

数码家电行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

第 35 周

2024/8.19-8.25

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

AI智能体, 年轻人的情感搭子;
空间一体化时代 厨房开启集成嵌入模式;
消费市场“绿”潮涌动 点燃经济发展新引擎。

行业环境:

1. AI智能体, 年轻人的情感搭子

关键词: AI情感陪伴,智能体,用户体验,应用爆发,情感空缺

概要: 近年来, 面向年轻用户的AI情感陪伴应用兴起, 如星野和豆包等, 用户可以通过这些应用与虚拟AI角色进行多形式互动, 满足社交需求和寻求情感支持。据统计, 星野上线后总下载量达890万, 月活跃用户超385万; 豆包增长更快速, 总下载量突破8000万, 月活跃用户超2600万。为增强用户体验及竞争力, 部分应用还增设了AI搜索、图片生成等功能。尽管受欢迎, 但AI情感陪伴应用的商业模式仍存在挑战, 比如Character.AI虽用户基数大但付费用户少, 影响商业变现。如何持续吸引用户并提高付费意愿成为行业共同难题, 未来能否探索出可持续商业模式仍有待观察。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7220974.html): <https://www.tmtpost.com/7220974.html>

2. 空间一体化时代 厨房开启集成嵌入模式

关键词: 厨房,一体化,嵌入式,智能家居,厨电

概要: 法国美食家萨瓦兰曾表示, “餐桌旁的时光最有趣”。随着家庭结构和社交模式的变化, 中国的厨房正在从单一功能空间转变为集烹饪、情感交流、社交沟通和休闲娱乐为一体的多元化空间。为此, 厨电行业正积极推动集成化、嵌入式和一体化的发展。在“心动厨房·以简驭繁2024中国厨房&电器‘集成、嵌入式、一体化’趋势沙龙”活动中, 众多知名家电品牌和专家共同讨论了未来厨房的发展趋势。《2024中国厨房&电器集成/嵌入式/一体化趋势报告》显示, 厨房正朝着空间无边界、与家居风格深度融合、健康安全、智能互联以及厨电一体化这五大趋势发展。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0824/640046.shtml): <http://news.cheaa.com/2024/0824/640046.shtml>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. 消费市场“绿”潮涌动 点燃经济发展新引擎

关键词：以旧换新,消费市场,绿色消费,消费升级,政策措施

概要：今年以来，一系列消费品以旧换新政策的实施有效激发了消费市场的潜能，促进了经济高质量发展。相关政策包括发放消费券、绿色积分以及鼓励企业采用以旧换新的方式推动绿色产品的销售。统计数据显示，近期市场销售增速回升，尤其是升级类商品销售增长较快。各地积极响应，通过举办各类以旧换新活动及提供补贴等形式，进一步激活消费潜力。这些措施不仅惠及消费者，还促进了家电、家具等主要产品的销售增长。未来，相关部门将继续推动以旧换新政策的落实，并促进汽车、家电和家装领域的消费升级，以实现经济持续健康发展。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0819/639758.shtml): <http://news.cheaa.com/2024/0819/639758.shtml>

4. 中国企业计划加大数字化投入，借助人工智能加速重塑

关键词：数字化转型,人工智能,企业重塑,技术创新,生成式AI

概要：埃森哲发布的《2024中国企业数字化转型指数》指出，许多中国企业计划加大数字化领域投资，利用人工智能等技术促进转型。研究显示，“重塑者”企业比例增至4%，但企业在全局规划、技术架构升级和组织变革方面仍需改进。约60%受访企业计划未来一年增加数字化转型投资，尤其在制造、财务和供应链领域。尽管认识到技术创新的重要性，企业仍面临多重挑战，如完善AI战略、加强数字技术基础和提高组织变革能力。仅有15%的企业拥有专门的人工智能团队，并且在适应新技术的工作岗位重新设计方面落后。为实现持续增长，报告建议企业应综合考虑技术、组织和人才培养等方面。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7222326.html): <https://www.tmtpost.com/7222326.html>

