

运动影像设备鏖战 GoPro败北

本报记者 黎竹 张靖超 成都报道

近期，一则“GoPro将出售公司或合并”的消息再次掀起业内探讨。

5月12日，GoPro (NASDAQ: GPRO)宣布董事会将正式授权启动“战略评估”，考虑将公司整体出售或与其他公司合并，而潜在买家名单包括大型科技公司、户外消费品牌和美国国防承包商。

陷入“戴维斯双杀”

GoPro在大疆和影石创新的双重夹击下，在全景相机和运动相机领域均受到明显冲击，出货量收缩显著。

当GoPro“卖身”的消息传至市场时，其股价在盘后交易中一度暴涨超27%。

在业内看来，这意味着资本市场在用脚投票，“被收购”可能是这家曾被誉“为极限运动界苹果”的美国运动相机品牌目前最好的归宿。

从GoPro在市场的表现来看，2014年是GoPro的巅峰。当时GoPro在纳斯达克成功上市，被称为“科技界最成功的IPO之一”。上市首日，其股价便大涨超过30%；短短三个月内，其市值就从30亿美元飙升至130亿美元。然而，其股价自2014年开始慢慢下跌，今年5月其股价一度低至0.59美元/股，较峰值跌了99%。

对此，苏商银行特约研究员高政扬认为，GoPro市值下跌超过99%的根源在于其自身业务陷入困境。随着行业竞争不断加剧，GoPro在生态建设、场景拓展、持续创新等方面的短板被逐渐放大，市场份额持续遭到侵蚀，业绩不断下滑，资本市场对其未来持悲观预期，导致股价持续走低。

据了解，在社媒红利爆发的风口下，GoPro一度将UGC(用户生成内容)作为核心战略，并依托“硬件+内容”的商业模式吸引大众消费者。一位长期使用运动相机的人士告诉记者：“最开始GoPro鼓励我们上传冲浪、滑雪、跳伞视频到其他

《中国经营报》记者注意到，5月18日，影石创新(688775.SH)在回应投资者关于是否考虑收购GoPro的回复中提及将持续关注并积极探索与产业链上下游优质伙伴的合作机会，并表示“后续如有并购计划，将严格按照相关法律法规的要求及时履行信息披露义务”。

盘古智库高级分析师江瀚表示：“当下的市场正经历深刻的结

构性洗牌，已从极限运动的小众工具演变为具备‘新消费’属性的全民创意生产力。虽然行业规模仍在扩张，但竞争格局已发生根本性逆转。大疆、影石等中国品牌合计拿下大量全球市场，形成了绝对的双寡头垄断态势。因此，当中国厂商以AI剪辑、全景拍摄快速迭代时，GoPro仍死守传统广角相机，最终被智能手机和国产竞品双重挤压。”

在多个采访对象看来，竞争加剧也导致GoPro的生存空间遭到挤压。国际数据公司IDC发布的数据显示，从市场竞争格局来看，大疆以62%的出货量市场份额稳居全球第一。影石创新在全球全景相机和“拇指相机”市场保持领先地位。相比之下，GoPro在大疆和影石创新的双重夹击下，在全景相机和运动相机领域均受到明显冲击，出货量收缩显著。

根据GoPro2026年第一季度财报，其营收仅9900万美元，同比下滑26%；净亏损高达8082万美元，同比扩大超72%。

值得一提的是，在激烈的竞争下，GoPro还和影石创新产生了知识产权纠纷。今年2月底，影石创新发布的关于美国国际贸易委员会对公司开展337调查的最终裁决结

果公告显示，其在6件涉及GoPro的专利相关指控中胜诉。

5月20日，GoPro总裁兼CEO莱恩·麦基(Brian McGee)以约0.97美元/股的价格通过公开市场交易出售了130631股，但目前仍是公司的大股东。截至发稿，其股价为1.26美元/股。

成都IFS的工作人员告诉记者：“今年4月，商场还有GoPro的门店，目前该门店已撤出。后续是否重开仍不清楚。”

对所有权变更或战略交易的发生是否会对中国业务产生影响，记者向GoPro方面进行询问，截至发稿，其尚未回复。

在柏文喜看来，这是一个典型的“硬件品类开创新者陷阱”案例。他指出，GoPro的陨落并非单一因素，而是遭遇“三重绞杀”的结果：品类边界被智能手机击穿、技术护城河过浅、资本市场预期透支。

中经传媒智库专家、中国城市发展研究院投资部副主任袁帅则认为，GoPro的案例为所有垂直品类的消费电子企业敲响了警钟。他分析道：“在产品创新层面，GoPro在后续的产品迭代中逐渐陷入了‘参数堆砌’的惯性，没有跳出传统运动相机的功能框架，既没有构建起足够高的技术壁垒，也没有挖掘出新的用户需求场景，产品的差异化优势不断被稀释。”



