

# AI催生电子产品变革潮流

本报记者 孙庆坤

深圳华强北，这条1.45平方公里的街区，是中国电子消费市场的“晴雨表”。有人说，想判断一个电子产品火不火，去华强北看看就知道。

当记者走进华强北，感受到的不仅是某个品类的热度，更是一种消费逻辑的转变：电子市场的“档口味儿”淡了，“创新味儿”浓了。而这些变化，并非华强北独有。放眼全国，一场电子消费市场的大升级正在上演。

## 从“买硬件”到“买智能”

曾经堆满手机壳、充电宝的档口，如今纷纷摆上了AI翻译耳机、AI学习机、AI陪伴机器人等新品类，不少档口完成了“AI化转型”。如果说华强北的过去是由电阻、电容和各种电子元器件定义的，那么现在，“AI”重新定义了华强北，也重新定义了人们的消费清单。

在华强电子世界悦业轩门店前，做进出口贸易的黄立勤正在购买一款智能手表。“这款手表除了有常规的健康监测功能，还实现了插卡独立通话、多功能社交软件使用。”黄立勤说。华强电子世界悦业轩电子经销部负责人卢彩妹介绍，现在他们店的智能手表和智能耳机卖得最好。

不止悦业轩，华强北数据显示，截至5月初，今年华强北AI产品销量占比已从2023年的12%跃升至41%。今年年初，深圳华强北街道联合辖区市场与商户发布“华强北AI八骏”热销榜单，无人机、机器人、AI眼镜、AI玩具、AI手表、AI翻译机、AI学习机、AI音响八大品类成为华强北最热销的产品。截至4月底，“AI八骏”相关产品整体销量同比增长55%。

从华强北到全国各地，AI浪潮正席卷电子消费市场。《2026中国AI硬件产业全景洞察与趋势报告》预测，2026年不含手机和汽车的AI硬件市场规模将突破1.27万亿元。

更深层的消费趋势在于，AI让电子产品从“一锤子买卖”变成了“持续服务”。

在华强北创业的郝梓伊最近刚刚推出了一款AI创业机。“是AI学习机给我的灵感。”郝梓伊说，“孩子可以用AI学习机提升学习效率，那么创业者能不能也拥有一款AI创业机？如果用AI让普通商家不用懂复杂技术，也能自动生成产品介绍和营销素材，就可以大幅降低创业和数字化获客的门槛。”

经过3个多月的持续磨合与优化，郝梓伊创造了一款面向普通创业者和中小商家的创业神器“AI云智慧流量虾·数字员工”。“我们会持续更新，AI创业机卖出去只是开始，后续的模式升级、个性化服务才是真正的价值所在。”郝梓伊说。

从“卖硬件”到“卖智能”，从交付即结束到交付才开始，消费者购买的，不只是一个静止的硬件，更是一个能辅助、会进化的“数字伙伴”。中国电子消费品，正在AI的催化下，经历一场脱胎换骨的变革。

## 从“卖国内”到“卖全球”

周五下午，华强电子世界店铺管理人员王生异常忙碌。作为正在值班的“橙马甲”，



图① 顾客在深圳华强电子世界一家店铺内选购无人机产品。  
新华社记者 毛思倩摄

图② 位于华强北的一家AI产品门店。  
本报记者 孙庆坤摄

图③ 郝梓伊开发的“AI云智慧流量虾·数字员工”。  
本报记者 孙庆坤摄

他接到的外国采购商咨询量明显增加。

“华强北街道组织成立了‘橙马甲’志愿者服务队，帮助外国游客咨询，市场各楼层均有‘橙马甲’服务者，且配有翻译机方便外国游客咨询，大门口也设立了双语服务台。”华强集团华强电子世界管理有限公司副总经理王承珠告诉记者，提供双语服务的原因很简单，“来华强北采购的外国人越来越多了”。

华强北街道经济发展办公室副主任胡华武介绍，华强北街道日均活跃着7000人次的外籍客商。数据显示，今年“五一”假期，华强北电子一条街日均客流量高达85万人次，其中外籍客商日均达8000人次。

