

---

[首页](#)

[推荐](#)

— [亚运会](#)

[关注](#)

---

---

[朋友](#)

[我的](#)

[直播](#)

[放映厅](#)

[知识](#)

[热点](#)

---

---

[游戏](#)

[娱乐](#)

[二次元](#)

[音乐](#)

[美食](#)

[体育](#)

[时尚](#)

---

---

业务合作

2023 © 抖音

[京ICP备16016397号-3](#)

[京公网安备 11000002002046号](#)

---

[广播电视节目制作经营许可证](#)

[京B2-20170846](#)

[网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#)

互联网宗教信息服务许可证 京(2022)0000057

药品医疗器械网络信息服务备案(京)网药械信息备(2023)第00318号

[网络谣言曝光台](#)

[网上有害信息举报](#)

违法和不良信息举报 400-140-2108

青少年守护专线 400-9922-556

算法推荐专项举报 sfjubao@bytedance.com

网络内容从业人员违法违规行为举报 feedback@douyin.com

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

搜索

---

## 投稿

- [发布视频](#)

- [视频管理](#)

- [作品数据](#)

- [直播数据](#)

- [创作者学习中心](#)

- [创作者服务平台](#)

---

登录

登录后即可观看喜欢、收藏的视频

■ 我的作品

■ 我的喜欢

■ 我的收藏

---

---

- 观看历史



















---

0

0

0

分享

[音乐](#)



[愿你我皆安好 \(剪辑版\)](#)

----- [贾晓龙](#) -----

---

举报

发布时间：20260404 00:07:59

全部评论

请先登录 后发表评论

暂无评论

---



粉丝 57 获赞 1

关注

文 | 万涌龙今年除夕夜，当机器人在春晚舞台上空翻时，很多人可能没意识到，这一幕与七年前红旗汽车在春晚长春分会场的亮相，有着惊人的相似之处。魔法原子的 MagicBot、银河通用的“小盖”、松延动力的仿生机器人、宇树科技的武术机器人——五家企业、每家超过五亿元的赞助费，让 2026 年春晚成了人形机器人的集体出道夜。而在 2019 年的同一个舞台上，红旗、比亚迪、广汽传祺也曾以类似的姿态，向全国人民展示新能源汽车的未来。两场相隔七年的春晚科技秀，究竟有何异同？那些曾经在春晚砸下重金的车企，后来又怎样了？