5月12日，GoPro宣布董事会将正式授权启动“战略评估”，考虑将公司整体出售或与其他公司合并。

视觉中国/图

贴身肉搏

自2026年起，vivo、OPPO、荣耀等手机厂商也陆续计划进入手持云台相机市场，这意味着未来该市场竞争或将加剧。

GoPro踩中的其实是一个风口，根据HKEXnews的研究，在2016—2020年，也就是GoPro连续亏损的五年内，全球运动相机出货量的年复合增长率高达18.3%，稳步迈入高速增长阶段。

伴随着户外潮的到来，运动影像市场也在不断扩大。Grandview research的最新数据显示，2025年全球运动相机市场规模约72.72亿美元，预计到2033年将达到180.441亿美元，复合年增长率为12.1%。

对此，袁帅认为，整个影像市场当下的行业格局已经从“一超多强”进入到“多元竞争”的新阶段，整个市场正在经历一轮结构性调整，而且在不断细分，专业拍摄、全景拍摄、户外vlog、车载记录、极限运动记录等细分场景的需求在持续增长，用户对产品的需求也从“能拍”转向“拍得更清晰、用得更便捷、适配更多场景”，要求企业有更强大的场景洞察能力和技术迭代能力，谁能精准抓住细分场景的用户痛点，谁就能抢占对应的市场份额。

柏文喜则指出，这一市场正在两极分化：一端是智能手机继

续吞噬入门级场景，另一端是专业级、工业级需求崛起(FPV穿越机、车载、直播、Vlog)。Insta360靠“模块化+AI剪辑”开辟了全景和运动双赛道，大疆则把运动相机作为无人机生态的配件延伸。纯运动相机品类在萎缩，但“广义运动影像”(含全景、口袋云台、车载)在扩张。未来的赢家必须是场景解决方案商，而非单一硬件商。

江瀚亦告诉记者，当下运动影像市场的竞争维度已全面升级，而且由于AI算法大幅降低了创作门槛，也不再单纯比拼防抖、画质等基础硬件参数，而是转向“AI+生态”的综合较量。国产品牌依托完善的供应链体系，不仅实现了成本的极致控制，更构建了跨设备协同生态。

目前来看，两家关于技术的迭代与交锋正在加速。4月16日晚，大疆正式发布全新一英寸口袋云台相机Osmo Pocket 4；就在Pocket 4发布同日，另一影像领域企业影石创新创始人刘靖康则在社交平台发布一则Luna拍摄效果视频。5月，社交平台开始出现博主关于大疆Osmo

Pocket 4Pro的测评。

在渠道方面，大疆早在2015年就开始系统性布局线下。据了解目前大疆在国内的授权零售店/体验店已超700家。据影石2025年财报，其线下专卖店数量有近300家。

记者走访成都多个商场发现，大疆与影头Insta360在部分商场的门店非常贴近，通常在一个商场的同一楼层。消费者李女士告诉记者：“在购买前通常会价格上做一个对比，也会直接上手体验性能的差距，(进行)综合决策。”

据记者不完全统计，自2026年起，vivo、OPPO、荣耀等手机厂商也陆续计划进入手持云台相机市场，这意味着未来该市场竞争或将加剧。

在业内看来，纯硬件必然产生价格战，唯有生态化才能破局。柏文喜提出了一些建议，未来可以通过软件订阅化和场景垂直化来做运营。比如，GoPro Quik的订阅制，通过云存储、AI模板创造经常性收入；或者深耕潜水、滑雪、骑行等细分社群，用专业配件和社群运营建立溢价。

万亿资本“抢滩” 词元经济爆发

中经记者 吴清 北京报道

从今年3月日均词元调用量突破140万亿，到国家数据局近日明确将推动词元经济发展纳入工作体系，再到三大运营商竞相推出“词元套餐”，词元经济正以前所未有的速度从产业端向消费端渗透，并成为撬动万亿级市场的新支点。

《中国经营报》记者注意到，词元经济带来的市场热度加速传导至资本市场。截至5月25日收盘，国产六大AI算力芯片企业总市值已突破2.5万亿元。其中，寒武纪(688256.SH)逼近9000亿元关口；海光信息(688041.SH)总市值约

智能时代的“度量衡”

词元，通俗而言，是大模型处理信息的最小运算单元。如果说传统阅读以“字”为单位，那么AI处理数据时，会将文本、代码、音频、视频等信息拆解为一个可计算的“积木块”——词元。用户每一次向AI提问、使用AI生成内容，本质上都是在调用词元。

这一概念从技术圈“破圈”，始于近期国家数据局发布的一组数据：2026年3月，我国日均词元调用量已突破140万亿。从2024年初的1000亿到2025年年底的100万亿，再到如今的140万亿，两年间增长超千倍。

