规模暴涨 900%
机器人租赁行业
热潮下寒流涌动



自2026年春晚流量洗礼后，机器人开始跻身流量小生行列。

舞台上，它们扭秧歌、秀拳脚；舞台下，它们赶年会、跑商场、逛景区。



图源受访者

机器人大众化、平民化的背后，是一个逐步扩大的产业——机器人租赁。

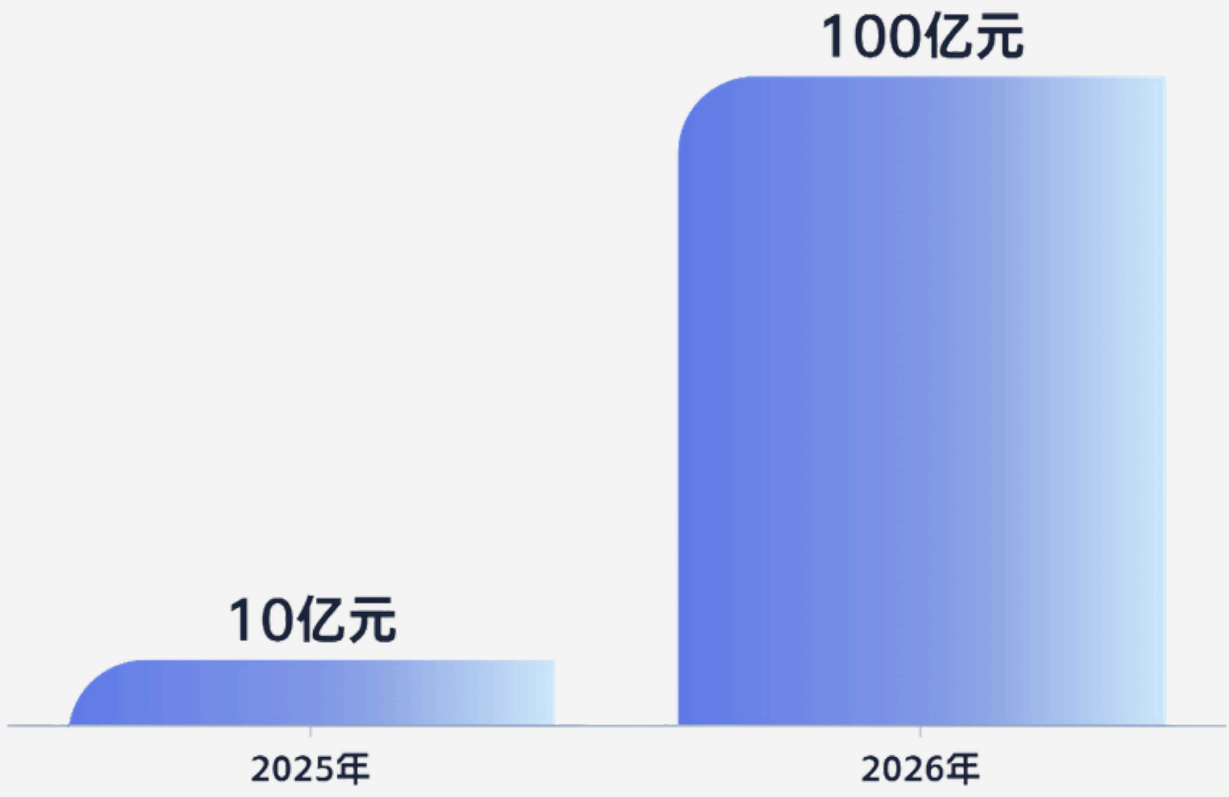
机器人按天“接单”，大众低成本尝鲜，这门生意接住了泼天流量。

然而，订单在涨，报价在跌，利润下滑，体验参差，这究竟是机器人走进生活的第一站，还是流量催熟的一阵风？



01 机器人开始接单了

公开数据显示，中国机器人租赁行业规模持续扩张，2025年市场规模约10亿元，而2026年预计将接近或突破100亿元，年增长率超过900%。



点开手机，租机器人已经不再稀奇。

从二手交易平台，到专业机器人租赁平台，再到线下门店，机器人租赁几乎覆盖所有交易渠道。

常见机器人租赁交易渠道

自发渠道
闲鱼 / 淘宝 / 小红书等

特点：个人或小商户发布，议价灵活

优点：价格弹性大、入口多

缺点：信息分散，需逐条核实服务范围

零售平台自营
京东自营机器人租赁

特点：标准化商品页，可买可租，覆盖多品类设备

优点：流程规范、信任成本低

