

机器人“上春晚”带火线下租赁市场

有平台订单环比增长近70%,娱乐表演和商业营销类机器人成市场主力

2026年马年春晚迎来阵容空前的机器人“钢铁军团”,来自4家企业的机器人悉数登场,表演覆盖舞台演出、智能互动、后台保障等多个场景,科技感十足,引发广泛关注。北京青年报记者注意到,春晚带火机器人后,线下机器人租赁市场迅速升温。据机器人租赁服务平台擎天租数据显示,今年春节假期(初一至初七)平台订单环比增长近70%,其中娱乐表演和商业营销类机器人成为市场主力。

平台上线 春晚同款机器人走进大众生活

今年春晚,来自宇树科技、魔法原子、银河通用、松延动力4家企业的机器人悉数登场,从去年的“秧bot”进阶为“钢铁军团”,多变的表演让观众直观感受到机器人的迭代进化。

其中,银河通用的具身大模型机器人登上贺岁微电影《我最难忘的今宵》,和沈腾、马丽完成实景互动;松延动力的人形机器人亮相小品《奶奶的爱》,现场展示了高速奔跑、连续空翻等高难度动作;在节目《武BOT》中,宇树科技的人形机器人开启“功夫模式”,与武术演员同台竞技,空翻、侧手翻、醉拳、双节棍等武术动作行云流水。

伴随着节日热度的攀升,机器人租赁市场也迎来一波流量红利。不少机器人平台趁机推出“春晚同款可租”专项活动,上线春晚同款机器人租赁服务,让登上春晚舞台的智能科技成果走出银幕,真正走进普通大众的日常生活。购买几台机器人动辄几十万,而租赁一台一天仅需几千元,门槛

的降低让科技变得触手可及。据擎天租数据显示,今年春节期间(初一至初七),平台的订单环比增长近70%。其中,娱乐表演类占比34%,商业营销类占比31%,教育文旅功能类占比19%,生活事件与情绪消费占比16%。

服务全包 租赁机器人价格呈下降趋势

如今租赁机器人像“打滴滴”一样方便,已经有相关平台连接供需两端,普通消费者可以在线直接下单。以机器人租赁服务平台擎天租为例,机器人的型号十分多样,从机器人狗到人形机器人,从基础款到进阶款,均有提供。可租赁的品牌包含智元、加速进化、宇树科技等,场景适配涵盖公司年会、企业展会、零售门店、体育竞技、文旅活动等十余种主要场景。

价格方面,北青报记者查询得知,租赁一台机器人每日费用从399元到



机器人在与观众互动。

13500元不等。其中,399元可租到宇树机器人狗GO2-air,这一价格已经包含免费上门配送、安装调试等,且免收押金;13500元则可租赁“奇妙夜”同款的仿生人形机器人“首形精灵·璇”。此外,平台还提供多种场景搭配的机器人组合套餐,供消费者选择。

据介绍,如今租赁机器人的价格正呈下降趋势,以某款人形机器人为例,2025年3月租金还在1万多元,如今每天仅需3000多元。

拥有6台机器人在平台出租的合伙人施先生算了一笔账:“一台机器人月均接单约10次,均价2500元,回本周约6到8个月。加上平台补贴和私下接单,实际回本更快。”在他看来,当前需求最旺盛的是景区、公园这类文旅场景。

对于具体的服务流程,施先生介绍,如果有客户下单,“先沟通需求——场地、着装、要不要定制动作;然后出具交付方案;最后工作人员带机器人上门,运输、调试、操作、互动,全包。”

未来趋势 租赁用户已从企业扩展到个人

在农历大年初一开幕的2026大都新春庙会上,来自松延动力、宇树科技等的多款“春晚同款”机器人亮相现场,引发观众围观;在景山公园寿星殿广场上,机器人跳起了舞蹈,为现场增添了一份新年活力;在北京五棵松万达广场,一场机器人足球赛火热开踢,大朋友和小朋友将偌大的球场围得水泄不通,商场客流量比平时增长了近三成……从舞台到身边,人形机器人已悄然成为这个春节的“表演主力”。

一位庙会摊主告诉记者,自己特意租了打扮成小马外形的机器人狗,“就给春节添点热闹劲儿”。擎天租平台数据显示,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%,成为春节期间机器人租赁热潮的核心驱动力。

除了这些大型场景,北青报记者在采访中了解到,如今一些街头小店也用上了机器人吸引客流,有调研显示,在使用机器人作为引流工具后,客流提升十分明显,门店客流普遍提升30%至70%。

在一家东北餐厅内,两个机器人正穿着花棉袄扭秧歌,餐厅老板表示,这两台机器人是从平台租的,一天1000元。“之前春晚那会儿就看中扭秧歌的机器人,正好我们是做东北菜的,可以匹配东北大秧歌,就定制了一下。你瞧,它们跳得跟我们店里阿姨不分上下。搞活动时用它吸引眼球,效果立竿见影。”

另一家销售文创用品的小店门口,机器人正握笔写毛笔字,不时有路人停下脚步,进店逛一圈。老板表示,机器人能够吸引消费者停留并且进店,为店里带来了实实在在的客流量和销售额。据机器人生产方介绍,机器人出厂的时候就会自带“写毛笔字”的技能包。不过,写毛笔字是个技术活,以目前机器人的“臂力”,还无法写出大师级的笔锋。

