

透过AI眼镜,窥见无限可能

本报记者 宋婧

只需戴上眼镜,时间、天气、温度等信息都会出现在眼前;看向冰箱,随口一问就能知道里面的食材可以用来做什么菜;外出旅游,不用向导就能轻松识别眼前的建筑,了解背后的故事。透过一副小小的AI(人工智能)眼镜,就可以窥见无限可能。

近日,一则Meta有望在2024年9月举行的“Connect大会”上发布新款AI眼镜的消息引发广泛关注。苹果、谷歌、三星、亚马逊等大厂也纷纷传出布局AI眼镜的消息。一时间,“AI眼镜”概念股连续多日经历涨停、回调、探底、回升的起起伏伏,仿佛坐上了过山车。大厂“开卷”,资本追捧,AI眼镜的“风口”真的要来了?

国内外大厂点燃“AI眼镜热”

所谓的“AI眼镜”是将普通眼镜赋予AI功能,是传统眼镜向AR眼镜迭代过程中的一款过渡产品。不同于AR眼镜将重点放在虚拟与现实结合的显示效果上,AI眼镜更加注重通过AI提升语音交互能力。它集耳机、摄像机、导航、语音助手等多类产品的功能于一身,但为了拥有更轻的重量、更低的成本以及更舒适的佩戴体验,不得不在视觉显示方面作出了“妥协”,放弃加载光学显示模组。

以引发此轮“AI眼镜热”的产品——“Ray-Ban Meta”为例,它是由Meta与知名眼镜品牌雷朋合作打造,外观与普通太阳镜相差无几,但在功能方面集成了Meta AI,用户只需要说“Hey Meta”即可激活内置AI助手进行互动。此外,该款AI眼镜产品的重量仅为49克,不到Meta VR产品重量的十分之一,不仅用户佩戴舒适度更高,同时也满足了室内外日常场景的使用需求。据TheVerge统计,截至2024年5月,Ray-Ban Meta智能眼镜的全球销量已突破100万副。

据最新消息称,Meta计划于2024年9月25日展示首款智能AR眼镜,该产品性能将远超Ray-Ban产品,在AI功能基础上增加AR显示功能,从而有望彻底颠覆传统眼镜的概念。这一消息更是刺激国内外厂商加快入场步伐。来自苹果方面的最新消息显示,苹果专注于AR技术的Vision团队正在持续试验开发多款产品,其中就包括一款类似Ray-Ban Meta的智能眼镜。谷歌也传出消



息,计划生产搭载Gemini模型的AI眼镜。

国内大厂也竞相发布新品,但尚未出现“爆款”。今年4月中旬,小米MIJIA智能音频眼镜悦享版正式发售;5月,华为发布了搭载HarmonyOS 4操作系统,并接入盘古AI大模型的智能眼镜;8月,蜂巢科技推出了界环AI音频眼镜。此外,雷鸟、影目科技、魅族等厂商有望在2024年发布智能眼镜产品。

从目前来看,这股“AI眼镜热”呈现出越燃越烈的趋势。贝哲斯智能眼镜市场研究报告显示,智能眼镜市场在全球范围内呈现出强劲的增长势头。具体而言,2023年,全球智能眼镜市场规模约为395亿元。预计到2029年,全球智能眼镜市场规模将达到1067.78亿元,年复合增长率预测为18.56%。

业内人士判断称,未来,AI眼镜与AR眼镜的发展边界有望融合。“AI+AR”或许将成为头显产品进化的最终方向。多家投资和分析机构表示,看好未来AI眼镜向AR眼镜的迭代趋势。

AI眼镜因何成了“天命之选”?

