人机共生 万物有灵

中国首届AI陪伴机器人产业展

The First China AI Companion Robot Industry Exhibition



时间： 2026年4月15日 ——2026年4月19日

地点： 杭州大会展中心

主办单位：IEEE机器人协会、国际机器人联盟、中国工信部、
中国机器人产业联盟、浙江省政府、杭州市政府

承办单位：杭州大会展中心、励展博览集团、阿里云、之江实验室

目录

一、 项目概况 1

（一） 展会名称 1

（二） 展会简介 1

（三） 展会主题 2

（四） 展会时间地点 2

（五） 展会规模 3

（六） 组织机构 3

（七） 展会价值 4

二、 项目背景 5

（一） 政治环境（Political） 5

（二） 经济环境（Economic） 6

（三） 社会环境（Social） 7

（四） 技术环境（Technological） 8

（五） 总结 9

三、 展会立项分析 10

（一） 产业分析 10

（二） 消费市场分析 12

（三） 项目效益分析 15

（四） 项目可行性研究结论 16

四、 展会亮点与特色 16

亮点一：全链条沉浸式体验，深度洞悉 AI 陪伴机器人产业 16

亮点二：IP 与 AI 跨界融合，解锁陪伴玩具新形态 17
亮点三：技术与人文关怀深度融合，呈现 AI 机器人核心价值观 17
亮点四：新品首发首展 18
五、 配套设计 19
六、 执行方案 20
（一） 项目总体安排 20
（二） 项目日程安排 21
（三） 场馆选址 22
（四） 展区设置 25
（五） 开幕式安排 31
（六） 配套活动 32
（七） 闭幕式安排 34
（八） 撤展及展后工作 35
七、 招商招展方案 36
（一） 核心目标 36
（二） 专业观众 36
（三） 招展对象 36
（四） 赞助商推广 39
八、 营销推广方案 40
（一） 宣传推广总体定位 40
（二） 全周期宣传阶段划分与核心内容 40
九、 财务预算 43

（一） 财务支出.....43
（二） 财务收入.....44
（三） 财务收支表.....44
（四） 最差情况下应对措施.....45
（五） 其他情况下的预算应对措施.....45
十、 总结与展望.....45

“人机共生，万物有灵”
——中国首届国际 AI 陪伴机器人产业展

一、 项目概况

（一） 展会名称

人机共生，万物有灵——中国首届国际 AI 陪伴机器人产业展



图 1- 1 展会介绍图

（二） 展会简介

中国首届国际 AI 陪伴机器人产业展紧扣“人机共生，万物有灵”主题，聚焦 AI 陪伴机器人产业全链条。展会邀请国内外知名企业、科研院校等参与，集中呈现 AI 陪伴机器人在技术研发、生产制造、市场应用等方面的最新成果，涵盖情感陪伴、生活照料、儿童教育等多元场景。同时，搭建产业交流、资源整合、商机对接的专业平台，促进产业链上下游协同创新，推动 AI 陪伴机器人产业标准化、规模化发展，加速其融入大众生活，开启人机和谐共生的产业新篇。

1．搭建交流平台

打造前沿科技与创新理念汇聚的高端交流平台，为行业内的科研人员、企业代表、投资者等提供一个思想碰撞、经验分享的专业场所。

2. 促进技术融合

集中展示全球范围内最新的 AI 陪伴机器人技术成果与创新产品，为产学研用各方搭建深度合作的桥梁，加速技术成果的转化与应用，推动 AI 陪伴机器人产业在技术层面的健康、快速发展。

3. 探索人文价值

倡导人机和谐共生的先进理念，深入挖掘 AI 技术在情感陪伴、生活协助等领域的巨大潜力，致力于赋予机器人更丰富的“灵性”，使其能够更好地融入人类生活场景。

4. 构建生活图景

以满足人们在情感交流、教育、养老等多方面的实际需求为出发点，通过 AI 陪伴机器人技术的创新应用，共同构建一个充满人文关怀与科技魅力的智能生活新图景，让科技发展真正惠及民生

（三） 展会主题

人机共生，万物有灵

（四） 展会时间地点

时间：2026 年 4 月 15 日（周三）——2026 年 4 月 19 日（周日）
每日时段：9：00——18：00
地点：杭州大会展中心



图 1- 2 杭州大会展中心俯瞰图

（五） 展会规模

本次展会落地杭州大会展中心，规划展览面积超 8 万平方米。设置 5 大主题展区，涵盖 AI 陪伴机器人全产业链，吸引全球超 400 家优质展商参展，预计观众超 20 万人次，将打造成为国内极具规模与影响力的 AI 陪伴机器人行业盛会。



