

机器人成了上海“新市民”

具身智能在上海的土壤中落地、频繁跑出应用新场景



如今在上海,机器人机器狗等“硅基生命”的存在感越来越高。在景点,他们参加灯会写福字巡游打卡;在时装周上,他们与真人模特同台走秀;在大剧院,他们化身观察家和讲解员,与艺术家同台献艺。

他们的力量不可小觑,所到之处,带动周边餐饮消费超万元、假日沿线门店客流量直接翻了3倍、围观人群咨询后消费转化率接近九成,还经常有入境游客与之合影拍照,让“中国入境旅游第一站”更添科技魅力。

说起来,这些机器人落地应用的新场景,第一个都是在上海跑通,这是为何?

答案藏在上海这座城市的基因里。最挑剔也最包容的消费者、高要求也高配合的市场、丰富的文商旅体展融合的场景,让技术在海派文化的滋养下更具人情味,技术与城市共同成长。

从老弄堂到新剧场,从百年豫园到时髦商圈,这里的烟火气与未来感共存、这里的本土与世界交融,天然就是机器人最好的落地试验场。

机器人“新市民”,是上海给科技最好的欢迎。



带动消费超万元,假日客流翻三倍 机器人成了上海“新市民”

今年端午假期,白玉兰广场的中庭出现了一占地约60平方米的机器狗障碍赛道与足球场,这里成了孩子们的欢乐海洋。小朋友们在工作人员的陪练指导下,操控机器狗,几只四足“硅基生命”在场地里灵活越过障碍、传球。

这场商场里的“酷汪竞速赛”累计吸引客流近1500人,实际参与人机互动的近百人,亲子家庭订单占比86%,当日最高复购率达12.5%,直接带动周边餐饮消费超万元。活动主办者、也是擎天租城市合伙人穆金亮介绍:“这次酷汪竞速赛围观人群咨询后转化率接近九成,完全超出我们的预期,甚至吸引了很多外国友人带娃体验,证明了科技与竞技带来的快乐是不分国界的。”

这只是具身智能在上海城市生活中的切片之一。

今年春节的豫园灯会,机器人化身赛博财神,在亭台楼阁间挥毫泼墨,给游客写福字送福字,成了灯会里最受欢迎的合影搭子,还有四只机器狗组成的“福气小马”巡游小队,在灯会现场定时巡游。

今年5月,在一场4500名跑者参与的“10公里跑”活动中,灵犀X2机器人带着数千名跑者拉伸热身,成了赛道上最特别的助跑员。

五一期间的大学路“KIC知识艺术节”更热闹,机器人巡游、舞台表演、超能店长导购、亲子宠物zuzu车、移动零售闪铺,接待体验人流超40万,沿线门店客流量直接翻了3倍,大学路成了整个长假上海最火的打卡点之一。有外籍博主专门来打卡,看完机器人的精彩表现连说自己是“洋巴佬”,感慨“中国人已经生活在未来了”。

在演绎领域,上海大剧院《娜塔莎、皮埃尔和1812年的大彗星》演出现场,“彗星远征”A3机器人第一次以智能演出推广官的身份登上艺术殿堂,跟四位主演同台互动。

刚刚过去的上海静安时尚文化周,两台远征A3机器人跟真人模特同台亮相,表演了专属的鲨鱼舞,刷爆了时尚圈的朋友圈。

上海打造中国入境旅游“第一站”,而机器人机器狗在上海各大文旅场景中的落地应用,让具身智能成为了上海向世界展示中国科技实力的一张闪亮名片。

机器人应用新场景,为何总在上海跑通? 答案有这些

从原来的文娱赛道,迅速辐射至旅游、体育、时尚、文艺等多元高价值领域,从一次性快闪活动,逐渐变为同业态可复用、可转化的标准商品服务,机器人成了上海“新市民”,出现在上海大大小小的各种场合。

为什么这些机器人进入城市生活的新场景总是第一个出现在上海跑通?

在擎天租团队看来,上海拥有极高的人口密度、深厚的文旅消费习惯和超前的前沿科技氛围。

上海消费者的特质里藏着答案:“上海人是全中国最挑剔的体验官,同时也是最热情的共创者。”

“上海消费者对前沿科技有着天然的敏锐度与极高的包容度。在互动中,我们发现上海的市民和游客非常乐意跟机器人进行深度互动、合影,甚至会在社交媒体上帮我们出谋划策,提出很有创意的交互建议。这种高素质、乐于尝鲜的消费群体,不仅给予了机器人极高的情绪反馈,也为我们产品的迭代提供了最宝贵的一手市场数据,”擎天租团队感慨道。

