

智能血糖监测设备火了 AI重构家用医疗器械产业

证券时报记者 杨霞

近期,讯飞医疗一款血压计亮相2026年世界人工智能大会(WAIC),这款产品搭载了星火医疗大模型,号称“测得准、能对话、会分析”,突破了传统血压计“只测不解读”的功能局限。

过去一年,越来越多搭载AI的家用医疗设备走进千家万户。以CGM(动态血糖监测设备)为代表,AI家用医疗器械正从过去的“可选消费”转变为千万慢病患者家庭的“刚需配置”。AI正在改写家用医疗器械的产品形态、产业逻辑与商业模式。

家用医疗器械产品爆火

过去一年,CGM逐步替代传统的血糖监测设备,走入人们的日常生活。用户无需反复进行指尖采血,仅需在上臂微创植入一枚约硬币大小的医用级传感器,即可实现长达7至15天的连续血糖监测。

CGM通过AI技术的智能监测和智能分析,显著提升了家用血糖仪的便利性,其迅速普及打破国内血糖监测市场的传统格局,国产头部品牌的业绩印证了这一趋势。

2025年,鱼跃医疗CGM业务营收规模实现翻倍以上增长,公司年报表示CGM正以远超整体市场的速度快速兴起,成为驱动行业增长的重要引擎。港股上市公司微泰医疗的CGM业务实现收入4.52亿元,同比激增150.2%。

业内研究机构数据显示,2025年国内CGM市场销售额达到15.4亿元,同比增速高达45.8%,是传统指尖血糖仪整体市场增速的4倍以上。但这一轮爆发的核心,早已不是硬件参数的单点升级,而是AI技术与监测设备的深度融合。更重要的是,浙江、广东、江苏等多地已将CGM纳入慢性病管理医保报销范畴,原本定价偏高的动态血糖监测设备,正在快速走进普通家庭。

CGM的爆火只是AI重塑家用医疗器械的一个缩影。在更广阔品类版图上,AI呼吸机、AI助听器、AI血压计等产品同样在快速进入家用医疗设备市场。

2026年3月,可孚医疗发布首款AI高端呼吸机C11,在电商平台开售3分钟即登上品类榜首,12小时销售额突破百万元。AI加持的助听器同样全面开花——讯飞智能助听器在京东自营渠道连续四年保持40%以上高速增长;另一家AI助听器企业挚听的多款产品销量超2万台。从血糖到呼吸,从听力到血压,AI正在将家用医疗器械从“功能工具”升级为“智能健康管家”。



图片来源:AI生成

鱼跃医疗认为,智能产品的连续监测、智能分析等功能显著提升了家用医疗器械的便捷性与产品使用体验。AI的快速发展推动家庭健康管理及慢病管理场景全面升级,让专业医疗服务进一步向家庭延伸,为行业带来巨大的产业机遇。

AI重构商业模式

AI不仅改变了产品的功能边界,更在重塑家用医疗器械行业的商业模式。传统的家用医疗器械行业,长期遵循“卖出设备即终止用户关系”的简单交易模式,而AI的介入让用户这种连接得以无限延伸,设备售出后,企业可通过持续的数据服务、健康建议、风险预警和随访关怀,与用户建立长期深度绑定。

“过去卖的是一台机器,现在交付的是一套持续运转的健康管理体系。”行业观察人士认为,家用医疗器械正在跳出“检测工具”的定位,成为用户长期健康管理的核心入口。国信证券研报也指出,AI算法可对血压、血糖、睡眠、呼吸等数据进行趋势分析与风险预警,并与医生端形成联动,从而推动家用医疗器械从“硬件一次性销售”向“硬件+软件+服务”的长期价值模式演进。推动家用器械从“辅助工具”向“慢病管理核心工具”转变。

瑞迈特认为,AI让“设备+服务”的组合成为可能,从一次性硬件销售转向持续的健康管理服务,打开了更大的价值空间。

这种新的商业模式也为国产品牌打

开了全球化空间。据瑞迈特透露,AI赋能的优质产品正在帮助中国品牌突破海外市场的高门槛,公司产品已进入美国、欧盟等140多个国家和地区市场。

可孚医疗人工智能研究院执行院长吕易之博士观察到,消费者购买的不再只是单一设备,开始关注设备背后的智能服务能力和长期健康管理价值。家用医疗器械企业正在从单一产品提供者,升级为智能健康产品与服务的综合提供者。未来,硬件设备将承担健康数据采集、监测和治疗功能,AI平台则负责数据理解、智能交互和服务连接,两者相互协同,共同为用户提供覆盖健康监测、疾病管理和康复支持的连续服务。