表 1- 3 展会预览效果图

（六） 组织机构

主办单位：IEEE 机器人协会、国际机器人联盟、中国工信部、中国机器人产业联盟、浙江省政府、杭州市政府

承办单位：杭州大会展中心、励展博览集团、阿里云、之江实验室

协办单位：杭州未来科技城、浙江大学机器人实验室、杭电智能装备研究院、北上广深机器人协会、宁波机器人产业园

支持单位：The Robot Report、央视财经、36 氪、浙江卫视、红杉资本、浙商创投

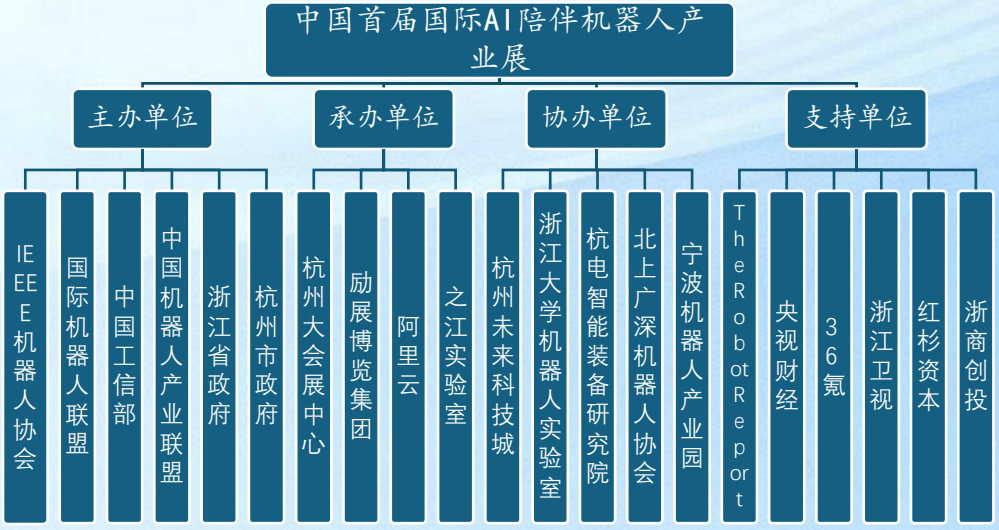


表 1- 4 展会组织结构图

（七） 展会价值

1. 实现技术交流

搭建一个专业化、国际化的 AI 陪伴机器人技术交流平台，广泛汇聚全球范围内的前沿技术成果。让参展企业和专业人士能够在此深入探讨技术研发过程中遇到的难题，分享最新的创新成果和实践经验。通过思想的碰撞和技术的交流，激发创新灵感，推动 AI 陪伴机器人技术在算法优化、硬件升级、功能拓展等方面实现重大突破，引领行业技术发展方向。

2. 推动产业合作

广泛吸引 AI 陪伴机器人产业链上下游企业参展，涵盖核心零部件供应商、整机制造商、软件开发商、系统集成商以及应用服务提供商等。通过展览展示、专业论坛、商务对接会等丰富多样的形式，为企业之间搭建起高效的沟通与合作桥梁。促进企业之间在技术研发、生产制造、市场推广等方面的深度合作，实现资源共享、优势互补，推动 AI 陪伴机器人产业协同发展，形成完整、健康、具有竞争力的产业生态链。

3. 展示创新成果

集中展示各类创新 AI 陪伴机器人产品，包括但不限于家庭陪伴机器人、教育陪伴机器人、养老陪伴机器人等。全面呈现行业发展的最新趋势和成果，从产品的外观设计、功能特点到技术应用等方面进行全方位展示。通过生动直观的展示方式，提升大众对 AI 陪伴机器人产品的认知与了解，让更多人认识到 AI 陪伴机器人在提高生活质量、促进社会发展等方面的重要作用。

4. 培育市场需求与用户认知

通过丰富多样的人机线下互动体验活动，消除大众对 AI 陪伴机器人冷冰冰的刻板印象。聚焦家庭、教育、养老等与人们生活密切相关的场景，生动展示机器人在实际生活中的应用方案和价值。让消费者亲身体验 AI 陪伴机器人带来的便利和乐趣，引导消费者根据自身需求选择适配的产品，从而培育和激发市场需求，推动 AI 陪伴机器人市场的快速发展。

5. 促进资本对接

搭建专业化的投融资平台，精心组织项目路演活动。为有资金需求的 AI 陪伴机器人企业提供展示自身项目和技术实力的机会，同时为投资机构筛选优质投资项目提供便利。助力企业获取资金支持，解决企业发展过程中的资金瓶颈问题，激发产业资本

活力，促进资本与产业的深度融合，推动 AI 陪伴机器人产业的快速发展和规模化扩张。

6. 打造国际品牌

致力于打造具有广泛国际影响力的展会品牌，通过高标准的组织策划、丰富的展会内容和优质的服务，吸引全球范围内的行业精英和企业参与。借助展会的国际平台，助力企业拓展海外业务，提升品牌在国际市场的知名度和美誉度。积极参与国际市场竞争，抢占国际市场份额，推动中国 AI 陪伴机器人产业走向世界，提升中国在全球 AI 陪伴机器人产业领域的话语权和影响力。

二、 项目背景

（一） 政治环境（Political）

国家与地方政策为 AI 陪伴机器人发展提供双重保障。

国家战略驱动：AI 陪伴机器人的发展深度契合我国人工智能领域顶层设计。国务院《新一代人工智能发展规划》将人工智能定位为战略性技术，重点部署智能机器人产业研发，尤其强调面向老年人的情感陪护产品开发，并将 “智能健康和养老” 列为智能社会建设方向，为 AI 陪伴机器人研发应用提供直接政策支撑。

杭州地方政策赋能：《杭州市加快建设人工智能创新高地实施方案（2025 年版）》将 AI 产业置于关键地位，设立年度 2.5 亿元算力券，企业采购智能算力服务最高可获 60% 补贴，降低算力成本；同时聚焦应用场景拓展，将适老化智能终端纳入政府采购，推动人工智能产业生态创新空间落地，从技术、应用到产业落地多维度加速项目

发展。

发布时间	发布文件
2016年5月	《“互联网+”人工智能三年行动实施方案》
2017年7月	《新一代人工智能发展规划》
2017年12月	《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划(2018-2020年)》
2018年4月	《高等学校人工智能创新行动计划》
2018年11月	《新一代人工智能产业创新重点任务揭榜工作方案》
2019年4月	《关于发布人工智能工程技术人员等职业信息的通知》
2019年8月	《国家新一代人工智能创新发展试验区建设工作指引》
2019年11月	《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》
2020年1月	《关于“双一流”建设高校促进学科融合加快人工智能领域研究生培养的若干意见》
2020年7月	《国家新一代人工智能标准体系建设指南》
2021年9月	《新一代人工智能伦理规范》
2022年7月	《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》
2022年8月	《关于支持建设新一代人工智能的示范应用场景的通知》
2023年7月	《生成式人工智能服务管理暂行办法》
2024年6月	《国家人工智能产业综合标准化体系建设指南(2024版)》
2024年9月	《人工智能安全治理框架》
2024年12月	《杭州市未来产业培育行动计划（2025-2026年）》
2024年12月	《杭州市促进人形机器人产业创新发展的若干政治措施》
2024年9月	《浙江省人形机器人产业创新发展实施方案（2024—2027年）》

表 2- 1 AI 产业相关政府文件统计

（二） 经济环境（Economic）

AI 陪伴机器人市场呈现爆发式增长，产业链协同升级机遇凸显。

市场爆发式增长：全球 AI 陪伴机器人市场规模呈指数级扩张，2023 年达 134 亿美元，预计 2030 年突破 1500 亿美元；中国市场表现突出，2023 年约 400 亿元，2025 年有望超 1200 亿元，占全球份额将超 30%。这一增长源于消费需求升级（情感陪伴、生活辅助需求增加）及人工智能与相关产业融合催生的新经济增长点。

