

1—5月规上电子信息制造业增加值同比增长11.1%

工业和信息化部运行监测协调局

1—5月，我国电子信息制造业生产增长较快，出口增速放缓，效益稳步改善，投资增速回落，行业整体发展态势良好。



生产增长较快	智能手机产量4.5亿部，同比下降2.1%；微型计算机设备产量1.3亿台，同比增长5.5%；集成电路产量1935亿块，同比增长6.8%。
出口增速放缓	1—5月，规模以上电子信息制造业累计实现出口交货值同比增长3.3%，较1—4月回落1.2个百分点。
效益稳步改善	1—5月，规模以上电子信息制造业实现营业收入6.49万亿元，同比增长9.4%；营业成本5.7万亿元，同比增长9.4%；实现利润总额2162亿元，同比增长11.9%；营业收入利润率为3.33%，较1—4月提高0.2个百分点。5月份，规模以上电子信息制造业营业收入1.37万亿元，同比增长6.8%。
投资增速回落	1—5月，电子信息制造业固定资产投资同比增长7%，较1—4月回落2个百分点，比同期工业投资增速低4.6个百分点。
区域略有分化	1—5月，规模以上电子信息制造业东部地区实现营业收入46324亿元，同比增长11.8%；较1—4月回落0.8个百分点；中部地区实现营业收入10469亿元，同比增长9.6%，较1—4月回落0.7个百分点；西部地区实现营业收入7802亿元，同比下降3.2%，较1—4月提高0.1个百分点；东北地区实现营业收入349亿元，同比下降1.9%，较1—4月回落5.4个百分点。5月份，东部地区实现营业收入9778亿元，同比增长8.9%；中部地区实现营业收入2199亿元，同比增长7.1%；西部地区实现营业收入1673亿元，同比下降3%；东北地区实现营业收入70亿元，同比下降18.8%。

AI眼镜争当下下一代智能交互入口

（上接第1版）

还有更多科技企业正在“蛰伏”，伺机切入AI眼镜赛道。

字节跳动正计划推出自研AI智能眼镜；苹果内部的Vision Pro—ucts Group事业群正研发一款类似Meta Ray—Ban的AI智能眼镜；三星在今年年初首场Galaxy Un—packed发布会上公布了自家的“AI生态架构图”，其中包括“眼镜品类”；OPPO于MWC2024期间发布了OPPO Air Glass 3辅助现实AI智能眼镜概念产品；vivo公司申请注册多枚包括“vivo AI眼镜”“vivo AR”在内的商标。

粗略统计，已发布的AI眼镜新品及蓄势待发的产品，数量已经超过50款，“百镜大战”是迟早的事情。

持续升温并非偶然

在业内人士看来，作为智能终端“新贵”，AI眼镜的热度持续升温并非偶然，而是技术突破与市场需求共振的必然结果。

相较于传统眼镜，AI眼镜集成了摄像头、麦克风、存储、SoC（系统级芯片）等电子元件，实现了语音交互、拍照等功能。接入AI功能后的AI眼镜更是极大提升了用户体验。

“从技术成熟度看，AI大模型、微显示光学、空间计算等核心技术已取得关键突破；从产品形态和市场定位看，主流厂商的AI眼镜已跨越产品市场契合度（PMF）验证阶段，前景日益明朗。”雷鸟创新创始人兼CEO李宏伟在接受《中国电子报》记者采访时分析道。

中国信息通信研究院高级工程师陈曦向《中国电子报》记者表示，近两年生成式AI（如ChatGPT等大模型）的突破，加速了语音交互、实时翻译等能力向终端迁移；而光波导、Micro LED微显示、低功耗芯片、硅碳负极电池等技术的突破，则打破了AR眼镜在“轻量化、性能、续航”上的瓶颈，推动产品从“能用”走向“好用”。

另外，AI眼镜被视为“下一代智能交互入口”的潜力股，其巨大的市场想象空间促使各大品牌加速战略布局。

调研机构维深信息（Wellsenn）

预测，2025年全球AI眼镜出货量将突破550万台，同比增长135%；到2030年有望达8000万台。IDC则预计，2030年全球AI眼镜市场规模将达5340亿元，年复合增长率超45%。

信达证券新消费行业分析师表示：“AI眼镜正复刻智能手机的发展路径，2025年其市场规模有望连续翻番。从长期看，其潜在的用户规模或突破10亿量级。”

李宏伟指出，眼镜作为全球数十亿人的刚需用品，若有一半佩戴者愿意替换传统眼镜，其市场规模将媲美智能手机。这正是吸引全球科技企业与新锐企业竞相入局的关键所在。

高端与性价比路线博弈

行业预测的超高增长率与亿级潜在用户规模，吸引了各层级企业不断入局，既包括以Meta、谷歌、华为、小米、阿里、字节等为代表的知名整机或互联网企业，也有雷鸟创新、Rokid、蜂巢/界环、李未可、闪极等在内的新锐力量。

