

数码家电行业 周度市场观察

| 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

第 49 周

2025/11.24-11.30

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

当考公遇上AI，粉笔能吸引用户付费吗？
巨头竞逐“人车家”新赛道，重塑智能生活新图景；
大厂加码、创业公司竞逐，人形机器人迎来iPhone时刻了吗？

行业环境:

1. 当考公遇上AI，粉笔能吸引用户付费吗？

关键词：生成式AI,教育行业,个性化服务,考公培训,AI技术

概要：生成式AI技术正推动教育行业变革，国内外教企纷纷布局。考公培训巨头粉笔加速AI探索，推出AI老师、刷题系统班等产品，商业化初见成效，但面临研发投入质疑。考公市场竞争激烈，用户需求推动粉笔通过AI提供个性化、高性价比服务。尽管AI产品提升学习效率并带动销量，但尚未显著改善业绩。竞争对手华图、中公及AI大模型公司也在发力，粉笔需持续投入以提升产品竞争力。AI已成为粉笔的“必选项”，未来需打造更精准、高效的产品以应对市场挑战。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7788151.html)：https://www.tmtpost.com/7788151.html

2. 新零售的AI升级

关键词：新零售,数字化改造,库存积压,客户忠诚度,需求拉动

概要：新零售的本质并非简单的数字化改造，而是通过AI实现从“供给驱动”到“需求拉动”的管理重构。传统零售面临库存积压和客户忠诚度低的问题，而AI通过实时需求感知、柔性采购和个性化体验，将价值链从“货本位”转向“人本位”。AI还能优化履约服务，实现预测式配送，并主动管理客户关系，提升生命周期价值。关键在于组织架构和文化的柔性化，打破部门壁垒，以数据驱动决策。AI升级的深层意义在于构建可持续的客户关系，而非单纯提升销售。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7771483.html)：https://www.tmtpost.com/7771483.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

3. 巨头竞逐“人车家”新赛道，重塑智能生活新图景

关键词：智能闹钟,智能汽车,智能家居,AIoT技术,智慧生态系统

概要：“人车家”生态通过5G、AI和物联网技术，实现人、车、家场景的智能互联，提升生活便利性。美的与比亚迪等企业合作，推动跨品牌协同，构建开放生态系统。小米、华为等科技公司也加速布局，形成闭环或开放模式。技术融合如UWB和AI助力生态发展，统一标准成为关键。该生态不仅增强用户体验，还开辟新商业模式，提升用户黏性。传统家电企业和车企通过合作拓展场景，但面临标准统一、数据安全等挑战。未来需在统一技术基础上实现差异化服务，为用户提供无缝体验。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/1127/651318.shtml>

4. AI视频越来越长，影视行业这回真能创作平权了？

关键词：AI视频,创作流程,影视行业,叙事能力,视觉风格

概要：近两个月，AI视频在时长和叙事能力上取得显著突破，从过去的短片段发展为5分钟至半小时的完整作品，如B站UP主创作的《你的名字。》续集和《把远古沧龙做成六道菜》系列，播放量均破百万。AI技术重构了传统影视的线性工作流，实现剧本、生成与剪辑的同步进行，赋予创作者更大自由度。青年导演通过AI工具完成短片甚至筹备长片，推动创作平权，减少工业协作门槛。尽管AI目前更适合科幻、动画等虚构题材，且存在概率性试错问题，但其快速迭代能力为创作者提供了低成本试错和表达机会。行业预计，AI将丰富中尾部内容生态，同时保留头部真人电影的不可替代性。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7781293.html>

5. 2025AI终端生态发展研究报告：AI终端三大领域格局初定，场景跃迁与品类爆发共振，大厂发力空间智能

关键词：技术突破,国产算力芯片,端侧部署,智能化需求,智能闭环

概要：2025年以来，国产算力芯片突破推动AI终端快速发展，AI手机、AI PC引领智慧生活，延伸至智能家居和汽车。AI手机出货2.2亿台，智能穿戴月活1.59亿，家居App用户3.83亿。L2级辅助驾驶普及率69.4%，具身智能融资409起。空间智能成为新趋势，阿里、百度等布局，推动人机交互革新。AI终端向多元化、场景化发展，技术向空间智能演进。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7780877.html>