在与上海大剧院的合作中,团队一开始还担心机器人进这么高雅的艺术场所会不会违和,没想到现场观众的接受度特别高,看惯了音乐剧的观众们对于可爱的“智能演出推广官”也很喜爱,纷纷拿出手机打卡拍照,还有观众提建议,说下次可以让机器人演个角色。

不仅接受度高,与其他城市相比,上海市场对具身智能的应用有着更高的审美要求和情绪价值诉求。“这里的消费者和合作方不满足于机器人会走路、能说话,他们更看重机器人是否有温度、是否有梗、是否能与环境完美融合。这种极高的市场门槛,反而倒逼我们不断优化产品,让技术在海派文化的滋养下更具人情味。”

更难得的是上海的市场环境。“酷汪竞速赛”在白玉兰广场落地成功后,百联等多家商场主动找上门谈合作。“上海的合作方专业、高效,决策链路短,对新事物的接受度特别高,通常会主动协调场地、网络等基础设施,帮助我们实现快速部署。”

对于“赛博财神”亮相豫园灯会的惊喜,大豫园一期(豫园商城)联席CMO、市场营销中心执行总经理何芸表示,引入机器人的合作,初衷是通过文商旅场域活动的创新策划,引入新技术手段让游园体验多元化、活化、科技化。

而对于大学路“KIC知识艺术节”的举办,瑞安办公相关负责人表示,引入擎天租的机器人科技,是公司推动空间数智化转型的重要实践。通过轻资产合作模式,无需重投入硬件采购及运维,即可快速将智能机器人融入办公与商业场景,在提升租户与消费者服务体验的同时,也有效提升空间运营效率与科技感。

从豫园到上海大剧院,从外滩的商圈到五角场的街区,上海拥有全中国最密集、最多元的文商旅体展融合的场景。从百年的海派老洋房,到充满现代感的潮流商圈,再到东方美学顶流的豫园,这些都为具身智能提供了天然的、多元的物理试验场。

“以前人们会说技术是研发人员做出来的,但在丰富的落地应用中,我们感受到技术是与上海这座城市共同成长起来的,”团队成员笑着说。

不只是“打卡道具” 机器人的真正价值才刚刚开始

也有人质疑,现在的机器人不就是个打卡道具吗?

除了吸引人眼球,还能干什么?

“打卡是第一步,但绝不是终点。”擎天租CMO李可为给记者算了笔账,在文旅商圈高峰期,一个机器人可以承担70%以上的重复性问询、指路、多语言导览工作,能帮一线工作人员减轻很大压力。

未来的想象空间更大。比如在景区,机器人不只是导览员,还可以成为故事里的NPC,在豫园它可以是“财神爷”,在弄堂里它可以讲老上海故事,在科技馆它就是未来领航员,给游客带来真正沉浸式体验。

“文旅场景里搞科技,难的从来不是追新潮,是不能踏踏实实用长久。”李可为告诉记者,比起把机器人当展品摆着博眼球,他们更在意这些设备能不能真的融进场景里、服务现场秩序和游客体验。“通过租赁模式,擎天租能够根据实际场景灵活调度不同类型的机器人,帮助文旅项目在不增加长期运维负担的情况下,引入稳定、可控的科技体验。”

机器人最大的不同,就是它有“手”有“脚”有“眼”也有“大脑”,能在真实世界里移动、做事。这种物理世界的执行力,决定了它能真正走向千行百业,去完成那些不适合人类、或人力成本过高的工作,实现真正的人机协同。

目前具身智能行业都在讲技术、讲参数,如何让机器人真正走入各种场景,并实现规模化变现?

擎天租在上海摸索出了一套从机器部署、安全巡检、场景话术配置到应急响应的标准化SOP,“单纯的设备租赁,没有解决方案,也没有与客户、与业态产生真正的联动,天花板很低。而机器人+内容创意+场景运营,由机器人服务出发,不断探索文化、娱乐、体育、时尚等多个产业边界。不只是把机器人租出去,还会把非标产品定制为与业态深度联动的标准化服务,成为各行各业的价值连接器和场景流量入口”。

这套在上海跑通的流程,现在已经开始复制到全国了。“在上海跑通方案,相当于通过了行业内严格的高标准测试,全栈服务的方案是可以无缝复制到全国其他城市的。”在向其他城市推广时,根据当地的文化特色进行本土化定制,用上海跑通的骨架,填充地方文化的血肉。

“我们特别感谢上海这座城市。”2026世界人工智能大会即将在上海召开之际,李可为说道,“上海的远见,上海的包容,不仅孕育了擎天租,也让我们更有信心继续扎根于此,用更有温度的智能交互,让科技融入这座城市的烟火气,与上海一同奔赴具身智能的光辉未来!”

晨报记者 唐 玮