这些问题，或许能给当下狂热的机器人行业带来一些思考。一亿元买个露脸机会，值不值？先说说今年机器人企业的这笔账。魔法原子、银河通用、松延动力，各掏了约一亿元；宇树科技略少一点，但也接近这个数；追觅科技更狠，直接砸了超过两亿元，把旗下智能出行、智能家电、具身智能多个品牌打包送上了春晚。五家企业加起来，总赞助费超过五亿元。一亿元是什么概念？业内有个通俗的算法：这笔钱可以养活一百人的核心研发团队整整一年，相当于 A 股唯一的人形机器人上市公司优必选四分之一的年度研发费用。对于还没盈利的初创企业来说，这绝对是一笔豪赌。智元机器人的选择，从反面说明了这笔钱的分量。作为与宇树、银河通用并列第一梯队的企业，智元最终放弃了竞标，理由是“预算有限，优先保障研发费用”。他们转而赞助了东方卫视春晚，还自己搞了个《机器人奇妙夜》的 IP，成本自然比上央视春晚少很多。但缺席的代价也很现实。据电商平台数据，央视春晚开播两小时后，机器人搜索量环比增长超过百分之三百，而同期卫视春晚的关联搜索增长不足百分之五十。在第一身份的争夺战中，卫视春晚的第二舞台定位显然不够分量。那么，那些咬牙掏钱的企业，图的是什么？宇树科技 2025 年的经历是最好的成功案例。秧 BOT 在春晚爆红，随后上半年就完成 C 轮融资，中国移动、腾讯、阿里巴巴等巨头集体入局，估值从数十亿元飙升到一百二十亿元。京东平台数据显示，春晚播出后机器人搜索量环比增长超百分之三百，客服问询量增长百分之四百六十，春晚同款几分钟内就被抢购一空。机器人租赁价格被炒到每天两万元，二手转售价格高达三十五万元还一机难求。这种“春晚-融资-订单”的正向循环，成了后续企业重金投入的参考答案。更关键的是时间节点。2026 年被业界称为人形机器人上市元年，多家企业正处于 IPO 冲刺的关键节点。宇树科技已完成 IPO 辅导，银河通用、松延动力都已完成股份制改造，计划向港交所递表。春晚的国家级背书，能显著降低投资者的认知门槛，提升估值溢价空间。资本逻辑非常的赤裸：资本愿意投第一，不愿意投第二。企业需要确立自己在这个行业内第一的身份。花资本的钱把自己变成第一，然后再融新的资本的钱。七年前，新能源车也曾这样“砸钱”把时间拨回 2019 年，春晚舞台上的主角还是新能源汽车。那一年的长春分会场，直接设在一汽集团总部。二十二辆解放 J7 重卡托起一千六百平方米的巨型舞台，一百零五辆奔腾 T77 组成方阵，红旗 HS5 展示爬楼特技，红旗 H5 进行极速漂移，L4 级自动驾驶车队场景化运行——这场“主场级”的系统性展示，其规模和气魄远超今年的机器人阵营。红旗的投入有多大？有报道称仅专场节目的总投入就约十二亿元。虽然这个数字可能包含了制造基地改造、产品研发、节目制作等系统性工程，而非纯赞助费，但即便如此，也远超今年机器人企业的单家投入。比亚迪在同年的深圳分会场则走了另一条路。他们没有展示传统汽车