5. 下沉市场“逆袭” 县域消费多点开花

关键词：县域消费,服务零售,智能家电,旅游旺季,餐饮市场

概要：县域消费市场展现出持续增长趋势，成为拉动消费的新动力。县乡消费品零售额占比上升，暑期旅游旺季中下沉市场成为新引擎。餐饮市场同样火热，咖啡外卖订单与服务零售商户数量显著增长。农村市场中耐用消费品销量提升，如智能家电。县域消费市场的成长得益于庞大人口基数、城乡融合发展及新兴业态成长。政策支持通过完善物流体系等措施进一步激发消费潜力。预计到2030年，超过66%的个人消费增长将来自下沉市场，表明县域市场将成为国内消费增长的新蓝海。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0821/639880.shtml): <http://news.cheaa.com/2024/0821/639880.shtml>

6. 工业互联网平台加速成势

关键词：工业互联网,市场规模,数字化转型,应用场景,平台体系

概要：根据赛迪顾问的《2023—2024年中国工业互联网市场研究年度报告》，2023年中国工业互联网市场规模已达9849.5亿元，同比增长13.9%。其中，工业互联网平台市场规模为1467.6亿元，增速高达34.7%。这些平台成为推动制造业数字化转型的关键力量，通过整合大数据、人工智能等技术，实现了生产与服务模式的创新。目前，中国拥有超过340个有影响力的工业互联网平台，连接了超过9600万台工业设备。预计到2026年，市场规模将增长至14862.5亿元。为了促进更广泛的应用，需解决行业特性强和需求复杂的问题，并建立多层次、系统化的高质量平台体系，以支持制造业的高质量发展。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0821/639896.shtml): <http://news.cheaa.com/2024/0821/639896.shtml>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 应用端积极布局 人形机器人产业受关注

关键词: 人形机器人,技术创新,产业发展,应用场景,政策支持

概要: 2024世界机器人大会展示了众多具备多样技能的人形机器人,吸引了广泛关注。分析人士认为,随着技术进步和产业化的推进,人形机器人领域将迎来快速发展。大会展出的产品涵盖了从日常生活辅助到专业领域的应用,如“天工”机器人展示了复杂的地面适应能力和奔跑能力,而EX机器人的小柒等人形机器人已在多个场景中投入使用。科大讯飞等企业也在加强人形机器人的智能化研发,推动其“大脑”的升级。政策层面,《人形机器人创新发展指导意见》为行业设定了明确的发展目标。尽管目前商用化进程尚处于初期阶段,但业界普遍看好人形机器人的未来发展潜力,预计在未来几年将成为科技竞争的新焦点和经济增长的新动力。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0824/640057.shtml): <http://news.cheaa.com/2024/0824/640057.shtml>

8. 2024年Q2中国折叠屏手机销量同比大增125%:华为份额第一,vivo紧追其后

关键词: 折叠屏手机,销量,同比增长,市场份额,AI技术

概要: 据CINNO Research数据显示,2024年第二季度,中国市场的折叠屏手机销量达到了262万部,同比增长125%,环比增长11%。2024年上半年累计销量为498万部,同比增长121%,市场渗透率升至3.6%。在市场份额方面,华为位列第一,vivo排名第二且增长显著,OPPO则位居第三。值得注意的是,搭载AI技术的折叠屏手机销量占比高达42%,较之前有大幅提升;同时,折叠屏手机的厚度和重量也在持续优化,与传统旗舰机型的差距进一步缩小。

[原文链接](https://www.ithome.com/0/790/283.htm): <https://www.ithome.com/0/790/283.htm>

9. 7月中国家电出口量、产量已公布,情况如何?

关键词: 出口,家用电器,空调,冰箱,洗衣机

概要: 根据海关总署数据,2024年7月中国家用电器出口表现强劲,其中出口总量达到39,489万台,同比上涨23.3%,1月至7月累计出口量为253,423万台,同比增长24.6%。具体产品方面,空调、冰箱和洗衣机在7月分别实现了52.8%、14.7%和9.6%的同比增长,液晶电视也达到了18.7%的增长率。但从国家统计局的数据来看,同期国内生产情况则呈现出不同趋势,如空调产量下降12.9%,而洗衣机产量增长了13.8%。总体而言,家电出口市场在2024年前7个月持续保持较高增长态势。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0819/639796.shtml): <http://news.cheaa.com/2024/0819/639796.shtml>

