

家用机器人从科幻走进日常

摊煎饼制咖啡扮萌宠 世界机器人大会上它们赚足人气

北京晚报记者 魏婧 赵语涵

摊面糊、打鸡蛋、撒葱花，煎饼机器人动作一气呵成，两三分钟便递出一张热乎煎饼；旁边的咖啡机器人，磨粉萃取，打奶拉花，全自动操作行云流水……上个周末，2026世界机器人大会圆满落幕。5天会期，373家企业齐聚现场，超3000件前沿展品集中亮相。而大会专门打造的总面积近万平方米的“机器人消费街”，则给了“圈外”观众更多沉浸式体验。

于普通市民而言，或许听不懂高大上的科技术语，也不关心投融资风向，但当接过机器人“手冲”的咖啡，再牵着机器狗遛上几圈儿，还是不由得对科技赋能的智慧生活新图景充满期待。

智慧餐饮
操作熟练出品稳定
咖啡机器人受追捧

北京晚报记者看到，此次的“机器人消费街”，布置在几个主要展馆的连接通道区域。往来穿梭间，人们即可从充满高科技质感的机器人展区，无缝切换至热闹亲民的市井烟火场景。

消费街入口处，微缩版 Robot Mall（机器人4S店）引人注目。猎户星空和森丽康的迎宾机器人站在两侧，向过往游客频频示意。大会专属盲盒、冰箱贴、潮流周边等文创好物在这里都能买到，不少市民漫步其中认真挑选。相关负责人介绍，这里复刻了北京经济技术开发区真实门店的服务模式，集整机展示、定制咨询等种类于一体，形成完整机器人消费服务闭环。

不远处，一台“钢铁侠”模样的机器人，与过往观众玩起了猜拳。只需对着旁边麦克风轻唤机器人的名字“小亿”，就可以启动对决。机器人灵活的“剪刀石头布”手势变换，让小朋友们惊叹连连。

“好吃好喝”永远是各类市集上的吸睛元素，记者看到，来到消费街服务的机器人“大厨”可真不少。咖啡、煎饼、棉花糖……丰富多彩的智能餐饮体验赚足了人气。一路走过，每台机器前都围拢着人群，等待机器人“出餐”。这既是大会激活民生消费的新尝试，也是观察机器人商业化落地的绝佳窗口。

多日驻场工作的王女士，是咖啡机器人的忠实体验者。她坦言，以前参加其他展会，高峰时段动辄数百杯订单积压，排队许久也难以买到饮品。今年大会设置了消费街，多款智能咖啡机器人集中“上岗”，彻底实现了“咖啡自由”。

连日来，王女士每天都会购买一两杯机器人“出品”的咖啡，已打卡了五六款不同品牌的设备。“咖啡机器人的技术已经很成熟了，口味都比较稳定，而且十几元的价格，买



小朋友和一个陪伴机器人互动。 新华社记者 鞠焕宗 摄

起来没有压力。”

从研发角度看，餐饮场景也受到企业青睐。上海氢豚机器人科技有限公司带来的就是一款最新研发、面向高端商务场景的咖啡机器人。现场负责人告诉记者，产品已历经7次迭代，主打极速、稳定出品，最快35秒即可完成一杯精品咖啡制作，一次备料充足可稳定出品三百杯饮品。极致出杯效率和超低运维成本，使其不仅在国内广泛落地，海外订单也持续走高。

广东酷库智能机器人有限公司带来的咖啡机器人，则主打普惠路线。虽然一分多钟的出杯节奏略慢，但机器人本身相对较低的价格，适合商超、园区、街道等便民点位的规模化铺设。工作人员透露，依托亲民定价和稳定性能，品牌今年销量已突破600台。

赛道细分
机器人面向不同受众“进家门”

普通大众消费机器人的方式，一方面是为提供的产品与服务付费，另一方面，则是直接购买作为“商品”的机器人本身。记者注意到，一些细分赛道上，机器人正以不同的姿态引起相应人群的兴趣。

在 Zeroth Bridge（小桥）机器人展位前，企业打出“你的一人身具智能研究所”旗号。其在大会期间首发的万元级高性能人形机器人，短短几天已售出200余台。现场工作人员介绍，机器人身高88厘米，体重12公斤，主要购买者是热衷于二次开发的机器人玩家。首发期间8000余元的售价，可以说是非常“香”的。

