

在春晚舞台上表演,烹饪美味饭菜,自动识别温度或可疑物品…… 距离真正的“机器人时代”还有多远?

犹记蛇年春晚,宇树机器人身着小花袄、手持花手绢,踏着明快节拍灵动上演了一曲《秧BOT》,一经亮相便引爆全网,成为春晚名场面。马年春晚,机器人再次成为焦点。宇树机器人带来了一场硬核的《武BOT》,空翻、醉拳、舞剑、双节棍,甚至还有人与机器人的“对决”,流畅的动作让观众直呼“惊艳”。

2026年的春晚舞台,堪称中国机器人产业的一次“全景式展示”。舞台愈发精彩的同时,一个问题也愈发清晰:机器人成为我们可靠的日常伙伴,究竟还有多远?

延伸阅读

春晚机器人技能大盘点

央视总台马年春晚舞台上具身机器人秀出“十八般武艺”和超多技能点,惊艳了所有观众春晚“赛博”瞬间。马年春晚用大众都能看懂的方式,把“机器人能干什么”这个抽象问题,变成了一个个生动的画面。

技能点一:陪伴感MAX

1996年→2026年春晚“初代机器人”演绎者蔡明,时隔30年再次扮演赛博角色。小品《奶奶的最爱》里她有了一群会撒娇耍宝的新伙伴。它们会讲笑话、能变魔术,灵动舞蹈也不在话下,还能和人们互动贴贴,活泼可爱,治愈力十足,在日常生活中给足陪伴感。

技能点二:丝滑连招以武会友

节目《武BOT》武术,打醉拳、耍双节棍高难度跳跃、单腿连续后空翻,机器人变身武力十足的“功夫小子”和武校小朋友同台PK。你来我往间,一套套招式丝滑又连贯,秀出中国硬功夫。赛博版“以武会友”轻松拿捏武术招式里的刚柔并济。机器人还在奔跑中完成了穿插变阵,可谓“十八般武艺”样样精通。

技能点三:超强生活助手

在贺岁微电影《我最难忘的今宵》中,马丽给沈腾介绍了一位自己的“铁哥们”,它可是机器人界的斜杠青年,不仅爱好众多,还身兼数职它能盘核桃、捧哏、擅长成语接龙,还可以上岗做售货员,顺带打理家务当生活保姆,中国智造解锁了幸福生活新图景。

技能点四:舞力全开

机器人跟着音乐挥动手臂、迈动步伐舞姿灵巧流畅,节奏感十足。正如歌词中唱的“未来已来到”,从中国制造到中国智造,掀开了科技感满满的新篇章。

技能点五:与经典IP“梦幻联动”

当机器人与童年经典IP相遇会碰撞出什么样的火花?在国际范儿满满的浙江义乌分会场机器人大圣从天而降,脚踏祥云气势十足,金箍棒耍起来威风凛凛。除了炫酷的悟空,赛博世界里还有萌宠登场,在四川宜宾分会场,毛茸茸的机械大熊猫踏着热闹的节奏来拜年,圆滚滚的身形、摇头晃脑的神态萌翻观众。

现象

当机器人“整活”成为流量密码

2026年春节,人形机器人成为最火的“新年货”与“流量担当”。

春节假期,还未“进厂打工”的机器人已经在商场、庙会 and 年会现场频繁亮相。随着商演需求集中释放,机器人租赁市场热度升温,一线租赁渠道商也在春节期间“小赚了一笔”。

春节期间,在上海普陀区的环球港商城,近300台机器人和机器狗集结于此,不少都是央视或地方春晚同款。在这里,两台机器人戴上拳击手套,就能打得有来有回;穿上礼服的机器人翩翩起舞,从节奏感满满的街舞,到年味十足的团体舞,都能搞定;套上对襟或长衫,机器人像模像样地打起太极或咏春。还有套上舞狮服和熊猫皮肤的机器狗,旋转跳跃、来回奔跑,吸引不少小朋友一同追逐打闹。

机器人“组团出道”的地方不止环球港,随着机器人租赁业务兴起,春节期间,机器人走进了众多城市乃至县城。机器人租赁平台“擎天租”CEO李一言说:“春节是中国人最重要的情感交流节点,也是机器人走入真实生活场景的重要窗口。今年春节我们明显感受到,机器人不再只是舞台展示或科技符号,而是开始融入拜年互动、商场活动、文旅旅游等具体应用中。”

