

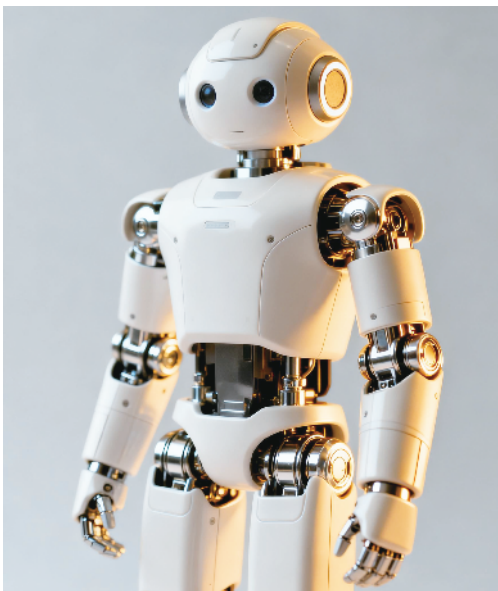
# 人形机器人租赁生意是真风口还是过渡期？

机器人的热度从技术圈溢出到大众消费层面后，人形机器人租赁市场已经开始膨胀。在社交平台上，不少企业年会、商场活动，甚至孩子的生日派对，都出现了机器人的身影。

与此同时，资本市场对具身智能的热情仍在升温。开年至今，多家机器人公司完成新一轮融资，估值迅速攀升至百亿元级别。机器人企业纷纷宣布量产计划，一些品牌甚至开始布局线下门店，试图复制消费电子的销售模式。

一边是资本与技术推动下的产业狂飙，另一边是仍然观望的消费市场。缝隙之中，尽管具身智能还未普及，一部分人已经开始通过租赁的方式，让机器人先走进舞台、商场和派对。

但当价格快速下跌，玩家蜂拥而入，这门生意也正在面临一个所有新技术产业都会遇到的问题：这究竟是成长中的长期市场，还是技术落地前的过渡阶段？



具备一定的视觉识别能力，可以通过摄像头感知环境，实现基本的手眼协调，但在复杂舞台环境中，大部分动作仍需要人工介入。

这意味着，一场机器人演出，本质上仍然是“机器人+人类团队”的组合。

与此同时，机器人在活动中的工作时间也存在一定限制。多位租赁商向记者介绍，一台机器人在满电状态下通常可以连续工作2至3小时，之后需要充电约1小时。按照常规活动节奏，一台机器人一天的工作时间大约为8小时。

因此，大型活动往往需要准备多台设备轮换使用，这种运营方式，也使得机器人租赁逐渐形成一种类似“设备+服务”的商业模式，租赁商不仅提供机器，还负责技术支持、编排、运输以及现场保障。正因如此，一些平台开始提出RaaS (Robot as a Service) 的概念，即机器人即服务。客户不再只是租设备，而是购买一个完整的活动解决方案。

## 租赁是过渡还是新产业？

“（价格）肯定会继续降。”阿天认为，市场上的机器人越来越多，价格肯定往下走。

在供给端，这种趋势已经显现。

2025年被视为机器人量产元年，大量设备开始进入市场。平台型企业也在迅速扩张。2025年12月，国内首个开放式机器人租赁平台“擎天租”正式发布。

擎天租平台包括用户、租赁商、内容开发者与本体设备商等各方，核心是将机器人使用场景转化为类似共享充电宝的便捷租赁模式，从而打破当前机器人租赁市场运营成本高、合作链路复杂、内容同质化严重等行业痛点。

“平台化的本质是把分散的供需做成可复制的规则。”余怡然分析，“定价体系、交付验收、故障响应，这些都标准化后，交易效率会大幅提升。”

在需求端，活动和营销场景仍然是最大市场。擎天租公布的数据显示，目前，在机器人租赁场景中，娱乐表演类订单占比约34%，商业营销类约31%，教育文旅约19%。

这些场景都有一个共同的特点——短期、集中、曝光度高。

余怡然认为，当前机器人租赁市场的“量增价跌”，本质上是供需共同作用的结果。随着产业链成熟和制造成本下降，设备折旧、维护以及资金成本都会逐渐降低，从而推动租赁价格下行。

