

# 优必选卖“陪伴” 讲故事还是真生意

## 四个版本, 11.98万—99万元

“全球唯一具备规模化量产能力的全尺寸超仿生人形机器人”“标志着人形机器人开始从工业场景迈向消费场景”，优必选对6月30日发布的优世界U1系列机器人的评价颇高。

该系列分四个版本：半身版的U1 Lite售价11.98万元、高配全身版U1 Pro售价16.98万元以及高动态全身版U1 Ultra，其中U1 Ultra男版99万元、女版88万元。

以U1 Ultra男版为例，该机器人名为凌晨Nix，身高183cm，42kg，全身拥有24个主动自由度和64个被动自由度，面部33个自由度、脖子5个主动自由度，支持俯仰、侧倾与平转。

据优必选首席品牌官、机器人大消费创新事业部总裁、优世界总经理谭昱介绍，优世界U1搭载针对长期陪伴的情感大模型，可识别20余种细粒度情绪，准确率超90%。其仿生快慢脑架构借鉴认知神经科学，实现500ms直觉反应与千亿级参数深度推理的协同。仿生表达驱动系统通过自研控制器将语音—唇形延迟控制在20ms内。

对于该大模型是否自研、基座大模型等细节，北京商报记者采访了优必选相关人士，截至发稿对方未予回应。

谈到当前情感计算、多模态交互在消费级人形机器人上的实际成熟度，新智派新质生产力会客厅联合创始人袁帅向北京商报记者表示，“仍处于可量化指标与营销属性共存的阶段。可识别20余种细粒度情绪的大模型确实是可验证的技术能力，本质上是过去几年大模型多模态能力向垂直场景落地的成果，但落在实际消费场景中，‘情感陪伴’的体验感知存在极强的主观性。参数层面的可

当“情感陪伴”成为人形机器人的核心卖点，优必选明码标价：11.98万元起。6月30日，优必选发布全尺寸超仿生人形机器人品牌“优世界”U1系列，分四个版本，售价11.98万—99万元不等，并已拿到13361+台订单，目标是提供在产品生命周期内持续陪伴、互动，可随用户阶段迭代调整的机器人。

此前，优必选的人形机器人业务主要在工业领域。2025年，公司全尺寸人形机器人产品及解决方案销量为1079台，实现收入8.2亿元，成为优必选最大营收来源，截至2025年底，公司全尺寸具身智能人形机器人年化产能6000台，年内经调整净亏损6.9亿元。

### ◇ 优必选U1系列机器人价格

|                 |                |
|-----------------|----------------|
|                 |                |
| U1 Lite(轻量化半身版) | U1 Pro(带四肢基础版) |
| 11.98万元         | 16.98万元        |
|                 |                |
| U1 Ultra(全功能版)  | 已拿到13361+台订单   |
| 男版99万元，女版88万元   | 9月16日开始交付      |

2025年公司全尺寸人形机器人产品及解决方案销量为1079台，实现收入8.2亿元

量化是真实的技术进展，但‘陪伴感’仍有相关部分需要营销叙事填充”。

## 万台订单和年6000台产能

“优世界13361+台订单，9月16日开始交付”，优必选在2026年度全球发布会上打出字幕，但如果参照公司年报披露的产能数据，实现这一交付目标并不容易。

根据财报，2025年优必选全尺寸人形机器人及解决方案全年销量为1079台，同比增长35866.7%，截至年底，全尺寸具身智能人形机器人年化产能超6000台。从1079台到

13361台，跳涨了11倍；6000台的年产能，不足以覆盖当前订单量的一半。

这意味着，如果以2025年底的产能水平，优必选在2026年将产线拉满，已积累的订单需要两年多才能全部消化。何况公司面对的不仅仅是数字的落差，还有产品形态的切换，2025年交付的1079台多是工业场景的Walker S系列，如今13361台是消费场景的U1系列，两者的组装工艺、供应链适配并不相同。

这一点优必选创始人周剑描述得更具体。有报道称，周剑表示，仿生机器人的制造工艺仍处于探索阶段，整体量产、技术难度较高。例如，机器人头部与颈部包含几十个关



费类和商用服务两类场景：消费端涵盖日常陪伴、情绪支持、生活美学与社交辅助；商用服务端则包括迎宾接待、养老陪伴、心理疗愈、文旅展览、科研开发和家政服务。

但有知情人士告诉北京商报记者，“家政服务”指的是家庭陪伴。

从这份清单来看，优必选试图同时覆盖C(用户)端情感消费和B(企业)端商业服务。谭昱在介绍时专门提到一个市场数据，“预计2026至2036年中国超仿生机器人市场将从百亿级爆发至万亿级”。