在一家AI产品摊位前，记者看到一群来自东南亚的年轻游客正用手机翻译软件和店主砍价。他们看中的是一款AI实时翻译耳机，标价299元。“在雅加达，类似产品价格是这里的3倍至4倍。”一位印尼游客说。

“海外高端穿戴产品动辄数千元，我们同档次的蓝牙耳机只要两三百元，高端智能手表也仅三四百元，性价比优势十足。”卢彩妹介绍。

价格更便宜，但外观、基础使用体验却能做到同水准，甚至能提供更优质的产品。在对标海外的基础上，我们还做了不少升级。”卢彩妹举例，“海外普通耳机大多侧重影音听歌，我们的智能耳机额外叠加了实时翻译、游戏低延迟模式，功能性、实用性更强”。

此外，由于集群式发展，在华强北街区几乎能找齐所需的一切硬件，实现上午设计、下午打样、次日量产、一周出海。“又快又灵活。”卢彩妹说。

这张“国际消费牌”，不只华强北在打，北京中关村等越来越多电子商圈也在打。去年国庆期间，上海上演了令人惊叹的“国

际电子购物狂欢”——正大广场为店外国客流量增长20%。“AI眼镜、折叠屏手机、潮玩手办等科技潮流产品，不断丰富着外国朋友的‘必购清单’。”商务部市场运行和消费促进司司长杨沐表示。

## 从“大工厂”到“小个体”

当消费端的需求变得空前多元——全球买家口味各异，追求灵活定制、快速迭代，传统的“大工厂”模式便开始显得笨重。一场由消费需求倒逼的生产端变革正在发生。

“海外品牌基本不接单、改款周期很长，而我们十几台就能起订，客户想要定制标识、专属配色，一周左右就能落地交货，产品迭代也很快，能持续跟上市场新需求。”卢彩妹的话，点出了关键。正是全球消费者“小单快反”的新需求，催生了一种全新的生产主体——OPC（一人公司）。

“现在，我一个人就是一家公司。”在华强电子世界一栋写字楼的办公室里，记者见到了创业者华强电子世界帅哒智能科技有限公司的王望鸿。

他一人经营AI硬件出海业务，借助AI工具将客户几行文字创意快速转化为电路设计方案。“在华强北商圈一公里范围内完成从元器件采购到PCB打样、批量生产、跨境出海的全过程，真正实现一个人就能把全球订单跑起来。”王望鸿说。

像王望鸿这样一个人就能建立一家公

司、生产一种产品，在华强北已不是少数。胡华武介绍，截至今年2月，深圳“AI+”一人公司注册环比增速连续3个月领跑全国。据不完全统计，华强北目前在运营的OPC公司超500家，其中街道引进的超50家。

“华强北不仅有强大的电子产业链和硬件供应链，更有服务创业者、链接资源、推动项目落地的创新生态。对于个人创业者来说，华强北是非常合适的落地土壤。”胡华武告诉记者。

这种生产模式，如今已成为一种趋势。杭州余杭良渚“数栖湾”AI+产业社区自去年9月开园至今，已收到900余份OPC设立申请；北京朝阳区、海淀区等地今年也正式发布措施，抢抓OPC创新范式变革机遇。

胡华武表示，趋势正在明晰：消费端对灵活性、个性化和低门槛的强烈需求，正引导中国电子产品的生产主体除大工厂外，还涌现一批小个体。而柔性化和低门槛的供应链，也让全民创新成为可能。

社会保障制度是我国国家治理体系的重要组成部分，它不仅能够有效应对各种社会风险，确保人民群众基本生活、兜牢民生底线，而且能够通过优化收入分配结构、稳定预期、支持生活服务业发展等方式，从供给和需求两侧积极发挥促进发展的功能，助力构建新发展格局。

