

# 日租金从3万元跌至3000元 机器人租赁冰火两重天

企查查数据显示,截至2026年4月初,我国现存约15.3万家机器人租赁相关企业。2025年全年,我国累计注册3.82万家机器人租赁相关企业,同比增加55.7%,创近十年相关企业注册量新高。



聂英好/供图

证券时报记者 聂英好

机器人租赁赛道站上资本与市场的双重风口。今年3月,擎天租完成了机器人租赁赛道单笔最大融资;京东、万机易租等纷纷入局机器人租赁,截至2026年4月初,我国现存约15.3万家机器人租赁相关企业。在需求端,2026年春节以来机器人租赁需求快速增长。

亿元级融资落地、巨头加速入局、订单量爆发式增长,机器人租赁行业看似一片火热,但繁华背后,行业的多重困境已然显现:租金从早期单日3万元跳水至3000元左右,部分基础机型跌破千元,同时运维成本高企,“量增价跌”挤压行业利润;场景落地偏于文娱表演,常态化刚性需求尚未形成;中小租赁商陷入设备闲置、资金链承压的困境等。风口之下的机器人租赁赛道,该如何破解商业化落地的核心瓶颈?

## 机器人租赁市场火热

机器人租赁这个曾经小众的市场,在2025年这短短一年间需求火热、订单大增,大量中小型商户涌入,并随着平台型选手入局,而正式成为资本与产业关注的焦点。

智能机器人租赁在2025年12月底联合发起成立机器人租赁平台擎天租后,京东也火速下场,京东自营机器人租赁构建起涵盖具身机器人、机器狗和外骨骼机器人在内的产品矩阵,万机易租、机时租等租赁平台公司亦相继成立。企查查数据显示,截至2026年4月初,我国现存约15.3万家机器人租赁相关企业。2025年全年,我国累计注册3.82万家机器人租赁相关企业,同比增加55.7%,创近十年相关企业注册量新高。

2026年春节更是成为机器人租赁需求爆发的关键节点。证券时报记者从擎天租了解到,2026年春节前(初一至初七),该平台机器人租赁订单环比增长近70%,整个假期累计订单突破5000单。京东方面的数据亦显示,京东自营机器人租赁业务在2026年1月的成交额环比增幅超100%,春节期间订单量整体环比增长130%。

“如今越来越多的企业客户和普通消费者开始尝试机器人租赁这一服务,从租赁的核心应用场景来看,现阶段以文娱场景为主,散单多为商演、开业、导览等场景,项目性场景则包括大世界机器人展馆、机器人搏击大赛等。同时客户也在探索机器狗的新需求,如科技园或警务巡逻、安检、装修场景的上下楼运输等,这类需求兼具消费服务与工业级应用特点。”擎天租CEO李一言在接受证券时报记者等媒体采访时说。

资本的目光也在加速从“技术端”向“应用端”聚拢,对于机器人租赁商业模式展现出高度兴趣。成立不到三个月的时间,擎天租就在3月18日宣布完成天使轮及天使+轮两轮融资,累计

融资金额达亿元级。截至目前,擎天租平台订单已经超过5500单,全平台可调度机器人设备已经超过3000台。

李一言认为,这笔融资是对机器人租赁商业模式的重要认可,资金将重点用于铺设全国标准化的履约服务网络、升级平台的资产与调度系统,并依托真实场景数据赋能产业链上下游。

“非常看好人形机器人租赁平台的模式,租赁平台让机器人租赁、商业演出等服务实现了标准化、体系化。”松延动力创始人姜哲源曾在接受证券时报记者采访时表示。

## 行业面临价跌利薄等难题

赛道火热的背后,机器人租赁行业也在迅速迎来供给过剩、需求质量不高和行业内卷等多重压力。2025年初单日租赁价格还能破万元的机器人,到如今日租金均价大幅降至3000元范围,行业已出现“量增价跌”现象。

证券时报记者查询多个平台后发现,目前市面上出租的机器人以宇树科技、智元机器人的人形机器人为主,宇树人形机器人G1日租金在2500—3500元,跳舞款U2机器人日租金在4000元左右,机器狗日租金则在400—500元。

“现在行业玩家众多,裸租机器人利润被压得很薄,日租价更多是用来拉客户、走量,真正赚钱靠后面的增值服务。”杭州一名从事机器人租赁行业的负责人告诉记者。

上述负责人表示,目前机器人租赁行业的商业模式并不是简单靠把机器人借出去赚钱,而是通过“设备周转+技术服务+场景打包”这一模式实现盈利。换言之,租机器人是入口,卖技术和方案才是利润。例如,租赁客户需要给机器人编舞、武术、敲鼓、迎宾话术、互动问答等定制程序,这部分单独收费,价格往往高于租金;机器人稳定性差,必须配工程师驻场调试、应急抢修,驻场服务费按天或按场次另算。

