

“AR四小龙”三家冲刺上市 赛道迎来资本竞速期

中经记者 秦泉 北京报道

当AI大模型的浪潮席卷智能硬件领域,AR眼镜终于从“概念尝鲜”走向“规模化突围”。4月以来,赛道迎来前所

未有的资本躁动:XREAL递表港股冲击“全球智能眼镜第一股”,Rokid完成股改悄然铺路,雷鸟创新公开招募上市相关人才释放信号。三家头部厂商的密集动作,不仅勾勒出AR行业

的成长轨迹,更拉开了一场关乎下一代智能硬件话语权的资本竞速。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,AR眼镜厂商拥抱资本市场是其在

当前竞争激烈的市场环境下寻求进一步发展的必然选择。一方面,AR眼镜行业正处于快速发展阶段,技术研发、市场推广等都需要大量资金的支持。通过上市,厂商能够获得充足的

资金,用于提升产品的性能和品质,加大研发投入以推动技术创新,从而在市场中占据更有利的地位。另一方面,上市也有助于提升厂商的品牌知名度和市场影响力。在资本市场

的关注下,厂商的品牌形象能够得到更广泛的传播,吸引更多的消费者和合作伙伴。这不仅有利于产品的销售,还能为厂商带来更多的合作机会,进一步拓展业务版图。

头部厂商的突围之路

相较于XREAL的“主动冲刺”和Rokid的“低调铺路”,雷鸟创新的上市筹备则显得更为“直白”。

在国内,Rokid、雷鸟创新、影目科技与XREAL被行业称为“AR四小龙”,如今,其中三家的上市之路逐渐明晰。

在XREAL向港交所递交了366页的招股书后,近日有消息称,AI眼镜企业Rokid正准备最早于4月底向香港提交上市申请。今年3月,一则工商变更信息引发行业关注:“杭州灵伴科技有限公司”正式更名为“灵伴科技(杭州)股份有限公司”,看似简单的名称变更,实则是完成股份制改造的标志,也是IPO的必经之路。

不过,Rokid创始人祝铭明(Misa)回应称,只是完成改制,和上市没有直接关系。他称,公司重组改制主要是为了国内国际业务优化,Rokid现在弹药储备非常充足,产品和市场势头也很迅猛,我们团队和投资人有耐心应对未来几年行业挑战和变革。

天使投资人、人工智能专家郭涛表示,企业股改是企业登陆资本市场前的核心关键环节,其核心价值在于规范股权结构、明晰产权归属,为后续迈入资本市场筑牢基础。Rokid在当下节点完成股改,恰逢AR行业头部企业密集筹备上市的行业背景,此举大概率是为推进IPO进程开展实质性筹备工作。这一布局既契合AR赛道融资需求持续升级的行业发展趋势,也能借助资本市场

的信用背书,进一步加速业务扩张,从而在与XREAL、雷鸟创新等头部企业的竞争中抢占有利位置,巩固市场地位。

不过,北京社科院副研究员王鹏认为,Rokid股改主因是拆解红筹架构以优化业务,并非急于IPO。虽然程序上在铺路,但官方表态更倾向于业务深耕而非短期套现。

相较于XREAL的“主动冲刺”和Rokid的“低调铺路”,雷鸟创新的上市筹备则显得更为“直白”。近期,其在招聘平台公开招募“投资人关系总监”,任职要求中明确标注“有带领公司成功上市并建立完整IR体系的经验者优先”,一句话直接揭开了其IPO筹备的面纱。而在这之前,雷鸟创新已完成超10亿元融资,中国移动、中国联通等运营商及产业资本的加持,为其上市之路注入了充足底气。

敢于冲刺资本市场,雷鸟创新的底气源于扎实的业绩根基。据Counterpoint数据,2025年其全球AR市场份额已达27%,在出货规模与渠道能力上具备了登陆资本市场的基础。不同于其他厂商侧重消费级市场的布局,雷鸟创新走出了“消费+行业”双轨路线,既推出面向普通消费者的轻量化AR眼镜,也深耕工业、医疗等行业场景,形成了清晰的商业化增长逻辑,这也成为其吸引资本的核心亮点。