6. 大厂加码、创业公司竞逐，人形机器人迎来iPhone时刻了吗？

关键词：人形机器人,技术突破,商业化落地,劳动力缺口,具身智能

概要：人形机器人技术近年来快速发展，从实验室走向产业应用。多家企业如优必选、宇树科技等已获千台级订单，特斯拉、小米等车企也纷纷布局。市场预计中国人形机器人规模2024年达27.6亿元，2030年或突破千亿。主要驱动力包括填补劳动力缺口、实现“具身智能”及国家战略需求。然而，技术挑战仍存，如数据采集成本高、软硬件耦合困难、核心零部件依赖进口等。价格战已现，但业内认为过早内卷或阻碍创新。隐私和失业问题也引发担忧。未来胜负取决于跨系统整合能力与资本耐力，行业仍处技术验证阶段，但潜力巨大。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7780065.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 六小龙的乌镇信号：AI创业从拼模型进入拼场景时代

关键词：世界互联网大会,AI创业,具身智能,脑机接口,空间智能
概要：2025年世界互联网大会乌镇峰会上，“杭州六小龙”（深度求索、宇树科技等）集体亮相，展现中国AI向智能制造的转型，涵盖具身智能、脑机接口等领域。六家企业推动AI从数据转向认知建构，如宇树科技突破机器人行业，强脑科技助力残疾人。中国AI收入与研发增长，资本青睐商业化明确的领域。杭州成为AI转型核心试验场，标志AI进入“拼世界理解”新阶段。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7781146.html>

8. AI时代的战略敏捷性

关键词：五年战略规划,AI时代,战略敏捷性,动态模式,滚动规划
概要：在AI时代，传统五年战略规划的“保质期”急剧缩短，因市场、技术和竞争格局变化呈现爆发式、指数级特征。传统规划基于稳定假设，但AI带来的快速迭代和跨界竞争使其迅速失效。企业需转向“战略敏捷性”，采用“三年滚动规划+季度敏捷调整”的动态模式，结合AI实时数据分析和多情景模拟，提升决策质量。同时，组织需重塑文化，建立学习型、容错型机制，确保快速调整能力。战略敏捷性平衡方向稳定与路径灵活，是AI时代企业保持竞争力的关键。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7769047.html>

9. 白电黑电市场分途演进 行业步入“下半场”激战

关键词：家电市场,质与模式重构,白电,黑电,内生动力
概要：2025年中国家电市场正经历从“量”到“质”的转型。白电中空调表现最佳，前三季度销量达6583万台，但三季度因价格战均价下跌15.7%；冰箱销量下滑1.4%，高端与低端市场增长；洗衣机增速回落，9月同比下降16.6%。黑电压力更大，彩电三季度销量下降12.1%，全球电视出货量首度跌破5000万台，开机率降至30.2%。政策红利消退后，行业转向高端化与模式创新，空调聚焦智能健康，彩电探索内容运营。第四批以旧换新资金到位，行业将迎来高质量竞争新阶段。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/1117/651073.shtml>

10. 智能眼镜的‘iPhone时刻’何时到来？Rokid创始人祝铭明的预言与现实

关键词：智能眼镜,手机替代,用户体验,退货率,技术壁垒
概要：智能眼镜行业正经历理想与现实的巨大落差。Rokid创始人祝铭明预言未来眼镜将取代手机，但用户反馈却充满失望：产品存在续航短、重量大、功能鸡肋等问题，退货率高达40%-50%。尽管行业数据乐观，但实际销量存在虚报现象，技术瓶颈导致性能、续航、重量无法兼顾。华强北低价山寨产品进一步冲击市场，揭示技术壁垒的脆弱。智能眼镜试图替代手机，但缺乏杀手级应用和用户体验优势，生态建设也尚未成熟。行业需解决核心问题：在什么场景下能提供手机无法替代的价值？当前虚火可能消退，但技术积累或为未来创新奠定基础。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7784697.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

11. 家电市场“遇冷”，咖啡机为何能“量价双涨”？

关键词：家用咖啡机,销售额增长,消费升级,高端化,技术创新
概要：今年“双11”期间，家用咖啡机市场表现亮眼，销售额同比激增，呈现量价齐升趋势。消费升级是主要驱动力，消费者从“喝咖啡”转向“玩咖啡”，追求更高品质的咖啡体验，推动产品结构高端化。国产品牌大举进入市场，布局中高端产品线，技术创新如智能化、多功能集成也提升了产品价值。行业看好咖啡机市场前景，企业调整产品结构以提升毛利率。未来，随着咖啡文化普及和消费场景延伸，咖啡机市场将持续增长，但竞争也将加剧，企业需从产品思维转向用户场景思维，构建可持续的生态。咖啡机的逆势增长反映了中国消费市场向体验和情感需求转变的趋势。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/1124/651227.shtml>