春节之前,“擎天租”储备了超2000台各类机器人和机器狗,但春节期间的实际需求仍超出预期。李一言表示,春节期间订单环比增长超60%。其中,围绕“新春拜年、庙会灯会巡游、商场春节活动”等节庆相关场景的订单占比超过54%,环比增长超过76%。从地域来看,订单来自全国31个省级行政区,呈现出

“一线领跑、新一线扩散、下沉城市跟进”的特征,包括安徽省阜阳市等地级市需求进入前列,机器人租赁已具备跨区域调度与下沉渗透能力。

有业内人士指出,本轮租赁热潮与春晚曝光及春节假期集中需求密切相关,是否具备持续性,仍需观察除节假日之外常态化时期的数据表现。当前收入结构仍以表演、活动和展示类场景为主,相对较浅。真正的考验是春晚结束后,人形机器人还能为客户提供哪些价值?

对此,李一言认为,商演本质上是“流量入口”,“节后我们更关注的是场景沉淀,比如商场导览、门店引流、教育互动等常态化应用,通过标准化内容包、培训和复购机制,把一次性表演转化为持续服务价值,而不是只做节庆生意。”

声音

从惊艳舞台到融入日常 机器人加速走进千家万户

◎ 郑勇钢

春晚舞台的惊艳,是中国机器人产业技术跃迁的生动注脚。从扭秧歌的“呆萌”到练武术的“神勇”,宇树机器人用一年时间完成了质的飞跃。

《武BOT》中,其关节控制精度达到毫米级,3米腾空后空翻落地稳如磐石,剑招精准度达±10毫米,完美复刻传统武术招式。更值得关注的是,本届春晚并非宇树“一枝独秀”,松延动力、银河通用、魔法原子等多家国产品牌集体亮相,上百台机器人贯穿武术、歌舞、小品等节目,形成了国产机器人的“量产元年阅兵式”。这种从单一表演到集群协同、从简单动作到高动态复杂交互的突破,标志着中国人形机器人已攻克运动控制、力觉反馈等核心技术,国产化供应链占比超过85%。

舞台之外,市场热度持续攀高。春晚刚落幕,银河通用标价近63万元的人形机器人上架即被抢空,松延动力万元级消费机器人订单排起长队。事实上,春晚舞台的技术早已走出实验室:宇树机器人的集群协同技术已应用于工业制造,松延动力的情感交互技术落地文旅演艺,魔法原子的四足机器人进入特种作业领域。从工业场景的精准作业,到服务领域的初步试水,机器人正从“舞台明星”逐步走向“产业骨干”,为走进日常生活奠定了坚实基础。

当然,从惊艳舞台到融入日常,仍需跨越几道门槛。首先是成本关,目前高端人形机器人数十万元的定价,远超普通家庭的承受范围;其次是场景关,春晚的预设动作表演,与家庭服务、老年陪护等复杂场景的自主决策需求仍有差距;最后是情感关,小品中机器人的精准接梗虽令人称道,但真正的情感共鸣与温度传递,仍是技术研发的难点。

不过,这份距离感正在被快速消融。随着国产供应链的成熟、规模化生产的推进,机器人成本下降已成必然趋势;具身智能技术的迭代,正让机器人从“机械执行”向“自主思考”进化;而政策对机器人产业的大力支持,更将加速技术与场景的深度融合。从春晚舞台的“功夫小子”,到未来家庭的“贴心助手”,这场跨越并非遥不可及。

蛇年的手绢,转出了科技的温柔;马年的拳脚,打出了智造的底气。2026年春晚的机器人盛宴,不仅是一场视觉狂欢,更是中国机器人产业从技术突破走向市场落地的里程碑。当硬核科技遇上人间烟火,当钢铁之躯融入日常琐碎,我们有理由相信,机器人成为可靠伙伴的那一天,正在加速到来。

本版制图 龚华林

问题

从舞台走入寻常百姓家还要多久?

从工业机器人灵活搬运部件,到陪伴机器人与孩子完成语音互动,再到居家机器人完成做饭、倒水、叠衣服等家务,越来越多的应用场景真切地呈现在人们眼前。人形机器人真正走入百姓家中的时代,是不是不远了?

