

AI 賦能，眼鏡致勝方程式

億副眼鏡商機，供應鏈機遇在何方？

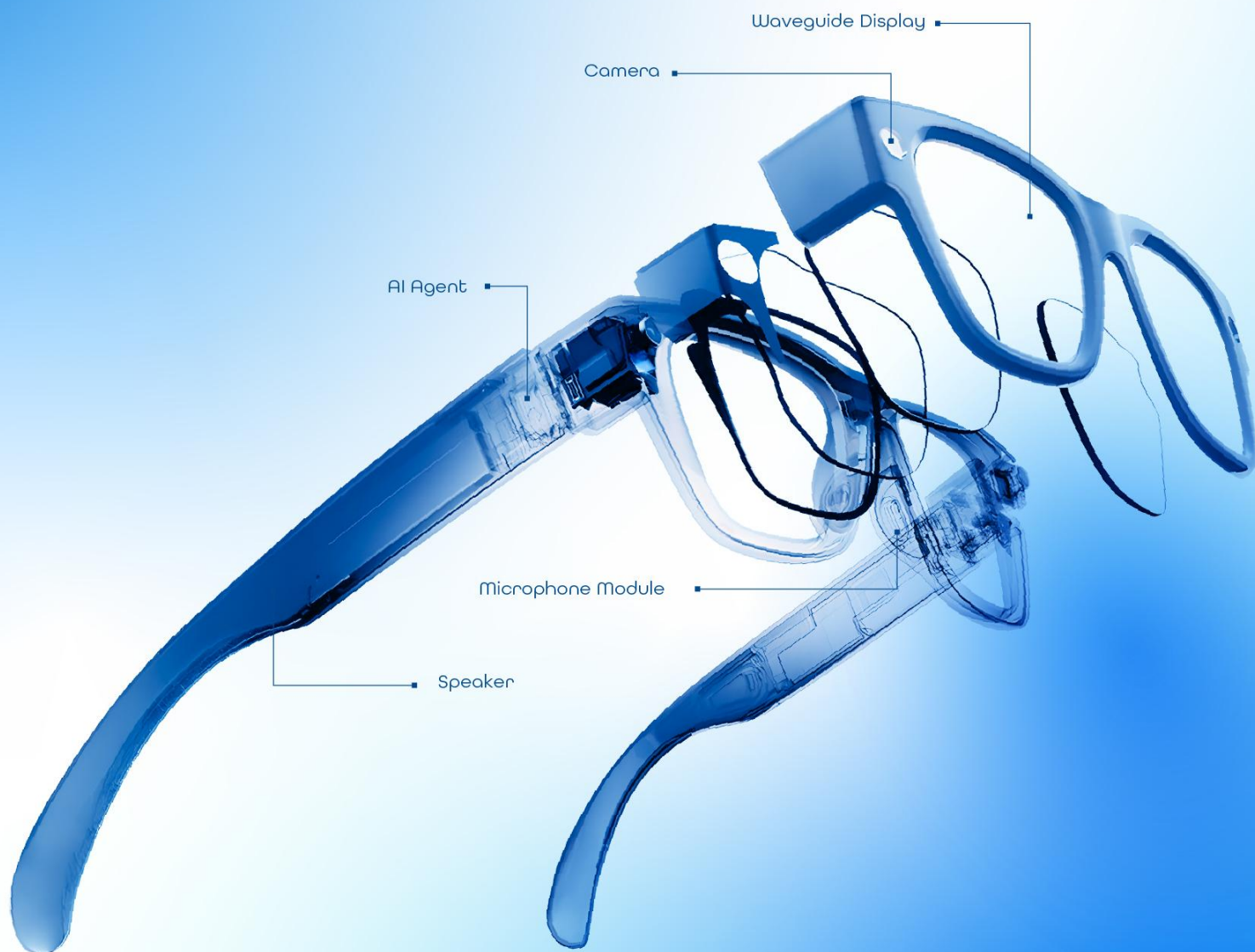
DIGITIMES

AI 時代下 AI 眼鏡為連結個人與 AI 最重要的入口

在全球 AI 浪潮下，AI 眼鏡產業正以驚人速度崛起。AI 眼鏡因配戴部位貼近人的五官，具備見你所見、聽你所聽的特性，被視為 AI 時代下，個人與 AI 連結最重要的入口。根據 DIGITIMES 預估，2030 年 AI 眼鏡年出貨量將有望逼近 1 億副規模。其中，Meta、Google、蘋果等關鍵品牌業者相繼推出 AI 眼鏡，成為市場成長主要驅動力，而中系品牌業者 Rokid、阿里巴巴、小米、雷鳥等亦積極出海，預計 2026~2030 年 AI 眼鏡市場將迎接高速成長期，年複合成長率達 48%，為相關供應鏈帶來高潛力商機。

No.9, 2026/6

SPECIAL REPORT



執行摘要

伴隨 2022 年底 ChatGPT 3.5 問世，AI 發展進入高速成長，2023 年 Meta 與 EssilorLuxottica 聯手推出智慧眼鏡 Ray-Ban Meta，較上一代升級了處理器與相機規格，並結合 AI 功能，使智慧眼鏡搖身一變成為 AI 眼鏡，除了迅速捕獲市場目光，也在銷量上有實質成長，2025 年 Meta 的 AI 眼鏡年銷量已突破 700 萬副。