12. 双11家电市场洞察：AI全面渗透，新商业逻辑显现

关键词：双11,家电销售,AI技术,智能家电,消费趋势
概要：今年“双11”大促全网销售额达16950亿元，家电以2668亿元位居品类榜首，AI技术成为核心驱动力。智能家电销售占比显著提升，如苏宁易购智能家电占比超55%，COLMO和海尔智家AI产品销售额分别增长40%和占比30%。AI不仅重塑产品功能，还改变消费决策方式，超四成用户借助AI工具比价选品。政策与市场联动推动智能家电普及，补贴力度加大，部分产品价格低至5折。AI还赋能供应链，提升生产效率和履约能力，如美的、海尔通过AI优化质检和订单交付。今年“双11”标志着AI从营销噱头转向产业变革主力，全面推动家电行业智能化升级。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/1120/651135.shtml>

13. 谁是AI领域下一个敲钟人？

关键词：人工智能,资本,IPO,商业化,落地
概要：2023年下半年至2025年上半年，25家AI企业在港交所IPO，AI成为资本最关注的增长点。2025年前三季度，AI领域一级市场融资达548起，同比增长44.59%，资金集中流向AI通用应用、行业应用和基础技术三大方向，AIGC赛道降温明显。资本更青睐能落地的领域，如医疗、物流、自动驾驶等。二级市场上市的AI企业普遍具备稳健盈利能力和行业深耕背景，AI属性不“纯粹”，多为“AI+行业”模式。AI落地分为界面层、流程层和业务逻辑重塑层，目前流程层改造最受资本关注。未来，AI企业需从垂直场景突破，构建平台化能力，才能实现规模化发展。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7768053.html>

14. AI医疗进阶3.0：医疗普惠潮下的效率革命与商业化破局

关键词：AI医疗,辅助诊断,政策驱动,医疗数据,商业化探索
概要：2025年AI医疗行业已进入政策与市场双轮驱动的实质发展期，行业规模预计突破千亿元。AI在医疗影像、药物研发等领域的应用显著成熟，影像覆盖率超80%，AI制药可缩短研发周期40%。但行业仍面临数据质量差、支付体系不完善等挑战。医疗大模型向专病专科深化，临床医生对AI接受度提升，尤其在影像领域渗透最深。脑机接口等前沿技术取得突破，但商业化仍依赖临床价值验证。未来，普惠医疗和技术创新将成为行业突破方向，AI医疗3.0阶段雏形初显，推动行业向更高效、普惠的方向发展。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7787613.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

15. AI社交平台Soul再战港交所，“沉浸式情绪经济”故事好讲吗？

关键词：Z世代,虚拟身份,情绪价值,财务表现,用户活跃度
概要：Soul App于11月27日向港交所递交上市申请，腾讯持股49.9%。作为国内首个全虚拟身份AI社交平台，其78.7%的DAU为Z世代，2022-2024年收入复合增长率超15%，2024年盈利3.37亿元，毛利率83.7%。AI情绪价值服务贡献超九成收入，ARPPU达104.4元。平台注册用户3.9亿，2025年前八个月DAU约1100万，用户日均使用50分钟，留存率80%。Soul X大模型提升用户体验，形成“用户-AI-平台”飞轮。此前曾尝试美股及港股上市未果，此次募资将用于AI研发及全球拓展。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7786157.html>

16. 阿里AI“三部曲”：夸克、千问、灵光谁能撬动C端未来？

关键词：AI助手,C端市场,开源模型,生态联动,技术矩阵
概要：阿里近期在AI领域动作频繁，推出“千问”和“灵光”两款面向C端的产品，引发市场关注。千问基于Qwen3开源模型，定位为通用AI助手，整合阿里生态资源；灵光由蚂蚁集团推出，主打“自然语言生成可运行小应用”，功能更具颠覆性。两款产品迅速获得高下载量，但同时也让阿里原有的AI产品夸克面临定位尴尬。阿里内部正调整战略，试图通过差异化功能和生态协同覆盖用户需求，但人才流失和资源分配问题仍存挑战。未来，阿里计划强化千问、灵光、夸克的协同效应，构建更完整的C端AI生态。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7785378.html>