值得注意的是，按照2024年的分类口径，消费级机器人及其他硬件设备仍然是优必选营收占比最大的业务，在2025年实现营收5.23亿元，营收占比26.1%。

对于优必选此前在C端的积累对仿生人形机器人的帮助，苏商银行特约研究员武泽伟向北京商报记者表示：“优必选此前在教育类硬件上的C端经验，在品牌认知、基础用户反馈、软件生态构建等方面提供了一些帮助，但这些积累与强调情感交互、高价位的仿生人形机器人有本质差异，直接复用价值有限，更多是作为新市场的品牌起点。”

科方得咨询机构负责人张新原向北京商报记者表示：“U1系列现阶段更接近寻找PMF(产品—市场契合)的早期尝试，非纯粹噱头。11.98万元至99万元的高价位、13361台订单表明有一定需求基础，但年化产能6000台、经调整净亏损6.9亿元反映出规模化挑战。优必选需要验证的是，高成本仿生机器人能否找到稳定、持续的用户群体，无论是高端家庭、养老陪伴还是商业展示场景。目前阶段，更可能是技术可行性测试与市场教育并行。”

首批产品预计9月交付，用户的真实反馈、退货率与口碑传播，将是判断这门“陪伴生意”是故事还是生意的标尺。

北京商报记者 魏蔚

## 产品单价连降 户储巨头大秦数能转战港交所

在经历近三年的A股上市辅导后，户储巨头企业大秦数字能源科技股份有限公司(以下简称“大秦数能”)将目光投向港股市场。近日，公司向港交所递交了上市申请材料。在本次筹划赴港上市之前，大秦数能2025年营收涨超两倍，净利则同比扭亏为盈。在业绩大涨背后，大秦数能报告期内持续扩张海外市场，2025年海外销售额占比已由2023年的43.1%飙升至95.1%。不过从公司户用ESS(储能系统)以及工商业ESS两大产品类别来看，报告期内整体平均售价均出现下滑。

### 超六成营收来自欧洲

近日，港交所官网显示，大秦数能已递交上市申请材料，正式向港股发起冲击。

据了解，大秦数能是ESS行业中国企业中的先行者，专注于户用及工商业ESS产品的研发、制造及销售。根据弗若斯特沙利文的资料，按2025年出货量计，公司是全球第五大户用ESS提供商，出货量约为2.5吉瓦时；公司工商业ESS出货量约为0.6吉瓦时。在中国ESS企业中，公司是拥有最广泛全球业务版图的企业之一。

本次递表港交所，公司2025年营收大涨超两倍，净利则同比扭亏。财务数据显示，2023—2025年，公司实现营业收入分别约7.23亿元、7.34亿元、25.25亿元，经计算，公司2025年营收同比大涨244.01%。另外，公司报告期内实现归属净利润分别约为-1.82亿元、-3.78亿元、1.25亿元。

值得一提的是，报告期内，大秦数能海外市场持续扩张。招股文件显示，2023—2025年，海外销售额分别占公司总收入的43.1%、88%和95.1%；其中，公司来自欧洲的收入占比增长较为明显，报告期各期分别为19.9%、49.6%、61%。

而从收入结构来看，报告期内，户用ESS仍是大秦数能主要业务，但营收占比持续下

降；反观公司工商业ESS，收入占比则接连增长。具体来看，2023—2025年，公司来自户用ESS的收入占比分别为99.3%、85.3%、75.7%；来自工商业ESS的收入占比分别为0.2%、12.2%、23.9%。

控制权方面，截至最后实际可行日期，大秦数能由柳扬直接持有约41.1%权益，并由苏州漆湖畔、河汉江泽及楠樟梓桐持有约17.94%权益。其中苏州漆湖畔、河汉江泽及楠樟梓桐均由柳扬(作为其普通合伙人)控制。因此，柳扬、苏州漆湖畔、河汉江泽及楠樟梓桐合共可控制公司约59.04%的投票权。

### 分销商销售占比超九成

尽管2025年业绩表现实现大幅增长，但身处竞争激烈且发展迅速的ESS市场，随着现有行业参与者扩大产品组合，以及上游电池生产商、下游解决方案集成商等新进入者涌入市场，大秦数能面临的行业竞争正持续加剧。

随着下游ESS应用补贴的减少以及越来越多地区逐渐达到电网平价，太阳能光伏和储能的成本以及逆变器等产品整体市场价格都持续面临下降压力。身处这片“红海”之内，报告期内，大秦数能户用ESS、工商业ESS的平均售价整体均呈现下降走势。

