

Rokid解码智能眼镜冰与火

AI眼镜开始聊Token

行业起量后,AI眼镜作为一个新兴品类,在消费者群体中已有初步地基,Rokid团队将当前和未来阶段的重点放在了“AI”这个字段。在祝铭明的判断里,移动互联网时代的核心载体是手机与移动操作系统,AI时代的下一代核心终端,则是可全天候佩戴、支持多模态交互的轻量化智能眼镜,与之匹配的不能是基于传统系统改造的方案,必须是原生AIOS。大会推出的YodaOS,正是AI原生思路下的落地产物。

而在用户体验当中,一组能直观反映用户黏性的指标,祝铭明及团队颇为在意:据悉,当前平台用户日均交互产生超10亿Token,人均每日交互超百次,智能体日均调用20至30次。倘若当前增长趋势延续,到2026年底,平台日均Token消耗量或将突破100亿,明年则有望迈入千亿级别。

与AI配套的,是团队正在准备的一套“Token结算”商业模式。不同于行业主流的订阅制,未来用户可通过购买Token兑换平台内的AI能力与智能体服务,开发者也可基于Token实现收益分成。

但祝铭明也坦言,这套模式成立需要跨过一道门槛,大约是设备保有量达到200万台——以Meta Quest为例,后者正是在销量突破200万台后,才真正吸引开发者大规模入局,形成生态循环,这也是Rokid正在冲刺的节点。

大会还升级了Rokid AI助手2.0,将智能眼镜的交互从被动应答推向主动服务阶段,新增行程自动记录、定时主动提醒等功能。

只是这项被寄予厚望的“主动智能”能力,在消费者领域落地终端的节奏,因一场突如其来的舆论风波,变得比预想中更加审慎。

风波过后寻找边界

6月初,有网友爆料Rokid官方社区内存在用户佩戴品牌智能眼镜,在航班、地铁等公共场所未经许可可拍摄路人的内容,相关话题

行业的冰与火,自身的红与黑,关于既定与发展的诸多议题,答案都在Rokid 2026全球生态及开发者大会上,由创始人祝铭明对外揭晓。6月26日杭州,Rokid团队与来自全球各地的开发者、用户齐聚,在展示技术成果与市场成绩的同时,也直面近期引发公众热议的隐私争议。对于发展,祝铭明认为,当前行业仍处于热身阶段,正式竞争尚未开始:“有点像iPhone时刻前的BlackBerry(黑莓手机)。”Rokid手握技术层面的确定性,但在行业喧嚣与伦理边界层面,仍存在悬而未决的思考。

迅速发酵,关于智能眼镜的隐私安全与公共场景使用边界话题被推向公众视野。

同月8日,Rokid官方发布整改声明,称已下架全部违规内容、封禁涉事账号,同步升级社区内容审核算法,并呼吁电商平台下架可遮挡拍摄指示灯的贴纸等违规改装配件。

风波并未随一纸声明平息。端午假期,创始人祝铭明现身品牌官方直播间,面向用户回应了部分争议,同时提及部分在研技术的落地节奏将因此调整。

此次大会现场,祝铭明在接受北京商报记者采访时也谈到,直观调整就包括此前被寄予厚望的“主动智能”能力上。按照最初的产品设想,主动智能可实现全自动的场景感知与记录——检测到部分活动场景时,AI眼镜能够以主视角自动、完整地生成当日的行程记录与内容总结,但在本次发布中,这项能力并未作为消费端的主力功能全面推出。

“坦白说,Rokid要先把隐私这个问题客观回答清楚,才敢把完整的产品能力推给用

户。现在我们还没准备好给出圆满答案,哪怕是常规的拍照功能都会受到公众质疑,更不用说主动智能——它不需要用户手动触发,甚至用户自己都未必察觉设备正在采集信息,必然会引发更多争议。”祝铭明告诉北京商报记者,现阶段主动智能会先落地在边界清晰的专业场景,比如媒体采编、工业生产等本身已有拍摄共识的领域,消费级场景的全面放开还需等待社会形成更明确的使用规范,“上一件事的影响,我们还在消化。”

