

科技年貨 家庭「新寵」

年輕人主導家庭消費決策 科技產品觸及下沉市場



無人機產品吸引顧客查詢和體驗。



價錢親民的機器狗已成為新年潮品。



宇樹科技的機器人演示吸引民眾駐足觀看。

當掃地機器人跳起「恭喜發財」的舞蹈，當清潔機器人成為「年末大掃除」的得力助手，當AI（人工智能）眼鏡悄悄識別年夜飯熱量，當運動相機變成春節出遊的好拍檔……2026年的春節，科技年貨正用「黑科技」重新定義「年味」。香港文匯報記者在走訪內地新年市場時了解到，當年輕人接過年貨「主動權」，他們對科技產品的青睞也愈發影響春節消費，成為內地家庭新年消費的新增長點之一。

●文、圖：香港文匯報記者 朱燁、郭瀚林 北京報道

宇樹科技全球首家線下店於今年開年在北京開業，成為推動前沿技術走向消費市場的一個現實樣本。香港文匯報記者現場看到，G1人形機器人、Go2四足機器狗等明星產品集體亮相，機器人演示區更是人頭攢動，伴隨着劉德華《恭喜發財》的經典音樂，機器狗絲滑地完成滑步、直立、比心等動作演示，引得小朋友拍手稱讚，直呼想買。工作人員對香港文匯報記者表示，開業一個多月以來，家庭客戶堪稱購買主力，尤其定價親民、交互性強的機器狗，已成為贈送給老人和孩子的「新年潮品」。顧客既可以直接在門店提貨，也能掃描商品二維碼，選擇配送到家。

據宇樹早前發布的數據顯示，該公司2025年人形機器人實際出貨量超過5,500台（指實際出售發給客戶的數量，訂單數量會更高），2025年本體量產下線超6,500台。上述均為該公司純人形機器人的數量，不含雙臂輪式等其他機器人產品。「家裏的老人不喜歡動物，可孩子又覺得孤單，

所以我們打算給她買一台AI寵物。」臘月二十三是北方小年，北京市民陳女士帶着10歲的女兒來西單挑選玩具，其中一款「小毛球」外形圓潤，長着一雙「靈動」的大眼睛。工作人員介紹，這款萌友智能Ropei陪伴機器人內置離線小模型，可以識別人臉、情緒等，當用戶和它說「你好」，它就會通過眼神、動作等方式作出反饋，營造情緒上的互動感。萌友智能創始人兼CEO何嘉斌早前受訪時談到，在城市人群普遍面臨孤獨感的今天，以情感撫慰作為主要賣點的AI寵物正成為熱門賽道。

不講「排面」購「清潔三寶」

記者注意到，隨着技術逐漸成熟，機器人產品正加速進入消費市場，例如京東東平台已引入宇樹科技、智元、翠擊、越疆、銀河通用等多個品牌，去年「雙11」期間，智能機器人產品成交額同比增長5倍。

「爺爺一輩的消費觀念是『能省則省』，父親

一輩的消費觀念是『要有面子』。」在山東青年陳勇的記憶裏，在作為國企員工的爺爺奶奶一代人眼裏，米麵糧油、煙酒糖茶幾乎是雷打不動的年貨選擇。2000年以後，父母南下深圳打拚，每到過年就會帶着手機、數碼相機、MP3等實用性強的電子產品作為返鄉禮物，替代了傳統年貨。

當代年輕人選擇送的不再是「排面」，而是考慮更貼合家人日常所需、提升幸福感，「健康實用」成為核心考量。

今年新年，接過家中年貨添置「重擔」的陳勇購買了擦窗機、洗地機、掃地機器人組成「清潔三寶」，其中掃地機器器具備智能識別污漬、路徑規劃和自清潔功能，擦窗機更排除了清潔外層玻璃時的危險，被媽媽稱讚「買得真值」。而送給爺爺奶奶的則是能實時顯示心率、呼吸和睡眠數據的智能手錶，「我在北京打開手機一看，就知道爺爺在家沒睡好，然後發微信問候，給老人家感動得不行。」

無人機航拍如手機般簡單

農曆新年期間，不少商家反映，智能穿戴、影像設備等產品的銷量在春節前迎來全年最高峰。大疆科技的專賣店裏，無人機產品吸引了比平日更多的顧客詢問和體驗。無人機通過強大硬件和算法，讓過去「高大上」的航拍變得如同手機拍照一樣簡單。店員孫先生告訴記者，針對不同的外出拍攝需求，大家可以選購不同定位的無人機

產品。比如去粵港澳大灣區家庭度假，一台的入門級產品足矣，它即使在海濱騎行時也能進行穩定跟蹤拍攝；如果想去西南航拍雄壯的雪山、峽谷，則需要購買一台擁有更高續航、高穩定性的進階機型，其攝像能力也會有很大提升。

