

会拜年、能唠嗑、飞起来 AI产品成新潮年货

“从单纯的囤物资到追求情绪价值,从物质丰盛转向情感增值,今年春节消费市场的变迁,折射出AI技术从‘工具’进化为‘伙伴’的产业奇点与升华。”中国人工智能学会理事汪镭对《证券日报》记者表示。

AI玩具点燃情感消费

AI玩具、无人机、智能穿戴设备等科技年货在节前的集中展示和促销活动,迅速点燃家庭购置新年货的热情。成都春熙路广场的“首发春熙 AI黑科技新春派对”现场热闹非凡,消费者竞相体验各类新奇酷炫的科技年货。2月14日至2月23日,这里展出超100款前沿科技产品,让消费者近距离感受人工智能。

一位不愿具名的Z·Pilot项目经理向《证券日报》记者讲述了一个细节:一款名为美惠的AI萌宠机器人短短两天便宣告售罄,即便紧急补货依旧供不应求。“情感类AI玩具目前销售最火爆。很多人摸到它毛茸茸的身体,发现它真能对情绪做出反馈时,眼神都变了,这就是情绪价值。”他表示。

这在消费数据上体现得更为直观。淘宝天猫潮玩行业数据显示,春节期间,AI玩具类目在年货节期间成交额同比激增500倍,商品供给量同比增长500倍以上,涌现出6款销量破百万的单品。在北京朝阳区一家AI智能毛绒玩具店,工作人员告诉记者:“春节期间,会拜年、能聊天的AI玩具卖得最快,有人一来就买好几台,送给女儿、母亲和客户。多的时候一天能卖出40多个。”它比传统玩具体验更生动,比真实宠物更轻松。”

AI玩具市场规模也在快速扩张。深圳市玩具行业协会联合京东发布的《AI玩具消费趋势白皮书》显示,预计到2030年,国内AI玩具市场规模有望突破百亿元。

这一现象的背后,是技术成熟度与消费升级的双重驱动。前瞻产业研究院分析人士表示,传统玩具毛利率仅维持在20%至30%,而

AI玩具毛利率普遍高达70%至80%,科技赋能让冰冷的塑料有了“灵魂”,也让企业有了加大投入的动力。

“科技年货走热的核心驱动力是消费价值观的迭代。”招联首席研究员董希淼认为,“传统年味注重团圆,而‘科技年货’注重陪伴。AI玩具的火爆证明行业赛道竞争的焦点正在持续升级,通过情感消费等更多新路径,开辟出全新的高价值增长场景。”

AI玩具丰富了客厅时光,无人机和智能眼镜从“飞起来”到“用起来”,延伸了中国人春节假期的户外视野。无人机编队表演成为多地烘托年味的“主力军”,成功点燃了文旅消费的新引擎。

北京一家大疆旗舰店在春节期间迎来了销售高峰。消费者不再只满足于传统年货,转而追求能提升旅行和生活体验的“电子年货”。该店店长介绍,春节前以及春节期间,门店成交率高达50%以上,年轻人是消费主力。他们抱着“犒劳自己”的心态,让无人机这类产品成为热门的大件年货。

作为全球规模最大的电子产品交易集散地,华强北在这个春节迎来了科技年货销售的爆发式增长。行业数据显示,截至2月22日,春节期间,华强北全域营收同比增长35%;近两个月,科技类产品整体销售额较平日增长超30%,其中AI眼镜销量激增70%至80%,无人机、机器人销量增长30%至50%。

中国民航大学通用航空与智能网联研究院院长汤新民认为,无人机行业正迎来从野蛮生长到规范提质的关键转折。规范举措将淘汰小作坊式的落后产能,仅留下具备核心竞争力的企业。对于智能眼镜和无人机等AI产品而言,今年是一个分水岭——谁能解决“用得好”这一问题,谁才能真正从节日爆款转变为日常刚需。

资本追捧硬科技赛道

AI玩具、无人机、智能眼镜正逐渐成为百姓年货篮子里的新宠。消费端的火爆,也早已

点燃了资本市场的硝烟。一场围绕“电子年货”上游产业链的资本争夺战正激烈上演。

2026年初的深圳智能硬件市场,被投资机构形容为“高速运转的造星工厂”。天眼查数据显示,2025年深圳共有77家智能及相关智能硬件企业完成106起投资,同比分别增长51.0%、79.7%,披露投资总额约100.49亿元,成为国内智能硬件投资最活跃的区域。

