

订单量猛增 创业者入局 日租金“腰斩” 租个机器人回家干活还有多远

从春晚舞台走向城市街头,人形机器人、智能机器狗频频亮相北京文旅市集、游园盛会与商业活动现场,凭借趣味互动、动感舞蹈成为流量密码,机器人租赁行业迎来发展风口。

记者调查发现,今年机器人租赁订单大幅增长,价格较去年明显回落。但从租赁场景应用看,当前机器人仍以“气氛担当”为主,核心价值集中在引流聚客。不过,随着技术迭代与商业模式创新,未来机器人租赁将从单纯“凑人气”向真实场景服务迈进,行业成长潜力可观。



穿着国风服饰的机器人和其背后的操作人员。



第四届菩提花开文化艺术节上,机器人在舞台上表演街舞。本组图片北京晚报发

火爆 市集、游园订单量猛增

进入5月,朝阳区高碑店乡半壁店村通惠河畔,一棵320年的七叶菩提古树迎来盛花期。菩提树下,赏花、逛集、与机器人互动……第四届菩提花开文化艺术节如约举办。开幕活动中,衣着闪亮炫酷的两台人形机器人,与6名街舞演员同台炫技,一曲《大花轿》活力炸场。古韵与新潮碰撞,机器人成为艺术节上最吸睛的存在。

“连续两年春晚亮相,机器人深受大众喜爱。今年想在传统活动形式上做些创新,特意租赁两台人形机器人助阵开幕。”活动策划负责人朱凯强告诉记者,前期机器人与舞蹈演员分开排练,仅提前两天进场磨合,最终舞台效果超出预期。

演出结束后,机器人走进市集,和游客比心、握手、趣味互动,不少市民驻足拍照、近距离围观。朱凯强表示,首次把机器人引入线下文旅活动,引流聚客效果立竿见影,“今后各类节庆市集,会考虑常态化融入机器人元素。”

变化 创业者入局 租金“腰斩”

南金建是今年春节之后才正式冲进机器人租赁赛道的创业者。在此之前,他深耕影视传媒行业多年,手里有不少活动策划、政企合作资源,是典型靠资源加嗅觉抢滩蓝海的中小商家代表。

其实南金建很早就接触过机器人行业,2017年曾入局工业机械臂项目,在投入了几百万元后,止损离场。让他下定决心重新入局的,是今年春晚上机器人的惊艳表现——运控能力大幅提升,市场关注度暴涨,他一眼判断:机器人租赁的风口来了。

随着入局者增多,市场供给越来越充足,“竞争加剧的同时,也把租赁价格‘打’下来了,这也让更多的客户愿意尝试。”刚刚过去的五一假期,南金建的智弟机器人公司近30台大大小小的机器人和机器狗几乎被一抢而空,宇树、智元等人形机器人稳居市场主流,“去年,同款人形机器人日租价格动辄七八千元甚至上万元,现在几乎‘腰斩’,四五千元一天,还包含随行操作人员和京内的运输费用,自然到了节假日价格肯定要上浮。”

今年,机器人租赁业务火了。企业年会、市集展会、商业卖场等大众场景,都能见到机器人的身影,市场热度节节攀升。

北京亦庄机器人科技产业发展有限公司商业运营事业部技术总监赵龙宇,今年感受明显——市场需求爆发来得猝不及防。他所在事业部去年9月刚成立时,机器人租赁还不温不火,需求基本局限在大型展会。“今年完全不一样,春节以来机器人租赁订单源源不断,五一假期更是迎来高峰期,热门机型一度供不应求,与去年九月份相比,今年四五月份的订单量已经增长了两三倍。”

不少租赁需求都是从Robot Mall具身智能机器人4S店引流而来,“最近电话响不停,忙不过来时我们也会把业务分给合作商。”赵龙宇介绍,市场需求主要集中在商业演出、活动引流、产品讲解、现场互动几大类。

日租价格千元左右的机器狗,因性价比更高同样抢手——尤其是当它披上熊猫外衣,化身憨态可掬的机器熊猫后,在亲子游园、文旅活动中尤其受到孩子们的喜爱。五一期间,东小口奥北森林公园举办了为期5天的国风市集,真人扮演的“十二花神”与机器人、机器狗、机器熊猫组成了一支巡游队伍。机器熊猫一出场就被小朋友团团围住,机器人定点跳舞的场地更是被围得里三层外三层,“一开始还担心没人看,没想到人气远超想象,围观群众太多,场地都显得局促。”活动策划方副总经理李莹感慨。

