

从观众到主角,从基础产品到技术品牌——

## 企业出海逐浪创新前沿 中国智造闪耀全球“科技春晚”

证券时报记者 安宇飞

1990年,当中国企业TCL的创始人李东生第一次参加美国国际消费电子展(CES)时,还只能作为一个“观众”参展,那时全球电器行业尚被海外品牌垄断,中国企业没有多大话语权,TCL也仅拥有9平方米的展位。

但是,当地时间2025年1月7日,当最新一届全球“科技春晚”在拉斯维加斯开幕时,TCL的参展面积已达2342平方米,用35年时间完成了“260倍”的跨越。这背后,是CES展会的“含金量”激增,今年有接近1500家来自中国(含港澳台地区)的企业出现在CES上,占到了总参展商的三成以上,也是五年来“含金量”最高的一届CES。

可以说,中国企业已站到CES这一国际舞台的“C位”。证券时报记者采访发现,AI和出海已成为中国电子企业发展的两条明确主线,驱动着中国企业稳健走向全球。

## “每次参展感受都不同”

“九号公司自2014年首次亮相CES以来,已经几乎不间断地参加了近10次CES展会。”九号公司相关负责人向证券时报记者表示,“跟往年相比,我们看到越来越多的‘中国智造’出现在这个国际舞台上,而且大家除了展示最新产品,还会侧重品牌和技术维度的展示,这也是近年来‘中国智造’全球影响力的一个缩影。”

上述负责人回忆,2014年首次参加CES时,九号公司带来了第一代电动平衡车,也是公司成立后的首款产品。时至今日,九号公司已将电动平衡车行业做到了全球领先。

参展CES,成为了中国企业打开海外市场的重要途径。一家参会企业的副总经理向记者表示:“这是我们第三次参加CES,每一次都感受到了新的变化。今年参展CES感受到的最大不同之一,在于客户更加务实了;更关注公司搭载新技术的产品什么时候能够批量交付,量产良率如何,也更关注公司的融资情况。”

特写

## 在CES逛展的中国投资人:“All in AI”已经不是一句口号

证券时报记者 李明珠

“今年CES的AI眼镜真是太酷了,我试了几款眼镜感觉更加轻薄和便捷,而且戴着很舒服,价格还很便宜,我都有冲动去买一个!”一位北京风险投资(VC)机构的投资人兴奋地和证券时报记者聊起来,“我们体验的一家来自深圳的企业——闪极旗下海外新品牌loomos AI眼镜就利用了GPT-4o驱动的语音助手实现了文字翻译、物品识别、记忆车位、信息检索等功能,AI眼镜走进生活场景近在咫尺。我甚至想,从北京飞洛杉矶13个小时的航班上,如果有这样一副眼镜戴着看该多好。”

吸引全球科技界的2025美国国际消费电子展(CES 2025)近日正式开幕,一大批来自中国的投资人齐聚拉斯维加斯,实地感受AI加持下的消费电子科技热潮。

多位参展的投资人表示,这一波AI浪潮会彻底改变未来的生活方式,推动产业巨变,将2025年称为AI应用元年已成为行业共识。

“这是我第一次参加CES,感受最深的就是‘All in AI’已经不是一句口号,我们可以看到AI驱动的各种新应用,从AI芯片到AI技术支持的医药研发、智能工厂解决方案等,几乎所有的参展商产品都有AI元素。”一家以硬科技投资为主的VC机构合伙人表示,“从我们投资角度来看,更多关注的是世界前沿技术的发展,在AI技术日新月异的形势下,更多聚焦在AI的垂直应用领域,如智能汽车、先进制造等领域未来有很大的市场空间。从

消费电子上游来看,我们更关注这些硬科技企业的核心技术。”

上述投资人指出,今年CES以AI应用为主题,很多行业龙头企业发布了新产品,但其底层离不开光电子等技术支持。使用AI除了算力外,对其他底层技术也提出了更高要求,需要思考和寻找下一代技术在哪里,在这方面,CES提供了一个很好的场景,投资者可以集中了解学习最前沿的科技资讯。