“这个行业能持续存在，就说明它是有价值的。”阿天认为，租赁不会因为机器人变便宜而消失。在他看来，未来即使机器人价格下降，旗舰型号仍然会存在租赁需求。

不过，并非所有机器人公司都愿意把精力放在租赁市场上。

一家头部具身智能企业相关负责人表示向记者表示，他们目前并没有重点布局租赁业务，而是把资

源集中在工业场景的交付上。原因在于，真正的生产力应用虽然难度更高，但天花板也更高。

换句话说，在部分具身智能企业看来，租赁更像是一条现金流补充赛道，而不是最终目标。

此前，魔法原子联合创始人顾诗韬也谈到，人形机器人短期能快速创收的场景，确实是文娱表演、租赁、导览导购等。这个市场还在蓬勃发展，日韩、新加坡能看到很强的表演和导览需求，欧洲、中东等地区也一样。

顾诗韬认为，机器人产业要落地，一定要形成大众品牌认知。机器人的表演并不仅是简单的卖货行为，更多的是打开具身智能未来赋能千行百业的一把钥匙。

## 下半年行业将迎质保考验

如果说2026年上半年是机器人租赁市场的扩张期，那么下半年，行业可能会迎来另一个考验。

原因在于质保周期。目前市场上大量机器人是在2025年前后出货的。阿天介绍，大部分厂商的整机质保期通常为一年到一年半，这也意味着，从2026年开始，大量设备将陆续进入过保阶段。

一台机器人日租价格在下降，看起来“很美”，但张毅在接受采访时透露，人形机器人面临的挑战之一就是机器折旧快，年均折旧率在20%—30%，维修成本高。

阿天坦言，一些品牌的机器人甚至在两次活动后就需要返修，而稳定的品牌大约20次活动才需要维修。一旦超过质保期，维修费用往往需要租赁商自行承担。“就拿宇树来说，正常返修一次的价格在1万元到2万元。”

对于依赖高频使用来摊薄成本的租赁商而言，这无疑是一个新的压力。

从更宏观的角度来看，租赁市场实际上正在扮演一个特殊角色，它既是机器人进入大众生活的入口，也是产业规模化的“缓冲带”。

余怡然认为，行业需要加快推进大小脑协同的工程化落地，使机器人在复杂环境中仍能实现稳定、安全且可重复的动作表现。

简单来说，就是减少对人工干预的依赖。目前很多租赁场景仍需技术人员全程跟场，一个人盯一台机器，这种模式注定无法规模化。只有当机器人的自主能力足够强，当遥控操作变成真正的泛化能力，租赁的商业模式才能跑通。

真正决定行业未来的，仍然是那个更基础的问题：机器人什么时候能开始真正干活？在那之前，舞台灯光下的机器人，仍然是这个产业最醒目的人口。而租赁这门生意的存在，让机器人在大规模进入工厂和家庭之前，先找到一条能够自我造血的商业路径。具身智能要走向现实世界，可能仍然需要更多这样的“过渡市场”。

供稿：《每日经济新闻》作者：可杨

## 租赁成具身智能消费入口

咨询电话开始大量打给租赁商。

北京硅基公园科技有限公司(以下简称硅基公园)的负责人阿天(化名)告诉记者：“年后到现在，电话接了三五百通，但真正成单的很少。”

多家市场机构的调研结果显示，机器人租赁正在快速成为用户接触具身智能产品的主要方式。艾媒咨询CEO(首席执行官)张毅表示，2025年中国机器人租赁市场规模约10亿元，而2026年预计将接近或突破100亿元，年增长率超过900%。

对于大多数企业和个人而言，购买一台机器人仍然是一个昂贵且具有风险的决定，设备价格动辄十几万元甚至数十万元，技术迭代又极快，一旦买人很可能很快过时。租赁恰好提供了一个折中的选择。张毅认为，租赁实际上解决了三个问题：买不起、用不起以及更新太快。

价格变化也印证了这一趋势。

张毅介绍，2025年初，人形机器人的日租价格普遍在1万元至2万元；到2026年，大多数活动租赁价格已经下降到3000元至5000元，部分平台甚至推出999元的体验套餐。