同樣以創意和科技感著稱的影石Insta360運動相機專櫃，近期也迎來了銷售高峰。店員一邊為記者演示產品強大的防抖和8K全景拍攝功能，一邊說：「無論是記錄家庭出遊、春節聚會，還是作為禮物送給熱愛生活的朋友，這類產品都非常受歡迎。」

AI眼鏡測食物熱量助減肥

「真的很神奇，通過語音就能操縱鏡片變色，很適合日光浴時戴着。」位於北京某購物中心的小米店裏，市民葉先生正在試戴心儀已久的AI眼鏡。他告訴記者，今年假期家人準備去東南亞旅遊，他打算給每人都購置一台具有實時翻譯功能的AI眼鏡，不僅方便交流，造型也很時尚。「女兒最近減肥，一天到晚拿着手機計算卡路里，這個AI眼鏡自動識別食物熱量的功能簡直太有用了！」

新春之際的這股消費熱潮，也離不開政策的有力支持。蘇寧發布數據顯示，新一輪國補啟動以來，AI類產品銷售佔比超六成，成為年貨市場「頂流」。一位工作人員告訴記者，商場在春節假期還將推出了購買AI裝備國補和以舊換新疊加活動，掃地機器人、智能廚電、全屋智能和3C產品的熱度仍在持續提升。

內地科企兩大優勢 搶攻全球機器人市場

專家解讀

世貿組織研究報告指出，人工智能已成為全球外貿增長的新驅動力。報告認為，去年上半年全球人工智能相關產品貿易增長約兩成，以六分之一的貿易比重貢獻了超過四成的全球貿易增量。按照報告的產品口徑初步測算，2025年中國人工智能相關產品貿易趨勢與全球基本同步，呈現出蓬勃發展的態勢。

商務部研究院研究員周密對香港文匯報記者表示，以宇樹科技為代表的人形機器人賽道，正迎來眾多中國企業的積極布局。這些企業在技術創新、產品成本控制方面具備顯著優勢，在全球市場中也形成了較強的價格競爭力。

周密認為，此類科技年貨能夠精準契合消費者的多元化需求，既可滿足人與寵物的互動交流需求，也能承擔部分家務工作，在供給端形成了突出優勢。

「從需求端來看，中國消費者對高科技新品具備較高的嘗鮮意願與互動熱情，這為技術研發與產業投入提供了重要支撐。」他說，依託龐大的市場規模與發展潛力，市場需求也能夠有效反哺供給端，從而推動企業持續優化產品、快速響應市場變化。

海關總署副署長王軍此前指出，中國企業積極參與全球人工智能產業合作分工，出口應用於高端顯卡領域的先收發機塊增長了近六成。在終端產品領域，中國的智

能機器人不僅會跳舞、跑馬拉松、打太極拳，同時也是「高效生產」的代名詞。另值得注意的是，智能穿戴設備接入了人工智能大模型，可以提供實時的健康建議，智能玩具擁有觸摸感應、情景對話等多樣化功能，提供了新穎、友好、溫暖的情感消費體驗。2025年，中國智能手錶、智能玩具暢銷170多個國家和地區。

科技革命引發消費變革

當前，以人工智能為代表的新一輪科技革命正以不可逆轉之勢重塑經濟社會形態，在消費端引發全方位、深層次變革。2025年高端裝備、綠色能源、智能製造等新興領域持續投資擴張，科技創新和產業創新融合發展成果厚積薄發。數據顯示，民用無人機、工業機器人產量分別比上年增長37.3%、28%。此外，數字消費、綠色消費、健康消費等新型消費持續升溫，新業態、新模式、新場景不斷湧現，實物商品網上零售額增長5.2%，新能源乘用車市場滲透率達到53.9%。

周密提到，在春節消費節點與政策支持的雙重助力下，科技類產品有望成為引領消費增長的重要力量。這類產品並非單純滿足獵奇心理，而是具備實用化功能，且其技術價值與應用功能將持續迭代升級，這對推動互聯、人工智能產業的高質量發展具有關鍵意義。

AI大模型成為「年貨顧問」

潮玩、谷子、寵物、遊戲……伴隨消費觀念的持續升級，「愛你老己」正成為今年年貨市場的另一大特色。年輕消費者不再滿足於商品的基礎功能，而是更追求情感共鳴與良好體驗，「為情緒買單」「為喜歡買單」成為當年輕人採購年貨的核心邏輯。更有意思的是，AI大模型還成為了年輕人的「私人年貨顧問」，他們鍾愛向豆包、千問、DeepSeek等「助手」描述複雜需求，並獲得個性化推薦。遊戲不僅是娛樂方式，是春節期間重要的社交語言和情緒出口。「00後」盧俊傑表示，寒假是遊戲玩家的快樂時光，



