

2026-2027中国消费AI硬件行业趋势报告

从非共识到新共识 · FUN20创新榜

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EO Intelligence, June 2026

2026-2027年，中国消费智能硬件行业正经历结构性跃迁。AI大模型端侧化、传感器微型化、供应链成熟与消费升级四力交汇，硬件从「功能载体」转变为「服务入口」。

8500亿+

六大品类合计市场规模

322%

AI眼镜出货量同比增长

86亿+

智能穿戴产业融资额

52+

AI玩具赛道融资事件

六大品类全景：

六大消费AI硬件赛道2026年合计约8,500亿元，可穿戴与健康双核领跑、桌面与运动快速放量；而睡眠经济作为健康核心场景已逼近6,200亿、2030将破万亿——硬件只是入口，AI订阅与健康服务才是真正的万亿级金矿。

核心洞察：

2026年是中国消费智能硬件行业从"量变"走向"质变"的关键年份。AI大模型的端侧化部署正在重塑每一个品类的价值链，从"功能载体"到"服务入口"的范式转移正在发生。

六大品类——智能穿戴、智能健康、智能运动、智能桌面、智能宠物、智能玩具——共同构成了中国消费智能硬件的完整版图。每个品类都有独特的增长动力和竞争格局，但共同指向一个趋势：硬件正在成为AI服务的载体和入口，真正的价值不在硬件本身，而在其所连接的AI能力和服务生态。

中国企业在这一轮智能硬件革命中具备显著优势：全球最完整的供应链、最活跃的创业生态、最大的消费市场、以及在大模型应用落地方面的领先地位。从大疆到影石，从RingConn到跃然创新，从正浩到云鲸，中国品牌正在从"世界工厂"升级为"全球智能硬件创新中心"。

未来三年，随着端侧AI能力的持续提升和消费者对AI硬件接受度的进一步提高，消费智能硬件行业将迎来前所未有的增长机遇。那些能够真正理解用户需求、构建AI能力壁垒、建立数据闭环并实现商业化落地的企业和品牌，将在这场智能硬件革命中脱颖而出，成为下一个十年的行业领导者。而中国，凭借其在供应链、创业生态、消费市场和AI应用落地方面的综合优势，有望在这场全球智能硬件革命中扮演引领者的角色。

目录

CONTENTS

01

行业概述与宏观背景

- 1.1 消费AI硬件的定义
- 1.2 消费AI硬件的历程
- 1.3 消费AI硬件的技术
- 1.4 消费AI硬件的产业图谱

02

消费AI硬件的六大品类

- 2.1 智能穿戴
智能眼镜 · 智能耳机 · 智能戒指 · 智能手环
- 2.2 智能健康
智能睡眠 · 智能监测 · 智能个护
- 2.3 智能运动
运动相机 · 智能健身 · 智能户外 · 智能出行
- 2.4 智能桌面
桌面AI终端与显示 · 游戏外设 · 游戏与娱乐 · 桌面陪伴与智能工位
- 2.5 智能宠物
智能喂养 · 智能清洁 · 智能看护
- 2.6 智能玩具
AI交互玩具 · 智能益智 · 智能乐器

03

FUN20消费AI硬件创新榜

- 3.1 FUN20评选标准
- 3.2 FUN20消费AI硬件创新榜

04

洞察与未来展望

- 4.1 趋势预测
- 4.2 六大洞察
- 4.3 对多方建议

目录

CONTENTS

01 行业概述与宏观背景

- 1.1 消费AI硬件的定义
- 1.2 消费AI硬件的历程
- 1.3 消费AI硬件的技术
- 1.4 消费AI硬件的产业图谱

02 消费AI硬件的六大品类

- 2.1 智能穿戴
智能眼镜 · 智能耳机 · 智能戒指 · 智能手环
- 2.2 智能健康
智能睡眠 · 智能监测 · 智能个护
- 2.3 智能运动
运动相机 · 智能健身 · 智能户外 · 智能出行
- 2.4 智能桌面
桌面AI终端与显示 · 游戏外设 · 游戏与娱乐 · 桌面陪伴与智能工位
- 2.5 智能宠物
智能喂养 · 智能清洁 · 智能看护
- 2.6 智能玩具
AI交互玩具 · 智能益智 · 智能乐器

03 FUN20消费AI硬件创新榜

- 3.1 FUN20评选标准
- 3.2 FUN20消费AI硬件创新榜

04 洞察与未来展望

- 4.1 趋势预测
- 4.2 六大洞察
- 4.3 对多方建议

1.1 消费AI硬件的定义、宏观环境与发展历程

范围定义

本报告所覆盖的六大品类——智能穿戴、智能健康、智能运动、智能桌面、智能宠物、智能玩具——共同构成了消费智能硬件的主体版图。这一分类的逻辑基础是“使用场景”而非“技术路线”：智能穿戴覆盖人体佩戴场景，智能健康覆盖个人健康管理场景，智能桌面覆盖办公场景，智能宠物覆盖宠物养育场景，智能运动覆盖运动与户外活动场景，智能玩具覆盖娱乐与情感交互场景。需要特别说明的是，已成为大众共识的品类不纳入本报告研究范围，如手机，扫地机器人等。

宏观环境



政策层面

2026年消费品以旧换新政策将智能眼镜等可穿戴智能设备新增纳入补贴范围，带动1至5月零售额同比增长超1倍。补贴资金撬动比由2025年的1:7.8提升至1:10.3，政策杠杆效应显著增强。此外，《智能感知设备产业发展行动计划（2024-2027年）》明确提出支持智能摄像头、运动相机、无人机影像系统等核心产品的发展，为行业提供了顶层政策指引。



投资层面

2026年上半年中国智能穿戴产业融资额超86亿元，AI玩具赛道2025年融资事件超52起。资本明显偏好“AI+硬件”的交叉赛道，尤其是具备大模型自研能力或深度定制能力的团队。红杉中国、源码资本、蓝驰创投、高秉强、李泽湘等成为智能硬件领域最活跃的投资方。



用户层面

中国消费者对智能硬件的接受度显著高于全球平均水平。IDC数据显示，2025年中国智能可穿戴设备出货量达2.1亿台，占全球份额约36%。消费者从“尝鲜购买”转向“日常依赖”，智能穿戴设备的日均使用时长持续上升，AI玩具的复购率和订阅续费率也超出市场预期。



技术层面

大模型端侧化是最大的技术变量。7B参数级别的大模型已经可以在消费级芯片上本地运行，推理延迟降至2秒以内。多模态感知（语音+视觉+生物信号）使得硬件产品能够更全面地理解用户状态。传感器微型化则催生了智能戒指等超小型穿戴形态，PPG、BCG、UWB等传感器芯片的成本下降和体积缩减为新品类的爆发提供了硬件基础。

行业发展历程

2014-2018

物联网时代

以智能手环、智能插座、智能灯泡为代表，核心特征是“联网+APP控制”。这一阶段的产品本质上是传统电子产品的互联网化，智能程度有限，用户粘性低。小米生态链是这一阶段的典型代表，通过投资孵化大量硬件创业公司，构建了初具规模的IoT产品矩阵。

2019-2023

智能语音时代

智能语音时代。以智能音箱、智能手表、扫地机器人为代表，核心特征是“语音交互+场景自动化”。AI能力以云端为主，产品开始具备一定的感知和决策能力，但交互方式单一，个性化程度低。这一阶段出现了首批估值超百亿的智能硬件公司，如石头科技、云鲸智能等。

2024-至今

AI原生硬件时代

AI原生硬件时代。以AI眼镜、AI玩具、智能戒指为代表，核心特征是“大模型端侧部署+多模态感知+主动服务”。这一阶段的产品从设计之初就以AI为核心，而非在传统硬件上叠加AI功能。大模型的本地化部署使得产品能够在不依赖云端的情况下实现复杂的自然语言理解和个性化交互，真正实现了“智能”的质变。

1.2 核心技术驱动力：端侧AI重塑硬件

AI大模型端侧化

2024年至2026年，大模型从云端向端侧的迁移是智能硬件行业最重要的技术变革。跃然创新BubblePal搭载离线7B大模型，2秒生成个性化童话；李未可AI记忆眼镜自研WAKE-AI大模型，实现"会记住你说过什么"的个性化助手。端侧AI的核心优势在于低延迟、隐私保护和离线可用性，这使得许多此前因网络延迟或隐私顾虑而无法实现的产品形态成为可能。

传感器微型化与多模态融合

传感器微型化与多模态融合：智能戒指之所以能在2025年迎来爆发，根本原因在于PPG传感器、加速度计、温度传感器的体积和功耗下降到了可以塞进一枚4.4克戒指的程度。原子埃尔的震动AI交互戒指厚度不到2.5毫米，集成PPG/体温/运动三类传感器，同时自研健康垂类大模型。多模态融合使得硬件不再依赖单一信号，而是综合语音、视觉、生物信号等多维数据做出更准确的判断。

通信与计算芯片升级

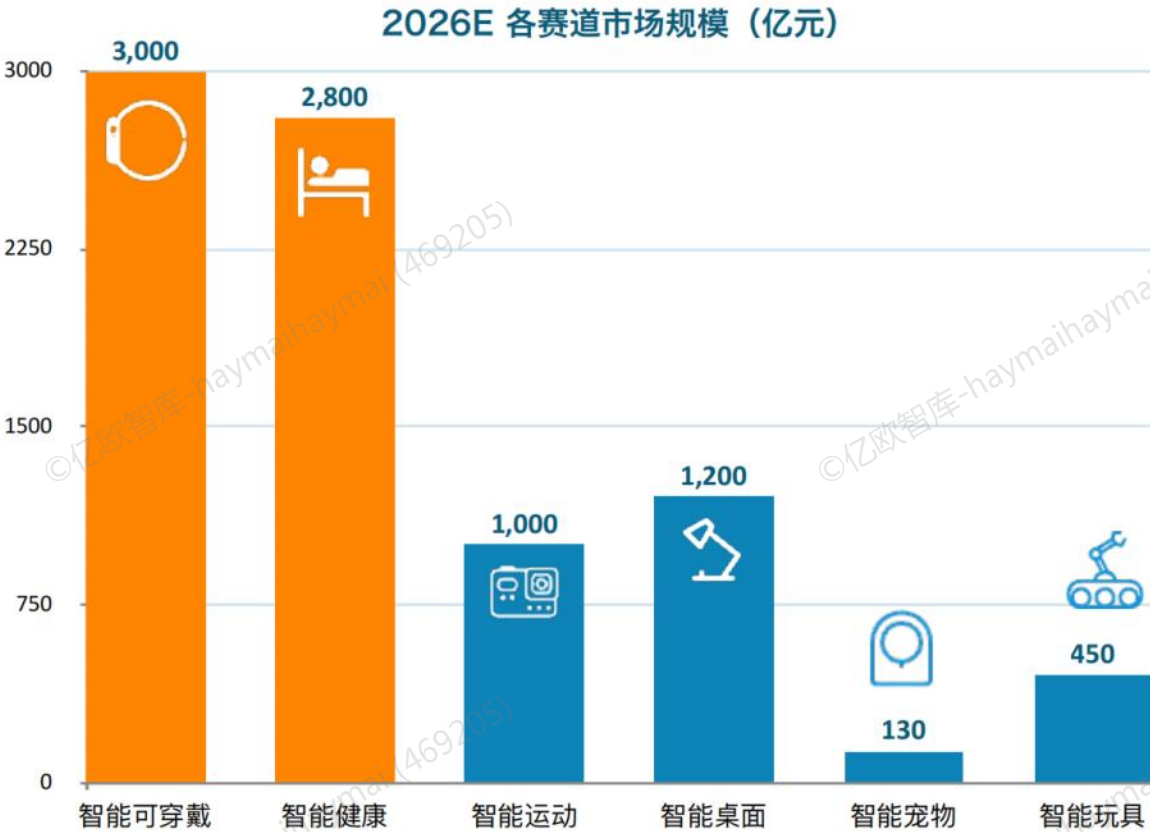
蓝牙5.4、UWB超宽带、Wi-Fi 7等通信技术的普及为智能硬件提供了更稳定、更低延迟的连接能力。AeroBand空气架子鼓利用UWB超宽带精确定位击打点，实现"空气中打鼓"的体验。端侧NPU芯片的算力提升则支撑了更复杂的AI推理任务在本地完成。