缺点：品类受平台限制，灵活性弱

开放式租赁平台
“擎天租”等

特点：平台化调度，交付与技术支持更完整

优点：一站式、资源整合能力强

缺点：平台抽成，中间环节多

线下服务商
本地演艺 / 活动公司

特点：熟人介绍与本地履约，打包运输、调试、表演

优点：服务闭环、本地响应快

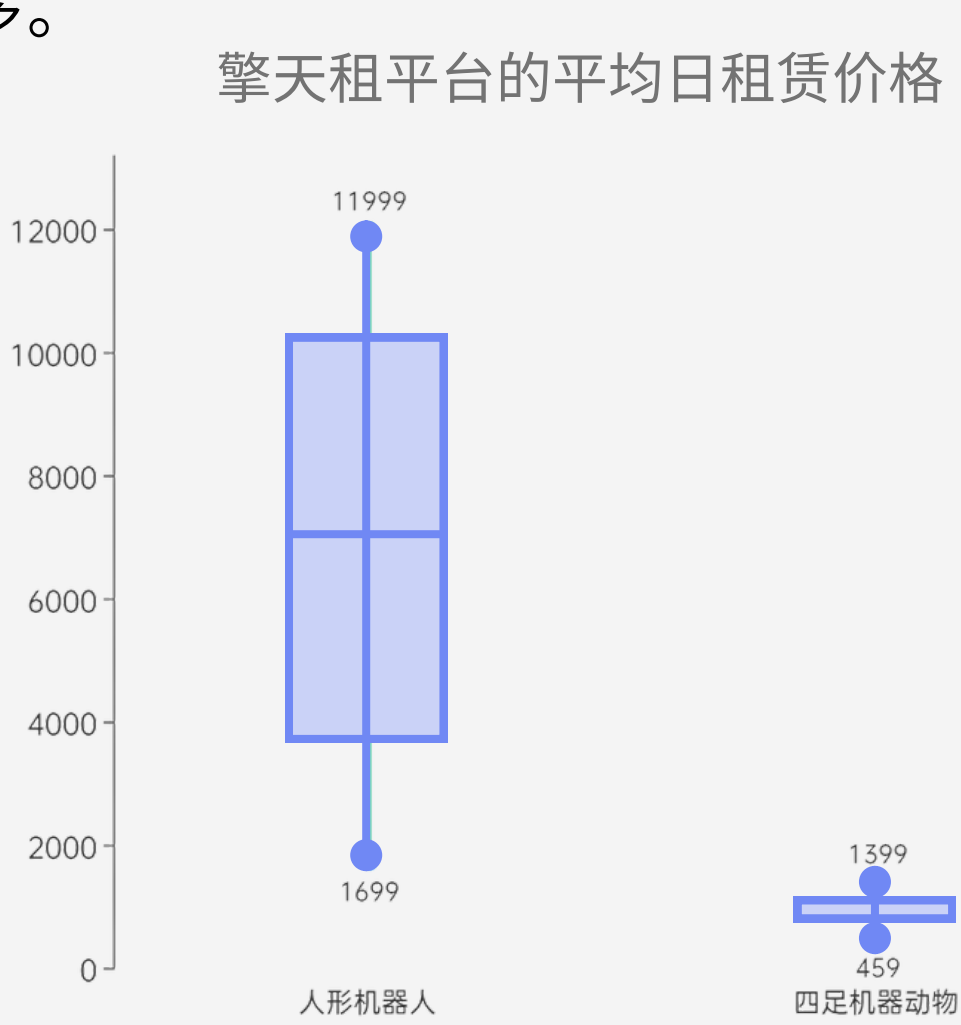
缺点：覆盖面有限，价格不透明

从家喻户晓的“铁皮生”宇树G1，到软萌可爱的仿生机器熊猫，越来越多的机器人类型出现在大众的租赁清单里。



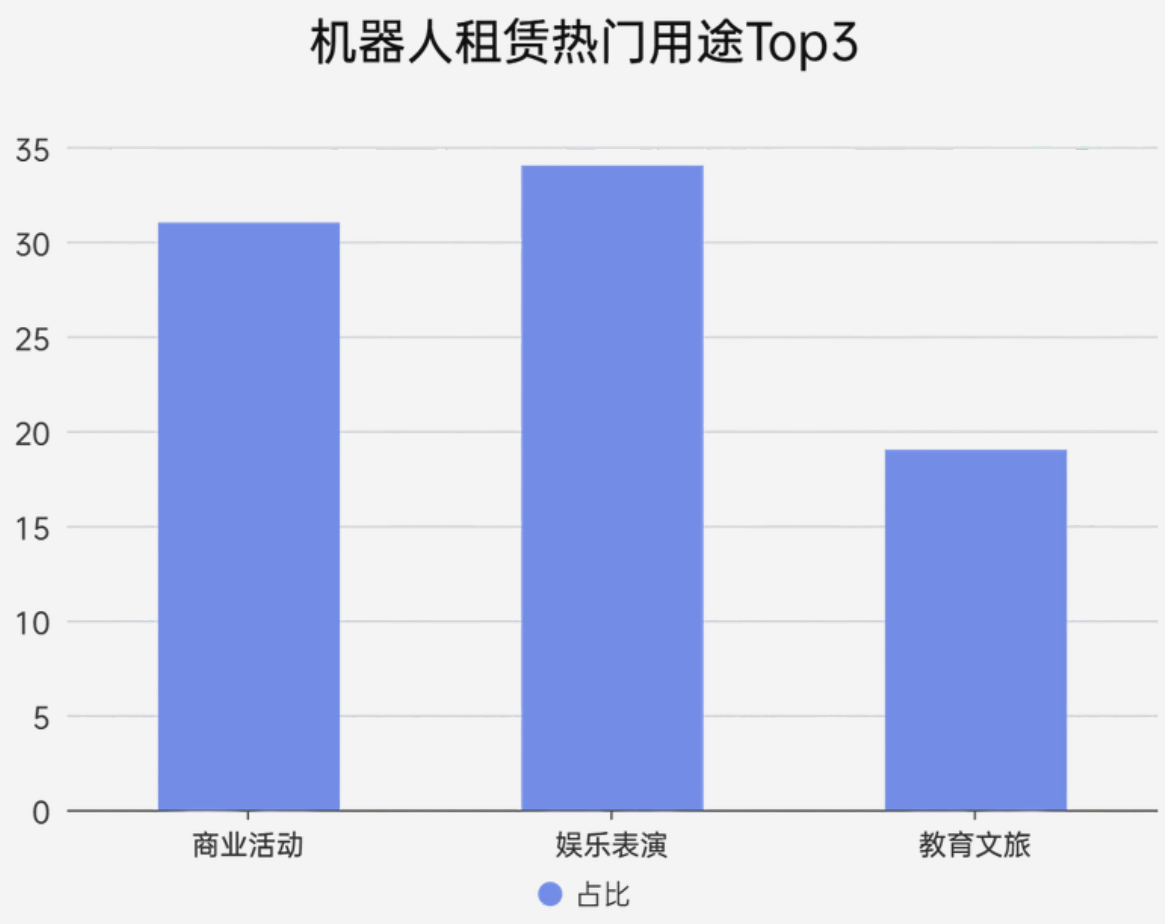


目前租金价格在549-11999元不等，跟动辄几十万的购买价相比，租赁的门槛显然低得多。



数据来源：擎天租

然而，从消费场景来看，娱乐表演、商业营销、教育文旅，这三类使用场景占据八成以上订单。比起好用，机器人应用还停留在“好看”的阶段。



小红书+淘宝用户评价分析（n=597）

机器人租赁服务也“卷”出新高度——除了机身出借外，选型、配送、工程师调试、表演方案、撤场定损等全套服务，也逐渐成为租赁服务里的默认选项。

机器人租赁的标准服务流程

1 选型咨询 需求沟通 →推荐机型方案

