

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 5 周

2026/1.19-1.25

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

AI 广告成了 CES 2026 的热门话题;
战局正酣: 国内互联网大厂的AI业务布局现状;
2026, 物理AI的六大趋势: 新物种大爆发, 淘汰赛开启。

行业环境:

1. AI 广告成了 CES 2026 的热门话题

关键词: 科技行业, AI发展, 广告业务, 内容创意, 数据衡量

概要: CES 2026展现了科技与广告行业的深度融合。AI成为核心议题, 重写广告的生产、分发与衡量方式。迪士尼等内容巨头积极拥抱AI, 推出工具优化广告效果; 流媒体平台如Amazon、NBC环球通过AI提升广告体验; Reddit等社区平台也借助AI简化广告流程。广告巨头如汉威士、宏盟集团推出AI平台, 整合多模型能力, 强化竞争力。智能体成为关键词, WPP等公司尝试将创意经验封装为智能体服务。未来广告将更嵌入AI搜索与对话, 品牌需优化AI可见性。行业共识是AI已成为核心竞争力, 但同时也引发对信息茧房的担忧。CES 2026凸显了行业的快速变化与AI的不可逆趋势。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7853957.html): <https://www.tmtpost.com/7853957.html>

2. 2025人工智能发展现状报告: 超级智能与中美大模型PK, 限制与超越

关键词: AI领域, 研究报告, 技术研究, 产业应用, 开源模型

概要: 《人工智能现状报告2025》指出, 中国或超越美国成为AI模型领域领导者, 开源模型助力追赶。AI智能体和小语言模型受关注, 跨学科应用价值显著。电力供应和芯片需求成发展瓶颈, 英伟达主导市场。中美AI竞赛加剧, 政策调整频繁。AI安全投入不足, 滥用问题严重。95%从业者使用AI工具提升效率, 但入门岗位受冲击。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7838702.html): <https://www.tmtpost.com/7838702.html>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

3. 战局正酣：国内互联网大厂的AI业务布局现状

关键词：生成式AI, AI生态, 互联网大厂, 竞争, B端

概要：2025年中国互联网大厂的竞争核心是生成式AI生态的争夺，AI业务成为新时代的主旋律，移动互联网的竞争格局与之类似。阿里和字节跳动处于第一梯队：阿里凭借技术积累和B端优势领先，字节则通过巨额投入和C端应用（如豆包APP）快速崛起。腾讯和百度位列第二梯队，腾讯选择谨慎投入，百度聚焦B端和智能驾驶。其他如快手、美团、京东等也在AI领域有所布局，但难以进入第一梯队。快手凭借可灵在AI视频工具领域表现突出，美团和京东的AI战略尚不明确。未来AI竞争将持续多年，战局远未定型，各厂商将根据市场变化调整策略。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7852965.html)：https://www.tmtpost.com/7852965.html

4. GEO火了，流量革命近了？

关键词：AI信任权, GEO, 商业逻辑, 流量入口, 搜索引擎优化

概要：2026年，AI搜索工具如ChatGPT开始引入广告，引发对AI答案商业化的担忧。GEO（生成式引擎优化）成为企业影响AI回答的新手段，通过优化内容可引用性来争夺流量入口。GEO的实现路径包括语义结构化、信息对齐、上下文一致性、多模态解析和时效性优化。尽管技术中立，但GEO可能导致信息操纵，如虚假内容被AI引用，影响消费决策甚至社会信任。目前GEO市场混乱，部分机构利用漏洞进行误导推广。行业呼吁自律与监管，要求标注信息来源并限制信源范围。GEO的良性发展需平衡商业利益与伦理风险，消费者也需学会辨别AI答案的可信度。技术本身无善恶，关键在于如何规范使用。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7851551.html)：https://www.tmtpost.com/7851551.html