DIGITIMES 定義 AI 眼鏡為具有一般眼鏡外型，同時具備單獨或連結手機調用大語言模型(LLM)或視覺語言模型(VLM)等 AI 模型能力的智慧眼鏡。DIGITIMES 認為，當 AI 眼鏡同時具備此兩種特性，才能同時滿足外型被大多數消費者接受，並且實現眼鏡型態產品做為 AI 入口兩大條件。

本篇報告將從「AI 眼鏡功能與供應鏈」、「AI 眼鏡應用情境」、「AI 眼鏡購買因素分析」等三大面向，解析 AI 眼鏡現有功能、關鍵零組件，並盤點相關供應鏈與硬體發展、競爭狀態，並進一步探討目前 AI 眼鏡目前與潛在的應用情境，以及 AI 眼鏡應鎖定的關鍵目標族群，與該族群的購買因素分析，並剖析 AI 眼鏡商業模式。

在 AI 眼鏡功能與供應鏈面向，將分析 AI 眼鏡目前具備的主要功能，如聽覺與語音、視覺與拍攝、空間導航、AI 功能等，針對這些功能對應所需的關鍵零組，將進一步探討業者如何在高通驍龍 AR1 Gen 1 處理器、MCU、藍牙與音訊晶片等之間做搭配與取舍，以及其他 AI 眼鏡零組件商機。

在 AI 眼鏡應用情境面向，將從目前各類主流 AI 眼鏡的應用出發，舉凡內容創作、即時翻譯、音訊娛樂等，解析目前及未來具潛力的 AI 眼鏡應用。

在 AI 眼鏡購買因素分析面向，將探究為何近視族群為極具潛力的 AI 眼鏡目標用戶？分析此族群購買眼鏡的關鍵因素、預算等，以及業者該如何設計滿足近視族群的 AI 眼鏡，並布建合適的銷售流程等，一路從潛力用戶分析至用戶購買旅程，再到 AI 眼鏡的關鍵銷售模式，提出 DIGITIMES 的獨到觀點。最後，將總結以上三大面向分析，分析品牌與總體 AI 眼鏡市場欲提升銷量，應優先推出的 AI 眼鏡規格、價格帶等。

