

机器人产业迎来“投资热”

随着具身智能持续升温,机器人成为资本关注的热门赛道。日前,北京云迹科技股份有限公司(以下简称“云迹科技”)向港交所递交上市申请。

“机器人企业IPO明显提速,是技术进步、市场需求增加以及资本市场青睐等多重因素共同作用的结果,反映机器人产业正步入一个高速发展的黄金时期。”中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力对《证券日报》记者表示。

多家企业欲登陆资本市场

今年以来,多家机器人企业争相谋划亮相资本市场。除云迹科技向港交所递交上市申请外,海康机器人技术有限公司(以下简称“海康机器人”)、浙江环动机器人关节科技股份有限公司(以下简称“环动科技”)、深圳市大疆创新科技有限公司等企业正在筹备登陆资本市场。其中,海康机器人于今年1月份披露,已经完成深交所审核中心的意见落实函回复。上交所官网显示,今年3月14日,拟科创板IPO的环动科技披露了首轮审核问询函回复。

“随着机器人产业蓬勃发展,越来越多的投资者看到其中巨大潜力,纷纷涌入这一领域。这既为机器人企业提供了资金支持,也推动企业估值快速提升,进而促使更多企业选择通过IPO方式实现融资扩张。”朱克力表示。

近年来,机器人行业热度持续升温。从技术层面来看,机器人技术

机器人行业热度持续升温。从技术层面来看,机器人技术的不断突破,尤其是人工智能、传感器、电池等核心技术的快速发展,为机器人提供了强大的技术支撑,也正在加速满足市场需求。

而在汽车制造、电子信息、机械加工,以及新能源、生物医药、航空航天等领域,机器人正以其高效、精准、灵活的特点,成为推动行业发展的关键力量。

的不断突破,尤其是人工智能、传感器、电池等核心技术的快速发展,为机器人提供了强大的技术支撑,也正在加速满足市场需求。

而在汽车制造、电子信息、机械加工,以及新能源、生物医药、航空航天等领域,机器人正以其高效、精准、灵活的特点,成为推动行业发展的关键力量。

从市场前景来看,据《人形机器人产业研究报告》预测,到2029年,中国人形机器人市场规模有望扩大至750亿元,占据全球市场的32.7%。到2035年,中国人形机器人市场规模有望达到3000亿元。

得益于机器人市场具有高增长潜力,据中国机电一体化技术应用协会旗下中国机器人网不完全统计,2024年,中国机器人行业共发生200起投融资事件,金额总计超200亿元。

天眼查App显示,截至目前,我国现存在业、存续状态的机器人相关企业超83.5万家。其中,2025年新增注册相关企业约3.4万家。

A股上市公司亦在跑步进入机器人赛道。据不完全统计,截至记者发稿时,有15家A股上市公司年内发布30份公告,披露机器人方面的相关行动,涉及投资、融资与合作

等,并孵化多家机器人产业链关键技术领域公司。

北京微远文化传媒有限公司合伙人郭施亮预计,机器人企业陆续上市,将掀起一轮机器人产业的投资热,进一步推动行业的发展和升级。

仍存同质化问题

机器人赛道虽然火爆,但也要看到,一些企业存在同质化问题。据不完全统计,2024年,有超过15家机器人企业因技术瓶颈难以突破、市场需求判断失误、资金链断裂等原因黯然退场。

“机器人行业虽然发展势头火爆,但投资者应避免追逐泡沫;同时,关注机器人产业的技术发展趋势,紧跟政策环境和市场需求变化,以应对潜在风险。”全联并购公会信用管理委员会专家安光勇对《证券日报》记者说。

郭施亮认为,目前,部分企业因市场热捧而估值过高,投资者需警惕业绩未达预期导致的一系列风险。机器人企业则应将资本用在“刀刃上”,钻研关键环节核心技术,在细分领域寻求“全球领先”,从而真正走上创新发展之路。

来源:证券日报

商业竞争: 从功能满足 逐步转向情感共鸣

近日,全国工商联主管的全联房地产商会商业地产工作委员会与商业地产行业智库RET睿意德联合发布《2024/2025年度中国商业地产行业发展报告》(以下简称《报告》)。

《报告》中提到,64%的消费者更加看重精神消费,并且年轻消费者对精神消费的重视程度更高。宠物治愈一切,与宠为伴成为新的生活方式,小红书中38%用户愿意为宠物改变自己的生活方式。盲盒和卡牌的搜索指数分别增长41%和294%,情绪消费催生“陪伴性直播”新业态兴起。这意味着,与零售、餐饮等业态销售乏力形成对比的是,宠物、二次元、文化演艺、艺术展览等提供情绪价值的新兴消费迅速崛起,商业竞争从功能满足逐步转向情感共鸣,这不仅为业态创新、空间运营带来新的整合价值,也为消费市场注入了新的活力。

