仅供内部参考，请勿外传！

科技消费 9 月专题：从 Meta Connect 2026 看 AI 眼镜发展趋势

轻工制造业

评级： 增持

■ 科技消费月报

姓名	电话	邮箱	登记编号
刘佳昆(分析师)	021-38038184	liujiakun@gtht.com	S0880524040004
鲍秋宇(分析师)	021-23185602	baoqiuyu@gtht.com	S0880526060006

细分行业评级

文娱用品	增持

相关报告

轻工制造业《不同周期下的箱瓦纸进口影响》2026.10.12

轻工制造业《中国潮玩出海：从产品输出到品牌全球化的跃迁》2026.09.28

轻工制造业《潮玩行业 8 月专题：从乐高中报看拼搭积木行业全球发展趋势》2026.09.14

轻工制造业《科技消费 8 月专题：创想三维新品集中落地，智能硬件消费级化加速》2026.09.14

本报告导读：

全球 AI 眼镜已从小规模试销进入快速放量阶段，Meta 为行业绝对龙头。Meta Connect 2026 扩充智能眼镜与随身终端矩阵，Muse 推动眼镜从信息入口走向任务执行。

投资要点：

- **月专题：全球 AI 眼镜已从小规模试销进入快速放量阶段，Meta 为行业绝对龙头。**据 Wellsenn，2023/2024/2025 年 AI 眼镜全球销量 24/153/846 万台；2026Q2 达 348 万台，同比增近 200%，保持高速增长趋势，全年预计 1500 万台，预计随产品持续推新，第一视角拍摄、实时翻译和 AI 助手等场景带动用户尝鲜，产品渗透率持续提升，2029 年有望达 7000 万台水平。据 Counterpoint，2026H1 无屏 AI 眼镜以北美、西欧为主导（份额 50%/28%），Meta 占 94%；AR+AI 眼镜国内占 45%、略领先北美 41%，Rokid 与 Meta 市占率 41%/37%居前。
- **Meta 扩充可穿戴产品矩阵，Muse 推动眼镜从信息入口走向任务执行。**本次 Meta Connect 2026 发布 Ray-Ban Meta Audio、Gen 3、Meta VR Glasses 及 Muse Charm，覆盖纯音频、拍摄、沉浸娱乐与随身交互。Audio 以无摄像头和长续航强化日常佩戴；Gen 3 升级收音及操作体验；VR 眼镜以分体式架构降低面部负担，推动沉浸娱乐与空间办公延伸；Muse Charm 为口袋级随身终端，补齐 Muse 全天候交互入口。Muse 计划接入眼镜并扩充购物、支付和办公连接器，硬件价值有望由单次功能延伸至持续任务服务。
- **消费级 3D 打印：AI 3D 融资与多色全彩硬件共同推进创作流程升级。**Tripo AI 于 9 月完成 B 轮及 B+轮融资，合计约 30 亿元；闪铸 CJ270、创想三维 K3 及 SPARKX i8 丰富多色打印方案。ELEGOO Nexprint 于 9 月 15 日上线三类建模生成器，拓竹 R1 扩展至激光加工。
- **创想三维：多色新品进入众筹和销售准备阶段。**K3 与 SPARKX i8 在 IFA 展示，SPARKX i8 于 9 月 21 日在 Indiegogo 启动众筹，官方早鸟价为 289 美元，上线 40 分钟众筹破 100 万美元，首日超 190 万美元，支持者超 5000 位，均创平台品类历史第一。
- **AI 眼镜：全球出货高增，应用和渠道继续拓展。**9 月 Meta 发布音频眼镜及第三代 Ray-Ban Meta，并公布显示眼镜功能更新计划；Snap 介绍跨设备 AI 服务。
- **Rokid：开发者生态和海外渠道同步拓展。**AIUI Studio 于 9 月面向全球推出，公司披露注册开发者超过 3.5 万人、Agent Store 智能体超过 500 个；欧洲零售渠道扩张，Style 于 9 月 15 日在日本开售。应用供给和线下体验有望共同推动产品使用。
- **风险提示：**新品交付及功能落地不及预期；应用需求与付费转化不及预期；竞争加剧及盈利承压；隐私合规、海外贸易与供应链波动。

仅供内部参考，请勿外传！

目录

1. 月专题：从 Meta Connect 2026 看 AI 眼镜发展趋势.....3
1.1. AI 眼镜行业：进入快速放量阶段，Meta 为绝对龙头.....3
1.2. Meta Connect 2026：Muse 进终端，音频/AI 眼镜/VR 三线铺开.....4
1.2.1. Muse 加持：个人智能体推动眼镜从信息入口走向任务执行.....4
1.2.2. 音频眼镜：轻量长续航拓展全天佩戴与听力辅助场景.....6
1.2.3. AI 眼镜：Gen 3 强化高频体验，产品分层扩大覆盖人群.....7
1.2.4. VR 眼镜：分体式轻量化推动沉浸娱乐与空间办公延伸.....9
1.2.5. Muse Charm：口袋级随身终端，补齐 Muse 全天候交互入口.....10
2. 消费级 3D 打印：AI 3D 融资升温，多色全彩硬件与创作生态加速演进 12
2.1. 电商数据：9 月国内电商平台 GMV 同比-18%，亚马逊美国站销量同比+44%.....12
2.2. 行业动态：AI 3D 融资升温，多色全彩硬件与软件协同加速.....12
2.3. 核心公司数据：国内销售承压，拓竹海外销量高增，创想三维推进多色新品.....13
3. AI 眼镜：出货恢复增长，产品与应用生态加速落地.....15
3.1. 电商数据：9 月国内电商平台 GMV 同比+9%，亚马逊美国站销量同比+27% 15
3.2. 出货数据：全球出货量同比翻倍，中国市场增长稳健.....16
3.3. 行业动态：品牌融资推进，海外新品与场景生态加速落地.....16
3.4. Rokid：应用生态持续完善，海外渠道与新品销售同步推进.....17
4. 风险提示.....19

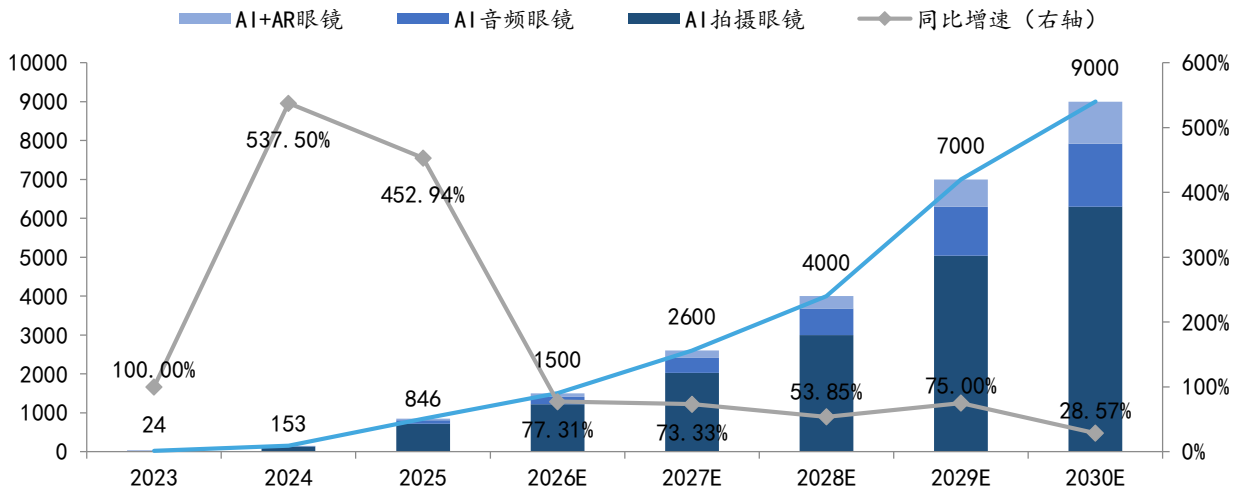
仅供内部参考，请勿外传！

1. 月专题：从 Meta Connect 2026 看 AI 眼镜发展趋势

1.1. AI 眼镜行业：进入快速放量阶段，Meta 为绝对龙头

全球 AI 眼镜已从小规模试销进入快速放量阶段。据 Wellsenn 数据，2023 年全球 AI 眼镜销量仅约 24 万台，2024 年达 153 万台；2025 年全球出货量约 846 万台，同比增长超 4 倍。2026 年二季度中国销量 24 万台、海外 324 万台，合计 348 万台，同比增长近 200%。随产品持续推新，第一视角拍摄、实时翻译和 AI 助手等场景带动用户尝鲜，AI 眼镜市场渗透率有望持续提升，Wellsenn XR 预计 2026 年全年销量约 1500 万台，2029 年约 7000 万台。