5. 大厂“卷”向录音笔：一场围绕AI与数据入口的生态暗战

关键词：录音战场, 智能办公助理, 生态补全, 入口争夺, 多模态能力

概要：钉钉和飞书加速布局AI录音硬件市场，竞争从软件扩展到硬件。AI录音笔升级为多功能“智能办公助理”，吸引影石等新玩家加入。海外品牌Plaud验证了市场需求，大厂更看重生态补全和数据入口。生成式AI推动录音笔成为AI落地载体，钉钉、飞书凭借AI大模型与传统厂商错位竞争。影石Insta360等通过硬件创新开辟新场景。未来竞争聚焦“企业知识管理”，AI能力向深度理解发展，硬件融入办公环境，市场或形成“核心平台+专业设备”协作网络。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7850118.html)：https://www.tmtpost.com/7850118.html

6. 2026，物理AI的六大趋势：新物种大爆发，淘汰赛开启

关键词：AI, 物理AI, 虚拟内容生成, 复杂任务, 自动驾驶

概要：2026年AI将转向物理世界，形成“物理AI”。英伟达黄仁勋视其为AI新浪潮。六大趋势包括：1. Robotaxi规模化（特斯拉、百度推动L4自动驾驶商业化）；2. 人形机器人爆发（出货量翻倍，资本市场活跃）；3. AI Agent升级（从问答转向任务执行）；4. 可穿戴设备革新（AI深度融合健康、交互）；5. AI玩具智能化（多模态交互，中国厂商主导）；6. 清洁电器具身化（适应立体环境）。物理AI将重塑行业，加速技术商业化竞争。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7844541.html)：https://www.tmtpost.com/7844541.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

7. 豆包、千问与Kimi，站在AI Agent的岔路口

关键词：智能体,生产力工具,差异化竞争,解决问题能力,输入输出质量

概要：谷歌预测2026年为AI Agent爆发年，AI转向目标理解与跨系统行动。中国AI Agent发展分两阶段：初期（对话/搜索）争夺流量入口，2025年末进入差异化阶段。豆包聚焦娱乐内容，千问依托阿里生态提供生活服务，Kimi专注生产力工具（采用Muon优化器等技术，订阅制商业化）。各企业路径反映核心价值差异：创意互动、服务效率或生产力提升。AI Agent正推动智能价值重构，可能重塑企业运营逻辑。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7848425.html)：https://www.tmtpost.com/7848425.html

8. AI手机走到分岔口：巨头们正在重注Agent逻辑

关键词：AI手机,底层逻辑,分叉口,系统级GUI,A2A模式

概要：全球科技圈近期两大事件：苹果采用谷歌Gemini模型，阿里通义千问加速接入淘宝、支付宝，推动AI手机进入新阶段。早期GUI路线受阻后，阿里和苹果转向A2A模式，通过标准化接口协调各业务Agent，兼顾数据共享与应用主权。阿里以通义千问整合服务，微信小程序生态具优势。这体现“人本位”AI价值观，AI辅助而非替代人类决策。OpenAI前科学家Ilya认为人类情感是AI缺失的算法，A2A更符合人性需求。阿里和苹果的探索或决定AI手机未来发展。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7847824.html)：https://www.tmtpost.com/7847824.html

9. 全球AI巨头都在“刷”三体：一个中国IP凭什么成为技术试金石？

关键词：大模型赛道,差异化比拼,未来想象力,硬核科幻IP,叙事能力

概要：大模型赛道进入差异化竞争阶段，技术指标趋同后，“叙事能力”成为核心竞争力。硬核科幻IP《三体》因其文化普适性、复杂逻辑和丰富想象力，被全球科技巨头（如Apple、Google）选为AI能力验证的“黄金标准”。其88万字文本、多维文明逻辑及视觉化场景，为AI提供了超长叙事理解、博弈推演和生成能力的试炼场。头部企业的示范效应进一步巩固了《三体》的生态位，使其成为连接技术与人文的“基础设施”。未来，内容驱动技术的趋势下，拥有优质叙事框架的IP将主导技术演进的话语权。《三体》的价值不仅在于文化影响力，更在于其作为“未来引擎”推动AI与人类想象力的边界。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7852658.html)：https://www.tmtpost.com/7852658.html