“我们有好几家被投资企业都连续几年参加CES,作为投资人我们不出来看看就严重落伍了。”深圳一家中小型机构负责人感慨,“从投资机构角度来说,项目出海,我们也需要跟着出来学习,尽早地预见行业未来发展趋势,进行相关的产业投资,保证自己不出局。”

终端市场将呈现出更强的生态一体化、多元化和智能化趋势。智能眼镜、具身智能机器人、AIPC、扫地机器人、智能家居等一系列新兴终端产品将成为市场增长的新引擎,使得终端产品呈现出更加碎片化的特征。”

云鲸智能相关负责人向记者表示。

出海成企业必修课

CES是全球“科技春晚”,既强调科技,也强调全球。通过CES走向全球,正成为中国消费电子企业的必修课。

一方面,在CES上中国企业与海外企业“同台竞技”,能洞悉前沿技术发展动向。九号公司相关负责人表示:“CES经过多年发展,已不仅是一个简单的产品展示舞台,更是一个国际前沿技术和产业发展趋势的交流场。借着这个平台,企业能洞察不同国家的用户需求,把握国际前沿科技技术发展方向,助力全球化业务的开展。”

另一方面,在国内市场竞争激烈背景下,海外市场蕴含着巨大机遇,企业需要通过全球性展会加强和海外市场的连接。云鲸智能相关负责人表示:“最近一两年国内清洁市场竞争激烈,且增速变缓,而海外清洁电器市场盘子非常大,增长势头也很好。我们也看到,中国品牌在全球扫地机市场份额不断扩大,中国品牌在多个国家和地区的市占率快速提升。”

“越来越多的中国企业,开始从最基础的产品出海,转变为技术和品牌等更高层次的出海,‘中国智造’的国际影响力愈发深远,这是我们在本届CES上最直观的感受。”九号公司相关负责人表示。

云鲸智能相关负责人表示,本次CES现场,云鲸发布了全新迭代产品Narwal Flow。基于AI技术的创新应用,Narwal Flow在视觉感知、深度清洁、语音交互等方面均有突破性创新,将扫地机器人的极致清洁力、智能性推向新高度。

IDC中国高级分析师赵思泉向证券时报记者表示:“2025年CES扫地机器人厂商将悉数发布新品,传统家庭清洁扫地机器人开始向具身机器人升级。除了实现传统清扫功能外,今年发布的新产品将专注于类真人机械臂模拟,开始在家电环境中执行更多任务,向家庭智能帮手转型。”

“在AI浪潮涌现的新时代,云鲸瞄准的下一个市场正是具身智能。”云鲸智能相关负责人称,公司无论是底层架构、技术储备,还是未来战略规划,都是围绕机器人具身智能在布局。

“2025年CES充分展示了AI技术在推动产业落地和商业化方面的深远影响。”IDC中国副总裁王吉平向记者表示,“未来,

芯片巨头吸睛

英特尔、AMD和英伟达3家芯片巨头均选择在CES期间发布自家新品。

英特尔新任联合CEO米歇尔·霍尔索斯介绍,英特尔新品包括Core 3和更强大的Core Ultra 200H,旨在提升两个关键领域性能:电池续航时间及运行AI功能的能力。

随后登场的AMD则发布了锐龙系列的诸多新品。AMD表示,2025年AI方面的部署范围将进一步扩大。目前,联想、惠普、华硕等众多合作伙伴已有超过150款AI笔记本新品推出,未来将会有更多AI相关产品投放到市场上。

英伟达则是发布了面向游戏玩家、创作者和开发者的新一代GeForce RTX 50系列台式机笔记本电脑GPU,并抛出一个名为Grace Blackwell NVLink 72的巨型芯片计划。该芯片性能据称会超越世界上最快的超级计算机。

机器人成焦点

本届CES上,多款机器人新品集中亮相。各家企业推出的机器人应用场景正愈发广泛且多元,涵盖生产制造、医疗服务、家居清洁、食品制作、情感陪伴、咨询疗愈等。

韩国三星发布了家庭智能机器人Ballie。和许多家庭机器人类似,Ballie通过语音和人进行互动,并具备智能家居联动控制功能。不同之处在于,Ballie可将互动信息投射到地面上。当用户想看电影时,Ballie还可将影片投射到墙面。该产品预计将于2025年正式量产交付。