产业链协同升级：浙江等地以 “整零协同” 和 “智能系统赋能” 为主线，构建覆盖整机、零部件、智能系统的产业生态。区域产业基础具备协同条件：杭州、宁波的专精特新企业提供关键部件，温州、绍兴的电机产业支撑驱动组件，台州、衢州

的精密减速器产业突破核心瓶颈，杭州在机器人 “大脑”“小脑” 系统的技术积累则提升核心能力。当前市场受老龄化养老需求、家庭服务升级驱动，但面临整零协同松散等挑战，推动产业链升级是突破瓶颈、实现规模化应用的关键。

（三） 社会环境（Social）

1. 人口结构变革催生刚性需求

我国人口结构呈现“老龄化深化、家庭小型化”显著特征，直接推动智能陪伴机器人需求从“潜在”向“刚性”转化，为展会构建稳定供需场景。据统计，我国空巢老人数量已超 1 亿人，单身成年人口突破 2.4 亿人，儿童青少年因父母陪伴不足、老年群体因照护资源缺口，在健康监测、日常照料、情感慰藉等方面需求日益凸显。AI 陪伴机器人进一步满足新增需求，是缓解情感压力、填补陪伴空缺的有效途径，其正在成为应对人口结构问题的重要科技载体。此类刚性需求不仅推动产业应用场景持续拓展，更为本展会汇聚养老机构、社区服务中心、年轻家庭等精准受众，形成“产品展示—需求对接—场景落地”的闭环，奠定展会规模化参展与观展的核心基础。

2. 城市化与社交模式变迁扩大市场空间

快速城市化进程推动人际社交模式向 “轻量化、碎片化” 转型，部分群体面临社交疏离问题，智能化情感陪伴需求显著上升，为展会扩大社会辐射力创造有利条件。据腾讯研究院专项调研显示，98% 的受访者认可 “通过技术手段弥补社交缺口” 的价值，这一社会共识为智能陪伴机器人市场推广扫清心理障碍。同时社会上不同群体对 “技术补位社交” 的需求，一方面推动产业向多元化场景延伸，另一方面也使展会吸引教育机构、企业工会、社会公益组织等跨界关注。通过聚焦 “城市化社交痛点解决方案”，展会可有效链接社会各界资源，进一步提升在民生服务领域的社会影响力与产业话语权。

3. 特定场景限制加速替代需求转化

城市宠物饲养限制、双职工家庭照料资源不足、残障群体生活辅助缺口等现实问题，推动智能陪伴机器人 “替代需求” 集中释放，为展会展示多元化产品解决方案提供丰富实践场景。例如，仿生宠物机器人成为城市家庭 “无宠陪伴” 的重要选择，儿童陪伴机器人助力双职工家庭实现 “早教 + 安全监护” 双重功能，残障辅助机器人可辅助完成开关门、取物等日常任务。此类需求的落地性特征，使展会能够精准对接民政部门、特殊教育机构、社区照料中心等采购需求，通过 “场景化展示 + 解决方案输出”，增强展会的现实意义与产业价值，同时为参展企业提供 “需求验证 — 市场对接” 的实战平台，助力产业从 “技术研发” 向 “场景落地” 高效转化。

4. 社会认知与消费转型赋能产业普及

随着社会对 AI 技术的接纳度提升、情感需求显性化及消费行为转型，智能陪伴机器人逐步从 “利基产品” 向 “大众消费品” 跨越，为展会提供长期可持续发展动力。2024 年全球情感陪伴类科技产品市场规模同比增长 38%，AI 陪伴机器人占比超 45%，消费群体覆盖全年龄段，订阅制服务、线上线下融合渠道降低尝试门槛。产业普及趋势既为展会提供稳定参展商资源，也保障观展人流的持续性，为展会打造 “年度性产业盛会” 奠定市场基础。

（四） 技术环境（Technological）

1. AI 核心算法突破

智能陪伴机器人领域的 AI 算法技术实现多维突破，显著提升人机交互的自然度与情感温度，为展会展示高水平拟人化交互成果奠定核心技术基础。情感交互算法的迭代，让机器人能依托深度学习与自然语言处理技术，实现高精度语义理解与流畅对话，突破“机械应答”局限；同时通过情感计算技术捕捉用户语音语调、微表情等多维度情绪信号，动态调整回应方式，使交互更具共情力。多融合视觉、压力、温度等多类型传感器数据，机器人可精准识别环境变化与人类动作细节，通过多模态感知融合强化情境适配能力。基于长期记忆技术记录用户兴趣偏好、行为习惯，可提供定制化关怀服务，推动机器人从“功能工具”向“情感伙伴”升级。此类算法突破使展会能够集中呈现“类人际”交互成果，增强展品的技术观赏性与体验价值，吸引专业观众与跨界领域关注。

2. 硬件技术革新

智能陪伴机器人硬件技术持续迭代，在算力、感知精度、续航能力等关键维度实现突破，使展会展品的技术实用性与创新价值得到充分展现。一是核心硬件算力升级：高性能芯片（如美格智能 SRM930）为机器人提供高算力支持，可实现本地部署大模型与多模态识别并行处理，保障复杂交互场景下的响应速度与稳定性。二是感知与驱动技术优化：传感器精度持续提升，可实时捕捉心率、环境温湿度等多维度物理量，为健康监测、环境适配提供精准数据支撑；伺服驱动系统与高精度电机的应用，保障机器人动作的灵活性与稳定性；轻量化材料创新应用在降低设备重量的同时保障结构强度，显著提升产品便携性。三是续航与能源技术突破：固态电池与无线充电技术的普及，有效延长机器人续航时间，解决 “续航焦虑” 痛点，增强产品实用价值。通过本次 AI 陪伴机器人展会实物展示硬件革新成果，可直观呈现产业技术实力，为参展企业搭建技术交流与市场对接平台。

