

吴良材×阿里千问共同打造上海首家千问 AI 眼镜全国旗舰店 强强联手重塑智能视光消费新生态

新闻晨报记者 钱鑫

当大模型 AI 浪潮持续重构消费电子赛道，下一代随身交互终端智能眼镜正迎来从实验室走向大众日常的关键转折点。

8月12日，百年视光老字号吴良材联合阿里千问 AI，共同打造的上海首家千问 AI 眼镜全国旗舰店，于上海南京东路 719 号启幕。本次开业盛典集结商业集团、AI 科技企业、上海元启元宇宙产业促进中心、上海市多媒体行业协会、上海虚拟现实产业协会、主流媒体等多方重磅嘉宾，以一场兼具仪式感与行业深度的高规格活动，完成千问 AI 眼镜线下布局在上海城市核心商圈的战略延伸，本次活动由新闻晨报特别策划。三联集团携手阿里千问，正式开启了“传统视光专业服务+大模型 AI 智能硬件”融合消费的全新范式。

一边是扎根城市核心商圈、积淀三百年专业视光服务底蕴的老字号吴良材，一边是手握自研千问大模型技术、深耕智能穿戴硬件的科技头部企业，二者强强联手，于上海中华商业第一街联袂落地上海首家千问 AI 眼镜全国旗舰店，这并非是一次简单的品牌联名开店，而是有关实体零售数字化转型、AI 硬件线下场景落地的两大行业的深度实践。

百年老字号联手头部 AI 落子南京路打造全国首店

作为扎根上海三百余年的中华老字号，吴良材隶属百联集团旗下三联公司，深耕专业验光、眼健康服务数百年，拥有线下实体渠道、视光专业服务、大众消费信任三大核心优势；阿里千问 AI 依托自研大模型技术，打造 G1、S1 全系列消费级 AI 智能眼镜，深耕下一代随身交互终端赛道。双方此次强强联合，选址“中华商业第一街”的南京东路步行街，打造上海首家千问 AI 眼镜全国旗舰店，是两大品牌双向赋能、优势互补的关键战略落地。

门店构建“线下沉浸式体验—专业医学验光—AI 智能硬件销售—售后全周期服务”一体化服务链路，区别于机场店轻量化快体验模式，核心面向城市主流消费人群、行业从业者打造深度体验阵地。

店内设置千问全系列 AI 眼镜专属体验区，配备专业视光师一对一讲解产品实时翻译、AI 识图、语音助手、全天候开放式穿戴等核心功能，让消费者摆脱智能硬件“重科技、轻适配”痛点，将 AI 智能眼镜与日常光学配镜需求有机结合，实现一副眼镜兼顾日常视力矫正与全景智能交互。

本次南京东路首店的开业，标志着千问



AI 眼镜线下渠道完成重要升级：从交通枢纽流量型门店，进阶至城市核心商圈标杆体验店，精准触达大众日常消费客群，补齐线下深度体验、专业验配服务短板；对三联集团而言，这亦是老字号视光品牌拥抱大模型智能穿戴的标志性落子——依托吴良材专业视光底座承接 AI 硬件创新，实现传统验光配镜服务向“智能视光综合服务商”的业态跃迁，为旗下老字号数字化转型、科技消费场景落地打造可复制标杆，二者合力重塑智能视光消费新生态。

齐聚各界大咖 多维发声构建品牌矩阵

本次新店亮相，全程高含金量内容输出，汇聚商业、科技、媒体、元宇宙产业、通信、智能穿戴联盟数十位行业领袖，多维发声构建权威品牌矩阵。

活动上午的线上打卡互动同步开放，提前营造科技 + 老字号融合氛围。现场上海三联集团、阿里千问 AI、新闻晨报三方领导，分别从老字号数字化转型战略、千问线下渠道布局逻辑、媒体视角智能穿戴产业发展三大维度，解读本次跨界合作的行业价值。

上海三联（集团）有限公司董事长辛觉慧表示门店落地南京路，源于世界人工智能大会启发，是集团智能眼镜战略关键布局。三联依托旗下老字号，以专业视光服务为基础

搭建智能眼镜消费生态。企业坚持兼顾护眼专业与 AI 产品适配服务，将携手各方推动 AI 技术落地日常消费，助力上海打造 AI 共生之城与国际消费中心城市。今天这家店的开业，是三联智能眼镜战略布局的重要一步。未来，三联将持续完善智能眼镜线下体验网络，让更多消费者在专业、可信赖的服务场景中，真正走近智能眼镜。

