

建設人工智能創新發展第一城

場景落地

一場「中國式突圍」，正在智能眼鏡賽道悄然上演：全球市場研究機構Counterpoint報告顯示，2025年下半年，全球超過90%的「AR+AI」眼鏡出貨量來自中國和美國。其中，樂奇AI眼鏡（Rokid Glasses）的出貨量佔據了34%的全球市場份額，位居第一，也讓靈伴科技（杭州）創始人祝銘明成為資本市場炙手可熱的香餡鯽。就在香港文匯報記者專訪前，他剛結束與香港電訊CSL團隊的閉門洽談。「香港是Rokid Glasses賣得特別好的地方，因為我們是唯一官方支持粵語語音交互的智能眼鏡。」在祝銘明看來，電子消費品的護城河從來不是單一、亮眼的尖端技術，而是將複雜的技術做成特別簡單實用的產品，讓前沿科技真正惠及大眾。 ●香港文匯報

記者 俞晝 杭州報道



掃碼睇片

●2026世界人工智能大會上，觀眾試戴Rokid Glasses。受訪者供圖

經濟論

走中國看經濟之杭州篇

樂奇Rokid的總部位於杭州未來科技城的夢想小鎮。推開一樓玻璃門，最先映入眼簾的是開放式全景展廳，按時間線展示着公司初創至今的產品：從智能陪伴機器人、工業AR頭環，到初代Rokid Glass、Rokid Vision、迭代款Rokid Glass2、輕量化Rokid Air，再到如今引爆全球市場的Rokid Glasses，一整排樣機依次鋪開，講述着祝銘明與團隊十二年死磕交互的漫長求索。

在這幢三層小樓裏，祝銘明沒有自己的辦公室，公司所有高管也沒有，大家都待在開放的工位上，方便隨時走動，處理事務。五彩斑斕的長方形大開間上，「好看、好玩、好上頭」的掛牌隨處可見。「Rokid的第一價值觀不是精緻、開放、努力、勤奮，我們的第一價值觀叫「玩樂精神」。」坐在收藏多年的古董蘋果電腦前，祝銘明的笑聲極具感染力。

相信科技是陪伴人感知世界

「Rokid是Robot+Kid的組合，意思是讓科技像孩童一樣純粹，陪伴每個人感知世界。」作為骨子裏信奉「科技向善」的伯克利大學計算機博士，祝銘明十餘年前便在他掌舵的阿里巴巴M工作室裏拋出了一個有關未來的核心命題：面對即將到來的AI時代，人類將如何與它進行更便捷、更友好的交互？

「正如PC對應DOS，智能手機對應移動GUI系統，每一個時代必然誕生專屬的交互終端。」在祝銘明看來，AI最大的特質是普惠，所有人都能無門檻地與它自然對話，因此需要一款輕量化、可全天候佩戴、支持多模態大模型交互的設備，而眼鏡是無可替代的最優解。「我們的目標從來都不只是做一款硬件，而是搭建AI時代全新的人機交互平台。」

智能眼鏡不卷硬件 卷系統

專訪三天後，是Rokid Open Day 2026全球生態及開發者大會。在台下三千多位觀眾的翹首期盼裏，祝銘明頂着Rokid與全球頭部頭盔廠商聯合研發的AI Helmet智能頭盔、騎着摩托車徑直衝上主舞台——這樣的出場方式非常「祝銘明」，正如他在事業如日中天時堅決離開阿里創業那般，「四平八穩」從來都不是他的必選項。

在這場大會中，祝銘明向公眾發布了全球首款適配智能眼鏡的操作系統YodaOS。在此之前，全行業所有智能眼鏡的操作系統，均是安卓底層套殼改造，延續手機GUI圖形界面邏輯，本質只是把手機App搬到眼鏡屏幕上。「例如你今天出門採訪，要搜索對方的資料、提煉備註、預約網約車接送，需要來回喚醒眼鏡、切換內置的App窗口，才能實現以上三種功能。」