李宏伟认为，无论是终端品牌押注、互联网企业跨界，还是新锐品牌抢滩，都将从不同维度推动技术革新与行业进步，繁荣生态系统。

不过，在注定激烈的市场竞争中，不同厂商在产品定位与市场策略上各有侧重。

以Meta为代表的“老牌”AR企业倾向走“高端”路线，它们往往更重视突破技术极限，旨在通过领先技术树立标杆。此类产品多融合AR显示与AI交互，常搭载硅基OLED等前沿显示技术和专用处理器，具备较强的空间计算能力。

然而，高技术往往意味着高定价，其产品价格在数千元至上万元之间（例如，Meta计划最快在今年年底推出的一款代号为“Hypernova”的高端智能眼镜产品，预计售价达1300~1400美元，约合人民币1万元），短期内难以快速占领大众市场，产品主要面向专业和工作场景，或是科技发烧友和企业级客户等。

相比之下，包括小米、闪极等在内的后进入者则更倾向于以“低价实用”策略开拓大众市场。

目前，AI眼镜在消费端的应用

主要集中在娱乐社交与工作生活服务两大方向。一方面，年轻用户青睐其解放双手、视角独特的拍摄功能，用于拍摄Vlog、直播或旅行记录；另一方面，可以将跨语言翻译、导航、信息助手等功能逐步融入日常生活。因此，聚焦音频增强、智能翻译、快捷拍摄等实用功能的千元级AI眼镜产品，能有效降低用户门槛，培育市场，使AI眼镜更快成为日常助手。

记者调研后发现，目前在中国市场上，1000~4000元价格段的AI眼镜占据主流，5000元以上的高端产品较少。京东“6·18”数据显示，销量较大的是2000元以下的音频拍摄类智能眼镜。

“这种品类分化反映了厂商对市场需求的不同理解。”IDC中国终端系统研究部高级分析师郭天翔分析认为，从短期看，功能相对简单、价格亲民的音频拍摄类产品更易被大众接受，但长期而言，融合AI与AR的产品更符合未来趋势。

洛图科技（RUNTO）分析师汪子莘指出，音频拍摄类AI眼镜可能成为用户接受AI+AR眼镜前的过渡产品。

从工具向入口跃迁不容易

无论AI眼镜技术路线如何分化，摆脱“小众工具”的定位，跃迁为继手机后的新一代“大众交互入口”，已成为行业努力方向。

智能手机的统治性地位源于功能聚合与生态黏性，而AI眼镜的突围机会在于提供手机无法复制的交互升维——解放双手与视线，实现“抬眼即见、动口即达”的无感自然交互。

例如，小米AI眼镜的声控支付功能让移动支付更便捷；亮亮视野的悬浮字幕翻译让沟通更顺畅；Meta实时AI识别技术则让眼镜变身智能百科全书……这些实践应用正验证了这种自然交互的潜力。亮亮视野COO姜身强向《中国电子报》记者分析说：“一旦技术成熟，眼镜能承载通信、导航、娱乐等全场景功能，且体验更自然，用户将逐步从手机向AI眼镜迁移。”

然而这条路并不平坦。行业专家普遍认为，AI眼镜要真正成为主流交互入口，还需跨越技术瓶颈、生

前5个月家电和音像器材类商品零售额增长30.2%

与此同时，相关商品消费潜力不断释放。在家电领域，前5个月，家用电器和音像器材类商品零售额增长30.2%，自上年9月份以来持续保持两位数增长。家电产品零售向好还进一步向生产端传导。前5个月，家用电器行业增加值增长6.9%，洗衣机、饮水机、空调产品产量分别增长9.3%、7.9%、5.9%。前5个月，家用电器制造行业营业收入增长6.0%。

此外，我国轻工企业总体出口形势好于预期。前5个月，轻工业商品出口3732.1亿美元，同比增长0.5%，占全国出口总额的1/4，轻工业外贸出口承压前行，继续保持韧性。在轻工业21个大类行业中，10个行业出口额同比增长。（晓 文）

新型储能海外多点开花

（上接第1版）

中国化学与物理电源行业协会储能应用分会数据显示，今年1—5月，我国储能企业新增出海订单、合作已超过144GWh，较去年同期大增436.27%。其中，中东市场合作、订单量高达33.95GWh，成为增量最大的市场；澳大利亚以30.17GWh紧随其后，占比26.32%；欧洲市场则达到21.1GWh，占比18.39%。

而从锂电池出海规划产能分布看，欧洲为主要布局区域，占比超50%。按照目前扩能进度，2026—2028年将迎来海外产能集中投产期，预计到2030年，中资企业在海外的实际投运电芯产能将超过300GWh。