南金建告诉记者,目前机器人租赁应用场景十分明确,主打景区文旅、展会商演、企业年会和校园活动。个人租赁比较少见,“租赁成本仍是主要原因。”

行业 肆意生长下痛点明显

尽管引流效果不错,但目前租赁场景中机器人仍以“气氛组”为主,核心价值仍是引流、造势、出片,与“更实用”的期待仍有差距。

活动现场,偶有聪明眼亮的游客发现,这些看似自主运行的机器人和机器狗,背后都有工作人员一对手动遥控。“ITF国际网球大师赛刚刚结束,我们曾设想过去能否让机器人跟人对打网球,但是咨询了多家公司发现,目前仍实现不了。”李莹向记者坦言。

“机器人还做不到自主思考、自由对话,都是按照程序执行,仍需人工操控。”南金建告诉记者,租赁的机器人或机器狗目前都要配备工作人员,一方面是按照需求进行现场操控,一方面还要负责维修和应急处理。“机器人表演时不懂控制,我们最担心的一类情况是伤到围观群众。所以现场表演时都要划定安全距离,甚至会采取硬隔离。”

为降本增效,南金建采用了“自购+品牌联营”模式布局设备,同时牵手院校开展校企合作——由北京信息职业技术学院人工智能学院的学生担任现场操控、运维人员,按日支付劳务报酬,既解决了技术人手难

题,也给学生提供了实战锻炼机会。北京信息职业技术学院人工智能学院院长高立军告诉记者,让学生走进真实商业活动现场,不仅能接触到多品类的机器人设备,还能积累实操技能以及现场处置、沟通协作的职业经验,是贴合专业的优质社会实践,学生参与积极性很高。

实用性不足之外,行业还面临报价混乱、服务标准缺失等问题。有客户向记者反映,目前机器人租赁市场报价尚不透明,机器狗单日报价从800元至1500元不等,人形机器人也存在一半甚至翻倍的价差。具体呈现效果怎么样也要实际沟通,前期咨询、反复比对耗费的时间精力较大。此外,咖啡机器人等服务型设备,由于运输成本较高,单日租金至少在6000元以上,短期租赁也只能作为引流道具,很难通过售卖咖啡回本。

也有租赁服务方告诉记者,目前机器人保险产品已经出现,但尚未普及,投保也有门槛;机器人返场维修时,软件维修普遍存在定价不透明、收费偏高的情况。

未来 将向生产力工具进阶

“租赁可以有效破解机器人‘购买成本高、维修成本高、更新迭代快’三大门槛,用低门槛推动更多场景落地。”作为专业的机器人租赁撮合平台,擎天租去年12月上线以来,目前在全国已有近400个“城市合伙人”,覆盖100多个区县市。擎天租首席营销官李可为认为,机器人租赁是产业商业化落地的重要试验场,“目前玩家增多,但优质供给仍然稀缺,未来平台化、标准化、定制化的服务能力将是核心竞争力。”

从业者普遍看好行业前景。赵龙宇、南金建介绍,从咨询情况看,当下市场端已经涌现大量实用化需求,比如机器狗景区里爬山送水、机器人农业植保喷药、高空设备巡检等。行业正通过租赁场景收集真实用户需

求,联动上游机器人厂商做定制化开发。商业模式也在快速迭代:除“按天短租”模式,月租、季租、长期驻场租赁需求也在增加,分润、联营、内容定制开发成为新盈利点。一分钟定制舞蹈的开发费用数千元至上万元,高端市场潜力巨大。“北京市场远未饱和,每年展会、节庆、企业活动源源不断,需求只会越来越多。”

未来,随着技术能力与场景需求不断匹配,机器人迟早会跳出表演属性,逐步转化为服务民生、助力产业的生产力工具,机器人租赁行业也将从网红风口,走向长期、稳健的规范化发展赛道。