寵物家電市場迎來爆發式增長時代。

近期自己趁優惠入手了機械鍵盤、3D音箱等多款高性價遊戲設備，以及《黑神話：悟空》等熱門3A大作，獲得更加沉浸式遊戲體驗。他還計劃再買幾張《星之卡比》、《超級馬里奧系列》的Switch全年齡遊戲卡帶，回家和弟弟妹妹們一起打遊戲，主打一個情緒價值外溢。

寵物家電市場爆發式增長

數據顯示，中國2025年城鎮犬貓數量為1.26億隻。在全民養寵時代，寵物家電市場也迎來爆發式增長。作為養寵家庭的剛需之選，自動餵養器、智能貓砂盆、寵物烘乾箱三大品類領跑市場。其中，寵物烘乾箱憑借安靜、安全的體驗解決傳統吹風痛點，成為一大爆款。

值得關注的是，當前年貨消費的含義正進一步擴展，從「買產品」延伸到「買服務」、「買體驗」。春節服務市場迎來一波需求爆發，年末大掃除、家電清洗、洗浴中心、年夜飯預訂等服務消費量激增。相比過去，年輕人更願意把錢花在「省時間、買輕鬆」上，為品質生活買單。

南沙芯企春節趕工 24小時不打烊

香港文匯報訊（記者 黃寶儀 廣州報道）新春佳節，萬家團圓之時，廣州南沙多個工廠卻呈現出一派繁忙景象：芯粵能300餘名工程師和操作員留守崗位，24小時保障產線精密運轉；TCL



●芯粵能員工穿着無塵服在專注工作。香港文匯報廣州傳真

製冷設備流水線上機械臂精準作業，工人們穿梭忙碌，一台台嶄新的空調機在完成最後一道檢測工序後，即將裝箱發運……今年以來，南沙不少企業海外訂單顯著增長，有企業在春節選擇了不打烊，全力衝刺生產。

芯粵能潔淨車間裏24小時燈火通明，自動化天車傳送系統正沿着空中軌道高效運轉，身着白色無塵服的員工專注操作，平日熟悉的好友，如今也只能透過對方的護目鏡和背後的姓名標識相認。芯粵能晶圓廠廠長邵永華告訴香港文匯報記者，生產一線及技術團隊由資深工程師帶班值守，核心崗位實行AB班輪值機制，春節期間約300名生產及技術骨幹在崗。

芯粵能是一家面向車規級和工控領域的碳化硅芯片製造和研發企業，產品主要應用於新能源汽車主驅逆變器、OBC風光儲逆變器、伺服器及工業電源/軌道交通、智能電網等方面，2023年

進入量產階段。邵永華表示，截至目前，已有50+款Foundry客戶的新產品工程批樣品投入。在主驅芯片上車方面，2025年6月搭載自主研發碳化硅MOSFET主驅芯片的整車800V電驅總成順利下線並實現量產，獲得多家汽車品牌和車型定點，2026年裝車量還將進一步攀升，在更多品牌主力車型上搭載。

芯粵能在2025年開展了一系列「AI+製造」的實踐，大幅提升缺陷檢測自動化水平與一致性，加速質量反饋閉環。同時，該公司與高校聯合開展數字孿生模型研究攻關，構建可重入生產流程的解析模型與仿真平台，為智能化生產管轄體系搭建奠定基礎。2026年芯粵能將系統化推進參與國內外各類技術和驗證標準的編制工作，並全力推動國際客戶的驗證流程，推動國產碳化硅芯片走向更廣闊的全球市場。

同樣忙碌的還有位於南沙區大崗先進製造園區

的廣州TCL製冷設備有限公司：車間裏機器轟鳴，流水線上機械臂精準作業，工人們穿梭忙碌……這座於2025年底正式投產的智能製造基地，正經歷着首個春節「大考」，一台台嶄新空調機在完成最後一道檢測工序後，即將裝箱發運到東南亞、中東、非洲等地區。

TCL製冷趕製海外夏季訂單

「空調行業素有淡旺季之分，今年我們春節趕工，主要是為了趕製海外的夏季訂單。」企業相關負責人介紹，近年來TCL空調出口增速迅猛，特別是對「一帶一路」共建國家的市場份額持續提升。「這些地區夏季炎熱漫長，我們的高效節能空調在當地市場認可度很高，必須搶在旺季前完成交付。」今年1至2月，企業海外訂單量同比增長顯著，預計產值將實現「開門紅」。該負責人表示，「貨物從產線下線到裝船出海，可依托南沙港的密集航線，直達『一帶一路』沿線港口，大幅降低物流成本，這對我們搶佔海外市場至關重要。」