在 Meta、Google、三星電子等主流品牌業者持續推出 AI 眼鏡，蘋果亦加入 AI 眼鏡賽局，中系品牌如 Rokid、阿里巴巴、小米、雷鳥等也積極迭代 AI 眼鏡產品，並且積極出海發展趨勢下，DIGITIMES 估算，2030 年全球 AI 眼鏡有望突破 1 億副。然而，AI 眼鏡的普及仍受限於外型、產品定位、功耗、AI 發展與銷售模式等眾多因素，如何突破這些瓶頸，亦將是本報告的核心探討議題。



Brandon Fang

方覺民 Brandon Fang

DIGITIMES
分析師

目錄

1. 智慧眼鏡產品與定義	9
1.1. 智慧眼鏡與 AI 眼鏡定義.....	9
1.2. 智慧眼鏡與 AI 眼鏡發展歷程	10
2. AI 眼鏡功能與供應鏈	12
2.1. AI 眼鏡功能分類與關鍵零組件.....	12
2.2. AI 眼鏡關鍵零組件供應鏈	18
2.3. 小結：零組件商機何在？MEMS 麥克風或成最大贏家	24
3. AI 眼鏡應用情境	25
3.1. 內容創作與社群媒體	25
3.2. 日常生活輔助	27
3.3. 即時翻譯	32
3.4. 導航與交通輔助	34
3.5. 音訊娛樂	37
3.6. 其他.....	38
3.7. 2026~2030 年 AI 眼鏡潛在重點應用	40
3.8. 小結：AI 眼鏡應採硬體減法概念，優先滿足語音功能.....	43
4. AI 眼鏡購買因素分析	44
4.1. 智慧眼鏡目前與潛在客群分析.....	44
4.2. 近視族群購買眼鏡因素分析	52
4.3. AI 眼鏡目前商業模式與潛力商業模式分析.....	59
5. 結語	62
5.1. 達成 AI 眼鏡高速成長分析：用戶族群、銷售方式、產品規格與 AI 功能.....	62
5.2. AI 眼鏡售價分析與出貨量、市場規模預估	64
分析師團隊	68
ABOUT DIGITIMES 介紹	69
聯絡我們	69
免責聲明	70
著作權聲明	70