2 物流配送 专车运输→现场签收验机

3 工程师调试 现场安装→功能测试→联网测试

4 表演 / 展示 定制话术→舞蹈编排→ 互动设计

5 撤场、定损 设备回收→外观检测→ 退还押金

在春晚流量的开拓下，机器人的观赏价值、仪式感价值被挖掘出来，从而突破工业租赁市场，迅速进入大众租赁市场。

但接住流量，只是第一步。

02 租台机器人回去值得吗？

然而，机器人租赁的体验却难以用数据概括。

有人用它给孩子办了一场惊喜生日派对，孩子抱着机器人的腿不肯松手。

有人花1万押金“免费”租赁，换来的却是退押金维权的半年拉锯和无处伸张的委屈。

花几百上千租一台机器人，到底体验几何？

“真香”是主流
——普通人机器人租赁以正面体验为主

维度	关键词		指数
现场效果	引流	吸睛	100
展会上有这个机器人简直就是找供应商跟合作商的密码，引流效果很不错。			
商家服务	专业	操作熟练	76.7
工程师提前到场调试，全程跟踪保障，机器人动作精准，节目效果很满意。			
设备稳定性	零故障	不卡顿	45.7
机器人全程流畅运行、互动有趣， 全程手机APP 控制，绑个手机号就行。			
性价比	实惠	物超所值	39.6
这个价格试水最新的机器人，还免押金， 性价比高，值得体验。			
