

消费新观察

羊城晚报评论员 戚耀琪

机器狗机器人网上开卖

AI消费加速改变家庭形态

语音AI大模型机器狗21999元，人形机器人139999元……近日，在电商平台上搜索不难发现，各类机器人产品已经渐成规模。区别于曾经的“玩具”，这些机器人已经显示出新的科技消费动向。

据媒体报道，湖南长沙有人花30多万元购买了一台某科技公司的人形机器人用于出租，租金大概8000元/天，订单的排期已经到了3月中下旬。而在二手网站、社交平台上，也确实有大量人形机器人/机器狗可供出租，日租金在1000元-25000元之间不等。

曾经，机器人只是在工业场景应用，且完成的都是规定动作，和人工智能关系不大。自从大洋彼岸的人形机器人研发火爆之后，国内研发进程也在加快，并在某些方面取得了突破。最近深圳一家企业就率先实现了机器人空前翻转。假以时日，当一个仿生关节电机成本从数万元降至千元的时候，机器人在消费级别的普及可能就能加速了。机器人也将成为继汽车、手机后的第三大智能终端。假如有天你在公园散步，见到

别人遛的是机器狗，陪伴在身边的是机器人，也不要太惊讶了。

从社会的老龄化趋势来看，机器人首先会在特定场景突破，比如康养行业和高端陪护。无论是搀扶老人、清洁整理、洗衣做饭，至少要能覆盖80%高频任务。正如无人驾驶就是要取代司机这个高成本的人力岗位，机器人最终要取代的也是保姆、管家这一类高成本的职业。当下，保姆行业的问题只能通过行业标准化解决。但是对人的标准化是有极限的，而机器人的进化是可以永无止境的。

走路不打扰睡觉，一件薄衣服折叠到位，一杯茶冲到恰当浓度，适时开窗通风，面对老人摔倒能巧妙扶起，类似的细节动作都会考验机器人的智能化娴熟水平。居家机器人是不是会空翻、是不是有未来战士的感觉、够不够帅，这并不是最重要的判断标准。随着机器人智能水平的提升，能不能满足人类对生活细节的要求并做出反馈才是竞争的主战场。

从社会原子化的趋势来看，单身贵族也是社会的



广州某学校开学第一天，AI机器狗在校门口迎接学生
羊城晚报资料图

主要现象，机器人的情感功能也日益凸显。人形机器人的感情与智慧功能变得极其重要，相比与轮足机器人更具有拟人化竞争力。此外还要视觉、触觉、语音的多模态感知，识别模糊语音指令、理解上下文、具备记忆能力。目前的家用机器人，还是属于对话层面的“大玩具”，是平板装在模块上的“学习机”，只能停

留在口头回应层面。今后机器人是不是能观察主人的情绪和微表情并默默转身去泡一杯咖啡，再把适合的音乐打开？着眼今后，人形机器人对于个人精神和思想层面的共融渗透，同样是一个无可穷尽的商业生态世界。

当下机器人被购买或出租给个人使用，还是属于一个初级破冰阶段，类似对

待宠物那样，还是人在“养”机器人。只有性能、价格、生态三方面同时突破临界点，机器人才会真正被家庭需要。如今家家户户都想要一台车，未来家家户户可能都要有一个机器人。如专家预测所言，当万元级的成熟消费产品出现，渗透率超过50%，机器人就将彻底改变家庭生活形态。

从社会原子化的趋势来看，单身贵族也是社会的



特效影厅“二刷”成为消费热点 A

全球范围内，目前已经超过了2亿人次观看《哪吒2》。

如果说《哪吒2》中母爱、家国情怀所勾起的中国人的集体情感是其备受好评的基础，那高水准的视觉特效则是其捕获票房天花板的关键。受特效吸引，大量影迷自发“二刷”“三刷”，托举《哪吒2》票房一路飙升。

“第一次看故事情节，后面会更加关注特效细节，每次会有不同的体验”，在深圳工作的“00后”小凯（化名）已经“三刷”《哪吒2》了，“因为老家没有IMAX影城，回深圳后特地选择了IMAX影城观影，IMAX影厅观影效果确实会比普通影厅更加震撼刺激”。

羊城晚报记者发现，在小红书《哪吒2》的观影热帖中，对于影院效果测评和影厅推荐互动颇为热闹，很多影迷会为了更好的观影体验跨区甚至跨城市观影。

2月26日，猫眼专业版数据显示，《哪吒2》当日新增票房前的都为清一色的IMAX影厅，尤其是激光IMAX影厅。在广东，当新增票房最高的电影院为位于东莞的万达影城（华南MALL-IMAX影厅），该店为全国仅有的6家一代激光IMAX商业影院之一。

