

《功夫》电影舞蹈一登场便引爆全场——人形机器人随着经典旋律做出甩臂、踢腿、转身等动作，步伐精准到毫米级，科技感与娱乐性完美融合。紧随其后的“机器狗协同表演”更是令人惊叹：四足机器人迈着灵活的步伐，组队完成跳跃、翻滚等高难度动作，展现了机器人在运动控制、群体协同等领域的尖端技术。

全球首家机器人6S店开放日暨机器人街区首场巡演活动7月28日在深圳龙岗机器人剧场举行。该店采用“六位一体”模式，整合了销售、零配件、售后服务、信息反馈、租赁、个性化定制六大功能，为机器人从实验室走向市场、从技术概念走向生活场景搭建了桥梁。

机器人6S店增加了租赁和个性化定制

走进机器人6S店，各种各样的机器人触手可及。一进门，见到的便是引导机器人，这也是市面上较为常见的机器人种类。往店内深入，咖啡机器人、爬墙机器人、艾灸机器人、按摩机器人、巡逻机器人都可以见到。工作人员介绍，目前店内有上百种机器人，国内知名企业，如宇树机器人、乐聚机器人、众擎机器人等企业的机器人都可在店内见到。店内的一侧，是青少年空间。在6S店工作人员看来，这个空间可以激发青少年对于机器人的兴趣，在青少年心中埋下科技创新的种子。

“什么是机器人6S店？”活动现场，这个问题成为观众热议的焦点。深圳未来时代机器人有限公司CEO兼6S店店长林枫解释，不同于传统汽车4S店的“销售、零配件、服务、信息反馈”模式，机器人6S店在其基础上创新性地融入“租赁”与“个性化定制”两大核心模块，形成独特的“6S”模式。以“六位一体”的全生命周期服务体系，重新定义了机器人产业的服务标准与供需对接模式，为机器人从实验室走向市场、从技术概念走向生活场景搭建了高效桥梁。

租赁服务瞄准了市场的“空白地带”。展会迎宾、活动表演、应急巡检等短期需求场景，无需长期购置机器人即可灵活调用。活动现场，某展会策划公司负责人李先生正在咨询机器人租赁方案：“我们下个月有场科技展会，想租10台人形机器人做迎宾引导，6S店的租赁服务刚好满足需求，省去了购买后的维护成本，太方便了。”

这种灵活的租赁模式，不仅降低了企业与个人使用机器人的门槛，更能在短期内快速验证不同场景的机器人应用潜力，为后续的市场拓展提供数据支撑。林枫告诉记者，目前店内有十几款机器人可以租赁，比如说机器狗、导览机器人等。最便宜的租赁价格在1000元/天。

个性化定制则让机器人“按需生长”。餐厅送餐需轻巧灵活，工厂搬运需负重耐用，博物馆导览需精准讲解，6S店的技术团队从硬件设计、算法开发到外观造型，提供全流程定制服务。例如物流机器人可强化负重能力，导览机器人内置文物数据库，高危作业机器人适配特殊环境。这种“千人千面”的解决方案，让机器人真正成为万能场景工具。

深圳市龙岗区人工智能(机器人)署署长赵冰冰表示，希望能够把机器人从实验室和科研场景走向市场化，将这个机器人6S店打造成为机器人商业化的一个样板间，推动机器人走进消费级机器人时代。

全球首个机器人6S店深圳开业

从实验室走向市场，其中都藏着哪些未来生活方式？



7月28日，观众在机器人6S店参观。新华社发

首创“展销一体化”近距离实现人机互动

传统机器人销售多依赖线上渠道，用户仅能通过图片、视频了解产品，难以直观感受机器人的运动精度、交互能力与场景适配性。机器人6S店首创“展销一体化”模式，将冰冷的技术参数转化为可触摸、可互动、可体验的场景化展示。在开放日现场，观众可以近距离观察人形机器人的关节灵活度、与机器狗进行指令互动、体验服务机器人的日常协助功能，在亲身体验中建立对机器人技术的认知与信任。

“原来机器人不仅会干活，还这么会‘玩’！”带着孩子来观展的市民王女士兴奋地说。她的孩子正踮着脚尖，试图与一台会打招呼的服务机器人握手，机器人则用萌萌的声音回应：“你好呀，很高兴认识你！”这种近距离的互动，让孩子们对科技的好奇心被彻底点燃，也让机器人变成了可感知、可触摸的“朋友”。

机器人作为精密智能设备，其维修效率直接影响用户体验与产业口碑。6S店内置的“机器人零配件超市”堪称“机器人的急诊室”，汇聚了伺服电机、传感器、减速器等核心元器件，覆盖了主流人形机器人与服务机器人的维修需求。无论是家庭服务机器人的传感器故障，还是工业巡检机器人的机械臂损伤，都能在这里找到匹配的零配