潮起之下的挑战仍存

苹果、三星、Meta等国际科技巨头的入局,也让国内厂商感受到紧迫感。

在业内人士看来,XREAL、Rokid、雷鸟创新的密集动作,是AR行业发展到特定阶段的必然选择。IDC报告提出,2025年中国智能眼镜市场表现突出,中国厂商出货量占到全球市场的23.3%;其中,2025年第四季度出货量为67.9万台,同比增长57.1%。这意味着,AR赛道已跨过早期小规模试水阶段,进入稳定的批量出货周期,有了可量化的收入模型与增长预期,也为资本市场提供了清晰的估值锚点。

更重要的是,在AI大模型爆发的推动下,AR眼镜终于摆脱了“鸡肋”标签,成为“AI最好的硬件载体之一”。芯片功耗降低、电池续航提升、镜片透光率优化,这些困扰行业多年的技术瓶颈逐步突破,产品价格持续下探,应用场景也从单一的娱乐领域,延伸至工业巡检、医疗辅助、文旅体验、物流仓储等多个领域,商业化潜力持续释放。

郭涛表示,AR厂商集中冲刺上市,核心驱动力源于技术攻坚急需资本加持,抢占行业主导话语权的双重核心诉求。当前AR行业整体技术尚未达到完全成熟阶段,但在光学显示、交互体验等核心技术环节已实现关键性突破,具备规模化落地应用的产业基础;消费市场虽仍处



AR行业仍处于“烧钱换增长”的阶段,XREAL、Rokid等头部厂商尚未实现盈利。

视觉中国/图

于市场培育期,但工业、医疗等B端应用场景的商业价值已得到充分验证,行业市场呈现明确的高速增长态势。头部AR厂商选择在此阶段启动上市计划,一方面可通过资本市场募资持续加大研发投入,聚焦轻量化、续航等核心技术难题攻坚;另一方面能依托资本势能整合优质供应链资源,吸引终端用户关注,在行业全面爆发前夕牢牢锁定先发竞争优势。

但与此同时,苹果、三星、Meta等国际科技巨头的入局,也让国内厂商感受到紧迫感。特别是苹果首款AR眼镜预计在2026年年底发布、2027年量产,这场全球范围内的竞争,容不得国内

厂商有丝毫懈怠。

王鹏表示,AI大模型是核心引擎,AR被视为AI最佳入口。厂商密集冲刺是为了在市场从千万级向亿级跃迁的空窗期,抢先储备子弹,对抗后续苹果、Meta等巨头的入场压力。品牌方的资本化将直接拉动国产Micro-OLED和光学模组的规模化。依托品牌出海,中国正从“代工基地”向“定义中心”转型,具备掌控全球AR供应链主导权的潜力。

但不可忽视的是,AR行业仍处于“烧钱换增长”的阶段,XREAL、Rokid等头部厂商尚未实现盈利,距离盈亏平衡还有一定距离;同时,市场渗透率仍处于低位,普通消费者对AR眼镜的

认知度和接受度仍需提升,这些都是行业面临的现实挑战。

郭涛指出,想要突破AR行业当前的发展瓶颈,需聚焦三大核心方向:一是光学显示技术升级,比如研发更轻薄的光波导方案,提升户外强光下的显示清晰度,解决“户外看不清”的痛点;二是硬件结构创新,通过新材料应用(如镁铝合金、碳纤维)降低重量,同时优化电池能量密度以平衡续航;三是交互与内容生态,开发更自然的手势/语音交互算法,搭建适配AR的应用商店,避免硬件沦为“空壳”。这些投入能从“体验痛点”和“生态壁垒”两方面构建差异化,跳出同质化竞争。