在价跌利薄的问题之外,运维成本较高也成为机器人租赁行业发展的另一大障碍。目前行业普遍采用“一台机器人配一名技术人员”的模式,大型活动中一人可实现群控,专业操作人员的人工成本,叠加物流成本与机器人维修成本,导致不少中小机器人租赁企业面临现金流压力。2025年下半年,作为国内机器人租赁集散地的华强北,有超90%的租赁档口撤场。

此外,机器人租赁的常态化刚需尚未形成,而常态化需求恰恰是决定机器人租赁生意能否长期成立的关键。“目前机器人租赁的场景高度集中于商业演出、企业年会、商场促销等文娱领域,这种场景结构使得行业需求呈现明显的季节性波动,春节、国庆、企业年会等时期订单排满,而3—4月、7—8月等淡季,很多机器人只能闲置在仓库里,盈亏平衡较为吃力。”上述负

责人向记者表示。

## 平台化运营成趋势

面对行业多重痛点,平台化运营成为破局关键,头部企业纷纷通过整合上游厂商资源与下游服务网络,搭建全国性服务体系,探索可持续的商业化路径。

“机器人规模化应用的关键,并非单个项目的成功,而是一套能够在全国范围内持续运转的服务网络,因此亟需建立一个平台来运行这一网络。”擎天租联席总裁、城市合伙人战略负责人李立恒指出。

擎天租的“共享租赁+平台化调度”模式,将动作开发从3天压缩至1小时,降低服务成本同时,通过标准化交付,将机器人从设备销售转变为可持续服务形态。据了解,擎天租目前已整合了智元、加速进化、宇树科技、灵初、逐际动力等七家具身智能厂商的机型,可调度机器人规模已超3000台,服务网络覆盖全国100多个城市。

万机易租则引入“滴滴+淘宝”模式,一端连接机器人厂商、代理商和闲置设备持有者,另一端对接各类需求方,通过智能匹配提高设备利用率,也是以共享经济模式破解机器人“重资产采购、高门槛使用”的行业痛点。用户可通过小程序便捷下单,按需提供全品类的机器人。

对于当前行业的“量增价跌”,李一言指出,机器人租金下跌是良性的市场调节行为,早期高租金源于市场信息不对称,价格回调伴随订单量快速爆发,是行业健康发展的表现。

“行业不会陷入恶性价格战,因为机器人租赁有研发、履约、资产调度等成本支撑,价格最终会由市场决定。受机器人数量、类型、作业时长影响,机器人租赁的合理健康价格区间大致在5000元/天左右浮动。”李一言坦言。

擎天租首席战略官王明峰表示:“目前5000元左右的客单价仍让单台设备具备可观收益能力,而价格下降降低了行业使用门槛,带来用户量、场景量、订单量的大幅增长,整体市场处于需求持续扩张的蓄势阶段。”

李一言判断,机器人租赁行业有效机器人资产供给不足,仍有大量需求未被满足,随着市场认知持续提升,新需求将不断被创造。“如今机器人租赁行业发展逻辑类似早期汽车服务网络,现阶段核心是搭建城市服务网络,打通‘最后一公里’;未来价值链会向仓储物流、设备调度、本地维修保养、展示体验中心、场景运营等环节延伸。”李一言强调。

## 机器人新视界

# 第六届中国国际消费品博览会在海口举办 科技赋能消费新生态 自贸港红利释放全球合作新机遇

<<上接A1版

傲胜全球首发uDreamAI五感养身椅;小鹏汇天带来全球首台陆空两栖分体式飞行汽车;科大讯飞携最新AI眼镜亮相;孚宝智能全球首发第五代小宝智能康养陪伴机器人。此外,群核科技、荣泰、淘天集团、安永等企业也将携全球首发、亚洲首展、中国首秀产品亮相。

作为当下最为火热的智能眼镜品牌之一,乐奇Rokid品牌在本次海南消博会上亮相,并带来了其核心产品乐奇AI眼镜。据介绍,作为已实现量产的全球最轻全功能AI+AR眼镜,乐奇AI眼镜外观与普通眼镜一样,重量仅49克,搭载衍射光波导技术,真正实现全天候舒适佩戴。

乐奇Rokid联合创始人向文杰告诉证券时报记者,消博会是中国消费市场风向标,乐奇Rokid本次参加消博会是希望结合“科技消费”理念,让更多人看到人工智能技术带来的硬件产品如何改变生活场景。未来在产品迭代方面,乐奇Rokid将持续减轻产品重量,技术上让显示从单色走向全彩,并将产品做得更加个性化。