阿里集团千问 AI 硬件销售部负责人白云海在致辞中谈到：南京路见证多轮商业技术变革，品牌落地全国首店，意在让 AI 眼镜新品类在成熟商圈接受市场检验。合作中由吴良材负责专业验光配镜，千问专注将大模型 AI 融入眼镜硬件。当下行业普遍存在用户不懂产品功能的痛点，AI 眼镜的核心是让人工智能从手持工具变为面部随身伙伴。行业突破重点在于用户的实际使用体验，门店将落地沉浸式试戴、产品经理驻店收集用户反馈、沉淀真实生活化使用内容三大举措，成熟模式后续将推向全国。

新闻报社社长秦川祝贺吴良材 × 千问 AI 眼镜全国旗舰店落地南京东路。新闻晨报在 7 月 17–19 日联合三联集团策划、举办了 AI 智能眼镜市民体验周，让 AI 科技走进市民生活，本次门店落地正是前期科普体验成果的延续。秦川表示，作为主流媒体，新闻晨报主动搭建大众与 AI 科技的桥梁，并联动政企、老字号、科技企业跨界融合，依托全媒体矩阵传播上海首发经济与智能视光新业态。

现场播放的千问 AI 眼镜品牌宣传片，直观展示大模型赋能智能穿戴的技术实力与生活化使用场景。

活动的圆桌对话，聚焦《AI 如何重塑视界未来》。由新闻晨报记者钱鑫主持，与上海三联、阿里千问、上海元启元宇宙产业促进中心、上海虚拟现实产业协会四大领域嘉宾同台深度研讨，围绕老字号线下渠道如何承接 AI 穿戴浪潮、千问大模型 AI 眼镜差异化竞争优势、上海智能眼镜产业发展机遇、AI 眼镜与 VR 设备场景互补、线下门店创新增值商业模式等行业核心议题展开干货分享。

南京东路上吴良材携手阿里千问共同打造的千问 AI 眼镜全国旗舰店，成为了本次论坛的核心话题。上海三联集团副总经理沙天兵表示，依托南京路商圈流量优势与吴良材三百年视光专业积淀，携手阿里千问打造线下体验窗口，既实现老字号守正创新，也完

成专业验光服务与 AI 智能硬件优势互补。传统眼镜行业需跳出单品售卖思维，向场景化体验、全生命周期用户服务转型，主动融入 AI 产业生态。

上海元启元宇宙产业促进中心主任、上海市多媒体行业协会副秘书长端木海婴指出，当前行业存在跨平台生态适配不足、使用门槛高等痛点，上海坐拥完整智能眼镜全产业链与专项扶持政策，具备产业落地核心优势。AI 眼镜正处于规模化上升初期，民用、工业、文旅等多元场景加速落地。

上海虚拟现实产业协会秘书长、集之互动联合创始人刘华宾介绍了 VR 与开放式 AI 眼镜赛道定位，二者互补共存，大模型将同步赋能两类设备，AI 眼镜有望成为手机之外主流随身终端。线下门店可转型 AI 科普空间、跨界合作试验场，以视光科技顾问、私域长效运营打造“硬件销售 + 持续服务”创新商业模式。

阿里千问 AI 硬件销售负责人白云海介绍，线上成熟渠道能力搭配南京路线下门店的体验，补齐了个性化试戴需求。千问 AI 眼镜凭借多元光学适配方案与自研大模型生态，突破竞品单一功能局限，依靠软硬一体能力构筑差异化竞争力。此次全国旗舰店进入上海南京东路核心商圈，则进一步拓展了千问 AI 眼镜的线下体验和服务场景。

整场活动覆盖政企、媒体、行业协会多方主体同台发声，打破单一品牌自宣局限，形成跨领域、多维发声的权威背书，夯实千问 AI 眼镜“科技 + 专业视光”双核心品牌定位。

店开放深度体验 让科技走进大众

在新店亮相之际，门店一二楼将持续提供千问 G1、S1 全系列 AI 眼镜免费试戴、专业验光配镜一对一服务；开业活动期间到店选购 AI 智能眼镜，可领取专属成交礼品。

此次吴良材 × 千问 AI 眼镜全国旗舰店上海首店开业盛典，成功搭建科技品牌与传统视光行业的交流平台，完成渠道战略升级与多层次权威品牌背书沉淀。

未来，双方将持续深化合作，依托南京路标杆门店探索智能视光全新商业模式，持续推动 AI 大模型智能眼镜走进大众日常生活，引领国内智能视光全新赛道蓬勃发展。