电池与能源技术

智能戒指RingConn实现12天续航，便携储能设备正浩EcoFlow从单一储能向家庭能源管理中枢演进。电池能量密度的提升和快充技术的普及，直接决定了穿戴设备和便携设备的用户体验底线。

1.3 消费AI硬件赛道市场规模预测

六大消费AI硬件赛道2026年合计约8,500亿元，可穿戴与健康双核领跑、桌面与运动快速放量；而睡眠经济作为健康核心场景已逼近6,200亿、2030将破万亿——硬件只是入口，AI订阅与健康服务才是真正的万亿级金矿。



单位：亿元人民币 · 预估口径（硬件设备为主，智能健康含设备/服务双口径说明见注）

赛道	2026E（亿）	同比	核心品类
智能可穿戴	≈3,000	+18%	AI眼镜/耳机/戒指/手表手环
智能健康	≈2,800	+17%	可穿戴健康设备+医疗设备+监测/康复/睡眠
智能运动	≈1,000	+12%	运动相机+智能健身+便携储能
智能桌面	≈1,200	+25%	办公/游戏外设+AI桌面硬件+智能家具
智能宠物	≈130	+15%	喂养/监测/陪伴/清洁护理
智能玩具	≈450	+22%	AI交互/教育/情感终端
六大合计	≈8,500	—	硬件设备合计

注：智能健康「≈2,800亿」为硬件设备口径；含服务大口径（智慧健康管理行业）2026约1.36万亿。睡眠经济2025约5,737亿、2026约6,167亿、2030破万亿。其余为行业公开数据预估。
获取更多维度报告数据，请访问亿欧网 (www.iyiou.com)

1.4产业图谱：智能硬件上中下游

核心趋势：上游国产替代加速 | 中游制造优势全球独有 | 下游出海从性价比输出升级为品牌+技术输出

上游：核心元器件与技术

端侧AI芯片	传感器/MEMS	电池	通讯与连接	光学与微显示	存储	电源管理

中游：方案设计与制造

ODM/EMS	端侧AI芯片	AI算法与视觉	工业设计	产业生态

下游：品牌与渠道

品牌方	渠道方

目录

CONTENTS

01

行业概述与宏观背景

- 1.1 消费AI硬件的定义
- 1.2 消费AI硬件的历程
- 1.3 消费AI硬件的技术
- 1.4 消费AI硬件的产业图谱

02

消费AI硬件的六大品类

- 2.1 智能穿戴
智能眼镜 · 智能耳机 · 智能戒指 · 智能手环
- 2.2 智能健康
智能睡眠 · 智能监测 · 智能个护
- 2.3 智能运动
运动相机 · 智能健身 · 智能户外 · 智能出行
- 2.4 智能桌面
桌面AI终端与显示 · 游戏外设 · 游戏与娱乐 · 桌面陪伴与智能工位
- 2.5 智能宠物
智能喂养 · 智能清洁 · 智能看护
- 2.6 智能玩具
AI交互玩具 · 智能益智 · 智能乐器

03

FUN20消费AI硬件创新榜

- 3.1 FUN20评选标准
- 3.2 FUN20消费AI硬件创新榜

04

洞察与未来展望

- 4.1 趋势预测
- 4.2 六大洞察
- 4.3 对多方建议

2.1.1 品类定义与市场全景

智能穿戴是消费智能硬件中规模最大、品类最丰富的赛道。本报告所指的智能穿戴包括智能眼镜、智能耳机、智能戒指、智能手表与手环四个细分品类。这些品类的共同特征是”佩戴在人体上”，通过传感器采集人体数据或环境信息，并通过AI算法提供交互和服务。

2025年，中国智能可穿戴设备出货量达2.1亿台，占全球份额约36%，销售额达380亿美元，同比增长15.2%。其中，智能手表出货量同比增长18%，耳戴设备增长11%，智能手环因功能替代效应增速放缓至3%。预计2026年中国市场出货量将达2.4亿台，销售额突破430亿美元。到2030年，中国市场规模有望接近800亿美元，复合年增长率约14%。

2026年上半年，包括智能眼镜在内的可穿戴智能设备零售额同比增长超过1倍，政策补贴效应显著。同期，中国智能穿戴产业融资额超86亿元，资本市场对这一赛道的信心持续增强。

从全球视角看，2024年全球可穿戴设备市场规模达1798亿美元，预计到2034年将突破9952亿美元。中国市场的增速显著高于全球平均，且在多个细分品类中已建立全球竞争力。2025年海外智能穿戴品类需求同比增长58%，其中智能眼镜激增219.5%、智能戒指增速87%，中国品牌出海势头强劲。



01 智能穿戴

2.1.2 智能穿戴4大赛道概况及趋势



智能眼镜

下一代计算平台的曙光

智能眼镜是2025年至2026年增长最为迅猛的智能穿戴品类。IDC数据显示，2025年全球智能眼镜市场出货量达1477.3万台，同比增长44.2%；其中，中国市场出货量为246万台，同比增长87.1%，增速接近全球平均的两倍。2025年中国智能眼镜市场规模达112.1亿元，同比增长132%。Omdia数据显示，2025年全球AI眼镜出货量达870万台，同比激增322%，其中中国市场占比10.9%。亿欧预测，2026年中国广义智能眼镜出货量有望达491.5万台，同比增长77.7%。2026年上半年，智能眼镜品类被纳入消费品以旧换新补贴范围，进一步加速了市场渗透。

趋势判断：

- 1, AI音频眼镜率先放量，AR显示眼镜仍需等待光学方案突破和成本下降；
- 2, AI记忆成为核心差异化能力，从能回答问题升级为了解你这个人；
- 3, 眼镜正在成为继手机之后的“第二屏幕”和“AI入口”，其价值不在于硬件本身，而在于所连接的AI服务生态。



智能耳机

从音频设备到AI入口

智能耳机是智能穿戴中出货量最大的细分品类，但也是创新空间最容易被低估的品类。传统TWS耳机的核心竞争维度是音质、降噪和续航，而AI耳机的核心竞争维度正在转向实时翻译、会议记录、语音助手等AI服务能力。Plaud刚刚推出耳机，其之前的录音卡的商业模式对智能耳机品类具有重要参考意义。Plaud Note AI录音卡薄如银行卡，可吸在手机背面，全球出货超100万台，年化收入逼近2.5亿美元，其中约半数来自AI订阅。覆盖170个国家，连续2年10倍增长。这家深圳南山公司的成功揭示了“硬件引流+AI订阅”模式的巨大潜力——硬件只是入场券，真正的价值在AI服务费。

趋势判断

- 1, 翻译、会议记录、内容摘要等AI功能正在成为中高端耳机的标配；“硬件低价+服务订阅”的商业模式将逐步普及；
- 2, 耳机作为全天佩戴的设备，其AI助手价值将逐渐超越手机端助手，因为耳机的交互更自然、更即时。



智能戒指

贴身穿戴的最后一块蓝海

智能戒指是2025年至2026年增长最快的智能穿戴细分品类之一。Omdia数据显示，全球智能戒指出货量从2023年的85万台增长至2024年的180万台，2025年上半年已达160万台，全年预计突破400万台，较2023年增长近5倍。全球智能戒指市场2025年规模约6.976亿美元，预计2026年达10.1亿美元，到2035年将达78亿美元，年复合增长率25.4%。这一增速在所有智能穿戴细分品类中名列前茅。芬兰品牌Oura以74%的市场份额遥遥领先，但中国品牌正在快速追赶。

趋势判断：

- 1, 从“持续监测”走向“主动干预”——智能戒指成为个人健康AI的核心入口
- 2, 去屏幕化与饰品化并行——重新定义可穿戴的形态边界
- 3, 场景垂直化+中国品牌全球化——市场从“一超”走向“多极分层”



智能手环

存量市场的AI升级

智能手环是智能穿戴中出货量最大的基础品类，但已进入增速放缓的存量阶段。2025年上半年中国智能手环与手表合计出货量达3390万台、同比增长36%，然而增量主要来自智能手表对智能手环的功能替代——纯智能手环自身增速仅约3%，市场趋于饱和。这一品类的核心挑战在于创新空间收窄。心率、血氧、睡眠等基础健康监测已高度同质化，单纯的硬件参数堆叠难以再制造溢价，AI能力的嵌入成为新的差异化方向。

趋势判断：

- 1, AI教练功能，依托“手环”全天佩戴、长续航”的天然优势持续采集数据，基于个人运动与健康目标提供个性化训练建议；
- 2, AI健康预警，从“记录数据”升级为“解读数据并预警风险”，尤其在睡眠与心率异常场景；
- 3, 轻量化独立通信，通过eSIM轻量版、NFC与消息直达，让手环在不牺牲续航的前提下减少对手机的依赖，成为真正的随身常驻节点。

2.1.3 投融资与未来趋势



投融资

2026年上半年，中国智能穿戴产业融资额超86亿元，是所有智能硬件品类中资本最密集的赛道。投资热点集中在三个方向：AI眼镜（Rokid、XREAL、李未可等）、智能戒指（RingConn、今日宜休、原子埃尔、弦指科技等）、AI耳机（未来智能、时空壶等）。值得注意的是，智能穿戴赛道的投资逻辑正在从“硬件参数竞赛”转向“AI能力竞赛”。投资人越来越关注团队的大模型自研或深度定制能力、数据闭环能力以及AI服务的商业化潜力，而非单纯的硬件出货量和毛利率。