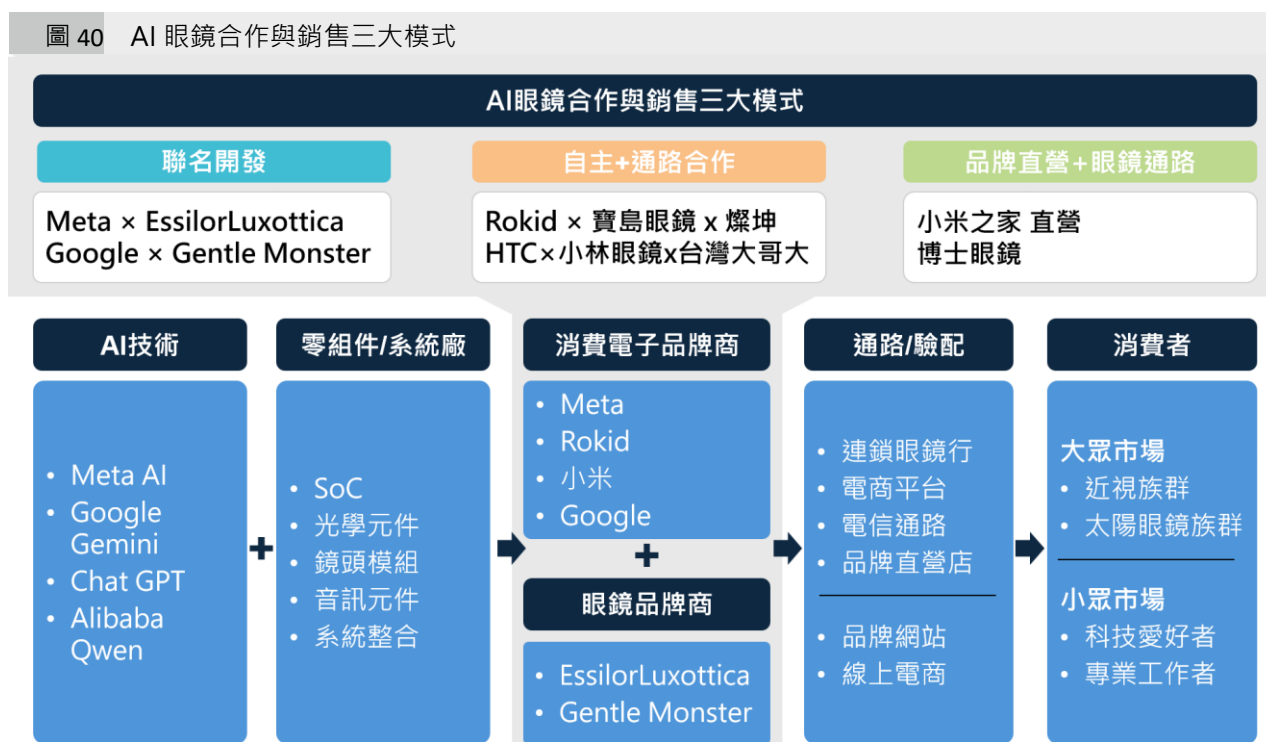
圖目錄

圖 1	本報告定義智慧眼鏡與 AI 眼鏡	10
圖 2	智慧眼鏡與 AI 眼鏡發展歷程	11
圖 3	AI 眼鏡聽覺與語音類型功能與相關整合軟硬體	14
圖 4	AI 眼鏡視覺與拍攝類型功能與相關整合軟硬體	15
圖 5	AI 眼鏡空間導航類型功能與相關整合軟硬體	17
圖 6	AI 眼鏡 AI 類型功能與相關整合軟硬體	18
圖 7	不同 AI 眼鏡產品定位與晶片配置基本概念圖	21
圖 8	AI 眼鏡各類晶片主要供應業者列舉	23
圖 9	AI 眼鏡參與內容產製至分享流程	25
圖 10	AI 眼鏡記錄內容創作過程示意圖	26
圖 11	OAKLEY META AI 眼鏡記錄運動過程說明圖	27
圖 12	AI 眼鏡日常生活輔助應用情境列表	29
圖 13	夸克 AI 眼鏡日常生活輔助應用情境與生態系整合示意圖	31
圖 14	AI 眼鏡即時翻譯應用情境運作流程示意圖	33
圖 15	AI 眼鏡語音、視覺兩類型翻譯的應用場景與優劣勢比較表	34
圖 16	AI 眼鏡導航應用情境運作流程示意圖	35
圖 17	AI 眼鏡語音與視覺導航比較列表	36
圖 18	AI 眼鏡享受音訊娛樂方式、情境與內容列舉	37
圖 19	AI 眼鏡視覺輔助案例	38
圖 20	NUANCE AUDIO GLASSES 臨床驗證結果說明	39
圖 21	2025 年全球 AI 眼鏡用戶使用功能與頻率分析	41
圖 22	AI 模型支援應用類型與 AI 眼鏡重點應用示意圖	43
圖 23	AI 眼鏡 B2B、B2C 銷售特性與普及因素分析	45
圖 24	AI 眼鏡兩大客群	45
圖 25	全球近視人口數與盛行率變化及預估	46
圖 26	主要經濟大國近視盛行率變化及預估	47
圖 27	2022、2024 年各洲別從業人員針對近視患者處方偏好採眼鏡矯正比重	48
圖 28	主要國家/地區 2023~2025 年太陽眼鏡銷量及 2026~2031 年年增率變化及預估	49
圖 29	中國眼鏡市場產品需求組成與價格偏好分布	50
圖 30	美國眼鏡市場產品需求組成與價格偏好分布	50
圖 31	全球與各大洲 AI 眼鏡潛在使用人口估算(以近視族群為潛在用戶計算)	51
圖 32	近視族群購買 AI 眼鏡考量	52
圖 33	眼鏡外型與臉型搭配表	53
圖 34	AI 眼鏡依鏡框正面厚度與鏡腿粗細分類列舉	54
圖 35	2023~2025 年各防水防塵規格的 AI 眼鏡數量	55
圖 36	主流品牌 AI 眼鏡重量分布圖(按時間變化)	56
圖 37	可調式/替換式鼻墊與鏡腿彈性優化說明	56
圖 38	美國一般處方眼鏡配鏡價格	57
圖 39	2023/8~2026/4 主流業者推出 AI 眼鏡價格分布圖及各價位處方眼鏡鏡框價格帶	58
圖 40	AI 眼鏡合作與銷售三大模式	59
圖 41	美國人線上、線下配鏡流程與比重	60