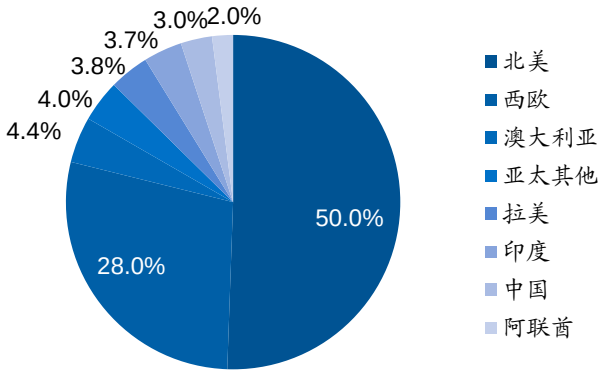
图1：全球 AI 眼镜销量及预测（万台）



资料来源： Wellsenn XR，国泰海通证券研究
注：2023-2025 年为实际终端销量，2026-2030 年为预测值；2023 年同比增速以 2022 年为基期测算。

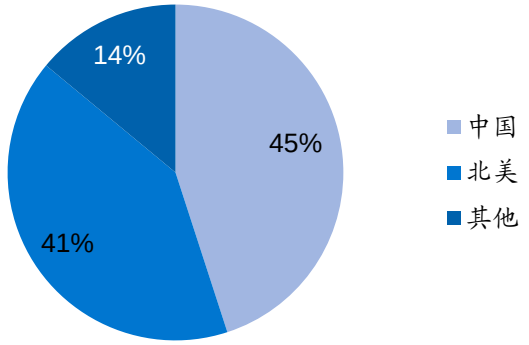
无屏 AI 眼镜销量主要集中于北美与西欧，AR+AI 眼镜中国市场占比较高。据 Counterpoint 的 2026 年上半年出货量统计，无屏 AI 眼镜北美和西欧市场份额分别为 50%和 28%，为主导市场， Meta 的产品未正式进入中国市场，国内玩家如阿里巴巴、华为、小米的产品体量有限，国内更多是无屏 AI 眼镜的制造基地，而非消费基地。而在 AR+AI 眼镜领域，国内是主导市场，45%的出货量来自国内，略领先于北美的 41%。这得益于国内成熟的 AR 供应链和快速迭代的产品策略。Rokid、影目、Even Realities、阿里巴巴等公司密集发布新品，价格区间覆盖从入门到高端。

图2：无屏 AI 眼镜全球各区域市场份额（%）



资料来源：Counterpoint《Intelligent Eyewear Market Tracker, H1

图3：AR+AI 眼镜全球各区域市场份额（%）



资料来源：Counterpoint《Intelligent Eyewear Market Tracker, H1

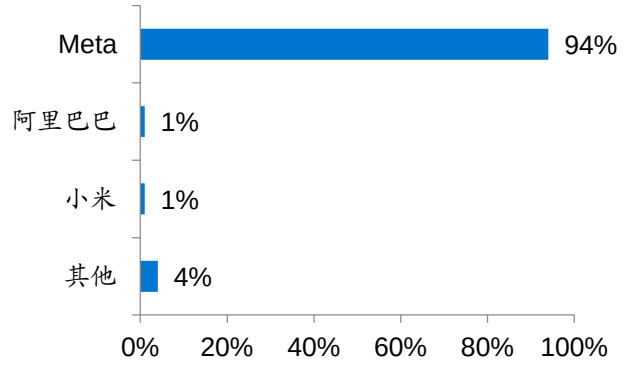
仅供内部参考，请勿外传！

2026 Update》

2026 Update》

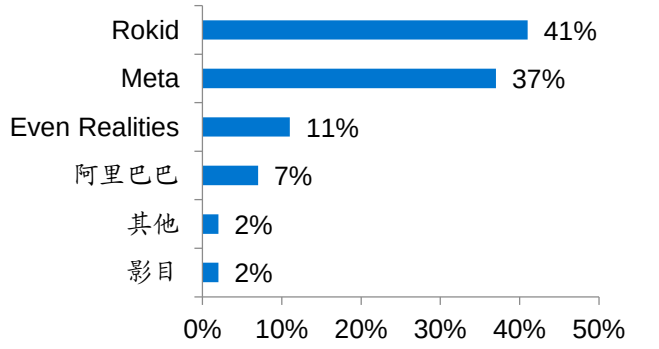
Meta 仍是全球智能眼镜市场的绝对龙头，2026 年上半年份额继续提升。据 Counterpoint，2026 年上半年无显示屏 AI 眼镜产品占广义 AI 眼镜产品（包含 VR/音频眼镜等）比例达 96%；Meta 在无屏 AI 眼镜细分市场的份额为 94%。在 AR+AI 眼镜市场，Rokid、Meta 市占率分别达 41%、37%，处于领先地位。展望后续，佩戴舒适度、续航、AI 功能的实际使用频次与渠道转化仍是竞争关键。

图4：全球无屏 AI 眼镜市场份额（%）



资料来源：Counterpoint《Intelligent Eyewear Market Tracker, H1 2026 Update》

图5：全球 AR+AI 眼镜市场份额（%）



资料来源：Counterpoint《Intelligent Eyewear Market Tracker, H1 2026 Update》

1.2. Meta Connect 2026：Muse 进终端，音频/AI 眼镜/VR 三线铺开

AI 眼镜产业正由"单品试水"切换至"多形态矩阵+Agent 入口"的高频迭代阶段，Meta Connect 2026 即为标志性节点。本次发布会一次性投放四款硬件：无摄像头的 Ray-Ban Meta Audio（349 美元、43g、10 月 13 日发货）、Ray-Ban Meta Gen 3（449 美元、当日开售）、约 100g 分体式 Meta VR Glasses（1299.99 美元、2027 年春季上市）及钥匙扣形态 Muse Charm（年内面市），叠加 Capri/Nova、Kylie Jenner、LISA 等联名款，Ray-Ban、Oakley、Meta 三品牌年底 SKU 将突破 100 款，并新开韩国、新加坡、墨西哥、阿联酋市场，产品迭代与区域铺货密度同步提速。

趋势上，Meta 产品定义向"轻量减配"与"极致沉浸"两端分化，去摄像头款回应隐私争议，VR 眼镜化则以形态颠覆替代传统头显；价值锚点上，由硬件参数转向 Agent 生态，Muse 全面接入眼镜并获视觉感知、实时语音、独立邮箱及 Walmart、Expedia、Instacart 等连接器，眼镜被重新定位为个人超级智能的随身入口；商业模型上，Reality Labs 单季仍亏损约 40 亿美元，但 AI 眼镜日活同比增三倍、VR 业务转向"可持续管理"，Meta 正以眼镜放量对冲 VR 投入，打通"Agent—眼镜—服务"变现闭环。

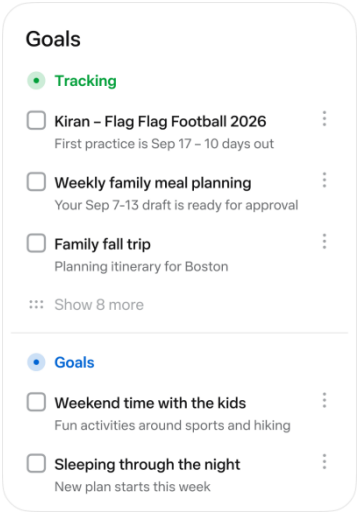
1.2.1. Muse 加持：个人智能体推动眼镜从信息入口走向任务执行

Muse 以持续执行任务为核心，早期下载增长为其拓展眼镜入口提供用户基础。Meta 于 2026 年 9 月 8 日发布个人 AI 智能体 Muse，支持邮件处理、行程安排与目标拆解，并可在关闭应用后继续执行任务。发布后 12 天内全球移动端累计安装约 280 万次，反映初期关注度高。9 月 23 日 Connect 大会进一步宣布，未来数月 Muse 将接入 AI 眼镜，通过语音及所见场景发起操作，使日程管理与任务推进延伸至免提使用场景。实时语音支持连续交流与