未来趋势

1. AI眼镜2026-2027年将迎来分水岭：音频眼镜已验证市场接受度，下一轮竞争焦点是AR显示能力和AI原生交互。能同时做好光学方案和AI能力的公司将确立长期竞争优势。
2. 智能戒指有望在2027年突破千万级出货：随着算法成熟和应用场景扩展（健康监测、支付、身份认证），智能戒指将成为继手表之后的下一个大众穿戴品类。
3. "硬件+AI订阅"模式将重塑穿戴设备商业逻辑：硬件利润只是冰山一角，AI健康解读、AI翻译服务、AI个性化助手的订阅收入将成为核心营收来源。
4. 出海是中国穿戴品牌的必选项：2025年海外智能穿戴品类需求同比增长58%，中国品牌在性价比、供应链和AI能力上具备全球竞争力。

2.2.1 品类定义与市场全景

智能健康硬件是指以个人健康管理为核心目的，集成传感器和AI算法，具备生理数据采集、健康状态评估、疾病预警或干预能力的消费电子终端。本品类涵盖睡眠健康硬件、健康监测设备、智能个人护理三个细分方向。

睡眠健康是智能健康赛道中增速最快、创新最密集的细分领域。2023年中国睡眠经济整体规模达4955.8亿元，其中智慧睡眠相关产品占比约30%，规模约1500亿元。2025年智慧睡眠细分市场预计突破2000亿元，智能睡眠设备渗透率达32%，较2024年提高10个百分点。国内失眠人群已突破3亿，超5亿人面临睡眠质量不佳的困扰，庞大的需求基数为睡眠硬件市场提供了巨大的增长空间。

智能可穿戴健康设备方面，2024年中国市场规模达615亿元，同比增长7.1%，2025年约707亿元，预计2026年达826亿元。智能手环的睡眠监测功能已成为健康管理的核心，与心率、血氧构成消费健康管理的“黄金三角”。智能床垫平均客单价超6000元，年销数万张，智能睡眠设备销售额增速超100%。



2.2.2 智能健康3大赛道概况及趋势



智能睡眠 从监测到干预

睡眠健康硬件是2025年至2026年创新最为密集的智能健康细分领域。这一领域的范式正在发生根本性转移：从“告诉你睡得不好”的监测阶段，进入“帮你睡得更好”的干预阶段。

干预路径上，不同技术流派正沿温度、光、声三条主线切入睡眠赛道。温度流派以智能床垫、温控被、凉感枕为代表，通过主动调节体表温度缩短入睡时长、延长深睡；光流派以昼夜节律灯、日出闹钟、助眠红光为核心，用光照信号校准生物钟；声流派则涵盖白噪声、粉红噪声与AI生成舒缓音景，掩盖环境干扰、引导脑波放松。三类方案正从单点设备走向“监测—干预—反馈”的闭环，并加速与床品、卧室环境系统融合，构成下一代睡眠硬件的基本形态。

趋势判断：

- 1，监测从单一走向多维。由早期加速度计（翻身计数）扩展至HRV、血氧、呼吸率、体温、打鼾等多维生理信号，数据更全更准。
- 2，从被动监测走向主动干预。由“告知睡得差”升级为“主动帮睡好”，从信息展示跨越到健康改善，是范式级转移。
- 3，全屋睡眠生态成远期愿景。智能枕/床垫与环境光、温、湿、声系统联动，睡眠硬件不再孤立，融入卧室场景。

数据来源：亿欧智库



智能监测 从医院到家庭

健康监测设备的趋势是“专业医疗级能力向消费级产品迁移”。智能戒指RingConn已获国内医疗器械认证，原子埃尔的自研健康垂类大模型可预警生理数据。这些产品正在模糊消费电子和医疗器械的边界。

核心监测能力包括：心血管监测：PPG传感器可实时监测心率、心率变异性（HRV）、血氧饱和度（SpO2）。部分高端产品已具备房颤检测能力。体温监测：连续体温监测可辅助女性生理周期管理和疾病早期预警。睡眠监测：多维度睡眠分期（浅睡、深睡、REM）、睡眠呼吸暂停筛查。运动监测：步数、卡路里、运动类型识别，配合AI教练提供个性化训练建议。

趋势判断：

- 1，医疗认证将成为竞争壁垒，获证产品可在健康预警和保险合作等场景中建立差异化优势；
- 2，AI解读能力是核心增值点，原始数据对普通用户价值有限，AI将数据转化为可理解、可执行的健康建议才是关键；
- 3，与医疗保险的联动是远期商业模式，健康数据驱动的个性化保险定价有望成为新的营收来源。



智能个护 从电动到智能

智能个人护理是一个容易被忽视但增长稳健的细分领域。它横跨口腔、护肤、毛发三大场景，涵盖电动牙刷、智能冲牙器、智能美容仪、智能剃须刀、智能吹风机等产品，正从“电动化”向“智能化”全面升级。与可穿戴不同，个护硬件使用高频、贴身、强习惯，用户一旦形成依赖便难以切换，因此具备极强的消费黏性。

这一品类的核心特点是高毛利、高复购（耗材驱动）和高品牌忠诚度。一支千元级美容仪的利润率远高于传统小家电，而刷头、精华舱等耗材构成持续性收入，品牌一旦占领用户心智便难以被替代。AI能力的嵌入正从“自动执行”走向“个性化护理”——智能牙刷可根据刷牙轨迹与力度评估口腔健康状态并给出改进建议，智能美容仪可基于肤质与肌肤状态数据动态调整护理模式，智能剃须刀也能依据胡须密度自适应调节动力。

趋势判断：

- 1，从功能设备走向护理管家。AI基于长期护理数据生成并持续迭代个性化方案，硬件从一次性工具变为长期陪伴的健康伙伴。
- 2，耗材订阅化与硬件服务化。刷头、精华等按用量自动补货，硬件低价获客、耗材持续变现，形成稳定现金流与用户锁定。
- 3，专业化与医疗化融合。向口腔预防、皮肤检测等专业场景靠拢，并联动口腔诊所、医美机构，提升专业背书与溢价空间。

获取更多维度报告数据，请访问亿欧网 (www.iyiou.com)

2.2.3案例分享：智梦可——以智驾级数据闭环定义持续进化的私人健康AI Agent

- ◆ 智梦可是一家致力于私人健康机器人研发的人工智能科技公司，集结了一支工程师与科学家占比超80%的核心团队，以睡眠场景为入口，专注于消费级私人健康机器人的落地研发及生态应用。
- ◆ 从算法模型的迭代优化到具身智能技术的融合应用，智梦可研发团队以 AI 驱动精准干预技术，以“睡眠”这一最高频、最刚需的私人健康场景为切入点，为用户打造更具效率的个性化私人睡眠解决方案。让科技不仅精准适配个体的睡眠需求，更延伸至家庭场景中每一位成员的私人健康管理，真正践行“科技赋能全家睡眠健康”的品牌初心。

智梦可AI睡眠超充垫 感知-决策-执行-进化的数据闭环

感知层：VitaEcho™ 超微匿踪感知系统

在厚度仅1.7cm的垫体内嵌入了薄至50μm的PVDF柔性压电传感器，实现了无感贴合与无辐射安全。该系统支持1000次/秒的高频采样，能够精准捕捉心冲击图（BCG）、呼吸谱、体动等关键生理数据，真实还原用户的睡眠状态。

决策层：VitaNeuro™ 健康垂类模型

智梦可自主研发了专为私人健康定制的VitaNeuro模型。该模型能够深度学习用户的睡眠习惯、周期与体征数据，并结合外部环境动态因素与季节节律变化，为每位用户量身定制个性化的睡眠控温方案。

执行层：VitaFlux™ 动态控温科技

通过自研智温算法与多端无感协同，结合独立运行的冷热温控单元，该技术能够实时响应用户的睡眠温度需求。其控温范围覆盖12℃-55℃，可实现精准调节和毫秒级响应，且采用全密闭循环水路实现水电分离，保障安全。

进化层：“影子系统”架构与长效记忆

引入了源自自动驾驶领域的“影子系统”架构，赋予模型算法持续迭代升级的能力。系统具备长达三年的MemoryBase长效记忆，能够日复一日地精准匹配用户的个人睡眠曲线，实现“越睡越懂你”的自主进化。

智梦可私人健康机器人

长周期连续刚需睡眠场景数据的长期价值

刚需睡眠场景，全面稳定无感的连续监测，确保数据的纯净

场景刚需

每个人每天都会发生
且睡眠痛点真实存在

用户无感

无需穿戴额外设备
无需额外操作

长周期数据

每人每天1/3时间数据数
据维度全且便于处理

数据纯净稳定

不受情绪波动、社交场景等影响
内外部环境稳定便于长周期数据挖掘

智梦可在实践“健康管理的平权”，目标打造私人健康管理入口

智梦可通过AI睡眠超充垫采集数据、通过小可机器人解读服务，把昂贵的长周期健康追踪变成了每个人都能享有的基本权利

智慧与情商并存 24H专属的“满分”硅基家人

极致的交互与健康解读

多维感知的“全能管家”

情感连接，私人健康管家



未来，在睡眠场景之外，智梦可还会从运动和饮食等领域切入健康管理

2.2.4投融资与未来趋势



投融资

智能健康赛道的投融资呈现"两极化"特征：一极是睡眠硬件等新兴细分领域，融资活跃，创业者背景豪华（前小米/华为/讯飞高管），但多数处于早期阶段；另一极是健康监测穿戴设备，头部企业已具规模（如RingConn 57%国内份额），融资轮次靠后，估值较高。值得注意的是，奇绩创坛、追觅系天空工场、李泽湘体系等产业资本在智能健康赛道的布局尤为密集。这些投资方不仅提供资金，还带来供应链资源、制造经验和行业洞察，对早期硬件创业公司的帮助尤为关键。



未来趋势

1. 睡眠干预硬件将迎来爆发：从"监测"到"干预"的范式转移将催生一批新品类和新公司，智能枕、智能床垫、睡眠戒指等产品有望在2027年前实现规模化放量。
2. 健康数据与AI解读的深度融合：原始生理数据的价值将通过AI解读被充分释放，"数据采集-AI分析-健康建议-效果追踪"的闭环将成为产品标配。
3. 医疗级认证成为差异化壁垒：随着监管趋严，获得医疗器械认证的产品将在健康预警、保险合作等高价值场景中建立竞争壁垒。
4. 睡眠经济有望突破万亿：2025年睡眠经济整体规模约5500亿元，其中智能睡眠产品占比持续提升。随着干预类产品的普及和全屋睡眠生态的落地，睡眠经济有望在2030年前突破万亿规模。

2.3.1 智能运动：品类定义与市场全景

智能运动是围绕“运动前、运动中、运动后”全链路的智能硬件集合。本报告按场景将其划分为四大细分品类：以记录与创作为核心的运动相机，以居家训练为核心的智能健身，以露营、钓鱼、骑行、越野为载体的智能户外，以及覆盖两轮车、骑行装备与出行安全的智能出行。与可穿戴“贴身采集人体数据”不同，智能运动硬件采集的是场景数据——影像、轨迹、能耗与环境信息，并通过 AI 完成记录、指导与安全保障，其价值锚点在于“把运动过程变成可分析、可优化、可分享的数据资产”。

