

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 9 周

2026/2.16-2.22

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

春晚机器人爆红背后：一场关于「非共识」的产业思辨；
万亿太空光伏，谁能拼出头？
大厂AI硬件竞赛：软硬一体易成，生态入口难夺。

行业环境:

1. 春晚机器人爆红背后：一场关于「非共识」的产业思辨

关键词：具身智能, AI落地, 机器人, 资本市场, 融资规模

概要：具身智能在ChatGPT和VLA模型的推动下成为行业新焦点，机器人作为AI落地载体备受关注。2026年春晚中，宇树科技、松延动力等企业展示了机器人的高难度动作与交互能力，引发市场热潮，资本涌入赛道，年融资规模达735.43亿元。然而，行业面临技术瓶颈与商业化挑战，如特斯拉Optimus量产推迟、明星企业倒闭等。技术路径多样，包括VLA模型和新兴的WAM世界模型，但数据与算力需求巨大。商业化方面，ToB的RaaS模式和ToC的展演成为主要方向，头部企业订单增长但盈利仍存压力。供应链国产化与算法自主创新为国内企业提供了优势，行业共识逐渐聚焦于场景适配与物理世界理解，形态多样性成为关键。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7883501.html)：https://www.tmtpost.com/7883501.html

2. 万亿太空光伏，谁能拼出头？

关键词：太空光伏, 商业航天, AI算力, 能源革命, 低轨卫星

概要：太空光伏正从概念迈向商业化拐点，成为能源革命新风口。商业航天和AI算力需求推动低轨卫星数量激增，SpaceX等公司计划部署数万颗卫星，国内也推进多个万星级星座计划。太空光伏凭借高能量密度、24小时发电等优势，成为可靠电力来源，市场规模预计达万亿级。技术路线上，P型HJT和晶硅钙钛矿叠层电池因成本与效率优势成为主流。晶科能源、天合光能等企业加速布局，但多数仍处研发阶段。设备商如迈为股份、捷佳伟创将率先受益，乾照光电等电池阵厂商也具备竞争优势。尽管前景广阔，太空光伏仍面临技术挑战，规模化部署尚需时日。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7873717.html)：https://www.tmtpost.com/7873717.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

3. 大厂AI硬件竞赛：软硬一体易成，生态入口难夺

关键词：AI硬件,智能眼镜,人机交互,生成式AI,市场格局

概要：全球科技巨头正加速将AI大模型融入硬件设备，如眼镜、耳机等，开启人机交互新战场。OpenAI计划2026年推出无屏AI设备，Meta和Google已布局智能眼镜，中国厂商如阿里、百度、字节跳动也纷纷入局。市场预计2026年全球AI眼镜出货量将突破1000万台，中国成第二大市场。竞争呈现三条路径：OpenAI的“颠覆入口”追求无屏交互，Google的“生态平台”构建开放XR生态，中国巨头的“全栈协同”强化闭环生态。然而，技术、生态和用户习惯仍是主要挑战，需解决功能实用性、隐私合规和商业模式创新问题。AI硬件竞赛将围绕供应链、隐私合规和商业模式展开，短期内难成颠覆性增长点，但长期潜力巨大。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7875665.html)：https://www.tmtpost.com/7875665.html

4. 2026，巨头大战AI教育

关键词：教育,AI+教育,大模型技术,教研积淀,流量思维

概要：2026年初，大模型技术推动教育赛道成为巨头竞争焦点。互联网大厂（如字节、阿里）凭借技术和流量推出AI学习工具，传统教育公司（如作业帮、猿辅导）则强化教研积累。AI教育月活超1.2亿，赛道分为技术派、教培派和中小创业公司。大厂布局AI解题、助教和教学，B端助教模式成熟，C端仍在培育，面临教研不足、AI幻觉和盈利挑战。产品上，大厂重交互流畅，传统公司重教研结合。未来B端智慧课堂和成人教育或成突破口，长期竞争取决于教研融合、技术突破和商业模式可持续性。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7873676.html)：https://www.tmtpost.com/7873676.html

5. 告别千元时代，空调企业集体涨价

关键词：空调涨价,原材料成本,铜价上涨,价格战,消费心理

概要：2026年初，空调行业掀起集体涨价潮，包括海信、奥克斯、美的等品牌价格普遍上调3%-10%。核心原因是铜价暴涨（2025年涨幅超34%），导致成本压力加剧，叠加国家能效补贴政策收紧，企业顺势提价以扭转长期价格战导致的利润困境。行业龙头美博率先调价，但格力和小米选择不跟进，形成市场分化。此次涨价背后是消费心理博弈，消费者对低价空调已形成惯性，企业需通过产品升级证明“贵得有理”。尽管涨价是行业修复盈利的必要手段，但终端市场接受度仍存挑战，企业普遍采取谨慎的阶梯式调价策略以避免舆论风险。这场涨价潮或将成为空调行业摆脱低价内卷、转向价值竞争的关键转折点。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7879646.html)：https://www.tmtpost.com/7879646.html