多家日本科技企业发布主打情感陪伴的机器人。这些陪伴机器人大多长着毛茸茸的外观,能拟真多种表情,与用户进行情感互动,甚至还能充当心理疗愈的角色。

人形机器人堪称全场焦点。英伟达将启动纪元的Star1、智元机器人的远征A2、傅利叶的GR-2、宇树的H1-2、小鹏的Iron等5台中国产人形机器人带到CES远程“云”参展。

依托AI技术作为核心驱动力,机器人在感知、理解、决策和行动上的智能化水平大幅提升,对人类复杂的语言、手势乃至表情都能精准解读,动作愈发流畅自然、精准高效,给人类提供更加丰富的交互体验。

智能穿戴前景广阔

智能穿戴品类产品成为本届CES的主流。其中,智能眼镜和智能戒指成为两大主角。

一家名为Circular的公司在现场展示了一枚可进行心电图测量(ECG)的AI智能戒指。该公司介绍,这款产品面向海外市场的中年用户,他们对智能手表的接受程度不如年轻群体那么高,但又有ECG测量的潜在需求。

智能戒指产业正吸引越来越多关注。早在2015年,芬兰品牌Oura便推出了Oura Ring,目前已发展到第三代,能收集心率、呼吸率和睡眠数据。瑞士品牌VELIA、日本Soxai、美国Happy Ring、澳大利亚医疗器械公司Opuz等多家厂商都已发布相关产品。苹果也在布局智能戒指,并已获得相关专利。

近期在A股市场表现火热的智能眼镜在本次展会上同样竞争激烈。国内AR智能眼镜企业闪极和Rokid都在CES上展示了自家的最新产品。一款来自Captify的智能眼镜产品,可为听力障碍人士提供近乎实时响应的对话字幕。

芯片巨头吸睛

英特尔、AMD和英伟达3家芯片巨头均选择在CES期间发布自家新品。

英特尔新任联合CEO米歇尔·霍尔索斯介绍,英特尔新品包括Core 3和更强大的Core Ultra 200H,旨在提升两个关键领域性能:电池续航时间及运行AI功能的能力。

随后登场的AMD则发布了锐龙系列的诸多新品。AMD表示,2025年AI方面的部署范围将进一步扩大。目前,联想、惠普、华硕等众多合作伙伴已有超过150款AI笔记本新品推出,未来将会有更多AI相关产品投放到市场上。

英伟达则是发布了面向游戏玩家、创作者和开发者的新一代GeForce RTX 50系列台式机笔记本电脑GPU,并抛出一个名为Grace Blackwell NVLink 72的巨型芯片计划。该芯片性能据称会超越世界上最快的超级计算机。

机器人成焦点

本届CES上,多款机器人新品集中亮相。各家企业推出的机器人应用场景正愈发广泛且多元,涵盖生产制造、医疗服务、家居清洁、食品制作、情感陪伴、咨询疗愈等。

韩国三星发布了家庭智能机器人Ballie。和许多家庭机器人类似,Ballie通过语音和人进行互动,并具备智能家居联动控制功能。不同之处在于,Ballie可将互动信息投射到地面上。当用户想看电影时,Ballie还可将影片投射到墙面。该产品预计将于2025年正式量产交付。

多家日本科技企业发布主打情感陪伴的机器人。这些陪伴机器人大多长着毛茸茸的外观,能拟真多种表情,与用户进行情感互动,甚至还能充当心理疗愈的角色。

人形机器人堪称全场焦点。英伟达将启动纪元的Star1、智元机器人的远征A2、傅利叶的GR-2、宇树的H1-2、小鹏的Iron等5台中国产人形机器人带到CES远程“云”参展。

依托AI技术作为核心驱动力,机器人在感知、理解、决策和行动上的智能化水平大幅提升,对人类复杂的语言、手势乃至表情都能精准解读,动作愈发流畅自然、精准高效,给人类提供更加丰富的交互体验。

智能穿戴前景广阔

智能穿戴品类产品成为本届CES的主流。其中,智能眼镜和智能戒指成为两大主角。

一家名为Circular的公司在现场展示了一枚可进行心电图测量(ECG)的AI智能戒指。该公司介绍,这款产品面向海外市场的中年用户,他们对智能手表的接受程度不如年轻群体那么高,但又有ECG测量的潜在需求。