17. 宇树上市只差临门一脚：王兴兴和他的“上市大考”

关键词：技术追随者,行业引领者,上市辅导,具身智能,低成本高性能
概要：王兴兴从2016年创立宇树科技，经过九年发展，带领团队从技术追随者成长为行业引领者，于2025年11月完成上市辅导。公司以低成本高性能技术路线为核心，逐步完成四足机器人、人形机器人及轮式机器人G1-D的研发，并推出UnifoLM大模型，赋予机器人“理解世界”的能力。通过资本注入和生态合作，宇树科技估值达120亿元，成为具身智能领域的标杆。王兴兴强调，未来十年是机器人普及的关键期，上市是新的起点，目标是让机器人走进千家万户。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7781187.html>

18. 海尔机器人与INDEMIND达成战略合作，共创家庭具身AI新生态

关键词：战略合作,机器人研发,人机交互,家庭场景,供应链整合
概要：2025年11月19日，海尔机器人与北京盈迪曼德科技（INDEMIND）签署战略合作协议。INDEMIND成为海尔机器人的重要合作伙伴，双方将结合海尔智家的场景数据与供应链优势，以及INDEMIND的具身机器人AI技术，共同推进家用具身机器人的研发、人机交互及家庭服务场景开发，加速产品落地。

原文链接：<https://news.cheaa.com/2025/1120/651169.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

19. Rokid联动BOLON，智能眼镜的主动破圈

关键词：智能眼镜, AI时代, 交互方式, 产品升级, 用户需求

概要：Rokid凭借“双十一”的出色表现稳居“智能眼镜”赛道前三，成为2025年该领域的黑马。成立11年、融资超35亿的Rokid，致力于打造AI时代的全新终端——智能眼镜。其产品Rokid Glasses销量突破4万台，日均使用时长近8小时，用户覆盖多个职业领域，成功破圈。Rokid与高德、支付宝等合作推出多项创新功能，并在B端市场拓展交通、看房、车控、康养等场景应用。此外，Rokid与BOLON联合推出时尚与功能兼具的AI智能眼镜，售价2199元，进一步推动智能眼镜成为时尚与科技结合的新标杆。Rokid通过快速迭代和跨界合作，展现了智能眼镜作为“第三空间”的无限潜力。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7765667.html>

20. Zoom发布财报，投资者希望其加大AI应用

关键词：财报, 人工智能, 视频会议, 增长, 分析师

概要：Zoom通讯公司财报将重点展示AI更新的表现，视其为增长关键动力。预计调整后每股收益1.44美元，营收12.1亿美元，同比有所增长。华尔街关注AI助手市场表现及变现能力，其AI工具可辅助会议记录与总结，新版AI Companion 3.0提供更个性化功能。尽管Zoom希望通过AI推动增长，但投资者担忧行业泡沫风险，尤其在公司股价自疫情高峰下跌86%后，未来表现仍存不确定性。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7780832.html>

21. 乘风AI，快手已经开始迎来收获期

关键词：第三季度, 营收增长, AI技术, 商业化, 线上营销

概要：快手第三季度业绩亮眼，总营收356亿元，同比增长14.2%，核心商业收入增长19.2%。经营利润同比大增69.9%至53亿元，经调整净利润增长26.3%至50亿元。DAU达4.16亿，连续三个季度创新高；电商GMV同比增长15.2%至3850亿元。AI技术深度赋能业务，OneRec和G4RL等模型为线上营销收入带来4-5%的增量。可灵AI用户突破4500万，累计生成超2亿视频和4亿图片，三季度营收超3亿元，商业化加速。外循环广告和短剧内容成为收入增长新动力。快手持续押注AI，推动业务效率提升和商业化进程。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7773640.html>