圖 42 消費者配鏡體驗流程	61
圖 43 AI 眼鏡各產品類型定位、優勢、劣勢與發展策略.....	65
圖 44 2025~2030 年全球 AI 眼鏡出貨量變化及預測(依各品牌產品路線圖).....	66
圖 45 2026~2030 年全球 AI 眼鏡出貨量變化及預測(依近視族群滲透率).....	66
圖 46 2026~2030 年全球 AI 眼鏡市場規模變化及預測(依產品類型).....	67

至 2026 上半年為止，AI 眼鏡品牌業者主要透過三種模式開發、販售 AI 眼鏡。第一種為與時尚/連鎖眼鏡品牌合作聯名開發 AI 眼鏡，除了 AI 眼鏡業者本身的通路外，再利用時尚/連鎖眼鏡品牌實體通路銷售 AI 眼鏡，代表業者有 Meta 與 EssilorLuxottica 等；第二種為自行開發 AI 眼鏡，再和傳統眼鏡行合作，提供消費者試戴 AI 眼鏡與提供處方鏡片配鏡服務，或以 3C 百貨、電信通路合作販售，代表業者有 HTC 與台灣大哥大/嘉晏光學/小林眼鏡等；第三種為 AI 眼鏡品牌業者自行開發 AI 眼鏡，並且除了傳統眼鏡行通路合作販售之外，也以自有 AI 眼鏡品牌通路販售 AI 眼鏡，代表業者有小米等，未來蘋果、三星電子等具有實體銷售通路業者若推出 AI 眼鏡，亦屬於類型業者。