3. 产业生态完善与跨领域融合拓展

智能陪伴机器人产业生态加速完善，跨领域融合趋势显著，为展会遴选优质展品、拓展应用场景展示、增强专业影响力提供系统支撑。一是技术标准体系构建：数据安全、算法伦理、接口兼容性等关键领域的技术规范逐步确立，为产业健康发展划定边界，也为展会遴选优质展品、规避技术风险提供重要依据，提升展会展品的公信力与专业水准。二是产学研协同创新深化：高校、科研机构与企业的协同机制不断完善，前沿技术成果快速转化为商业化产品，为展会持续输送创新展品与学术资源三是跨领域融合与应用拓展：人工智能、机器人学、计算机科学等多领域技术交叉融合，推动机器人功能向多元场景延伸以及产品形态个性发展。多元化形态与场景应用为展会设置 “养老照护”“儿童教育”“残障辅助” 等细分展区提供丰富内容，同时有效吸引行业上下游企业、政府采购方、公益机构等专业群体参与，进一步提升展会的产业辐射力与社会价值。

（五） 总结

国家战略明确方向、地方政策提供补贴、市场需求爆发、社会情感缺口巨大、技术成熟度达临界点 —— 五大合力将 AI 陪伴型机器人推向产业奇点。在此背景下，首届中国国际 AI 陪伴型机器人产业展顺势启航，旨在打造全球首个 “政策 — 技术 — 场景 — 资本” 一站式对接平台，引领行业从 “技术秀” 走向 “产业实”。

三、 展会立项分析

（一）产业分析

1. AI 陪伴机器人的产业链结构

AI 玩具产业链呈现“上游技术密集、中游制造集聚、下游渠道多元”的特征：上游 IP 运营、人工智能技术决定产品的差异化、智能化，中游研发制造依托传统玩具制造商以及新兴的科技企业，部分科技企业也依托向 B 端销售 AI 解决方案作为核心变现方式，下游通过多元化销售渠道、订阅制模式释放增长潜力。

产业链组成部分	核心特征	具体内容
上游	覆盖AI芯片、硬件 / 传感器、大模型、IP授权等四大核心领域。IP运营、人工智能技术成熟度决定了AI玩具产品的差异化 / 智能化。	IP方面，中游可向IP版权方获取IP内容、声音及IP形象的授权； 人工智能技术方面，主要包含语音识别技术、AI大模型如ChatGPT、Deepseek、Grok等等。
中游	研发制造依托传统玩具制造商以及新兴的科技企业	对于纯玩具制造商，部分厂商会与AI化服务商合作，购买AI解决方案，嵌入到产品中，使产品具有AI能力。AI化服务商如灵优智学、广和通等，与Deepseek、ChatGPT等国内外主流大模型厂商深度合作，通过精准的客户需求分析和模型匹配，为厂商提供适配其业务场景的AI玩具软硬件一体化解决方案。 对于集设计研发和生产制造能力为一体的企业，可以自研产品。其中也有部分企业会依托公司的技术能力，单独推出TO-B的AI解决方案，为玩具公司提供整套AI硬件以及软件解决方案。
下游	通过多元化销售渠道和订阅制模式释放增长潜力	在to-C端，AI玩具从单一硬件销售转向“硬件＋服务”，从“卖产品”到“建生态”，提升用户黏性。AI玩具不仅仅是一次性买断交易，而是可以将硬件的一次性购买和软件的持续订阅收费相结合。随着用户与玩具之间情感联系的建立和加深，他们更愿意持续订阅服务，用户生命周期更长，客单价也更高。此外，AI玩具鼓励用户生成内容，营造用户社区，增强了用户对产品的归属感和参与感。

表 3- 1 AI 陪伴机器人产业链结构图

2. 产业重点产品分析

基于 2025 年世界机器人大会（WRC）产业共识、全球市场销量报告及头部企业公开资料，结合 AI 陪伴机器人 “技术赋能场景、场景匹配需求” 的核心逻辑，以形态设计、技术集成度、价格区间、目标场景为四大分类维度，构建 “四级核心产品体系”。该分类既覆盖儿童、银发族、特殊群体、年轻独居群体等全用户谱系，又突出技术迭代与市场需求的适配性，为展会展品分区规划、产业政策研判、市场资源对接提供精准支撑。

序号	产品类型	产品简介	价格区间	核心特征	产品示意图
1	桌面级轻量化产品 —— 千元级情感陪伴与基础功能入口	以低技术门槛、高场景渗透为核心特征，聚焦轻量化情感交互与基础功能适配，主要服务年轻独居群体及低龄儿童，是 AI 陪伴机器人市场的 “大众化渗透型产品”	399-3580 元，其中主流产品集中于 800-2000 元，符合大众消费能力，部分联名款或高端功能款突破 3000 元。	技术适配：依托轻量化 AI 模型，实现声纹识别、微表情反馈、体温模拟等基础交互功能，部分产品复用手机算力降低硬件成本。 功能聚焦：覆盖情感陪伴、启蒙教育、轻量生活辅助三大核心场景。 形态设计：以小型化、便携化为核心，含桌面摆件式、手机底座式、仿生宠物式，造型偏向萌系或潮玩风格，适配家庭、办公等轻量化场景。	
2	健康专项产品 —— 银发与特殊群体的 “刚需型服务产品”	契合国家 “积极应对人口老龄化” 战略，聚焦银发群体（60 岁以上）健康管理与情感关怀，及自闭症儿童、残疾人等特殊群体康复辅助需求，是 AI 陪伴机器人在民生服务领域的 “专业化刚需产品”。	1000-15000 元，其中基础款（健康监测 + 简单陪伴）2000-5000 元，中高端款（多模态康复辅助 + 应急联动）5000-10000 元，定制化医疗级产品超 10000 元。	技术适配：集成高精度传感器（心率、血压、睡眠监测误差率 < 2%）、多模态交互（方言识别、大字体界面、语音控制）、应急联动系统（10 秒内触发子女 / 医疗机构预警），部分产品联动智能床、血糖仪等康养设备构建数据闭环。 功能聚焦： 银发群体：构建 “健康监测 — 智能预警 — 生活协助 — 情感慰藉” 闭环，如唯迈医疗机器人跌倒检测精准度 98%+，Moncat 机器人提供血压监测与健康指导，中科源码 “安仔” 支持方言交互与 “记忆复刻”（子女语音拟声）。 特殊群体：自闭症儿童康复机器人具备表情/动作情绪识别、标准化行为训练任务推送功能，残疾人辅助机器人含肢体动作执行（开关门、取物）、视障语音导航、听障语音转文字等代偿功能。 形态设计：以 “安全化、便捷化” 为核心，含床头壁挂式、轮椅搭载式、桌面康复式，操作流程简化至 3 步以内，降低使用门槛。	
3	高端人形交互产品 —— 技术集成度与情感体验 “标杆型产品”	代表 AI 陪伴机器人技术最高水平，聚焦高净值家庭、高端服务场景，以 “拟人化交互、定制化体验” 为核心，是展现产业技术实力的 “标杆型产品”。	3000-20000 元，其中中端产品（基础人形交互）3000-8000 元，高端产品（高自由度动作+人格定制）8000-20000 元，进口品牌或限量款超 20000 元。	技术适配：搭载高自由度骨架、AI 神经网络电子皮肤（触觉误差 < 5%）、多模态大模型（对话轮次提升 148%），支持声纹复刻、外观 DIY、人格定制。 功能聚焦：突破 “工具属性”，强调 “情感伙伴” 定位，可实现深度对话、沉浸式互动、高端服务等功能。 形态设计：以类人形态为主，部分产品采用医用级高分子皮肤模拟人体质感与微表情，身高多在 50-120cm，适配家庭高端陪伴、商业展示、科技科普等场景。	
4	功能复合型产品 —— 跨场景适配的 “融合型创新产品”	打破单一场景限制，聚焦 “一器多能”，覆盖家庭、商业、教科研等多元场景，是 AI 陪伴机器人 “场景破圈” 的 “融合型创新产品”，体现产业跨界融合能力	5000-30000 元，因功能集成度差异价格跨度较大，家庭用复合型产品 5000-15000 元，商业定制款 15000-30000 元。	技术适配：集成多模态感知（环境识别、语音 / 视觉双模交互）、长续航技术（10-14 小时续航）、场景切换算法（如类人 / 四足形态自动切换），部分产品具备自主导航与电梯控制能力。 功能聚焦：适用于家庭场景、商业场景、教科研场景等多元场景。 形态设计：以 “模块化” 为核心，支持功能组件拆卸与升级，形态涵盖双形态、移动平台式，适配场景灵活度高。	