对于2025年商业地产行业的展望,全联房地产商会商业地产工作委员会会长王永平表示,传统主力店待迭变近年来,百货商场、商超、电影院、冰场、快时尚等购物中心中的传力店由于业绩不佳,其地位与商业价值明显下降,诸多品牌陆续撤店或缩减面积,主力店的概念也随之弱化,行业开始重新审视主力店的作用与前景。而与此同时,替代性的新业态与新物种尚未成型,主力店在购物中心中进入一个断档期。

王永平认为,2025年商业地产企业会重更新盘活存量商业近些年消费需求呈现快速更新迭代的趋势,消费出现了鲜明的差异化与个性化特征,许多既有存量商业空间已无法满足新需求与新功能,亟需开展商业建筑的升级改造与内容创新,以应对行业内卷式的竞争。特别是一批小而美的非标商业的成功,更将进一步激发购物中心的改造积极性。

与此同时,商业空间功能公共化。王永平表示,随着新消费的快速崛起,精神文化消费已经成为新的刚需,一些线下商业空间的功能开始悄然转变,尝试增加更多的城市公共空间属性,商业招商更加青睐于精神文化类内容与策展活动,并通过借助城市文化与公共事件打造城市精神文化地标,放大商业场所的公共空间属性,这已成为塑造创新竞争力的新趋向。

来源:北京商报网

低空消费商业化进程加速 上市公司抢先布局

低空经济的商业化进程有望在消费端率先落地。

3月16日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》(以下简称“《方案》”)。在支持新型消费加快发展方面,明确提出“加快完善低空经济监管体系,有序发展低空旅游、航空运动、消费级无人机等低空消费”。

华泰证券股份有限公司通信首席分析师王兴对《证券日报》记者表示,《方案》着重提及“低空消费”,意味着我国低空经济产业化进程获得政策赋能。短期来看,文旅观光、智慧物流等低空消费级应用场景有望率先形成经济效益增量;长期来看,政策赋能能够加速低空经济实现“战略部署—应用落地—产业迭代”的正向循环,为低空经济全产业链发展注入持续动能。

近年来,低空消费正在持续推动商业化进程。目前来看,无人机配送服务正在拓展应用场景边界,陆续亮相八达岭长城、千佛山、龙灵山等城市地标性场景;文旅产业创新方面,低空观光航线和无人机集群

光影秀等垂直应用矩阵正逐步落地,构建起新型消费增长极。

中青旅控股股份有限公司(以下简称“中青旅”)首席品牌官徐晓磊对《证券日报》记者表示,中青旅旗下的古北水镇景区自2018年即启动无人机表演商业化运营。在近几年里,他见证了低空经济产业腾飞在旅游场景中呈现的积极变化。

“近两年,无人机表演的成本出现明显下降。”徐晓磊回忆称,2018年,百架规模的无人机单次表演成本为数十万元。如今,同等预算下,中青旅能够租赁的无人机表演规模更加庞大,呈现的数字化光影效果更加复杂、更加优质,大幅提升了旅客现场观看体验。

众信旅游集团股份有限公司(以下简称“众信旅游”)也在国内的旅游产品中陆续增加新的旅游理念。“低空旅游、低空运动等概念正在愈加频繁地出现在我们的产品版图中。”众信旅游媒介公关经理李梦然说:“比如游览西安的旅客可以观赏夜游无人机表演;游览三亚的旅客可以体验直升机观光的旅游形

式;我们也会为游览新疆、甘肃等地的旅客提供无人机拍摄服务”。

“低空旅游的诸多新颖玩法有望大幅提升旅客的消费体验,未来众信旅游也有意进行更多相关尝试。”李梦然表示。

记者多方采访了解到,低空经济基础设施的日趋完善以及技术创新的持续突破共同为低空经济商业化加速落地提供了可能。

王兴认为,未来,低空消费所获得的政策支持体系将更加完善。同时,低空信息基础设施以及飞行器技术的逐步成熟,为低空消费的实现提供了基础。在他看来,低空经济产业有望在文旅观光、物流运输、消费级无人机等方面率先落地,长期来看,以载人飞行为主要形式的空中交通也有望在三年内逐步落地。

“预计低空消费能够带来可观的增量市场空间,未来将成为万亿元低空市场的重要组成部分。”王兴表示,从低空消费产业链来看,eVTOL飞行器、消费级无人机、低空文旅运营以及信息基础设施建设均有望受益。

来源:证券日报网