推出多项扶持政策 红果短剧构建良性行业生态

中经记者 张靖超 成都报道

微短剧行业在经历野蛮生长长期后,正步入精耕细作的转型深水期。平台作为连接内容生产与用户消费的核心枢纽,其扶持政策正从单纯的流量分配转向系统性生态构建。

4月15日,在2026年第十三届中国网络视听大会上,抖音集团推出最新真人短剧扶持计划:平台将投入5亿元专项资金,持续扶持真人短剧内容创新与现题材深耕;同步推出多层次激

风险共担

据中国网络视听行业会在去年11月发布的《中国微短剧行业发展白皮书(2025)》,2025年1—8月主要综合性视频平台上线横屏微短剧325部,同比增长24.52%。然而,在市场规模快速扩张的同时,行业深层次矛盾亦在浮现:制作成本攀升与投资回报不确定性的张力、产业链资源分散与配置效率低下的困局、规则模糊导致的创作者信任赤字。这些问题若不能有效化解,将制约行业从“流量驱动”向“质量驱动”的转型进程。

微短剧行业的投资风险具有显著的结构特征。一方面,内容产品的文化属性决定了其市场需求难以精确预判,爆款与哑火之间往往只有一线之隔;另一方面,微短剧“短周期、快迭代”的生产模式降低了单部作品沉没成本,却也加剧了创作者“以量博概率”的投机倾向,导致行业整体资源配置效率不高。

励政策与“短剧创作者中心”平台,推动分账透明化,帮助主创降低投资风险和创作门槛,提升作品影响力。

《中国经营报》记者从抖音集团方面了解到,本次扶持计划将从资金、机制与服务三方面提供系统性支持:专项资金重点激励真人短剧的内容创新与现题材深耕,鼓励团队在选题、叙事与制作上持续提质;依托“短剧创作者中心”推动分账透明化,并对现题材、正向价值及精品IP项目给予额外分账奖励,

“一个用了不到五年时间、从零起步的业态,体量已经超越了百年的电影工业。在体量之外,内容也在悄悄发生变化,那些曾经铺天盖地的霸总逆袭模式开始退潮,有生活质感、有社会关怀的作品开始冒头。有的平台每周收到上千部剧本,但签约的只有2%—3%,不是因为供给不足,而是因为好的太多了。”中国电视剧制作产业协会会长侯鸿亮在本届大会的微短剧高质量发展论坛上这样说。

“爆款率不足,这是行业的现实问题。”中文在线总经理马韬在论坛现场如是说。

在此背景下,平台作为微短剧生态的核心枢纽,其角色定位已经从早期以流量分配为主导的“渠道方”,如今转变为深度介入内容孵化、资源配置与规则制定的“生态共建者”,而平台扶持政策的介入,本质上是在构建一种风险社会化分担机制。

提升创作者收益确定性;提供主创撮合与分账服务,投资有价值的短剧项目,助力主创获得上线后的持续收益,为精品内容孵化提供更有力的保障。

在多位从业者看来,平台扶持之于微短剧行业,已远不止于资金层面的“输血”,而是深入到规则重建与生态重构的“造血”工程,只有当平台真正扮演好“基础设施提供者”而非“流量批发商”的角色,才能推动微短剧从“流量套利”的短周期逻辑转向“价值沉淀”的长周期逻辑。

以抖音集团此番的扶持政策为例,其投入5亿元专项资金扶持真人短剧内容创新,重点激励现题材深耕与内容品质提升。这类专项资金不同于追求即时回报的商业投资,其政策属性使其能够容忍更长的回报周期和更高的试错空间,为创作者提供了敢于突破题材舒适区的“安全垫”。

同时,更深层的风险化解机制在于服务平台的建设。在许多业内人士看来,抖音集团的“短剧创作者中心”承担着主创撮合与分账服务的功能,通过降低信息搜寻成本和交易摩擦成本,减少了因资源错配导致的投资损耗。平台通过投资有价值的短剧项目,帮助主创获得上线后的持续收益,实质上是平台信用为优质内容背书,将部分市场风险内部化。这种“平台背书+收益共享”的模式,使创作者能够将更多精力聚焦于内容打磨,而非融资焦虑与市场博弈。