社会保障可以充分发挥收入再分配的功能，通过提高城乡居民收入水平来提振消费。收入水平是影响居民消费的首要因素。其中，劳动收入主要取决于劳动力市场的供求状况和劳动者的人力资本积累状况，从而难以在短期迅速提高；相较而言，社会保障作为转移性收入的主要来源，可以在城乡居民收入倍增计划中发挥更加积极的作用。更为重要的是，获得社会保障转移收入的对象往往是中低收入群体，他们的边际消费倾向更高，收入增加会更多更直接地转化为消费。因此，建议进一步加大各级财政对社会保障的投入力度，尤其是增加低收入群体的社会保障水平，缩小不同群体之间的待遇差距，这恰恰是“投资于民”并实现经济高质量发展的关键举措。

社会保障有利于稳定预期，应对未来的不确定性风险，从而减少预防性储蓄，提高边际消费倾向。预期不稳是我国当前消费不振的主要原因之一，如果人们在面临疾病、失业等风险时缺乏收入来源，就必然会增加当期的储蓄而不敢消费。健全的多层次社会保障制度则可以免除人们的后顾之忧，在个人或家庭遭遇风险时提供收入补偿或者分担大额支出，是稳定预期的重要机制。目前，我国虽然已经建立了全世界规模最大的社会保障体系，但随着就业方式的变化，部分灵活就业人员、新业态劳动者等群体，或游离于制度之外，或仅参加了水平较低的居民社会保险。对此，建议按照分类分层分步的原则，持续提高社会保障制度的适应性和包容性，将符合条件的灵活就业人员和新业态劳动者纳入职工社会保险体系。与此同时，还要加快发展补充多层次的社会保险制度，以满足中高收入群体的需求。

社会保障可以助力生活服务业的快速发展，从供给侧推动消费升级。随着人们生活水平的提高，消费需求结构也在持续转型升级，逐步从基本生活消费提升为高品质、个性化的服务需求。例如，人口高质量发展背景下的优质托育服务，健康中国战略下的全生命周期健康与医疗保健服务，积极应对人口老龄化背景下的养老服务，都应当成为新的消费增长点。对此，建议持续提高育儿补贴的标准、扩大受益对象并将三岁以下儿童的托育服务纳入基本公共服务范畴；探索建立区域一体化的医疗保障制度，实现从减轻疾病经济负担向引导人们健康生活的战略转型；加快建立全国统一的长期护理保险制度，统一失能等级认定标准和照护服务标准，通过提高服务购买方的支付能力来促进养老服务高质量发展。

（作者系中国人民大学教授）

# 退税便利化带火入境购物

本报记者 刘成

“非常高效，几分钟的时间，467元的退税额就到卡上了。”初夏时节，青岛开启旅游消费黄金期，吸引不少境外游客。来自新加坡的林安宏在海信广场选购两块手表，消费3761元。结账后，店员引导她在商场5楼的客服中心，现场享受离境退税“即买即退”快捷服务。

离境退税作为国际通用的消费服务政策，是提升入境消费体验、活跃城市商贸的重要抓手。近年来，青岛市市南区深入实施离境退税政策，加快推广“即买即退”服务，扩大退税商店覆盖面，优化全流程服务保障，推动政策红利精准落地。

作为山东省首家获批离境退税“即买即退”的企业，海信广场是市南区高端入境消费的重要载体。“即时到手的现金，能拉动消费者在商圈内二次消费，形成良性循环。目前绝大部分品牌已纳入‘即买即退’服务范围，奢侈品、名表、化妆品等品类退税业务增长显著。”海信广场相关负责人任锡涛告诉记者。商场内境外旅客可现场享受至高9%退税额度，单笔退税最高可达2万元，验核流程压缩至3分钟左右；“码上退”功能实现信息一次录入、二次消费，银联、Visa、万事达、大莱卡等多类国际银行卡均可实现退税款项快速入账，全程高效便捷。