来自擎天租的数据显示,从春节订单来看,客户分布正从北上深这样的一线城市,向苏州、成都、重庆等新一线城市蔓延,其中999元的体验套餐最受欢迎。

擎天租联席总裁、城市合伙人战略负责人李立恒观察到一个明显趋势:“我们客户的用户已经从企业、会展中心,慢慢拓展到个人——有人租机器人办生日派对、搞小型活动,这类订单越来越多。”

(北京青年报 温 婧)

如何挑选杏鲍菇 才能味道好品质高

说起杏鲍菇,很多朋友在挑选时,往往专挑大的选,认为个头越大越好。其实,这样挑是不对的。

今天就和大家分享一下挑选方法,用这个方法买杏鲍菇,不仅味道好,品质也更高。

看长短。大多数朋友在挑选杏鲍菇时,都爱挑个头大、身形修长的。其实,品质好的杏鲍菇,长度一般在10-15厘米之间。

因为太短的杏鲍菇,生长过程中营养吸收不佳;而太长的杏鲍菇又生长过老,切开之后菌柄内部会发空,口感也不软嫩,容易塞牙。

长度在10-15厘米之间的杏鲍菇,品质最佳,生长过程中营养吸收全面,口感也最好。

试手感。买杏鲍菇可不能光看大小,那样很难挑到好的,最好拿起来试一试。品质好的杏鲍菇,拿在手里触感微润,肉质紧实有弹性。

而品质差的杏鲍菇入手

偏沉,轻轻一按就容易出水,这样的杏鲍菇品质不佳;如果摸起来黏手,则说明已经变质,切记不能买。

观菌伞。拿起杏鲍菇先试手感,接着再看菌伞。品质高的杏鲍菇,菌伞一定是收拢紧闭、聚集在一起的,菌伞顶部平滑,看上去厚实饱满。

反之,品质一般的杏鲍菇,菌伞微微打开,一般是采摘过晚导致的;如果菌伞完全张开,且褶皱里带有孢子,这样的杏鲍菇不新鲜,甚至已经变质,千万不要买。

看菌柄。看完菌伞再看菌柄。品质高的杏鲍菇,菌柄呈乳白色,湿润且富有弹性。反之,品质不好的杏鲍菇,菌柄颜色暗淡,用手按压会留下凹坑,不易回弹。

辨气味。最后拿到鼻前闻一闻气味。品质好的杏鲍菇,只有淡淡的清香,或者基本无味;反之,如果有酸味或其他异味,切记不能买,一定是品质不佳。

(据中国消费者报)

首文科马年文创跑出文化消费“加速度” “马上有喜柿”成节日人气王



马年春节,北京的街头巷尾,除了浓浓的年味,更吹来一股文化新风。从庙会到书城,从博物馆到交通枢纽,“和你在北京”首都文化科技集团(简称首文科)2026贺岁文化季中,各板块协同联动,将传统文化与现代创意深度融合,为市民和游客呈上一场年味足、创意新、参与强的文化盛宴。春节假期,首文科集团文创及图书板块整体表现亮眼,马年相关文创产品成为节日消费新亮点,展现出强劲的市场活力。

谁是今年春节文创新品中的人气王?首文科旗下彦博文化出品的“马上有喜柿”系列表现亮眼。这个从博物馆走出的文创IP,在节日期间持续走热,凭借其“传统+潮

玩”的设计理念,赢得了消费者的广泛青睐。其中,香囊皮革款等单品热度居高不下,成为社交平台上的“种草”热门,“马上有喜柿”新春大礼包同步走热。

与此同时,孔庙和国子监文创空间的“武官海马补子”冰箱贴、“状元及第”红包以及老舍纪念馆的“文趣刮刮乐”和“马上富贵”特调茶饮,也以独特的文化内涵和互动体验吸引了大量年轻游客驻足打卡。这个春节,首文科旗下歌华设计也紧扣马年主题,在天坛、地坛、7.8文化空间、国家会议中心四大阵地同步开展文创展销与特色活动,累计推出近500款新春文创。

(北京晚报 路艳霞)

春节假期后机票、酒店价格回落

中老年群体成错峰游主力

2026年春节假期,文旅市场实现了“开门红”。假期结束后,随着机票、酒店价格回落,错峰出游持续升温,旅游市场热度不减。

记者在北京丰台区一家旅行社门店看到,前来咨询、报名的市民络绎不绝。与春节期间以短途“打卡式”出游为主不同,节后游客更倾向于节奏舒缓、注重深度体验的品质线路。旅行社负责人介绍,节后国内酒店、机票价格明显回落,整体出行成

本较春节高峰期下降约20%至40%,带动咨询量持续增长。旅行社推出“慢节奏”“小团化”“康养型”等产品,增加自由活动时间,提升舒适度与品质感。

某旅游集团北京丰管路门市销售经理杨燕介绍,今年中老年错峰游的占比在35%左右,大部分的客人在1月初的时候就开始咨询和报名春节后错峰游的一些旅游产品,他们更倾向于康养、打卡加经典线

路的模式。

在河南云台山,雨雪过后云海翻涌,群峰若隐若现。数据显示,节后景区客流短暂回落随后逐步回升,日均接待游客约1.3万人次,其中60岁以上游客占比约三成。数据显示,北京、上海、三亚、重庆、广州、西安、成都、南京、杭州、厦门等传统热门城市依旧保持较高吸引力。黄山风景区、峨眉山、老君山、九寨沟等自然与文化类景区热度位居前列。

(据央视)