

消费级机器人 学做消费品

“能用”的机器人

启元团队将大量篇幅留给了功能展示:CEO田华,公司董事长、智元机器人联合创始人兼首席技术官彭志辉,以及影视飓风创始人潘天鸿和黄晓明、胡军、田亮一家等嘉宾,先后分享了机器人的使用体验。

而“功能”,正是近期业内人士向北京商报记者提及的,此前市场中消费级机器人买家反馈的痛点之一。

启元Q1身高88厘米,接近两三岁儿童,这一尺寸据称是团队走访大量家庭后确定的,以使孩子与机器人的视线大致平齐。它被分成三类用途:孩子的玩伴、科技爱好者的潮玩、开发者的实验平台。功能上,产品支持拖拽式图形编程,孩子可在机器人上直接“执行”编好的动作;内置具身智能启蒙课程;外壳支持3D打印更换,外观、音色、动作均可自定义;对开发者开放从关节电流到上层AI能力的接口,并提供仿真、真机验证和社区分享工具。

T1则可在人形与四足两种形态间切换:人形状态身高约1米,四足状态可在地面跟随,并可越过15厘米障碍、攀爬30度坡,四足形态跟随状态下可携带3公斤物品;支持远程视频通话,按指令移动到指定位置,并记录画面。

生态部分,启元推出PrimeStore,将喜马拉雅、QQ音乐、有道、京东健康、携程等应用逐步迁移为机器人可调用的技能;PrimeHub则可供开发者创作、分享技能。据介绍,已有超过1000名开发者参与,部分开发者已自行打通餐饮点餐、打车等服务;启元同时与CSDN、腾讯WorkBuddy及多所高校合作,并宣布未来五年投入10亿元建设生态。

新的机器人账单

启元机器人背后不是一家新成立的创业公司,而是科创板上市公司上纬新材。田华向北京商报等媒体表示,公司目前仍是双轮驱动:新材料是现有主业,收入相对稳定;消费级具身智能是未来最重要的战略方向之一。

新开一门机器人生意,前期投入不可避免。上纬新材2026年半年报显示,报告期内公司营业收入约8.03亿元,

1500台。

9月7日小米秋季新品发布会上,创始人雷军介绍折叠屏小米18 Fold时称,为验证可靠性,团队做8万多次跌落测试,摔了1500多台工程机,“价值好几千万”。

1200台。

9月20日,启元机器人发布Q1、T1两款消费级“个人机器人”。上纬新材CEO田华称,为验证运动柔顺与安全,团队测试1200多台机器人、迭代152款运控模型。

一个是折叠屏手机摔出来的可靠性,一个是人形机器人测出来的安全性。工业机器人动辄几十万元,但启元Q1、T1均19999元起,Q1探索版26999元、T1 Pro 29999元,与华为Mate XT 2非凡大师同价。

不同于技术论坛式的行业发布会,这场更像手机或新能源车发布会:功能、安全、价格、发售乃至售后一应俱全,恰是消费者最在意的细节。

市场走向确定前,团队希望率先迈出“第一步”,造出足够“消费级”的产品。

同比增长2.42%,主营业务毛利率14.27%;研发费用约1.8亿元,占营业收入比例升至22.46%,同比增加近20个百分点,其中投向消费级具身智能机器人业务的研发费用约为1.64亿元。受研发投入增加影响,公司利润总额、归母净利润及基本每股收益均同比大幅下降。半年报同时披露,报告期末机器人业务研发团队共180人,其中博士11人、硕士110人;经营活动产生的现金流量同比增长41.2%,其中来自机器人业务的预收货款约2.1亿元。

田华在采访中也提及,全年机器人相关投入预计超过5亿元,钱主要投向两个方向:纵向补技术栈,从机器人本体、运动控制到机器人大脑;横向围绕个人和家庭做全场景产品布局,Q1和T1只是第一批产品。

至于为何选择家庭场景,田华解释称,行业里这两年几百家公司扎堆工业,工厂场景结构化、相对容易,家庭场景非结构化、复杂,被公认为更难。在他看来,难并不是不

做家庭场景的理由;面向家务的“大脑”(认知决策模型)仍在探索阶段,“短期不会以此变现,但行业级的难题总要有去试”。

尚不确定的市场

IDC在一份报告中称,2025年是全球人形机器人的“规模化元年”:全年出货量接近1.8万台,同比增长约508%,销售额约4.4亿美元,累计销售订单超过3.5万台。增长曲线陡峭,但基数极小——放到全球消费电子市场看,1.8万台几乎是一个可以忽略的数字。

细看这些机器人的去向,该机构统计的全球人形机器人应用场景分布显示,按出货量计,文娱商演占36.8%,科研教育占24.6%,数据采集占17.0%,导览导购占10.9%,工业制造占9.2%,其他应用仅占1.5%。也就是说,近八成机

器人卖给了展会、学校、研发团队和工厂,用途集中在展示、研究和数据采集;真正进入家庭、作为消费品被普通用户买回家的部分,谈不上已形成确定性市场。

中国厂商在此前的To B规模化中处于前列:智元、宇树年出货均约5000台,乐聚、加速进化、松延动力约1000台;Figure AI、Appteronik等海外厂商仍以试点为主,特斯拉Optimus尚在内部测试。

