

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 13 周

2025/3.17-3.23

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

《2024中国家电零售与创新白皮书》发布;
AI手机是不是正在走“弯路”?
AI大模型引爆银发经济: 12万亿市场重构进行时。

行业环境:

1. 解析家电创新零售方向,《2024中国家电零售与创新白皮书》重磅发布

关键词: 家电零售,以旧换新,渠道融合,用户经营,高端产品

概要:《2025中国家电零售与创新白皮书》指出,中国家电行业从增量转向存量竞争,虽有国补政策推动反弹,但仍面临诸多挑战。刚需家电支撑市场,新兴品类注入动力,绿色智能成趋势。白皮书预测2025年零售额达9155亿元,增长1.4%,并提出四大发展方向:经营用户、升级产品、深耕渠道和AI赋能,推动行业从硬件销售向服务转型,强调即时响应需求与聚焦长期价值以实现转型升级。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2025/0321/645340.shtml): <http://news.cheaa.com/2025/0321/645340.shtml>

2. 技术普惠or寡头游戏? AI+落地的“白皮书”抉择

关键词: 人工智能,AI转型,开源,数智化,行业落地

概要:今年两会期间,“人工智能”成为高频词,政府工作报告强调持续推进“人工智能+”行动。尽管AI应用拐点加速到来,行业落地仍面临挑战。近期发布的《食品饮料行业AI转型白皮书》分享了蒙牛等企业在AI时代的转型案例,涵盖养殖、生产到营销等十大场景的应用成果,并提供从战略、执行及组织三个维度的实践指南。以蒙牛为例,其在AIGC应用领域探索两年多,通过液态奶灯塔工厂和AI运动营养师等项目,显著提升了经营效率和用户满意度。该白皮书为中小企业提供了可操作性的经验总结,助力全行业AI转型。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7489239.html): <https://www.tmtpost.com/7489239.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. AI手机是不是正在走“弯路”？

关键词：AI手机,智能手机,AI功能,用户体验,生产力提升
概要：苹果升级版Siri因质量问题推迟发布，引发对AI手机价值的质疑。尽管厂商纷纷推出AI新机，但消费者感知不强，现有功能多为基础优化，难以形成差异化优势。AI手机功能偏向生产力工具，与用户需求脱节，使用频率低。厂商尝试构建AI生态，但面临技术成熟度不足和独立AI设备的竞争压力。AI技术虽带来新想象空间，但是否驱动行业变革仍不确定，软硬件协同能力或成关键。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7504557.html>

4. AI大模型引爆银发经济：12万亿市场重构进行时

关键词：老龄化,养老服务,AI技术,健康管理,智能照护
概要：中国步入中度老龄化，60岁及以上人口达2.97亿，但传统养老体系存在服务失衡、效率低下等问题。AI技术通过认知智能、多模态交互等优势，在健康管理、智能照护、老年教育和产品适老化四大场景中提供解决方案，推动银发经济从低效供给向精准化、人性化转变。企业需抓住“老龄化+AI化”拐点，布局刚需场景并参与标准制定，将养老产业从挑战转为发展机遇。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7503032.html>

5. 豆包、夸克、元宝，巨头AI嫡子三足鼎立

关键词：AI超级应用,搜索工具,内容生态,用户心智,流量入口
概要：2024年至2025年，中国AI对话产品市场形成字节跳动豆包、腾讯元宝和阿里夸克“三足鼎立”格局。豆包依托抖音生态聚焦内容场景，元宝借力微信强化社交功能，夸克以搜索+工具联动商业场景。三家产品设计各具基因特色，但长期竞争关键在于构建“技术-数据-场景”的自循环能力，决定未来AI时代话语权的归属。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7499686.html>

6. 空调子品牌之间竞争态势明显升温

关键词：空调,冰箱,电器,手机,性价比
概要：2025年，空调市场子品牌竞争加剧，格力晶弘首次拓展空调领域，主打性价比与工程机市场，提供6年包修；美的华凌加速差异化发展，线上业绩突出，均价增长领先，但仍依赖美的品牌背书。头部品牌通过子品牌争夺市场，或引发价格战，也可能推动价值竞争，为消费者带来更好体验。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2025/0318/645198.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 医疗大模型的决胜点，在于铸重剑

关键词：医疗场景,大模型,AI医疗,智慧医疗,数据共享
概要：近年来，“大模型+医疗”成为科技巨头布局的重点领域，覆盖生命科学与诊疗全流程，但其商业价值和应用效果仍面临挑战。尽管大模型在院前、院中、院后展现出潜力，却受制于信任机制、技术精度及专业理解等壁垒。行业通过“结盟”与“聚焦”两种路径突破障碍，推动专科化和深度整合方案。虽然商业模式尚不清晰，但医疗大模型的长期价值显著，未来需系统性思维和场景化能力占据先机。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7494164.html>

