

宇树科技拿到科创板“入场券”

据上交所官网消息,6月1日,宇树科技IPO(首次公开发行)申请通过上市审核委员会审议,公司如愿拿到科创板“入场券”——宇树科技将成为A股首家机器人上市公司。

宇树科技是“杭州六小龙”之一,主要专注于高性能通用机器人、四足机器人、机器人组件及具身智能模型的研发、生产和销售业务。连续登上央视春晚舞台,并在各大赛场夺冠,这家明星机器人公司近两年风光无两。

招股说明书显示,2025年公司人形机器人出货量超5500台(不含轮式双臂机器人),出货量全球第一。

2026年,宇树科技成立整10年,也由此开启资本市场之路。3月20日,上交所受理宇树科技IPO申请,公司拟登陆科创板。历经两轮问询后,公司于6月1日上会,并顺利闯关。从受理到过会,中间仅相隔73天,这一“闪电”速度,为近年来A股硬科技IPO过会的最快纪录。

此次上市,宇树科技拟募资金额为42.02亿元。按不低于10%的公开发行比例计算,宇树科技的上市估值预计约420亿元。

2025年,公司实现营业收入17亿元、扣非后净利润5.9亿元;今年一季度,营业收入为4.23亿元,同比增速由上年度的332.64%降至68.49%,扣非净利润为4025.36万元,同比下降52.55%;预计2026年1至6月营业收入约为10.52亿元至11.28亿元,同比增幅约为35.62%至45.41%,扣非净利润预计约为2.36亿元至2.83亿元,较上年同期下降约21.97%至6.43%。

(央视)



宇树H2人形机器人。图/宇树科技



5500

2025年公司人形机器人出货量超5500台(不含轮式双臂机器人),出货量全球第一。

▼4月10日,在第十四届中国电子信息博览会上,人形机器人在“舞蹈表演”。图/视觉中国



英伟达官宣:联手宇树打造人形机器人

1.8米高,英伟达提供“大脑”,宇树造“身体”

6月1日,英伟达首席执行官黄仁勋宣布,英伟达已与宇树科技合作,推出新一代人形机器人参考设计H2+,也被称为Isaac GR00T系统,以加速全球人形机器人行业创新。

据悉,这套系统将面向高等教育机构和大学研究人员开放,客户范围包括斯坦福大学、苏黎世联邦理工学院等科研机构。在这套系统中,宇树科技提供约1.8米高的H2人形机器人本体,英伟达则提供AI计算平台、机器人基础模型和仿真系统支持,机器人还搭载了总部位于新加坡的Sharpa公司制造的五指机械手。

黄仁勋在演讲中表示,这套系统已经完成整体集成。机器人本体拥有31个自由度,每只机械手拥有25个自由度,整机身高约1.8米、重量约68公斤。他还开玩笑称,这个身高和体重“就和我差不多”。

为这套系统提供算力的是英伟达Jetson AGX Thor T5000。该平台

基于英伟达Blackwell图形处理器(GPU)打造,配备128GB内存,人工智能算力最高可达2070万亿次FP4浮点运算。英伟达面向人形机器人的Isaac GR00T基础模型,则为机器人提供高级推理能力,相当于机器人的“大脑”。

黄仁勋表示,这个平台整合了英伟达完整的软件体系、数据生成系统、数据仿真系统和运行环境,最终形成一台便于研究人员使用的人形机器人。他说,这套系统主要面向高等教育机构和大学研究人员,因为对他们来说,要自行搭建完整的人形机器人测试平台“实在太难了”。

黄仁勋还表示:“对于智能体系统、机器人系统和物理AI来说,数据是最难解决的问题。”他指出,为AI机器人生成数据时,数据必须来自机器人的视角;但目前全球大多数视频数据都是第三人称视角,而不是第一人称视角。(央视、红星新闻)

天涯归来,情怀之后呢?

潇湘晨报·晨视频记者郭成鼎 综合报道

2026年6月1日零时,沉寂近三年的天涯社区以tianya.net域名正式重启。这个诞生于1999年的“初代顶流”社区重启上线。当天,话题“天涯神帖”“天涯社区回归首日就崩了”登上热搜榜,网站一度因访问量过高瘫痪。怀旧之后,一个问题浮现:重启之后,天涯该往哪儿走?

曾经的天涯有多火

1999年,邢明用炒股所得资金创办天涯社区。至2003年,天涯已拥有300万注册用户,日访问量达2000万,当时全国网民仅7950万人。巅峰期天涯注册用户超1.3亿,月覆盖用户突破2.5亿,是最大的中文互联网社区。这里诞生了《鬼吹灯》《明朝那些事儿》等超级IP,捧红了芙蓉姐姐、犀利哥等初代网络名人。

然而,2015年后移动互联网和算法推荐时代到来,微博、微信及短视频平台将信息密度压缩,用户阅读习惯被彻底碎片化。天涯直到2015年才匆忙布局移动端,为时已晚。此后试水电商、直播均未成功,2023年4月因无力支付电信IDC运营费用彻底关站。邢明坦承,天涯初期未依赖风险投资,没有太大盈利压力,但也因此错过了商业化布局的最佳时机。

重启的天涯有何不同

邢明给出了三层并行的商业化规划:一是依托海南自贸港优势,以

会员制电商为主要变现路径,避免过度商业化破坏社区氛围;二是联动“天涯神帖”IP,将二十余年沉淀内容整合为付费内容库;三是布局海外WEB3.0赛道,以DAO等概念吸引技术极客。

挑战同样明显。首先,在短视频洪流中,天涯定位为“人类原创内容的阵地”,能否留住移动互联网时代的年轻用户存疑。其次,小红书、抖音已将“内容电商”做到极致,天涯自营电商几乎是从零起步。天涯IP的核心价值在于大众记忆和独特社区文化,若过度商业化,反而会消耗用户情感,陷入品牌信任危机。

新的路才刚刚开始

当BBS时代落幕,中文互联网社区走向了不同命运。小红书从海外购物笔记社区起步,凭借天然的“生活消费”属性,完成了从内容推荐到电商的闭环。反面案例是虎扑,高度依赖广告收入,未能及时找到差异化变现路径,其孵化出的电商业务“识货”和“得物”也被剥离独立运营,最终虎扑只剩下一个用户老化严重的“社区空壳”。

社区做电商,拼的不只是情怀。天涯若想以海南自贸港和原创内容为护城河,就必须让生态健康独立运转,而非依赖老用户的一时充值。邢明自己也说:“重启只是第一步,更重要的是后续的重整、重构。”情怀能为天涯买来一张入场券,但不足以支撑重生。热搜消退后,天涯的路才刚刚开始。