

全球首个机器人消费节见闻

▶ 本报记者 刘琴

8月2日,全球首个以机器人消费为主题的节日“E-Town机器人消费节”,在北京经济技术开发区(简称“北京经开区”),又称“北京亦庄”举行。本届消费节旨在拓展机器人消费场景,推动机器人走进千家万户。

机器人消费节将持续至8月17日。

一站式“边逛边买”

据北京经开区有关负责人介绍,机器人消费节活动推出四大消费场景,实现一站式“边逛边买”。

全球首个具身智能机器人4S店,主要面向企业端用户提供涵盖医疗类、工业类、陪伴类、仿生类、人形双足类、集成类、人形轮式7类50余款产品,打造场景体验一即时销售一服务交付“一体化”模式,提供线下领取购物券服务;世界机器人大会和机器人大世界线下消费场景,主要面向线下消费用户展示并售卖41家参展企业的百余款产品;京东商城E-Town机器人消费节专区,主要面向线上消费者提供四足机器人、双足机器人、外骨骼机器人等4类63个品牌店铺680余款机器人产品;通过与北京亦庄华联购物中心、龙湖北京亦庄天街等六大商圈的600余家商户,共同打造科技商圈消费场景。

“没想到机器人还挺厉害

近日,国际数据公司(IDC)称,在人工智能(AI)与机器人加速融合的背景下,全球机器人产业正迈向智能化、具身化的新阶段。中国机器人产业加速崛起,不仅市场规模持续扩大,更是在具身智能领域加快技术突破与应用落地,日益成为全球机器人技术竞争格局中的关键驱动力。

中国成全球机器人市场重要竞争者

IDC预测,到2029年,全球机器人市场规模将超过4000亿美元。其中,中国市场份额占据近半,并以近15%的复合增长率位居全球前列,成为推动全球机器人产业增长的核心引擎。

中国机器人产业的快速发展得益于制造工程能力优势、先进技术加速投入、场景适配效率提升以及产业政策有力支持。中国企业在多个机器人赛道持续深化技术研发与产品创新,推动市场拓展,正稳步实现从“追随者”向“引领者”的战略转型。

其中,在商用服务机器人方面,2024年,全球商用服务机器



“机器人研究所”餐厅

本报记者 刘琴/摄

的,我只是险胜一局。”在具身智能机器人4S店与围棋机器人下棋的小朋友说。这位小朋友的父亲张先生告诉记者,家里没有人会下围棋,会考虑购买一台围棋机器人,这样孩子不仅有了下棋的玩伴,还能提升棋技。

全球首个具身智能4S店店长王一凡说,该4S店一期面积4000平方米,主要功能是展销、运维、零部件供应、信息反馈等。“最大的亮点是让消费者可以直观、沉浸式感受机器人的各种性能。”

据介绍,4S店一层“智造臻选区”打造“人形、应用、康养、家庭、潮玩、体验”六大展销专柜,近距离感受北京人形机器人创新

中心天工2.0、优必选Walker S、星海图R1pro等多维应用机器人的实际性能;二层“未来互动区”可与宇树G1、加速进化Booster T1同场竞技,或与元萝卜象棋、围棋机器人对弈;三层“智慧维保区”展示机器人换件、诊断、远程运维“一站”式服务流程。

沉浸式感受“舌尖+文化+科技”

与具身智能机器人4S店相邻的“机器人研究所”,是一家以智能机器人为主题的新潮餐厅。

出杯、清洗雪克杯、加奶盖、落杯盖、压紧杯盖、送入取餐柜……在餐厅茶饮机器人一系列操作下,一杯新鲜的饮料出炉。消费者用小程序打开柜门便取到了

刚刚在手机下单的一杯定制饮料。

爱睿特(北京)智能科技有限公司CEO王国栋告诉记者,这款茶饮机器人每天产量超过千杯,除食材预处理和物料补给环节,饮品制作过程无需人工干预。

在“机器人研究所”,下棋机器人、酒保机器人、回收垃圾机器人等多元服务型机器人可以现场作业,提供煎饼、烤串、咖啡等各类美食和饮品;消费者还可与苏轼、李白机器人现场对诗,完成一次“舌尖+文化+科技”的全沉浸式“打卡”。

“机器人研究所”负责人孙玲在接受记者采访时说,在这里,人们能够体验到机器人上餐、机器狗送饮料、机器人乐队演出等服务;同时通过打造一个沉浸式机器人应用场景,机器人企业可以在这样真实的商业消费场景做实验,收集真实的机器人消费场景数据,进一步完善机器人的各种性能。