表 3- 3 AI 陪伴机器人产业重点产品图

场景分类	产品名称	特点与功能	价格区间	代表公司	商品详情
儿童教育娱乐型	嗜咔博士AI拍学机	集成DEEPSEEK大模型，支持百科问答、拍图识物、英语学习；识别230万种物体	¥500-¥800	未公开（国内品牌）	
	可立宝AI宠物狗Loona	四足机器人，搭载ChatGPT；支持跟随、游戏互动、故事讲述；适配7岁以上儿童	¥2,999	可立宝（WowWee）	
	阿贝贝AI玩偶	毛绒外观+豆包大模型；情绪感知与安慰，屏蔽敏感词	¥300-¥500	孩子王	
	AI喜洋洋	IP授权+技术外包，聚焦儿童陪伴功能	299-399	奥飞娱乐	
	Lonna	家庭场景中可移动的交互机器人，带有四个轮子的迷你机器狗；定位为80%的宠物+20%的朋友	$299-499	可立宝	
	Metacat/MetaDog	定位“全能家庭伴侣”，在情感交互的基础上，整合了智能家居控制、健康监测、教育娱乐等实用功能。	¥989	大象机器人	
	贝恩施儿童学习耳机	听力保护+蓝牙连接学习设备；跨品类3C设计	¥200-¥400	贝恩施	
情感陪伴型	Fuzozo	性格养成玩法，NFC碰一碰交友	¥399	珞博智能	
	Moflin	偏高端设计，以真实触感提升用户情感依赖	59400日元	卡西欧	
	Cupboo	内置传感器检测触摸、摇晃，改变声音和表情，追求深度情感交互	¥1,399	杭州简墨科技	
	小耙AI	潮玩IP“耙老师”+多模态交互；支持情感对话、养成陪伴	¥1200-¥1800	TOYCITY	
	Replika AI虚拟伴侣	App端AI社交；长期情感关系塑造，记忆用户偏好	订阅制$70/年	Luka Inc	
	Tolan外星人陪聊	艺术化IP设计，避开“恋人向”；主打年轻女性用户	免费+订阅制	Tolan Tech	
智能养老型（康复/陪伴）	傅利叶康复机器人	外骨骼式结构；辅助行走训练，数据同步智慧养老平台	¥50,000+	傅利叶智能	
	新松陪伴机器人	健康监测+用药提醒+紧急呼叫；支持基础对话	¥8,000-¥15,000	新松机器人	
	松下手部康复机器人	柔性机械臂；针对失能老人精细动作训练	¥20,000+	松下	/

表 3- 2 AI 陪伴机器人产品场景应用图

（二）消费市场分析

1.“AI+情感陪伴”消费新场景分析：突破传统边界，重构人机交互空间

基于 2025 年人工智能行业技术演进动态与市场运行监测数据，AI 陪伴机器人应用场景已突破单一家庭场景局限，向教育创新、社交变革、商业工具、医疗服务等多元维度深度拓展，构建起 “技术研发 —— 场景落地 —— 用户价值转化” 闭环融合的产业新生态。

（1）教育创新场景：升级“人机共育伙伴”

技术层面，深兰科技 AI 教育玩偶集成“儿童心理健康专用大模型”，借语音交互与情感计算算法，实时识别儿童情绪信号，结合认知发展理论生成引导方案并输出可视化图表，为家校干预提供数据支撑。应用价值上，该类机器人可承担早教机构与家庭 30%标准化教学任务，释放教师精力聚焦个性化指导；据 2025 年国际消费电子展（CES）数据，情感化教育机器人市场关注度同比增长 120%，成教育科技核心增长板块。

（2）社交变革场景：转型“情感社交符号”

一是赛博时尚消费，Unitree Go1 等四足机器人适配 Z 世代生活，北京、上海现“机器人遛机器狗”等都市景观，相关话题讨论超 200 万次；京东 2025 年报告显示，70%购买者以“减压陪伴”为核心动机，Fuzozo 潮玩用户日均交互 1-2 小时，设备成新型社交货币。二是虚拟社交代理，火山引擎基于豆包大模型开发系统，支持虚拟形象定制与亲密度动态调整，用户对话轮次提升 8 倍；2025 年全球虚拟陪伴应用 MAU 增速 50%，订阅制占比 35%，字节跳动“猫箱”平台 MAU 破千万。