仅供内部参考，请勿外传！

后台执行，减少反复描述任务背景的负担。眼镜的价值有望从拍摄、听歌等单次功能扩展至日程管理和目标推进。

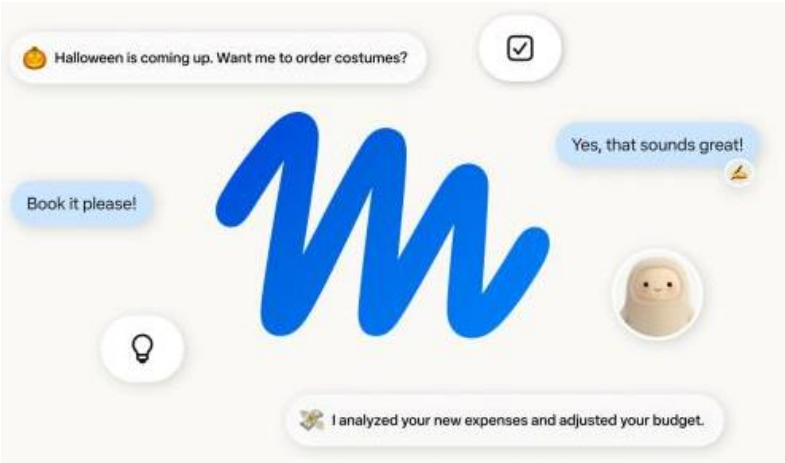
图6：Muse 通过目标与任务列表跟进日程、家庭计划等事项



资料来源：Meta 官网

连接器扩容把 Muse 的任务能力延伸至购物、支付和办公，服务覆盖决定智能体的实际使用价值。Meta 在 Connect 公布新增沃尔玛、百思买、Gap 等零售合作，以及 Notion、GitHub、Box 等生产力服务，并提出接入 Shop Pay、PayPal 支付及 Expedia 旅行规划。此前 Muse 已支持通过 Stripe 的 Link 结账。商业合作正将搜索、比较和执行衔接起来，有望提高眼镜作为服务入口的使用频次。

图7：Muse 个人智能体连接日常任务与第三方服务

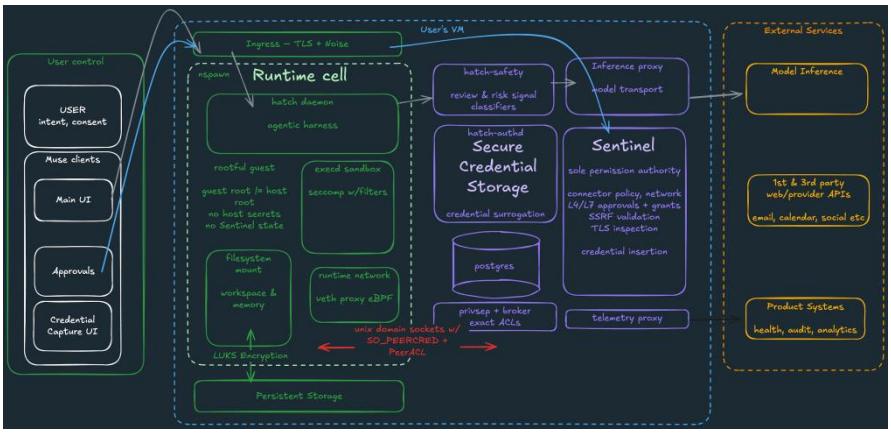


资料来源：Meta 官网

可控授权与数据隔离是 Muse 向全天候终端延伸的基础，也是用户愿意交付更多任务的前提。现有 Muse Secure VM 为个人智能体配置独立云端环境，由 Sentinel 审查外部操作，并对付款、发送邮件等敏感动作请求授权；用户可以调整连接服务及访问权限。Meta 另计划年内推出 Confidential VM，通过加密进一步限制服务提供方访问数据。这类机制有助于提高长期记忆与跨应用执行的接受度，但其商业价值仍取决于权限管理的易用性及执行可靠性。

图8：Muse 通过环境隔离与 Sentinel 审核保护用户数据

仅供内部参考，请勿外传！

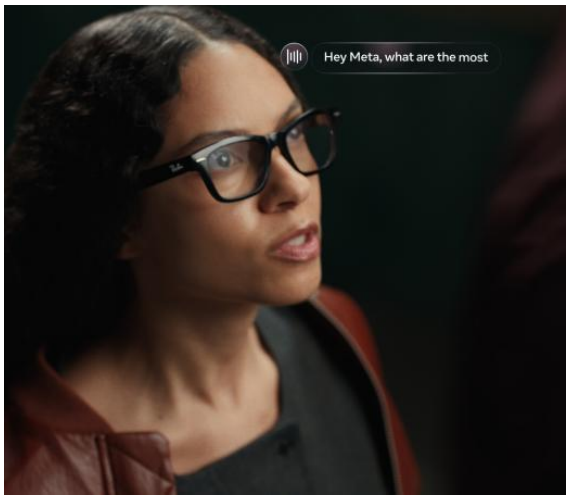


资料来源：Meta AI

1.2.2. 音频眼镜：轻量长续航拓展全天佩戴与听力辅助场景

Ray-Ban Meta Audio 以无摄像头设计减轻影像隐私顾虑，有望扩大日常佩戴客群。Meta 首款纯音频眼镜，于 9 月 23 日开启预售、349 美元起，计划 10 月 13 日发货，将开放式聆听、通话与语音助手融入日常镜架，定位更接近可全天佩戴的智能眼镜。相较强调第一视角拍摄的产品，取消摄像头为镜框轻薄化提供空间。2021 年，爱尔兰与意大利监管机构曾质疑 Ray-Ban Stories 拍摄指示灯能否充分告知旁人。Ray-Ban Meta Audio 取消摄像头可降低未经知情拍摄影像的风险，叠加轻量化设计有望促进接受度与销量增长。

图9：Ray-Ban Meta Audio 以轻薄镜架承载音频与 AI 功能



资料来源：Meta 官网

长续航与处方适配共同强化日常眼镜属性，Audio 的竞争重点在于持续佩戴而非短时尝鲜。官网称单次充电最多使用 12 小时，随附充电盒另提供最多 48 小时电量，适用于音乐、播客、通话及免提助手等场景。产品采用 Clubmaster 与 Burbank 两种框型，提供 23 种镜框颜色与镜片组合，并支持多种处方镜片；可调镜腿末端、鼻托与过伸铰链改善适配。上述设计有望减少消费者在普通眼镜、耳机与智能设备之间反复切换。

图10：多样框型与镜片组合推动智能眼镜融入日常穿戴

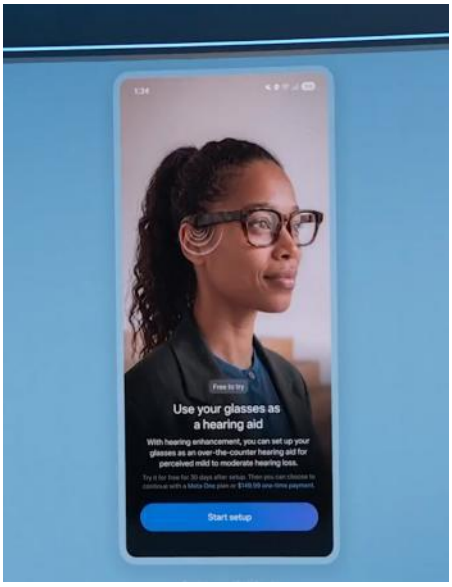
仅供内部参考，请勿外传！



资料来源：Meta 官网

听力增强为兼容 AI 眼镜增加付费功能，推动音频能力由娱乐通讯向听力辅助延伸。Meta 披露，Hearing Enhancement 已获 FDA 许可，面向自觉存在轻至中度听力损失的成年人，可在家完成设置，无需处方或到诊所验配。该软件计划年内在美国推出，兼容设备可支付 149.99 美元添加，或通过 Meta One 订阅使用。软件付费有望增加硬件售后收入和用户黏性；其适用范围限于官方支持机型，不宜直接视为所有 Audio 购买者均已获得的标配功能。