智能戒指产业正吸引越来越多关注。早在2015年,芬兰品牌Oura便推出了Oura Ring,目前已发展到第三代,能收集心率、呼吸率和睡眠数据。瑞士品牌VELIA、日本Soxai、美国Happy Ring、澳大利亚医疗器械公司Opuz等多家厂商都已发布相关产品。苹果也在布局智能戒指,并已获得相关专利。

近期在A股市场表现火热的智能眼镜在本次展会上同样竞争激烈。国内AR智能眼镜企业闪极和Rokid都在CES上展示了自家的最新产品。一款来自Captify的智能眼镜产品,可为听力障碍人士提供近乎实时响应的对话字幕。

出海成企业必修课

CES是全球“科技春晚”,既强调科技,也强调全球。通过CES走向全球,正成为中国消费电子企业的必修课。

一方面,在CES上中国企业与海外企业“同台竞技”,能洞悉前沿技术发展动向。九号公司相关负责人表示:“CES经过多年发展,已不仅是一个简单的产品展示舞台,更是一个国际前沿技术和产业发展趋势的交流场。借着这个平台,企业能洞察不同国家的用户需求,把握国际前沿科技技术发展方向,助力全球化业务的开展。”

另一方面,在国内市场竞争激烈背景下,海外市场蕴含着巨大机遇,企业需要通过全球性展会加强和海外市场的连接。云鲸智能相关负责人表示:“最近一两年国内清洁市场竞争激烈,且增速变缓,而海外清洁电器市场盘子非常大,增长势头也很好。我们也看到,中国品牌在全球扫地机市场份额不断扩大,中国品牌在多个国家和地区的市占率快速提升。”

“越来越多的中国企业,开始从最基础的产品出海,转变为技术和品牌等更高层次的出海,‘中国智造’的国际影响力愈发深远,这是我们在本届CES上最直观的感受。”九号公司相关负责人表示。

云鲸智能相关负责人表示,本次CES现场,云鲸发布了全新迭代产品Narwal Flow。基于AI技术的创新应用,Narwal Flow在视觉感知、深度清洁、语音交互等方面均有突破性创新,将扫地机器人的极致清洁力、智能性推向新高度。

IDC中国高级分析师赵思泉向证券时报记者表示:“2025年CES扫地机器人厂商将悉数发布新品,传统家庭清洁扫地机器人开始向具身机器人升级。除了实现传统清扫功能外,今年发布的新产品将专注于类真人机械臂模拟,开始在家电环境中执行更多任务,向家庭智能帮手转型。”

“在AI浪潮涌现的新时代,云鲸瞄准的下一个市场正是具身智能。”云鲸智能相关负责人称,公司无论是底层架构、技术储备,还是未来战略规划,都是围绕机器人具身智能在布局。

“2025年CES充分展示了AI技术在推动产业落地和商业化方面的深远影响。”IDC中国副总裁王吉平向记者表示,“未来,

芯片巨头吸睛

英特尔、AMD和英伟达3家芯片巨头均选择在CES期间发布自家新品。

英特尔新任联合CEO米歇尔·霍尔索斯介绍,英特尔新品包括Core 3和更强大的Core Ultra 200H,旨在提升两个关键领域性能:电池续航时间及运行AI功能的能力。

随后登场的AMD则发布了锐龙系列的诸多新品。AMD表示,2025年AI方面的部署范围将进一步扩大。目前,联想、惠普、华硕等众多合作伙伴已有超过150款AI笔记本新品推出,未来将会有更多AI相关产品投放到市场上。

英伟达则是发布了面向游戏玩家、创作者和开发者的新一代GeForce RTX 50系列台式机笔记本电脑GPU,并抛出一个名为Grace Blackwell NVLink 72的巨型芯片计划。该芯片性能据称会超越世界上最快的超级计算机。