件，配合专业技术团队实现“快速响应、即时维修”，将设备停机时间压缩至最短，为机器人的稳定运行提供坚实保障。

“买了机器人不会用”“遇到技术问题不知道找谁”是许多用户的痛点。6S店的服务体系从用户购买前的技术咨询，到购买后的操作培训、定期保养，再到长期的技术升级，形成了“一站式”服务闭环。现场设置的服务咨询台，由资深工程师坐镇，为客户提供一对一的操作指导、故障排查方案；针对企业客户，还提供定制化的技术培训课程，确保操作人员能熟练掌握机器人的各项功能。这种“保姆式”的服务，让机器人成为触手可及的“生活助手”。

26家企业签约“协同作战”机器人或成普通家庭标配

开业当天，也开启了机器人街区的首场巡演。7家国内顶级机器人企业的产品齐聚现场，带来了一场融合科技与艺术的视听盛宴。人形机器人带来的“斧头帮舞蹈”动作协调，表演诙谐，科技感与娱乐性完美融合；“机器狗协同表演”则展现了其在运动控制、群体协同等方面的实力。多家企业的展品涵盖家庭服务、医疗辅助、工业巡检、教育陪伴等领域。表演之外，记者在现场看到，机器人在人群中不停穿梭，人们与机器人亲密互动，未来感扑面而来。

活动现场公布的数据显示，目前已超过200家产业链上下游企业表达了进驻意向，其中人形机器人和服务机器人企业近50家，涵盖了从核心零部件研发到整机制造、从软件算法到场景应用的全产业链环节。

26家机器人企业现场举行集体签约仪式。众擎、宇树、乐聚等行业领军企业共同签署合作协议，承诺将在技术研发、场景共享、市场拓展等方面深度协作，共同推动机器人产业标准化建设与规模化应用。

“这次签约不是简单的合作，而是产业共识的凝聚。”签约企业代表表示，机器人产业正处于从技术突破向规模化落地的关键期，需要企业打破壁垒、共享资源、协同攻坚。例如，在核心技术领域，企业将联合攻关伺服电机、减速器等“卡脖子”难题；在场景应用方面，将共同开发适用于不同行业的解决方案；在市场推广上，将联手打造机器人品牌，提升公众认知度与接受度。

此次签约也被业内视为机器人产业发展的“重要里程碑”，标志着中国机器人企业从“各自为战”向“协同作战”的战略转变，为产业规模化发展奠定了坚实基础。据测算，随着生态体系的完善与技术成本的下降，未来3—5年，家庭服务机器人、教育机器人等产品的价格将大幅降低，有望像智能手机一样成为普通家庭的“标配”。

据新华社、人民日报、南方都市报、21世纪经济报道

□相关链接

人形机器人数据说

●中国工业和信息化部数据显示，截至2024年7月，中国持有的机器人相关有效专利超过19万项，占全球比重约三分之二。中国已连续11年成为全球最大工业机器人市场，近三年新增装机量占全球一半以上。

●中国电子学会预测，到2030年，中国人形机器人市场规模有望达到约8700亿元。

●中国信通院发布的《人形机器人产业发展研究报告(2024年)》预计，2045年后，我国在用人形机器人超过1亿台，进入各行业领域，整机市场规模可达约10万亿元级别。

●市场监管大数据中心数据

显示，截至2024年12月底，全国共有45.17万家智能机器人产业企业，注册资本共计64445.57亿元，企业数量较2020年底增长206.73%，较2023年底增长19.39%，呈稳健上扬态势。

从行业分布来看，智能机器人产业企业主要集中在科学研究和技术服务业、信息传输、软件和信息技术服务业以及批发和零售业，占全部企业的近八成。

从地域分布看，我国智能机器人产业的地域分布呈现出明显的梯度特征。东部地区吸引超三分之二的智能机器人产业企业集聚，企业数量占比高达66.06%，形成了智能机器人产业的“黄金

地带”。中部和西北地区的企业数量分布相对均衡，分别占比15.33%和14.97%。东北地区企业分布较少，占比仅为3.64%。

●北京发布的《北京具身智能科技创新与产业培育行动计划(2025—2027年)》提出，未来3年北京将在具身智能领域培育产业链上下游核心企业不少于50家，在三大场景实现不少于100项规模化应用，培育千亿级产业集群。

●4月19日，北京人形机器人创新中心研制的“天工Ultra”，凭借2小时40分42秒的成绩，夺得全球首个人形机器人半程马拉松冠军。

据光明日报