同时祝铭明也提出,公众对智能眼镜的隐私风险存在一定的认知放大。在他看来,智能眼镜佩戴于头部,拍摄动作与角度更显性,实际偷拍的操作难度反而高于手机;但作为全新的消费电子产品类,过去社会从未对这类设备的公共场景使用划定过边界,出现讨论、磨合甚至争议已成事实,Rokid会以开放心态接受公众监督与市场讨论。

一位业内人士现场向北京商报记者坦言,行业在产品设计层面其实已做了相当谨

慎的隐私防护,红外线遮挡的触发检测标准十分严格,“有时只是头发丝盖到指示灯区域,系统都会提示无法拍摄”。但道高一尺魔高一丈,市面上流通的违规改装贴纸经过专门设计,针对技术盲区,仅允许红外线穿透,以此绕过拍摄提示机制。

规模之下

灰色产业链的滋生、隐私争议的集中发酵,侧面印证了智能眼镜行业正在走出小众圈层、进入大众视野。当一个新兴品类的用户规模快速扩容,产品的明面价值与潜藏的伦理暗面,都会同步被放大、被审视。支撑这一切的,是整条赛道持续兑现的增长。

据IDC报告,2025年全球智能眼镜出货量达1477.3万台,同比增长44.2%,中国市场表现尤为突出,全年出货量246万台,同比增长87.1%,中国厂商在AR/VR细分市场出货占比达87.4%,牢牢占据全球行业主导地位。



Counterpoint Research 2026年一季度数据显示,全球XR市场全品类整体出货量同比上涨83%,其中智能眼镜赛道同比大涨210%,AR设备同比增长136%,是消费电子领域为数不多保持高增速的赛道。

作为国内智能眼镜头部品牌,Rokid在波导方案AR眼镜这一核心技术赛道占据领先身位,以41%的全球市占率位居第一,领先于大洋彼岸掀起这一轮AI眼镜浪潮的科技巨头Meta。但面对行业内普遍热衷的“排名之争”,祝铭明的态度却较为淡然。在接受北京商报记者采访时,他给出的核心理由是:这条赛道的正式比赛,其实还没开始。

祝铭明以智能手机业作比,当下的智能眼镜行业,正处在iPhone诞生前的黑莓时代。“黑莓曾经是商务手机领域的绝对领先者,但触屏时代到来后,赢家换了人。”在他看来,如今智能眼镜的赛道大门已经打开,玩家们纷纷入场热身,但真正决定终局的长跑还未发令。也正因如此,国际科技巨头尚未全力下场,当前的市场份额与排名,并不具备终局意义。“我们不能因为暂时的市场领先就沾沾自喜,更要想清楚这个时代真正需要的是什么。”他坦言,自己当下的核心精力并非守住现有份额,而是推动行业从“黑莓时代”跨入“iPhone时代”,而YodaOS正是为这一步跃迁准备的底层基础。

至于行业正式起跑的标志性节点,祝铭明的答案是一款真正专属的杀手级应用。如同切水果之于触屏手机,它必须是完全适配头戴式形态、依托AI眼镜独有交互体验而生、且能被用户百分百接受的应用形态。“现在底层的系统平台和能力我们已经准备好了,但在生态和用户使用习惯上,还没找到那个独属于AR眼镜的爆发点。”他透露,目前团队70%的精力仍放在兼容现有生态、保证产品基础可用性上,同时也在等待未来一两年内,不管是自研还是生态共创,能出现那个“一想到就会为此买一副眼镜”的标志性应用——到那时,AI眼镜才算真正迈入自己的“iOS时代”。

北京商报记者 陶凤 王天逸
图片来源:豆包AI

李宁前CEO带领必迈体育冲击上市

曾任职李宁CEO的张志勇,如今带领旗下跑步运动垂类品牌“必迈”的运营主体北京必迈体育股份有限公司(以下简称“必迈体育”),成功叩响了A股大门。6月27日,深交所罕见在周末集中受理了4家企业的IPO申请,其中便包括必迈体育,公司欲冲击主板上市。作为较为少有的“吃穿住”冲击A股企业,必迈体育本次冲击上市背后也具备业绩底气,报告期内营收、净利均实现稳步增长。不过值得注意的是,公司实际控制人、董事长张志勇及董秘王亚磊均存在大额借款事项,尚未偿还的借款合计近2亿元。