招股文件显示，2023—2025年，公司户用

ESS的平均售价分别为1.3元/瓦时、0.9元/瓦时、0.8元/瓦时；工商业ESS的平均售价则分别为1.2元/瓦时、1.2元/瓦时、1元/瓦时。

此外值得注意的是，报告期内，大秦数能主要通过分销商销售ESS产品。公司于2023—2025年对分销商的销售额分别为6.25亿元、6.78亿元及24.81亿元，分别占各期总收入的86.4%、92.5%及98.2%。

实际上，在本次递表港交所前，公司曾筹划过冲击A股上市。证监会官网显示，公司曾于2023年7月启动上市辅导；历时近三年后，于2026年4月公布了公司第十一期辅导情况报告，距离此次于港股递表仅间隔两个月时间。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示，A股IPO的审核流程相对严格，尤其是对企业的盈利持续性、业务合规性等维度的审核周期较长，而港交所的上市机制更加市场化，审核流程相对更高效。另外，从业务匹配度来看，大秦数能的ESS产品以面向全球市场销售为主，且高度依赖分销商渠道，港交所作为国际化的资本市场，更容易获得海外投资者的认可，企业在港上市之后，对其进一步扩大全球市场版图有直接的助力。

针对相关情况，北京商报记者向大秦数能方面发去采访函进行采访，但截至发稿未收到公司回复。

北京商报记者 王蔓蕾

## 侃股 Stock talking

## 寒武纪提示风险是一种主动“降温”

周科竞

市值刚破万亿元，寒武纪便发布了一份风险提示公告，似乎是在为市场降温。高科技公司在资本市场可以享受适当的溢价，但是如果溢价过高，也会面临很大的投资风险。优质公司比拼的是中长期的业绩兑现能力和发展潜力，而非短期的股价涨幅。

近年来，A股市场对于科技类上市公司的估值认可度持续走高。相比于传统行业，科技类上市公司凭借技术壁垒、行业前景和成长空间，能够获得更高的市场估值溢价，这是资本市场支持科技创新的正常体现。市场给予科技公司估值溢价，核心逻辑是认可其未来的成长潜力，而非单纯炒作短期题材，这样的估值体系本身没有问题。

但是，市场资金在追逐热门科技赛道的过程中，很容易出现情绪过热的情况。当个股短期股价快速拉升，市值快速扩张，市场乐观情绪会持续发酵，投资者容易忽略上市公司经营的客观现状，把未来的成长空间一次性提前兑现到当前股价之中。此时股价上涨更多依赖资金推动和情绪炒作，导致上市公司的估值水平逐渐脱离基本面，估值泡沫也越积越多。

在市场情绪高涨阶段，寒武纪主动发布风险提示公告，是一种负责任的市场行为。对于大型科技类上市公司而言，任由股价在情绪推动下非理性上涨，并不利于公司长期稳定发展。过高的估值会透支未来数年的成长空间，一旦后续业绩无法匹配高估值，必然会出现持续

的估值回调，股价会出现大起大落，对二级市场投资者和上市公司都会造成负面影响。

寒武纪主动提示投资风险，更像是上市公司主动为过热的行情降温。上市公司作为最了解自身业务进度、技术落地情况、业绩兑现能力的主体，能够清晰看到市场预期和自身经营现状的差距。当市场给予的估值远超公司当前盈利能力时，及时向投资者提示风险，能够有效纠正市场的非理性预期，引导资金理性看待个股估值。

在资本市场里，科技股享受适度的估值溢价在情理之中，但不能“过火”。科技公司的成长需要时间的沉淀，技术落地、产能释放、业绩增收都是循序渐进的过程，不可能依靠短期行情爆发完全兑现。市场给予的高估值，最终需要依靠持续的业绩增长来支撑，没有业绩落地的高估值，最终都会通过股价回调完成价值修复。

部分投资者参与科技股交易，过度看重短期股价涨幅，单纯依靠赛道热度、市场热度判断投资价值，反而忽略了最核心的业绩兑现逻辑。在这种投资思维下，很容易高位接盘，一旦市场情绪退潮、资金流出，就会承受较大的投资亏损。上市公司的风险提示，恰恰是一种提前预警。

资本市场的长期投资逻辑，永远是业绩匹配估值。短期的股价上涨、市值扩张，不能完全代表上市公司真正的投资价值。万亿市值是阶段性还是长期性，对于寒武纪的意义也大不相同。