一位投资人透露,红杉中国、高领等头部机构在人工智能硬件领域展现出了惊人的决策效率,从接触到下投资意向书最快仅需两三天,甚至有机构当场签约、当天打款。如今AI赋予了硬件软件定义的能力,用户增长的故事和数据飞轮的想象空间。

创投机构在“抢项目”,众多上市公司在后端展开了更为系统的产业链布局。从上游核心元器件到中游品牌整机,A股及港股公司纷纷通过战略投资、定增扩产、技术研发等方式,卡位“电子年货”背后的黄金赛道。

在AI玩具赛道,老牌玩具企业实丰文化率先布局。2月4日,实丰文化发展股份有限公司与灵优智学(深圳)科技有限公司签署投资协议,旨在通过资源互补,共同拓展AI玩具及消费电子领域的新机遇。在AI眼镜赛道,上游芯片厂商率先受益。近日,炬芯科技股份有限公司发布调研纪要,透露将推出新一代专为智能穿戴领域打造的芯片。深圳佰维存储科技股份有限公司则在互动平台宣布,成为Meta AI智能眼镜的国内主力存储芯片供应商,2026年度公司在AI新兴领域或将保持高速增长趋势。

“资本市场的热捧标志着智能硬件产业进入价值重估阶段。”华创证券分析师吴一凡表示,大模型能力加速进化推动进入“Agent AI”阶段,硬件是AI应用落地最为确定的受益方向,为消费电子产业链公司带来新的业务增长点。

资本与产业的共振正将“电子年货”这一节日现象转化为中国智能硬件产业升级的持久动力。2026年春节,消费者用一张张“科技年货”订单装点了生活,也预示着一个智能时代正加速来临。



■本报记者 贾丽

一台身披红袍的机器狗在商场中庭作揖拜年,一只毛茸茸的AI玩具能够记住全家人的姓名,一副智能眼镜成为馈赠亲友的新宠……2026年的春节,国内消费者的年货清单正经历着一场深刻变革。
春节期间,《证券日报》记者深入多地消费电子卖场发现,曾经占据C位的烟酒糖茶虽未缺席,但AI玩具、无人机、智能眼镜等科技硬货已成为年货新顶流。

三文鱼“游”出乡村振兴新希望

■本报记者 田鹏

正月初三,年味正酣,千家万户都沉浸在团圆欢聚的喜悦氛围中。位于承德围场深山腹地的承德清青锦瑞渔业有限公司(以下简称“清青渔业”),其育苗车间内正一派繁忙景象,丝毫没有因新春佳节而放缓生产脚步。

取自深山的地下水在车间循环系统中潺潺流动,智能化育苗池整齐有序地排列着。成千上万尾刚破膜的三文鱼幼苗在水中灵动地穿梭。值班工人身着工作服,有条不紊地进行着吸污、投喂、筛苗等作业,用指尖的忙碌守护着一池池“致富希望”。

新春坚守不打烊

“春节这段时间正是三文鱼育苗的关键时期,育苗工作一刻都不能耽误。目前车间里有100万枚鱼卵正在孵化,其中已有40万枚顺利破膜出苗。”清青渔业生产副总彭勇一边带领记者参观育苗车间,一边轻声介绍,语气中满是谨慎,生怕稍大的声响惊扰了池中游动的敏感小苗。

透过透明的育苗池壁,《证券日报》记者清晰地看到,米粒大小的鱼卵正缓缓破膜而出。刚孵化的幼苗通体透亮、小巧灵动,在特制育苗框里欢快穿梭、自在游动,呈现出一派生机勃勃的景象。彭勇介绍,年前刚孵化的鱼苗早已被客户提前预订,预计3月份便会陆续发往全国各地。现在必须守好育苗关键期,如期兑现每一份订单承诺,不负客户的信赖。

通常情况下,多数人难以相信,在这片群山环绕、远离海岸的深山中,竟能孕育出走向全国的优质三文鱼。“很多人都有这样一个误区,认为三文鱼只能在海边培育,其实三文鱼孵化恰恰需要洁净的淡水环境。”彭勇笑着解释。围场的地下水常年保持在9℃左右,水温恒定,水质澄澈、溶氧充足,得天独厚的自然条件,使这里成为三文鱼育苗的天然宝地。

凭借这一优势,清青渔业扎根于此。据悉,该公司于2024年4月份正式开工建设,当年12月份便迎来首批鱼卵入厂孵化;2025年,首批30万尾优质三文鱼苗成功交付客户。