10. 全球算力产业，正在陪着OpenAI走钢丝

关键词：全球科技界,AI推理,算力扩张,商业模式,财务风险

概要：2026年1月，OpenAI宣布与Cerebras达成100亿美元合作以突破英伟达垄断，年收入达200亿美元，但ChatGPT广告测试暴露商业模式困境——用户越多亏损越大。其“哑铃型”芯片策略结合英伟达与低成本方案，基础设施耗电26吉瓦，财务风险加剧，2026年现金消耗或达170亿美元。行业分歧明显：台积电等需求增长，但95%企业AI投资零回报。OpenAI能否平衡成本与商业化将决定AI行业走向。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7850676.html)：https://www.tmtpost.com/7850676.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

11. 4万亿电网智能化: AI+虚拟电厂如何兑现可调度能力?

关键词: 全社会用电量,新增负荷结构,第三产业用电,居民用电,充换电服务业

概要: 全社会用电量突破10万亿千瓦时, 增量主要来自第三产业和居民用电, 充换电服务业增速近50%。2025年夏季全国最大负荷将首破15亿千瓦, 电力系统面临电量充足但调节能力稀缺的新常态。新能源消纳存在东西部错配, 需跨区互济和分布式资源整合。“十五五”电网投资将达4万亿元, 重点提升跨区输电、分布式新能源接入和充电设施支撑能力。虚拟电厂成为关键, 通过聚合分散资源形成可调用资源池。行业重点转向可调用能力, 竞争核心在于稳定调节价值。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7846686.html): <https://www.tmtpost.com/7846686.html>

12. 中国AI行业缺一个Twitter

关键词: AI行业,风向标,话题制造能力,氛围编程,核心场域

概要: 马斯克的X平台(原Twitter)已成为AI行业的核心讨论场域, 高管、研究员在此发布动态、争论观点, 甚至推动政策讨论和招聘融资。OpenAI联合创始人Andrej Karpathy提出的“氛围编程”概念通过X迅速走红, 凸显其话题制造力。AI行业高度不确定, X的实时互动帮助从业者对齐信息、吸引人才并展示进展。其产品机制(如容忍半成品、可追溯引用链)贴合AI创业需求, 促进技术迭代与合作。相比之下, 中国平台如微博、知乎、小红书虽各具优势, 但缺乏类似X的整合能力, 难以形成连贯的行业对话场域。X的独特生态使其成为AI领域不可替代的策源地。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7848420.html): <https://www.tmtpost.com/7848420.html>

13. 价值700亿美元的AI+医疗仍有很长的路要走

关键词: 人工智能+,医疗健康,辅助诊疗,健康管理,医保服务

概要: 2025年8月, 国务院发布《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》, 重点推动AI在医疗健康领域的应用, 提升基层医疗服务能力。AI技术覆盖辅助诊疗、健康管理等场景, 全球市场规模预计2025年达1270亿美元。AI在临床决策、影像分析等领域取得突破, 如东软CDSS系统准确率超91%。AI还优化患者服务, 如平安AI家庭医生可完成50%以上工作。但AI医疗仍面临数据质量、商业化等挑战, 需解决共享与成本问题以实现规模化落地。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7845150.html): <https://www.tmtpost.com/7845150.html>

14. 3.1亿人的养老需求, 能靠机器人来解决吗?

关键词: 高龄少子化,养老机器人,需求驱动,技术成熟度,数字鸿沟

概要: 中国老龄化加剧, 60岁以上人口达3.1亿, 失能人口超4650万, 但持证护理员仅50万, 养老机器人被视为潜在解决方案。过去两年, 政策支持和技术进步推动养老机器人发展, 但行业仍面临技术成熟度、使用意愿和成本等挑战。目前渗透率不足10%, 需通过“沿途下蛋”方式逐步落地。B端市场可能先于C端普及, 企业正探索AI+远程操作等务实路径。智能养老不仅是技术问题, 还需资本、市场和企业的持续投入。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7841166.html): <https://www.tmtpost.com/7841166.html>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