互动体验	欢乐	像真人对话	35.5
很棒的一次体验，有各种有意思的动作和舞蹈，操控也挺简单的。			
外观	科技感	炫酷	22.0
机器人崭新，可以举牌子、穿衣服，活动效果超出预期。			

数据来源：京东、淘宝平台“机器人租赁”词条下前100名产品下用户评论
注：京东、淘宝是主要的机器人租赁平台，且用户评价数据相对公开透明易爬取，故选择京东、淘宝作为交易平台用户评价代表

好评占主流，不意味着问题不存在。

在社交媒体差评与维权案例中，我们也看到了另一面：设备故障、客服失联、押金难退……这些“翻车”场景虽然占比不高，但揭示了行业在高速发展中需要正视的痛点。

那些不愉快的“翻车”时刻

功能与期望匹配度不符

上海瑜伽店主花1万元押金租了一台智能瑜伽机器人，结果“系统无法登陆”，好不容易登陆上又“频繁死机或提示网络连接错误”。

来源：上观新闻

稳定性不足

人流量太大，很多小孩追着机器人跑、伸手触碰机身，打乱预设行走轨迹，机器人出现停顿、语音识别失灵。

来源：受访者米粒

押金与定损不合理

某用户在淘宝“闪速租赁企业店”租擦窗机器人，当天使用发生故障，“将家里的玻璃刮花，蓝牙一直连接不上”。用户退货后商家拒绝解除1500元芝麻信用押金，并强行收取租金。

