞争力,职级体系

概要：字节跳动近日宣布大幅涨薪，以吸引和保留全球优秀人才，奖金投入增加35%，调薪投入提升1.5倍，确保薪酬竞争力领先。公司在AI领域表现突出，招聘指数远超阿里、腾讯，AI应用“豆包”月活近2亿，并与中兴合作推出AI手机。字节估值达4800亿美元，创始人张一鸣身家4700亿。新职级体系和薪酬制度将提供更大涨薪空间。尽管前三季度净利润传闻达400亿美元，但公司否认数据真实性。AI人才争夺激烈，字节通过高薪和战略招聘占据优势，AI岗位平均月薪超6万。公司在AI领域投入巨大，2025年预计达1500-1600亿元，业务成果显著，但“豆包手机”因技术问题面临挑战。未来，字节能否实现AI价值回报仍需观察。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7818882.html>

22. 简智机器人完成第三轮融资 总额超2亿元，加速以数据闭环构建具身智能产业基石

关键词：融资,具身智能,数据基建,核心竞争力,全链路闭环

概要：简智机器人在4个月内完成超2亿元三轮融资，成为具身智能数据基建赛道融资最快企业。公司通过全栈自研“产品+产线”双轨战略，构建从技能数字化到机器人应用的全链路闭环方案，量产高精度数据采集设备，数据质量行业领先。已覆盖1000多个家庭，积累百万小时数据资产，获头部资本认可。未来将持续优化数据能力，推动具身智能技术应用。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7813011.html>

23. 卢伟冰：小米2026年预计研发投入约400亿元

关键词：研发投入,全球硬核科技,底层核心技术,芯片,OS

概要：12月17日，小米集团总裁卢伟冰宣布，未来五年将投入2000亿元研发资金，目标是成为全球硬核科技引领者。2025年研发投入预计达320-330亿元，2026年增至约400亿元，重点布局芯片、OS和AI三大核心技术。目前，小米全球月活跃用户7.42亿，AIoT平台连接设备10.4亿，硬件合作伙伴超1.5万家，全球开发者规模120万，国内应用生态月分发量超11亿次。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/1218/651716.shtml>

24. 无遥控机器狗走进生活，消费级具身智能时代来了？

关键词：消费级具身智能,智能机器狗,自主决策,空间智能,Agent智能

概要：Vbot超能机器狗发布，售价9988元，成为全球首款无需遥控的智能机器狗，具备自主随行、载物、跟拍等功能。开售5小时登上微博热搜，首日销售额破千万元，刷新行业纪录。其成功源于“本体智能-空间智能-Agent智能”三层架构，结合自动驾驶技术，解决了传统机器人交互差、价格高的问题。Vbot还拓展了生态空间，支持OTA升级和外接设备，瞄准家庭场景。尽管消费级机器人市场仍处早期，Vbot的突破为具身智能进入日常生活提供了可能，但未来仍需面对供应链和用户需求等挑战。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7822826.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。