

# 华为先手棋

4月20日下午,华为Pura系列及全场景新品发布会如期举行。华为常务董事、终端BG董事长余承东,华为终端BG首席执行官何刚携演员、歌手易烊千玺等嘉宾,发布了包括Pura 90系列、Pura X Max、AI眼镜在内的多款新品。其中,Pura 90系列为Pura年度常规迭代机型,Pura X Max则是华为开创的阔折叠细分品类的升级产品。北京商报记者现场获悉,本次发布的Pura 90起售价4699元,Pura 90 Pro起售价5499元,Pura 90 Pro Max起售价6499元,Pura X Max建议零售价10999元起。

对比上一代Pura 80系列,标准版起售价维持4699元不变,Pro、Pro Max版本定价较前代对应机型有百元至千元不等的下调,同时华为取消了此前定价9999元起的Ultra版本。

余承东特别提到了“诚意”。他表示,2026年手机行业面临存储成本大幅上涨的压力,“现在新手机定价压力非常大,后续如果成本扛不住了,可能会涨价”“内存价格一直涨,这个价格我们很有诚意了”。

而2026年手机行业的另一关键变量在于折叠屏。多方消息称,苹果计划于秋季推出首款折叠屏产品。

面对存储成本整体上涨与苹果入局折叠屏细分两组变化,华为颇有针对性的分别打出先手。



列同台亮相,尽管量产进度曾因工艺问题小幅调整,但发布时间基本确定。

作为同在高端市场的巨头,苹果入局折叠屏被视为行业格局的重要变量,而华为此次发布的Pura X Max阔折叠新品,正是在苹果正式入局前,为巩固赛道先发优势落子的关键一步。

## AI眼镜:新品类、新增长

IDC数据显示,2025年中国智能眼镜市场出货量246万台,同比增长87.1%,行业已从早期硬件铺陈阶段,转向用户价值验证与规模化放量的关键期,轻量化、AI能力成为产品标配,新厂商持续入局推动市场快速起量。

从行业现状来看,当前头部厂商仍处于试探性布局阶段,消费电子、互联网大厂相继推出首款AI眼镜产品,但多数尚未实现大规模出货,产品形态与技术路线仍在快速迭代,更多是对下一代交互入口的战略占位,市场竞争尚未全面展开。

北京商报记者现场获悉,本次发布会亮相的华为AI眼镜,是华为首款鸿蒙AI眼镜,整机轻至35.5克,贴合行业主流佩戴体验趋势,同时落地第一视角AI影像、实时交互、鸿蒙生态协同等实用功能,补齐了华为在智能穿戴新形态的布局。

大热之下,眼镜产品既是整场发布会的惊喜增量,也精准踩中智能眼镜高速增长的行业风口。它或将成为华为在手机核心赛道之外,拓展全场景生态、挖掘新增量曲线的潜力一员。

北京商报记者 陶凤 王天逸  
图片来源:华为终端

## 逆势不涨价

根据TrendForce集邦咨询2026年2月发布的行业研报,受存储价格大幅上涨影响,2026年全球手机产量恐面临10%的年衰退,悲观情境下跌幅或扩大至15%。以主流的8GB+256GB配置为例,2026年一季度存储合约价同比涨幅近200%,其在手机BOM成本中的占比已从过去的10%—15%飙升至30%—40%,终端厂商普遍面临成本与定

价的双重压力。

面对这一行业变量,OPPO、vivo、小米等国产主流品牌已先后通过调价传导成本压力:自2026年3月起,OPPO、vivo陆续上调部分中低端及旗舰机型售价,涨幅普遍在数百元区间,部分大内存版本涨幅更高;小米也于4月宣布调整部分在售产品定价,通过终端涨价缓解成本压力。

同为需要平衡市场与成本的手机大厂,在全行业普遍承压调价的背景下,华为以相对稳定的定价策略稳住产品价格带,尽管在

部分配置上有所取舍,但整体看,这一局,华为算是扛住了压力。IDC数据显示,2025年中国智能手机市场整体出货量同比微降0.6%,行业已现增长疲态;华为当年出货量达4670万台,市场份额16.4%,位居国内市场首位,在成本上涨的环境下维持了主力产品的定价稳定,市场表现保持稳健。

## 新壁垒与倒计时

机构数据显示,2025年前三季度,中国折

叠屏手机市场累计出货量762万台,同比增长14.3%,市场正从早期的小众尝鲜向主流主力机市场渗透。其中,华为以68.9%的市场份额占据绝对领先地位,是行业中唯一份额过半的品牌。随着产品迭代,折叠屏已逐步解决厚重、可靠性等核心痛点,竞争焦点转向综合体验与形态创新,阔折叠等差异化品类成为新的增长点。

