

有点新消费

百亿市场前夜，谁在海南“租”机器人？

□ 本报记者 郭静瑜



机器人穿着海南民族服饰舞动。受访者供图。

海口日月广场的中庭，围满了人群。

人群中央，四只 Unitree 机器狗正踩着鼓点整齐划一地扭动，偶尔来个前腿离地的高难度作揖，引得孩子们尖叫着往前凑。旁边那台 1.3 米高的人形机器人“身穿”品牌服饰，“僵硬”又认真地朝观众拱手拜年。

“这是我们新春促销活动，租了一整天。”现场一位负责执行的商场工作人员告诉海财经·证券导报记者，现在没个机器人站台，都不好意思说自己是搞活动的。

不远处，一位穿着红色马甲的年轻人正紧盯着手中的平板电脑，屏幕上跳动着机器人的实时运行参数。他正是本次机器人运维工程师。“别看它现在跳得欢，背后的调试工作很细，边运行、边盯场，是咱们这行的常态。”他说。

当下，机器人租赁市场方兴未艾。iiMedia Research(艾媒咨询)最新研究数据显示，2026 年中国机器人租赁市场将迎来爆发式增长，规模预计突破 100 亿元，较 2025 年的约 10 亿元实现 10 倍级跃升，年增速超 900%。

从“一周回本”到“价格腰斩”，挤泡沫的一年

就在一年前，这个市场还处在疯狂的“捡钱”时代。

2025 年春晚，宇树科技的 H1 机器人扭着秧歌一夜爆红，二手市场上，一台人形机器人的日租金被炒到 1 万元至 2 万元。佛山租赁商雷勇林曾回忆，那时有人喊出“一周回本”的暴富神话。

然而，神话的保质期比想象中短得多。

“去年下半年开始，价格开始往下走。”海南寰智科技有限公司总经理邵志华向记者坦言。这家总部在海南的科技公司，主要承接华南地区的机器人租赁落地服务。他刚处理完一个三亚免税店的订单——一台人形机器人，两天活动，报价含工程师差旅，总价不到 8000 元。

平均下来，日租金已经跌破 4000 元。

这不是个例。行业数据显示，即便是最火的春晚同款宇树 G1，今年元宵档期的日租也只有四五千元，不到去年最高点的四分之一。而进入 3 月淡季，市场上甚至出现了千元以内的报价。

“价格战太凶了。”邵志华苦笑。在他看来，这是产品端内卷的必然传导。2025 年下半年，人形机器人新品价格从数十万元下探至几万元，松延动力甚至推出了万元以内的消费级产品。那句“买一个比租一个还便宜”的调侃，正在变成现实。

但他并不悲观。“挤掉泡沫不见得是坏事。”他说，去年那些冲着“新奇感”冲动入场，甚至不懂运维的个人炒家，今年

基本被“洗出去”了，留下来的是能提供稳定服务、懂场景运营的专业团队。

同时，市场的需求还是越来越大的。比如 3 月 19 日-22 日在海口观澜湖举办的 World 巡回赛海南高尔夫精英赛，海南寰智科技有限公司将为赛事呈现精彩表演，曾在央视春晚舞台上大放异彩的宇树人形机器人与机器狗会在这场“传统的绅士运动”增添浓厚的科技色彩。

机器人租赁市场的火热，也从另一个侧面印证了需求的增长。记者了解到，作为国内最大的机器人租赁平台，擎天租平台由智元机器人发起成立，今年 2 月中旬刚刚宣布启动全国城市合伙人战略，原计划招募 600 人，报名人数却突破了 16000 人。

谁在租？谁在买？百亿市场的 B 面与 A 面

如果说 2025 年是机器人租赁的“启蒙元年”，那 2026 年无疑是“平台混战”与“场景深耕”的交织之年。

擎天租平台数据显示，2026 年春节期间，平台订单环比增长近 70%。其中，娱乐表演类占比 34%，商业营销类占比 31%，教育文旅类占比 19%。这意味着，超过六成的机器人被租去“搞气氛”了。

“订单主要来自三拨人。”擎天租海南区域相关运营人员告诉记者。

第一拨是商场和地产商，用于暖场引流，追求“网红效应”；第二拨是企业年会和发布会，需要科技感加持，甚至有公司点名复刻春晚《武 BOT》节目；第三拨开始冒头，是个人用户——求婚、接亲、给孩子过生日，399 元租个机器狗玩一天，成了新一代的“仪式感”。

“热闹归热闹，真正的挑战是复购率。”他坦言，很多客户是一次性尝鲜，活

动结束就没了下文。这也正是行业面临的尴尬：表演场景撑起了百亿市场的想象，却难以支撑持续稳定的盈利。

优必选创始人周剑曾直言，跳舞商演并非能持续发展的大方向。可矛盾的是，下沉市场对此需求巨大。为此，优必选也计划在 2026 年推出商演专用机器人。

在供给端，头部厂商的出货量已初具规模：宇树科技 2025 年出货超 5500 台，智元机器人约 5200 台。这些机器人中，相当一部分流向了租赁市场。

据 IDC 统计，去年全球人形机器人出货量中，高达 36.8% 流向了文娱演出场景。这也解释了为何各大平台争相入局——擎天租、万机易租、京东自营租赁先后上线，90% 的租赁公司被纳入平台麾下。价格战固然惨烈，但平台看中的是人口价值和未来场景的卡位权。

“机器人租赁还是新物种，不能与汽

车租赁直接对比。”擎天租 CEO 李一言此前接受媒体采访时坦言，平台暂时不考虑盈利，先做规模。毕竟，很多人还没接触过机器人，谁能率先建立起覆盖全国的履约网络，谁就可能在百亿市场真正爆发时，拿到那张关键的“船票”。

而眼下，这场关于“船票”的争夺战，正以最接地气的方式在海南上演——商场里跳舞的机器狗、球场上递奖杯的人形机器人、婚礼现场充当“气氛组”的钢铁伴郎们，它们用一次次略显笨拙的互动，悄然完成着对大众的“具身智能启蒙”。

从这个角度看，那些为了一场活动被租来租去的机器人，或许正是这个百亿市场最忠实的“布道者”。

等到某一天，机器人真正走进工厂、走进家庭、走进日常生活的每个角落时，人们会发现，最早的相遇，是从“租一个试试”开始的。



机器人穿着潮流服饰在跳舞。受访者供图。