“作为智能机器人的最高形态、具身智能的最佳载体,人形机器人正在加速迭代,并深度赋能社会生产与日常生活,在生产制造、仓储物流、安全防护、家政服务、教育医疗等场景中日益发挥重要作用。”中国科学技术协会主席万钢说。

“目前行业内公认的是,家庭场景是人形机器人发展的终极应用。”星尘智能市场部相关负责人万琳表示,由于家庭场景复杂、环境多变,对机器人的智能水平

和泛化能力的要求是最高的。

不过,也有业内人士坦言,人形机器人从舞台走入寻常百姓家,仍需时间。

去年,世界机器人大会现场,不少机器人企业展示了其机器人在家庭场景中的应用,探索机器人走进家庭场景的可能性。

加速进化研发的中小型机器人通过降低高度增强亲和力,主要应用于青少年教育场景。“目前满配版本售价8.8万元,未来针对家庭会推出简化配置版本,更具性价比。”加速进化销售负责人黄茜介绍,计划以运动场景为拓展方向,结合人工智能,通过语音交互实现课程及大模型在机器人本体上的应用,以此打造进入家庭的消费级机器人。黄茜坦言,未来还需要提

高智能程度、优化供应链上下游以缩减成本,商业化仍需3至5年。

“家庭是一个开放式的场景,每家每户的结构、布局都不相同,用户会对机器人发出什么样的指令也很难预测。在这种需求多样化、个性化的场景中,机器人只有足够通用、足够类人才有可能进入家庭。”智元机器人合伙人、具身业务部总裁、具身智能研究院执行院长姚卯青认为,技术的成熟需要一个循序渐进的过程。在进入开放式场景之前,要通过结构化场景、半结构化场景的训练,不断积累数据来提升人形机器人的智能水平,同时,随着大模型的发展,人形机器人的通用能力不断提升,最终才能达到进入家庭的技术条件。

破局

机器人的未来,还有多少可能性?

在一些餐厅,人们已经可以吃上炒菜机器人烧出的热气腾腾的美味饭菜;在博物馆等场景内,导览机器人带领游客边逛边讲解;在救援机构,四足机器狗早已代替人类进入危险或狭小领域内工作;在巡逻或安防场景,也有机器狗当起了自动巡检员,可以大范围不间断自主巡逻,自动识别温度或可疑物品,及时告知相关人员前来处置……机器人早已不再遥不可及,而是成为了人们身边的小帮手。

近年来,人形机器人产业得到了一系列产业政策的支持。2023年11月工业和信息化部印发《人形机器人创新发展指导意见》,明确了产业发展目标和方向,指出到2025年初,初步建立人形机器人创新体系。到2027年,人形机器人技术创新能力显著提升,形成安全可靠的产业链供应链体系,构建具有国际竞争力的产业生态,综合实力达到世界先进水平。

技术狂飙突进之时,我们更需沉下心来冷静审视。当机器人越来越逼近“人”的

特质,人类的独特价值该如何安放?失控的风险,始终悬于技术发展之上。

安全性备受关注,机器人移动可能造成碰撞,联网后的数据隐私也引发担忧。情感接受度则是深层门槛,麦肯锡调查显示,超60%受访者认为机器人无法真正理解人类情感。宇树科技创始人王兴兴将当前机器人技术比作“十岁孩子”,硬件能力提升显著,但高阶智能仍不足,提出具身智能拐点需实现“两个80%”标准。好在AI大模型迭代提供支撑,阿里千问Qwen3.5-Plus、智谱GLM-5等相继突破,为机器人“大脑”升级注入动能。

行业分析师表示,技术跑得很快,用户心理和社会规则尚跟不上,这是当前行业面临的核心矛盾。复购率低的核心是产品未真正融入生活——配送机器人仅限试点,应用场景有限;养老机器人仍停留在演示阶段,实际实用性有待提升,新鲜感褪去后用户热情迅速消退。

“AI智能体具备高度自主性,其安全性、可控性和价值伦理变得尤为重要。要确

保人工智能的研发、应用遵循伦理道德与人文关怀准则,让技术成果切实服务于人类福祉。”科技部原副部长李萌说。

消费级机器人的未来不在于替代人,而在于与人共生、补位服务。

安全与伦理标准亟待建立,中国电子学会已牵头制定《家用服务机器人安全技术规范》,欧盟推进“机器人伦理宪章”,标准统一将增强消费者信心。情感连接成为产品设计核心,亚马逊Astro二代增加表情屏,松下Resy模仿宠物行为,优选Walker X采用柔性手臂,拉近人机距离。

“未来,人与智能体的协同将成为常态。”中国科学院计算技术研究所研究员张云泉表示,当大量重复性、标准化的脑力劳动可由智能体替代,劳动者的角色也将从执行者转向管理者、决策者。这意味着,要进一步培养更多能够驾驭智能工具、与智能体高效协作的复合型人才。

(综合 央视网、《北京日报》、澎湃新闻等)