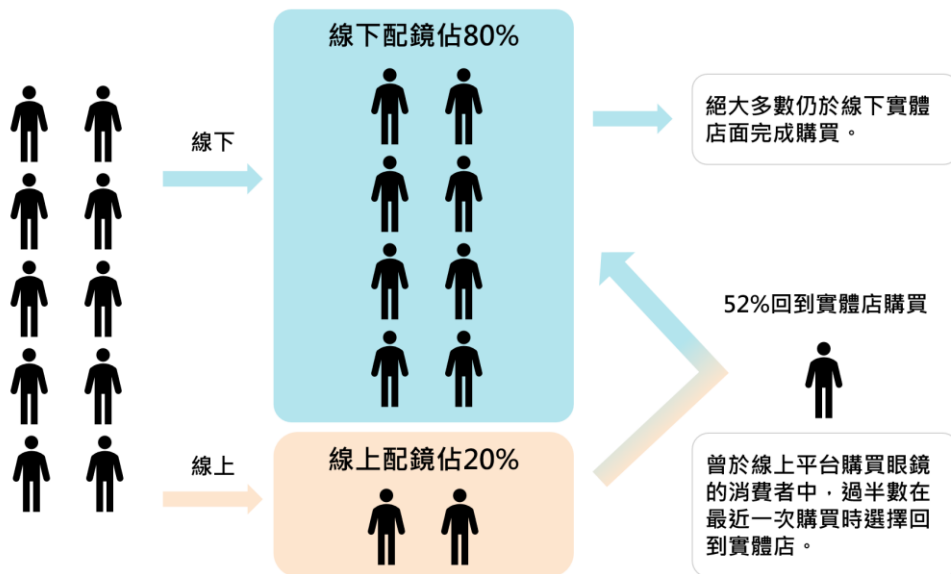
圖 40 AI 眼鏡合作與銷售三大模式



資料來源：DIGITIMES · 2026/6

雖然上述 AI 眼鏡品牌業者幾乎多數已和傳統眼鏡行合作通路布局，但目前根據 DIGITIMES 調查，多數通路需要消費者特別要求要看 AI 眼鏡，眼鏡行店員才會拿出 AI 眼鏡。根據 The Vision Council 數據，美國人線下配鏡比重約達 80%、線上配鏡比重僅約 20%，而透過線上配鏡的消費者中，又有 52%在最近一次購買眼鏡時，回流到實體店購買，顯示約 90%的消費者，最終選擇仍是實體通路配眼鏡。

圖 41 美國人線上、線下配鏡流程與比重



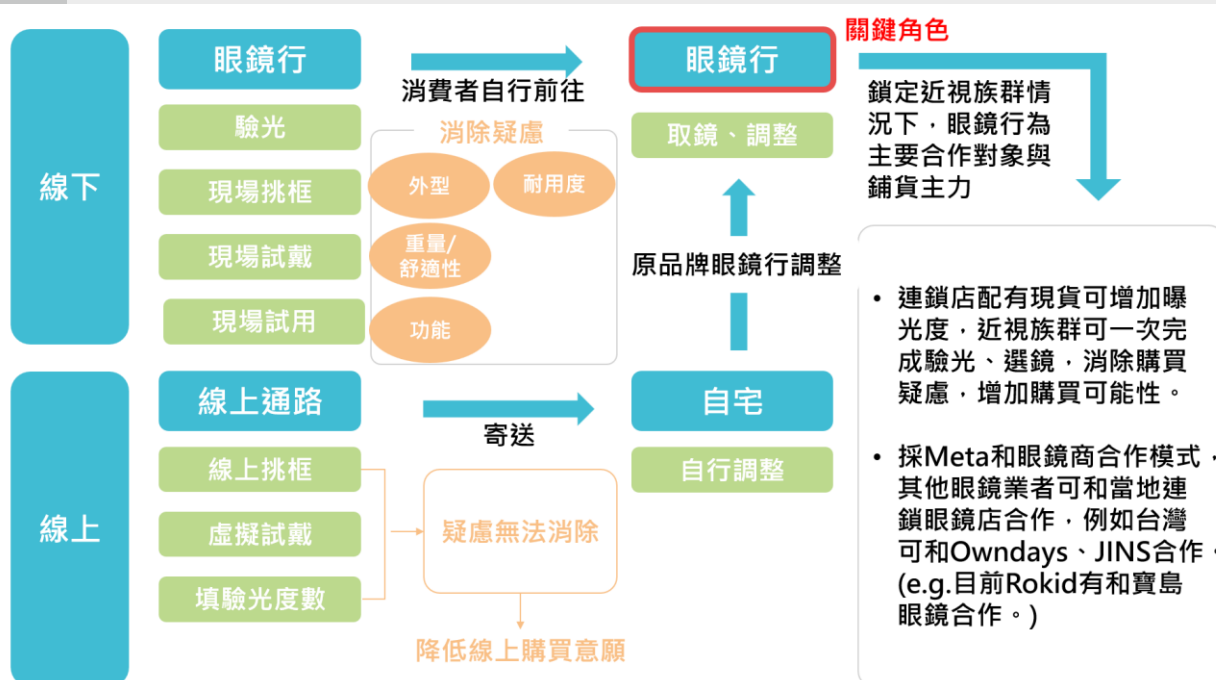
資料來源：The Vision Council、DIGITIMES、2026/6