此前，擎天租创始人李一言也曾提到，2025年3月至5月，机器人单日租赁价格为1万元到2万多元，现在基本上3000元左右就能租一台机器人。

而淘宝上的一家宇树租赁商报价更为“激进”：非节假日的单台价格已压到4500元，且含税、含技术人员、含所有差旅费用。

CIC灼识咨询董事总经理余怡然认为，机器人，尤其是人形机器人在商业演出、导览接待等商业化应用场景中的应用价值逐步被验证，其角色正经历

由“新奇道具”变成“流量资产”的阶段，尤其在春晚舞台等活动端的集中曝光会显著放大租赁需求。

当技术仍在快速迭代、价格尚未稳定时，租赁往往成为新产业扩散的第一步。在手机普及之前，人们租过BP机(寻呼机)；在共享单车出现之前，人们租过公共自行车。机器人租赁，或许也在某种意义上重复着类似路径——当人们还不确定机器人能做什么时，他们更愿意先租来看看。

## 租多少机器人就需要多少“人类协助”

阿天是国内最早一批进入这个行业的人之一。2025年春天，当宇树机器人成为市场上最受欢迎的产品时，他敏锐地意识到这可能是一门新生意，当时机器人日租金一度飙升到1.2万元至1.5万元。

目前，硅基公园拥有近30台机器人，订单主要来自活动策划公司、展会公司以及企业年会。

尽管让机器人走进千家万户是行业大部分人的愿景，但至少到目前为止，机器人租赁的主力客户并不是家庭用户。在租赁市场中，活动策划公司实际上是最稳定的需求来源。

在淘宝平台上，一家宇树机器人租赁商向记者介绍，一台机器人单日租金约4500元，并且每台机器人都需要配备一名技术人员现场操作。“如果你租两台，我们就会配两位技术老师。”这位工作人员说。

目前，机器人表演仍然高度依赖人工控制，例如舞蹈演出时，每台机器人都需要对应一个遥控手柄，技术人员通过手柄保证动作同步。只有这样，多台机器人才能形成整齐的群舞效果。

所谓遥控操作，是指机器人并不是完全自主行动，而是由人类操作者实时控制动作。虽然机器人

# 情绪价值“变现”：万亿元级新赛道正提速升级

早春三月，北京某互联网园区的咖啡厅内，26岁的“情绪秒回师”林悦正紧盯着手机屏幕，快速且温和地回复着客户关于焦虑的倾诉。这不是简单的聊天，而是一场明码标价的情感陪护。林悦告诉记者，近期，类似的订单量翻了近一倍，她的日程已排到下周。而在各大招聘平台上，“居家秒回师”“情感陪伴主理人”等职位近期频繁刷屏，月薪在5000元至12000元不等，甚至有岗位开出了“14薪、薪资日结”的诱人条件。

记者在走访调研中发现，这股由“情绪价值”驱动的就就业热潮，折射出我国情绪经济持续壮大、日渐成为消费新引擎的时代趋势。据艾媒咨询数据，我国情绪经济市场规模在2024年已达2.3万亿元，预计2029年将突破4.5万亿元。政策层面也释放出积极信号，国务院办公厅日前印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》明确提出，“支持将符合条件的情绪式、体验式服务相关职业纳入国家职业分类体系”，为情绪经济规范化、职业化发展提供了重要支撑。

受访专家表示，情绪经济快速升温既是社会心理需求升级的集中体现，也是我国服务消费向品质化、体验化转型的重要标志。在政策引导、市场驱动与就业结构优化的多重作用下，相关新业态、新职业加速涌现，正成为拉动消费、拓展就业、提升民生幸福感的新增长引擎。

## 新职业多点开花 情绪消费成刚需

今年以来，情绪经济催生的新职业呈现快速增长、业态多元的鲜明态势——从专业心理疗愈、情感咨询、心理健康服务，到即时情绪陪伴、宠物情绪安抚、疗愈空间运营，再到情绪礼品策划、治愈系内容创作、企业心灵效能与情感连接服务，已覆盖专业疗愈、轻量陪伴、场景体验、内容文创、企业服务等多个赛道。