2025 年，中国智能运动硬件（运动相机、智能健身设备、便携储能及户外智能装备、出行智能硬件）合计规模约 870 亿元、同比增长约 17%，预计 2026 年将突破 1,000 亿元。增量呈“两端驱动”：一端是运动相机的爆发式增长——2025 年中国消费级运动相机线上零售额 97.1 亿元、同比激增 223%；全球手持智能相机出货 1,665 万台、同比增长 83%，其中运动相机超 800 万台（+61%）、全景相机超 250 万台（+50%），全景品类全球规模达 12.12 亿美元、同比增长 88%。另一端是便携储能的规模化放量——2025 年中国市场规模 328.6 亿元、同比增长 37.2%，2026 年有望达 442.7 亿元，是四大赛道中体量最大、增速第二的细分。智能健身设备 2025 年规模约 405.8 亿元、同比增长 38.5%，AI 交互设备渗透率超 40%、2026 年有望升至 50% 以上；智能出行则依托超大底盘——2025 年中国电动两轮车销量 6,370 万台、同比增长 29.5%，社会保有量突破 4.5 亿辆，其中智能化车型占比约 35%，但具备 OTA、车联网与 APP 互联的深度智能化渗透率仍不足 10%，升级空间巨大。

从全球视角看，中国品牌在这一赛道已建立显著全球竞争力：运动相机领域，中国厂商合计占据全球手持智能相机出货量超八成份额，老牌巨头 GoPro 出货量同比下滑 25.9%；便携储能领域，中国贡献全球约 92% 的产能，2025 年出口额 48.3 亿美元、占全球出口总额的 63.7%，北美、日本、德国为前三大目的地；电动两轮车 2025 年出口 2,674.5 万辆、同比增长 20.9%，欧洲占 38%、北美占 22%。需求侧同样乐观：中国户外运动参与人数已超 4 亿，露营市场规模达 2,139.7 亿元、同比增长超 60%；全球电动自行车市场 2025 年突破 380 亿美元、销量 6,800 万辆。IDC 预计到 2030 年全球手持智能相机市场有望超过 4,000 万台，五年复合增长率接近 20%。一级市场融资亦明显向运动相机与便携储能两端集中。展望 2026 年，智能运动将是六大消费 AI 硬件赛道中增速分化最剧烈的一块：影像与能源继续高歌，健身与出行则进入“智能化率提升”的慢变量兑现期。



智能运动

2.3.2 智能运动4大赛道概况及趋势



智能相机

从拍摄工具到AI影像伙伴

运动相机是智能运动中商业化最成熟的品类。据行业机构估算，全球市场规模约 300 亿元并保持双位数增长，中国品牌已占据全球主要份额。品类正沿三条线进化：影像能力上，从 4K 走向 8K 全景、更强防抖与低光表现；交互形态上，跟随运动相机通过视觉识别实现自动跟拍、手势控制，让“一个人也能拍出大片”；创作链路上，AI 自动剪辑正把从素材到成片的周期从小时级压缩到分钟级。运动相机正从极限运动标配，走向大众创作者与家庭的日常记录设备。

趋势判断：

- 1，无感跟拍成基线：AI 跟随、手势/语音控制让解放双手从卖点变为标配；
- 2，AI 剪辑重构创作链路：走向“拍摄—剪辑—发布”一体化影像伙伴；
- 3，场景外溢：向亲子、宠物、骑行 vlog 等大众场景渗透，量价齐升。



智能健身

从内容堆料到AI教练

居家健身在疫情红利退潮后进入理性期，智能健身镜等“内容堆料”产品明显降温，行业转向力量训练智能化：自适应配重的智能力量站、AI 划船机、智能跳绳等新品类崛起，通过摄像头与传感器识别动作并实时纠错。中国智能健身硬件市场规模约百亿元，硬件增速放缓，但课程订阅与会员服务收入占比持续提升，“硬件+内容+服务”成为主流商业模型。

趋势判断：

- 1，AI 教练个性化：基于体测与训练数据动态生成课程，从“跟练”走向“私教”；
- 2，力量训练智能化：自适应配重与动作纠错成为新增长极；
- 3，商业模式服务化：硬件获客、订阅变现，复购决定生死。



智能户外

户外热潮下的装备智能化

露营、钓鱼、骑行、越野跑从小众走向大众，户外装备智能化随之提速。便携储能是中国品牌全球竞争力最强的细分，全球产能与出货的九成以上来自中国，2026 年国内规模有望达数百亿元；声呐探鱼器、智能头灯、智能对讲、气象监测站等垂类装备密集涌现。智能户外硬件的核心价值是“能源+安全+数据”：为户外持续供电，用传感器兜底安全，用数据提升渔获与运动表现。

趋势判断：

- 1，能源先行：便携储能+太阳能构成户外供电标准组合，并向家庭储能延伸；
- 2，安全升级：卫星通信、一键 SOS、跌倒检测从旗舰下探到主流价位；
- 3，垂类深耕：钓鱼、骑行、登山各自长出专属硬件矩阵，垂直场景闭环成护城河。



智能出行

存量市场的AI升级

骑行热与通勤升级推动出行硬件智能化。全球电动两轮车年销量超 5,000 万辆，智能化车型渗透率快速提升；智能头盔（通话、导航、摔倒报警）、智能码表、骑行雷达等配件市场同步扩容。智能出行的本质是“人—车—路”数据闭环：车机互联、防盗定位、骑行数据管理，正在把传统代步工具升级为可迭代、可服务的智能终端。

趋势判断：

- 1，两轮车智能化：中控+APP 互联+OTA 升级，走向“轮上的智能设备”；
- 2，头盔成为新入口：通信、AR 导航与安全监测集成，强标政策加速普及；
- 3，数据服务化：防盗、保险、维保订阅让硬件从一次性销售转向持续运营。

2.3.3 智能运动投融资与未来趋势



投融资

投融资：热度向"影像+能源"两端集中

资本明显向运动相机与便携储能两端集中：影石已完成上市，大疆长期保持非上市状态但估值超千亿；便携储能头部企业资本化进程加速（华宝新能已登陆A股，正浩创新冲刺IPO），是智能运动中投资热度最高的细分。相比之下，智能健身赛道降温明显、估值普遍回调；智能出行以已上市的整车公司为主，新创公司直接进入整车制造的机会有限。

创业公司的机会窗口：垂直场景与配件层

机会主要落在两处：一是**运动影像的垂直场景**——水下摄影、夜视影像、工业检测、第一视角直播等，双龙头的规模优势难以全覆盖；二是**出行与户外的配件层**——智能头盔、骑行雷达、卫星通信终端，以及探鱼器、智能头灯、气象站等垂类装备。共同特征是："大厂看不上的细分，恰恰是小厂能做成闭环的场景。"



未来趋势

- 1, AI 让硬件从"记录运动"走向"理解运动"。运动相机不再只是拍下来，而是自动识别高光时刻、一键成片；健身器材不再只是测数据，而是基于体测与训练史生成动态课程；出行硬件不再只是定位，而是预测风险、主动干预。数据—洞察—干预的闭环，正在把一次性硬件销售变成可持续的服务关系。
- 2, 影像与能源构成增长的"双引擎"。运动相机（中国线上零售额+223%）与便携储能（中国328.6亿元、+37.2%）贡献了智能运动绝大部分增量，且两者共享同一个底层逻辑：中国供应链能力 × 全球户外与内容创作需求。这也是中国品牌在该品类能拿到全球八成以上份额的根本原因。
- 3, 智能化率是未来五年最确定的慢变量。健身与出行两大存量赛道的新增需求有限——两轮车销量已近6,400万台、保有量超4.5亿辆，行业进入置换周期；真正的增量来自智能化渗透率的抬升：智能化车型占比约35%，但具备OTA、车联网与APP互联的深度智能化率仍不足10%。谁能把"功能车"改造成"可迭代的智能终端"，谁就能分到这块最大的蛋糕。
- 4, 场景碎片化是创业公司唯一的护城河。双龙头与上市巨头锁死了正面战场，但水下摄影、夜视影像、工业检测、探鱼器、骑行雷达、智能头盔等垂直场景规模有限、需求离散，大厂难以用标准化产品覆盖。对创业者而言，"大厂看不上的细分，恰恰是能做成闭环的场景"；对投资人而言，判断标准应从"赛道够不够大"转向"这个场景能不能闭环"。

2.4.1 智能桌面：品类定义与市场全景

本报告所指的**智能桌面**，是在固定工位/桌面场景下使用、具备感知、交互或决策能力的消费级智能硬件，按场景划分为四大细分：以算力与呈现为核心的**桌面AI终端与显示**（AI PC、桌面算力盒子与迷你主机、AI 显示器与跟随屏、智能副屏）；以效率提升为核心的**办公与创作外设**（AI 键鼠、智能办公本与手写本、会议摄像头与麦克风，AI 翻译与录音、直播创作设备、**智能座椅**）；以沉浸体验为核心的**游戏与娱乐外设**（电竞键鼠/手柄/方向盘、电竞音响、掌机与扩展坞）；以及以情绪与健康为核心的**桌面陪伴与智能工位**（桌面陪伴机器人、智能升降桌、屏幕挂灯、坐姿与护眼、桌面环境）。

与可穿戴“贴身”、智能运动“随身”不同，智能桌面的本质是**驻留场景的 AI 化**——把人一天中停留最久的那一平米，改造成可感知、可响应、可进化的智能空间。

2026 年，中国智能桌面硬件（不含 PC 与显示器本体）合计规模约 **1,000 亿元**、**同比增长约 20%**；若按广义情感陪伴机器人口径计入，则接近 **1,200 亿元**。结构上：电竞外设约 400 亿元、智能工位家具约 350 亿元、办公与创作外设约 200 亿元、桌面陪伴约 50 亿元（广义情感陪伴口径达 338 亿元）。增长由三股力量驱动：**AI PC 换机潮**（2026 年中国 GenAI PC 出货约 2,200 万台、渗透率 52%、同比增长 146.5%）、**端侧大模型成本下探**（中国端侧大模型市场 2025 年 68.3 亿美元、+79.6%，2026 年预计 158 亿美元）、**独居与混合办公常态化**（中国单身人口 2.82 亿、独居家庭 1.27 亿户）。在传统 PC 整体出货微降的背景下，智能桌面是少数仍能保持两位数增长的桌面场景。

04 智能桌面



2.4.2 智能桌面4大赛道概况及趋势



桌面AI终端与显示 从"能干活"到"会干活"

AI PC 是这一轮桌面升级的主引擎。2026 年全球 AI PC 出货有望达 1.43 亿台、渗透率约 55%；中国市场 Canalsys 口径下渗透率从 2023 年的 8% 一路升至 2026 年的 52%。与此同时，桌面算力盒子与迷你主机因本地大模型部署需求快速走俏，中国端侧大模型市场 2025 年达 68.3 亿美元、同比增长 79.6%。显示端则出现形态创新：AI 显示器、跟随屏与智能副屏让"屏幕跟着人走"成为现实。共性变化是——桌面的算力正从云端调用回迁到本地推理，数据不出域、响应无延迟。