图11：听力增强软件计划向兼容 AI 眼镜提供付费升级



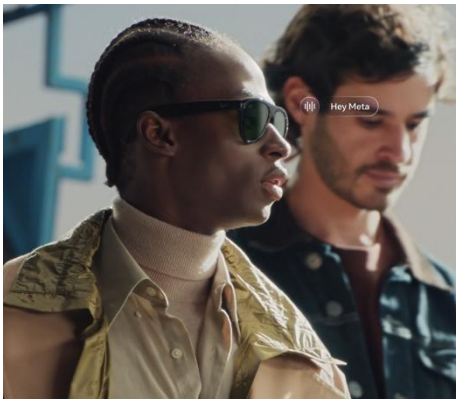
资料来源：Meta 官网

1.2.3. AI 眼镜：Gen 3 强化高频体验，产品分层扩大覆盖人群

Gen 3 相较 Gen 2 主要升级续航、收音和操作便利性，延续拍摄能力并改善日常佩戴。Gen 3 于 9 月 23 日开售、449 美元起，高于 Gen 2 发布时 379 美元的起售价,单次续航由最长 8 小时增至 9 小时，麦克风由 5 个增至 6 个，新增可自定义操作按键；官方称新阵列可削减超过 90%的背景噪声。镜腿更纤细，并支持调节末端贴合头部。两代均已支持 1200 万像素及 3K 视频，不能将其视为本代新增卖点；本轮升级更侧重通话、AI 调用与持续使用体验。

图12：Ray-Ban Meta Gen 3 升级镜架设计与音频交互

仅供内部参考，请勿外传！



资料来源：Meta 官网

拍摄功能与时尚设计同步扩展，使 Gen 3 兼顾内容记录工具和日常眼镜两种消费属性。产品采用 1200 万像素相机，支持 3K 超高清视频及动态照片选帧，并保留拍摄指示灯；官方还计划年内为 AI 眼镜加入杜比全景声视频录制，增强空间声音还原。Gen 3 提供 Aviator、Zena 与 Wayfarer 三种框型，共 27 种颜色和镜片组合，并推出 Aviator 九十周年限量配色。影像升级有助于丰富第一视角分享，而镜架选择增加则扩大了审美及脸型适配范围。

图13：Gen 3 的 Wayfarer、Aviator、Zena 及 Aviator 周年限定款



资料来源：Ray-Ban

入门定价、联名款与显示款形成分层组合，Meta 通过多品牌渠道扩大 AI 眼镜的消费覆盖。Adventurer 黑框灰片版本 249 美元起，9 月 23 日预售、10 月 23 日开售；LISA 联名款 399 美元起，兼顾个性表达与粉丝消费。公司预计年底 Ray-Ban、Oakley 及 Meta Glasses 合计超过 100 种款式，并向更多市场扩展销售。显示款则增加导航和全息通话等功能，拓展至英国、加拿大、法国、意大利及德国。价格带与渠道扩张有望扩大客群。

图14：LISA 联名系列与入门产品共同丰富 Meta 眼镜矩阵

仅供内部参考，请勿外传！



资料来源：Meta 官网

1.2.4. VR 眼镜：分体式轻量化推动沉浸娱乐与空间办公延伸

Meta VR Glasses 以分体式架构将面部佩戴重量降至约 100 克，轻量化成为本轮 VR 升级的核心。眼镜负责显示与传感，运算、电池和存储转移至可夹在口袋或包上的外置主机，两者通过光学线缆连接。官方称眼镜重量约为 Quest 3 的五分之一，主机可支持最长 3 小时连续高分辨率媒体播放及 45W 快充。产品定价 1299.99 美元，计划 2027 年春季上市。该设计有望改善长时间佩戴体验，但约 100 克仅指眼镜部分，不能作为整套设备总重量。

图15：Meta VR Glasses 采用眼镜与外置运算主机的分体式设计

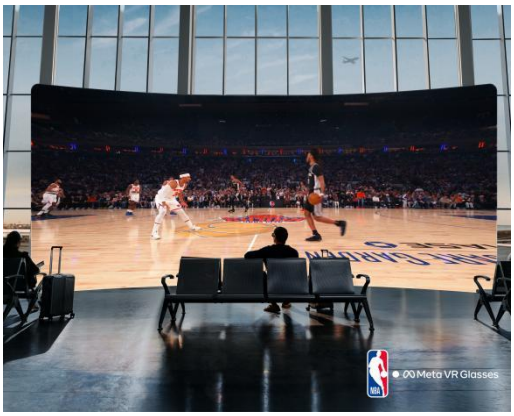


资料来源：Meta 官网

显示系统与影视体育内容协同升级，VR 眼镜将家庭影院和沉浸观赛作为主要消费场景。新品采用 micro-OLED 面板及紧凑 Pancake 光学方案，官方标注 5K 显示、37 PPD，并支持 Dolby Vision 和 Dolby Atmos，获得 IMAX Enhanced 认证。内容侧引入 Disney 等伙伴的 3D 影片及沉浸式影院体验，计划在设备上市后每年提供超过 100 场沉浸式体育直播，ESPN 相关内容先于 Quest 平台落地，内容持续更新有助于提升用户使用频次。

图16：沉浸式观赛与 3D 影视构成 VR 眼镜的重要内容场景

仅供内部参考，请勿外传！



资料来源：Meta 官网

系统级 AI 与眼手交互降低空间计算的操作负担，VR 眼镜由娱乐设备进一步延伸至移动办公。用户可通过语音、注视和自然手势打开应用、调整工作区，并将平面转化为键盘与触控板，在全彩透视下使用多个虚拟屏幕。产品还支持全息视频通话，首发计划提供超过 75 款纯手势游戏，并接入 Xbox 云游戏。轻量化和免外设输入共同扩大使用场景。

图17：VR 眼镜以虚拟多屏和自然输入拓展移动办公



资料来源：Meta 官网

1.2.5. Muse Charm：口袋级随身终端，补齐 Muse 全天候交互入口

本次发布的 Muse Charm 是 Meta 为个人 Agent 打造的独立随身硬件，将 Muse 的入口从手机、PC 与眼镜进一步延伸至口袋级设备。该产品为钥匙扣大小的微型装置，Meta 把完整的 Muse 体验与自研的实时语音模型集成其中，用户无需掏出手机即可与之进行实时语音交互，官方定位为"用于与 Muse 交谈和互动"的随身设备。它与本次同场发布的 Ray-Ban Meta Gen 3、Ray-Ban Meta Audio、Meta VR Glasses 共同构成 Muse 的多端硬件入口，分别覆盖口袋随身、日常佩戴、轻量音频与沉浸式场景，是 Meta"个人超级智能可穿戴"布局中形态最小、携带门槛最低的一环。