（3）零售创新场景：拓展“场景体验中枢”

一方面，北京亦庄 RobotMall 聚合 40 家厂商 50 款产品，设五大体验区，首周 300-3500 元桌面机器人销量占 80%，构建“销售-配件-售后-反馈”一站式体系，25%需求为定制化服务。另一方面，京东 MALL 部署 AI 体验终端，“即体验即购买”带动客流升 30%，消费者决策路径缩短 50%，为零售数字化提供参考。

（4）商业工具场景：突破“智能协同伙伴”

企业端，科大讯飞 AI 客服承担 80%标准化咨询，客户首解率 92%，人力成本降 40%，2025 年企业服务市场渗透率同比升 25%。小微企业端，钉钉 AI 管理机器人支持多模块功能，语音操作即可完成，使管理耗时缩 60%、订单效率升 35%，截至 2025 年三季度，超 10 万家小微企业接入，缓解管理难题。

2. 终端用户需求图谱：精准匹配细分群体核心痛点

消费群体	群体特征	消费需求
Z世代父母	年轻父母群体，对科技接受度高，愿为教育+陪伴型AI玩具支付溢价	1.科学育儿:借助AI实现儿童陪伴+启蒙教育，提供高质量互动，缓解育儿焦虑(如故事答疑、成长报告) 2.科技启蒙:探索新型早教方式，尝试科技产品的教育价值
单身成年人	独居/未婚人士，分性别差异: 女性:侧重情感寄托; 男性:侧重娱乐新奇	1.情感陪伴:寻找心理慰藉，缓解孤独，需“倾听者/朋友”属性(如卖萌撒娇、主动陪聊，强调共情能力) 2.养成感:追求AI宠物的情绪价值(如可爱人设、互动反馈) 3.兴趣娱乐:新玩法、 高科技属性，将AI视为“酷玩工具” 4.自我放松:人机互动消遣时间、解压(如互动游戏)
老年人	分两类: -自购型:“银发族”，对新事物接受度高; -代购型:子女为父母购置，关注健康监护	1.陪伴需求:找"耐心听众"解闷，填补空虚(如聊天、讲笑话) 2.健康安全:期待提醒吃药、监测健康指标(运动、血压、睡眠等) 3.子女关爱:24小时陪伴，远程同步老人状态(缓解子女担忧)
Z世代潮玩用户	十几至二十多岁年轻群体，视AI玩具为潮玩载体，热衷社交分享与圈层认同	1.社交符号:作为潮流单品，用于社交分享、身份表达，融入兴趣圈层(如“晒玩具”获认同感) 2.IP内容:还原喜爱的IP 形象(动漫/游戏角色)，具收藏价值与“养成乐趣”
学生群体	高中生、大学生等青少年，消费能力有限(价格敏感)，易受同伴/社交平台影响	1.兴趣陪伴:缓解学业/独居压力，替代“宠物/室友”提供情感支持(如倾诉、互动解闷) 2.趣味学习:课余通过AI获取知识(如对话练英语、科普问答)实现寓教于乐
特殊群体	自闭症儿童、残疾人等特殊人群，对产品的技术要求高，功能多元	1.康复辅助 + 数据赋能：实时输出安抚方案，设计标准化行为训练任务，引导儿童建立规律行为模式。同步儿童行为数据，辅助优化治疗方案。 2.生活自主 + 安全出行：针对不同残疾类型的需求差异，通过不同功能实现“功能精准代偿”

表 3- 4 产品用户需求分类图

AI 陪伴机器人的价值已从功能辅助跃迁至情感基建。展会需以新场景验证技术普惠性，以需求精准性倒逼产品迭代，最终推动行业从“硬件参数竞争”升级为“生命体验设计”

应用场景	具体形式	功能与特点	代表产品/示例
教育类	STEM教育玩具（如编程机器人）	融合教育、娱乐与社交功能	乐高编程机器人、Makeblock教育机器人
	语音识别信息助手	可回答孩子提问，提供百科知识、支持语音交互与语言学习	牛听听、阿尔法蛋
娱乐类	智能毛绒玩具	拥有语音互动、触摸感应功能、会唱歌、讲故事或模仿声音	Furby智能玩具、智能泰迪熊
	互动玩偶	能与孩子进行复杂对话、模拟动作(如跳舞、挥手)、部分玩偶还支持AR/VR技术增强娱乐效果	Barbie Dreamhouse机器人
社交类	模拟人类情感的机器人同伴	能识别并响应情感(如笑脸、语调)、提供陪伴与心理安慰、支持多人对话或小组互动	Moxie情感机器人、Cozmo机器人
	语音情感玩具	能根据情感语调做出反馈	小鱼在家AI陪伴机器人

表 3- 5 产品应用场景分析图

3. 同类展会竞争分析

展会名称	展会logo	展览时间	优势	劣势
世界机器人大会	世界机器人博览会 WORLD ROBOT EXPO	一年一届（2015年开始）	1. 汇聚全球机器人领域前沿技术与成果，促进技术交流 2. 为行业企业提供展示平台，助力品牌推广与合作对接 3. 吸引专业人才参与，推动人才交流与培养 4. 向公众普及机器人知识，提升行业关注度与认知度。	1. 地理位置位于北京，相对于其他地区的参展商和参观者来说，参与成本较高 2. 存在参展门槛较高，中小企业参与难度较大的情况 3. 对普通观众而言，专业技术内容较多，通俗化解读不足
中国国际高新技术成果交易会	中国国际高新技术成果交易会 CHINA HI-TECH FAIR	一年一届（1999年开始）	1. 历史悠久、影响力大，被誉为“中国科技第一展” 2. 依托深圳良好投融资环境，吸引资金支持 3. 成果展示平台强大，推动高新技术产业化	1. 高交会包含多个专业展，难以打响专业展品牌，专业影响力偏低 2. 现实中企业与科研机构在展会中直接达成合作的概率不高，仍未完全明确清晰定位
中国国际工业博览会	中国工博会 CHINA INTERNATIONAL INDUSTRY FAIR	一年一届（1999年开始）	1. 聚焦工业领域全产业链，覆盖智能制造、高端装备等核心板块，产业整合度高 2. 政企联动紧密，常伴随政策发布与产业论坛，成为工业领域政策解读与趋势研判的重要平台	1. 覆盖领域过广，导致部分细分领域展示深度不足 2. 以工业生产端为核心，对消费端用户的吸引力较弱，普通观众体验感与参与度较低 3. 参展门槛较高，中小型创新企业尤其是非重工业领域企业，获取展位与曝光机会较难