8. 首款AI 3D乙游曝光，女性向市场如何拥抱AI？

关键词：AI驱动,乙女游戏,互动自由度,记忆体设计,沉浸感体验
概要：全球首款AI驱动3D乙女游戏《如意情探》即将内测，通过AI技术实现开放式对话、实时语音和记忆体设计，提升互动体验。相比传统乙游，其高自由度是亮点，但也面临内容安全、技术限制等挑战。市场对精神陪伴需求旺盛，AI乙游需平衡沉浸感与交互性，满足玩家真实感追求，才能赢得女性玩家青睐。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7503538.html>

9. 联想、百度等加持，深度原理领跑AI驱动化学材料研发

关键词：AI赋能,材料研发,化学创新,算法开发,产业融合
概要：深度原理（Deep Principle）完成亿元级Pre-A轮融资，投资方包括联想创投等。公司由麻省理工学院博士创立，聚焦高通量量子化学与AI融合，开发碳中和催化材料。其ReactiveAI平台实现材料发现与反应预测闭环，解决数据与跨学科挑战。2025年推出全球首款AI+超分子材料合成矩阵建沐™，获投资人高度认可，被视为行业变革领导者。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7501056.html>

10. 2025多终端流量洞察报告：移动端+大屏端+汽车端设备总活跃数超15亿，智能手机AI转型、智能电视升级

关键词：智能手机,AI技术,折叠屏,智能互联,智能电视
概要：AI技术推动智能手机、智能电视、新能源汽车及穿戴设备市场发展。智能手机品牌通过AI功能与折叠屏创新吸引年轻用户，华为鸿蒙、vivo增长显著，小米借国补政策降价促销。智能电视转型为家庭娱乐中枢，内容生态丰富，头部品牌主导市场。新能源汽车活跃车辆近3000万，OTA升级与智能座舱成竞争焦点。智能穿戴聚焦健康管理，AI赋能耳机互动，行业标准逐步完善，跨场景协同成趋势。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7498550.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

11. AI家电是“新噱头”吗？AWE 2025前瞻

关键词：AI家电,智能交互,自主能力,用户习惯,画质优化
概要：未来家电将借助AI技术实现主动思考与服务，从功能性执行向“自主能力”进化。AWE 2025以“AI科技、AI生活”为主题，展示海尔、TCL等品牌接入大模型的智能家电，如食材保鲜分析、多意图语音控制和定制化膳食方案。电视领域聚焦超大尺寸与新型显示技术，清洁机器人展现家庭服务潜力。尽管AI家电尚处初期，但其在节能、交互及个性化服务方面将逐步改变生活方式。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7497442.html>

12. 中美机器人混战：王兴兴硬刚马斯克？

关键词：人形机器人,特斯拉,马斯克,供应链,智能制造
概要：特斯拉股价下跌源于销量、马斯克涉政及Optimus前景担忧。尽管Optimus被视为先进双足机器人，其量产进度不及预期，面临技术挑战及全球竞争，尤其中国企业在政策支持下快速崛起，成本优势明显。特斯拉在人形机器人领域虽有技术复用优势，但与自动驾驶本质差异显著。未来，中国或能在机器人领域复制电动车成功，而Optimus的表现也将影响全球产业链发展，竞赛结果尚待观察。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7497708.html>

13. AIAgent爆发，RPA进入APA时代？

关键词：RPA,智能体,数字化转型,APA,自动化
概要：全球AI Agent市场快速增长，预计2030年达471亿美元。RPA与AI Agent融合形成APA，实现从规则驱动到目标导向的升级，具备更强决策能力和适应复杂场景优势。在央国企中，RPA应用广泛，40%企业看好RPA+AI融合。未来，APA将推动企业端到端流程无人化，降低运营成本，提升数据安全与竞争力，助力数字化转型。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7497499.html>

14. 从思考，到行动：由Manus爆火谈AI Agent

关键词：智能体,多模态,拟人化,技术壁垒,伦理问题
概要：AI Agent正推动AI从“思考者”向“行动者”转变，其核心结构为“大模型+记忆模块+规划引擎+工具库”，具备自主性特征。历经多年发展，它从单一任务执行者进化为多场景适应者，广泛应用于企业效率提升和消费市场个性化服务。然而，其发展面临技术（如幻觉问题、高算力需求）和伦理挑战（如隐私、偏见、道德决策），未来需平衡技术创新与伦理规范。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7494166.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

15. 腾讯为AI下重注

关键词：AI,资本开支,流量,技术研发,广告收入
概要：腾讯在2024年财报中将AI定位为核心驱动力，推动游戏、广告等传统业务增长的同时，加速AI产品如腾讯元宝的开发与推广。通过重组团队、加大资本开支（Q4达390亿元）和研发投入，腾讯布局大模型全链路自研并拥抱开源技术。腾讯元宝接入DeepSeek后日活用户激增20倍，排名中国市场第三。尽管高投入短期影响现金流，腾讯计划2025年继续增加近千亿资本支出，强化算力储备与场景落地，巩固AI竞争优势。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7502891.html>

