

董事长面对面

“老江湖”弄潮新零售

——专访友阿股份董事长胡子敬



友阿股份董事长胡子敬 公司供图

本报记者 何文英

深耕零售行业54年，湖南友阿波罗商业股份有限公司（以下简称“友阿股份”）董事长胡子敬，是零售行业“老江湖”。自改革开放初期，他总能敏锐地捕捉消费商机，并一步步带领友阿股份成长为湖南零售龙头。

一段时间以来，友阿股份降本增效、门店调改落地见效。今年一季度，该公司实现归母净利润4239万元，同比增长15.74%，彰显出强劲的经营韧性。

面对当下电商挤压的传统零售红海，这位见证行业数次迭代的“老江湖”再度主动出击。近期，友阿股份旗下微信小程序“友阿购”正式全面升级上线，全国10家线下体验点同步对外开放。“老江湖”如何弄潮新零售？胡子敬在接受《证券日报》记者专访时，详细讲述了友阿股份数字化转型

的突围路径。

整合平台补齐短板

近年来，实体零售行业深度出清，传统百货业态持续边缘化。谈及此次平台升级的核心动因，胡子敬坦言，行业剧变倒逼老牌零售企业补齐线上交易短板。“过去我能精准把握商业规律，但2020年后行业迭代太快、价格竞争白热化，一度让我看不清方向。真正点醒我们的是会员反馈，线上日常刚需品类缺失，小额购物卡余额无法使用，这些实实在在的问题必须彻底解决。”

此前友阿股份线上体系资源分散，比如，运营11年的“友阿海外购”主打跨境好物，旧版“友阿购”侧重门店直播与会员服务，两个平台无法形成消费闭环。随着国货品质认可度提升，大众消费从早期“买全球”转向一站式购齐身边全品类好物，平台整合升级恰逢其时。

“这次升级不是简单把货架搬上网、跟风追热点，我们是用数字化的效率，守住百货人的人情味。”胡子敬表示，新版“友阿购”将原有跨境业务整合为专属频道，全新上线精选超市板块，补齐粮油米面、家居百货、小家电、宠物食品、办公耗材等高频刚需品类，平台商品总量突破10万款，实现家庭全场景消费覆盖。

胡子敬以“增、多、快、通”四个字概括平台升级后的核心优势：“增”是增信保障，坚持假一赔十、100%正品保真；“多”是品类扩容，十余大类商品一站式配齐；“快”是物流提速，携手京东物流深度合作，长沙地区可实现上午下单下午达、下午下单次日达；“通”是全域贯通，购物卡打通线上商城、线下百货与奥特莱斯门店，彻底盘活沉睡余额。

“快和省是基本功，真和暖才是真本事。我们不搞花架子，就是让消费者

认可，友阿股份始终是靠谱、舒心、信得过的‘老地方’。”胡子敬表示，全新平台有效解决了大件日用品采购搬运难题，全域通用购物卡则大幅提升了消费灵活性，用户体验显著升级。

坚定深耕湖南市场

面对淘宝、京东、抖音等头部平台的强势竞争，多数区域零售品牌盲目推进全国扩张，因此陷入流量内卷，胡子敬却坚持“深而准、不撒网”的差异化打法，坚定深耕湖南本土市场。

“在头部平台面前，盲目进行全国扩张毫无胜算。我们坚决不内卷，专注扎根湖南、做透本地。”胡子敬直言。据他测算，湖南现有886万名工会会员，区域福利采购市场规模可达112亿元至130亿元，叠加省内居民线上日用品年消费额约130亿元，本土刚性消费市场合计规模约250亿元。

“当前政策明确福利费发放规定，为我们创造了更多机会。”胡子敬介绍，目前友阿集团（友阿股份控股股东）已率先将办公采购、员工福利业务，从此前的外部采购全面切换至“友阿购”平台。

供应链端，“友阿购”摒弃低价内卷模式，对标主流平台定价，主动压低毛利，靠长期复利抢占市场。依托实体积淀，该平台议价能力突出，甚至能够做到部分进口美妆产品售价较专柜低四成以上且保真。

“我们的核心竞争力是真实、熟人信任、就近履约的确定性。”胡子敬总结，“友阿购”的优势在于无冗余成本，线下门店为售后兜底，京东物流为运输托底，这些构筑了“友阿购”的本土壁垒。

线上线下相互滋养

针对传统百货企业普遍面临的

“线上冲击线下”焦虑，胡子敬明确了友阿股份的发展定位——“线上线下是相互滋养的共生体，我们绝不会弱化线下门店。”

当前，友阿股份所有线下门店已升级为“友阿购”线下体验站，布设数字终端。同时，门店推进布局沉浸式业态。“过去友阿商店（友阿股份旗下门店之一）年销30亿元靠国际大牌，如今我们靠吃喝玩乐购一体化体验，把百货商场从卖场场，变成市民的生活聚集地。”胡子敬说。

“友阿购”作为友阿股份新零售的突破口，从运营端、技术端、用户层面等多维度共同发力。在运营端，“友阿购”推行“全员下沉、单点突破、滚雪球式增长”策略。2000多名员工分三线作战，试运营阶段客流量提升50%，团队全力承接各类订单。