表 3- 6 同类展会分析图

（三）项目效益分析

本展览作为中国国际范围内首届以 AI 陪伴机器人产业为核心议题的大型盛会，其成功举办将在经济、社会、产业等多个维度产生显著且深远的效益，对推动相关产业迭代升级与社会高质量发展具有重要现实意义和战略价值。

1. 经济效益

本展览致力于搭建国际化、高端化的产业交流与商贸合作平台，通过整合产业资源、促进供需对接、激发市场活力，为经济高质量增长注入强劲新动能，具体体现在以下方面：

（1）促进 AI 行业发展，完善经济产业结构

本次展览将系统展示 AI 陪伴机器人领域的前沿技术成果、核心创新产品及全场景解决方案，有效加速技术成果的转化扩散与应用场景的深度拓展。通过搭建产业交流桥梁，引导社会资本、专业人才等资源要素向产业链核心环节与关键领域集聚，助力构建技术领先、布局合理、协同发展的人工智能产业生态体系，进而推动我国经济产业结构向高端化、智能化、绿色化方向优化升级，提升产业整体竞争力。

（2）促进地方经济发展，推动产业转型升级

展览将吸引全球 AI 陪伴机器人产业链上下游企业、专业采购商、投资机构等各方资源，从而形成庞大的人流、物流、资金流与信息流，直接带动当地会展服务、酒店住宿、餐饮零售、交通运输、文化旅游等关联服务业态的繁荣发展，创造显著的经济增量。同时，通过展示国际领先的技术趋势、创新模式与成功实践案例，为本地及全国范围内 AI 陪伴机器人相关制造企业、服务机构提供可借鉴、可复制的转型升级路径，推动行业从传统模式向智能化、服务化、个性化方向转型，提升产业发展质效。

（3）创新经济增长点，优化国内经济格局

展览将深度挖掘 AI 陪伴机器人在健康养老、智慧教育、情感关怀、家庭服务等多元场景的创新应用潜力，通过成果展示、场景体验、供需对接等形式，引导市场消费需求升级，培育壮大新兴消费市场与高端服务业态。通过本次 AI 陪伴机器人展以此催生一批具有高成长性的新经济主体，形成充满活力的新质生产力增长点，为国内经济格局优化提供有力支撑，推动我国经济发展模式从要素驱动向创新驱动转变，助力实现高质量发展目标。

2. 社会效益

本展览秉持科技赋能社会、创新服务民生的理念，通过前沿技术展示、深度产业研讨与广泛公众互动，从民生、行业、城市三方面创造多维可持续社会价值，推动社

会高质量发展。

（1）赋能民生福祉升级，提升全民生活品质

展览聚焦 AI 陪伴机器人民生领域创新应用，以场景化展示、沉浸式体验普及其在多元场景的实践成果，针对社会痛点呈现科技解决方案，增强社会成员生活便利性、安全保障与情感满足感，助力构建 “科技暖民、服务惠民” 民生新格局。

（2）引领行业规范建设，完善社会治理体系

围绕人机交互伦理等核心议题组织高端研讨，发布相关规范倡议与指南，构建行业健康发展制度框架；政企学研协同探索 “人 — 机 — 社会” 协同模式，为社会治理引入智能工具，推动治理体系精细化、智能化、法治化升级。

（3）塑造城市品牌新标杆，增强区域综合竞争力

为举办地杭州打造国际视野的国家级产业盛会，彰显其人工智能产业优势，提升城市品牌形象；吸引全球高端要素集聚，强化产业核心枢纽地位，借国际传播提升城市知名度与美誉度，为城市高质量发展注入动力。

（四）项目可行性研究结论

该项目具备显著优势，国家与杭州地方政策双重支持，AI 陪伴机器人市场需求爆发且技术日趋成熟，主办单位行业影响力强、场馆配套完备。但也存在同类展会竞争、技术伦理争议、参展商资质把控、观众邀约精准度不足及成本超支等潜在风险。实施中需严格审核参展商与展品质量，举办技术伦理主题活动，精准分层邀约观众并强化成本管控，做好展后客户跟进。其关键成功在于充分利用政策红利，整合产业链资源，打造“技术+人文”沉浸式体验，通过多元营销提升曝光，同时保障专业精细的展会服务。

四、 展会亮点与特色

亮点一：全链条沉浸式体验，深度洞悉 AI 陪伴机器人产业

展会打造“技术-实物-场景”三位一体的沉浸式体验空间，助力观众一站式吃透 AI 陪伴机器人产业链核心环节。

1. 专业技术科普

现场设置专业技术展区，邀请行业头部企业工程师、科研机构专家，通过动态演示、技术白皮书解读等形式，逐层拆解 AI 陪伴机器人的核心技术，包括自然语言处理交互算法、情感识别模型、多模态感知技术等，让观众直观理解机器人“听懂”“看

懂”“回应情绪”的底层逻辑。

2. 实物多维品鉴

汇聚产业链上下游近百款代表性产品，从核心零部件到成品机器人全覆盖，观众可近距离观察产品外观设计、材质工艺，亲手操作体验机器人的语音交互、动作响应等功能，对比不同品牌产品的技术差异与优势。

3. 场景实景还原

复刻家庭客厅、儿童房、老年卧室等真实生活场景，搭建 AI 陪伴机器人的实际应用场景。例如，展示儿童陪伴机器人如何通过故事讲述、互动游戏辅助早教，老年陪伴机器人如何监测健康数据、提醒用药，让观众直观感受产品在生活中的实用价值，清晰看到技术落地的具体形态。

亮点二：IP 与 AI 跨界融合，解锁陪伴玩具新形态

展会聚焦“IP+AI”创新趋势，打破虚拟 IP 与实体机器人的次元壁，呈现一批兼具情感共鸣与智能交互的新型陪伴玩具，为行业与观众带来全新体验

1. 热门 IP 深度赋能

联合动漫、游戏、经典童话等领域的热门 IP，推出 IP 定制款 AI 陪伴机器人。机器人不仅拥有 IP 专属的外观造型，还内置 IP 相关的语音内容，如 IP 角色原声对话、IP 剧情衍生故事，让观众与喜爱的 IP 角色实现“真实互动”，满足粉丝的情感需求。