DIGITIMES 分析，9 成以上消費者在實體店選擇配鏡的原因，包含線下配鏡可以一次消除消費者多項疑慮，消費者可確保鏡框外型適合自己、重量/舒適度符合個人需求、鏡框材質的質感、墨鏡顏色符合預期，而若在實體店購買 AI 眼鏡，則可確保 AI 功能符合預期，且可觸碰眼鏡，評估眼鏡耐用性。相較線下購買眼鏡，線上購買則無法消除多數疑慮，且鏡框也無法請店員調整，在長期配戴舒適度上有風險。

綜上所述，DIGITIMES 認為傳統眼鏡將在未來銷售 AI 眼鏡時扮演要角，AI 眼鏡品牌業者若能和傳統眼鏡連鎖店 LensCrafters、Warby Parker、JINS、Owndays 等進行深度合作，透過大規模在每一間店鋪安排特定櫃位展示，讓近視族群第一眼就能看見、能輕易的接觸、體驗 AI 眼鏡，並透過解說、試戴消除消費者對 AI 眼鏡疑慮，將有助於大幅提升 AI 眼鏡整體銷量。

目前 Meta 已和 EssilorLuxottica 旗下傳統眼鏡連鎖店 LensCrafters 合作，Google 則和 Warby Parker 合作，但在 AI 眼鏡品牌進入其他國家市場、鎖定近視族群時，仍需與當地實體門市數量較多的連鎖眼鏡行深度合作，例如日本的眼鏡市場(Megane Ichiba)、巴黎三城(Paris Miki)、JINS、Zoff、Megane Super、Owndays 等，或是台灣的寶島眼鏡、小林眼鏡等，才有辦法提高銷量。

圖 42 消費者配鏡體驗流程



資料來源：DIGITIMES · 2026/6

分析師團隊

OUR TEAM

共同編撰分析師

方覺民 分析師
穿戴裝置



黃耀漢 分析師
AI產業



周延 分析師
AI眼鏡用戶分析與
區域供應鏈



姚嘉洋 分析師
半導體與供應鏈



張嘉紋 分析師
AI眼鏡應用與記憶體



吳孟倫 分析師
AI眼鏡功能與
區域供應鏈



About DIGITIMES 介紹

【關於 DIGITIMES】DIGITIMES 成立於 1998 年，為大中華地區報導科技產業全球供應鏈、區域市場、科技應用及市場趨勢首屈一指的專業媒體平台，具備貫穿產業上中下游與終端市場的研究數據、產銷資料與專業評析，並提供諮詢服務為客戶帶來產業宏觀趨勢與注入前瞻價值。

DIGITIMES 研究服務掌握科技產業全球供應鏈，專注於資訊、消費性電子、通訊、半導體、汽車科技、人工智慧、物聯網及平面顯示器等領域，以及區域市場的研究報告。自成立以來，研究中心已發表超過 7,000 篇高影響力的報告。未來，研究中心將持續推動前沿科技研究，擴展內容和服務範圍，致力成為提供關鍵洞察和引領科技發展的先驅。

研究報告

研究報告涵蓋七大領域 23 個頻道與全球產業數據，每年發佈超過 300 篇報告，內容以分析全球及台灣產銷狀況、產業發展現況、產品技術趨勢、領導廠商策略及競爭態勢。包括區域及新興市場研究和關鍵零組件發展，即時提供客戶所需的產業情報，為台灣最專業且權威的產業分析服務。

到府簡報

以九大分類提供宏觀大勢/供應鏈布局、半導體、Display Trends 通訊產業趨勢/5G/B5G/、垂直應用/專網/O-RAN、NB/高效能運算(HPC)/Cloud、EV/未來車、AI、物聯網(IoT)、智慧應用/數位轉型等領域的研究報告為基礎，整合當前產業發展熱門議題，提供企業專屬的到府簡報服務。