行业另一关键变量来自苹果。据多方消息,苹果首款折叠屏iPhone计划于2026年9月秋季发布会推出,或将与iPhone 18 Pro系

# “厂工”智元

瞄准具身智能的落地变现与生产力价值,头部人形机器人企业正加速切入真实场景、落地常态化作业,释放产业生产力。

2026智元合作伙伴大会上,这家在产品力与出货量均位居行业前列的企业,为具身智能产业划定了航向,智元创始人邓泰华向北京商报等媒体表示,具身智能身处第四次工业革命智能化浪潮的核心位置,是继PC、手机之后的新一代交互终端。

说到且做到——大会召开前几日,智元完成了在江西南昌龙旗3C电子主产线的工业场景验证。据IDC统计,需求侧目前对引入人形机器人的核心期望集中在仓储物流(76%)、生产制造(68%)、安防巡检(51%)等对人力依赖度高、任务标准化程度强的领域,期望其通过承担重复性、高强度或高风险工作,释放人力资源并提升整体运营效率。

伴随行业重心全面转向实用主义,打造可融入真实工作流、切实释放产业生产力的实用化单元,已然成为2026年具身智能实现落地变现的核心方向。

## 商业化落地条件逐步成熟

现场,邓泰华对具身智能的核心能力框架作出阐释,他认为,行业内正逐步形成以“一体三智”为基础的落地共识,一体代表着稳定可靠、能适配真实场景的机器人本体,这是机器人进入产业环境的物理基础。三个智能中,运动智能负责机器人的基础行动与执行,是设备完成物理操作的前提;交互智能承担人机沟通的功能,让机器人可以顺畅融入人类的工作与服务流程;作业智能则直接对应劳动生产,是机器人在工厂、物流等场景创造实际价值的核心。几项能力组合,构成了具身智能从技术走向应用的完整体系。

智元联合创始人、CTO彭志辉向北京商报等媒体分享了行业商业化的关键变化,2026年具身智能产业有三项核心条件同步走向成熟:大模型的持续突破,让机器人具备了理解环境、处理任务的基础能力;机器人本体完成了可靠性打磨,头部企业都能实

现万台级的稳定量产;随着机器人在真实场景落地,数据开始形成循环飞轮,持续反哺模型优化。行业的核心逻辑也随之改变,企业不再只专注于机器人硬件的销售,渐渐转向为客户提供能真正跑通工作流、带来实际价值的应用方案。

北京商报记者在现场了解到,智元成立三年间营收持续攀升,从初期的研发投入阶段,到2025年全年营收突破10亿元,2026年一季度依旧保持数倍的增长节奏。在出货量上,企业率先实现万台级机器人下线,是行业内少数完成规模化量产和商业化验证的主体,也印证了具身智能产业从研发走向量产落地的实际进程、头部公司的规模化进度。

## 工厂成主战场

大会前夕,智元精灵G2人形机器人正式进驻江西南昌龙旗科技的3C精密制造产线,完成工业主产线的常态化并线作业。据称,这是具身智能首次规模化切入消费电子核心制造环节。

北京商报记者了解到,在龙旗的平板生产线上,G2主要承担多媒体集成测试工站的上下料工作,从高速流水线抓取待测平板、精准放入测试治具,再依据测试结果将合格品与不良品分类回流,全程接入工厂MES(制造执行系统),适配产线节拍稳定运行。

值得注意的是,此次作业并非实验室演示或短期测试,G2是以正式作业的“厂工”身份参与7×24小时连续生产。智元方面数据显示,机器人单作业流程稳定在20秒内,端到端作业成功率超过99.9%。

智元合伙人、具身业务部总裁姚青向北京商报等媒体介绍,精灵G2能适应3C产线的高精度、快节奏要求,依靠多模态视觉与高灵敏度力控融合技术,可自主识别产线微小偏移并完成毫秒级纠偏,无需定制专用夹具就能适配不同型号的平板产品。

技术层面,这款机器人区别于传统机械臂,摆脱了对固定轨迹、专用工装的高度依赖,换型重训时间大幅缩短,恰好匹配

3C行业小批量、多型号、高频换型的柔性生产特点。

走出实验室,走上生产线,具身智能产业2026年的落地重心转向真实场景与规模化产能,以龙旗科技为代表的精密制造工厂,成为头部具身智能企业验证技术实用性、商业可行性的第一落脚点。

## 搭好产业“基建”

此前,有多位业内人士对北京商报记者表示,数据已成为行业公认的基础生产资料,而利空具身智能规模化的核心瓶颈之一就是数据供给的缺口。

针对需求与痛点,智元孵化了聚焦物理AI数据服务的子公司觅蜂科技,尝试直面行业数据荒与商业化落地问题。

姚青兼任觅蜂科技董事长、CEO,他向北京商报等媒体表示,当前大模型公司、具身智能海内外大厂及初创企业对数据需求旺盛,百万小时级需求已成行业常态,但高质量数据供给与市场需求严重脱节,这也是数据服务的核心市场机会。