10. 万元级产品受青睐 大家电以“旧”换“优”需求大

关键词: 以旧换新,大家电,补贴,绿色回收,品质消费

概要: 随着政府和企业的积极推动,大家电市场在新一轮以旧换新活动中表现出强劲增长。政策支持下,消费者可获得高额补贴,促进了高品质大家电的销售。各地政府出台具体实施方案,线下卖场和电商平台积极响应,提供了丰富的优惠政策。消费者更加注重产品的性能和品质,而非仅仅关注价格。此外,为了提高旧家电回收的便捷性,企业建立了有效的回收机制,并采用“互联网+回收”模式,实现了资源循环利用。回收环节被视为以旧换新体系中的关键,需确保正规渠道、统一标准和价格透明,以实现高效回收和资源再利用。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0824/640059.shtml): <http://news.cheaa.com/2024/0824/640059.shtml>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

11. 折叠屏手机何时“叫好也叫座”

关键词: 折叠屏手机, OLED柔性屏, 铰链技术, 市场增长, 消费者体验

概要: 自今年下半年以来, 随着OLED柔性屏和铰链等关键技术的进步, 全球折叠屏手机市场迅速增长。IDC数据显示, 2024年第二季度中国折叠屏手机出货量已达257万台, 预计下半年市场将持续扩大。然而, 折叠屏手机的发展并非一帆风顺, 早期产品存在技术不成熟的问题, 市场份额较小, 成本高、重量和厚度等问题也限制了其普及。近期, 厂商通过采用新型材料和技术减轻产品重量、降低成本, 并努力解决轻薄、长续航与高性能之间的矛盾。此外, 厂商还推出竖折手机和三折叠屏手机等新品类, 丰富市场选择并拓展应用场景。未来, 折叠屏手机市场有望向更高端或更实用方向发展, 并为AI手机时代奠定基础。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0821/639881.shtml): <http://news.cheaa.com/2024/0821/639881.shtml>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

12. 长虹美菱收入净利双增 受益小米空调业务代工

关键词：空调,冰箱,冰柜,净利润,收入

概要：长虹美菱发布的2024年中报显示，公司实现了收入和净利润的双增长，其中空调产品收入增长21.47%。上半年，公司营收达到149.48亿元，同比增长16.52%；净利润为4.15亿元，同比增长15.91%。尽管国内白电市场整体表现不佳，但长虹美菱的海外收入增长强劲，同比增长23.59%。作为小米空调的主要代工厂之一，长虹美菱从小米空调的快速增长中获益良多。近期小米成立新公司的举动被认为对长虹美菱影响有限。截至目前，长虹美菱股价表现亮眼，在家电行业中涨幅居首。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0819/639809.shtml)：http://news.cheaa.com/2024/0819/639809.shtml

13. 全球化布局顺利推进 多家家电企业上半年业绩报喜

关键词：家电企业,净利润,全球化布局,海外市场,出口增长

概要：截至8月21日，23家家电企业中13家实现了净利润同比增长。这些企业的增长主要得益于全球化布局的成功推进，比如美的集团和TCL智家等企业在海外市场的收入均有显著增长。其他企业如兆驰股份、三花智控和盾安环境也通过扩大海外市场占有率提升了业绩。数据显示，中国家电出口量同比增长24.9%，显示出国产家电在全球市场的竞争力增强。此外，企业还在积极布局新兴市场，例如美的和海尔在埃及的投资建设，以及小熊电器、石头科技等小家电企业加强海外市场布局。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0822/639937.shtml)：http://news.cheaa.com/2024/0822/639937.shtml

14. 波士顿动力创始人对话国内四大AI机器人CEO：“人形机器人是炫耀而非生产力”

关键词：具身智能,人形机器人,大规模应用,可靠性,安全性

概要：在2024世界机器人大会上，美国波士顿动力创始人Marc Raibert与中国四位专注于具身智能和人形机器人的企业家进行了交流。Raibert对中国在该领域的快速发展表示赞赏，他认为未来五年内，虽然机器人硬件依然重要，但AI技术尤其是语义理解的基础模型将对机器人技术产生更大的影响。同时，他也指出提高可靠性和安全性是当前的重大挑战，并对人形机器人的商业应用持谨慎态度。而中国代表们则更加乐观，相信AI技术的进步，特别是大型模型的发展，将推动人形机器人取得突破性进展，并在未来几年内实现更广泛的应用和技术融合，尽管目前还存在一些挑战，如技能泛化的不足等。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7223248.html)：https://www.tmtpost.com/7223248.html