6. 笔与屏：AI硬件为何分化出两条路？

关键词：AI硬件,交互形态,无屏设备,可穿戴技术,环境感知

概要：过去一年，AI硬件的主战场从“将大模型塞进手机”转向探索更底层的交互形态，分为“笔”和“屏”两条路线。“笔”指轻便、无屏、以感知为核心的设备，如AI录音笔和OpenAI与Jony Ive合作的新硬件，强调低存在感和自然交互，但早期产品如AI Pin因体验差失败。“屏”路线则以传统终端（如PC、手机）为基础，将AI融入系统层，如微软Copilot+PC和手机厂商的AI升级，强调显示与交互。两者分化源于场景需求：前者适合信息采集，后者适合决策与操作。未来，技术迭代可能模糊两者界限，但目前“笔”尚未成为主流，而“屏”仍是AI落地的核心载体。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7879492.html)：https://www.tmtpost.com/7879492.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

7. AI眼镜取代不了手机，它想“干掉”传统眼镜

关键词：AI眼镜,智能硬件,近视人士,市场增长,产品功能

概要：过去两个月，中国市场推出20款AI眼镜，参与者包括百度、阿里等大厂及创业公司。瞄准全球20亿戴眼镜人群，产品聚焦解放双手、导航等功能，价格约3000元。IDC预测2025年中国智能眼镜出货量将达275万台，同比增长107%。舒适度、续航和隐私仍是挑战。未来方向是AI+AR融合，细分场景或成突破点。凯文·凯利预测智能眼镜将取代手机，但需解决重量、续航等问题。中国厂商加速或缩短这一进程。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7879073.html)：https://www.tmtpost.com/7879073.html

8. 从虚拟惊艳到真实温暖，AI原生重构的家是什么样子？

关键词：人工智能,技术演进,智能家居,人机交互,生活体验

概要：人工智能技术快速发展，正从虚拟世界转向物理世界改造。2026年AI将迎来新爆发周期，人形机器人广泛应用，生成式AI与具身智能结合推动AI从“理解”到“改变”世界。在家居领域，AI升级为“主动关怀”，成为“家庭智慧大脑”，重构交互方式。2026年AWE论坛将探讨AI落地生活体验，华为、TCL等企业共议未来家居。AI逐步融入生活，带来更智能的体验。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2026/0212/652853.shtml)：https://news.cheaa.com/2026/0212/652853.shtml

9. 炒起来的情绪刚需，AI宠物孤独解药还是致幻剂？

关键词：数字时代,情感稀缺,AI宠物,情绪经济,孤独感

概要：数字时代下，AI宠物成为年轻人对抗孤独的新选择。这类产品通过语音识别、触摸交互等技术提供即时情绪价值，无需喂养且互动性强，满足都市独居人群的陪伴需求。价格从百元到数千元不等，市场细分明确。华为“憨憨”等产品甚至因供不应求被炒高价。AI宠物不仅缓解成年人孤独感，还成为儿童的情感伙伴，帮助家长了解孩子情绪。随着大模型技术进步，AI宠物从被动回应转向主动共情，具备长期记忆和预判关怀能力。2025年中国AI情感陪伴市场规模预计达38.66亿元，资本加速布局。但行业也面临用户新鲜感消退的挑战，未来需在技术与人文关怀间找到平衡。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7877570.html)：https://www.tmtpost.com/7877570.html

10. 清洁电器“具身化”，会是行业下一个风口吗？

关键词：具身智能,清洁电器,技术趋势,商业化落地,智能家居

概要：过去一年，“具身智能”成为科技与消费领域的热门趋势，并在2026年持续升温，被视为最具潜力的发展方向。清洁电器行业率先探索其商业化路径，如追觅、石头科技等企业推出具身智能产品，赋予机器人更多家务功能。市场基础坚实，清洁电器销量增长显著，为技术创新提供了支持。同时，清洁电器本身已高度智能化，积累了算法和传感器技术，便于升级。此外，头部企业通过海量家庭环境数据优化AI模型，推动产品从自动化工具向家庭服务助手转变。然而，技术融合、成本控制和场景定义等挑战仍需克服。未来，清洁电器或将成为具身智能落地的关键领域。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2026/0211/652823.shtml)：https://news.cheaa.com/2026/0211/652823.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