周末的广州美亚IMAX影城（云门店）内人头攒动，大部分观众都是奔着《哪吒2》而来。该影城营运经理陆经理也向记者证实了这一消费趋势，“很多年轻人在春节期间基本都看过一遍

文/羊城晚报记者 黄婷
实习生 吴淑君
图/羊城晚报资料图

了，在“二刷”“三刷”时，往往会选择体验更先进的放映设备，例如我们的IMAX二代激光影厅最近几乎场场爆满。

长期良好的影院基础设施建设，也为广东更好接住《哪吒2》的“泼天流量”奠定了基础。2024年，广东新建影院87家，居全国第一。截至目前，广东在册影院近1600家，银幕超1万块，数量位居全国第一。

“对高端观影体验的追求，已成为影院观影区别于家庭观影的显著优势。影院要想满足年轻群体的观影需求，就要利用新技术，在体验感、沉浸感等方面下功夫。”谢开来说，广东在影院建设上具有良好基础，但仍要加强高端放映设施和特效影厅的建设，以满足群众强烈的观影需求。

实际上，面对多样化文化娱乐消费竞争，加大高端放映设施和特效影厅投入，升级设施改善观众观影体验已经成为行业共识。《哪吒2》的火爆或将加速这一进程。

“如果后续观众对更优质的观影体验有强烈需求，我们将考虑对部分普通影厅进行升级改造，如升级为LED屏等。”陆经理表示。

记者了解到，广东也积极推动影厅建设升级。2024年，广东拨付超1亿元电影专项资金支持全省电影产业发展，对2019年以来安装先进技术设备的影厅给予一次性资助，全省共有200多家影厅获得补助。

B “一吒难求”拓展消费新风口

预计今年3月初正式出货，面向市场销售。

数据表明，对于成熟的电影市场，来自周边等电影衍生产业的收入最高可以达到70%，但在中国，电影收入中影视衍生品收入很少有超过10%的情况。此次《哪吒2》带动IP衍生品市场的全面爆发，表明中国IP衍生品市场的发展仍有巨大潜力。

谢开来说，广东在IP衍生品的设计和生产制造上具有优势，强大的产业制造和珠三角地区丰富的美术设计资源，成为广东发力IP衍生品产业的基石。在消费端，广东的消费市场活跃，商圈成为IP衍生品的重要消费场所，潮玩连锁店、自贩型潮玩机等新兴消费场景也不断涌现。

借鉴《哪吒2》的成功，广东如何持续拓展IP衍生品的消费新风口，形成“需求牵引供给、供给创造需求”的良性循环？

“影视凭借其强大的传播性和话题性，常常能成为IP‘出圈’的关键推手；而制造业则通过打造IP衍生品，实现了IP商业价值的延伸与拓展。”谢开来说，广东未来应重视对原创内容的重视，挖掘、孵化一批具有本土特色的IP；继续发挥在IP授权谈判和衍生品设计生产方面的优势，创造新的文化价值实现方式。

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼
通讯员 穗商务宣

近日，由广州市商务局、市协作办、市总工会联合主办的广州2024年度消费帮扶工作总结大会在广州国际医药港召开。会议总结了2024年广州消费帮扶工作情况，通报表扬了一批作出突出贡献的优秀单位、企业，现场授予了“消费帮扶突出贡献单位”和“消费帮扶积极参与单位”牌匾，并对广州市2025年消费帮扶工作高质量发展进行了动员部署。来自全国各地的农特产品也在活动现场统一“亮相”，直观展示了广州消费帮扶的成果。



年交易额超253亿元！

广州晒出消费帮扶年度成绩单

◎打造一批优质品牌和特色产品

2024年，广州持续强化消费帮扶的力量，分销、产业、品牌体系建设，着力拓展消费市场、打造优质品牌、培育重点产业、挖掘消费潜力，努力推动消费帮扶工作高质量发展。全年广州市场累计销售帮扶产品超253亿元。深入推进产销对接，畅通来自省内外农特产品销售渠道，帮助对口地区广大群众增收致富。培育打造了贵州刺柠吉、西藏