协同共生

北京大学国家发展研究院发布的《2025年中国微短剧产业发展格局与就业拉动效应测算报告》显示,当前全国微短剧月度产量稳定在3000部以上,微短剧行业对全国就业市场的总体贡献预计突破203万人。该报告预计,若按当前发展趋势,2026年我国微短剧市场规模有望达到2000亿元,就业拉动效应明显。

炳琛文化创始人、中国电影家协会副主席黄晓明认为,当下的影视行业正受到困扰,而微短剧的出现帮助吸纳了包括编剧、导演、演员、制片人等在内的很多年轻从业者。

在此背景下,微短剧平台的扶持对于产业的拉动作用更加凸显。平台扶持对产业链的拉动首先体现为直接的需求扩容效应。

深化信任

分账机制是平台与创作者之间最核心的商业契约,其透明度直接决定了创作者对平台的信任程度与合作意愿。长期以来,微短剧行业被“分账不透明”问题所困扰:创作者无法实时掌握作品真实的消费数据与收入明细,收益预期处于高度不确定状态。这种信息不对称不仅抑制了创作者投入精品化创作的积极性,更扭曲了行业资源配置——当收益分配缺乏透明规则的保障,短期逐利必然压倒长期主义。

在此背景下,头部平台推动的分账透明化改革具有标志性意义。据乐力介绍:“我们近期完成

在业内人士看来,随着抖音集团5亿元扶持计划的落地,短剧市场活力进一步激活,更多项目开机与制作需求持续释放,直接带动各环节岗位用工增长。这种由上游资金注入引发的需求传导,沿着产业链逐级放大,形成“资金—项目—就业—消费”的正向循环。

此外,平台扶持的方向性引导还在塑造产业链的分工格局。当激励政策向正向价值、精品IP、真人微短剧倾斜时,产业链各环节的能力建设方向也随之调整。编剧端更加注重叙事深度而非套路堆砌,制作端利用技术投入以提升品质感,宣发端则从“投流依赖”转向用户口碑运营。

“过去一年时间,真人短剧在精品化发展上取得了不俗的成绩,内容质量的快速提升让短剧

创作者后台的升级,进一步提升内容合作效率,同时在平台功能整合基础上推动分账透明化,携手行业优质资源,助力真人短剧团队降低投资风险、提升作品质量与影响力。”

分账透明化的意义可从三个层面理解。其一,预期管理层面,透明的数据让创作者能够清晰地测算投入产出比,从而作出更理性的创作决策。当每一分投入都能对应可追踪的回报预期时,创作者才敢于在剧本打磨、制作水准上投入更多资源。其二,激励相容层面,透明化与分层激励相结合,形成了“品质越高、收益越确定”的正

正逐渐成为大众娱乐方式的一种重要选择,成长为新大众文艺的重要业态与网络视听“轻骑兵”。真人短剧的价值,在于它能扎根生活、贴近人心,能让观众在短短几分钟里,看到自己、读懂他人、感悟生活。这些新颖的故事创意、情感的共鸣,是微短剧行业能够长期吸引用户、行稳致远的核心。因此,红果短剧会一如既往地投入支持真人短剧的发展和鼓励内容持续迭代创新。”红果短剧总编辑乐力说。

“微短剧正在重构它的价值评估体系,不仅仅是从创作端,在产业端还要赋能千行百业。向下扎根到千行百业,扎根人民,扎根现实;向上生长,拓维微短剧的表现高度。”中国传媒大学戏剧影视学院教授赵晖表示。

向反馈机制,这种机制设计明确传递出“平台愿意与创作者共享长尾收益,而非只追逐短期流量峰值”的信号。其三,生态信用层面,分账透明化实质上是建立行业的“基础设施级信任”。当分账规则转变为可验证、可追溯的公开机制,平台与创作者的关系便升级为“价值共创”。

当收益分配不再取决于与平台的议价能力或关系亲疏,而是与内容质量形成稳定的正相关关系,创作者自然会从“拼关系”“拼投流”转向“拼剧本”“拼制作”,行业竞争重心的转移才能获得制度性保障。