11. 2026, AI真正元年: 从一人公司到AI自治社交

关键词: AI原生云,数字公共空间,产业重构,伦理重构,智能体自治

概要: 2026年, AI技术从工具辅助迈向自主主体, 引发全球科技产业深刻变革。OpenClaw等AI原生云平台让单人开发者借助AI完成全栈开发, 颠覆传统SaaS行业, 导致企业服务市场重构; MoltBook作为首个AI自治社交网络, 展现智能体自主社交能力, 引发伦理讨论。AI行业呈现四大趋势: 大模型竞赛转向应用层生态、传统SaaS被AI原生服务取代、AI硬件升级推动端云协同、全球格局分化为中美双中心。中国应用落地和智能体生态领域领先, 但面临高端芯片依赖等挑战。AI既解放生产力, 也暴露治理风险, 需平衡创新与合规。2026年成为AI应用爆发与产业重构的元年, 标志着人机共生新文明的开始。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7871399.html): <https://www.tmtpost.com/7871399.html>

12. 智能手机普及用了5年, 移动支付用了3年, AI只用了一个春节

关键词: 中国互联网,AI市场,人口红利,用户习惯,春节红包

概要: 中国互联网在2026年春节经历了一次AI技术的全民普及, 三大科技巨头通过红包激励, 推动数亿用户首次尝试AI对话, 完成了从早期采用者到全民用户的快速下沉。这一过程不仅打破了用户对AI的心理障碍, 还重塑了信息获取和交互习惯。春节后, AI竞争进入存量阶段, 技术、场景和生态绑定成为关键。这场变革标志着AI从尝鲜工具变为生活必需品, 未来将深刻影响社会结构和思维方式, 用户选择窗口期逐渐关闭, 生态绑定和习惯养成成为趋势。此次春节红包大战不仅是市场教育, 更是AI时代的重要起点。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7883562.html): <https://www.tmtpost.com/7883562.html>

13. 2026红包大战: 中国AI应用迈向春秋五霸时代

关键词: 春节红包大战,AI应用,流量巨头,商业闭环,硬件入口

概要: 今年的春节红包大战标志着中国AI应用进入“春秋五霸”时代, 豆包、千问、元宝、蚂蚁阿福和DeepSeek成为主导。豆包通过春晚合作和硬件入口策略, 用户突破1.55亿, 迈向“国民级应用”。千问以30亿免单活动迅速提升日活至7352万, 依托阿里生态实现流量爆发。腾讯元宝以10亿红包吸引用户, 但需解决留存问题。蚂蚁阿福借助健康需求登顶App Store, 实现从问诊到支付的闭环。DeepSeek则作为技术供应商, 支持其他AI应用。此次大战显示AI行业三大转向: 从技术驱动到应用驱动、独立入口到生态融合、通用聊天到垂直深耕, 开启AI商业化新阶段。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7885401.html): <https://www.tmtpost.com/7885401.html>

14. 一个老人眼中的AI幻象

关键词: AI养老,护理机器人,老龄化社会,空巢老人,护工缺口

概要: 本文探讨了AI养老的现实与幻象。尽管许多老年人期待AI机器人能解决养老问题, 但从业者普遍认为这在短期内难以实现。日本养老机器人的失败案例表明, 技术尚不成熟, 实际应用效果有限。当前AI在养老中的有效应用主要是大模型和医疗软件, 而非护理机器人。文章指出, 过度宣传和模糊概念制造了不切实际的期待, 呼吁应正视技术局限, 逐步解决小问题, 而非依赖虚幻的机器人解决方案。同时强调应尊重老年人的知情权, 让他们参与技术进步, 而非被误导。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7876943.html): <https://www.tmtpost.com/7876943.html>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

15. 火山引擎的野心，藏在Seed2.0里

关键词：大模型,视频模型,AI技术,商业化落地,Agent能力

概要：字节春节前推出Seedream 5.0图像模型、Seedance 2.0视频模型和豆包Seed2.0语言模型，实现全栈升级，覆盖数亿用户。Seed2.0聚焦实用价值，优化性能、能力与成本，提升语言、视频和Agent能力，支持复杂任务和商业应用。商业化瞄准科学、编程、ToB和上下文学习四大领域，推动AI向生产力工具转型，并为2026年AI云市场竞争布局。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7882249.html)：https://www.tmtpost.com/7882249.html