16. 解读虎牙2024Q4及全年财报：深化“AI+直播”战略实施

关键词：游戏相关服务,广告收入增长,自制赛事,内容生态,直播公益
概要：虎牙公司公布2024年财报，全年总收入60.8亿元，游戏相关服务等收入同比增长145.4%至13.3亿元，净利润2.7亿元，同比增长125.6%。Q4总收入15.0亿元，移动端MAU达8260万。公司宣布2025-2027年股息计划及延长股票回购计划，推动电竞内容与技术创新，并在公益领域开展超4330场正能量直播。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7499614.html>

17. 商业化尚未成功，夸克难解阿里“AI to C”的战略焦虑

关键词：AI应用,商业化困境,技术投入,用户需求,内容生成
概要：夸克是阿里推出的AI应用，从轻量浏览器转型为智能搜索助手，凭借极简设计和AI功能吸引用户，但在商业化路径上仍面临挑战。尽管用户规模增长，其收入主要依赖网盘会员，AI功能尚未成为核心收入来源。同时，产品臃肿、竞争加剧和技术优势减弱等问题突出。夸克的困境反映了中国科技公司在AI转型中的矛盾，未来需聚焦用户刚需，深耕垂直场景以实现可持续发展，其成败或成阿里AI战略及行业风向标。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7498402.html>

18. LG 欲争限定高端电视头名，底气几何？

关键词：高端电视,OLED电视,市场份额,出货量,价格区间
概要：LG电子曾为全球电视市场领先者，现被海信、TCL超越降至第四。其目标是在高端电视市场（1000-1500美元）成为出货与营收引领者，但信心有限。尽管OLED电视出货量居首，Mini LED和QD量子点技术崛起对其构成威胁，尤其TCL、海信在Mini LED领域表现强劲。此外，三星加码OLED也挤压其份额。LG推出搭载AI芯片的G5系列应对挑战，但技术瓶颈及大屏竞争仍使其高端市场地位充满不确定性。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2025/0318/645202.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

19. 美的人形机器人曝光，2024年前9个月集团研发投入超114亿元

关键词：人形机器人,人工智能,核心技术,应用场景,研发投入
概要：美的集团首次曝光人形机器人样机，标志其在零部件及整机研发上取得进展。公司成立人形机器人创新中心，加大研发力度，预计机器人将先应用于工业和商业场景，家庭应用可能率先落地于家电机器人化。美的自2015年起布局机器人产业，研发投入超600亿元，融合AI技术于家电产品中。公司采取“两条腿走路”策略，短期推进家电机器人化，长期布局核心技术，看好人形机器人赛道，预计中国市场份额到2029年达750亿元，2035年突破3000亿元。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7500452.html>

20. 海尔AI之眼升级智慧家：从“替人家务”迈向“无人家务”

关键词：智慧家庭,无人家务,AI之眼,智能家居,家电智能化
概要：海尔智家在生态大会上发布“AI之眼”黑科技，推动智慧家庭从“万物互联”迈向“万物思考”。该技术让家电从“听得懂”进化到“看得懂”，实现主动服务，解决剩余20%需用户参与的家务问题。同时，海尔正研发家庭服务机器人，目标实现“无人家务”。通过三翼鸟AI场景，提供智能安全、健康和互动服务。海尔智家在全球布局智慧家庭，拥有超2000万海外用户，引领行业进入“能听、会看、会思考”的新阶段。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7500686.html>

21. 年度活跃买家破亿后，1688开始“AI闯关”

关键词：买家体验,AI应用,定制需求,新兴买家,平台治理
概要：1688平台作为国内领先的To B商业平台，通过引入AI技术优化买家体验，推出AI商机、选品、导购等功能，以及“图搜平替”工具，提升效率和服务质量。平台还改进物流和售后，满足新兴小B买家的个性化需求。然而，“AI to B”落地仍面临挑战，需平衡传统客户与新兴买家需求，应对垂直B2B平台竞争，未来路径充满不确定性。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7498325.html>

22. 追觅科技进军大家电领域，将推空调、智能厨电、洗衣机等

关键词：智能厨电,智慧生活,高速数字马达,AI视觉交互,清洁电器
概要：追觅科技正式宣布进军智能厨电领域，并计划在2025年中国家电及消费电子博览会（AWE 2025）上展示其全系智能厨电产品。依托其在清洁电器领域的核心技术，如高速数字马达和AI视觉交互技术，追觅科技将构建覆盖烹饪、清洁和环境管理等场景的全链路智慧生活解决方案。据《科创板日报》报道，追觅科技将在AWE 2025上发布空调、智能厨电和洗衣机等多款新品。目前，追觅科技主要销售的产品包括洗地机、扫地机器人、吸尘器、吹风机、除螨仪和空气净化器等清洁设备。官方尚未透露更多关于新品的具体信息。

原文链接：<https://www.ithome.com/0/837/028.htm>

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。