15. 万亿人形机器人赛道，哪个环节最可能爆发？

关键词：人形机器人,资本市场,规模化量产,商业化元年,成本下降

概要：2025年被视为人形机器人商业化元年，行业迎来爆发式增长，资本市场表现强劲。特斯拉Optimus 03、优必选等企业推动量产，产能迈入万台时代。2026年行业进入放量期，头部企业计划年产能超万台，成本下降是关键，特斯拉Optimus成本降至2万美元以内。中国凭借供应链优势，制造成本显著低于海外。人形机器人市场规模预计2030年达380亿元，2050年或达5万亿美元。执行层硬件（如丝杠）是成本核心，行星滚柱丝杠因性能优势成为主流，但价格较高，国产替代空间大。国内厂商恒立液压、五洲新春、北特科技在丝杠领域各有突破，恒立液压产能领先，将率先受益行业放量。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7840107.html)：https://www.tmtpost.com/7840107.html

16. 从录音卡到录音豆，AI办公硬件值不值得做？

关键词：职场会议,信息处理,AI办公硬件,语音转写,知识资产

概要：现代职场会议频繁，但信息消化效率低，声音信息尤其难以系统化处理。安克创新与飞书合作推出AI录音豆，钉钉发布DingTalk A1录音卡片，均瞄准办公系统的语音输入痛点。这些AI硬件通过降低录音的操作与认知成本，将语音实时转为结构化文本，融入协作平台，解决传统办公中高价值语音信息流失的问题。飞书录音豆强调便携无感记录，钉钉A1则整合多功能，目标都是让录音成为默认行为，提升信息录入效率。厂商竞争的核心并非硬件本身，而是争夺语音入口，将其转化为平台级资产，推动AI从信息采集端介入办公流程。成败关键在于硬件能否无缝融入用户 workflow，成为不可或缺的默认工具。这场硬件竞赛实质是平台对信息入口控制权的争夺。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7852971.html)：https://www.tmtpost.com/7852971.html

17. 头部家电企业剧透2026年发展规划：AI、全球化是关键词

关键词：消费品以旧换新,零售额,消费结构,绿色化,一级能效

概要：2025年，在消费品以旧换新政策推动下，家电和通讯器材类商品零售额均突破万亿元，分别达到11695亿元和10076亿元。消费结构向绿色化升级，一级能效或水效产品占比超九成。政策红利提振了消费信心，推动产业升级，消费者对高品质、节能环保产品需求增长。头部家电企业如格力、美的、海尔等纷纷布局技术创新、智能工业及全球化战略，优化业务结构，以巩固市场地位。专家指出，政策推动家电企业从规模扩张转向质量效益提升，头部企业正利用窗口期构建核心竞争力，实现可持续发展。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2026/0123/652516.shtml)：https://news.cheaa.com/2026/0123/652516.shtml

18. 智驾的“圈地运动”谁能终结？

关键词：智驾平权,L2级渗透率,技术路线,VLA链路,世界模型

概要：2025年，中国L2级智驾新车渗透率达64%，智驾普及目标基本完成，但行业竞争加剧，多家企业退出市场。技术路线分化为以VLA为核心的快速迭代路线（小鹏、理想为代表）和以世界模型为基础的长期演进路线（华为主导），另有小众的RL路线（Momenta）。城市NOA成为竞争焦点，销量超312.9万辆，68.9%来自30万元以下车型，市场趋向大众化。竞争格局呈现“自研主导、第三方集中”特点，华为与Momenta占据八成份额，形成双强格局。车企自研潮降温，第三方供应商马太效应显著。未来，“软硬一体”成为护城河关键，地平线等企业试图打破现有格局。行业进入淘汰赛阶段，技术、资金和供应链能力将决定企业生存。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7851955.html)：https://www.tmtpost.com/7851955.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

19. 重构算力新格局，量子计算与AI融合“多线并进”