22. 全脑智能崛起，黑芝麻智能如何破解机器人“量产难题”？

关键词：智能汽车, 芯片, 机器人, 全脑智能, 计算平台

概要：黑芝麻智能发布了面向全脑智能的多维具身智能计算平台SesameX，包含商用服务机器人专用平台Kalos、多任务执行机器人通用平台Aura和全能计算平台Liora。该平台将智能汽车领域积累的车规级芯片技术和全脑智能能力迁移至机器人赛道，解决行业在可靠性、算力和量产上的瓶颈。机器人产业正从结构化场景转向复杂现实应用，市场规模快速增长，但核心计算平台供应不足。黑芝麻智能通过车规级高可靠性、技术复用和平台化设计，提供高性能、低成本解决方案，加速机器人商业化落地。目前已与多家头部企业合作，推动物流、消费级和工业级机器人应用，展现其在智能化浪潮中的跨领域竞争力。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7774488.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

23. 朱啸虎唯一出手的AI眼镜，Gyges Labs成色几何？

关键词：风险投资,不确定性,AI眼镜,大模型,开源
概要：风险投资本质是为不确定性押注，追求超额收益需承担高风险。某知名投资人最初反对投资基础大模型公司，认为其缺乏场景和数据，估值过高，但后来因错过月之暗面估值暴涨而懊恼，并对开源大模型公司DeepSeek态度逆转，称其可能实现AGI。他对具身智能也持悲观态度，认为商业化前景不明，但行业热度持续上升。在AI+AR眼镜领域，他投资了采用DigiWindow技术的Halliday Glasses，该技术通过微型投影仪直投眼球，解决了传统AR眼镜的彩虹纹、重量和续航问题，但存在eyebow小、分辨率低等缺陷。技术突破仍需长期努力，投资人需对技术保持敬畏，避免短期投机。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7778309.html>

24. 年销量100万台：老实人何小鹏，搞AI比李想更激进

关键词：机器人业务,量产预期,市场潜力,人形机器人,股价上涨
概要：小鹏汽车CEO何小鹏在财报电话会上预测，到2030年小鹏机器人年销量或突破100万台，并认为机器人市场潜力远超汽车。尽管第三方预测全球人形机器人销量仅34万台，何小鹏的激进目标引发关注。小鹏通过机器人IRON的自证争议获得高曝光，股价随之上涨。小鹏布局AI和具身智能较早，2020年成立鹏行智能，2024年提出“AI定义汽车”战略，并展示多款产品。何小鹏强调“物理AI”概念，但机器人商业化面临高成本、低性价比等挑战。同时，小鹏Robotaxi和飞行汽车业务也需克服技术、法规等障碍。尽管小鹏在资本市场表现优于理想，但其创新业务能否落地仍存疑。何小鹏的目标宏大，但实现路径充满不确定性。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7771440.html>

25. 苹果帝国的人工智能赌局：库克的继任者为何将是一位硬件工程师？

关键词：苹果帝国,时代终结,人工智能,核心竞争力,财务健康
概要：2026年苹果可能迎来CEO蒂姆·库克的卸任，硬件工程负责人约翰·特努斯成为接班热门人选。库克任内将苹果市值从3500亿美元提升至3万亿美元，通过iPhone生态和服务业务构建了强大的商业帝国，但苹果在AI领域被视为“追赶者”。特努斯的接班意味着苹果押注“设备端AI”，强调硬件与芯片优势，而非跟随云服务模式。面临挑战包括智能手机市场饱和、监管压力及AI竞争。特努斯需平衡硬件创新与AI战略，证明苹果能在AI时代保持领先。这一交接不仅关乎苹果未来，也映射科技行业“设备与云端”的路线之争。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7767591.html>

26. 百度智能云公布两款自研AI芯片，昆仑芯比外界想象得更野心

关键词：AI产业结构,芯片层,模型层,应用层,自研芯片
概要：李彦宏在百度世界大会上指出，当前AI产业结构呈倒金字塔形，芯片层占据大部分价值，而直接产生价值的应用层收益甚微，这种结构不可持续。为打破这一局面，百度等企业不得不自研芯片。百度昆仑芯团队自2011年成立以来，逐步从FPGA加速转向自研芯片，2021年拆分后专注于大模型芯片研发，如P800。本次大会发布了昆仑芯M100和M300两款芯片，以及天池超节点方案，旨在提升算力效率与规模。Transformer架构的统一性降低了芯片优化难度，但未来AI发展方向的不确定性仍带来挑战。昆仑芯已量产三代芯片，广泛应用于多个行业，并计划未来5年持续推出新产品，以应对大模型时代的算力需求。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7767464.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。