图18：Muse Charm 口袋式个人智能体设备

仅供内部参考，请勿外传！



资料来源：ANTARA 通讯社

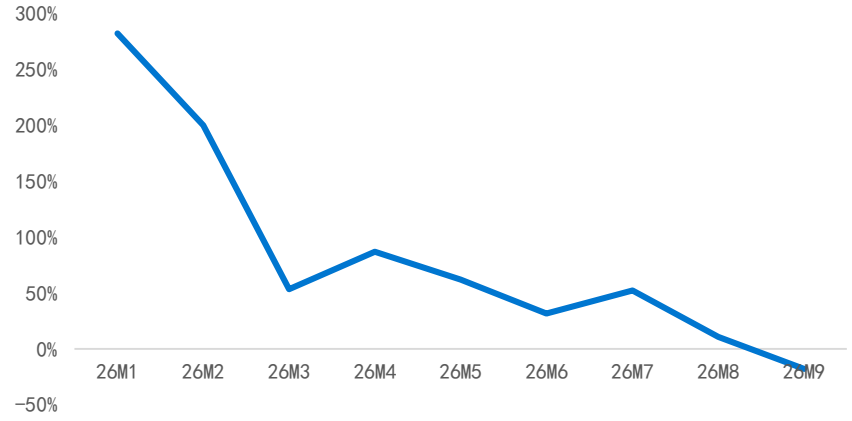
仅供内部参考，请勿外传！

2. 消费级 3D 打印：AI 3D 融资升温，多色全彩硬件与创作生态加速演进

2.1. 电商数据：9 月国内电商平台 GMV 同比-18%，亚马逊美国站销量同比+44%

据久谦数据，9 月 3D 打印行业电商平台 GMV 同比-18%。

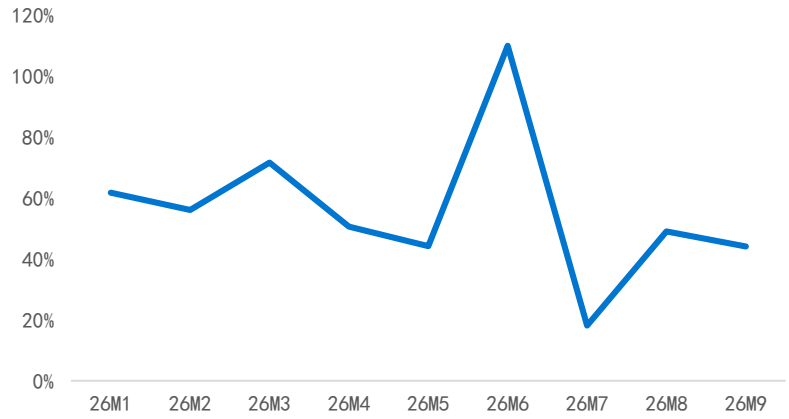
图19：2026 年 1-9 月 3D 打印国内电商 GMV 同比增速



资料来源：久谦，国泰海通证券研究

据 Sorftime 数据，9 月 3D 打印机亚马逊美国站销量同比+44%。

图20：2026 年 1-9 月 3D 打印机亚马逊美国站销量同比增速



资料来源：Sorftime，国泰海通证券研究

2.2. 行业动态：AI 3D 融资升温，多色全彩硬件与软件协同加速

一级投融资方面，资本继续向 AI 3D 基础模型和生产级内容工具集中。9 月 1 日，Tripo AI 宣布完成 B 轮及 B+轮融资，合计约 30 亿元人民币，由 MPCi 领投，完美世界、蓝色光标、中科创达及三七互娱等产业方参与。资金将用于迭代 3D 原生基础模型与数据能力、扩充训练和推理算力，并推进产品开发及商业化，显示 AI 3D 正由单点生成工具向内容生产基础设施演进。

品牌及公司动态方面，9 月新品与软件升级共同缩短从数字内容到实物输出的流程。闪铸 CJ270 将超过 1,000 万种颜色及白色、透明材料引入桌面 MJP 打印；Anycubic Software 2.0 加强固件、切片软件与 App 之间的远程控制和耗材参数同步；ELEGOO Nexprint 于 9 月 15 日正式上线花瓶、铭牌及文图

仅供内部参考，请勿外传！

生 3D 三类生成器。Tripo P2.0 支持原生四边形网格生成，为模型后续编辑与打印准备提供便利。上述功能能否转化为持续使用，仍取决于软件稳定性和模型质量。

行业展会及生态延展方面，9 月 4 日至 8 日的 IFA Berlin 集中展示了多色打印等消费级设备。创想三维展示 K3 与 SPARKX i8，拓竹于 9 月 22 日推出首条非 3D 打印产品线 R1 激光切割雕刻机；ELEGOO 升级 100 万美元 Creator Fund，鼓励创作者向 Nexprint 提供模型。厂商正同时扩充制作工具与内容供给。9 月 21 日，Snapmaker 向公众开放 Space 模型平台测试版，首批提供超过 2,500 个可打印模型及 U1 适配配置，用户可通过手机选择模型并发送打印任务。据拓竹科技官方微博，9 月 23 日公司再次作为 SUSAN FANG 官方技术合作伙伴，参与伦敦时装周 2027 春夏系列创作，展示 3D 打印与刀切工艺在服饰设计中的应用。

图21：消费级 3D 打印行业动态

日期	品牌/公司	事件类型	核心内容	关键数据
一级投融资				
2026/9/1	Tripo AI	B 轮及 B+轮融资	完成 B 轮及 B+轮融资，由 MPCi 领投，完美世界、蓝色光标、中科创达、三七互娱等产业方及多家财务投资机构参与；资金用于 3D 原生模型、数据与算力基础设施及商业化。	融资合计约 30 亿元人民币。
品牌/公司动态				
2026/9/4—9/8	IFA Berlin 2026	行业展会	IFA 集中展示消费级 3D 打印及数字创作方案，创想三维、AOSEED、SHINING 3D 等覆盖多色打印、儿童教育及扫描打印生态。	Creality Filament Maker M1 & Shredder R1 获 Best in Sustainability；K3 获 IFA Next 荣誉提名。
2026/9/9	Flashforge	新品开售	在美国推出桌面全彩 MJP 打印机 CJ270，面向手办、艺术玩具、宠物模型及小批量定制场景。	支持 1,000 万种以上颜色及白色、透明材料；成型空间 180×120×100 毫米；最小层厚 7 微米；首发价 3,999 美元。
2026/9/10	Anycubic	软件 2.0 升级	发布 Software 2.0，联动打印机固件、切片软件与 App，强化远程控制、状态查看、文件管理和参数同步。	新增远程 AI 检测及设备校准、云端与本地文件搜索、第三方耗材参数同步和历史任务复打。
2026/9/10	ELEGOO / Nexprint	创作者生态	ELEGOO DAY 宣布升级 Creator Fund，并启动 Make It Real Challenge，鼓励创作者发布模型。	Creator Fund 规模 100 万美元；挑战活动持续至 10 月 30 日。
2026/9/15	ELEGOO / Nexprint	建模工具上线	Nexprint 的花瓶、铭牌及文图生 3D 三类生成器正式上线，支持导出模型供切片和打印。	3 类生成器；公司于 9 月 16 日发布公告，确认 9 月 15 日上线。
2026/9	Tripo AI	模型能力展示	Tripo P2.0 支持原生四边形拓扑和局部编辑，便于下游建模、动画及打印准备。	原生四边形拓扑与局部编辑有望减少打印或动画工作流中的人工重拓扑和返工。
2026/9/23	Bambu Lab	品类扩展	发布首条非 3D 打印产品线 R1 CO_2 激光切割雕刻机，将既有运动控制和软件体验延伸至减材加工。	功率 55W；工作区 600×300 毫米；最长送料 3 米；美国售价 2,499 美元，10 月起发货。

资料来源：Snapmaker 官网、拓竹科技官方微博、PR Newswire、IFA Berlin 官网、Flashforge 官网、Anycubic 官网、ELEGOO 官网、Tripo AI 官网、Bambu Lab 官网，国泰海通证券研究

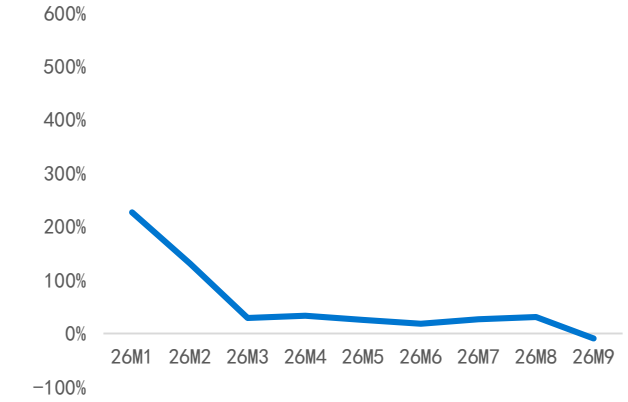
2.3. 核心公司数据：国内销售承压，拓竹海外销量高增，创想三维推进多色新品

国内线上：据久谦数据，9 月创想三维电商平台 GMV 同比-9%，其中京东/

仅供内部参考，请勿外传！

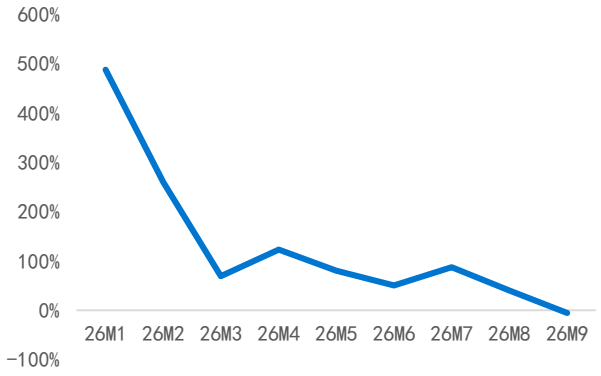
天猫/抖音分别同比-15%/-23%/+142%。拓竹科技电商平台 GMV 同比-5%，其中京东/天猫/抖音分别同比+0.1%/-9%/-11%。