针对数据业务的商业前景,姚青的判断是,数据生意依然遵循此前大量产业基础设施先行的逻辑,古有淘金热,前有AI算力,产业链里“卖铲子”的逻辑不会改变。数据生产端偏向重运营、重管理的制造业范式,毛利处于中等水平,但需求侧的大模型企业、互联网大厂在数据支出上规模可观,平台型企业凭借自营大产能,能够形成可持续的商业模式,整体ROI(投资回报率)表现相对健康。

IDC近期发布的人形机器人产业报告显示,数据、模型与场景的协同创新是产业发展核心方向,目前中国已汇聚上万小时、近千TB的人形机器人数据集,数据生态的持续完善,将直接推动具身智能从单一场景向多场景实现规模化复制。

而伴随数据基建的完善与落地应用的规模化,以及两端之间本体、模型、供应链等各个环节的升级,具身智能产业的加速度仍然有增无减。北京商报记者 陶凤 王天逸

## Market focus

# 爱奇艺“急渡”AI

“从发言的顺序就可以看到,技术张狂。”4月20日,爱奇艺首席内容官王晓晖在爱奇艺创始人、CEO龚宇,爱奇艺高级副总裁刘文峰之后出场,一句话逗笑2026爱奇艺世界·大会现场观众。他所谓的技术指的是AI。当日,爱奇艺专业级影视制作平台纳逗Pro正式商用,向非中心化社交媒体转型。这听起来像是一个AI视频赛道后来者的故事,几分笃定?几分实力?2025年,爱奇艺营收272.9亿元,同比下降7%,但云合年度剧集总有效播放市占率稳居行业第一,全年5部剧集热度破万,有压力也有底气。面向AI创业者,爱奇艺

开放了包括场景、道具等公用数字资产库,建立了超100位艺人入驻的AI艺人库。2023年爱奇艺说“不急”,2026年爱奇艺说“卷起来”。

4月20日,龚宇对外分享了爱奇艺对AI的最新理解和布局,包括制作平台、服务机制、分账收益规则三部分。

由刘文峰详细介绍的纳逗Pro平台是基础。它是一个以影视全栈AI能力和丰富独家资源支撑AIGC(人工智能生成内容)专业创作的平台。3月,爱奇艺纳逗Pro试商用,4月20日正式商用,集成了大模型、智能体、爱奇艺IP、数字资产库、商业合作和创作者社区等资源。

智能体方面,纳逗Pro已经开发和正在规划的智能体近70个,覆盖影视创作的编剧、导演、美术、专业影视戏份生成、一镜到底、剪辑/拉片等。“素材泛搜”“大片提示词”等智能体,有效解决AI生成内容“抽卡”随机性大、角色和场景难以保持一致的行业痛点,可生成接近影视实拍质感的专业影像。

同时,爱奇艺向创作者开放了平台近20年来积累的IP、艺人、数字资

产、商业资源等。以IP库为例,覆盖剧本、小说、漫画及影视作品,支持创作者进行AI影视化、二次改编,以及将长剧改编为中短剧等创作形态。

目前,超100位爱奇艺深度合作艺人已同意入驻纳逗Pro艺人库。AIGC创作者可在库中遴选艺人,并可通过平台快速与艺人沟通合作权益及执行细节。爱奇艺还将向用户开放公用数字资产库,包括场景、道具、虚拟形象和数字人三大类,支持一键调用。纳逗Pro与爱奇艺号、分账系统深度打通,创作者的作品可直接进入平台分发系统。

收益机制的调整直接关系到创作者的切身利益。爱奇艺优化了分账规则,覆盖电影、长剧、中剧、短剧、漫剧、纪录片、少儿、动漫等全内容品类。统一按项目实际收入分账,上不封顶;2026年底前,AIGC内容和中剧内容可享20%额外补贴;分账周期长短可选。

在阐述战略逻辑时,龚宇认为,AI正在显著降低影视制作成本、缩短制作周期、降低制作难度。这将促使创作者数量和作品数量快速增长。他判断,“以往技术创新先改变平台再改变内容,但这一次AI先改变了内容本身”。基于此,爱奇艺启动去中心化转型,形成“创作者与用户社区+头部内容制作”的平台新形态。

王晓晖则将视角拉回内容本质。他提出,AI改变不了IP依靠头部内容的规律。长剧依旧是内容的“塔尖”;中剧作为长剧的补充,将成为创新的急先锋;短剧和漫剧方面,爱奇艺2026年预计上线2.5万部短剧和3.5万部漫剧。电影领域,优质真人电影的投资价值依然显著,AIGC也有望带来更多新质内容。

北京商报记者 魏蔚