



**上海证券**  
SHANGHAI SECURITIES

# 端侧 AI 持续更迭，关注科技消费升级品类

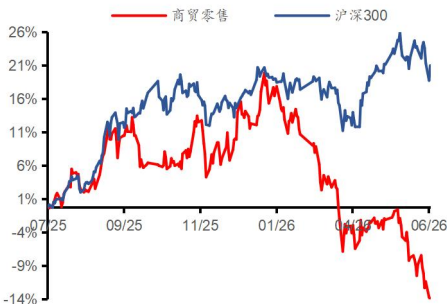
——新消费行业周报（20260629-0705）

## 增持（维持）

行业： 商贸零售  
日期： 2026年07月06日

分析师： 杜洋  
Tel: 021-53686169  
E-mail: duyang@shzq.com  
SAC 编号: S0870523090002

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《5月CPI温和上涨，关注618大促量增回归质升》

——2026年06月22日

《AI眼镜迎来新品浪潮，关注端侧AI产业端》

——2026年06月03日

《一季度CPI涨幅扩大，关注智能消费升级》

——2026年04月17日

■ 主要观点：

1) 消费电子 (AI 眼镜)：乐奇 Rokid 发布 YodaOS，定位全球首款智能眼镜 AIOS。6 月 26 日，Rokid Open Day 2026 在杭州举行，这场发布会 Rokid 首次提出 AIOS，发布 YodaOS 和乐奇 AI 助手 2.0，展示新一代空间计算设备 Rokid AR、智能骑行头盔。智能眼镜 AIOS 摒弃 App 概念，以 Agent 为核心，用意识流交互直接获取服务，AI 根据需求动态生成界面，底层平台合作伙伴包括京东、高德、支付宝、微信扫一扫，开放了底层 API 而非简单地把 App 装进眼镜，还公布了微信支付、扫码骑行、一键打车、看一眼买药等生态合作。按照硬科技产品发布会惯常的传播逻辑，AIOS、58° FOV、骁龙 8 Elite Gen 5，以及一系列 AI 生活服务功能成为关注焦点，Rokid 创始人兼 CEO 祝铭明 (Misa) 还讨论了 AI 眼镜摄像头带来的隐私争议、视障和听障人士如何使用 AI 眼镜，以及一家厂商应该如何面对技术的另一面。

Misa 还表示特地成立了专门的团队来做“无障碍场景”。对于普通人而言，阅读一段文字、查看药品说明、接听电话，几乎都是不需要思考的日常动作。对于部分视障、听障人士而言，这些事情可能需要专门设备，或者长期依靠身边人的帮助。AI 眼镜恰好具备改善这类体验的条件。目前，Rokid 的无障碍功能已经覆盖物体识别、AI 问答、普通文字阅读、电话字幕和面对面交流字幕等场景。视障用户可以通过眼镜“阅读”普通书籍、报刊和药盒说明；听障用户接听电话时，对方的语音可以被实时转化为眼前字幕。在多人对话场景中，系统还会尝试区分不同说话者，帮助用户判断每句话来自谁。

本次发布的乐奇 AI 助手 2.0，开始尝试识别用户的行程、时间和环境信息，在用户没有直接发出指令时主动提醒。过去的 AI 眼镜主要是“一问一答”，现在则开始向理解上下文、预判需求和主动执行迈进。这也是 AI 眼镜区别于传统消费电子产品的一步。手机上的应用通常需要用户主动打开，AI 眼镜却可能长期佩戴，并持续接触用户看到、听到和经历的信息。系统越了解用户，就越有机会在合适的时间提供帮助，也更容易越过用户能够感知和控制的边界。

随手机而流，还是向 AI 而行？我们认为，事实上，AI 眼镜行业的路线之争其实已然清楚。一条路是随手机而流。把 AI 眼镜当成手机在头上的延伸，核心还是围绕移动 OS，交互还是 GUI，服务还是 App，只不过屏幕从手里移到了眼前。不用重新发明轮子，可以直接

利用手机上成熟的生态，用户学习成本也低，但 AI 眼镜始终只会是手机的一种配件。另一条路线是向 AI 而行。把 AI 眼镜当成 AI 时代的原生终端，从操作系统到交互逻辑重新设计。不再以 App 为中心，而是以用户意图为中心，让服务围绕用户需求被调用，让 AIUI 跟着任务生成。当然，这也意味着必须打造全新的 OS、交互方式与生态，每一步都是坑。但如果走通，它就很可能成为新时代的 iOS 或 Android。

**2) 消费电子（智能影像）：6月10日，影石发布了首款双摄云台相机 Luna Ultra。**据《消费者报道》了解，影石 Luna 系列的最大亮点是采用了双摄和分离式屏幕设计，在产品形态和玩法上与现有云台相机形成了差异化。凭借这个优势，影石 Luna Ultra 在多个电商平台上架 5 分钟即售罄。6月23日下午，《消费者报道》从数家影石线下门店工作人员处获悉，目前线下门店仅剩极少量 Luna Ultra 现货。

云台相机是 2026 年 618 期间话题度较高的品类。据奥维云网（AVC）传统电商监测数据显示，2026 年 618 期间，云台相机销额同比增长高达 53.1%，依旧并保持较高增长态势。据悉，OPPO、vivo 两大手机厂商都计划在今年第四季度推出各自的首款云台相机。手机厂商的入局，可能会给云台相机赛道带来新的变量。这也意味着，云台相机赛道的竞争，才刚刚开始。

**3) 纺织服饰（运动户外）：2026 天猫运动户外 5-6 月（5月6日-6月21日）店铺排名公布，运动户外品类增长强劲，各大品牌表现亮眼，交出优异成绩单。**根据天猫户外运动，其中 FILA 官方旗舰店排名第一，阿迪达斯官方旗舰店排名第二，耐克官方旗舰店排名第三。这个 618，运动户外品类以惊人的爆发力再次证明了其强大的市场号召力。全民运动热潮持续升温，运动户外行业展现出广阔的增长空间。各大品牌正以更专业、更多元的产品矩阵，满足消费者日益增长的运动户外需求，书写运动户外消费市场的新篇章。

## ■ 投资建议

建议关注：

消费电子：立讯精密、歌尔股份、影石创新等。

纺织服饰：安踏体育、李宁、江南布衣等。

黄金珠宝：老铺黄金、老凤祥、潮宏基等。

潮玩谷子：泡泡玛特、布鲁可、TOPTOY（名创优品）等。

## ■ 风险提示

原材料价格波动；终端消费疲软；行业政策变动风险；市场竞争加剧风险等。

## 分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

## 公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

## 投资评级体系与评级定义

<b>股票投资评级：</b>	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20% 以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5% 以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
<b>行业投资评级：</b>	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数

相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。

### 投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

## 免责声明

本报告仅供上海证券有限责任公司(以下简称“本公司”)的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己判断。