趋势判断：

- 1，端侧算力成为默认配置：NPU 从卖点变基线，本地 7B 级模型实时推理成标配；
- 2，桌面算力盒子独立成品类：为本地大模型与 AI Agent 常驻提供专用算力底座；
- 3，显示器从输出设备变交互主体：跟随、分屏、场景自适应，屏幕开始理解使用者。



办公与创作 从"工具"到"AI同事"

混合办公常态化后，办公外设的升级重心从"参数"转向"AI 能力"：AI 键鼠集成语音输入与一键摘要，智能办公本实现实时转写与要点提炼，会议摄像头与麦克风阵列完成自动取景、发言人追踪与纪要生成，AI 翻译设备把跨语言协作压缩到近乎零延迟。人体工学座椅同步智能化——2025 年中国人体工学家具市场规模突破 380 亿元，其中人体工学椅约 220 亿元、同比增长 22%，坐姿感知、久坐提醒与动态支撑成为新的溢价点。整体看，办公外设的智能化率仍处低位，但用户对 AI 功能的付费意愿显著高于硬件参数升级

趋势判断：

- 1，AI 能力成为外设的核心溢价来源：从"手感更好"转向"帮我少干活"；
- 2，会议硬件一体化：摄像头 + 麦克风 + AI 纪要打包，硬件成为 SaaS 入口；
- 3，座椅从人体工学走向主动健康：压力感知、久坐干预，与升降桌联动。



游戏与娱乐 从"电竞发烧"到"大众娱乐"

电竞外设是智能桌面中体量最大、竞争最成熟的细分。2025 年全球电竞外设市场规模达 78.3 亿美元、同比增长 14.6%，中国占全球 32.1%（约 25.1 亿美元）；中国电竞外设市场 2025 年约 180 亿元、同比增长 25%，2026 年有望达 230 亿元。无线化已成主流（无线渗透率首破 62%），机械键盘、轻量化鼠标与低延迟传输构成竞争焦点；中国本土企业已占全球键鼠出货的 41.6%，在千元价位形成对国际品牌的实质替代。需求侧，女性用户与轻量化高颜值产品的增速显著高于行业均值。

趋势判断：

- 1，无线化与低延迟进入尾声，竞争转向手感、材质与个性化（模块化、客制化轴体）；
- 2，国产品牌在千元价位完成替代，国际品牌退守高端与职业赛事；
- 3，游戏外设向泛娱乐外溢：掌机、手柄、方向盘与直播设备共享同一批用户。



桌面陪伴与智能工位 从"效率桌面"到"情绪桌面"

这是智能桌面中最年轻、最具情绪价值的细分。桌面陪伴机器人依托大模型完成了从"预设脚本"到"自然对话"的跨越——2025 年全球智能陪伴机器人市场规模达 156.2 亿美元，2026 年预计突破 210.8 亿美元；中国广义情感陪伴机器人规模约 338 亿元，预计 2028 年突破 1,100 亿元，年复合增长率约 48.5%。需求底盘来自独居经济。另一侧的智能工位则在健康诉求下稳步渗透：中国智能办公家具市场 2025 年约 82 亿元、2026 年预计 105 亿元，电动升降桌渗透率约 25%、智能办公椅约 5%，屏幕挂灯、坐姿矫正与护眼设备正成为桌面的"健康标配"。

趋势判断：

- 1，陪伴机器人从对话走向关系：长期记忆、情绪识别与养成式交互决定留存；
- 2，工位健康从被动人体工学走向主动干预：坐姿感知 + 久坐提醒 + 自动升降联动；
- 3，桌面的情绪价值被重新定价：效率之外，"陪伴感"成为新的付费理由。

2.4.3 智能桌面投融资与未来趋势



投融资

总体特征：成熟赛道国际品牌主导，新兴赛道中国创新企业领先，全局呈“分层竞争”。

桌面AI终端与显示 | 大厂把持整机与芯片，创业公司在形态创新上突围。AI PC 由联想、惠普、戴尔、苹果与华硕主导，前五大品牌占全球 AI PC 出货约 72%；芯片侧由英特尔、高通、AMD 与苹果 M 系列把控。显示器端的明基、AOC、LG 与三星仍是主流，但“跟随屏”这类形态创新由创业公司（如细胞壁科技 CZ Moni）率先跑出。机会窗口集中在桌面算力盒子与本地一体机——零刻、极摩客等迷你主机厂商正从“小主机”升级为“本地 AI 算力终端”。

办公与创作外设 | 罗技仍是霸主，中国在座椅与升降桌上反超。键鼠与会议硬件由罗技、微软主导，AI 办公本有科大讯飞、汉王等玩家；智能座椅与升降桌则由中国供应链主导——西昊、永艺、恒林、乐歌占据国内主要份额，赫曼米勒、Steelcase 把持高端。行业集中度快速提升（办公家具 CR5 从 2020 年 14.2% 升至 2026 年 21.8%），并进入资本化阶段（乐歌、永艺、恒林已上市，久正工学冲刺北交所）。

游戏与娱乐外设 | 国际三大与国产军团对垒。罗技 G、雷蛇、赛睿与海盗船把持高端与职业赛事，前五合计占全球 52.3%；达尔优、雷神、黑爵、狼蛛及新锐 ATK、VXE 依托性价比与本土化设计在千元价位快速替代；电竞椅则由傲风、西昊对抗 Secretlab 与 DXRacer。

桌面陪伴与智能工位 | 格局最分散，尚无绝对龙头。LOONA (KEYi Tech)、EMO (Living.AI)、Eilik、LOOI (Tangible Future) 各据一方，全球前十份额分散、技术壁垒尚未固化；优必选等体量更大的企业则定位高端人形。B 端（孤独症干预、养老陪护）采购增速更快，2025 年医疗机构相关采购同比增长 63.5%。

投融资：热度向“端侧算力”与“情感陪伴”两端集中。AI PC 与端侧大模型由大厂主导，创业公司主要切入桌面算力盒子与本地一体机；陪伴机器人是 2025—2026 年一级市场最活跃的桌面细分，但尚未跑出确定性龙头；办公外设与健康工位已进入并购整合与 IPO 阶段，独立创业窗口收窄。



未来趋势

- 1，算力回迁本地。桌面 AI 从云端调用走向本地推理，端侧大模型市场 2026 年预计达 158 亿美元、同比增长 51.2%，NPU 成为桌面终端的基线配置，“数据不出域、响应无延迟”构成核心卖点。
- 2，外设集体 AI 化。键鼠、摄像头、办公本、显示器各自长出 AI 能力，竞争从硬件参数转向算法与软件服务，硬件正变成 SaaS 的入口。
- 3，价值坐标从“效率”扩展到“情绪”。陪伴机器人与情绪交互产品让桌面第一次具备情绪价值，“一个人待着但不孤单”成为新的需求，也是新的付费理由。
- 4，健康成为桌面的刚需参数。升降桌、智能座椅、屏幕挂灯与护眼设备从“可选配件”变成“桌面标配”，主动干预取代被动人体工学。

2.5.1 智能宠物：品类定义与市场全景

本报告所指的**智能宠物**，是面向真实宠物（犬、猫及小宠）养护场景、具备感知、联网或自动决策能力的消费级智能硬件，按功能划分为三大细分：保障日常进食的**智能喂养**（智能喂食器、智能饮水机、自动配餐与零食投喂机）；维护居家环境的**智能清洁**（智能猫砂盆、宠物烘干箱、除毛净味与空气净化、智能窝垫）；以及把照护半径从家里延伸到全天候、全场景的**智能看护**（智能项圈与宠物可穿戴、健康与体征监测设备、宠物摄像头与远程逗宠、GPS 定位防丢、智能牵引与出行装备）。

“智能看护”是本章的关键合并项：它把原本割裂的“健康监测”与“远程看护/出行安全”统一为同一件事——**让主人不在场时，宠物依然被持续看见**。健康数据（活动、睡眠、心率、如厕、进食）与看护行为（远程查看、互动、防丢）在本章口径下属于同一条数据链。

2025 年中国智能宠物用品市场规模约 **110 亿元**（另有机构按更宽口径给出约 150 亿元、同比增长超 47%，占宠物用品市场比重升至 22%），预计 2026 年约 **130 亿元**、**同比增长约 18%**。增长底盘来自养宠家庭的结构性扩张：2024 年中国城镇犬猫数量已达 1.24 亿只，养宠家庭超 1 亿户，城镇犬猫消费市场规模 2025 年达 3,126 亿元；90 后与 00 后宠主合计占比近七成，“育儿式养宠”推动智能设备从可选变为刚需，一线城市智能宠物设备家庭渗透率已超 35%。品类内部呈非均衡爆发：2025 年智能宠物用品整体销售额同比增长 208%，其中智能猫砂盆销量同比增长接近 380%，宠物摄像头销量突破 140 万台、同比增长超 100%。全球市场方面，2024 年全球宠物科技市场规模约 76.3 亿美元，预计 2030 年达 172.5 亿美元，年复合增长率 14.56%。

结构上呈现**“猫经济跑赢犬经济”**的特征：单只宠物犬年均消费 3,006 元、宠物猫 2,085 元，猫咪年均消费增速以 3.2% 跑赢犬类的 1.5%。这一分化直接影响产品方向——猫更适合室内智能设备（猫砂盆、喂食器），犬更需要户外与看护设备（项圈、定位器）。



2.5.2 智能宠物3大赛道概况及趋势



智能喂养

从定时投喂到精准管理

喂食器、饮水机与猫砂盆被行业并称“三大件”，是渗透率最高的基础品类。自动喂食器已从简单的定时定量，演进为带称重、保鲜、多宠识别与 APP 远程控制的“喂养终端”——市场已量产具备猫脸识别功能的产品，提前录入信息后猫咪靠近即可自动出粮，相当于每只猫都有自己的“专属饭卡”，对多猫家庭可精确控制每只猫的饮食量。智能饮水机则围绕静音、过滤与活水循环迭代。全球智能喂食器市场 2024 年规模约 14.66 亿美元，预计 2030 年达 23.52 亿美元。竞争焦点正从“能不能自动投喂”转向“能不能按个体营养需求投喂”；用户最关注的痛点仍是投喂精准度与卡粮率。

趋势判断：

- 1.多宠识别成为高端门槛：AI 视觉与 RFID 项圈结合，实现按猫/按犬分别定量；
- 2.喂养数据与健康打通：进食频次、食量异常自动预警，成为最早发现疾病的前端；
- 3.耗材化与订阅化：粮仓、滤芯、保鲜组件构成持续性收入。