值得关注的是，相关职位月薪与月薪普遍高于传统服务业同类岗位，其中一线城市情绪管理师平均月薪可达8000元至12000元，陪诊师、陪拍师等灵活岗位月薪在50元至200元不等。

进一步整理相关招聘需求，记者发现，这些新职业普遍具有轻资产、强互动、高感知、灵活度高等特点，无需高额设备投入，更注重从业者的沟通能力、共情能力与专业素养，既契合年轻人追求自由、注重自我价值实现的就业偏好，也适配灵活就业与居家办公的发展趋势，快速形成了规模化的从业人群。

那么，市场需求究竟有多大？记者走访调研多家情绪服务机构、电商平台及相关从业者发现，情绪消费的需求已从“小众需求”升级为“大众刚需”，不同年龄、不同群体的需求呈现出差异化、精细化特征，且付费意愿持续提升。

以“委托老师”(二次元文化角色扮演中被指定角色的一方)为例，作为情绪经济下兴起的轻量型情绪陪伴与情感疏导从业者，涵盖线下COS委托(约会式陪伴)、线上语C委托(文字互动)及举牌、代拍等小众服务，属于情绪陪伴师的典型细分业态。

“市场需求很大，通常需要提前1个月预约，特殊节假日不仅要更早预约，收费也会相应上调。”一

位名为“禾禾日”的委托老师告诉记者，服务流程一般包括：确定服务日期与约会时段、收取定金、填写委托问卷、规划行程安排、提供售前沟通、交付售后返图，最后结清尾款。

“服务客群以年轻群体为主，这类人群对情绪价值、陪伴体验与个性化情感服务的需求更为突出，也更愿意为专业、优质的情绪陪伴服务付费。”该委托老师介绍。

在某社交平台，记者联系到一位多次购买委托服务的消费者夏女士。作为“95后”职场白领，她告诉记者：“工作压力大、社交圈小，很多情绪没法跟朋友和家人说，委托服务能提供一种稳定、可控、高质量的陪伴。比起物质消费，这种被重视、被理解、被陪伴的感觉，更能缓解内耗。”

她坦言，自己愿意为专业的情绪陪伴付费：“一次半天的线下委托大约500元至800元，虽然不算便宜，但能换来一整天的好心情和情绪放松，对我来说很值。现在身边不少朋友都有过类似体验，大家对‘为情绪价值买单’的接受度越来越高。”

## 多方合力赋能 产业发展提速升级

情绪经济相关职业的涌现并非偶然，而是行业迅速发展壮大的必然产物。近年来，随着社会节奏加快，人们对情绪价值的需求快速增长，推动情绪服务市场持续扩容。

开源证券在研报《“人、货、场”迭代升级，关注情绪消费赛道机会》中表示，零售业态“人、货、场”演进升级，“品质+服务”驱动下，情绪消费为行业带来新机会。其中，“人”的方面，情绪价值驱动消费意向，“研究型消费+悦己导向+长期主义”成为三条主线。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇对记者表示，互联网平台的兴起打破了地域限制，让情绪服务能够实现精准匹配，平台化、机构化运营逐步取代个体零散接单，一批专注于情绪服务、陪伴服务的企业应运而生。

国家政策的引导与支持，进一步加速了新职业的演变进程，推动情绪经济相关职业逐步梳理出标准化的服务流程、合理的定价机制与完善的交付标准，推动行业从碎片化向规模化、规范化转型。

比如，人力资源和社会保障部持续推进新职业征集与发布工作，一批与情绪、体验、康养相关的工种进入公示与认证序列，为情绪类新职业的标准建设提供了重要依据。地方层面，重庆、湖北等地在2026年政府工作报告中也明确提及“情绪价值”“情绪经济”等关键词，将情绪需求与提振消费相结合，赋予行业新的发展内涵。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊认为，包容审慎的监管框架为行业创新营造了更为宽松的环境，既为新业态留出发展空间，也为情绪经济长期健康发展奠定了制度基础。