搭建四大服务体系

“活动期间,我们将同步发放消费券,参会者在世界机器人大会现场可领取、使用消费券购买机器人产品、特色文创产品并品尝机器人制作的美食;消费者

也可到具身智能4S店、机器人大世界购买特色产品享同等优惠;线上在京东商城购买机器人,也可通过E-Town机器人消费节专区领取消费券。”北京经开区有关负责人介绍说。

其中,个人消费者购买机器人产品最高可获得1500元补贴,企业消费最高可获得25万元补贴。

同时,机器人消费节活动搭建四大服务体系,让科技“可触、可尝、可带走”。

具体看,持续丰富机器人购物体验服务体系,鼓励机器人企业开发更多符合市场需求的机器人产品,释放机器人消费新势能;持续丰富机器人特色餐饮服务体系,比如,世界机器人大会美食区售卖机器人制作咖啡及其他体现机器人元素的餐饮;持续丰富机器人文创产品服务体系,为消费者提供沉浸式机器人主题文创消费体验;持续丰富机器人打卡活动服务体系,设置机器人消费节护照、体验消费地图打卡活动。

北京经开区商务金融局局长李冬明在接受记者采访时表示,举办机器人消费节的目的在于,通过一系列促消费活动,降低机器人售价,让更多机器人能够走进千家万户,以消费侧需求反哺研发端,推动机器人产业从“技术驱动”走向“需求驱动”,形成“研发一应用一反馈一优化”闭环。

机器人竞争进入“中国时间”

▶ 本报记者 孙立彬

人出货量突破10万台,配送机器人和清洁机器人占据市场主导地位。中国厂商以84.7%的出货量引领全球,头部企业持续推动产品智能化和多场景落地,市场规模快速扩张。同时,中国厂商在具身智能、系统集成等核心技术领域持续突破,结合丰富的多场景应用实践,推动商用服务机器人实现快速智能化升级。

在四足机器人方面,中国厂商宇树科技、云深处依托完善的供应链体系与高度集成的产品设计,在性能表现、出货规模及开放性等方面实现突破,正逐步重塑全球市场领导格局。

在人形机器人方面,中国人形机器人行业正通过“技术突破一应用验证”的双向循环模式加速发展,吸引多元厂商积极参与,协同构建产业生态,推动行业持续进步。IDC预测,2025年中国人形机器人商用销售出货

量预计约5000台,2030年将增至近6万台,年复合增长率超95%。

在协作机器人方面,中国工业机器人正加速“出海”,依托成熟完备的本土产业链体系形成显著的成本优势,持续拓展海外市场。2024年,中国工业机器人厂商海外收入总计超过20亿美元,其中协作机器人出口收入达到约7410万美元,同比增长34.7%。

中国具身智能机器人加速发展

IDC认为,具身智能机器人是机器人智能化发展的重要方向。中国厂商正加快构建具身智能机器人完整产业链,在多行业场景率先落地应用,推动技术从验证走向规模部署。

总体看,具身智能机器人正加速从技术突破走向应用落地,呈现八大关键趋势。

感知能力持续增强:3D视觉感知技术不断提升,使机器人对环境 and 物体具备更精准的理解与操作能力。

大模型成为核心驱动力:多模态具身智能大模型赋能机器人自主学习、感知理解与决策规划能力,轻量化、低算力模型加速在各类终端平台的落地应用。

仿真与世界模型不断完善:高保真物理仿真环境和世界模型建设加快,助力运动控制优化、多任务泛化能力提升。

开源共享加速推进:具身智能发展亟需多模态、多场景的高质量资源支撑,产业界正积极推动模型、算法、仿真环境、数据集等关键资源的开源共享,构建协同共进的创新生态。

多样化机器人载体融合发展:协作、复合、商用服务、四足及人形机器人等与AI深度融合,共建具身智能能力体系,提升跨

场景适应力。

细分场景特定任务率先落地:在工业装配、打磨、上下料以及商业服务领域的操作类任务中,具身智能机器人展现出更强的适应性与灵活性。

人形机器人实现小规模落地:人形机器人在商用服务、特种作业等领域已初步开展应用落地,预计将逐步实现千台级商用部署。

生态体系加速构建:产学研协同推进云服务、算法、数据、仿真平台、硬件开放接口等底层基础设施建设,推动标准体系和行业规范建设,促进资源互通与能力共建。

IDC中国机器人与物联网领域研究经理李君兰表示,中国已成为全球机器人市场的重要力量,具备迈向具身智能机器人下一个阶段的产业链、技术和应用基础,整体呈现出蓬勃发展态势。