「同樣的場景交給YodaOS，只需說『幫我搜索採訪對象的資料並提煉備註，順便訂一小時後回報社的車』，系統不用跳轉任何App，就能直接把資料、備註、網約車信息一併平鋪在鏡片視野裏。」祝銘明進一步解釋道，該系統具有全天候在線（Always on）、極速啟停（Quick in/out）、豐富內容輸出（Rich content）三大核心特質，讓智能眼鏡真正為人服務。

布局香港 意味進入多元國際市場

香港文匯報訊 在祝銘明的全球化布局邏輯裏，香港擁有無可替代的區位價值：這裏匯聚跨國企業總部、跨境商貿從業者、海內外遊客，人群天然高頻需要翻譯、會議記錄、行程規劃等AI場景。2025年8月，Rokid Glasses正式在香港發布海外版產品，成為品牌首款面向境外消費者的量產智能眼鏡，這場發布會也標誌着Rokid十二年自研技術正式走出內地，接受國際化市場的檢驗。

不同於多數出海品牌僅簡單漢化系統，Rokid Glasses針對香港市場完成了深度的本土化改造，其中最核心的突破是全鏈路粵語交互適配：用戶喚醒「Hi Rokid」後，可用粵語直接下達指令，識別場景和對象時，AI也會同步輸出粵語文字反饋。與此同時，眼鏡內置的「看一下支付」功能，可以配合香港地區支付寶使用，

樂奇祝銘明棄尖端堆料

堅持走普惠科技之路

實現「中國式突圍」 一副會說粵語的眼鏡



●Rokid Glasses 香港文匯報記者俞晝 攝



●去年8月，Rokid Glasses正式在香港發布海外版產品。受訪者供圖

精準匹配本地居民的日常消費習慣。

「香港對於Rokid的意義，不止是單一消費市場。」祝銘明坦言，「這裏多元人群、多語言、跨境商貿交織的複雜環境，將持續反向迭代YodaOS系統能力，成為Rokid進軍全球市場的標準化模版。」

「百鏡大戰」升級 最大市場在中國

香港文匯報訊 2026年的智能眼鏡市場，已經不是幾年前少數玩家試水的小眾賽道。IDC預測，2026年全球AI眼鏡出貨量將達到2,267.1萬台，同比增長56.3%，中國市場出貨量將達到491.5萬台，同比增長77.7%。當小米、阿里、華為、Meta、Google等大廠陸續加碼，智能眼鏡的競爭已經不再只是硬件形態之爭，而是供應鏈、生態、渠道和資金能力的綜合較量。

對於即將到來的「百鏡大戰」，祝銘明顯得頗為坦然。「Rokid的優勢很清楚，我們是內地最早長期押注AI+AR眼鏡的公司，產品也確實跑出了熱度。」祝銘明笑着說，「還是那句話，不用太擔心，現在整個行

業仍處於跑馬圈地的階段，就算大公司進來了，單位面積的投入比例也和創業公司差不多，更何況擁有眾多產品線的大廠暫未對此傾盡全力。」

內地高中畢業生近視率達90%

雖然入局智能眼鏡賽道是受到Google Glass的啟發，但祝銘明堅定認為，智能眼鏡最大的市場在中國，「誰掌握了中國市場，誰才能真正勝出。」究其原因，祝銘明給出了一個數據：美國大概4億人口，只有7.9%是近視人群；中國14億人口，高中畢業生的近視率高達90%，「即便僅有1%的近視人群使用我們的產品，也意味着數百萬台銷量及百億級營收。」

《全球智能眼鏡市場季度跟蹤報告》

2025年 全球智能眼鏡市場

出貨量1,477.3萬台，同比增長44.2%

中國智能眼鏡市場

出貨量246.0萬台，同比增長87.1%

預測

中國智能眼鏡市場

- 2025年支持大模型語音助手的產品比例已達到50.5%
- 2026年出貨量將突破491.5萬台(邁入規模化增長階段)
- 2026年將進入場景落地的關鍵期



●靈伴科技（杭州）創始人祝銘明

香港文匯報記者俞晝 攝

搭建下一代交互底層系統 邁入新時代

香港文匯報訊 在祝銘明看來，真正的智能不應該迫使人低頭操作，割裂人與現實的聯繫，而是融入人和環境，可以隨時隨地和它自然交互。「如今行業看似熱鬧，實則仍處在智能手機誕生前的『黑莓時代』——各家拚外觀、拚參數、拚單次功能體驗，但都沒有搭建起下一代交互的底層系統生態。YodaOS的終極使命，是推動行業從硬件內卷，邁入原生AI系統驅動的全新終端時代。」