16. 印奇在2026年要打的三场仗：千里智驾，阶跃基模，AI硬件

关键词：AI竞技场,大模型创业,商业化能力,智能驾驶,AI硬件

概要：印奇在2026年以阶跃星辰董事长和千里科技董事长的双重身份重返AI竞技场，聚焦“AI+终端”战略。阶跃星辰专注基座模型研发，目标重返“世界第一梯队”，并通过“软硬一体”实现商业化；千里科技则主攻智能驾驶，计划实现百万台车搭载量。行业背景上，大模型创业从热潮转向生存焦虑，资本更看重商业化能力。印奇认为，独立AI公司需避开与大厂的直接竞争，通过硬件闭环获取数据与收入。同时，千里科技与吉利深度合作，加速智驾落地，并瞄准未来具身智能。印奇强调商业闭环与技术信仰并重，认为中国AI需探索差异化路径，避免与巨头的消耗战。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7874361.html)：https://www.tmtpost.com/7874361.html

17. 马斯克“点火”，重估中国光伏？

关键词：光伏板块,太空光伏,BC电池,光伏玻璃,马斯克

概要：2月9日A股光伏板块大涨，光伏指数和太空光伏指数分别上涨3.40%和5.72%，多只个股涨停或涨幅超10%。这波行情的直接原因是马斯克近期频繁提及太空光伏，包括达沃斯论坛上的发言、特斯拉的100GW太阳能产能规划以及对中国光伏企业的调研，引发市场对太空光伏前景的乐观预期。然而，太空光伏的产业化仍面临技术和成本挑战，且当前光伏行业仍处于产能过剩和价格战的调整期。尽管资本热情高涨，但太空光伏的商业化仍需时间，多家企业表示相关业务尚处研发阶段，暂无订单。行业专家认为，虽然太空光伏为行业提供了新方向，但短期内仍需关注地面光伏的基本面修复。光伏板块的上涨更多是情绪驱动，但行业价值重估已开始。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7873754.html)：https://www.tmtpost.com/7873754.html

18. 视频模型的两条河流：字节跳动Seedance与OpenAI的分岔

关键词：视频生成,世界模拟器,AI技术,商业落地,伦理博弈

概要：字节跳动发布Seedance 2.0，与OpenAI的Sora形成鲜明对比。Sora追求物理仿真，而Seedance 2.0专注于解构内容消费逻辑，降低创作门槛。Seedance 2.0能通过人脸照片生成高度相似的声音和影像，展现对“人”的整体重构能力。OpenAI采用SaaS模式，而字节跳动走“超级应用”路线，技术更贴近大众。视频生成领域竞争激烈，数据成为关键资源，AI通过海量数据学习重建现实。然而，这也引发隐私和伦理问题，如AI可能完全模拟个人形象和声音，模糊真实与虚拟界限。技术革命已至，用户既是受益者也是数据贡献者，未来将面临更多关于真实性与数据使用的挑战。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7873175.html)：https://www.tmtpost.com/7873175.html

02

头部品牌动态 Top Brand News

头部品牌动态：

19. 无界动力完成超2亿元天使+轮融资，红杉、线性、高瓴持续追投

关键词：具身智能,机器人,融资,通用大脑,操作智能

概要：通用具身智能机器人公司“无界动力”完成超2亿元天使+轮融资，由红杉中国、深创投等新老股东共同投资。资金将用于机器人“通用大脑”与硬件的迭代及全球部署。公司由前地平线副总裁张玉峰创立，专注“通用大脑”技术，已实现研发到量产闭环，并与国内外头部企业合作。自研多模态大模型提升机器人任务表现，硬件平台支持高效推理。计划持续突破技术，推动具身智能多元应用。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7880677.html)：https://www.tmtpost.com/7880677.html

20. 跟Claude掰腕子，智谱MiniMax双模齐发

关键词：开源模型,股价大涨,市值突破,春节窗口期,AI产业

概要：智谱和MiniMax近期相继发布新模型GLM-5和M2.5，引发股价大涨。GLM-5定位复杂系统工程，参数量增至744B，引入异步强化学习框架和稀疏注意力机制，提升长程任务能力。MiniMax的M2.5则侧重高效，激活参数10B，成本低但速度快。智谱选择涨价策略，显示专业用户愿为高效工具付费；MiniMax因全球化布局获摩根大通看好。春节成为AI模型竞争关键窗口，国产大模型转向实用化，注重开发者需求。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7878216.html)：https://www.tmtpost.com/7878216.html

21. 禁用Claude、强推自研：亚马逊打响AI生态主权战

关键词：数据安全,知识产权保护,开发效率,交付周期,双重标准

概要：亚马逊禁止员工使用Anthropic的Claude Code，强制转向自研AI，理由是数据安全，但员工认为Claude性能更优。此举是亚马逊“全栈自研”战略的一部分，旨在通过垂直整合强化控制，但面临效率与安全的矛盾。行业普遍需权衡封闭生态与创新速度，亚马逊的成败取决于自研模型能否快速满足需求。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7885379.html)：https://www.tmtpost.com/7885379.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。