高效投产离不开当地政府的大力支持。彭勇坦言,三文鱼养殖产业前期投入大、筹备周期长,政府主动协调基建用地、代办环评手续,精准推送扶持政策、对接金融资源,逐一破解企业发展难题,有效缓解了资金压力,为项目快速落地、如期投产提供了坚实保障。

除了政策加持,还有企业自身的深耕细作与技术革新。“我们与青海大学携手成立了高原冷水鱼养殖联合研究院,还搭建了博士交流工作站,年后就会有博士团队入驻开展专项实验。我们就是依靠核心技术守住育苗质量关。”彭勇介绍,依托

产学研深度融合,公司创新打造了“淡水育苗+深海养成”的全链条模式——将深山培育的大规格优质鱼苗,运往山东、辽宁等地的深远海网箱,完成后续成鱼养殖,既保障了鱼苗成活率,也提升了成鱼品质。同时,公司通过自主研发专利技术,将鱼苗成活率提升至99%以上,大幅高于市场同类产品水平。

谈及2026年的鱼苗产出目标,彭勇眼神笃定:“今年,我们将稳步提升育苗规模与品质。其中,三文鱼苗预计产出570万尾,虹鳟苗30万尾,产品涵盖订单专供与市场零售两大渠道,所有鱼苗均为符合市场高端需求的高规格优质苗种。”

小苗撬动大产业

这一池池小小的鱼苗,不仅撑起了企业自身的高质量发展,更在承德围场的深山里,闯出了一条独具特色的乡村振兴之路,让深山群众共享发展红利,共圆致富梦想。

育苗车间里,来自周边村庄的工人王大姐正小心翼翼地向着育苗池投喂饲料,动作娴熟而轻柔,眼神中满是专注。“以前过年都在家闲着,没什么收入,现在在厂里上班,一个月能挣4000多块钱,离家不到10分钟路程,既能照顾老人孩子,又有稳定收入,心里特别踏实。”王大姐的话语朴实无华,却道出了在家门口就业的幸福感。

据彭勇介绍,公司创新采用“企业+村集体”的合作模式,与周边20多个村集体携手同行,由村集体出地出资,企业出技术、出鱼苗、包回收,每年给村集体发放5%的固定分红,同时带动10多名周边村民实现家门口就业,让深山里的群众无需外出奔波,依靠“养鱼”就能实现增收致富。

采访中记者了解到,当前国内三文鱼市场供需缺口显著,2025年正规渠道进口量就达15万吨,而国内大规模成鱼产量不足2万吨,且国内从事三文鱼育苗的企业面临诸多发展瓶颈。例如,国内三文鱼优质种源大多依赖进口,受国际市场种源封锁影响,育苗产业发展较为被动,难以规模化填补市场缺口,这让优质三文鱼苗成为市场上的“紧俏货”。

正因如此,彭勇表示,未来公司将聚焦三大方向发力,进一步做大做强三文鱼育苗及相关产业:一是推进产能扩张,公司今年计划将该场地的养殖规模扩大至原来的两倍;二是完善产业链布局,积极尝试近海网箱或工船养殖模式,推动产业朝着多元化、规模化方向发展;三是强化人才队伍建设,结合远期产业链拓展规划,重点培养一支专业过硬的技术和管理团队,为产业高质量发展提供坚实支撑。

以苗兴产,以业富民。清青渔业让一尾尾小小鱼苗,既成为企业提质增效的“增长点”,也成为带动群众增收、激活乡村振兴的“动力源”,在群山之间铺就一条生态美、产业兴、百姓富的发展新路。

年货“小包裹”照见消费“大活力”

■本报记者 韩昱 张梦逸
见习记者 何成浩

这个春节假期,人享其行,货畅其流。交通运输部数据显示,2月16日至2月22日,邮政快递累计揽收量约8.06亿件,累计投递量约6.3亿件。

“这组数据十分亮眼,8.06亿件的揽收量并非只是数字,它意味着消费动能的强劲复苏,也印证了‘年货经济’的持续升温。”苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示。

节日寄递热度高 物流网络高效护航

大年初六清晨,北京市朝阳区一处快递分拨中心内,满载年货的包裹在传送带上飞速流转,工作人员有条不紊地进行分拣派送;贵阳黄果树景区的特产街上,商户为游客精心打包新鲜特产食品、文创好物,当场贴单寄递,“全国包邮”的标识随处可见。在这个春节假期里,从城市到乡村,从景区到社区,快递物流网络高效运转,成为连接生产与消费的重要桥梁。