关键词：生成式AI,算力需求,量子计算,AI融合,缩放定律

概要：随着生成式AI对算力需求的激增，经典计算架构面临物理极限，量子计算成为重塑算力格局的战略技术。量子计算与AI的融合（如“AI for Quantum”和“Quantum for AI”）正推动产业进入“量子增强智能”时代。英伟达等企业已推出量子-经典混合工具，加速技术落地。量子计算在药物研发、材料模拟等领域展现潜力，但技术路径尚未收敛，超导和硅基路线各有优劣。尽管工程挑战巨大，业界认为容错量子计算是最终目标，短期内混合算法或率先实现应用突破。量子计算需长期投入，投资应关注全生态链，避免过度炒作。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7849307.html)：https://www.tmtpost.com/7849307.html

20. AI手机的终极猜想：超级Agent入口

关键词：AI手机,行业争论,终端厂商,系统级融合,生态自建

概要：AI手机行业快速发展，主要有GUI Agent（如豆包、魅族）和A2A（如阿里千问）两条技术路径。GUI交互直观但存在隐私风险，A2A效率高且合规性优。两者需平衡生态控制与开放协作，A2A因双重授权更受监管认可。AI手机将重构服务入口，未来或形成跨生态协作协议，硬件形态可能超越手机。当前挑战包括责任界定与数据安全，但技术融合趋势明显。IDC预测2024年AI手机出货量1.7亿部，2026年渗透率或超38%。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7849413.html)：https://www.tmtpost.com/7849413.html

21. 2026，AI音乐跃迁元年？

关键词：AI音乐,商业探索,制度建立,版权归属,内容合规

概要：2026年开年，AI音乐产业迎来重要进展。华纳音乐与艺术家合作推出AI歌手“吴爱花”，环球音乐与英伟达合作开发AI音乐技术，标志着AI音乐从实验转向商业探索。国际路径侧重技术与制度，如Suno、Udio等技术巨头崛起，Spotify等平台清理垃圾AI内容并制定披露规则；国内市场则优先内容落地，B站、QQ音乐等平台广泛应用AI工具并尝试变现。AI音乐仍面临版权归属、内容合规和利益分配三大挑战。2026年可能成为AI音乐主流化的转折点，需建立行业规则以推动其真正融入音乐产业。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7846436.html)：https://www.tmtpost.com/7846436.html

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

22. 燧原科技科创板IPO：国产AI芯片“另类”破局者的进击与隐忧

关键词：国产GPU, AI芯片, 科创板IPO, 推理场景, 软硬件协同

概要：燧原科技2026年1月22日申请科创板IPO，拟募资60亿元用于五代、六代AI芯片研发。公司成立于2018年，专注云端AI芯片，已完成5款迭代，技术优势为非GPGPU架构，与腾讯深度合作。2022-2024年营收复合增长183.15%，但累计亏损超50亿元，研发费用率高。面临存货减值、客户集中（腾讯占71.84%）等风险，预计2026年盈亏平衡。挑战包括技术迭代、生态建设，但对国产AI芯片多元化发展意义重大。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7853837.html)：https://www.tmtpost.com/7853837.html

23. 屏幕消失之后：OpenAI的智能硬件新赌注

关键词：科技发展, 线性逻辑, AI笔, 无屏交互, 物理世界

概要：OpenAI计划推出首款无屏AI硬件产品——一支金属签字笔，代号Gumdrop。该产品无屏幕、摄像头或传统操作系统，仅通过语音和手写输入交互，旨在以最小物理存在感实现自然的人机协同。这反映了AI硬件从“有屏即智能”向无屏化转变的趋势，强调意图驱动而非指令驱动的交互逻辑。无屏AI硬件已在玩具、智能眼镜等领域初步验证可行性，但面临技术瓶颈（如AI幻觉）和社会接受度低的挑战。OpenAI选择聚焦知识工作者场景（如会议记录、实时翻译），通过细分领域突破，避免“全能助手”陷阱。无屏AI的核心在于克制设计理念，回归用户本能行为，而非取代现有设备。这一探索或将为AI硬件发展提供新路径。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7849204.html)：https://www.tmtpost.com/7849204.html