15. 学而思AI学习机，离“省妈”还有多远？

关键词：学而思,AI学习机,教育硬件,双减,AIGC

概要：好未来的学而思品牌在教育硬件领域取得进展，特别是通过其智能学习机。该产品因丰富的自研课程和独特的AI讲题机器人功能受到市场好评，在2023年抖音商城“双十一”活动中排名热卖商品第四。好未来还推出了学习灯和讲题机等其他教育硬件。借助智能学习机的成功，好未来实现了业务盈利，并视其为内容解决方案业务的重要部分。随着AI技术的进步，教育硬件市场迎来新机遇。学而思学习机集成了AI对话学和AI作文助手等功能，提高了学习效率。不过，市场上多数学习机功能相似，缺乏创新亮点。因此，学而思需持续利用内容优势并探索差异化策略以保持竞争力。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7220942.html)：https://www.tmtpost.com/7220942.html

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

16. 小米智能家居杀入酒店 成为行业第二

关键词：新开业酒店,智能家居,配置率,体验联动性,智能设备

概要：据奥维云网(AVC)数据，2024年上半年，一至新一线城市有973家三至五星级新酒店开业，同比增长55.2%，共计提供10.03万间客房，同比增长35.4%。其中，2.77万间客房配备了智能家居系统，同比增长47.9%，配置率达到27.6%，比去年同期提高2.3个百分点。智能家居市场主要由小度、小米和天猫精灵主导，共同占据95.8%份额。小米与多个大型酒店集团合作提供智能家居解决方案。这些系统实现了门锁、灯光、空调等设施的智能联动，显著提升了宾客体验，如通过智能AI语音助手轻松获取酒店服务信息。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0820/639831.shtml)：http://news.cheaa.com/2024/0820/639831.shtml

17. 古尔曼：苹果在 AI 领域与谷歌相距甚远，处于“完全不同”的世界

关键词：AI,谷歌,苹果,落后,机器人

概要：彭博社记者马克·古尔曼在评价谷歌新品发布会及其展示的Pixel 9系列AI功能后表示，苹果在AI领域已落后谷歌等竞争对手至少2至3年。古尔曼指出，谷歌新品展现了其在AI技术方面的领先地位，而苹果尽管注重用户隐私保护，但这限制了其在AI领域的发挥。他认为苹果在AI领域与谷歌存在显著差距，且面临诸多挑战，需要很长时间才能使自家的Apple Intelligence具备竞争力。

[原文链接](https://www.ithome.com/0/789/370.htm)：https://www.ithome.com/0/789/370.htm

18. 百度李彦宏：未来两三年 AI 竞争很激烈，谁赚钱谁能活下来

关键词：人工智能,竞争格局,技术差距,生态系统,百度文心

概要：百度发布2024年Q2财报，总营收339亿元，净利润55亿元。百度董事长兼CEO李彦宏在财报电话会议中指出，未来两到三年内人工智能领域的竞争将异常激烈，预计仅少数具备大型基础模型的企业能脱颖而出。百度依靠长期投资和技术积累，有信心维持行业领先地位。公司采取“应用驱动”策略，持续改进文心大模型，通过实际应用获得用户反馈，推动模型迭代。同时，百度努力降低成本、丰富模型种类，并借助开发者社区及企业合作网络构建生态体系。未来，百度将继续融合技术创新与实践应用，确保在AI领域的竞争力。

[原文链接](https://www.ithome.com/0/790/497.htm)：https://www.ithome.com/0/790/497.htm

19. 当《黑神话：悟空》遇到海信：国人文化自信、技术自信已修成正果

关键词：西游,国产游戏,文化自信,海信电视,黑神话悟空

概要：《黑神话：悟空》作为国产游戏的里程碑之作，不仅展现了高水平的游戏制作技术，更体现了中国文化的深厚底蕴和国产品牌的自信。该游戏与海信电视的合作，通过海信先进的显示技术和精心的画质调校，完美呈现了游戏中的中式美学和细腻画面。海信电视采用的黑曜屏有效降低了反光问题，而超画质Mini LED技术确保了游戏场景中的高对比度和丰富细节得以极致还原。此外，海信电视还搭载了自研的信芯AI画质芯片，进一步提升了游戏画面的表现力。这种合作不仅推动了国产游戏的发展，也让世界看到了中国文化和制造实力的魅力。通过共同的努力，《黑神话：悟空》和海信电视成为了中国文化输出的重要载体，展现了中国品牌的国际竞争力。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7222729.html)：https://www.tmtpost.com/7222729.html