◎推动帮扶工作提质增效

2024年，广州社零总额突破1.1万亿元，增速在5个国际消费中心城市中排名第二，成功获批国家现代商贸流通体系试点城市，获批设立市内免税店，发布32个首发空间，15个都会级羊城夜市先行区，建设3个中西特色美食集聚区；高声量举办精品消费月国际购物节、精品美食周、“Young 城 Yeah 市”、直播电商节、广州环球消费月等消

◎助力农特产品“出山入湾”

2024年，广州市商贸流通相关行业协会、企业积极参与搭建产销对接渠道，以流通消费助力帮扶协作，推动各地农特产品“出山入湾”，取得了积极成效。

广州连锁经营协会切实履行社会责任，发动各大连锁商超、百货销售帮扶地区农副产品达16亿元。

西亚兴安采购团队开发梅州沙地柚、清远冬瓜、福建龙岩蜜柚子消费帮扶基地的商品，以品质产品推动产销两旺。小鲜驿站主动对接帮扶地区，将农副产品引入机关、社区、学校，拓宽销售渠道。胜佳超市深入调研帮扶地区农副产品，推动升级转型，累计成功打造50余品牌、400余热销品。钱大妈打通帮扶地区基地直供模式，在全国供应包括连江冬瓜、英德麻竹笋等逾500种优质产品，惠及农户超2000户。华润万家开展“乡遇万物 共塑美好”乡村振兴·名优特产进万家展销活动，带来各地名特优特产商品近4000个。南方报

机票酒店价格双双下降

节后“非遗小团”迎来错峰出行热

羊城晚报记者 沈钊

春节期间落下帷幕，随着机票、酒店价格双双下降，节后错峰出游成为趋势。据美团旅行数据，2月5日以来，全国文旅订单量较上月同期上涨24%，其中南京、西安、洛阳、北京、开封、哈尔滨、郑州、成都、南宁、自贡为十大热门目的地。

而在首个“非遗春节”后，年轻群体更侧重体验本地特色的深度旅游，持续带动“非遗体验”旅游热潮。

据潮州文旅负责人邱晓山介绍，节后潮州旅行团咨询和预订量同比明显增多，今年他们上线了潮州“非遗小团游”，并且和英歌舞体验馆合作上线了“非遗体验”旅游产品。“游客可以看英歌舞表演，体验英歌舞妆造，还能学习简单的表演动作，春节期间我们订单量的涨幅超过了100%。”

数据显示，2月5日以来，“非遗体验”搜索量同比上涨295%，潮州、汕头、泉州、揭阳、福州、大理、上饶、自贡、黄山等均为“非遗体验”小团游热门城市，00后为主要客群。以潮州为例，2月5日-19日，潮州跟团游订单量同比上涨了229%。

“今年英歌舞突然火了，我们都还没反应过来，店里就五六套英歌舞服装，每天有很多游客预约和排队。”潮州旅拍店店主陈智浩说，春节前，当地应该就他们一家提供英歌舞旅拍服务，“现在一下子冒出来10多家。”



云南大理一直是传统的热门旅游目的地，“非遗体验”更是给了年轻游客选择大理的新理由。数据显示，“去大理学扎染”为2025年非遗热门玩法，2月5日以来，“扎染体验”搜索量同比上涨408%，其中25岁-30岁的用户搜索热度最高，大理非遗美食也成为热搜词组。“过去游客买纪念品，现在流行深度旅游，他们自己就是创作者。”当地一扎染商家说。

泉州以非遗“姆埔簪花围”知名，带动福建宝盖小城非遗旅游热。周边城市不少商家到泉州学习簪花技术，给游客提供本地特色体验服务。漳州一家簪花体验店店主介绍说，“很多年轻游客自驾或者跟团来东山岛，既能感受闽南海岛风情，同时又能体验非遗簪花旅游。”

记者注意到，目前不少平台已上线“非遗小团游”旅游产品，包括潮汕英歌舞、泉州簪花游、自贡灯会游、大理扎染游、上饶打铁花游等跟团旅游线路，以10人及以下的小团服务为主，用户搜索“非遗小团游”等关键词时，即可进入相关活动界面。

美团旅行相关负责人表示，当年轻人们更偏向于体验本地特色的深度旅游，自首个非遗春节后，“非遗体验游”将成为2025年旅游关键词。美团旅行将持续围绕“非遗体验”，为用户提供本地特色旅游产品和服务体验保障，助力打造2025年非遗旅游目的地线上线下消费热潮。

潮州非遗嘉年华——青龙庙会非遗巡游活动精彩上演
羊城晚报资料图