智能看护

从事后看病到全程在场

这是智能宠物中价值最高、也最刚性的细分，由健康监测与远程看护两条线合并而成。**健康侧**，智能项圈与宠物可穿戴持续采集活动量、睡眠、心率与体温数据，通过 AI 算法识别异常——猫咪突然减少活动量可能提示泌尿系统问题，异常抓挠可能提示皮肤过敏，AI 让宠物健康从“数据记录”升级为“健康解读”与疾病预警。全球宠物可穿戴设备市场 2024 年约 71 亿美元、预计 2034 年增至 218 亿美元，其中宠物健康监测是规模最大的应用方向；家用监测设备则把部分诊断能力前置到家庭。**看护侧**，宠物摄像头 2025 年销量突破 140 万台、同比增长超 100%，线上渗透率从 5.5% 升至 8.4%，形态从固定摄像头演进为可移动的“家庭陪伴机器人”，集成远程逗宠、激光互动、零食投喂与双向语音；GPS 定位项圈、电子围栏与智能牵引解决户外防丢与运动管理。

趋势判断：

- 1.活动记录走向疾病预警：算法从计步升级为异常行为识别与早期风险提示，健康档案与宠物医院、保险打通；
- 2.摄像头机器人化：从“看得见”到“能移动、能互动、能投喂”，分离焦虑经济催生远程“在场感”；
- 3.定位与电子围栏成刚需：防丢是户外场景的第一付费理由，出行与车载安全装备构成新外延。



智能清洁

从解放双手到卫生中枢

智能猫砂盆是这一轮增长最快的单品——2025 年销量同比增长接近 380%，驱动力已从“自动铲屎”扩展到安全防护与 AI 健康监测：通过红外与重量传感器记录如厕频次与时长，辅助判断泌尿系统疾病。宠物烘干箱聚焦静音与高效，仍处市场导入期，通过精确控温解决洗浴后烘干需求；除毛、净味与空气净化设备则受益于“人宠共居”的卫生需求升级；智能窝垫与猫爬架开始集成温控、称重与体征感知。这一品类的核心竞争维度是安全性与可靠性——宠物安全事故（如猫砂盆夹猫、烘干箱过热）对品牌的打击是毁灭性的，安全传感器的冗余设计与异常自动断电是底线要求。

趋势判断：

- 1.清洁设备成为健康入口：如厕数据反哺健康监测，猫砂盆从“清洁工具”变“体检设备”；
- 2.安全成为一票否决项：防夹、防卡与断电保护构成品牌信任底座；
- 3.从单机走向套系：喂食、饮水、如厕、净化统一 APP 与数据口径。

2.5.3 智能宠物投融资与未来趋势



投融资

总体特征：中国品牌主导全球供给，但格局分散、尚未出现绝对龙头。全球宠物科技市场前四大企业合计份额仅约 30%，是六大消费AI硬件赛道中集中度最低的一块；中国智能宠物用品市场规模从 2018 年的 29 亿元增长至 2024 年的约 102 亿元，六年增长超 3 倍，但尚未出现市值百亿级的头部企业，赛道仍处“窗口期”。

智能喂养：小佩 PETKIT、CATLINK、Petlibro、霍曼 Homerun、有陪 uahpet 等中国品牌主导中高端，海外 PetSafe、SureFeed 把持本土渠道与品牌信任；中国品牌在 80-150 美元中高端价位带以功能全面取胜，150 美元以上高端价位带已实现技术反超。

智能清洁：由中国供应链占绝对优势，CATLINK、小佩、霍曼在猫砂盆与烘干箱上形成集群，Whisker (Litter-Robot) 在北美高端市场领先；除毛、净味与空气净化则由小家电厂商跨界切入，竞争更偏价格与渠道。

智能看护：健康监测侧由小佩、多尼斯等国内厂商与 Tractive、Fi、PetPace 等海外品牌分庭抗礼；看护互动侧涌现 Furbo（零食摄像头开创者）、Enabot（EBO 系列家庭/宠物陪伴机器人）等创新形态，国内厂商快速跟进；定位与出行侧 Tractive 全球领先，国内以多尼斯等为代表。

出海是本赛道最大的结构性机会：2025 年 4 月亚马逊猫用智能喂食器销量前六名全部为中国品牌；慈溪海关数据显示 2025 年慈溪宠物家电出口额超 2,100 万元、同比增长 63%。亚马逊是中国品牌的基本盘，线下商超渠道是下一道待突破的护城河，品牌心智的沉淀仍需时间。

投融资：一级市场以小佩、CATLINK、霍曼、有陪等为代表，单笔多为亿元级，节奏相比 AI 玩具更稳健；头部品牌已具备自我造血能力，资本更偏好具备出海能力与复购耗材模型的团队。跨界玩家（如扫地机器人公司拓展宠物清洁）亦是重要竞争力量。



未来趋势

- 1.从“省力工具”升级为“健康基础设施”：喂食、如厕、活动数据被统一采集，宠物第一次拥有了连续的健康档案，硬件的价值从“替人干活”变为“替宠物说话”。
- 2.看护是最高价值的护城河：全球宠物健康监测应用 2024 年规模约 44 亿美元，是宠物科技中最大的应用方向；“健康监测 + 远程在场”合并成的看护能力，是主人最愿意持续付费的部分。
- 3.猫经济驱动室内设备、犬经济驱动看护设备：猫的室内生活特性利好猫砂盆与喂食器，犬的户外属性利好项圈与定位器；猫经济增长快于犬经济的趋势将持续重塑产品结构。
- 4.出海是中国品牌的第二增长曲线：亚马逊头部位置已被中国品牌占据，下一阶段是从“性价比出海”走向“品牌与渠道出海”；耗材与服务（粮仓、滤芯、猫砂、订阅制健康服务）决定长期留存。

2.6.1 智能玩具：品类定义与市场全景

本报告所指的智能玩具，是面向儿童、青少年及成年收藏人群、具备 AI 交互、拟生命陪伴或创意益智能力的消费级智能硬件，按形态划分为三大细分：以对话与陪伴为核心的 AI 交互玩具（AI 毛绒挂件与对话玩偶、AI 故事机、早教对话玩具，以及 IP 潮玩的 AI 化延伸）；以拟生命体验为核心的仿生宠物与 AI 养成宠物（机器狗/机器猫、电子宠物、养成式 AI 伴侣）；以及以动手与创造为核心的创意益智与 STEAM（编程机器人与 STEAM 教具、积木拼装、智能乐器、AR/VR 玩具、AI 绘画与创作玩具）。

本章有意把“寓教于乐”与“纯学习”区分开来：只有具备玩具属性、以玩为核心的益智与 STEAM 硬件计入本章，学习机、点读笔等纯教育电子产品不属本报告的智能玩具口径。

2025 年被业内定义为“AI 玩具元年”——中国 AI 玩具市场规模达 290 亿元、同比增长 17.9%，2026 年预计达 342 亿元，2030 年有望增至 850 亿元（中商产业研究院口径）乃至突破千亿（广东省玩具协会口径，年复合增长率超 20%）。按本报告口径（AI 交互玩具 + 仿生宠物与养成宠物 + 创意益智与 STEAM 硬件），2026 年智能玩具合计规模约 450 亿元。

增长极为陡峭：2025 年 1—10 月线上 AI 玩具销售额同比增长 394.9%、销量同比增长 960.5%，市场渗透率从 2024 年初的 0.4% 跃升至 3.8%；2026 年 1—5 月线上销售额达 6.9 亿元、同比增长 202.2%，销量 214.3 万件、同比增长 466.8%——销量增速远高于销售额增速，意味着平价产品正在拉动品类快速放量，2026 年 5 月 500 元以下产品份额已攀升至 74%。全球视角下，全球 AI 玩具市场规模已达 312 亿美元，中国贡献其中 36% 以上的份额；全球智能 AI 玩具市场 2025 年销售额约 31.40 亿美元，预计 2032 年达 262.1 亿美元，年复合增长率 35.0%。

AI 玩具之所以成为大模型 C 端落地的先锋，原因在于四点：第一，玩具对 AI 能力的容错率较高，不像医疗或办公场景要求高精度；第二，玩具的交互场景天然适合自然语言对话；第三，儿童对“不完美但有趣”的 AI 接受度远高于成人；第四，玩具的硬件成本可以做得足够低，试错成本低。



2.6.2 智能玩具3大赛道概况及趋势



AI交互玩具 从套壳到玩伴

大模型让毛绒玩具第一次能够自然对话，这是AI玩具爆发的技术起点。产品形态从AI挂件、AI故事机到桌面陪伴型语音玩具，主流价格带已从早期高位快速下探——2026年5月，500元以下产品份额攀升至74%。产业内在的竞争维度集中在四方面：大模型能力（对话质量、个性化程度、记忆能力）、IP与内容（是否拥有知名IP授权、能否持续产出优质内容）、硬件形态（佩戴方式、续航、耐用性）与价格带（早期主流区间399-799元，目前正快速下探）。

本章把IP潮玩的AI化产品（AI+搪胶毛绒、AI手办、AI养成摆件等）一并计入本小节——它们的技术内核与AI对话玩具同源，差别只在载体形态与IP来源。但行业普遍面临“玩几天就吃灰”的留存难题：大量产品只是“换个外壳、接入API”的模型套壳，交互深度与内容更新不足。这一品类的门槛不在硬件，而在内容、IP与情感连接的深度。

趋势判断：

- 1，价格带持续下探，平价放量：500元以下成主流，留存成为核心指标：长期记忆、个性化人设与持续内容更新；
- 2，养成感取代功能感：长期记忆与成长变化是复购与溢价的核心，路径是“能对话→有性格→记得你”；
- 3，拟生命硬件走向大众化：微型伺服电机与端侧芯片国产化率提升，推动仿生宠物从极客玩具变为大众情绪消费品；
- 4，IP与授权成为分水岭：有IP的做情感溢价，无IP的拼价格。

数据来源：亿欧智库



智能益智 从被动玩具到创造工具

这一细分的共同点是：用户在玩的过程中完成创造，而不是被安排学习。产品横跨编程机器人与STEAM教具、积木与拼装、AR/VR玩具以及AI绘画与创作玩具。需要再次强调的是，本章口径剔除学习机、点读笔等纯教育电子产品，只保留具备玩具属性的部分——这是本报告与泛教育硬件研究的关键分野。

政策仍是重要的外部变量：信息科技已成为义务教育必修课，“双减”后机器人与编程列入非学科白名单，教具采购逻辑正从“玩具采购”切换为“教学装备采购”。编程机器人2025年市场规模突破90亿元；国产教具销量份额已达76%，在200-1,200元中端主战场完成国产替代，商业模式上软件订阅（课程更新、AI助教、数据分析平台）占比持续提升，部分企业已接近四分之一。与之相邻的“教育+玩具”交叉品类（如儿童AI拍学机）则构成大众入口。

趋势判断：

- 1，寓教于乐取代纯技能训练：能玩起来的产品才卖得动，纯学习属性的硬件正被挤出玩具范畴；
- 2，进校集采与家庭零售双轮驱动：B端装备采购看重交付能力，C端看重好玩与性价比；
- 3，AI与创作工具下沉：AI绘画玩具、AR卡牌、可编程积木把“被动玩”变成“共创”；
- 4，IP与内容是唯一护城河：产品可以被复制，IP与世界观不能。