图22：2026 年 1-9 月创想三维国内电商 GMV 同比增速



资料来源：久谦，国泰海通证券研究

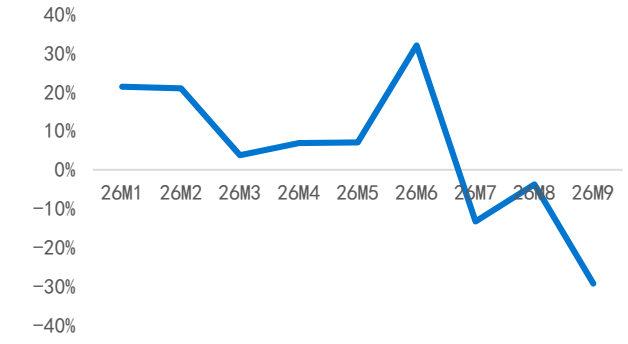
图23：2026 年 1-9 月拓竹科技国内电商 GMV 同比增速



资料来源：久谦，国泰海通证券研究

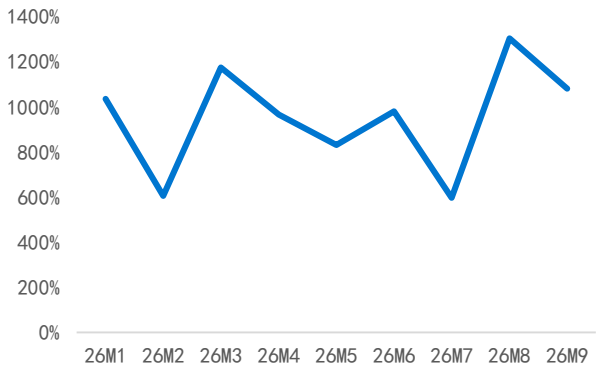
海外线上：据 Sorftime，9 月创想三维亚马逊美国站销量同比-29%；9 月拓竹科技亚马逊美国站销量同比+1081%。

图24：2026 年 1-9 月创想三维亚马逊美国站销量增速



资料来源：Sorftime，国泰海通证券研究

图25：2026 年 1-9 月拓竹科技亚马逊美国站销量增速



资料来源：Sorftime，国泰海通证券研究

创想三维：多色新品进入商业化阶段，线下渠道与创作生态同步扩展

产品与软件方面，创想三维在 9 月推进多色打印新品。K3 与 SPARKX i8 在 IFA 展示，前者采用 KliTek 换喷嘴方案，后者采用 QuarTeks 四通道热端；SPARKX i8 于 9 月 21 日在 Indiegogo 启动众筹，官方发布的早鸟价为 289 美元，上线 40 分钟众筹破 100 万美元，首日超 190 万美元，支持者超 5000 位，均创平台品类历史第一。公司 9 月 23 日进一步说明，K3 可按模型区域搭配不同口径喷嘴，官网测试样例显示 0.8 毫米喷嘴打印填充、0.4 毫米喷嘴打印外壁可缩短打印时间。创想三维 IR 公众号介绍，i8 的 QuarTeks 四通道热端以四条独立熔融通道实现单喷嘴四色打印，官方称换色时间可缩短至 1 秒以内，共享路径不足 1 毫米。

合作业态及活动资讯方面，创想三维持续通过展会与线下渠道展示产品。公司官网于 9 月 18 日发布与联想的“百店开玩”活动信息，IFA 集中呈现多色打印、树脂打印与扫描等产品。

公司要闻方面，创想三维将多色打印和材料循环纳入同一产品组合。IFA

仅供内部参考，请勿外传！

Innovation Awards 将 Creality Filament Maker M1 & Shredder R1 列入“Best in Sustainability”获奖名单，K3 列入“Best in IFA Next & Emerging Technologies”荣誉提名。

图26：创想三维合作业态及公司要闻

日期	主体	事件类型	核心内容
产品			
2026/9/5	K3 / SPARKX i8	IFA 新品展示	K3 与 SPARKX i8 在 IFA 展示两条多色路线：K3 以 KliTek 多喷嘴系统兼顾多材料及混合口径打印；i8 以 QuarTeks 四通道热端缩短共享熔融路径并降低换色冲刷。
2026/9/21	SPARKX i8	新品众筹	SPARKX i8 于 9 月 21 日在 Indiegogo 启动众筹，官方公布早鸟价为 289 美元。创想三维 IR 公众号披露：上线 40 分钟众筹破 100 万美元，首日超 190 万美元、支持者超 5000 位；QuarTeks 四通道热端换色时间可缩短至 1 秒以内。
2026/9/23	Creality K3	多口径打印说明	官网说明 K3 可按模型区域使用不同口径喷嘴，例如以 0.8 毫米喷嘴打印填充、0.4 毫米喷嘴打印外壁；效率取决于模型和切片策略。
合作业态及活动资讯			
2026/9/18	创想三维×联想	合作活动	创想三维官网发布与联想的“百店开玩”活动。
公司要闻			
2026/9/5	创想三维	IFA 创新奖	Creality Filament Maker M1 & Shredder R1 获 IFA Innovation Awards 2026 Best in Sustainability；K3 获 Best in IFA Next & Emerging Technologies 荣誉提名。

资料来源：创想三维 IR 公众号、创想三维中文官网、Creality 全球官网、IFA Berlin 官网、PR Newswire、联想官方微博，国泰海通证券研究