据北京晚报

不核验发送者身份 不需要接收者同意 谁还在为垃圾短信敞开方便之门

新修订的《通信短信息服务管理规定》已施行两周,其中提到,短信服务提供者应当要求短信发送方提供接收方同意的有关材料,也就是商业短信“先同意才能发”。但记者调查发现,新规施行以来,有市民在未经自己同意的情况下,还能不断收到“垃圾短信”。背后的原因,是短信服务商只顾收取费用而没有查验环节,随意为垃圾短信的发送方敞开大门。

骚扰 新规施行后一天仍收三四条

“叮!”听到一声短信的提示音,李萍(化名)赶紧拿出手机查看。虽然现在绝大部分日常通信都是由微信完成,但工作单位偶尔还是会通过短信发来一些重要通知,不能疏忽。可这回,李萍看到的又是一条教育培训的垃圾广告短信。

“【××托管】我是数学在职李老师,同事带英语,在咱小区附近,带两个学生,保数英考135副科95,咨询回:位置+年级了解师资详情……”类似这样的培训机构营销短信,李萍平均一天要接到三四条。让她哭笑不得的是,这条营销短信的内容明显经不起推敲,既然是“咱小区附近”,说明对方知道自己住在哪,那为什么还要让回复“位置”呢?更何况,李萍的孩子才上小学,而短信明显是针对高中阶段的学生打的广告。

李萍回想,自己之前给孩子咨询课外班的时候,曾经在机构留下过联系方式,可能信息就是在那时候泄露的。在那之后频繁收到的教育培训广告短信,让她不堪其扰。

根据5月1日新修订的《通信短信息服务管理规定》,通信短信息服务提供者传输商业性通信短信息的,应当要求

通信短信息发送方提供通信短信息接收方同意或者请求接收商业性通信短信息的承诺或者证明材料。通信短信息发送方不提供前款规定材料的,通信短信息服务提供者不得为其传输相应的商业性通信短信息。根据这条规定,李萍作为商业短信息的接收方,应该在先行表示同意之后,才会接到营销方的短信。但事实上,李萍从来就没有同意接收这类短信,而在5月1日之后,这样的短信仍然源源不断地发送过来。

李萍接到的垃圾短信,大多是以1068、1069开头。知名经济学家盘和林说,106是工信部统一规划管控的企业短信专用号段,具备正规企业营业执照、持有增值电信业务经营许可证的短信服务商,可向通信监管部门申请获批专属106短号码及通道,搭建短信平台,对外提供验证码、行业通知、营销短信等群发服务。有短信发送需求的普通企业,可与短信服务商合作,接入其106短信通道实现短信群发。“106号段的初衷是好的,但如今该号段的确有一些乱象。比如有的隐藏了发送者的准确信息,还有些企业则将该号段的服务转租。”

按照商家建议的步骤,记者注册登录平台后发现,后台分为发短信、客户管理、通讯录等选项。而发短信的步骤,和日常用手机发送区别不大,都是输入短信内容、填写接收方手机号码就能发送。在平台的注意事项中,还建议单次提交不超过20万个号码。

但在发送之前,客服表示,要先对记者准备发送的内容进行审核。“发这种内容需要报备,报备约3到7个工作日完成后,才可以发送。”此外,客服还要求记者提供营业执照,身份证正反面等材料。“有些人什么都没有,怕到时候有客户投诉就麻烦了。”虽然客服向记者索要身份信息,但自始至终,该店铺客服并未提醒记者需要提供接收方同意或者请求接收商业性短信息的相关材料,只称营业执照等材料报备成功、短信内容审核通过后,就可以向客户发送推广短信。

问题 身份不审核签名也只是代号

记者调查发现,通过工信部的电信网码号资源使用和调整审批系统,可以根据发送方的短信号码来查找到对应的短信服务商。记者通过倒查李萍收到的短信号码,发现这些短信来源于北京、河南、江苏、广东等不同地区的公司。记者以培训机构经营者的身份联系了多家公司,对方均表示可以做短信群发服务。其中一家公司还与记者进行了业务上的“深度对接”。

“6分钱一条,一条70个字符。”客服表示,只需要记者提供想要发送的短信内容,审核后就可以发。记者复制了李萍接到的一条教育广告短信内容,对方称内容没有问题,选一条短信签名就可以了。