在高端商业引领带动下，市南区的大众商超依托离境退税政策，快速打开入境消费市场，实现客流与业绩双提升。

在宁夏路大润发商场，不少韩国游客正在为家人选购特色伴手礼。在游客金尤娜的购物车里，记者看到了啤酒、钙奶饼干以及国风包装的小瓶白酒等各类本地特产。结账后，30多件商品经过退税，总额500余元。“这家商超在韩国的社交媒体上点赞量很高，发帖人之前来过青岛，说这里是本地人常来购物的地方，很有烟火气，能真正体验当地人的生活。”金尤娜说。

“今年3月19日，我们正式对外办理离境退税，旅客可在出境时到口岸统一办理退税。截至目前累计办理退税约1800笔，销售额约88万元，退税金额达10万元。”大润发商场客服经理孙静向记者介绍，“随着政策落地，门店客群结构加速国际化，也倒逼我们促进商品品类、服务配套全面升级，门店客流与客单价双双实现新增长，强化了在行业中的竞争力。”

今年一季度，青岛胶东国际机场累计出入境航班近7000架次，旅客人数超93万人次，同比分别增长13%、24%。入境旅游带来的消费需求加速释放，让不少商超选择主动靠前服务，抢抓市场机遇。

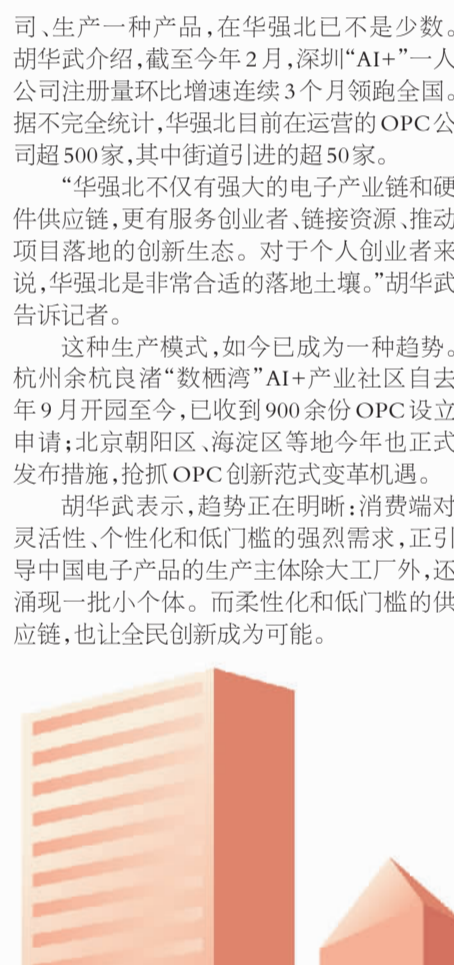
“因为地理位置相近，我经常来青岛旅

游度假，有了退税政策以后，很多同类商品比我家乡的更便宜，尤其是一些生活必需品，质量也很好，离境前我们都会多买几件。”日本游客佐藤说。

永旺东泰商业（佳世客）东部购物中心此前已是离境退税商店，目前正在积极申请“即买即退”服务，漫步商超即可见“退税”标志和退税指南小册子。“自3月以来，门店接待外国游客购物人数已达千余人次，每位游客背后都是一个家庭，市场潜力巨大。门店已积极配合商务、税务等部门开展退税培训，在员工工作证上注明可协助语言，手机配备翻译软件，全力做好境外游客服务保障工作。”店长刘蒙介绍。

截至目前，市南区离境退税商店达21家，覆盖200余个品牌，2026年将新增悦喜客来、大润发两家，从高端百货到综合超市，从奢侈品消费到民生商品选购，市南区各类商业主体错位互补、协同发力，让入境游客在不同消费场景都能享受便捷退税服务。

“下一步，我们将深入推动便利化退税政策的持续落地，增加消费供给、创新消费场景，既为境外游客提供实实在在的福利，也进一步推动旅游流量转化为消费增量，撬动更大能级入境消费市场。”市南区商务局商贸科科长赵书涵说。



韩国游客正在青岛市宁夏路大润发超市办理退税。  
（资料图片）

本版编辑 张雪美 编夏祎

市  
完  
望

鲁  
全