

智能穿戴加速拥抱大众市场

从『堆参数』到『戴得久』——

中国经济网记者 杨秀峰

清晨起床，抬手看一眼智能手表——昨晚的睡眠评分、今天的心率状态一目了然；对着智能眼镜说句“导航回家”，镜片边缘便浮起一条绿色箭头；热门景区门口，大爷戴上AI外骨骼助行器，上台阶时脚步明显轻快不少。就在几年前，这些画面还大多出现在科幻片里，如今已成为许多人日常生活的一部分。

今年7月，国务院批复《扩大消费“十五五”规划》，明确将智能穿戴列入扩大数字产品消费，增加新一代智能终端有效供给的重点领域。曾经聚焦工业、商用领域的前沿技术，如今持续下沉至民生消费场景。凭借适配大众需求的产品升级，可穿戴设备实现产销规模高速增长，成为新型消费的重要增长极。

化简去繁，提升体验

“智能可穿戴设备的大众化突破，核心源于行业研发逻辑的根本性转变。”XR研究院创始人朱殿荣分析，行业发展早期，产品核心受众局限于科技爱好者与行业从业者，厂商普遍陷入“参数内卷”误区，一味堆砌摄像头、扬声器、多维度传感器等硬件配置，追求功能全覆盖。但盲目堆料直接导致产品重量飙升、功耗增加、便携性下降，厚重的设备形态让普通消费者难以日常佩戴，成为行业走向大众市场的核心壁垒。

多位受访者表示，行业规模化发展的关键转折，在于从“做加法”到“做减法”的思维革新。当下市场突围的主流产品均以日常佩戴需求为核心，开启精准精简：部分产品砍掉冗余摄像功能，保留单色显示模块，聚焦翻译、导航、提词等高频刚需场景；极简机型进一步弱化显示功能，仅保留音频交互与AI助手核心能力；头部品牌则深耕硬件工艺，将产品重量压缩至传统普通眼镜水准。与此同时，行业评价标准也告别“功能多少”的参数导向，转向“用户是否愿意长期佩戴”的体验导向。

行业数据印证了市场的蓬勃活力。国家统计局数据显示，今年前10个月，可穿戴智能设备零售额增速超过70%。商务部商务大数据显示，前三季度重点平台智能眼镜销售额增长1.1倍、外骨骼助力器销售额增长46.4%、具身智能机器人销售额增长22.6%。中商产业研究院发布的报告显示，2026年中国智能可穿戴健康设备市场规模预计达817亿元。

细分赛道，匹配需求

“智能穿戴设备的畅销，主要满足了消费者对新奇、便利与安全的复合偏好。”中国人民大学公共管理学院教授许光建表示，以智能手表为例，它可随时提供血压、血糖等重要健康指标的监测参考，对关注健康的人群而言，几乎成为必备消费品。此外，不少消费者青睐由高科技转化而来的时尚消费品，智能穿戴设备也成为年轻人彰显个性的“必需品”。

不同细分赛道的需求差异显著，落地门槛也各有不同。朱殿荣认为，银发市场潜力最大但落地门槛最高。中老年群体对听力辅助、健康监测、跌倒预警、紧急呼叫、用药提醒等功能有高频刚需，能切实解决出行与健康养护痛点。但这类功能多涉及听力补偿、健康诊断等医疗相关场景，需匹配专业医疗器械资质，无法靠单纯叠加功能实现。值得注意的是，中老年用户对产品外观、佩戴舒适度的要求并不低于年轻群体，低配、低价的简易产品难以撬动银发市场。

“学生赛道则聚焦护眼刚需，集中于近视防控、用眼监测、作息管理等场景。”朱殿荣分析，产品设计更侧重轻量化、无干扰、低辐射，适配校园日常佩戴场景，成为当前品牌布局的重点细分领域。

专家建议，行业需逐步摒弃“全功能覆盖”的产品思路，聚焦1个至2个核心刚需场景深耕，这样既能优化穿戴体验，也能有效控制成本，精准贴合不同群体的消费诉求。

服务民生，激活消费

“智能可穿戴设备的快速崛起，本质是高新科技与居民消费、健康生活、日常服务的深度融合，为国内新型消费扩容提质提供重要支撑。”许光建分析，从消费维度看，智能穿戴产业是国家重点培育的新型消费赛道，将前沿科技落地于多元化民生场景，开辟了消费提振新路径；从健康生活维度看，各类智能手环、手表、助行设备精准契合全民健康消费升级趋势，已成为多圈层人群的生活标配。

不过，行业在快速扩张中也面临多重隐忧。一方面，部分产品存在用户隐私保护不足、健康数据安全风险等问题，厂商需在优化功能的同时，重点强化用户隐私与健康权益保护，通过充分的场景试用与产品检测，适配不同区域、不同人群的差异化需求。此外，可穿戴设备需加速对接公共服务场景，例如推动老年智能手环、手表与社区医疗机构联动，实现健康数据同步与紧急情况预警，最大化释放民生服务价值。

另一方面，当前行业仍存在明显技术短板，其中设备发热、续航不足、硬件适配性差等问题，是制约产品的核心瓶颈。工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为，现阶段行业核心任务是聚焦场景完善功能、优化体验，通过新型材料研发与硬件结构升级，解决发热、续航等基础痛点；待产品场景适配、功能体验趋于稳定后，再逐步迭代摄像头、AI语音、续航能力等硬件配置，实现科学化、渐进式技术升级。

近年来，除智能眼镜、手环、手表等主流产品外，智能外骨骼等助行设备持续突破，推动行业赛道多点开花。在2026世界机器人大会上，多款轻量化、人性化智能外骨骼产品亮相，展现出可穿戴产业服务大众民生的全新形态。海尔依托自研AFI穿戴系统，推出AI外骨骼W3系列产品，兼顾银发长辈与户外爱好者多元场景需求，有效降低老年群体行走负担；探路者推出的Crest C3智能运动外骨骼，搭载多传感器融合感知系统与自研AI运动识别算法，可精准识别行走、上下台阶、爬坡、跑步等全工况场景，减少下肢关节磨损与体能消耗。

智能眼镜赛道也在将AI能力落地到各类具体生活场景。阿里巴巴推出的千问AI眼镜，依托自研千问大模型与生活服务生态，把导航、支付等高频需求整合进眼镜，并持续通过OTA升级拓展扫码骑车、美术馆导览等新场景，让AI从“问答工具”变成随叫随到的“办事助手”。

多位受访者表示，当前，我国智能穿戴产业正迈入“体验为王、场景落地、细分深耕”的高质量发展阶段，未来随着技术持续迭代、细分赛道不断成熟、公共场景深度融合，将进一步渗透生活、办公、健康、养老等全场景，成为新型消费升级与科技服务民生的重要支点。

据2026年11月22日《经济日报》