短信签名,指的是短信一开头位于【】标志内的

尴尬 平台注册时已“被同意”收短信

除了不知名机构发来的教育培训类垃圾短信,也有人会被各类“大平台”的营销短信所扰。本月的中旬,张峰(化名)总共收到了14条骚扰信息,其中大多来源于有名有姓的餐饮店、视频网站、在线订票网站等。

其中,有些短信是平台在宣传新的优惠活动,张峰可以理解。但还有的,则有点“越界”的嫌疑。比如,张峰此前注册了某旅游平台,本意是浏览机票酒店等旅游信息,可近日他却收到了该网站发来的“信用贷”推广短信,而他从来没有在该平台咨询过这类业务。对此,该平台客服表示,用户收到推广信息是正常的,平台有很多的部门业务,比如金融产品或者酒店产品等,都会有一些推广的情况。

但张峰对这种说法表示质疑,自己并未同意对方发来商业推广短信,按照新规,平台是不允许擅自发送的。但客服的一句话让张峰哑口无言,在注册平台新用户的时候,张峰就已经同意平台发送这类短信了。随后,张峰在平台的“个人信息保护政策”

内容。客服随后发来了一长串签名示例,包括【学有方】【学必达】【升学桥】等供记者任选。客服表示,这是短信通道的固定签名,发送时必须带的,跟记者是什么机构没关系。

短信的格式和内容都确认之后,客服为记者开通了短信发送平台的账号。记者发现,这与之前那家公司提供的平台极为类似。唯一的区别,就是这家平台可以小额充值,并不用一下子充值一万条短信。记者尝试充值了几条,并向自己的手机发送了“垃圾短信”,手机顺利收到。

整个发送过程中,平台客服不仅没有询问记者是否征求了接收方的同意,甚至都没要求记者出示任何的身份信息和营业执照信息。

中确实看到了同意平台发送商业短信的条款。记者随后在餐饮店、订票网站都看到了类似的条款,用户必须全部同意,才能注册平台。事实上,有些用户在注册时无意中就勾选了相关选项,根本不知道自己授权了平台发送推广短信这件事。

用户在“被动同意”之后,如果不想被推广短信骚扰该怎么办?平台客服表示,可以从后台帮用户屏蔽处理掉。但这种投诉反馈,不太适用于李萍遇到的情况。根据记者的实测,无需提供任何信息,就能任意发送商业短信,连短信内容开头的签名也是可以任选的。连服务商都不知道记者的身份,普通人更不可能知道发送骚扰短信的“最终来源”是谁。

目前,用户能够使用的“预防”垃圾短信的办法,除了增强手机的自我拦截功能之外,就是通过12321网络不良与垃圾信息举报受理中心平台进行举报。平台客服表示,收到用户举报之后,电信企业可以提供防护服务,屏蔽该短信号码发送的短消息。

据北京晚报

承接:公告、公示、通知、声明、遗失、拍卖、招标、出租、出售、出兑、招聘、回收、搬家等生活信息类广告。
长春市市长广告信息有限公司
天天信息
0431-81916456
注:本栏目是为信息供求双方提供便利的平台。请双方认真查验相关证件和手续的真实性、时效性。所有信息均不作为您签订合同或交易的法律依据。如有问题,本报概不负责。

写字间出租
南关区大马路万晟商务港C座6楼
616室75平方米复式
617室65平方米复式
618室65平方米复式
商住两用,可做办公、电梯、直播等,繁华地段,交通便利,有电,独立卫生间,长期租,价格特惠!电话:13844177789

售房
青年路长安世家小区
7栋6楼98.74平方米,简单装修,三室一厅两卫(带露台),南北通透,59万可贷款13844177789
声明公告
宽城区极农日用品百货超市遗失营业执照正本统一社会信用代码92220103MA7C84XQ40 声明作废

睿鑫高清文化墙设计专家
集规划、设计、生产、安装与服务于一体的综合性标识企业文化墙设计、商业美陈、展览展示、标识标牌、城市环境标识、旅游景区标识、商业综合体标识、学校标识、党政机关标识、汽车4S店标识、星级酒店标识、商业综合体标识、社区标识、连锁品牌形象系统
设计咨询:18943621919(微信同步)