职业教育与培训也同步跟进。多所职业院校与培训机构纷纷开设情绪管理、陪诊服务、体验策划等相关课程，内容涵盖心理学基础、沟通技巧、服务规范与职业边界等，推动从业者从“简单陪伴”向专业化、规范化升级。

据记者不完全统计，上海开放大学、厦门理工学院、株洲开放大学等院校已率先开展标准化培训，联合卫健部门、三甲医院与头部服务平台，推出陪诊师、健康助理员等定向技能课程，通过理论教学、实景模拟、合规考核相结合的方式，形成“培训—考核—上岗”闭环培养模式。

上海开放大学相关负责人表示，针对陪诊师在日常服务过程中可能遇到的心理问题，学校将通过心理评估、心理支持与疏导等措施，确保陪诊师始终能以良好的心理状态为老年人提供专业、温暖、高质量的陪诊服务。

## 短板问题凸显 规范之路仍需深耕

在情绪经济快速升温、新职业不断涌现的同时，行业野蛮生长带来的标准缺失、资质参差不齐、监管滞后、权益保障不足等问题也日益凸显。

首先，从当前情况来看，情绪服务领域尚未形成全国统一的准入门槛、服务规范、定价标准与评价体系，多数细分赛道仍处于“低门槛入场、凭经验服务、按口碑定价”的粗放发展阶段。

记者以求职者身份走访调查发现，市面上大量情绪疗愈师、情感陪伴师、情感指导师等从业者，入

行门槛极低、培训严重缩水。不少用人单位表示，零基础学员经过几天到十几天的短期速成培训，无需相关专业背景，即可结业上岗、对外提供服务。令人担忧的是，部分用人单位甚至表示，无需任何资质证明，仅凭个人经验即可开展情绪疏导、情感咨询等专业服务。

其次，收费不透明、定价随意化现象普遍存在。同一类型的情绪陪伴、疗愈服务，在不同平台、不同从业者之间报价相差数倍，部分商家利用信息差与消费者情绪需求，推出天价疗愈课程、溢价陪伴服务，涉嫌诱导非理性消费。

夏女士对记者表示，目前市场上“委托老师”的收费标准差异悬殊，低价者150元即可提供包天服务，高价者报价则无明确上限，整体定价缺乏统一标准、随意性极强。更令人困扰的是，一旦出现服务内容缩水、从业者中途违约、定金或服务费不予退还等问题，消费者往往陷入维权无门、投诉无果的困境，现有维权渠道不畅，导致其合法权益难以得到有效维护。

再次，从业者群体同样面临职业保障缺失的困境。在安光勇看来，大量情绪服务从业者以灵活就业、个体接单为主，未签订正式劳动合同，缺乏社保、医保等基础保障；此外，当服务中遇到用户心理危机、情感纠纷时，非专业从业者缺乏识别、干预与转介能力，易引发次生风险。

最后，从行业发展层面看，同质化竞争与创新不足问题同样突出。大量跟风入场的从业者与机构，集中在轻量陪伴、基础解压等低壁垒环节，产品与服务高度雷同，缺乏核心竞争力；而真正具备专业资质、标准化流程、深度疗愈能力的优质供给相对短缺，难以匹配市场对高质量、规范化情绪服务的需求。

在此背景下，安光勇建议，推动情绪经济高质量发展，一方面，应加快推进职业分类库工作，将具备条件的情绪式、体验式服务相关职业纳入国家职业分类体系，明确职业定义与职业范围，同时尽快制定统一的国家职业标准与服务规范，规范培训与认证流程，培育一批专业的培训机构与从业人才；另一方面，完善权益保障机制，明确平台、企业与从业者的权利义务，推动签订正式劳动合同，健全社会保险保障体系，畅通投诉维权渠道。

情绪经济本质上是“以人为本”发展理念的生动彰显，既是经济增长的新赛道，又是人文关怀的新载体。可以预见，随着政策的不断完善、行业的持续规范、从业者专业水平的不断提升，情绪经济将持续释放潜力，在满足人们多元情感需求、稳定就业、拉动消费的同时，为经济高质量发展注入更多温暖动能。

据《证券日报》作者：田鹏 郭冀川