机器人成焦点

本届CES上,多款机器人新品集中亮相。各家企业推出的机器人应用场景正愈发广泛且多元,涵盖生产制造、医疗服务、家居清洁、食品制作、情感陪伴、咨询疗愈等。

韩国三星发布了家庭智能机器人Ballie。和许多家庭机器人类似,Ballie通过语音和人进行互动,并具备智能家居联动控制功能。不同之处在于,Ballie可将互动信息投射到地面上。当用户想看电影时,Ballie还可将影片投射到墙面。该产品预计将于2025年正式量产交付。

多家日本科技企业发布主打情感陪伴的机器人。这些陪伴机器人大多长着毛茸茸的外观,能拟真多种表情,与用户进行情感互动,甚至还能充当心理疗愈的角色。

人形机器人堪称全场焦点。英伟达将启动纪元的Star1、智元机器人的远征A2、傅利叶的GR-2、宇树的H1-2、小鹏的Iron等5台中国产人形机器人带到CES远程“云”参展。

依托AI技术作为核心驱动力,机器人在感知、理解、决策和行动上的智能化水平大幅提升,对人类复杂的语言、手势乃至表情都能精准解读,动作愈发流畅自然、精准高效,给人类提供更加丰富的交互体验。

智能穿戴前景广阔

智能穿戴品类产品成为本届CES的主流。其中,智能眼镜和智能戒指成为两大主角。

一家名为Circular的公司在现场展示了一枚可进行心电图测量(ECG)的AI智能戒指。该公司介绍,这款产品面向海外市场的中年用户,他们对智能手表的接受程度不如年轻群体那么高,但又有ECG测量的潜在需求。

智能戒指产业正吸引越来越多关注。早在2015年,芬兰品牌Oura便推出了Oura Ring,目前已发展到第三代,能收集心率、呼吸率和睡眠数据。瑞士品牌VELIA、日本Soxai、美国Happy Ring、澳大利亚医疗器械公司Opuz等多家厂商都已发布相关产品。苹果也在布局智能戒指,并已获得相关专利。

近期在A股市场表现火热的智能眼镜在本次展会上同样竞争激烈。国内AR智能眼镜企业闪极和Rokid都在CES上展示了自家的最新产品。一款来自Captify的智能眼镜产品,可为听力障碍人士提供近乎实时响应的对话字幕。

出海成企业必修课

CES是全球“科技春晚”,既强调科技,也强调全球。通过CES走向全球,正成为中国消费电子企业的必修课。

一方面,在CES上中国企业与海外企业“同台竞技”,能洞悉前沿技术发展动向。九号公司相关负责人表示:“CES经过多年发展,已不仅是一个简单的产品展示舞台,更是一个国际前沿技术和产业发展趋势的交流场。借着这个平台,企业能洞察不同国家的用户需求,把握国际前沿科技技术发展方向,助力全球化业务的开展。”

另一方面,在国内市场竞争激烈背景下,海外市场蕴含着巨大机遇,企业需要通过全球性展会加强和海外市场的连接。云鲸智能相关负责人表示:“最近一两年国内清洁市场竞争激烈,且增速变缓,而海外清洁电器市场盘子非常大,增长势头也很好。我们也看到,中国品牌在全球扫地机市场份额不断扩大,中国品牌在多个国家和地区的市占率快速提升。”

“越来越多的中国企业,开始从最基础的产品出海,转变为技术和品牌等更高层次的出海,‘中国智造’的国际影响力愈发深远,这是我们在本届CES上最直观的感受。”九号公司相关负责人表示。

云鲸智能相关负责人表示,本次CES现场,云鲸发布了全新迭代产品Narwal Flow。基于AI技术的创新应用,Narwal Flow在视觉感知、深度清洁、语音交互等方面均有突破性创新,将扫地机器人的极致清洁力、智能性推向新高度。

IDC中国高级分析师赵思泉向证券时报记者表示:“2025年CES扫地机器人厂商将悉数发布新品,传统家庭清洁扫地机器人开始向具身机器人升级。除了实现传统清扫功能外,今年发布的新产品将专注于类真人机械臂模拟,开始在家电环境中执行更多任务,向家庭智能帮手转型。”

“在AI浪潮涌现的新时代,云鲸瞄准的下一个市场正是具身智能。”云鲸智能相关负责人称,公司无论是底层架构、技术储备,还是未来战略规划,都是围绕机器人具身智能在布局。