英伟达创始人兼CEO黄仁勋在今年GTC大会上首次提出“词元经济”，并以一个公式概括其本质：收入=每瓦词元数×可用千兆瓦数。他指出，数据中心如今已成为全天候运转的“词元工厂”，输入电力和数据，输出词元。

艾媒咨询的分析指出，词元经济的爆发，源于AI应用范式的深刻转变。过去，AI多是简单的

7662亿元；摩尔线程(688795.SH)、沐曦股份(688802.SH)紧随其后，分别为3415亿元和3017亿元。此外，壁仞科技(06082.HK)、天数智芯(09903.HK)市值也超千亿元。

词元为何在当下爆发？受访专家普遍认为，核心驱动力在于人工智能应用范式的深刻转变。赛智产业研究院院长赵刚表示，“模型计算按词元计价”的精细化商业闭环，将让大模型和智能体企业直接受益。同时，词元经济的发展将带动算力建设、词元运营调度、高质量数据集供给、词元流通销售、词元应用等全产业链各环节的发展，深度重塑AI产业价值链。

聊天问答；如今，AI正从“动嘴”向“动手”跨越。无论是AI编程代理(Agent)自主操作电脑、编写复杂代码，还是视频生成模型(如Sora、豆包视频生成模型2.0)，这些高复杂度的任务都在疯狂吞噬算力。

“词元经济的本质还是算力经济的延伸。”工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林表示，过去算力经济仅关注算力本身，如今在算力基础上叠加了算法模型和服务，使得“人工智能+”的内涵进一步丰富，促使人工智能和经济中的垂直行业领域深度融合。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉指出，数据要素市场化配置改革面临的核心障碍，是数据难以像商品一样被标准化计量和定价。国家数据局将词元经济纳入工作体系，意味着从国家层面确立了词元作为智能时代核心计量工具的地位，将有效破解数据要素的价值测度难题，进一步打通数据采集、加工、标注、应用等各环节，加速形成词元经济的商业闭环。

产业链重构与机遇并存

在这轮资本热潮中，产业链布局加速推进。上游，AI芯片厂商密集发布新一代产品。华为此前提出“一年一代、算力翻倍”的路线图，950PR芯片推理性能已达英伟达H20的2.87倍，950超节点1024卡规模版本已进入落地阶段。

在产业链中游，三大运营商全面从“流量经营”转向“词元经营”，发布一站式词元运营调度和管理服务平台，推出覆盖不同档位的“词元套餐”，将算力、模型调用能力产品化、标准化、普惠化。弘信电子旗下燧弘华创的Token工厂全球总部正式落户无锡高新区，首批部署4台华为昇腾384超节点服务器，每套超节点拥有384卡算力规模。中国电信宁夏分公司的Token工厂生成能力服务集中采购项目预估规模达164.51亿元。

银华证券近日发布的研报指出，词元已成为智能时代的价值锚点，全球词元调用量高速增长，推动AI产业从模型迭代走向商业化落地，这将从底层重构传媒行业的生产要素、产业逻辑和商业模式。

机构普遍认为，词元消耗量持续上行，对应全社会AI推理需求规模化放量，对云服务商构成确定性利好。中信证券亦指出，Token工厂及运营商的崛起，将推动算力租赁市场从固定月租模式转向按实际Token用量计费，头部算力租赁厂商卡位优势突出。

无问芯穹及其他AI基础设施企业相继获得大额融资。累计已获得超22亿元融资，资金



词元经济爆发的核心驱动力在于人工智能应用范式的深刻转变。

视觉中国/图

正重点投向扩大Token经济时代可用的算力规模，加快从“电能到Token”的生产效率跃升。Model层，智谱AI Token销售业务同比增长292.6%，MiniMax总收入中约七成来自国际市场，国产模型集群的崛起为下游词元经济的繁荣提供了坚实的底层产能支撑。

不过，资本的热情也催生了概念炒作的乱象。据不完全统计，2026年以来，A股市场已有超10家上市公司因“蹭热点”“炒概

念”被监管问责，其中4家公司被证监会立案调查。部分公司在投资者互动平台借助“AI服务器”“算力”等标签拉升股价，实际却缺乏实质性的业务布局。

业内人士提醒，对普通投资者而言，面对层出不穷的“词元投资”“词元暴富”等叙事，需要保持理性辨别。而监管部门也应强化信息披露颗粒度，要求企业披露词元调用效率、数据合规性等关键参数。

展望未来，国内大模型的持

续迭代与智能体应用的规模化落地，将成为词元需求增长的核心引擎。多位受访专家表示，如何在保障数据安全的前提下，让词元这一“价值锚点”更精准地链接千行百业，将是中国AI产业面临的真正大考。谁能以更低成本、更高效率地生产和调度词元，谁就能在智能时代的新型产业竞争中占据先机。而“词元套餐”的落地，也正让AI服务从企业级应用加速走向全民普惠，有望催生新一轮数字经济的增长极。