，而是拿出了历时五年、累计投入五十亿元研发的“云轨”跨座式单轨列车。云轨作为舞台动线载体，主持人乘坐拜年，新能源车矩阵协同呈现，构建出“轨道交通加新能源汽车”的未来城市蓝图。比亚迪的意图很明显：突破“汽车制造商”的单一标签，建立“城市立体交通解决方案”的定位，将企业使命升维至社会公共问题解决。对比两个产业的春晚投入，最直观的差异是金额。2019年新能源车企单家投入峰值达到十二亿元级别，而2026年具身智能企业单家投入约一亿元，相差整整一个数量级。但数字背后，是两个行业截然不同的“家底”和“处境”。2019年的新能源车企，已经具备了年销百万辆级的制造基础。红旗2018年销量3.3万辆，比亚迪新能源车型销量稳居行业前列，两家企业都有成熟的商业模式和稳定的经营现金流。春晚投入对他们来说，是“锦上添花”的品牌升级，主要资金来源是经营现金流和银行贷款。2026年的具身智能企业，多数成立于2020年后，尚处商业化极早期。对于部分企业来说，一亿元赞助相当于整轮融资额或全年研发费用，主要资金来源是风险投资和政府补贴。春晚投入对他们而言，是“雪中送炭”的生存博弈。更深层的差异在于砸钱的性质。红旗的十二亿元投入包含可长期使用的实体资产——制造基地改造、产品平台开发、技术系统验证；比亚迪的五十亿元云轨研发更是可迁移的技术能力积累。相比之下，具身智能企业的一亿元赞助主要购买的是舞台表演机会与品牌冠名权益，产品成熟度和商业化落地能力仍存在显著不确定性。从行业生命周期来看，两场春晚扎堆现象发生在截然不同的阶段。2019年，新能源汽车的市场渗透率约为4.7%，当年中国新车销售中新能源车达120.6万辆。主要驱动力是政策补贴加市场选择，那一年正值补贴大幅退坡的前夜。盈利模式已经确立，整车销售加补贴构成主要收入来源。春晚的品牌升级加速器功能，帮助企业在后补贴时代来临前完成市场卡位。2026年，具身智能的市场渗透率近乎为零，去年全球出货量约1.5万台。主要驱动力是资本驱动加技术预期，商业化元年刚刚开启。盈利模式仍在探索中，租赁、服务、解决方案等模式尚未实现规模化盈利。春晚的功能是行业地位锚点加资本叙事核心素材，帮助企业在IPO窗口期获得估值溢价。核心差异由此浮现：2019年新能源车企的春晚营销，发生在从“政策驱动”向“市场驱动”转型的关键节点——补贴大幅退坡在即，企业需要完成品牌卡位以应对后补贴时代的竞争。2026年具身智能企业的春晚扎堆，则发生在从0-1向1-10跨越的临界点——技术可行性已验证，但规模化商业闭环尚未跑通，资本耐心面临考验。那些年在春晚砸钱的车企，后来怎样了？2018年，红旗年销量仅3.3万辆，品牌认知停留在严肃的刻板印象中。2019年春晚后，红旗成功实现了从“领导人专车”到“高端国民车”的品牌形象转型，触达了改革开放后成长起来的中产阶级消费者。到2023年，红旗年销量已达37万辆，增长超过十倍，产品均价从约二十万元提升至三十万元以上，海外拓展覆盖43个国家。但红旗当年的成功并非春晚单一因素所致。H9的设计让当年的消费者眼前一亮，体验中心和城市展厅等新型渠道快速扩张，E-QM5等新能源车型及时跟进B端市场——春晚曝光与这些要素形成了协同效应，而非替代关系。比亚迪的路径则呈现“战略迂回”特征。虽然云轨项目后续因城市轨道交通审批收紧、成本结构等因素未达大规模商业化预期，但“技术比亚迪”的标签成功建立，并在后续产生显著复利效应。2020年刀片电池“针刺不起火”的安全性能，2021年DM-i超级混动实现“油电同价”的市场突破，再到2023年仰望品牌以易四方、云辇技术支撑百万级高端定位。比亚迪的例子其实更能说明问题，春晚曝光的价值在于为长期技术品牌建设提供起点，而非短期销售转化。即使特定产品未获成功，“用技术创新解决城市问题”的认知框架仍能迁移至后续产品线，形成持续的品牌溢价。所以，当我们基于新能源汽车行业的发展轨迹，可以对具身智能行业的营销投入演变规律做出一定的预判。当前2026年正处于商业化探索期的关键节点，春晚扎堆现象可视为营销投入占比的阶段性峰值。随着行业成熟度提升，“春晚定生死”的竞争逻辑将逐步让位于“产品定生死”的市场逻辑。但与此同时，资本驱动下的估值泡沫是结构性隐患。2025年具身智能融资额超735亿元，第一梯队企业全年营收不足100亿元。这种“沸腾”状态与2015至2016年新能源汽车行业的资本狂热具有相似性。春晚的密集曝光可能加速泡沫形成——企业被迫持续投入巨额营销费用以维持资本叙事，而真实的技术进步和商业化进展被相对忽视。技术落地与商业闭环的时滞风险尤为突出。据高盛调研，当机器人达到人类工人约百分之五十的产能时，客户愿意投资，可带来约两年的回本周期。但当前主流应用场景仍局限于表演、教育等少数领域，工厂场景前期调试需七至八个月，成熟应用需