海天集团本次以“AI+电商”为核心主题参与第六届消博会,在展区现场,海天集团展示了中国智造在全球消费电子领域的领先实力,包括XREAL、VITURE、INMO、玄景等AI眼镜品牌;RINGCONN、追觅的智能戒指及宇树科技的智能机器人;以及科大讯飞的AI耳机与智能学习设备,彰显“技术+场景”融合下的消费新体验。

海天集团天猫业务发展中心总监叶祖丽向证券时报记者介绍,在本次消博会上,海天集团一方面展示海天平台上的AI能力应用,另一方面是展示所有与AI主题相关的产品,如宠物智能产品、AI眼镜、智能穿戴、机器人等设备,让消费者全面了解“AI+消费”这一主题。

“我们把这些AI产品带到展会来,让大家近距离体验,同时也通过展会流量助力平台销售。海南自贸港封关为海外商品进入中国提供了很好的试验田,极大降低了海外品牌和商品入华门槛与进入速度。很多海外品牌想进入中国市场时,会把海南作为首发地,测试中国消费者的体验。如果表现良好,后续再通过大贸或跨境方式,通过海天平台推向全国消费者。”叶祖丽表示。

## 消博会与海南自贸港协同效应显著

商务部副部长盛秋平表示,举办消博会是贯彻落实党中央、国务院关于大力提振消费、扩大高水平对外开放决策部署的务实举措,也是服务海南自贸港建设“三区一中心”目标的重要平台。商务部将从两个方面促进消博会与自贸港双向赋能:一方面,用好海南自贸港政策,推动消博会高质量发展;另一方面,提升消博会的平台功能,更好赋能海南自贸港建设。

海南自贸港自去年全岛封关运作后,“零关税、低税率、简税制”等政策让展品得以快速通关、保税展示、即展即销、免税销售,直接实现“展品变商品”。本届消博会作为海南自贸港全岛封关运作后的“首秀”,政策红利与平台效应的叠加优势尤为明显。记者在现场采访发现,国际品牌与国内企业普遍对海南自贸港的发展前景充满信心,纷纷借助消博会平台布局新市场。

来自浙江的机器人企业孚宝智能携多款智慧医养、智慧教育产品亮相本届消博会,同时在展会现场进行第五代“小宝”智能康养陪伴机器人全球首发。孚宝智能创始人贾国强向记者介绍,第五代“小宝”优化了多语言能力,支持英语、法语、德语及东南亚多语种,能够更好地适配不同国家和地区的使用需求;在健康管理方面,全新升级慢病管理闭环服务,集成血压、血糖、体温、心电图等多维度健康监测能力,支持一站式指标采集、智能分析并生成专业健康报告。

“这是孚宝智能首次参加消博会,我深切感受到海南对人工智能企业的高度重视与支持。消博会与自贸港政策形成叠加效

应,税收优惠和贸易便利等优势显著,我们公司愿在海南布局,尤其外贸业务可有效降低成本。”贾国强表示。

三亚海旅免税城负责人告诉记者,自海南自贸港全岛封关运作以来,三亚海旅免税城客流与营收均实现稳健增长。“海南自贸港封关运作后,免税商品范围扩容升级,为承接政策红利,顺应消费者从‘刚需消费’向‘品质消费’的升级趋势,三亚海旅免税城围绕商品供给体系开展针对性优化,重点从品牌引进、品类拓展、业态创新三个维度发力,匹配不同客群的消费需求。”

中免集团强调了消博会与自贸港的协同效应,作为全球领先的旅游零售运营商,中免集团连续六年参展。“中免集团积极响应国家号召,依托母公司中国旅游集团强大的资源,以消博会为桥梁,持续深耕离岛免税、激活消费新场景,以全球精品链接美好生活,以开放姿态拥抱世界机遇,为推动免税行业高质量发展、建设海南国际旅游消费中心、服务国家高水平对外开放贡献坚实力量。”中免集团方面表示。

盛秋平表示,消博会有力推动了海南自贸港政策红利转化为市场活力、产业动力和发展实效。截至目前,已经有70余家头部企业在参加消博会后落户海南。“消博会已成为引领消费升级趋势的‘风向标’,消博会为全球优质消费品进入中国市场打开了快捷通道,也为促进消费提质升级、激发中国大市场潜力注入了源源不断的新动能。”