“2025年CES充分展示了AI技术在推动产业落地和商业化方面的深远影响。”IDC中国副总裁王吉平向记者表示,“未来,

芯片巨头吸睛

英特尔、AMD和英伟达3家芯片巨头均选择在CES期间发布自家新品。

英特尔新任联合CEO米歇尔·霍尔索斯介绍,英特尔新品包括Core 3和更强大的Core Ultra 200H,旨在提升两个关键领域性能:电池续航时间及运行AI功能的能力。

随后登场的AMD则发布了锐龙系列的诸多新品。AMD表示,2025年AI方面的部署范围将进一步扩大。目前,联想、惠普、华硕等众多合作伙伴已有超过150款AI笔记本新品推出,未来将会有更多AI相关产品投放到市场上。

英伟达则是发布了面向游戏玩家、创作者和开发者的新一代GeForce RTX 50系列台式机笔记本电脑GPU,并抛出一个名为Grace Blackwell NVLink 72的巨型芯片计划。该芯片性能据称会超越世界上最快的超级计算机。

机器人成焦点

本届CES上,多款机器人新品集中亮相。各家企业推出的机器人应用场景正愈发广泛且多元,涵盖生产制造、医疗服务、家居清洁、食品制作、情感陪伴、咨询疗愈等。

韩国三星发布了家庭智能机器人Ballie。和许多家庭机器人类似,Ballie通过语音和人进行互动,并具备智能家居联动控制功能。不同之处在于,Ballie可将互动信息投射到地面上。当用户想看电影时,Ballie还可将影片投射到墙面。该产品预计将于2025年正式量产交付。

多家日本科技企业发布主打情感陪伴的机器人。这些陪伴机器人大多长着毛茸茸的外观,能拟真多种表情,与用户进行情感互动,甚至还能充当心理疗愈的角色。

人形机器人堪称全场焦点。英伟达将启动纪元的Star1、智元机器人的远征A2、傅利叶的GR-2、宇树的H1-2、小鹏的Iron等5台中国产人形机器人带到CES远程“云”参展。

依托AI技术作为核心驱动力,机器人在感知、理解、决策和行动上的智能化水平大幅提升,对人类复杂的语言、手势乃至表情都能精准解读,动作愈发流畅自然、精准高效,给人类提供更加丰富的交互体验。

智能穿戴前景广阔

智能穿戴品类产品成为本届CES的主流。其中,智能眼镜和智能戒指成为两大主角。

一家名为Circular的公司在现场展示了一枚可进行心电图测量(ECG)的AI智能戒指。该公司介绍,这款产品面向海外市场的中年用户,他们对智能手表的接受程度不如年轻群体那么高,但又有ECG测量的潜在需求。

智能戒指产业正吸引越来越多关注。早在2015年,芬兰品牌Oura便推出了Oura Ring,目前已发展到第三代,能收集心率、呼吸率和睡眠数据。瑞士品牌VELIA、日本Soxai、美国Happy Ring、澳大利亚医疗器械公司Opuz等多家厂商都已发布相关产品。苹果也在布局智能戒指,并已获得相关专利。

近期在A股市场表现火热的智能眼镜在本次展会上同样竞争激烈。国内AR智能眼镜企业闪极和Rokid都在CES上展示了自家的最新产品。一款来自Captify的智能眼镜产品,可为听力障碍人士提供近乎实时响应的对话字幕。

出海成企业必修课

CES是全球“科技春晚”,既强调科技,也强调全球。通过CES走向全球,正成为中国消费电子企业的必修课。

一方面,在CES上中国企业与海外企业“同台竞技”,能洞悉前沿技术发展动向。九号公司相关负责人表示:“CES经过多年发展,已不仅是一个简单的产品展示舞台,更是一个国际前沿技术和产业发展趋势的交流场。借着这个平台,企业能洞察不同国家的用户需求,把握国际前沿科技技术发展方向,助力全球化业务的开展。”

另一方面,在国内市场竞争激烈背景下,海外市场蕴含着巨大机遇,企业需要通过全球性展会加强和海外市场的连接。云鲸智能相关负责人表示:“最近一两年国内清洁市场竞争激烈,且增速变缓,而海外清洁电器市场盘子非常大,增长势头也很好。我们也看到,中国品牌在全球扫地机市场份额不断扩大,中国品牌在多个国家和地区的市占率快速提升。”