超六成营收来自授权经营品牌

A股有望迎来一家运动品牌运营商。6月27日,深交所受理了必迈体育的主板IPO申请。

据了解,必迈体育是一家运动品牌运营企业,业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋,以及运动服饰、运动配件产品的设计、开发、生产及销售,并开展品牌运营及渠道运营业务。公司运营于2015年创立的原创跑步运动垂类品牌“必迈”,并拥有综合性运动品牌“美津浓”在中国大陆地区(不含港澳台)的品牌授权。2025年,按跑步鞋产品在中国大陆的营业收入排名,必迈体育在全球运动品牌企业中排名第12位;在中国本土运动品牌企业中排名第6位。

基本面方面,2023—2025年,必迈体育业绩表现较为亮眼。报告期内,公司实现营业收入分别约为10.66亿元、15.03亿元、18.18亿元,其中主营业务收入占营业收入的比例均超过99%;对应实现归属净利润分别约为5546.82万元、1.43亿元、2.35亿元。

需要指出的是,在业绩接连增长背后,报告期内,公司超六成营收均来自授权经营品牌“美津浓”。

招股书显示,2023—2025年,公司来自“美津浓”的收入分别约为7.3亿元、9.33亿元、11.29

亿元,占主营业务收入比例分别为68.73%、62.13%和62.16%;反观公司原创品牌“必迈”的收入占比,则分别约28.09%、35.8%、35.78%。

从研发层面看,报告期各期,公司研发费用金额分别为934.77万元、1052.28万元和1258.43万元,占营业收入的比例分别为0.88%、0.7%和0.69%。而在2023—2025年,公司列示的同行业可比公司研发费用率均值分别为2.35%、2.26%、2.24%。不难看出,报告期内公司研发费用率显著低于同行业可比公司平均水平。

再具体来看,在必迈体育列示的同行业可比公司中,除未披露嘉曼服饰的研发费用率外,公司报告期各期研发费用率均低于其余所有可比公司。中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示,研发费用率较低可能反映出公司在技术创新和研发投入上的不足,可能使公司在面对市场变化和技术革新时缺乏足够的应对能力。

对此,公司解释称,主要原因可为可比公司均已上市,资金预算较为充足,产品种类、业务板块较多,研发投入较为分散。公司现阶段运营的主要品牌以及产品类型与可比公司相比更为聚焦,研发投入的针对性也较高。

本次冲击上市,必迈体育拟募集资金约15.03亿元,扣除发行费用后,将投资于品牌建设及营销推广项目、综合运营服务中心项目、智能化产业园建设项目。

多位高管曾于李宁任职

股权关系方面,截至招股书签署日,Belugaz为必迈体育控股股东,持有公司总股本40.1095%的股份;公司实际控制人为张志勇,通过Belugaz间接持有公司40.1095%的股份,同时系公司董事长。

值得一提的是,张志勇以及公司董事、总经理董俊,董事、董事会秘书王亚磊,财务负

责人李超,均曾有过在李宁(“李宁有限公司”或“李宁(中国)体育用品有限公司”)的任职背景。

履历显示,张志勇生于1968年10月,其曾于1992年10月至1999年4月,就职于北京李宁鞋业有限公司,任财务经理;1999年4月至2004年6月,就职于北京李宁体育用品有限公司,历任财务总监、总经理;2004年6月至2014年10月,就职于李宁有限公司,历任行政总裁、董事。2024年10月至今,历任公司董事、董事长。

此外,董俊曾于2002年12月至2014年10月,就职于李宁有限公司,任供应链管理系统总经理;2015年3月至今,历任公司董事、总经理。王亚磊于2008年4月至2013年6月,就职于李宁(中国)体育用品有限公司,任战略规划经理;2023年1月至今,历任公司战略投资部总监、董事会秘书、董事。李超则于2004年9月至2014年12月,就职于李宁(中国)体育用品有限公司,任财务经理;2014年12月至今,任公司财务负责人。