系列論壇

以科技大勢為焦點的系列論壇，每年精心策劃四場圍繞當前熱門議題的精彩活動，探討最新科技趨勢與創新應用，此外，還有一場年度重磅論壇，科技大勢展望未來，解析未來科技發展方向與潛在機遇，幫助企業掌握先機，提升競爭力。論壇旨在促進科技與產業的深度融合，推動創新發展，共同迎接科技新時代的挑戰和機遇。

Special Report

每年推出四篇長篇報告，深入分析當前焦點產業，提供全面的產業脈絡、市場動態及技術演進。報告旨在為企業領袖、投資者和從業者提供權威的資訊和深刻的洞察，幫助他們掌握產業趨勢，做出明智決策。通過詳細的數據分析和專業見解，助企業在快速變化的市場中保持競爭優勢，洞悉未來發展機遇，驅動創新和增長。

顧問專案

根據企業的研究需求，訂定專屬研究範疇，提供量身定製的研究服務。專注於資訊、消費性電子、通訊、半導體、汽車科技、人工智慧、物聯網、平面顯示器等領域。以深入的產業分析和專業見解，助力企業洞悉市場趨勢，制定精確策略，在快速變化的科技環境中抓住機遇，實現創新和提升競爭力。

DIGITIMES : <https://www.digitimes.com.tw/research/>

瞭解更多

聯絡我們

有任何問題，歡迎隨時跟我們聯繫，我們很樂意為您服務。

服務時間：周一至周五 09:00~18:00

傳真：+886-2-8712-3366

客服專線：+886-2-8712-5398

客服信箱：member@digitimes.com

免責聲明

本公司提供之報告內容係根據本公司認可之資料來源，並基於特定日期所進行之判斷，惟由於產業倍速變動、資訊之不完整及其他不確定因素，本公司並不保證本研究報告內容於未來仍具備正確性與完整性，報告中所有的意見及預估，如有變更恕不另行通知。

本研究報告資訊，僅提供客戶做為一般參考，並非針對特定對象提供專屬之建議，使用者如有參考或內部引用時做為決策依據，應自行判斷衡量該資訊，並自負引用之結果。除顯係可歸責乙方之事由外，使用者不得因使用本研究報告資訊所造成之任何直接或間接之損害要求乙方負責。本報告之內容取材自據信為可靠之資料來源，但概不以明示或默示的方式，對資料之準確性、完整性或正確性作出任何陳述或保證。本研究報告載述意見進行更改與撤回不再另行通知使用者。本研究報告內容屬大橡股份有限公司(以下簡稱DIGITIMES)之著作權，嚴禁抄襲與仿造，具體詳請參閱本報告之著作權聲明。

著作權聲明

大橡股份有限公司(DIGITIMES)所屬網站與平面刊物(DIGITIMES 科技網、智慧應用、橡經閣、活動+、電子時報等)上刊載的所有內容，包括但不限於文字報導、照片、影像、插圖、錄音片、影音片、檔案、網站畫面的安排、網頁設計等素材，均受到中華民國著作權法、國際著作權法律及智慧財產權相關法律的保障，相關智慧財產權包括但不限於商標權、專利權、著作權、營業秘密與專有技術等。

網站與平面刊物內容的著作權為大橡股份有限公司(DIGITIMES)所有，或其他授權 DIGITIMES 使用的內容提供者所有。

使用者下載或拷貝網站與平面刊物的內容或服務僅限於供個人、非商業用途之使用，但不得以任何形式傳輸、重製、散布或提供予公眾。使用人利用時必須遵守著作權法的所有相關規定，不可變更、發行、播送、轉賣、重製、改作、散布、表演、展示或利用 DIGITIMES 所屬網站與平面刊物上局部或全部內容及服務以賺取利益。