“越来越多的中国企业,开始从最基础的产品出海,转变为技术和品牌等更高层次的出海,‘中国智造’的国际影响力愈发深远,这是我们在本届CES上最直观的感受。”九号公司相关负责人表示。

云鲸智能相关负责人表示,本次CES现场,云鲸发布了全新迭代产品Narwal Flow。基于AI技术的创新应用,Narwal Flow在视觉感知、深度清洁、语音交互等方面均有突破性创新,将扫地机器人的极致清洁力、智能性推向新高度。

IDC中国高级分析师赵思泉向证券时报记者表示:“2025年CES扫地机器人厂商将悉数发布新品,传统家庭清洁扫地机器人开始向具身机器人升级。除了实现传统清扫功能外,今年发布的新产品将专注于类真人机械臂模拟,开始在家电环境中执行更多任务,向家庭智能帮手转型。”

“在AI浪潮涌现的新时代,云鲸瞄准的下一个市场正是具身智能。”云鲸智能相关负责人称,公司无论是底层架构、技术储备,还是未来战略规划,都是围绕机器人具身智能在布局。

“2025年CES充分展示了AI技术在推动产业落地和商业化方面的深远影响。”IDC中国副总裁王吉平向记者表示,“未来,

芯片巨头吸睛

英特尔、AMD和英伟达3家芯片巨头均选择在CES期间发布自家新品。

英特尔新任联合CEO米歇尔·霍尔索斯介绍,英特尔新品包括Core 3和更强大的Core Ultra 200H,旨在提升两个关键领域性能:电池续航时间及运行AI功能的能力。

随后登场的AMD则发布了锐龙系列的诸多新品。AMD表示,2025年AI方面的部署范围将进一步扩大。目前,联想、惠普、华硕等众多合作伙伴已有超过150款AI笔记本新品推出,未来将会有更多AI相关产品投放到市场上。

英伟达则是发布了面向游戏玩家、创作者和开发者的新一代GeForce RTX 50系列台式机笔记本电脑GPU,并抛出一个名为Grace Blackwell NVLink 72的巨型芯片计划。该芯片性能据称会超越世界上最快的超级计算机。

机器人成焦点

本届CES上,多款机器人新品集中亮相。各家企业推出的机器人应用场景正愈发广泛且多元,涵盖生产制造、医疗服务、家居清洁、食品制作、情感陪伴、咨询疗愈等。

韩国三星发布了家庭智能机器人Ballie。和许多家庭机器人类似,Ballie通过语音和人进行互动,并具备智能家居联动控制功能。不同之处在于,Ballie可将互动信息投射到地面上。当用户想看电影时,Ballie还可将影片投射到墙面。该产品预计将于2025年正式量产交付。

多家日本科技企业发布主打情感陪伴的机器人。这些陪伴机器人大多长着毛茸茸的外观,能拟真多种表情,与用户进行情感互动,甚至还能充当心理疗愈的角色。

人形机器人堪称全场焦点。英伟达将启动纪元的Star1、智元机器人的远征A2、傅利叶的GR-2、宇树的H1-2、小鹏的Iron等5台中国产人形机器人带到CES远程“云”参展。

依托AI技术作为核心驱动力,机器人在感知、理解、决策和行动上的智能化水平大幅提升,对人类复杂的语言、手势乃至表情都能精准解读,动作愈发流畅自然、精准高效,给人类提供更加丰富的交互体验。

智能穿戴前景广阔

智能穿戴品类产品成为本届CES的主流。其中,智能眼镜和智能戒指成为两大主角。

一家名为Circular的公司在现场展示了一枚可进行心电图测量(ECG)的AI智能戒指。该公司介绍,这款产品面向海外市场的中年用户,他们对智能手表的接受程度不如年轻群体那么高,但又有ECG测量的潜在需求。

智能戒指产业正吸引越来越多关注。早在2015年,芬兰品牌Oura便推出了Oura Ring,目前已发展到第三代,能收集心率、呼吸率和睡眠数据。瑞士品牌VELIA、日本Soxai、美国Happy Ring、澳大利亚医疗器械公司Opuz等多家厂商都已发布相关产品。苹果也在布局智能戒指,并已获得相关专利。