24. 是别针还是耳机？OpenAI首款AI硬件形态成谜

关键词：AI硬件设备, 语音交互, 设计简洁, 无屏幕, 物理世界感知

概要：OpenAI计划在2024年下半年推出首款AI硬件设备，具体形态未公布，但可能涉及便携式音频设备或无屏交互产品。此前OpenAI收购了前苹果设计官乔纳森·伊夫的公司，并透露设备将注重语音交互和物理感知。市场猜测包括别针、耳机等形态，爆料称代号“Sweetpea”的音频设备或于9月发布。OpenAI加速音频模型开发以支持硬件，同时面临商业化压力，已推出广告功能以维持免费服务。公司强调商业变现与AI普惠化的关联，旨在缩小技术差距。OpenAI在商业化过程中持续面临争议，但其目标是通过创新和实际应用推动AI成为全球经济基础。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7849159.html)：https://www.tmtpost.com/7849159.html

25. 字节AI撒“豆”成兵

关键词：硬件宇宙大爆炸, AI录音体验, 软件生态赋能, AI硬件时代, 轻资产赋能

概要：飞书与安克创新联合推出AI录音豆，10克重、磁吸设计，结合飞书AI软件与安克硬件，优化录音体验。这是字节硬件布局的一部分，近期还涉足AI手机、眼镜、耳机等，模式从元宇宙时期的自研转向轻资产合作，赋能成熟硬件厂商。字节借鉴Meta策略，通过收购整合资源（如PICO、锤子团队），加速AI硬件落地，但面临软硬件迭代周期错配的挑战。其解决方案是云端推理+端侧感知，优先抢占数据入口，以快速验证市场。字节试图通过AI硬件巩固用户规模，但需平衡技术迭代与产品稳定性。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7852333.html)：https://www.tmtpost.com/7852333.html

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

26. 发布增强医疗大模型M3 Plus，王小川：年成本仅1亿可让中国医疗AI跑起来

关键词：医疗大模型,循证技术,幻觉率降低,证据锚定,API开放

概要：百川智能于1月22日发布医疗大模型Baichuan-M3 Plus，通过六源循证技术和“证据锚定”技术，将幻觉率降至2.6%，并实现医学结论与原始论文证据段落的精确匹配。该模型API调用价格降低70%，并推出“海纳百川”计划，免费向中国医疗机构开放。CEO王小川表示，目标是推动AI在医疗领域的应用，改善医患关系，而非向医生收费。百川智能还计划与药厂合作，提升药物研发效率。王小川认为，中国医疗AI发展需克服医生工作繁忙和行业信任问题，未来三年内AI或能达到医生水平。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7851981.html)：https://www.tmtpost.com/7851981.html

27. 千问：AI互联网时代，阿里要卷土重来？

关键词：开源模型, AI to C, AI硬件, 月活用户, 差异化定位

概要：阿里在AI to C领域布局较晚，但近期通过成立千问到C事业群、推出AI硬件和改版千问APP等动作加速推进。千问APP月活已超1亿，主打生活助理功能，依托阿里丰富的消费业务生态实现差异化竞争。然而，与豆包等对手相比，千问在用户规模和功能成熟度上仍有差距。阿里将千问定位为集团C端AI核心，但长期目标尚不明确，变现方式也待探索。面对激烈的市场竞争，阿里采取错位竞争策略，避免大规模烧钱。2026年被视为C端AI落地关键年，阿里、字节和腾讯的竞争将日趋白热化。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7847147.html)：https://www.tmtpost.com/7847147.html

28. 大疆“破圈”求变：多线布局应对增长焦虑

关键词：消费级无人机, 增长瓶颈, 市场份额, 营收规模, 行业级无人机

概要：大疆在消费级无人机市场占据主导地位，全球份额超70%，2024年营收或达500亿元，净利率近40%。然而，市场趋于成熟，未来增长乏力，行业级无人机也难以实现爆发式增长。为此，大疆积极拓展新业务，如全景相机、扫地机器人和3D打印，基于技术迁移性选择高潜力赛道。但挑战也随之而来：国内无人机监管趋严，销量下滑；竞争加剧，影石创新、手机厂商等跨界入局，挤压市场空间。大疆虽技术领先，但需调整策略应对监管和竞争，未来能否突破瓶颈取决于其沟通方式、产品策略和竞争态度的转变。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2026/0116/652346.shtml)：https://news.cheaa.com/2026/0116/652346.shtml