实际上,AI眼镜相关概念曾被市场多次炒热,但最后都销声匿迹。Ray-Ban Meta之所以能够成为全球首款销量突破百万级的AI眼镜,很大一部分原因是其搭上了AI大模型浪潮的“顺风车”。

从销量反馈上来看,根据VR陀螺数据,Meta的初代产品Ray-Ban Stories从2021年9月售出至2023年2月,累计销售量只有30万副,与第二代产品Ray-Ban Meta相比,无论是销量还是增速都天差地别。

但其实,这两代产品的功能大同小异,最大的区别便是Ray-Ban Meta在发布之后引入了Meta AI。Meta AI是一个多模态大语言模型,被广泛集成在包括Instagram、Facebook、Messenger、WhatsApp在内的软硬件产品矩阵中。近日,Meta发布了基于最新开源大语言模型Llama 3的Meta AI,部分性能据称甚至已经超过GPT-4。

“AI眼镜有望在AI时代成为十分重要

的消费电子设备。”申万宏源分析师林起贤分析称,相较于手机,智能眼镜更接近于视觉。作为多模态大模型的硬件应用载体,未来智能眼镜可以使多模态AI助手获取的视觉输入与用户自身视觉感知达成一致,用户唤醒AI功能的使用体验将有质的提升。

大模型技术的逐渐成熟,让AI眼镜变得更轻量化、更智能,也更具有性价比,加大了AI眼镜打开大众消费市场的可能性。与此同时,科技厂商的大模型之争已经从技术升级“卷”到应用落地。

对于Meta、谷歌、苹果、华为等科技大厂而言,AI眼镜无疑是大模型落地的性价比之选,因此AI眼镜市场自然成为大厂们的理想“战地”。一方面,AI眼镜是在传统音频眼镜上接入AI大模型,技术门槛、研发难度、投入成本等都不算高;另一方面,科技大厂原本在AI领域就拥有深厚积累,不少科技大厂同时也是AI大模型厂商,布局AI眼镜赛道具备天然的技术优势。

作为传统眼镜向AR眼镜迭代的过渡品,AI眼镜同时也成为了AR厂商们的“救

命稻草”。近年来,Meta的Quest系列、苹果的Vision Pro等明星产品的发布虽然获得了较高关注度,但也饱受价格昂贵、产品过重、佩戴不适等问题的困扰,迟迟不能真正点燃市场热情。AI眼镜则在性价比、便携性和交互体验上弥补了AR眼镜的不足,能够快速走进更为广泛的日常生活场景。这对于亟须用一份亮眼业绩数据来提振市场信心的AR厂商而言,无疑是一个积极信号。

这波“AI眼镜热”能走多远?

随着越来越多的厂商相继入场,市场对AI眼镜的关注快速攀升。最近,亚世光电、卓翼科技、博士眼镜、雷柏科技等多只概念股迎来涨停潮。多份证券机构研报指出,2024年将迎来AI眼镜发展年。

“随着AI技术的快速发展,AI眼镜所需的核心技术逐渐成熟,为其商业化落地提供了有力支持。AI眼镜不仅适用于视力矫正人群,还可能成为时尚增量产品,吸引更多广泛的消费者群体。此外,其在教育、医疗、办公等多个领域也展现出巨大的应用潜力。”北京社科院副研究员王鹏分析道。

然而,关于这波“AI眼镜热”究竟能“烧”多久,业内人士多持谨慎态度。

深度科技研究院院长张孝荣认为,AI眼镜最多算实验室内的概念性产品。就技术而言,目前的AI眼镜在电池使用寿命、摄像头效果、语音识别精度等方面存在诸多不足,这些都影响着产品功能和使用体验。

张孝荣表示,即便解决了技术问题,也解决不了安全隐患。例如,佩戴AI眼镜可能分散使用者的注意力,引发安全问题。或者,消费者有可能因长时间佩戴AI眼镜而出现头晕、头痛等症状,影响身体健康。

华南某公募基金人士指出,总体上认可AI眼镜产业的发展趋势,产品可想象的空间比较大。不过现阶段,市场中暂时还没有出现一款具有代表性的产品,也无法根据爆款产品销量和市场容量等数据信息推算出相关产业链公司的收益情况。换言之,基本面数据尚不足以支撑机构得出更加明确的观点,因此机构大多持研究和观望态度。

AI眼镜的“走红”虽为科技市场带来了全新活力和想象空间,但距离真正走向大规模商业化落地可能还需要一些时间。未来,AI眼镜会成为像TWS耳机一样的现象级消费电子产品吗?让我们拭目以待。

奋力谱写新型工业化发展新篇章