重塑产业格局

随着慢性病管理需求释放和居民健康消费能力提升,家用医疗器械赛道正迎来新一轮扩容。据弗若斯特沙利文测算,预计到2030年国内家用医疗器械市场规模将突破3131亿元。在市场规模稳步增长的同时,AI技术正从产品端和服务端同时发力,推动行业竞争逻辑彻底改写。

当前,头部企业加速生态布局。鱼跃医疗加强医疗器械与AI的深度融合,积极推动“硬件+软件”的健康管理体系生态建设,推动医疗设备向全周期健康管理解决方案升级。该公司与清华大学、东南大学、新加坡国立大学签署战略研发合作协议,携手顶尖高校及研究机构共同攻关核心技术。

可孚医疗建立了较为完善的用户运营和服务体系,AI技术的发展使其能够将原本依赖人工、相对分散的服务能力,转化为更加标准化、智能化和可持续的服务体系。该公司计划推出更多融合AI技术的健康设备,让产品不仅“能使用”,更能够“懂用户”。

瑞迈特提出业务从“单一设备”向“全周期、多场景解决方案”转型,瞄准“全球呼吸健康管理的首选平台”的发展目标。

“从传统设备公司向AI平台公司的转型是一个渐进过程,硬件依然是行业根基,但真正构筑长期竞争力的,是覆盖设备、算法、数据、医疗资源和服务的完整生态。”瑞迈特相关负责人表示。

政策层面,《“健康中国2030”规划纲要》等文件明确提出推动智能健康设备的发展与应用;2026年国家卫生健康委等五部门发布《关于促进和规范“人工智能+医疗卫生”应用发展的实施意见》明确,到2030年基层诊疗智能辅助应用基本实现全覆盖。

在吕易之博士看来,未来企业竞争的焦点,可能不再局限于单一硬件参数,而将逐步转向产品、数据、算法、医疗专业能力和服务体系的综合竞争。真正具备全品类产品基础、用户服务能力和AI研发能力的企业,将拥有更大的发展空间。



7月31日,万科召开2026年第一次临时股东大会,审议通过了董事会换届相关的全部议案。当日晚间,万科董事会选举徐恩利为公司董事长,续聘黄宇为公司总裁。

深铁集团党委书记、董事长黄力平在股东大会上表示,新一届董事会仍将面临严峻挑战,他相信新一届董事会将有效发挥“定战略、作决策、防风险”的作用,凝聚力量,共渡难关。黄宇表示,万科将坚决落实自身的主体责任,统筹短期风险缓释与长期经营优化。

6月底、7月初,多家深圳国资企业完成高管调整。其中,黄力平出任深铁集团党委书记、董事长,徐恩利卸任深高速(600548)党委书记、董事长职务,转赴万科担任党委书记职务。黄宇在同期履新万科总裁职务,此前他卸任了深圳市委金融委员会办公室副主任、市地方金融管理局副局长职务。

万科方面表示,徐恩利与黄宇的搭档组合,契合万科的企业特点和当前形势需要,有利于持续推进化险与发展。此外,新一届董事会决议公告显示,执行副总裁和董秘为2025年初以来的原班人马,延续了经营管理队伍的整体稳定。

除黄力平、徐恩利、黄宇之外,其余非独立董事也都具有深圳国资背景。现任深铁集团党委委员、副总经理雷江松继续留任,姚飞、朱志强明确分别在深圳市投资控股有限公司、深圳市资本运营集团有限公司担任核心职务,两家公司分别定位于深圳市国资委设立的国有资本投资、运营平台。

黄力平称,过去三年是万科成立以来最艰难的时刻,在各方支持下,董事会聚焦化险和发展两大任务开展了大量工作,付出了艰辛努力。“相信新一届董事会将依托各位董事的多元行业背景与专业视野,有效发挥董事会‘定战略、作决策、防风险’的作用,凝聚力量,汇聚智慧,共渡难关。”黄力平强调。

