

直擊深圳智造③

在深圳南山的雷鳥創新科技展廳，戴上一款名為雷鳥V3的AR眼鏡，便能實時翻譯多語言對話、第一視角錄製畫面……這款集日常佩戴、AI交互、場景服務於一體的智能設備，正重新定義「移動智能終端」的形態，萬物互聯上升至嶄新境界。

當AR眼鏡能讀懂眼神、翻譯機消除語言鴻溝、全景相機重構影像敘事，「深圳智造」正以AI為紐帶，將科幻場景搬進現實。今年以來，各類融合AI技術的智能硬件頻頻亮相國際展會，「深圳智造」正以引領者姿態，形成「專業+消費」雙市場覆蓋，在消費電子行業全球競爭中持續領跑。

大公報記者 郭若溪、毛麗娟深圳報道

國產AR眼鏡
化身萬能助手

當AI讀懂眼神

雙瞳聯動萬物

「相比電腦和手機，眼鏡才是AI最好的載體。」雷鳥創新公關經理沈曉琳表示，AR眼鏡能「看你所看、聽你所聽」，通過多模態大模型處理信息，實現自然交互——這是PC、手機無法實現的「虛實融合」。它不止提升傳統設備的效率，更創造了全新場景生態：走進超市時，眼鏡自動彈出購物清單；臨近飯點，根據體重和健康數據推薦用餐；社交中，實時提醒對方姓名、興趣，甚至為跨國交流提供即時翻譯。

下一代移動智能終端：心想事成

有業內人士認為，這類AR設備未來或取代平板電腦和手機，成為下一代移動智能終端。而這份底氣，正源於深圳企業對「AI+場景」的深度探索——讓科技從「被動響應」轉向「主動服務」，真正成為生活的「延伸」。

語言壁壘，正在被深圳AI技術打破。深圳視界智譜科技推出的LINGO GENIE翻譯機，支持200多種語言互譯，專業術語翻譯準確率超95%，成為跨境出行、商務洽談的「神器」。用戶評價其「反應速度與準確率令人驚嘆」，而它的價值不止於日常溝通——在國防軍工、全球醫藥、電子消費等垂直領域，這款設備正推動跨國產業協作效率躍升。

「我們要讓跨語言溝通如母語般自然。」視界智譜創始人李明介紹，產品依託深度神經網絡（DNN）與語境自適應技術，能精準捕捉語氣、語境差異，避免機械翻譯的生硬。例如在國際醫藥會議中，它能精準傳遞專業術語；在軍工合作場景裏，可保障信息機密與準確。作為全球領先的智能翻譯機品牌，LINGO GENIE不僅是「深圳智造」的出口名片，更以語言為紐帶，讓全球產業協作更順暢。

在智能影像領域，深圳企業已實現從「技術追隨者」到「標準制定者」的跨越。影石創新憑藉首創「隱形自拍桿」、AI自動剪輯等技術，其8K全景拍攝技術更是領先國際。大疆則以航拍無人機技術為基礎，拓展至專業影視製作領域，形成「硬件+軟件+服務」的生態閉環。數據顯示，2023年全球手持智能影像設備市場規模達364.7億元（人民幣，下同），中國品牌佔據運動相機市場45%份額，全景相機市場CR3集中度超80%。

「用戶痛點」是「創新起點」

「用戶的痛點，就是我們創新的起點。」影石創新聯合創始人、高級副總裁陳金堯表示，影石的發展路徑印證了「深圳智造」：以需求驅動研發。從戶外探險到專業創作，從大眾記錄到細分場景，影石用技術創新覆蓋全場景，讓「科技賦能生活」不止於口號。

專項基金為創新「輸血」

深圳AI消費電子的領跑，離不開產業生態的厚積薄發。依託「20+8」戰略性新興產業集群政策，深圳正推動智能終端向高端化、智能化躍升：對年度採購達標的企業給予最高1000萬元獎勵，設立專項基金投向衛星通信等前沿領域，為創新「輸血」。

數據顯示，2024年深圳AI產業產值達3685億元，核心層產值同比增長45.7%；預計到2026年，人工智能終端產業規模將突破8000億元。在「人工智能+」行動推動下，深圳正打造全域全時全場景應用示範，從智能穿戴到工業製造，從語言交互到影像創作，「深圳智造」正以AI為筆，繪製「科技讓生活更美好」的生動圖景。

從展會中驚艷的「吸睛神器」到融入日常的「生活助手」，深圳AI消費電子產業的每一步突破，都在證明：「深圳智造」的優勢，不僅在於技術創新的速度，更在於對「科技服務人」的深刻理解——這正是其引領全球創新浪潮的核心密碼。



文翻譯。雷鳥V3眼鏡在進行外
大公報記者郭若溪攝

「在深圳感受到尊商重商親商」

創新之都

「選擇將研發中心設在深圳，核心原因是珠三角智能終端產業鏈的上下游極其豐富和完善。」影石創新聯合創始人、高級副總裁陳金堯的話，道出了眾多科創企業扎根大灣區的共同考量。在這裏，從核心零部件供應到整機裝配，從研發試樣到批量生產，產業鏈各環節高度集聚，不僅大幅降低物流成本，更讓研發、打樣等關鍵工序的周期顯著壓縮，為企業爭取了寶貴的市場響應時間。