IDC对2026年中国市场的预期并不保守:家庭终端概念下,教育陪伴机器人市场规模预计超过10亿美元,同比增长89%;人形机器人应用场景将扩大至当前的3倍,市场规模接近13亿美元。

但这些数字的前提,是消费级需求阶段性成立——而按照目前的出货结构,普通人花近2万元买一台机器人回家这件事,还没有被市场验证过。北京商报记者 王天逸 图片来源:启元机器人



越疆科技坎坷“回A”路

“注册关”

IPO过会两个月,越疆科技创业板IPO一直未有新进展;同样“回A”的力勤资源过会后约一个月即拿到注册批文,现已启动申购。

越疆科技主营协作机器人和具身智能机器人研发、生产和销售,公司称2025年协作机器人销量位居全球第一。

深交所官网显示,力勤资源、越疆科技IPO先后于2025年12月、2026年4月获受理,今年7月7日、22日相继过会。力勤资源过会后三天即于7月10日提交注册,7月31日注册生效;越疆科技至今未迈入“注册关”。

同花顺iFinD数据显示,2026年以来,沪深交易所共50家公司IPO上会获通过,除越疆科技外,9月上旬之前过会企业均已提交注册。

眺远影响力研究院院长高承远指出,过会后迟迟未提交注册,可能是公司需落实上市委“会后事项”,补充材料、中介核查出具意见,客观上拉长了周期。

招股书显示,公司本次拟募资12亿元,投向多足机器人、人形机器人、营销建设及补流等项目。

其中3亿元用于补充流动资金;而截至2025年末,公司账上货币资金达22.17亿元。

收紧传言

越疆科技IPO过会后进程缓慢,也引发市场各方对其背后原因的猜测。

近期市场传出机器人IPO门槛将收紧的消息。据报道,已有投行人员收到提醒,机器人等硬科技企业若行业地位不突出,上市进程可能受影响。某头部券商称,这并非窗口指导,更多旨在压实保荐机构把关责任。

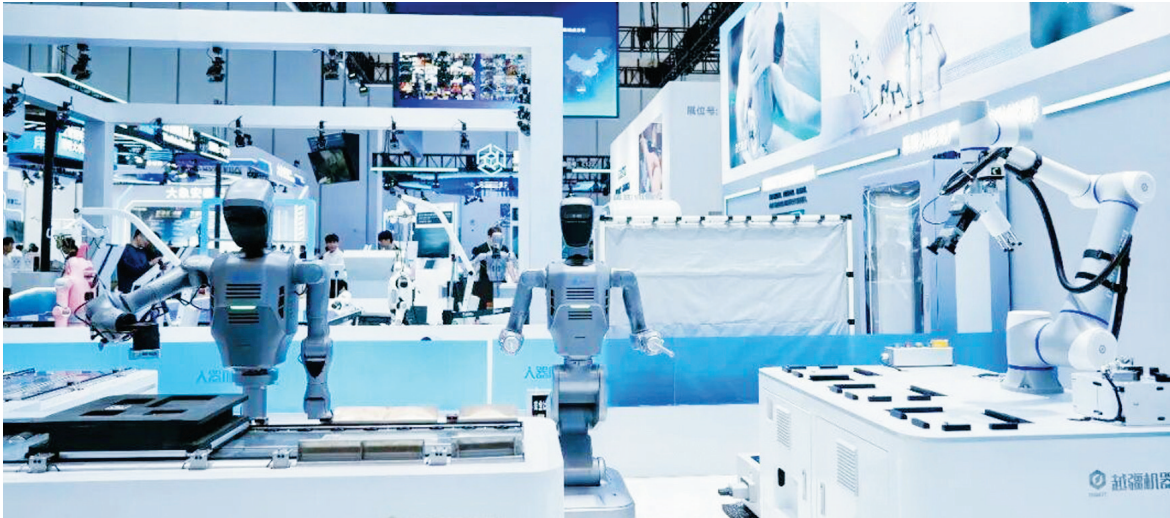
市场普遍将此与宇树科技二级市场表现相联系。8月19日,宇树科技登陆科创板,拿下A股“人形机器人第一股”称号,也成为具身智能的估值锚点。

但宇树科技股价上市即巅峰,上市首日开于1100元/股,即为其最高价;9月21日收报494.85元/股,总市值2001亿元。

有业内人士归因于业绩预期被透支,也有投行人士认为更多受7月以来市场行情和巨型IPO发行

作为年内重要的“H回A”项目,力勤资源已启动申购;同样“先H后A”的越疆科技创业板IPO于7月22日过会,时隔两个月至今仍未提交注册。

越疆科技停滞背后,市场传言机器人IPO门槛将收紧;IPO上会前,公司还遭遇了股权争议实名举报风波。此外,“回A”关键期,公司今年上半年营收同比翻倍,净利润却亏损超过1亿元,同比增亏。