来源：黑猫投诉

客服售后缺位

机器人租赁平台“万机易租”被曝客服长期失联。在不同时段通过小程序咨询，“对话框另一头始终无人回复”。即便点击“立即租赁”，客服也全程没有回应。

来源：北京商报

算完这笔账，他们还是租了

对普通租客而言，“真香”与“翻车”体验通常是并存的。



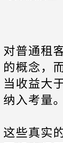
天天
线下门店店主

国庆的时候我租了一台机器人，店里的客人翻了一倍还多，效果很好。但是，总租我也租不起，客人总看也不新鲜。只有节假日人流量够大的时候租才划算。

对外吸引顾客，对得起这个价格。
对内年会，我觉得就不太值了。



径笙
企业活动对接负责人



莱昂内尔
餐饮店店主

机器人能顶半个服务员。虽然地图容易错乱，避障有时候也不好用，还是需要人来辅助，但1200块钱一个月的价格算下来比人划算。

对普通租客而言，机器人租赁不是一个炫酷的概念，而是一笔实打实的经济账——只有当收益大于成本，机会大于风险时，才会被纳入考量。

这些真实的声音也在提示机器人租赁行业，要想走得更远，功能、价格、保障等很多方面都还需要下功夫。

只有让消费者真正感觉到价值和保障，才能赢得其长期信赖，让“共享+智能”不再是一场一次性的冒险体验。

03 出租机器人是门好生意吗?

买台机器人再租出去回本，看起来稳赚不赔的好买卖。

但是，卖家的处境也并不乐观。

机器人企业魂伴科技负责人金成思表示：“机器人租赁门槛并不高，很快就会进入价格竞争，现在不少机型的租赁价格已经不到去年一半。”以智元灵犀X2为例，年初日租金达7000元，如今已降到3000-5000元/天。

从事机器人租赁的方辰也表示，租金下降是行业整体趋势：“更多门店愿意尝试租机器人，价格下来了，用户预算压力变小，订单量可能增加。”

租金下跌意味着回本周期迅速拉长。方辰提醒，入局者不能只看到热闹，“不要盲目跟风”。



回本周期拉长之外，真正值得考虑的是利润空间的压缩。

出租机器人本质上不是轻资产平台生意，而是重交付、重服务、重履约的生意。出租方还要承担客服、物流、工程师、售后、折旧、维修、平台成本。

金成思提到，哪怕是普通租赁，也要派工程师，根据任务复杂程度做话术、舞蹈或表演定制，更复杂的演出甚至需要多次彩排。如果按照市场低价去做深度定制，服务商很容易亏。

除人力投入，机器人折旧也占成本大头。

金成思认为，机器人技术迭代速度可能快过设备回本速度。去年还价值数十万元的机型，随着新型号发布和技术更新，二手价格可能迅速下跌。对专门做租赁的企业来说，如果设备还没收回成本，型号已经过时，风险会非常大。