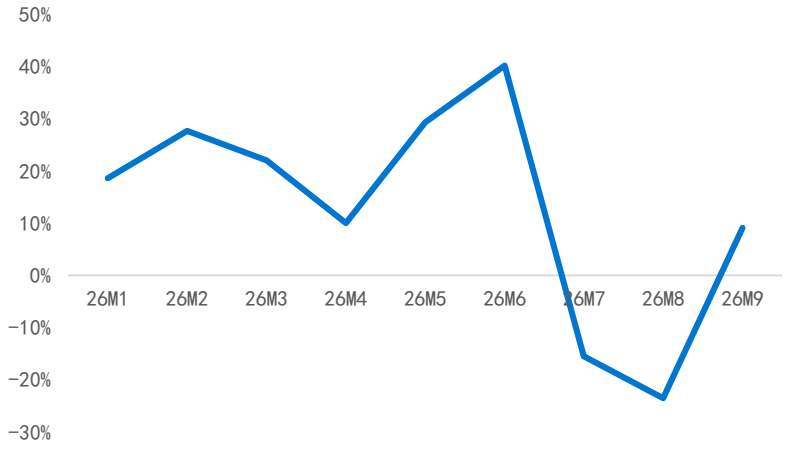
3. AI 眼镜：出货恢复增长，产品与应用生态加速落地

3.1. 电商数据：9 月国内电商平台 GMV 同比+9%，亚马逊美国站销量同比+27%

据久谦数据，9 月 AI 眼镜国内电商平台 GMV 同比+9%。

仅供内部参考，请勿外传！

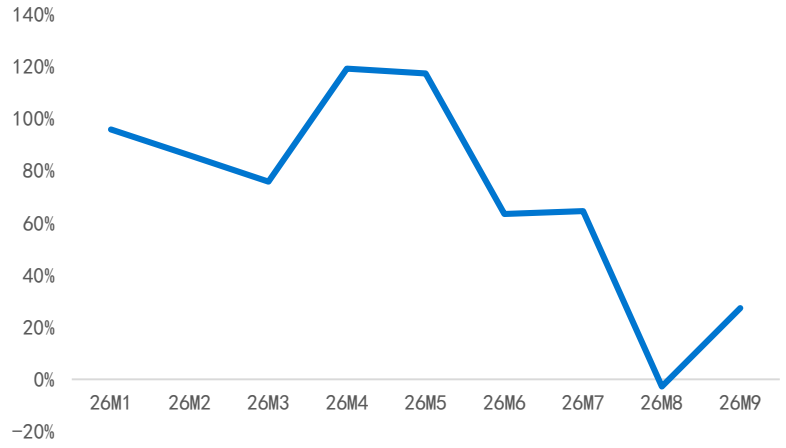
图27：2026 年 1-9 月 AI 眼镜国内电商 GMV 同比增速



资料来源：久谦，国泰海通证券研究

据 Sorftime 数据，9 月智能眼镜亚马逊美国站销量同比+27%。

图28：2026 年 1-9 月智能眼镜亚马逊美国站销量同比增速



资料来源：Sorftime，国泰海通证券研究

3.2. 出货数据：全球出货量同比翻倍，中国市场增长稳健

全球 AI 眼镜出货高增。据 Counterpoint Research 于 2026 年 9 月 21 日发布的报告，2026 年上半年全球 AI 眼镜（包括无显示屏 AI 眼镜及 AR&AI 眼镜）出货量同比增长 263%；无显示屏 AI 眼镜占总出货量的 96%，该细分品类同比增长 258%、较 2025 年下半年增长 22%。Meta 在无显示屏 AI 眼镜中的出货份额为 94%，其出货量同比增长 260%。上述份额不适用于整个智能眼镜或 AR/VR 市场。

国内市场的增长动力已由单一音频功能转向显示与拍摄能力。据洛图科技数据，2026 年上半年中国智能眼镜全渠道销量 90.9 万台，同比增长 85.5%，销售额 18.8 亿元，同比增长 98.7%。其中 AR 眼镜销量 40.8 万台，同比增长 109.4%；拍摄眼镜销量 31.3 万台，同比增长 158.2%；音频眼镜销量 18.8 万台，同比增长 8.0%，显示和拍摄产品成为行业增量的主要来源。

3.3. 行业动态：品牌融资推进，海外新品与场景生态加速落地

一级投融资方面，产业资本继续支持 AR 眼镜研发及规模化应用。9 月 9 日披露的融资中，影目科技完成 C3 轮融资，C1、C2 及 C3 轮累计接近 10 亿元，本次 C3 轮金额未单独披露，资金将用于空间计算硬件、INMO AIOS 系

仅供内部参考，请勿外传！

统及品牌渠道建设。亮亮视野完成超过 3 亿元 C+轮融资，投资方包括北京信息产业发展投资基金、北京市新材料产业投资基金及祥龙公司。资金与产业资源同步导入，有望支持光学、整机工程化及消费场景拓展。

品牌及公司动态方面，9 月产品商业化与跨设备应用同步推进。雷鸟创新的 iO、GT 和 GT Max 于 9 月 4 日在海外开售，分别面向日常 AI 交互和影音显示。Snap 于 9 月 16 日介绍 SPECS Intelligence，强调手机、电脑与 AR 眼镜之间的任务衔接；SPECS 眼镜此前已于 6 月开启预售。Meta 于 9 月 23 日发布 Ray-Ban Meta Audio 和第三代 Ray-Ban Meta，并公布 Meta Ray-Ban Display 的导航、应用及视频通话功能更新计划；其中部分新功能仍待后续开放。新品竞争正从硬件参数延伸至应用体验。雷鸟创新官方微博 9 月 27 日展示 iO 实时字幕场景，现场语音可同步显示在镜片上，为听障用户提供面对面沟通辅助。

图29：AI 眼镜行业动态

日期	品牌 / 公司	事件类型	核心内容	关键数据
一级投融资				
2026/9/9	影目科技	C3 轮融资	完成 C3 轮融资，四川振兴科创基金领投，资金用于空间计算硬件、INMO AIOS 及品牌渠道建设。	C1、C2 及 C3 轮累计近 10 亿元；C3 轮金额未单独披露。
2026/9/9	亮亮视野	C+轮融资	引入北京信息产业、新材料产业基金及祥龙公司等投资，深化光学显示、整机工程化、AI 交互及消费场景布局。	本轮融资超过 3 亿元；近一年累计融资约 5 亿元。
品牌/公司动态				
2026/9/4	雷鸟创新	海外新品开售	iO、GT 及 GT Max 于 IFA 期间在海外开启零售，通过官网及亚马逊等渠道销售，覆盖 AI 交互和影音场景。	海外建议零售价：iO 标准版 499 美元、GT 329 美元、GT Max 429 美元。
2026/9/4—9/8	Meta×CUPRA	汽车场景演示	联合 1SP Agency、XRCC 在 IFA 演示眼镜端汽车助手，结合视觉识别与自然语言交互解释车辆功能及使用方法。	围绕 CUPRA Raval 演示；未接入实时车辆数据或车辆控制系统。
2026/9/16	Snap	产品预售与 AI 生态	9 月介绍 SPECS Intelligence 及跨设备 AI 体验；SPECS 眼镜已于 6 月开启预售。	眼镜预售价 2195 美元，价格于 6 月披露；9 月新增 AI 服务介绍。
2026/9/23	Meta	音频及 AI 眼镜新品	发布 Ray-Ban Meta Audio 及第三代 Ray-Ban Meta；前者侧重开放式音频与 AI 交互，后者升级续航、麦克风及拍摄能力。	Audio 售价 349 美元起，10 月 13 日发货；Gen 3 售价 449 美元起，官方续航最长 9 小时。
2026/9/23	Meta	显示眼镜功能与市场扩展	公布 Meta Ray-Ban Display 骑行及公交导航、Explore 应用、视频通话 Hologram 等功能更新计划；英国和加拿大启动销售。	拓展英国、加拿大、法国、意大利、德国 5 个市场；部分功能及市场仍按官方时间表逐步开放。
2026/9/27	雷鸟创新	iO 实时字幕应用	官方微博展示 iO 实时字幕场景，现场语音同步显示在眼镜中，辅助听障用户进行面对面沟通。	雷鸟创新官方微博于国际聋人日发布。

