

现在是入手智能眼镜的好时候吗？

“‘国补’下来后，来店里试戴、咨询智能眼镜的消费者明显增多，样机充电频率都高了。”北京市西城区某数码集合店店员告诉记者。

在新鲜感与国补的双重带动下，智能眼镜成为不少消费者购置“新年货”的热门选择。热潮之下，这款被寄予厚望的“下一代移动终端”究竟能否摆脱“尝鲜玩具”的标签？现在是入手的好时机吗？



2025年9月12日，2025深圳国际智慧养老产业博览会在深圳会展中心（福田）开幕，观众在展会现场了解一款助听AI智能眼镜。新华社记者梁旭摄

2026年1月18日，顾客在深圳市南山区的INNO100全球创新旗舰店体验智能眼镜。新华社记者毛思倩摄

智能眼镜为何成了“香饽饽”

“现在品牌、款式、功能太多，挑花眼了。”前来体验智能眼镜的消费者李先生说。他的直观感受折射出当下智能眼镜行业的火热现状。

2025年中国智能眼镜市场迎来爆发式增长，据洛图科技(RUNTO)数据显示，全年市场销量(含AR眼镜)达145.4万台，同比增长211%。尽管相较于年出货量动辄上亿的智能手机而言，该市场还相对小众，但其增长态势却不容小觑。

阿里、百度、字节、华为、小米等企业纷纷入局，智能眼镜赛道正在上演由互联网大厂、手机企业、车企等各领域头部企业领衔的“激战”。

“头部企业入局智能眼镜绝非简单跟风，本质上是对下一个移动终端的争夺。”深圳职业技术大学集成电路学院副院长王永学表示。

“智能手机的屏幕尺寸和交互方式已经触碰到物理极限，创新空间越来越小，行业急需下一代移动终端。”灵伴科技副总裁王俊杰告诉记者。“离人脑最近、拥有全模态信息感知能力的智能眼镜显然是目前较好的选择。它是AI连接物理世界和数字世界的优选桥梁。”

“相较于手机、电脑等目前主流移动终端，智能眼镜能提供更沉浸式的交互体验，更大的显示区域，真正实现对手部的解放。”武汉大学计算机学院软工系副主任赵小刚表示。

“基于这样的判断，小米等头部企业跟进推出相应产品，是非常自然和合理的反应。”浙江大学计算机科学与技术学院教授章国锋说。

除了终端迭代的逻辑，技术落地的需求也在推动行业发展。“当前AI大模型竞争日趋激烈，亟需落地到具体应用场景中。”王永学补充道。

“此时入局，更多是出于对未来智能人机交互入口、数字主权等的考量，争夺的是在AI驱动的下一个计算时代的话语权。”深圳理工大学计算机科学与人工智能学院副教授司徒鑫进一步解读。

从市场潜力来看，智能眼镜的潜力同样可观。“全球传统眼镜市场庞大，智能眼镜仅需替

代10%，就可实现上百亿美元的规模。”王永学表示，它兼具“时尚配饰”“智能终端”双重属性，符合消费者升级需求。

在王永学看来，竞争的核心早已不是硬件参数的简单比拼，“关键在于生态系统的构建、用户习惯的培养与商业价值的深度挖掘，谁能抢占这一‘入口’，谁就有望占据主动权。”

佩戴体验如何？

记者观察到，当前市面上的智能眼镜品类丰富，价格跨度较大，售价区间从一千元至近万元不等。产品主要分为两大类：一类为无显示功能款，主要功能有通话、听歌、语音交互，部分还支持第一视角拍摄；另一类则搭载显示功能，除上述功能外，还可实现导航、实时翻译、提词等实用功能。

尽管行业热度高涨，新品层出不穷，但部分消费者表示：尝鲜尚可，常戴还不太行。

消费者反映较多的是重量与佩戴舒适度问题。相较于普通眼镜20g左右的重量，市面上主流智能眼镜40-80g的重量设计，让不少试戴者直呼“有负担”。

此外，续航时间较短则是另一顾虑。多数智能眼镜宣传续航可达4-8小时，但实际使用中，若开启AI交互、拍摄、导航等多种功能，续航往往降至2-3小时。

“消费者这些体感上的不适，并非单一技术短板造成的，而是智能眼镜行业里常说的‘不可能三角’，即续航、重量、显示三者难以同时兼顾。”赵小刚表示。

“想要智能眼镜随时能提供服务以及更好的显示效果，就需要体积较大的处理芯片，这也势必会占据更大空间、带来更大电耗。”赵小刚进一步解释，“如果要平衡这些痛点，还需要更先进制程的半导体芯片、更成熟的显示技术以及更高密度的电池技术。”

“目前不少智能眼镜为了更轻便，选择将计算等核心功能交由手机承载，眼镜本身仅负责感知与显示，以此平衡功耗与续航。这也导致这类智能眼镜不得不与手机深度绑定，更像是手机的附属配件。”章国锋说。

从“尝鲜”向“常用”还有多远？

尽管目前智能眼镜使用仍存在诸多痛点，但业内人士普遍认为，未来三年将是智能眼镜行业从“尝鲜”向“常用”跨越的关键期。

“早期产品直接采用了成熟的手机芯片，其优势在于开发门槛低、能迅速推出产品，但功耗和发热问题也较为突出。”司徒鑫表示，随着消费者对产品体验要求的提升，行业也在为突破“重量、续航、性能”不可能三角做出努力。

目前，多数产品已采用了专门的芯片平台。比如，目前部分智能眼镜品牌采用的骁龙AR1平台，便是基于高通手机芯片架构为AR设备深度优化的方案。“在性能、功耗和体积间取得了更好的平衡，成为当前中高端消费级AR眼镜的主流选择。”司徒鑫告诉记者。同时，部分产品开始采用专用芯片协同架构，通过分工协作来实现更高的整体能效和更优的特定功能(如音频处理、图像识别)体验。

与此同时，搭载国产自主研发芯片的智能眼镜也已面世。随着“不可能三角”的破解迎来曙光，未来智能眼镜行业的发力方向也将随之清晰，彩色屏显、AIOS(智能眼镜专属操作系统)等将是未来发展方向。

“今年的关键词将会是AIOS。”王俊杰表示，能否让AI助手“更懂用户”是突破的关键，比如通过摄像头识别眼前信息、通过麦克风理解语音指令，并及时给出反馈，让用户真正实现“解放双手”。

雷鸟创新创始人兼CEO李宏伟认为，当前市面上多数AR眼镜仍采用单绿色显示方案，视觉效果单调，难以满足日常使用与娱乐场景的需求，“只有实现全彩色显示，才能承载更完整的信息，真正构建起智能眼镜的应用生态。”

“消费者不再满足于‘看一个画面’，而是渴望‘进入一个场景’。只有攻克了空间计算和AI，才能让智能眼镜从一个‘昂贵的显示器’变成真正的‘随身智能助理’。”王俊杰表示。

“当然，如果做不到佩戴舒适，用户觉得累赘，其他功能再好也难以普及。”章国锋说。

新华网记者康薇 游苏杭
新华网北京2月21日电