美澳市场盈利能量强

海外订单激增的背后，是全球能源转型加速带来的储能需求爆发。机构预计，2025年，全球储能新增装机有望达到221GWh，同比增长36%。

“全面出海已成为储能企业的共识。”中国化学与物理电源行业协会储能应用分会秘书长刘勇指出，全球化布局不仅是应对国内激烈竞争的有效策略，也是把握行业发展机会的关键。

而更高的利润，则是企业“出海”的核心驱动力。“尽管海外市场准入门槛较高，但其利润空间更大。”刘勇表示。记者了解到，目前，海外储能系统单价较国内高出0.2元/瓦时至0.6元/瓦时不等。其中，北美市场盈利能力最强，毛利率普遍达到25%~30%，澳大利亚次之，拉美市场由于进入者较少，价格也较为理想，盈利能力排在澳大利亚之后。

与此同时，海外装机需求也在加速释放。“欧洲政策支持力度大，对清洁能源需求迫切；北美市场成熟度高，能源结构调整推动储能需求持续攀升；中东地区能源转型需求强烈，政府积极推动可再生能源发展，释放了广阔的市场空间；而亚太地区，特别是东南亚国家，经济增长迅速，电力基础设施和能源升级需求旺盛，为储能产业发展提供良好机遇。”海博思创联合创始人、运营总裁舒鹏向记者分析道，今年，欧洲、亚太、中东市场将迎来放量，海博思创在相关区域均有布局。

不过需要注意的是，不同国家的需求存在显著差异。刘勇表示，从应用场景来看，北美市场和国内市场相似，以大型风光基地配套的集中式储能，即大储为主；而欧洲市场则因居民用电价格高企，更侧重工商业储能和户用储能。“当前，欧洲工商业储能及户用储能领域增长迅速，但项目多是兆瓦以下的小型项目。同时，欧洲也在加速规划一些大型投资项目。因此，未来2~3年，欧洲储能市场的增速将大幅提升。2025年至2027年上半年，将是欧洲储能产业发展的关键窗口期。”刘勇分析称。

他同时提醒，本轮“出海潮”在很大程度上受到海外补贴政策的影响，具有明显的阶段性特征。企业须根据自身发展阶段与市场环境变化灵活调整，动态演进。

而在技术路线的选择方面，国内外也有所不同。晶科储能产品总经理吴殿峰告诉记者，光储系统主

要有直流耦合（DC—DC）和交流耦合（AC）两条技术路线。目前，国内普遍采用交流耦合，但光伏配储时因为需要经过多级转换，效率损失显著；而直流耦合在海外多有应用，可实现光伏直充储能，省去变压器并提升能效。

吴殿峰强调，技术选择应匹配应用场景，因地制宜：直流储能更适配新能源电站的能量时移需求；交流储能则适合需参与电网调频的独立、共享储能项目。“未来储能市场，赢得场景者赢天下。”吴殿峰说道。

步入洗牌关键期

在看到海外储能市场高毛利优势的同时，也须注意海外市场的潜在风险。

近年来，储能制造业国际竞争日益加剧，主要国家正积极谋划储能产业生产制造本地化和供应链本地化。例如，美国加快建立本土产业链，力促锂电池及其核心材料本地化采购，同时限制我国企业在美国投资建设厂；欧洲要求储能电芯本地化率提升，增加合规成本；此外，在中东地区，我国企业也面临知识产权与技术输出、环保合规等风险。

对此，刘勇认为，个别国家出于自身利益出台措施限制进口我国储能产品，对我国储能产品出口造成一定影响。但是，其要想建立一个完善的储能产业链，需要一定时间，三至五年内恐难以实现。“我国拥有完善的磷酸铁锂电池产业链配套体系，在全球占据主导地位，并通过规模化发展具备明显的成本优势，我们要不断创新技术产品，除巩固现有优势外，发展压缩空气储能、飞轮储能、钠离子电池、混合储能等多元化技术路线，继续保持领先优势。”刘勇说道。

此外，同质化竞争问题也不容忽视。远景零碳综合能源业务发展总经理宫照天指出，海外储能市场的发展阶段相较国内市场存在约1~2年的滞后性。海外市场当前所处阶段，与国内约两年前的市场状态高度吻合。

“海外市场一直被视为高价值、高毛率，但最新反馈显示，欧洲、东南亚等市场已开始出现较强的竞争趋势。海外市场拐点将至。”宫照天判断道。

对于如何把握好“出海”新机遇，刘勇提出四点建议：一是坚持差异化定位，打造特色化品牌，从单一的产品输出项“技术+品牌+全周期服务”升级；二是提升全球化经营能力，构建具有全球化视野、多元融合的运营团队；三是完善海外产业链布局，协同产业链上下游，共建全球产业生态；四是加强对目标市场的调研工作，充分了解目标市场的政策法规、市场需求、竞争格局等情况。

对于储能产业未来的发展，刘勇充满信心。在他看来，“十五五”期间是决定市场格局的关键“大洗牌”阶段，未来两到三年，行业将在规划与价格手段的引导下，逐步优化产能并可控，新型储能将迈向更加有序、公平的竞争环境。

“全球化是我国储能产业发展的重要方向，未来，储能产品和解决方案（如大储、工商业储、户储、微电网以及便携式储能）参与国际市场将会更为深入、更为广泛。”刘勇说道。