“我们清醒地认识到,公司当前的经营形势依然十分严峻。化险任务仍然艰巨。下一阶段,公司将坚决落实自身的主体责任,统筹短期风险缓释与长期经营优化。”黄宇说。

业绩预告显示,万科预计2026年上半年净利润为亏损120亿元至150亿元。

据介绍,2026年上半年,万科开发业务保质交付约2.3万套房子,运用多种举措破解项目因局盘活货值超过150亿元,10只公开债券通过部分兑付配套展期的方式完成风险缓释,存量融资整体平稳。

不过,控亏、减亏仍是万科今年的核心经营目标之一。万科认为短期控亏压力仍然较大,各项举措成效传导至报表尚需时日,过程中也存在不确定性。

黄宇表示:“恳请各方继续给予理解、支持与包容。为公司平稳推进化险工作,逐步恢复健康经营,创造稳定环境,共同维护企业长远发展与全体相关方的整体利益。”

审计透明化是行业高质量发展必修课

证券时报记者 胡敏文

7月31日披露节点已至,毕马威、安永、苏亚金诚、德勤、天职等多家拥有证券服务资质的会计师事务所,先后发布2025年透明度报告,国内审计行业常态化信息披露迈入新阶段。作为中注协《会计师事务所透明度报告披露指引(试行)》2026年实施后的首轮实践,本次披露不仅是审计机构落实监管要求的答卷,更是资本市场“看门人”主动破解信任难题的标志性一步。

长期以来,投资者、上市公司、监管部门对会计师事务所的了解有限,难以全面掌握其内部治理、质控等核心信息。过往财务造假与审计失败事件反复印证:信息壁垒催生机会主义,低价竞争压缩审计程序,模糊化披露弱化外部监督。欧盟、澳大利亚等地区强制大型事务所定期发布透明度报告,以公开机制约束执业行为。本次国内出台专属披露指引,既是对接国际监管共识,也是立足本土市场现状,补齐审计行业诚信建设的重要一环。

按照指引要求,倡导具备证券业务资质的会计师事务所,于每年7月31日前发布上一年度透明度报告,全面公示治理结构、质量控制体系、独立性管理机制、监管检查整改、业务收入结构、人才队伍建设等多维度信息,相关公示材料留存期限不得少于三年。

常态化披露透明度报告,将为审计行业带来深层次变化。其一,引导行业良性竞争。过去不少市场招投标中,审计报价往往成为主要考量因素;信息全面公开后,上市公司审计委员会、广大投资者可横向对比各家事务所综合实力,审计质量相关量化指标将成为选聘事务所的核心依据。其二,搭建监管与市场协同共治机制。一方面,监管部门可依托统一披露数据,精准识别行业共性质量缺陷,实现靶向监管;另一方面,投资者、媒体可长期跟踪事务所质控整改、执业规范落地情况,形成外部约束。其三,增强审计行业公信力。事务所主动将经营、质控全流程置于公众监督之下,以详实、可追溯的数据展现恪守专业的态度,有助于逐步填补与公众长期存在的信任裂痕。

透明度报告常态化披露后,将优化企业、监管、事务所三方互动关系。对企业而言,可根据合伙人专业背景、历年监管处罚与整改记录、项目资源配置等信息,评估事务所专业能力与独立履职水平,从而筛选审计机构。对监管层来说,可实现风险前移管控,摆脱以往“事后处罚”的被动监管模式,依托持续更新的公开资料动态排查治理漏洞,实现“事前披露预警、事中持续监督、事后严格追责”全链条监管。对事务所自身,外部监督将倒逼内部治理升级,形成“以质量换口碑、以透明赢市场”的良性循环。

审计行业的透明化绝非短期举措,而是行业高质量发展的长期必修课。本次透明度报告披露仅是变革起点,随着会计师事务所经营运作全流程公开可追溯,审计质量实现可观测、可评估、可横向对比,能够推动资本市场“看门人”切实筑牢信息真实底线,为资本市场持续健康发展夯实信用根基。

万科董事会换届 控亏减亏是今年核心目标

证券时报记者 张一帆

欧盟取消小额包裹免税满月 跨境电商企业多举措消化增量成本

证券时报记者 曹晨

欧盟7月1日实施的小额包裹关税举措满月。

该举措废止了实施多年的150欧元以下进口B2C直邮包裹关税豁免政策,以2026年7月1日至2028年6月30日为过渡期,对所有货值150欧元以下入境低值电商包裹,依据商品HS编码,按每一商品品类计征3欧元临时固定关税。