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

20. 森海塞尔与 smart 汽车建立战略合作伙伴关系，全新 smart 精灵#5 首搭典范音响系统

关键词：森海塞尔,smart,车载音频,战略合作,杜比全景声

概要：森海塞尔与智能电动车品牌smart建立战略合作，旨在提升车载音频体验。全新smart精灵#5大五座SUV将成为首个配备森海塞尔音响系统的smart车型，该系统包含20个扬声器及一个车载全场景便携HiFi音箱，支持杜比全景声。smart精灵#5计划于8月28日在澳大利亚首发，并于8月30日成都车展在国内亮相，预计年内在中国市场上市。此外，这款SUV将是首款搭载字节跳动“豆包”AI大模型的量产车型。

[原文链接](https://www.ithome.com/0/790/607.htm)：https://www.ithome.com/0/790/607.htm

21. 格力电器“天价”美容仪争议的背后：产品优势难寻，公司多元化转型乏力

关键词：颜值经济,家用美容仪,市场潜力,美容仪定价,产品功效

概要：格力电器进军美容仪市场，展现了其多元化业务发展的新尝试。格力电器为此申请了多项相关专利，并设立了专门的医疗器械公司。然而，其推出的美容仪产品在价格和功效上缺乏竞争优势，定价高达9800元，远超同类产品，引发消费者争议。尽管格力电器积极寻求业务多元化，减轻对空调业务的依赖，但进展有限。与竞争对手美的集团和海尔智家相比，格力电器在业务多元化和全球化布局方面存在不足，空调业务仍占据主导地位，多元化转型面临挑战。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0821/639876.shtml)：http://news.cheaa.com/2024/0821/639876.shtml

22. 科大讯飞董事长刘庆峰：与华为已经重新签署深化合作协议

关键词：科大讯飞,华为,合作,人工智能,国产平台

概要：8月22日消息，科大讯飞董事长刘庆峰透露 that 公司已与华为重新签署了深化合作协议，双方将共同探索国内最前沿的技术应用。此前，市场上有关于华为与科大讯飞合作关系出现变动的传言，但科大讯飞方面表示，双方一直保持着良好的合作关系。近期，两家公司在AI存力底座联合创新项目以及国产平台私有化部署AI大模型等方面展开了合作。此外，今年3月，科大讯飞还与华为在安徽合肥举行了鸿蒙合作签约仪式，计划对其旗下的16款App进行鸿蒙原生应用开发。这标志着双方的合作进一步深化。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0823/639986.shtml)：http://news.cheaa.com/2024/0823/639986.shtml

23. 缩减非核心低质业务，手握近20亿现金的微盟，盯上AI和出海

关键词：营收下滑,非核心业务,净亏损收窄,现金流,战略转型

概要：微盟2024年上半年财报显示，总收入8.67亿元，同比下降28.3%，毛利下降29.4%至5.76亿元，但经调整后净亏损大幅缩减81.4%至0.46亿元，并保持了正向现金流。业绩变化主要归因于公司战略调整，包括剥离非核心业务、降低小微业务投入及强化大客户战略。订阅解决方案收入虽降31.0%，但大客户平均收入增长。商家解决方案则侧重高利润业务，削减低利润业务比例。为确保正现金流，微盟控制了销售成本与研发投入，并购回全部可换股债券以减轻债务负担，同时募资加强资金链。展望未来，微盟计划推进AI商业化、开拓海外市场及创新收入模式，反映SaaS行业转向巩固核心业务的趋势。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7221924.html)：https://www.tmtpost.com/7221924.html