在技术端，现阶段以微信小程序轻量化运营，适配大众消费习惯。同时，友阿股份全力开发独立App，未来将上架各大应用市场，打通微信一级入口，全力打造湖南本土生活服务平台。

在用户培育层面，“友阿购”不跟风内卷。胡子敬表示，平台依靠正品保障、门店兜底售后、本土化精准供给三大核心优势，在一次次下单、履约、复购的闭环中，沉淀忠实用户心智。

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端向《证券日报》记者表示，“友阿购”避开头部电商正面竞争，深耕区域政企采购与民生消费赛道，以全域通卡、极速物流、本地化服务为核心抓手，为传统百货企业数字化转型提供了可落地、可复制的优质样本。随着供应链持续优化、独立App正式落地，该平台将持续激活湖南区域消费潜力，助力实体商业高质量发展。

AI眼镜密集上新 行业迎来市场普及关键节点

本报记者 袁传玺

近段时间，国内外AI（人工智能）眼镜品牌迎来集中发布窗口期，多款适配办公、影音、教育、工业等场景的新品接连亮相。凭借产能高速增长、上游零部件技术突破与消费补贴政策加持，AI眼镜已正式走出小众极客圈层，迈入从“能戴”向“好用”迭代的规模化发展阶段，下一代随身计算终端产业格局正加速重构。

国际数据公司IDC最新报告显示，2026年第一季度，全球AI眼镜出货量达356.6万台，同比增长130.1%。其中，中国市场出货量61万台，同比增长23.5%，市场增长动能持续释放。

5月底，雷鸟创新技术（深圳）有限公司推出GT系列AR眼镜与V4 AI拍摄眼镜，V4整机仅38克，搭载半固态电池，续航、防尘防水性能显著提升；科大讯飞股份有限公司同步发布新款AI眼镜，整机重量控制在40克，可支持122种语言全场景翻译。

6月中旬，苏州宋尔庇智能科技有限公司发布JOVE Glasses Lite1、View1两款产品，分别主打轻量化办公与便携大屏影音。同期还有多款细分赛道新品集中亮相：深圳市慧明眼镜有限公司推出15克钛合金智能镜架，可覆盖儿童视力管理、高端商务场景；VITURE携手英伟达打造企业级解决方案，发布工业级AI眼镜，可面向医疗、科研领域实现第一视角实时AI作业指导。

有行业分析师向《证券日报》记者表示，本轮AI眼镜新品集中落地是多重利好共振的结果：端侧大模型、光波导、微型电池技术逐步成熟，有效解决了佩戴厚重、续航不足等AI眼镜核心痛点；国家购新补贴叠加618电商大促持续激活消费需求；上游光学、国产芯片产能持续释放并实现成本下探；各大厂商抢抓市场窗口期，集中迭代产品抢占大众消费与工业垂直赛道份额。

政策红利为行业扩容提供有力支撑。2026年AI眼镜首次纳入国家数码产品购新补贴范围，直接降低消费者入手门槛，激活市场潜在需求。商务部数据显示，今年一季度AI眼镜网络零售额同比增长161.9%，成为以旧换新热门品类。

供给端硬件瓶颈持续被攻克。此前机身过重、续航焦虑是阻碍大众常态化佩戴的核心难题，2026年行业主流产品重量普遍控制在40克至50克，多款机型佩戴体验逼近传统光学眼镜。伴随固态电池、主动散热技术迭代，部分产品日常续航可突破24小时，电量焦虑大幅缓解。

硬件体验实现突破的同时，端侧AI也成为拉动AI眼镜行业价值增长的核心驱动力。广州艾媒数聚CEO张毅向《证券日报》记者表示，2026年AI已经脱离营销噱头，成为AI眼镜标配。产业增长逻辑不再比拼硬件参数，而是转向AI服务能力，产品从简单的静态信息屏，升级为依托端侧大模型实现语义解析、主动场景响应的随身智能体，语音交互、实景视觉识别等功能重构产品使用价值。

对于AI眼镜行业长期发展方向，张毅判断，轻量化仍是持续迭代主线，端侧AI将构筑核心竞争力壁垒，赛道分层发展趋势明确：平价音频眼镜面向大众普及，光波导AR深耕办公、工业等垂直领域。未来行业竞争将摆脱硬件内卷，转向场景服务与生态协同比拼，伴随光学模组持续降本、隐私合规标准落地，AI眼镜有望成长为全天候随身AI交互终端。

IDC中国分析师叶青清表示，当前可穿戴设备数据采集场景不断丰富，国内AI眼镜隐私安全标准正加速制定落地。厂商需将数据保护前置至产品研发阶段，合规能力将成为行业洗牌关键，提前完成技术储备与资质认证的企业，将在后续竞争中占据优势。

限时购

ID. ERA 9X

限时权益价29.98万元起

定金诚意礼

**3,000元定金
抵8,000元尾款**

零压金融礼

**0首付起 5年超低息
年均费率0.79%**

上汽大众 SAIC VOLKSWAGEN

广告

活动时间：2026年6月9日至6月30日（含）期间
*具体权益及使用规则详询当地代理商
*限时权益价已包含超级置换礼

扫码了解更多车型信息