從設計到製造數周內完成

陳金堯表示，依託粵港澳大灣區電子產業集群，影石可在深圳周邊完成90%原材料採購，產品從設計到原型製造周期壓縮至數周。比如鏡頭模組、五金結構件已實現國產化，性能達到國際領先水平。

雷鳥創新公關經理沈曉琳同樣深有體會。「深圳

被稱為『世界硬件硅谷』，在這裏能找到產業鏈的完整環節——從一個產品概念的萌生，到想法驗證、產品化落地，再到快速量產推向市場，整個過程高效順暢。」

大灣區的產業鏈優勢，更離不開政策支持與營商環境的加持。「在深圳創業，能感受到尊商、重商、親商的良好氛圍。」陳金堯介紹，創業初期，影石參加深圳寶安創新創業大賽並獲優勝獎，被推薦至中國創新創業大賽成果展，獲得了早期曝光與資源對接機會；作為國家高新技術企業，其早早享受到企業所得稅優惠政策；在人才方面，人才安居房、高層次人才及子女入學優惠等政策，幫助企業吸納並留住核心人才，為長期研發投入奠定基礎。

►深圳KKONE影石門店吸引不少顧客。
大公報記者郭若溪攝



▲年初在美國舉行的2025年國際消費電子展，消費級AR品牌雷鳥展示最新發布AR新品。

消費電子產品
智能化實景

大疆年初發布的DJI Matrice 4系列開放飛機AI算力，被評價為「開放無人機AI時代」。

無人機

3D打印

領導消費級3D打印界的深企拓竹科技與騰訊雲合作，讓用戶快速生成可直接打印的3D模型。

陪伴機器人

TCL的陪伴機器人AiMe可與人進行多模態自然交互，並具有情感陪伴、智能控制家電等功能。

港人熱捧「深圳智造」
流行「反向代購」深港
聯動

隨著深港兩地交流日益緊密，在港人北上購物清單中，以AR眼鏡、全景相機為代表的深圳智造智能電子產品無疑是熱門之選。香港吳先生因工作接觸雷鳥AR眼鏡後，被其沉浸式遊戲體驗打動，逐漸成為忠實用戶。在他看來，這款產品還整合了普通藍牙眼鏡的全部優勢：「聽歌、接電話、開線上會議，隨時隨地都能實現，完全不耽誤手頭的事。」這種「第一視角+無感交互」的特性，讓它在碎片化場景中填補了傳統設備的空白，成為港人日常工作與生活的「得力助手」。由於體驗感出眾，他多次受親友委託，專程在深圳代購該產品。

在深圳壹方城的影石Insta360門店，大公報記者看到有不少港人專程來體驗和選購。港人周先生就是專程入手影石的Ace Pro2運動相機。「在社交平台上看過很多開箱視頻，夜景拍攝效果太好，忍不住要入手。」周先生說。為深入服務香港市場，影石還在香港設立了辦公中心，並建立了1個自營服務網點和1家第三方授權服務中心，旨在更貼近本地用戶需求，提供及時的服務響應。

在深圳本地各類展會上，香港專業買家的身影愈發常見。雷鳥創新公關經理沈曉琳透露，港人對雷鳥AR眼鏡的關注度持續走高。「許多港人會主動將雷鳥眼鏡列入購物清單，購買後帶回香港使用。」

先理解市場 再落地生產

走向
國際

從AI翻譯機、全景相機到AI智能眼鏡，「深圳智造」正叩開全球市場的大門。近年來，深圳科企通過構建完善的全球網絡、深耕本地化運營、聚焦技術創新，在全球化賽道上持續提速，不僅實現了產品的廣泛覆蓋，更憑藉「懂市場、接地氣」的策略贏得全球消費者認可，成為中國智造出海的亮眼名片。

雷鳥創新公關經理沈曉琳向記者描繪了這樣一幅場景：外國友人落地中國後，只要有一副AI眼鏡，可以很順暢的下單購物、點外賣、交通支付等操作，即便使用

英語也能實現無語言障礙交互。這種「技術+場景」的創新，讓產品跳出「硬件工具」的範疇，成為連接用戶與生活的紐帶。

據沈曉琳介紹，雷鳥創新的海外產品上市，打破「國內成功即可全球複製」的慣性思維，採用「先理解市場再落地產品」的邏輯。根據海外用戶習慣調整功能，完成技術適配，確保軟件生態與當地使用場景無縫銜接。目前，雷鳥的主要產品線，已經在全球超過25個國家和地區全面鋪開。「接下來我們還會進一步擴展，像在日本、韓國，還有歐洲的市場和銷售，希望今年在海外市場業績三倍增長。」沈曉琳表示。

影石則在「文化溝通」上深耕細作。其海外獨立站建設邀請當地人參與文案創作，配置最地道的語言供用戶切換。「語言、文化背景、消費習慣的差異，不是機翻能解決的」，這種對本地化細節的重視，讓全球用戶更易理解產品價值，也成為其品牌全球化的重要支撐。