“我们的产品不是局限于它现在能帮你做什么，而是买回去后，你能让它变成什么样子。”工作人员解释，机器人的底层接口全面开放，兼容手柄、VR等多种外接设备。“比如现在的机器人手部，是一个小小的拳头，如果想让机器人帮忙铲猫砂，就可以将夹爪等工具装上去，通过后续设置来实现这一功能。”

昂首品牌的智能出行机器人，吸引了不少中老年观众体验。“坐着感觉很舒适，动起来特别平稳！”一位老人体验过后连连点头，紧接着询问起工作人员在哪儿能买到。“我们目前是预售阶段，计划9月初上线。”工作人员介绍，不同于以往的辅助出行产品，这款产品底盘对标汽车级制造标准，减震平稳、抓地扎实；还搭载智驾系统，可在室内、园区道路、社区街巷自主规划行进路线。遇到行人、障碍物可自动减速避让，一句指令就能抵达目的地。

还有的企业，针对家庭专项“痛点”研发，它的机器人远销海外。步入D馆展区，几台在碧蓝水缸中“游来游去”的扁平小机器人十分吸睛。它们有的浮在水面，有的则在水底匍匐前行。这是众清智能科技有限公司带来的泳池清洁机器人，可用于家庭泳池的清理。

“我们的市场主要在欧美，这两年出货量总计超过20万台。”现场工作人员介绍，泳

池清理大致包括水底沙石沉淀物的清理、池壁藻类的清理、水与空气相接位置的水线清理等。在欧美国家，传统人工清洁费用高昂，而机器人搭载超声波雷达、水浸传感器等，可通过运动轨迹实时测距、导航，合理规划路径，实现全自动清理。

相较国外企业动辄一两千美元的类似产品，国内企业在价格上优势明显。“我们的机器人售价在三四百美元到一千美元之间，会有几种不同的型号组合给客户挑选。很多客户会选择水面和水下的两台机型组合，‘承包’自家的一整个泳池。”

未来挑战
消费者期盼改进功能
愿为“眼前一亮”下单

据悉，为配合本次大会，在机器人消费街外，经开区还启动了机器人消费节，拿出1800万元促消费专项资金，补贴消费者。京东平台开设消费街专区，上线600余款机器人商品，还把不少机器人带到线下展台，让观众直观体验。

探访期间，记者发现市民对机器人产品具有较强的购买意愿，能接受的价格上限也较高，但相应对于产品本身，则提出了更高的要求 and 期待。

“AI宠物，越养越懂你”“随你喜欢，养它就对了”……在京东展区前，一大群迷你尺寸、憨态可掬的小机器人，挥舞小手、眨巴着大眼睛，吸引了诸多小朋友的目光。

张女士带着11岁的女儿从房山前来看展，小姑娘学习编程，对机器人很感兴趣，见到这里遍地的小机器人，立即被迷得走不动道。张女士告诉记者，她给孩子购买机器人能接受的价格在5000元左右，已经超过了现场绝大多数萌宠机器人的售价，但要求产品必须有“令人眼前一亮”的功能。“如果只有人机交互功能，包括聊天陪伴、学习辅导等等，我觉得还不太够。”

60岁的陈女士膝盖不太好，非常希望找到一款能够助力的智能产品。听说了外骨骼机器人后，专程前来体验。“如果有好的产品，我能接受的价格在1万元左右。”而现场体验了三款外骨骼机器人后，老人仍表示“差点儿意思”。在她的设想中，机器人应该随着人体自身的发力，自动给予或大或小不同角度的相应助力。“我能感受到机器人的助力，但是太机械了，不能顺着我的力度来；操作系统也有点费劲，还要根据上坡、下坡、走平路不停地调整。”

此外，记者在现场听到的最多声音是，普通观众希望能买到保姆型机器人、服务型机器人，在居家环境中端茶倒水、打扫卫生乃至照顾老人，甚至能接受十几万至二十万元的价格。而这恰恰是业内公认机器人能力的“天花板”，短期内仍难实现。大众的热切向往，既是市场最朴素的需求，也为机器人产业明确了持续攻坚的方向。

据2026年8月24日《北京晚报》



银河通用的一台机器人在演示制作早餐。 新华社记者 鞠焕宗 摄