因此，出租机器人不是简单的买一台、租出去、等回本。

它考验的是有没有稳定订单、有没有工程师团队、有没有售后体系、有没有定损标准、有没有能力跟上技术迭代。

风口之下，真正能留下来的，未必是最先买机器的人，而是最能把服务做稳的人。

风口还是泡沫？
租赁热的冷思考

百亿市场规模、15万家企业、资本争相涌入，机器人租赁行业的数字看上去很漂亮。

但租金腰斩，设备换代过快，客服失联、押金难退、标准缺失……这些骨感的现实也同样存在。

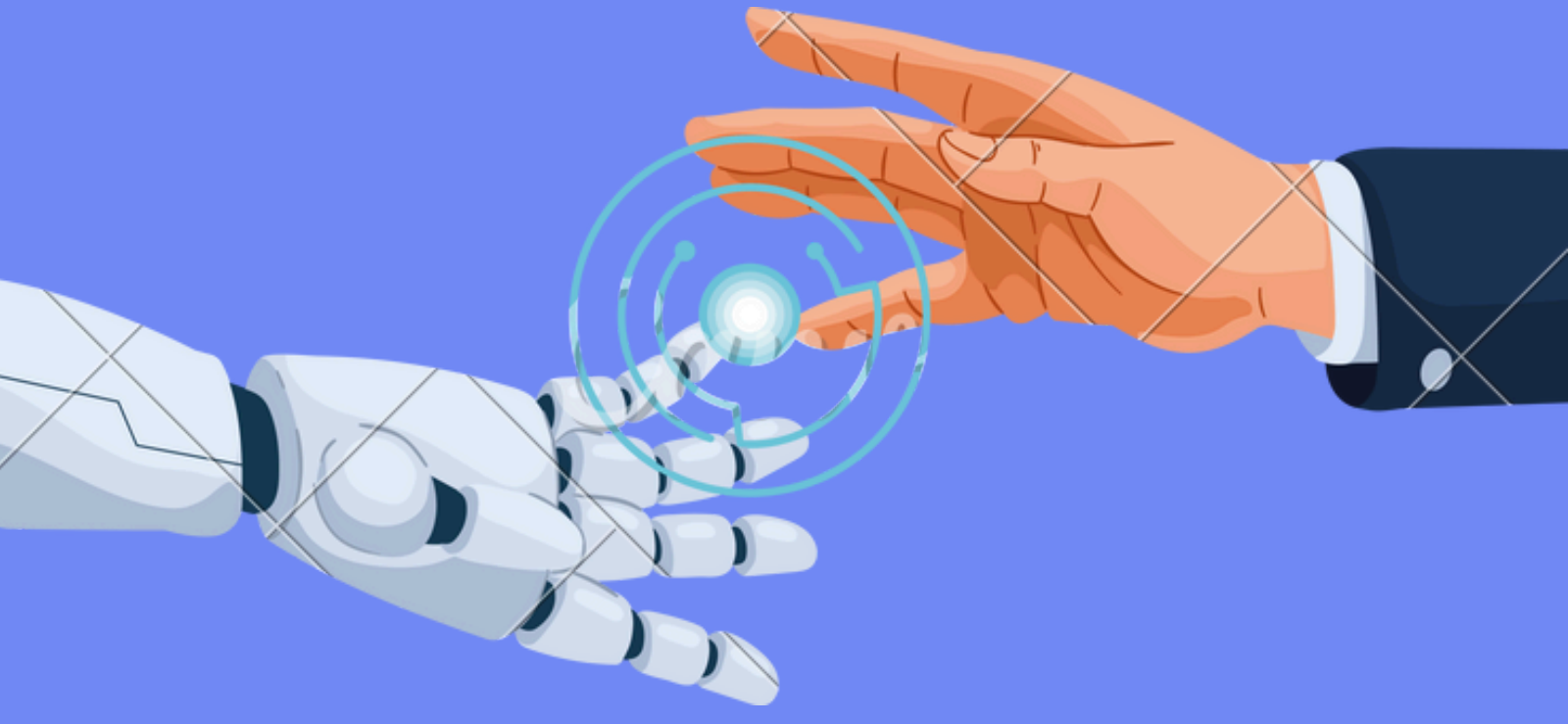
张立华教授表示：
短租与长租并存的业态，能对机器人产业发展产生积极影响。但“积极影响”的前提，是标准化合同、清晰的权责界定、完善的售后保障——这些在今天还远远不够。

机器人租赁也许是机器人走进普通人生活的一块跳板。

它让更多人第一次近距离接触机器人，也让机器人从实验室、发布会和舞台，走进商场、展会和日常生活。

但当新鲜感退去，机器人租赁行业最终要回答的是价格是否透明？服务是否稳定？
押金是否安全？出了问题，是否有人负责？

只有回答好这些问题，机器人租赁才不只是流量风口上的泡沫，而可能成为智能生活真正落地的一种方式。



小互动

你会考虑租机器人吗？如果租用，你希望它能帮你干什么？

欢迎在评论区留下你的想法