北京顺丰速运有限公司相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,从2月1日至2月24日,就该公司北京地区寄递业务结构而言,生鲜食品、年货礼盒类包裹占比达35%至40%,服装鞋帽类占比20%至25%,文旅特产类占比10%,春节节日消费特征十分明显。

付一夫认为,快递行业“春节不打烊”的常态化保障能力确保物流网络和人力在假期期间维持着基本运转,节后能够快速提升产能,并承接春节延续下来的消费热度。实际上,春节假期刚结束,人们返岗复工,线上购物需求迅速回温,商家也开始密集发货,供需两端同步激活,直接推动快递业务量上涨。很多春节期间的消费,如走亲访友的礼品、返乡补给的年货,以及假期未完成的购物计划,都会在节后第一周通过快递集中履约。

中央财经大学副教授刘春生对《证券日报》记者表示,上亿件的寄递量保障了节日期间的民生需求,也直观地体现出春节消费的集中性特点。

从微观市场主体来看,业务量增长同样

得到了印证。顺丰快递北京某营业站点负责人对《证券日报》记者表示,2月15日至2月20日,该站点日均快速处理量(快速处理量=快速业务量+快速投递量)约1500件,2月20日之后升至2000件左右,较去年同期实现了一定增长。

值得一提的是,在业务量增长的同时,该站点并未明显增加人手。上述负责人介绍,公司通过业务量预测系统对春节期间的件量进行提前测算,并据此合理安排值班人员。“今年件量基本处于预测区间内,没有出现人手短缺的情况,单人工作量也保持在可承受范围之内。”该负责人表示。

刘春生认为,未来快递行业将持续成为促消费、扩内需的核心支撑。物流网络的不断完善将持续打通城乡消费流通的堵点。同时,快递行业与实体经济的融合将更加深入,在推动消费升级、助力乡村振兴、促进区域经济协调发展发挥更为关键的桥梁纽带作用。

“人肉背特产”成过去式 快递+文旅成新时尚

春节期间物流网络的高效运行,也改变了游客的消费方式。

大年初五下午,在贵阳一家脆哨店内,来自北京的游客曾先生挑选了两瓶脆哨油辣椒。在向店员询问该产品能否带上飞机时,店员向他推荐了快递寄送的方式,并表示可以当天寄出,包邮到家。

类似的场景在景区内也屡见不鲜。在贵州黄果树景区出口处的特产一条街,黄果树IP文创产品、扎染服饰等商品琳琅满目,新鲜黄果、刺梨制品、特色零食整齐摆放。记者注意到,几乎每家商户都挂着“全国包邮”的标识,店内还备有专门的打包区域和包装材料。

“水果带在身上很容易磕碰,重量也不轻,现在游客很少再‘人肉’背回去了,我们基本都提供包邮服务。”一位销售刺梨、凉薯等贵州特色生鲜的商户告诉记者,下单后直接发货到家,对游客来说比

较省事,他们也进一步拓展了销路。物流的便捷既方便了游客的消费,也为商户带来新的增长空间。在贵阳,一位售卖香辣洋芋片、青岩玫瑰糖等特色零食的门店负责人坦言,以往许多游客仅是单次品尝、少量购买,如今因支持邮寄,适合当作伴手礼的大件零食礼包销量显著增加。

“我们如今会主动邀请顾客添加微信,后续若有促销活动便会通过朋友圈宣传,顾客觉得好吃就会再次购买。”他表示,春节等旅游高峰期添加的客户,有不少会在后期进行复购,从而实现从一次性消费向长期客户的转变。

由此可见,高效的物流网络不仅确保了节日期间快递“不打烊”,还成为激活内需的重要支柱。借助四通八达的运输体系,商品不再受限于行李箱的空间,景区文创产品与地方特产也得以走向了更广阔的市场。

“快递业将从一个快速扩张的行业演变为兼具效率、绿色、韧性、公平的现代流通体系,为中国经济的稳定运行提供有力的底层支撑。”付一夫表示,展望未来,快递业将在支撑消费和扩大内需方面发挥更为核心的作用。随着消费品以旧换新等政策持续落实,家电、数码等电子年货的送装一体、数据迁移等增值服务将成为新的增长点,快递将不再只是简单搬运,而是深度融合品质消费的供应链服务。

图①消费者咨询购买AI智能设备
图②门店里各式AI玩具成为年货新宠 贾丽/摄
图③清青渔业员工正在进行吸污作业 田鹏/摄
图④工作人员使用装卸设备,将包裹从货车平稳转运至营业站点内 何成浩/摄
图⑤“春节期间电商正常发货”的标识放置在店内醒目位置 张梦逸/摄