買眼鏡不為看得清 而是看得更多

聊及行業競爭與企業的終極打法，祝銘明的答案也很另類。「本質上，Rokid賣的不是眼鏡，我們賣的是消費場景，是一套全天候的AI生活與工作解決方案。」祝銘明以618大促的銷售數據舉例道，「根據調研我們發現，有人是為了看世界盃買Rokid Glasses，有人則是為了輔導作業或是實現語言的實時翻譯，這說明硬件參數不再是消費者的決策首位，消費場景才是。」

為此，祝銘明堅持極致開放的生態理念，向全球用戶推出零代碼智能體開發工具，賦能全民創作，培育更多的消費場景。開發者們像搭積木一樣，在樂奇AI眼鏡上造出了五花八門的東西：特斯拉車主用小特助手遠程控車，做生意的人裝了黃金價格查詢和股票助手，甚至還有人做了「算命先生」「寵物翻譯官」「賽博女友」等腦洞大開的應用。

「截至目前，在Rokid開發者社區的註冊用戶已經超過35,000名，累計開

發各類智能體500多個。」與此同時，AI能力在增長，開發門檻將進一步降低。「任何用戶有想法都可以把智能體做出來，滿足自己需求的同時，也可以上架到商店。」祝銘明坦言，隨着行業規模的增長，越來越多的消費者會為場景買單，開發者將獲得更大的商業回報，「這就是良性循環」。

至於智能眼鏡未來會走向何方？祝銘明依然堅持自己的「玩樂精神」價值觀。在他看來，AI不應只是提高工作效率的「鞭子」，它更應該為用戶帶來一點輕鬆和生活掌控感。畢竟，在智能體已經能夠為用戶「幹活」的當下，智能眼鏡本身就是一個場景驅動的平台級入口——誰能在開發者階段建立生態，誰就能在下一階段的交互中佔據更有利的位置。



●Rokid Glasses實現了全鏈路粵語交互適配。受訪者供圖

產業鏈深度協同 破局「不可能三角」

香港文匯報訊 智能穿戴終端的「不可能三角」，是困擾全球科技廠商十餘年的終極難題：想要機身足夠輕盈、適配日常全天候佩戴，就必須縮減光學模組、壓縮電池容量，最終導致畫面模糊、續航拉胯；想要高清通透的顯示效果，就得堆砌硬件、增大機身重量，失去隨身穿戴的意義；想要長效續航，只能加厚機身、犧牲顏值與佩戴舒適度，最終脫離大眾消費場景。

「行業普遍共識是，『極致輕量化佩戴、高清實景顯示、全天候持久續航』三者只能取其二，這也是早期智能眼鏡始終無法走出小眾圈層、難以全民普及的核心癥結。」祝銘明坦然承認，自己曾小看了智能穿戴賽道的實操難度，「我們做過數十版樣機，要麼畫面顯示不行，要麼續航時間很短，要麼機身過重，每一次取捨都背離了『全天候佩戴』的初衷。」

做出最輕盈智能眼鏡

最終，祝銘明選擇了一條YodaOS系統優化、產業鏈深度協同的道路，聯合康耐特光學、藍思科技等上游龍頭企業定製輕量化零配件，不靠單點硬件堆料，而是通過全鏈路產業優化的方式破局「不可能三角」。「Rokid Glasses是市面上同時具備AI和AR功能的智能眼鏡裏最輕盈的，整機只有49克，全天候佩戴也不會覺得不舒服。」

值得關注的是，2026年上半年，Rokid密集引入了華策影視、康耐特、艾為電子等多家產業鏈夥伴的戰略融資。「坦白說，Rokid在一級市場是比較受歡迎的一家公司，想要投進來的機構有很多，最終我們選擇的是在未來看得見的時間內能夠跟Rokid形成合力，共同成長的合作夥伴。」