近期在A股市场表现火热的智能眼镜在本次展会上同样竞争激烈。国内AR智能眼镜企业闪极和Rokid都在CES上展示了自家的最新产品。一款来自Captify的智能眼镜产品,可为听力障碍人士提供近乎实时响应的对话字幕。

出海成企业必修课

CES是全球“科技春晚”,既强调科技,也强调全球。通过CES走向全球,正成为中国消费电子企业的必修课。

一方面,在CES上中国企业与海外企业“同台竞技”,能洞悉前沿技术发展动向。九号公司相关负责人表示:“CES经过多年发展,已不仅是一个简单的产品展示舞台,更是一个国际前沿技术和产业发展趋势的交流场。借着这个平台,企业能洞察不同国家的用户需求,把握国际前沿科技技术发展方向,助力全球化业务的开展。”

另一方面,在国内市场竞争激烈背景下,海外市场蕴含着巨大机遇,企业需要通过全球性展会加强和海外市场的连接。云鲸智能相关负责人表示:“最近一两年国内清洁市场竞争激烈,且增速变缓,而海外清洁电器市场盘子非常大,增长势头也很好。我们也看到,中国品牌在全球扫地机市场份额不断扩大,中国品牌在多个国家和地区的市占率快速提升。”

“越来越多的中国企业,开始从最基础的产品出海,转变为技术和品牌等更高层次的出海,‘中国智造’的国际影响力愈发深远,这是我们在本届CES上最直观的感受。”九号公司相关负责人表示。

云鲸智能相关负责人表示,本次CES现场,云鲸发布了全新迭代产品Narwal Flow。基于AI技术的创新应用,Narwal Flow在视觉感知、深度清洁、语音交互等方面均有突破性创新,将扫地机器人的极致清洁力、智能性推向新高度。

IDC中国高级分析师赵思泉向证券时报记者表示:“2025年CES扫地机器人厂商将悉数发布新品,传统家庭清洁扫地机器人开始向具身机器人升级。除了实现传统清扫功能外,今年发布的新产品将专注于类真人机械臂模拟,开始在家电环境中执行更多任务,向家庭智能帮手转型。”

“在AI浪潮涌现的新时代,云鲸瞄准的下一个市场正是具身智能。”云鲸智能相关负责人称,公司无论是底层架构、技术储备,还是未来战略规划,都是围绕机器人具身智能在布局。

“2025年CES充分展示了AI技术在推动产业落地和商业化方面的深远影响。”IDC中国副总裁王吉平向记者表示,“未来,

芯片巨头吸睛

英特尔、AMD和英伟达3家芯片巨头均选择在CES期间发布自家新品。

英特尔新任联合CEO米歇尔·霍尔索斯介绍,英特尔新品包括Core 3和更强大的Core Ultra 200H,旨在提升两个关键领域性能:电池续航时间及运行AI功能的能力。

随后登场的AMD则发布了锐龙系列的诸多新品。AMD表示,2025年AI方面的部署范围将进一步扩大。目前,联想、惠普、华硕等众多合作伙伴已有超过150款AI笔记本新品推出,未来将会有更多AI相关产品投放到市场上。

英伟达则是发布了面向游戏玩家、创作者和开发者的新一代GeForce RTX 50系列台式机笔记本电脑GPU,并抛出一个名为Grace Blackwell NVLink 72的巨型芯片计划。该芯片性能据称会超越世界上最快的超级计算机。

机器人成焦点

本届CES上,多款机器人新品集中亮相。各家企业推出的机器人应用场景正愈发广泛且多元,涵盖生产制造、医疗服务、家居清洁、食品制作、情感陪伴、咨询疗愈等。

韩国三星发布了家庭智能机器人Ballie。和许多家庭机器人类似,Ballie通过语音和人进行互动,并具备智能家居联动控制功能。不同之处在于,Ballie可将互动信息投射到地面上。当用户想看电影时,Ballie还可将影片投射到墙面。该产品预计将于2025年正式量产交付。

多家日本科技企业