资料来源：雷鸟创新官网、Meta 官网、雷鸟创新官方微博，国泰海通证券研究

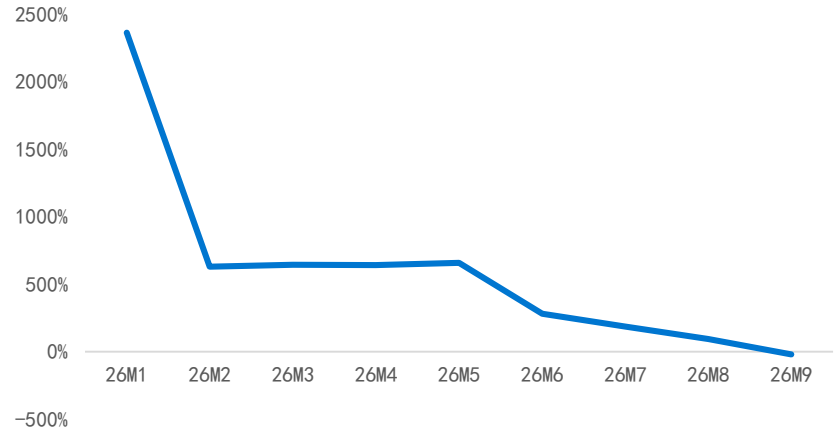
3.4. Rokid：应用生态持续完善，海外渠道与新品销售同步推进

国内线上：据久谦数据，9 月 Rokid 电商平台 GMV 同比-20%，其中京东/

仅供内部参考，请勿外传！

天猫/抖音分别同比-33%/+49%/-36%。

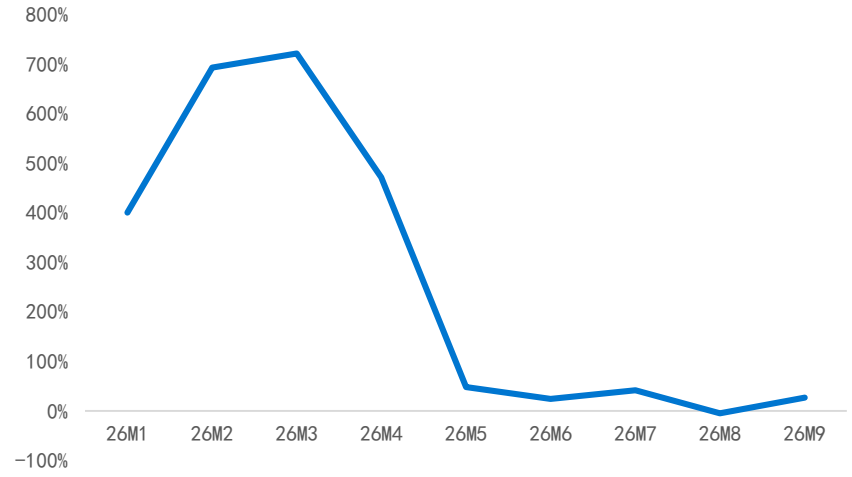
图30：2026 年 1-9 月 Rokid 国内电商 GMV 同比增速



资料来源：久谦，国泰海通证券研究

据 Sorftime 数据，9 月 Rokid 亚马逊美国站销量同比+26%。

图31：2026 年 1-9 月 Rokid 亚马逊美国站销量同比增速



资料来源：Sorftime，国泰海通证券研究

产品及软件方面，Rokid 同步完善开发工具和用户交互。公司 9 月 9 日披露，已在 IFA 期间面向全球推出 AIUI Studio，支持通过浏览器开发、模拟测试及发布眼镜应用，并以自然语言降低开发门槛；平台注册开发者超过 3.5 万人，Agent Store 提供超过 500 个智能体。9 月 8 日发布的 Hi Rokid 1.13.0 增加手机端文字输入、第三方应用权限管理及应用排序，补充不便语音操作时的交互方式。开发工具与系统功能并进，有助于扩大应用供给并改善日常使用体验。9 月 24 日，第二代带显示乐奇 AI 眼镜在杭州第五届全球数字贸易博览会全球首秀，产品延续第一视角拍摄、实时翻译等能力；公司表示将于 10 月 27 日正式发布。

运营资讯方面，Rokid 围绕欧洲零售和日本市场推进海外销售。公司 9 月披露新增英国独立站，并拓展巴黎 Krys、英国 Selfridges Tech Bar 及德国和比荷卢地区 Coolblue 等渠道。日本官网于 9 月 15 日开售 Rokid AI Glasses Style；官方标注机身重 38.5 克（不含镜片），采用无显示设计。渠道扩张与轻量化产品配合，有望增加消费者的线下体验机会。

公司要闻方面，Rokid 继续探索办公与支付场景。9 月 2 日腾讯 WorkBuddy

仅供内部参考，请勿外传！

开放平台上线，Rokid 为首批智能硬件合作方之一；9 月 8 日微信支付面向智能眼镜厂商推出扫码支付 SDK，Rokid AI 眼镜完成适配。支付基础版仍处测试阶段，每日限额 200 元。合作为场景拓展提供入口，实际使用规模仍需观察。

图32：Rokid 运营资讯及公司要闻

日期	主体	事件类型	核心内容
产品与软件			
2026/9/8	Hi Rokid	软件升级	发布 1.13.0 版本，新增手机端文字输入、第三方应用权限管理和应用排序，并扩充语言支持。
2026/9/9（披露）	AIUI Studio	开发平台	披露在 IFA 期间全球推出 AIUI Studio，支持浏览器开发及硬件模拟；平台注册开发者超过 3.5 万人，智能体超过 500 个。
2026/9/15	Rokid Style	日本市场开售	Rokid AI Glasses Style 在日本官网开售，采用无显示设计，机身 38.5 克（不含镜片），配备 1200 万像素摄像头。
2026/9/24	乐奇 Rokid	第二代 AI 眼镜首秀	第二代带显示 AI 眼镜在第五届全球数字贸易博览会全球首秀，延续第一视角拍摄及实时翻译等能力；公司表示 10 月 27 日正式发布。
运营资讯			
2026/9/9（披露）	Rokid 欧洲	零售渠道拓展	披露新增英国独立站，并进入巴黎 Krys、英国 Selfridges Tech Bar 及德国和比荷卢地区 Coolblue 等零售渠道。
2026/9/13	Rokid 日本	大阪巡展	在大阪梅田蔦屋书店举办日本巡展，安排用户分享及开发者作品演示，并提供新品 Style 体验。
公司要闻			
2026/9/2	Rokid×腾讯	办公生态合作	腾讯 WorkBuddy 开放平台上线，Rokid 为首批智能硬件合作方之一。
2026/9/8	Rokid×微信支付	支付能力接入	微信支付推出智能眼镜扫码支付 SDK，Rokid AI 眼镜完成适配；基础版处于测试阶段，每日支付限额 200 元。

资料来源：Rokid 公司新闻稿、Rokid 日本官网、中国证券报、动点科技，国泰海通证券研究

4. 风险提示

新品交付及功能落地不及预期的风险。Meta 部分硬件、Muse 眼镜端能力及付费功能尚待后续推出，消费级 3D 打印新品亦需完成量产与交付验证。若光学显示、软硬件协同、多材料打印或智能体执行的稳定性不及预期，可能推迟上市和功能开放，影响订单转化及用户体验。

应用需求与付费转化不及预期的风险。AI 眼镜、VR 及消费级 3D 打印的普及仍取决于佩戴体验、内容供给、操作门槛及综合成本。智能体连接器和应用数量增长不必然带来持续使用；若高频任务覆盖、执行准确率或付费功能吸引力不足，硬件销量、订阅收入及用户留存可能低于预期。

竞争加剧及盈利承压的风险。头部厂商扩充价格带、加快产品迭代，新进入者和融资活动亦推动竞争升温。若降价促销、研发算力、内容合作及渠道投入增长快于收入，相关企业的毛利率和盈利能力可能承压；众筹及早期订单表现亦不代表最终交付规模或持续盈利。

仅供内部参考，请勿外传！

隐私合规、海外贸易与供应链波动风险。眼镜音视频采集、智能体跨应用执行及支付涉及个人数据和权限管理，授权失误或数据泄露可能引发监管与信任风险；无摄像头设计不能消除语音数据合规要求。关税、出口管制、认证、汇率及关键光学和芯片供应变化，也可能影响海外销售、交付和成本。

仅供内部参考，请勿外传！

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

本报告仅供国泰海通证券股份有限公司（以下简称“本公司”）授权客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。

本公司利用信息隔离墙控制内部一个或多个领域、部门或关联机构之间的信息流动。因此，投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。在法律许可的情况下，本公司的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“国泰海通证券研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

若本公司以外的其他机构（以下简称“该机构”）发送本报告，则由该机构独自为此发送行为负责。通过此途径获得本报告的投资者应自行联系该机构以要求获悉更详细信息或进而交易本报告中提及的证券。本报告不构成本公司向该机构之客户提供的投资建议，本公司、本公司员工或者关联机构亦不为该机构之客户因使用本报告或报告所载内容引起的任何损失承担任何责任。

评级说明

投资建议的比较标准

投资评级分为股票评级和行业评级。

以报告发布后的 12 个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后的 12 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期的沪深 300 指数涨跌幅为基准。

	评级	说明
股票投资评级	增持	相对沪深 300 指数涨幅 10%以上
	谨慎增持	相对沪深 300 指数涨幅介于 5%～10%之间
	中性	相对沪深 300 指数涨幅介于-5%～5%
	减持	相对沪深 300 指数下跌 5%以上
	无评级	对于个股未来市场表现与基准指数相比无明确观点
行业投资评级	增持	明显强于沪深 300 指数
	中性	基本与沪深 300 指数持平
	减持	明显弱于沪深 300 指数

国泰海通证券研究所

地址 上海市黄浦区中山南路 888 号 邮编 200011 电话 （021）38676666