29. 平头哥拆分IPO：阿里AI战略的“最后拼图”浮出水面

关键词：芯片设计, 重组, 员工持股, 独立实体, IPO

概要：阿里巴巴计划将旗下芯片设计业务平头哥半导体重组为员工持股的独立实体，并考虑启动IPO。平头哥成立于2018年，整合了中天微系统与达摩院芯片团队，逐步构建了涵盖AI推理芯片、通用CPU、GPU等的全产品体系，应用于阿里云及终端设备。其技术路径以场景驱动，注重系统协同，如“含光800”和“倚天710”等芯片已在多个场景落地。平头哥的潜在上市被视为阿里AI战略的重要一步，有望增强算力自持能力并进入市场估值体系。当前国产AI芯片企业正迎来资本化热潮，平头哥凭借实战基础和阿里生态支撑，估值逻辑更接近基础设施资产。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7852630.html)：https://www.tmtpost.com/7852630.html

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

30. ARR达2.4亿美元，可灵能带快手起飞吗？

关键词：快手股价,资本市场,商业化能力,AI视频生成,海外市场

概要：2026年，快手股价大幅上涨，年内涨幅超23%，过去一年飙升近88%，主要得益于其AI产品可灵的强劲表现。可灵最新功能“Motion Control”在海外市场爆红，推动其年化收入运行率（ARR）达2.4亿美元，较2025年翻倍。可灵从“AI故事”成长为驱动增长的核心引擎，技术迭代迅速，尤其在多模态视频生成领域表现突出，全球排名靠前。快手通过降价和轻量化玩法加速用户增长，海外市场表现亮眼，但国内下沉市场与海外高付费用户存在差异。尽管可灵商业化路径初现，快手仍面临高管变动、国内外市场协同等挑战。长远来看，可灵需与快手生态深度融合，才能实现可持续增长。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7847119.html)：https://www.tmtpost.com/7847119.html

31. 年卖4000台、每台8万块，这家机器人公司要上市

关键词：具身智能,工业机器人,赛道,上市潮,光伏行业

概要：玖物智能是一家专注于智能具身产业机器人的公司，主要服务于光伏行业，提供拉晶、切片等智能机器人解决方案，客户包括通威股份、隆基绿能等。其90%以上收入依赖光伏行业，报告期内营收快速增长，年均增幅超70%，并实现连续盈利，毛利率逐年提升至32.1%。然而，公司面临行业单一依赖、存货周转周期长等风险。目前，玖物智能正寻求港交所上市，以扩大研发、生产和跨行业布局，但新业务如电子与半导体领域贡献仍较小。其盈利能力和行业热度使其成为关注焦点，但长期竞争力仍需观察。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7849622.html)：https://www.tmtpost.com/7849622.html

32. 不学抖音学INS，OpenAI想站着把钱挣了

关键词：AI广告,ChatGPT,商业化,用户隐私,订阅模式

概要：OpenAI宣布在ChatGPT中测试广告业务，主要面向免费用户和低价订阅用户（如ChatGPT Go），而高端用户仍享受无广告服务。广告以独立模块形式出现在对话底部，基于用户意图定向推荐，并承诺不干扰回答内容或泄露隐私。OpenAI面临巨大财务压力，年化收入200亿美元但年支出超170亿美元，未来还需巨额资金投入基础设施。广告被视为必要变现手段，借鉴了Instagram的“原生推荐”模式，强调与用户需求自然结合。然而，如何在商业化与用户信任间保持平衡仍是挑战。行业普遍面临类似困境，AI公司需在收入压力和技术瓶颈下寻找生存路径。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7846722.html)：https://www.tmtpost.com/7846722.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。