五至十年。宇树创始人王兴兴坦言，人形机器人的 "ChatGPT 时刻" 也就是一句话就能帮忙搬水、整理现场的能力体现，可能还需要两至三年，最迟不超过五年才会实现。这一时间跨度与资本市场的耐心之间存在结构性矛盾。从新能源汽车到具身智能，两场相隔七年的春晚盛宴，记录了中国科技产业从追赶到引领的跃迁轨迹。两场盛宴的参与者都明白，春晚舞台的灯光终将熄灭，真正的考验在于灯光熄灭之后。睿尔曼智能科技创始人郑随兵说：

掌声属于精彩的表演，但订单只属于能解决实际问题的能力。"2026 年是规模化商用元年，能否拿到订单不取决于在台上翻了几个跟头，而在于能不能在工厂里每天稳定工作，能不能把投资回收期控制在合理时间以内。对于具身智能企业而言，真正的考验在于春晚灯光熄灭之后——能否将数亿观众的短暂关注，转化为对技术路线的持续投入、对应用场景的深耕细作、对商业本质的敬畏回归。毕竟，春晚只是窗口，工程化能力才是根基。

## WhatsApp网页版全新上线，一键畅连，随时随地高效沟通

随着互联网技术的飞速发展，人们的生活节奏越来越快，高效沟通成为了每个人不可或缺的需求。WhatsApp作为全球最受欢迎的即时通讯工具，其网页版全新上线，为广大用户提供了一键畅连、随地高效沟通的便捷体验。WhatsApp网页版，顾名思义，是WhatsApp官方推出的网页版应用。用户只需在电脑上打开浏览器，输入WhatsApp网页版的网址，即可登录并使用。这一新功能的推出，无疑为用户带来了极大的便利，让沟通变得更加随时随地。

一、一键登录，畅享便捷 相较于手机版，WhatsApp网页版在登录方式上更加便捷。用户只需在电脑上输入手机号，通过手机验证码即可快速登录。无需下载、安装，无需占用手机内存，只需一个网页，即可实现随时随地与好友畅聊。二、界面清晰，操作简单 WhatsApp网页版界面清晰，操作简单。与手机版相比，网页版在界面布局上进行了优化，使得用户在使用过程中更加直观、便捷。无论是发送文字、图片、视频，还是语音通话、视频通话，用户都可以轻松操作。三、随时随地，高效沟通 WhatsApp网页版支持多平台登录，用户可以在电脑、平板、手机等多个设备上登录使用。无论身处何地，只要有网络，即可随时随地与好友保持联系。此外，WhatsApp网页版还支持离线消息功能，即使好友不在线，也能及时收到消息，高效沟通。四、隐私保护，安全可靠 WhatsApp网页版在保障用户隐私方面同样出色。与手机版一样，网页版采用端到端加密技术，确保用户聊天内容的安全性。此外，WhatsApp网页版还支持两步验证，进一步保障用户账号安全。五、功能丰富，满足多样化需求 Wh

---

atsApp网页版在功能上与手机版保持一致，包括但不限于：发送文字、图片、视频、语音、视频通话、群聊、分享位置、转账等。这些功能满足了用户在日常生活、工作、学习等场景下的多样化需求。总之，WhatsApp网页版的上线，为用户带来了随时随地、高效沟通的全新体验。在快节奏的生活中，WhatsApp网页版将成为我们不可或缺的沟通工具。让我们共同期待，WhatsApp网页版在未来为用户带来更多惊喜。

TA的作品

[更多作品](#)



---

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

[抖音电商](#) | [《资料正版资料全网独家大全网》](#) | [《长期公式规律预测公开大全网》](#) |  
[《网红一肖一码资料大全结果》](#) | [《最新必中三肖免费资料图解》](#) |  
[《官方一码必中精准推荐大全》](#) | [《最新免费资料精选必中公式图解》](#) |  
[《内部免费资料公式规律公式》](#)

[网络谣言曝光台](#) |

[网上有害信息举报](#)

| 违法和不良信息举报：400-140-2108 | 青少年守护专线：400-9922-556 |  
算法推荐专项举报：sfjubao@bytedance.com |  
网络内容从业人员违法违规行为举报：feedback@douyin.com

[京ICP备16016397号-3](#)

| [广播电视节目制作经营许可证](#)

---

| [京B2-20170846](#)

| [网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#) |

| 互联网宗教信息服务许可证 京（2022）000057