需要注意的是,在上述必迈体育高管中,张志勇及王亚磊均存在大额借款事项。招股书显示,公司实际控制人、董事长张志勇尚未偿还的借款余额约为1.75亿元,借款到期日为2027年至2028年。此外,公司董事、董事会秘书王亚磊存在尚未偿还的借款约为0.16亿元,借款到期日为2028年。经计算,二人合计尚未偿还的借款约1.91亿元。

在招股书中,必迈体育也表示,如果实际控制人不能按期偿还借款,届时其持有的公司股份可能被债权人要求冻结、处置,存在对公司控制权稳定性造成不利影响的风险。如果张志勇、王亚磊到期未能清偿相关借款被人民法院列为失信被执行人,将不具备担任公司董事、高管的任职资格,进而对公司的稳定经营产生不利影响。

北京商报记者 王蔓蕾

WPS的信任账

先回应,后预告上新,持续数日的“WPS占用C盘空间”一事仍在热度之上。截至北京商报记者6月28日发稿,“背刺6.78亿用户WPS吃相有点难看”的话题24小时互动量1.7万,该话题最高冲上热搜第二位。

这场风波的起点并不复杂:多名用户发现,即便将WPS安装于D盘或E盘,C盘系统目录中仍大量写入WPS缓存、云备份。有用户称清理后释放出几十GB空间,也有人表示C盘长期爆满导致电脑严重卡顿。还有声音指出,WPS将“一键批量清理缓存”等功能归为付费功能。

舆论持续升温后,WPS回应了“缓存占用C盘”话题。金山办公援引从业者分析“软件默认安装路径选择系统盘是行业内的普遍做法”,称“WPS会在本地保留一份云文档缓存副本,是为了让用户在手机、电脑等多终端之间打开同一份文件时无需重复下载,这也是云盘类产品的通行设计”,并表示WPS核心办公功能一直坚持免费可用。

此后,WPS再次发声,称已完成排查并启动优化。优化后的新版本将于7月上线。在安装环节,新版本在安装界面增加了路径选择功能。安装路径、文件备份路径、云文档存储路径三条路径分开设置、互不绑定,用户在安装当下即可明确文件的存放位置。

由于一些核心问题的答案“埋”在回应里,北京商报记者进一步向WPS相关人士求证。关于“一键批量清理缓存是否收费”的问题,WPS方面的明确回复是:“WPS的一键批量清理缓存功能此前一直免费对用户开放,不存在收费的情况。7月即将上

线的新版本是在已有免费清理能力的基础上,将入口做得更清晰、管理更直观。”

从技术解释回到产品本身,WPS已是一款陪伴中国用户超过30年的办公软件。1994年,WPS用户数量超过千万,占据中文文字处理市场90%的份额,其背后公司金山办公于2019年登陆科创板。

金山办公2026年一季度财报显示,截至2026年3月31日,WPS Office全球月度活跃设备数达6.72亿,同比增长3.97%;PC端月活3.28亿,同比增长9.08%,移动版月度活跃设备数3.44亿,同比减少0.47%。

诞生至今,WPS Office的功能持续上新,数据体量不断膨胀,站在用户角度,一款月活超6亿的应用,“通行做法”这种技术性回应只是一种解释,但如何提升用户体验,修复信任更为重要。

瑞达恒研究院经理王清霖也表示,金山办公与用户间的信任确实很难修复。不过目前看起来WPS的使用体验比较契合国内市场,对一部分用户而言,即使信任没有完全修复,短期内用户其他选择可能不多,但长期来看,这对金山办公的营收会有比较大的影响。

2026年一季度,金山办公营收16.13亿元,同比增长23.95%,因部分对外投资基金项目产生较大投资收益,公司净利润同比增长444.97%至21.95亿元。同期,WPS个人业务营收占总营收的60.4%,是基本盘;WPS 365业务营收占比最低,但增幅达60.79%,在三项业务中增幅最高。

北京商报记者 魏蔚