此项政策一定程度抬升跨境直邮小包综合运营成本。根据欧盟数据,2024年进入欧盟境内的150欧元以下跨境小额包裹数量达46亿件,其中91%来自中国,主要通过速卖通、Temu、SHEIN等平台直邮入境。

记者采访平台和商家等人士了解到,欧盟举措拖累国内跨境电商欧洲业务增长,低价直邮模式承压,行业加速洗牌,跨境卖家积极应对成本压力,海外仓与精品高客单模式优势凸显。不过,对于商家而言,鉴于海外仓前期投入成本高,业内呼吁推出专项扶持政策,适当提供海外仓及合规相关补贴。

中小商家成本增加

郑州某跨境电商企业以北美、欧洲为核心市场,主营家居百货、美妆服饰等品

■ 对于主打欧洲市场的中国商家而言,海外仓备货、精品化运营是应对欧盟政策的主要措施之一。

业内呼吁推出专项扶持政策,适当提供海外仓及合规相关补贴。

类,布局TikTok、亚马逊、Temu等主流出海渠道。作为欧盟政策影响下的典型企业,公司总经理李哲(化名)向记者表示,政策落地后,欧洲订单降幅显著。

谈及欧盟举措给商家带来的冲击,李哲称,一是关税一定程度挤压低价SKU利润;二是平台流量持续向海外仓、本土备货商家倾斜;三是国内直邮原有物流优势下降,合规海外仓资源日趋紧张;四是行业准入门槛抬高,缺少供应链、资金支撑的中小型铺货卖家经营难度提升。

在欧盟低价直邮赛道,中小商家承压最为突出。某主营宠物用品出口业务的商家负责人对记者表示,为对冲经营风险,公司正在调整全球市场布局,适度收

缩欧洲业务,同时加码美国等海外市场。

谈及应对策略,李哲表示,公司正进行经营调整:淘汰低价SKU,聚焦高附加值差异化精品;补齐欧盟VAT(欧洲版增值税)、产品认证等合规资质,搭建标准化合规运营体系;布局合规海外仓,适配平台流量倾斜规则;推进市场多元化布局,加码美国市场以分散区域风险;同时整合百余家上游供应链资源抱团压降成本,提升整体综合竞争力。

海外仓重要性提升

对于主打欧洲市场的中国商家而言,布局海外仓备货、精品化运营是应对欧盟政策的主要措施之一。

深耕欧洲市场的车用清洁品牌TUREBB,提前布局半托管自建仓及平台官方海外仓,此次受欧盟关税政策冲击较小。品牌负责人胡经理向记者介绍,后续品牌将以平台海外仓发货作为主销款履约方案,同时在第三方海外仓储备机动库存,用作缺货补货。他认为,在行业规则重构的当下,能提前适配新模式、抢占资源的商家,更容易在行业洗牌中实现突围。

行业迎来规则重构之际,跨境平台相继落地配套扶持政策,助推商家转型。某头部跨境电商平台相关负责人表

示,海外仓商家经营基本稳健。海外仓备货商家经营表现稳健,本地化履约模式价值凸显。目前该平台已从物流基建、品牌孵化、合规赋能三大维度落地扶持举措。

实际上,海外仓转型已是行业共识,但前置备货、头程运输、仓储服务等新增业务,需要卖家投入资源学习新的技能。

多方建议完善扶持体系

广东省互联网协会副会长、艾媒咨询CEO张毅对记者表示,从目前来看,海外仓能够显著摊薄关税成本,同步提升配送时效与售后体验,但前期投入门槛较高,更适合主打稳定爆款的商家布局。

李哲建议,各大跨境平台应出台配套扶持举措,对入驻海外仓商家推出专项补贴,减免仓配费用、放宽平台活动报名门槛;简化税务流程,由平台统一代缴关税与VAT,压缩卖家财税操作成本。

李哲还表示,建议出台专项政策助力卖家跨境布局海外仓,例如对落地欧盟合规海外仓的企业给予仓储租金、海运头程运费补贴,降低中小卖家经营成本。

某头部跨境电商平台相关负责人提出,希望完善退货入关的流程,减少企业货损,并对海外备货商家出台国内结汇的激励政策。