影响。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示,机器人企业IPO审核侧重收入质量、技术与量产、持续经营能力等;人形机器人处于商业化早期,监管更看重可验证场景和经常性收入,而非估值或概念标签。

行业背景之外,公司上会前曾遭实名举报,股权争议会否成为注册“拦路虎”仍存悬念。

今年7月,自称公司联合创始人、原常务副总裁兼COO的宋涛实名举报,称公司掩盖上亿级股权权属争议,该说法遭公司方面否认。

高承远表示,注册环节审核更审慎,举报事项是否存在、信披是否完整,可能成为需进一步确认的内容。

增收增亏

业绩方面,越疆科技尚未盈利,上市委曾就公司预测扭亏为盈的谨慎性进行追问。

根据深交所文件,上市委要求公司结合竞争格局、商业化进程、在手订单及与同行业可比公司的区别,说明预测2028年扭亏为盈的谨慎性及风险揭示

充分性。

上市委还要求公司提高盈利时间预测等前瞻性信息的审慎性。8月21日,公司披露上市委意见见落实函的回复。

最新财务数据显示,今年上半年公司实现营业收入约3.16亿元,同比增长106.6%;归母净利润约-1.06亿元,上年同期约-4087万元,同比大幅增亏。

对于营收大涨,公司称主要源于六轴协作机器人和具身智能机器人收入增长,后者上半年收入占比升至14.3%。

2023—2025年,越疆科技营业收入分别约为2.87亿元、3.75亿元、4.93亿元,归母净利润分别约为-1.03亿元、-9536.46万元、-8353.62万元。

港股市场上,公司股价今年2月触及50港元/股高点后持续下行,9月21日收跌3.21%,报21.1港元/股,市值92.83亿港元。

针对相关情况,记者向越疆科技发去采访函,但截至发稿未获回复。

北京商报记者 马换换 李佳雪 图片来源:越疆机器人

智谱上线零数据留存机制

隐私争议后,智谱开源自证。9月20日深夜,智谱MaaS(模型即服务)平台宣布,将上线数据内容不留存功能;该功能生效后,用户输入和输出的数据仅用于完成当次模型调用,不会进行静态存储。9月21日上午,智谱旗下AI编程工具ZCode再发文,称已完成产品安全问题整改、向所有用户道歉,并宣布ZCode开源,把代码交给社区监督。

在9月21日ZCode开源的公告中,智谱再次向用户致歉。争议由ZCode而起,据用户爆料,该工具曾在未经用户许可的情况下,“静默上传”用户的编程开发数据至第三方云服务器。事件曝光后,智谱当天完成自查,向受影响用户道歉,承认问题源于ZCode的“代码库索引”功能。

根据9月21日智谱完成整改后公开的安全审计结果,经中国信息通信研究院技术评测,确认zcode-prod阿里云OSS存储桶状态为云端零数据;经绿盟科技审查,确认该存储桶(阿里云对象存储OSS)内全部数据对象及存储桶本身已删除。ZCode v3.14.0客户端已完成安全整改,移除Repo Wiki功能及入口,未发现可触发本地仓库快照或文件外发的功能路径。

数据内容不留存机制于9月20日深夜同步官宣。该机制旨在减少模型调用内容在平台侧的持久化留存,任何用户均可申请开通;生效后,智谱MaaS平台不会对用户的输入和输出进行静态存储,数据仅用于完成当次模型调用。企业和开发者可通过MaaS控制台提交申请,具体生效时间及适用范围以平台确认结果为准。

简单来说,数据内容不留存机制,即用户发给模型的内容、模型返回的结果,只在内存中参与当次计算,请求一结束就释放,不落盘。打个比方:普通模式像寄存,信送到了,但邮局的分拣记录还留着;零数据留存像当面说话,说完就过去了,没有录音,没有存档。

值得注意的是,为保证服务连续性和效率,仍有部分功能需要存储数据。Batch API、File API等需在平台侧持久化保存任务或文件的功能,不在上述机制覆盖范围内;此外,因法律法规要求留存,或为核查涉嫌违规、滥用行为,平台可能按有关要求留存相关数据30天及以上。

业内人士告诉北京商报记者,零数据留存是海外头部平台面向企业客户的标配能力,OpenAI、Anthropic均提供这一安排,但均需申请开通,也都保留合规例外。

天融信助理总裁王媛媛告诉北京商报记者,她建议客户从以下几方面做好自我保护:第一,最小暴露,送给模型的数据先做脱敏与过滤,密钥、凭证绝不进入上下文,敏感项目优先选择私有化部署或专有云实例;第二,权限管控,客户端工具关闭非必要遥测与索引功能,企业侧通过网关统一收口API调用,全程留存日志;第三,可验证性,优先选择可提供第三方安全审计报告和数据流说明的供应商,必要时抓包自查;第四,留好退路,定期评估数据可携带性与删除机制,保存证据,一旦发生争议可快速维权。

数据如何处理,正成为大模型平台的必答题。卷完模型与价格,信任的关卡摆在所有玩家面前。北京商报记者 魏蔚