## 海内外头部公司踊跃参展

消博会作为全球消费精品的国家级展会,始终是海内外头部公司布局中国消费市场、抢占创新先机的重要阵地。

记者在消博会现场看到,王府井、华熙生物、片仔癀、科大讯飞、荣泰健康、伊利集团、中免集团等“常驻嘉宾”纷纷深度参与本次消博会,海外雅诗兰黛集团、欧莱雅集团、资生堂集团等国际头部美妆日化集团也继续亮相。此外,本届消博会引入不少全新品牌,如全球知名旅游零售服务商Avolta、宝洁旗下高端护肤品牌SK-II、自行车生产制造和零售商RE等均是首次参加消博会。

华熙生物连续六年亮相消博会,在本届消博会上,华熙生物以系统化展陈方式呈现其在合成生物领域的突破成果,展示了旗下润百颜、夸迪、米蓓尔、肌活、润致及华熙当康等品牌矩阵,并将举办皮肤科学创新转化新品发布会。

“海南自贸港的制度型开放为生物科技产业提供了独特的发展环境。”华熙生物方面向记者表示,“立足这一优势,华熙生物在海南累计投资十几亿元建设生命健康创新基地,重点聚焦生命健康领域的核心技术研发与产业化转化。基地充分发挥自贸港在贸易和投资领域的创新政策,部分关键原料可从境外进入并享受免关税待遇,在完成加工增值后,产品既能进入中国市场,也可面向全球销售。”

加拿大驻广州总领事馆总领事贝加德表示,消博会对加拿大具有重大意义,自2021年首届消博会举办以来,加拿大每年都积极参与其中。作为今年展会的东道主,加拿大代表团将是历年来规模最大的,一系列具有代表性、吸引力的加拿大优质产品将参展。

据了解,本届消博会主宾国加拿大搭建了400平方米的国家馆,集中展示其特色产品与文化;瑞士、捷克、爱尔兰等12个国家和地区组织官方团参展,俄罗斯、保加利亚等国首次设立国家馆,进一步丰富了国际展品的多样性。

商务部副部长盛秋平说,本届消博会还同步启动2026年“购在中国”国际消费季,助力消费者惠购全球精品。“通过消博会等平台,将各国优质商品引入中国,吸引更多国际品牌来华首发首秀首展。同时,加快培育本土优质品牌,让中国成为全球好物的集聚地。我们希望‘购在中国’不但满足中国老百姓的美好生活需要,也让更多外国朋友在中国享受美好生活体验。”

# 北方稀土预计一季度实现净利润逾9亿元

证券时报记者 刘灿邦

4月13日晚间,北方稀土(600111)发布业绩快报,2025年实现营业总收入425.63亿元,同比增长29.11%;净利润22.51亿元,同比增长124.17%;基本每股收益0.6227元。公司同时披露的业绩预告显示,北方稀土预计2026年第一季度归母净利润为9亿元—9.4亿元,同比增加109.14%—118.43%。

据介绍,北方稀土科学组产排产,强化研产销协同联动。推进产品结构调整和工艺技术升级,丰富产品品类满足差异化市场需求。深入开展多维度对标,推动全工序联动降本,加工全成本同比进一步降低,系统降本成效显著。以市场需求为导向,优化营销体系,创新营销策略,加大市场开拓,近年来首次实现镧产品年

度销大于产,镧产品库存消化成效显著。公司主要产品产销量同比实现不同幅度增长,为新能源等产业发展提供节能降碳的稀土材料选择。

与此同时,北方稀土不断夯实产业基础,全面巩固规模优势,加快推进重点项目建设及产业高端化、智能化、绿色化、融合化转型升级。稀土绿色冶炼升级改造项目一期已投产,产线全线贯通;二期开工建设并加快推进。稀土金属、磁材合金、磁体及二次资源利用等产业链并购重组、合资合作、扩能增产项目建设高效推进,部分科研成果转化项目实现规模化生产,公司生产效率、产业链价值创造力及核心竞争力进一步提升。

北方稀土表示,2026年第一季度,稀土市场整体呈走强态势,主要稀土产品价格震荡上

行。公司围绕年度生产经营任务目标,强化全面预算管理,协同降本提质增效,科学组产排产,发力市场营销运作,深化改革创新,强化集团管理与风险防控,推进重点项目建设,以管理与科研创新加快发展新质生产力,以良好的产业链价值创造力和核心竞争力为公司取得良好经营业绩提供坚实助力与保障。

北方稀土介绍,公司稀土绿色冶炼升级改造项目一期已投产,产线全线贯通;二期主工艺厂房主体结构完成,正在进行内部施工及设备招采;稀土金属、磁材合金、磁体及二次资源利用等产业链并购重组、合资合作、扩能增产项目建设有序推进。“通过抢抓市场机遇及内外协同施策,公司不断强化核心竞争力和核心功能,为第一季度业绩增长及高质量发展提供了坚实保障。”



图为第六届消博会现场。 聂英好/供图