智能乐器 从数月练习到即拿即弹

2025年全球智能乐器市场规模突破82亿美元，其中无弦吉他品类以年均37%的复合增长率领跑；无弦吉他2024年在国内主流电商平台销售额达9.68亿元、较2023年的1.05亿元增长近9倍，销量从4.42万件暴增至43.31万件，抖音相关话题播放量高达3.7亿次。空气架子鼓以UWB超宽带定位实现“空气中打鼓”，单价控制在千元以内。

值得对照的是，2025年中国乐器产业总营收269.56亿元、同比下降4.5%——传统乐器（尤其钢琴）销量大幅下滑，而电声与智能乐器增长强劲，这一降一增正是智能乐器替代效应的直接体现。其价值主张可概括为“音乐平权”：把门槛从“数月练习”降到“即拿即弹”，并进一步从“弹奏已有曲目”升级为AI辅助的原创创作。

趋势判断：

- 1，零门槛化：LED与触控引导、APP指法提示让“30分钟弹唱一首流行歌”成为现实；
- 2，形态虚拟化：传感器+UWB定位把占地大、噪音大的传统器材虚拟化为可随身携带的交互；
- 3，对传统乐器的存量替代：传统乐器市场收缩与智能乐器增长形成剪刀差，替代空间持续释放。

获取更多维度报告数据，请访问亿欧网 (www.iyiou.com)

2.6.3 智能玩具投融资与未来趋势



投融资

总体特征：四类玩家同场竞技——AI 原生创业公司、机器人跨界公司、传统玩具与 IP 上市公司、潮玩 IP 巨头。赛道尚处“群雄并起”阶段，未出现绝对龙头。

投融资热度呈“先热后冷、出货不减”的独特曲线：2025 年 AI 玩具相关投融资超 50 起、披露总金额突破 200 亿元，是所有智能硬件品类中融资事件最密集的赛道之一——珞博智能一年内完成三轮融资（上影新视野基金与金沙江创投天使轮、红杉中国领投天使+轮、2026 年初亿元级 Pre-A），跃然创新完成 2 亿元 A 轮；字节跳动以投资方式布局（李未可天使轮）。2026 年资本明显放缓，但出货量仍在同比增长 200%，多款热门单品卖断货，说明赛道已从“融资驱动”进入“销售验证”阶段。潮玩侧则掀起上市潮：布鲁可已在港交所上市，卡游、52TOYS、TOP TOY 相继递表。



未来趋势

AI 能力成为玩具的新基线，但留存才是生死线：2025 年线上销量同比增长超 9 倍、渗透率突破 3.8%，但“玩几天吃灰”的吐槽同样普遍；竞争焦点正从“能不能对话”转向“第 30 天还想不想玩”。

“性格养成”与“长期记忆”是核心差异化能力：从“能对话”到“有性格”再到“记得你”的进化路径，将决定产品的用户粘性与壁垒，这也是拟生命陪伴类产品溢价的根本来源。

IP 与内容是唯一不可复制的护城河：硬件可以被复制、模型可以被接入，只有 IP 世界观、角色人格与持续内容供给构成长期壁垒——这正是潮玩巨头切入 AI 玩具的结构性优势，也是 IP 授权成为必争之地的原因。

价格下探换取大众化，平价爆款逻辑成立：500 元以下份额已升至 74%，销量增速远超销售额增速；在大众市场，“功能单一但可靠”比“功能堆砌但不稳”更容易成功，主流价格带有望进一步下探至 199-399 元区间。

“寓教于乐”是底线，玩具属性不能丢：本章口径刻意剔除学习机、点读笔等纯教育电子产品——真正跑出来的是“能玩起来”的智能益智硬件；政策托底让这块现金流相对最稳，但一旦失去“好玩”，就会被挤出玩具范畴，回到教育电子的红海。

智能乐器在替代传统乐器的存量市场：一边是中国乐器产业总营收同比下降 4.5%、传统钢琴销量大幅下滑，一边是无弦吉他等智能乐器以 37% 的复合增速放量——剪刀差之下，“音乐平权”不是新增需求，而是对传统乐器的结构性替换。

目录

CONTENTS

01

行业概述与宏观背景

- 1.1 消费AI硬件的定义
- 1.2 消费AI硬件的历程
- 1.3 消费AI硬件的技术
- 1.4 消费AI硬件的产业图谱

02

消费AI硬件的六大品类

- 2.1 智能穿戴
智能眼镜 · 智能耳机 · 智能戒指 · 智能手环
- 2.2 智能健康
智能睡眠 · 智能监测 · 智能个护
- 2.3 智能运动
运动相机 · 智能健身 · 智能户外 · 智能出行
- 2.4 智能桌面
桌面AI终端与显示 · 游戏外设 · 游戏与娱乐 · 桌面陪伴与智能工位
- 2.5 智能宠物
智能喂养 · 智能清洁 · 智能看护
- 2.6 智能玩具
AI交互玩具 · 智能益智 · 智能乐器

03

FUN20消费AI硬件创新榜

- 3.1 FUN20评选标准
- 3.2 FUN20消费AI硬件创新榜

04

洞察与未来展望

- 4.1 趋势预测
- 4.2 六大洞察
- 4.3 对多方建议

评选理念：从非共识到新共识

Fun20 评选「正在从非共识走向新共识」的创新力量——不选功成名就的巨头，不设已被验证的领导者，只聚焦方向清晰、产品落地、穿越非共识周期的创新企业与产品。当所有人都看到机会时，机会已不属于你；真正的价值窗口，存在于「少数人看到、方向清晰」的阶段。

40%

非共识度

- 方向是否主流未认可？
- 产品假设是否独特？
- 是否处非共识→新共识过渡？

25%

产品创新力

- 是否创造新形态？
- 是否专业能力消费电子化？
- 去掉AI后是否仍有价值？

20%

商业化验证

- 销售是否证明需求真实？
- 复购活跃是否健康？
- 是否跑通硬件+订阅？

15%

增长势能

- 渗透率是否快速提升？
- 是否具产品矩阵延展？
- 团队是否AI+硬件+场景？

企业门槛

未在主板上市（新三板/北交所可纳入）

年营收不超过50亿元人民币

产品已正式量产销售

总部或核心团队在中国（含港澳台）

评选范围：覆盖六大品类——智能穿戴、智能健康、智能运动、智能桌面、智能宠物、智能玩具。

智能
宠物



MOVA LR10 Prime 智能猫砂盆

MOVA 宠物

MOVA

智能
家居



white rabbit

企鹅创新

PENGUINS
INNOVATE

智能
穿戴



光帆AI耳机

光帆科技

光帆科技

智能
桌面



创想三维K3

创想三维

CREALITY
创想三维

智能
运动



HeyGo-S1

HEYGO

Heygo

智能
陪伴



酷奇奇-CookiPi 云上白

酷奇奇 (Kqq)

Kqq

智能
运动



Shootz Q1 AI体育智能跟拍云台

球秀科技

球秀

智能
穿戴



李未可X-AI记忆眼镜

李未可科技

Lawaken
李未可

智能
运动



VIATRIX X增程动力外骨骼机器人

傲鲨智能

ULS ROBOTICS 傲鲨

智能
办公



CyboPal ONE

细胞壁科技

Cybo:Pal

智能运动



Hypershell X Ultra S

极壳科技

HYPERSHELL

智能决策



NBBOSS R1 AI决策机器人

信人智能

信人智能

智能睡眠



AI睡眠超充垫

智梦可

dreamok 智梦可

智能户外



Mover 1 智能全地形车

轻车时代

Merry Mover

智能家居



Futuring 2.0(F2)

未来不远

未来不远

智能玩具



时空电话局

奇妙啦比

奇妙啦比

智能睡眠



脑韵AI脑电耳机

脑韵科技

NAOYUN 脑韵

智能陪伴



家庭陪伴机器人Amoo

青心意创

青心意创

智能户外



Urban

酷飞

CoolFly

智能益智



Poptale Box互动故事机器人

维多乐布

poptale 泡泡藤

目录

CONTENTS

01

行业概述与宏观背景

- 1.1 消费AI硬件的定义
- 1.2 消费AI硬件的历程
- 1.3 消费AI硬件的技术
- 1.4 消费AI硬件的产业图谱

02

消费AI硬件的六大品类

- 2.1 智能穿戴
智能眼镜 · 智能耳机 · 智能戒指 · 智能手环
- 2.2 智能健康
智能睡眠 · 智能监测 · 智能个护
- 2.3 智能运动
运动相机 · 智能健身 · 智能户外 · 智能出行
- 2.4 智能桌面
桌面AI终端与显示 · 游戏外设 · 游戏与娱乐 · 桌面陪伴与智能工位
- 2.5 智能宠物
智能喂养 · 智能清洁 · 智能看护
- 2.6 智能玩具
AI交互玩具 · 智能益智 · 智能乐器

03

FUN20消费AI硬件创新榜

- 3.1 FUN20评选标准
- 3.2 FUN20消费AI硬件创新榜

04

洞察与未来展望

- 4.1 趋势预测
- 4.2 六大洞察
- 4.3 对多方建议

4.1 2026-2028年趋势预测

市场规模预测：六大品类（智能可穿戴、智能健康、智能运动、智能桌面、智能宠物、智能玩具）合计市场规模有望从 2026 年的约 8,500 亿元增长至 2028 年的约 1.2 万亿元，年复合增速约 18%。增长来自三条主线：AI 原生新品类从 0 到 1（AI 眼镜、智能戒指、AI 交互玩具、桌面陪伴）、成熟品类的 AI 换机与升级（AI PC、智能手表、智能乐器），以及场景渗透率的抬升（宠物看护、智能工位、便携储能）。



关键拐点预测：

- 2026 年：AI 眼镜月出货量突破百万台，标志着从早期市场进入成长期
- 2027 年：智能戒指全球年出货量突破 1,000 万台（2025 年约 400 万台），从利基市场迈入大众市场
- 2027 年：AI PC 在中国市场渗透率突破 65%，端侧大模型成为桌面终端的基线配置
- 2028 年：AI 交互玩具市场规模突破 500 亿元，成为消费 AI 硬件的重要品类
- 2028 年：宠物看护类硬件在一二线城市养宠家庭的渗透率突破 20%，"不在场也能看见"成为养宠标配
- 2028 年：端侧 AI 能力达到"可用且好用"水平，六大品类的 AI 体验同步出现质的飞跃

4.2 消费AI硬件的六大洞察（1/2）

硬件引流 + AI订阅

硬件获客，订阅赚钱
收入模型从“一次性成交”变成“持续关系”。

2025年至2026年，消费智能硬件行业最重要的商业模式创新是“硬件引流+AI订阅”模式的确立。这一模式的核心逻辑是：硬件以低毛利甚至微亏的价格出售，获取用户后通过AI服务订阅实现持续高毛利营收。