02

头部品牌动态 Top Brand News

头部品牌动态：

24. 大模型，科大讯飞不能输的一战

关键词：亏损,大模型,研发投入,算力,商业化

概要：科大讯飞2024年半年报显示，公司营收达93.25亿元，同比增长18.91%，但净利润亏损4.01亿元，为上市以来首次半年度亏损。亏损主要源于大模型研发的高额投入。尽管星火大模型在技术与应用上取得进展，甚至在某些评测中超越GPT-4 Turbo，并实现在多领域的应用，但研发投入导致财务状况恶化及股价下跌。虽然市场对大模型充满期待，但科大讯飞短期内通过大模型实现盈利仍面临多重挑战，如技术差距、激烈竞争和高成本等。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7221409.html)：https://www.tmtpost.com/7221409.html

25. 助推趋势新品、加码以旧换新，京东家电家居探索空调市场新增量

关键词：空调市场,存量市场,需求疲软,以旧换新,市场竞争

概要：2024年空调市场遭遇整体需求疲软，销量与销售额分别下滑11.0%和14.5%，主要受楼市低迷影响。面对激烈竞争，新品牌加入推动了行业的创新活力，产品更加注重吸引年轻消费者的高级功能及设计美学。为适应这一趋势，京东家电家居正筹备空调检测基地提升产品透明度和消费者信任度，并积极响应以旧换新政策，通过提供便捷服务及高额补贴简化换新流程。尽管市场整体预期不佳，但在政策支持和消费者追求高品质的双重作用下，空调行业预计将迎来新的增长机会。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0821/639917.shtml)：http://news.cheaa.com/2024/0821/639917.shtml

04

产品技术

Product Technology

新品上市:

26. Meta 部署新网络爬虫机器人，为其 AI 模型收集大量数据

关键词：网络爬虫,人工智能,训练数据,Meta,大数据

概要：Meta推出了一款名为Meta External Agent的新网络爬虫工具，该工具用于收集互联网上的大量数据，以支持其人工智能模型的训练。这款爬虫与OpenAI的GPTBot相似，能抓取包括新闻文章和在线讨论在内的文本信息。尽管Meta在其开发者网站上确认了此工具的存在，但尚未正式宣布。Meta的Llama模型是最大的语言模型之一，虽然具体的训练数据未公开，但之前版本的Llama模型使用了Common Crawl等数据集。Meta创始人马克·扎克伯格透露公司已经积累了超过Common Crawl规模的训练数据。新爬虫的发布表明Meta正寻找更多、质量更高的数据来不断改进和扩展其AI能力。

[原文链接](https://www.ithome.com/0/790/065.htm)：https://www.ithome.com/0/790/065.htm

27. 大模型密集落地医疗生态，壹生检康推出中西医妇科“智能体”应用“闺蜜AI医生”

关键词：妇科健康,大模型,人工智能,医疗场景,中医服务能力

概要：在医疗健康领域，大模型技术受到越来越多的关注。国内企业壹生检康作为妇科健康领域的先驱，已经推出了面向消费者的“爱巢GPT”应用，提供内分泌检测和健康管理服务，并在此基础上进一步开发了“闺蜜AI医生”，为用户提供24小时咨询服务，如预测经期和解答症状等。为了满足年轻女性用户对智能化健康管理不断增长的需求，壹生检康正在不断完善其妇科健康大模型，并计划引入中医服务能力，力求提供更全面的服务。通过与医疗机构合作以及内部数据积累，公司目标是逐步实现服务自主化，降低对外部通用模型的依赖。最终，壹生检康希望成为用户的妇科健康私人助理，提供全方位的健康管理支持。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7216943.html)：https://www.tmtpost.com/7216943.html

28. 人形机器人“领航者2号 NAVIAI”发布：1.65米、60千克，AI算力275 TOPS

关键词：人形机器人,精确技能作业,AI算力,全身协调运动,数据生成

概要：8月21日，中控技术官方公众号宣布，其作为最大股东投资的浙江人形机器人创新中心发布了具备精准作业能力的人形机器人“领航者2号NAVIAI”。该机器人身高1.65米，体重60千克，AI算力达275TOPS。领航者2号能以6公里/小时的速度移动，并完成物品搬运、抓取放置及插孔等任务，持续工作2小时。技术上，它实现了大范围三维仿真场景构建、杂乱环境下的准确决策规划，以及高效的具身智能控制策略，确保了高精度的操作性能。

[原文链接](https://www.ithome.com/0/790/120.htm)：https://www.ithome.com/0/790/120.htm

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。