P标杆 Plaud AI录音卡全球出货超100万台、年化收入近2.5亿美元、约半数来自订阅；Keep 会员渗透率升至12.6%并首次年度盈利；宠物智能硬件的耗材复购（粮仓/滤芯/猫砂）是同一逻辑的实物版。本质是把硬件从“一次交易”变成“持续服务关系”——对用户是低门槛入口，对企业是长期LTV。判断标准只有一条：AI服务是否具备不可替代的价值。

出海 2.0

从“性价比卖货”到“品牌+渠道+合规”

出海证据已经遍布六个品类，不再是单一品类的胜利。2025年海外智能穿戴需求同比+58%（智能眼镜+219.5%、戒指+87%）；便携储能中国占全球出口63.7%；亚马逊猫用智能喂食器销量前六全部为中国品牌；电动两轮车出口2,675万辆（+20.9%）；AI玩具出口+65%。模式多元化：先海外后国内（XREAL海外营收占比超70%）、众筹验证（哮天Sirius、Eilik）、跨境电商（RingConn两年横扫80余国）、场景本地化（iQibla切入中东宗教刚需）。优势在供应链成本、AI应用创新与迭代速度；短板在品牌认知与线下渠道——这是下一阶段的分水岭。

端侧AI：重写创新门槛

AI从云端调用走向本地推理
数据不出域、响应无延迟成为新卖点。

端侧AI不单列品类，但是六大品类共同的技术底座。2026年中国GenAI PC出货约2,200万台、渗透率52%、同比+146.5%；中国端侧大模型市场2026年预计158亿美元、同比+51.2%。价值三点：低延迟无网络依赖、隐私数据不出域、无持续云调用费用。2024-2026三大跃迁：模型小型化（7B级本地实时推理）、算力基线化（NPU成为标配）、多模态融合（文本/语音/视觉/生理信号统一处理）。判断：端侧AI成熟后，AI能力将从高端下放到中低端——“有没有AI”不再是差异点，“AI好不好用”才是。

4.2 消费AI硬件的六大洞察 (2/2)

中国供应链速度 = 全球护城河

锐评：从深圳到慈溪、东莞、义乌，六大品类的全球份额建立在同一套“快速迭代+柔性制造”体系上。

中国供应链的优势不只是深圳电子制造，而是覆盖六大品类的集群网络：深圳-珠三角（可穿戴/影像——手持智能相机中国厂商占全球出货超八成）、慈溪（宠物家电出口+63%）、东莞-汕头（潮玩与AI玩具，全球份额22.9%）、义乌（AI玩具出口，2026年1-4月玩具出口82.7亿元、+11.6%）。

三个体现：迭代速度远超海外对手、成本结构压到极致、柔性制造支持小批量多品类快速试错。李泽湘XbotPark体系（宇树、可以科技等）提供孵化到供应链的全链条服务。供应链速度+集群深度，是几乎所有品类“中国份额”的根本原因。

非共识 → 新共识

锐评：今天被说“太小众”的，往往是三年后的行业标准——这也是Fun20的评选逻辑。

2025-2026投融资呈“先热后冷、出货不减”：2025年AI玩具融资超50起、金额超200亿元，2026年资本放缓但出货+200%；智能穿戴融资超86亿元。投资偏好从“硬件参数”转向“AI能力”——市场愿为大模型自研、数据闭环与AI商业化潜力付溢价（珞博一年三轮融资、跃然2亿元A轮）。产业资本深度参与（高秉强/李泽湘/甘洁、奇绩创坛、XbotPark）。

判断：真正的机会在渗透率20%以下的品类——AI眼镜、智能戒指、AI交互玩具、宠物看护正处拐点；一旦过20%，格局固化，窗口关闭。

情绪，成为第一购买理由

锐评：六大品类里至少四类的增长底层是同一个东西——为情绪付费。

消费行为正在发生三个迁移：从“功能购买”到“情绪购买”——2025年中国潮玩875亿元、首次超越传统玩具（801.3亿元），谷子经济约2,021亿元，搪胶毛绒四年CAGR 144.6%；从“单次购买”到“持续订阅”——AI对话、健康解读、宠物看护都在证明用户愿意为服务持续付费；从“参数驱动”到“场景与情感驱动”——睡眠硬件从监测到干预、宠物从动物变家人、AI玩具卖的是陪伴关系。判断：情绪价值不是营销话术，而是可定价的产品能力；谁能把情绪做成可运营的资产（记忆、人格、成长），谁就拿到下一代品牌溢价。

4.3 对多方的建议

对创业者

- 选择赛道：优先选择"AI价值密度高、硬件复杂度低"的品类。AI玩具、智能戒指、智能宠物硬件是当前AI价值密度最高的赛道——AI能力直接决定产品体验，而硬件复杂度相对较低，试错成本低。
- 构建壁垒：硬件本身不是壁垒，AI能力和数据闭环才是。创业者应将核心精力放在大模型的定制或自研、用户数据的采集和应用闭环、以及AI服务的商业化上。Plaud的2.5亿美元年化收入中约半数来自AI订阅，这是最好的证明。
- 出海策略：在国内竞争激烈之前先验证海外市场。XREAL的"先海外后国内"策略、RingConn的跨境电商出海、iQibla的文化场景本地化策略都是值得借鉴的模式。
- 团队构建：最佳团队组合是"AI+硬件+内容/场景"三角。跃然创新的团队来自大模型（字节豆包）、硬件和内容（泡泡玛特、叠纸游戏），这种跨领域能力组合是AI原生硬件创业的关键。

对投资人

- 看关注AI能力而非硬件参数：投资逻辑应从"硬件出货量 and 毛利率"转向"AI服务收入和用户LTV"。具备大模型自研能力、数据闭环能力和AI服务商业化能力的团队应获得估值溢价。
- 重视产业资本的价值：高秉强、李泽湘、甘洁等产业投资者不仅提供资金，还提供供应链、制造和行业资源。具备产业资本背书的创业公司成功率显著高于纯财务投资支持的公司。
- 警惕"伪AI硬件"：市场上存在大量在传统硬件上简单叠加AI功能的产品，这类产品缺乏真正的AI能力壁垒，一旦大厂入局将迅速失去竞争力。真正的AI原生硬件应该从产品设计之初就以AI为核心，AI能力是不可替代的核心价值。
- 关注品类拐点：AI眼镜、智能戒指、AI玩具等品类正处于渗透率快速提升的拐点，是最佳投资窗口期。渗透率超过20%后，头部格局基本确定，投资机会将大幅减少。

对品牌方

- 拥抱AI订阅模式：传统硬件品牌应尽快构建AI服务能力，从"卖硬件"向"卖硬件+卖服务"转型。AI订阅不仅带来持续高毛利收入，还建立了与用户的长期服务关系，提高用户粘性和品牌忠诚度。
- 投资数据闭环：数据是AI时代的核心资产。品牌方应建立完善的数据采集、存储、分析和应用闭环，将用户数据转化为AI能力提升的燃料。
- 场景化产品策略：单一功能产品的市场空间有限，场景化解决方案才能建立差异化。DeepSleep的全屋睡眠生态、云鲸的全屋清洁方案都是场景化策略的体现。
- 关注Z世代和银发经济：Z世代是AI玩具和智能穿戴的核心用户群体，银发经济则是智能健康和智能桌面的重要增长点。两个群体的需求和消费习惯差异巨大，需要差异化的产品和营销策略。

2026年是中国消费智能硬件行业从"量变"走向"质变"的关键年份。AI大模型的端侧化部署正在重塑每一个品类的价值链，从"功能载体"到"服务入口"的范式转移正在发生。

六大品类——智能可穿戴、智能健康、智能运动、智能桌面、智能宠物、智能玩具——共同构成了中国消费AI硬件的完整版图。每个品类都有独特的增长动力和竞争格局，但共同指向同一个趋势：**硬件正在成为AI服务的载体和入口，真正的价值不在硬件本身，而在其所连接的AI能力与数据闭环。**可穿戴把人体变成连续的数据源，智能桌面把算力从云端搬回本地，智能宠物与智能玩具把情绪价值商品化，智能运动把场景数据化，智能健康把干预从医院前置到家庭——六条路径，同一个终点。

中国企业在这一轮智能硬件革命中具备显著优势：全球最完整的供应链、最活跃的创业生态、最大的消费市场、以及在大模型应用落地方面的领先身位。从大疆到影石，从RingConn到跃然创新，从小佩到拿火音乐，中国品牌正在从"世界工厂"升级为"全球智能硬件创新中心"。

这也正是Fun20榜单想要回答的问题：在六大品类的海量产品中，哪些创新还处在"非共识"阶段，却最有可能在三年后成为"新共识"？我们寻找的不是已经功成名就的行业巨头，而是那些方向清晰、产品落地、正在穿越非共识周期的产品与团队——因为今天被说"太小众"的东西，往往就是明天的行业标准。

未来三年，随着端侧AI能力的持续提升和消费者对AI硬件接受度的进一步提高，消费AI硬件行业将迎来前所未有的增长机遇。那些能够真正理解用户需求、构建AI能力壁垒、建立数据闭环并实现商业化落地的企业和品牌，将在这场智能硬件革命中脱颖而出，成为下一个十年的行业领导者。而中国，凭借其在供应链、创业生态、消费市场和AI应用落地方面的综合优势，有望在这场全球智能硬件革命中扮演引领者的角色。

报告声明：

本报告由亿欧智库x模速空间联合出品。报告中的市场数据来源于亿欧数据和权威研究机构的公开报告，以及企业公开披露的融资和经营信息。报告中的分析和判断仅代表研究团队观点，不构成投资建议。读者在做出商业决策时应结合自身情况和独立判断。

© 2026 亿欧智库 × 模速空间 版权所有

◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EO Intelligence) 是亿欧旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察, 具有独创的方法论和模型, 服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕新科技、消费、大健康、汽车出行、产业/工业、金融、碳中和等领域, 旗下近100名分析师均毕业于名校, 绝大多数具有丰富的从业经验; 亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构, 分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本, 借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势, 亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时, 亿欧内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库, 使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑, 更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



耿辉

亿欧 (新消费) 董事

邮箱: genghui@iyiou.com

◆ 报告审核:



王彬

亿欧 董事长

邮箱: wangbin@iyiou.com

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于我们：

亿欧是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约设有分公司。亿欧立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com）、研究和咨询服务亿欧智库（EO Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EO Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EO Healthcare）和亿欧汽车（EO Auto）等。

- ◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。
- ◆ 创业公司
亿欧旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。
- ◆ 大型企业
凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。
- ◆ 政府机构
针对政府类客户，亿欧提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。
- ◆ 机构投资者
亿欧除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。
- ◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-53321289，邮箱 hezuo@iyiou.com



扫码关注亿欧智库
查看更多研究报告



扫码添加小助手
加入行业交流群

亿欧智库

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-53321289

北京: 北京市朝阳区大望京商务区保利国际广场T1-13层1303室 | 上海: 上海市徐汇区桂平路391号新漕河泾国际商务中心B座1703

深圳: 广东省深圳市宝安区华丰国际机器人产业园1期F栋110 | 纽约: 4 World Trade Center, 29th Floor-Office 67, 150 Greenwich St, New York, NY 10006