2. 交互体验升级

IP+AI 陪伴玩具突破了传统玩具“单向输出”的局限，借助 AI 技术实现双向智能交互。例如，儿童可与 IP 机器人对话问答、共同完成任务，机器人还能根据儿童的语音情绪、互动频率调整回应方式，让陪伴更具个性化与趣味性，推动陪伴玩具从“娱乐工具”向“情感伙伴”转变，展现行业创新发展的新方向。

亮点三：技术与人文关怀深度融合，呈现 AI 机器人核心价值观

展会以“人文关怀”为核心理念，强调技术与人文关怀的深度融合，通过多元 AI 陪伴机器人诠释以人为本的重要思想。

1. 场景化体验覆盖家庭需求

展区围绕家庭三大核心需求维度，通过 1:1 还原真实生活场景，构建起 “技术嵌入场景、场景承载人文” 的展示体系，打破了 “技术孤立展示” 的传统模式，让 AI 技术始终围绕家庭 “人” 的生活轨迹与需求痛点展开，实现技术功能与人文场景的精准适配，直观呈现科技如何为家庭生活提质增效。

2. 跨代协同强化情感联结

展区以 “促进家庭情感互动” 作为技术应用的重要导向，通过 AI 产品搭建跨代协同桥梁，传递人文关怀温度。展区通过多元独特的 AI 陪伴机器人为空巢老人、独居儿童提供情感陪伴，同时增进家庭成员间的情感交流。此类设计让 AI 技术不再是冰冷的工具，而是成为维系家庭关系、传递亲情温暖的载体，充分彰显技术服务人文、促进家庭和谐的价值导向。

3. 需求导向彰显人文关怀

展区内所有 AI 产品均跳出 “单纯技术陈列” 的局限，始终围绕家庭 “人” 的差异化需求进行功能设计，将人文关怀融入技术创新细节。既充分展现 AI 技术在语音识别、数据交互、场景适配等方面的先进性，更以 “以人为本” 的设计理念，让技术创新始终服务于家庭幸福指数提升，生动诠释 “科技温暖服务家庭” 的核心展区理念。

亮点四：新品首发首展

聚焦研发工程师、制造骨干、产品经理、投资者及科研人员五大核心群体，本届展会以“人机共生，万物有灵”为理念引领，通过定制化的新品全球首发、前沿技术闭门研讨、精准创投对接及高端人才洽谈等多元形式，深度构建集技术交流、商业合作、趋势洞察与成果转化为一体的高价值生态平台。我们不仅展现人工智能技术的创新突破与产业链协同，更着力诠释科技的情感维度与伙伴属性，推动人工智能从工具属性向有灵、有温度的共生伙伴演进，为与会者提供从概念构想、研发设计到量产落地的全链路解决方案，最终助力企业在“万物有灵”的新纪元中实现可持续的创新迭代与高质量发展。

五、 配套设计



图 5- 1 展会宣传展板设计图



图 5- 2 展会 logo



图 5- 3 展会宣传海报设计图



图 5- 4 展会相关证件设计图

六、 执行方案

（一） 项目总体安排

前期工作：为了使展会有充分的准备时间，展会将提前 8 个月开始筹备。预计下发批文一个月，项目策划、形象设计、场地确定以及绘制平面图用时一个月，分别于 2025 年 10 月和 11 月完成。预计 12 月开始选定搭建商，并逐步进行招商招展工作。2026 年 1 月开始进行前期宣传（编辑、印发手册，广告发布及网站建设等），时间为 5 个月，2026 年 3 月开始招募志愿者并进行培训，均于 2026 年 4 月完成。

中期工作：为了保障展会的高效顺利举办，推动 AI 陪伴机器人产业技术交流与融合发展，中期工作时间较为集中，场地搭建、物资运输、人员安排、展会布展、现场管理、会议论坛、配套活动和撤展工作基本上都将于 2026 年 4 月完成。

后期工作：为了使项目更具有可持续发展性，推动 AI 陪伴机器人产业与多领域深度融合、走向国际，在展览会结束之后的后期安排分为展后总结、展后宣传、未来预期三部分，预计将于 2026 年 6 月完成所有工作。

工作阶段	时间进度	2025年			2026年					
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
前期工作	下发批文									
	项目策划									
	形象设计									
	场地确定									
	绘制平面图									
	确定搭建商									
	招商招展									
	确定参会名单									
	对外宣传									
	志愿者招募培训									
中期工作	场地搭建									
	物资运输									
	人员安排									
	展会布展									
	现场管理									
	会议论坛									
	配套活动									
	撤展工作									
后期工作	展后总结									
	展后宣传									
	未来预期									

表 6- 1 项目总体安排图

（二） 项目日程安排

活动内容	活动名称	活动时间	活动地点
开幕式	迎宾仪式、AI潮玩光影无人机秀、剪彩仪式	4月15日8：30——10：15	杭州大会展中心室外广场、室内主舞台（一号馆）
会议论坛	技术前沿论坛（情感交互专场）	4月15日10：30——12：00	会议中心二层多功能厅
	AI陪伴机器人应用场景拓展峰会	4月15日14：00——15：30	会议中心一层报告厅
	产业链协同发展论坛	4月16日10：00——11：30	会议中心二层多功能厅
	智能交互与情感计算创新论坛	4月16日14：00——15：30	会议中心一层报告厅
	质量与标准建设研讨会	4月17日10：00——11：30	会议中心二层会议室
配套活动	技术介绍会(核心算法解读)	4月17日——19日 9：30——11：30 14：30——16：30	2号馆舞台区
	采购洽谈会	4月15日——17日 9：00——18：00	2号馆洽谈隔间
	AI时光邮局互动	4月15日——19日 9：00——18：00	2号馆互动区
	新品发布会（灵性伙伴主题 ）	4月16日10：00——11：00	3号馆发布区
	用户体验与测评活动	4月16日——17日 9：00——17：00	3号馆体验区
	3D打印潮玩定制体验	4月15日——19日 9：00——18：00	4号馆潮玩区
	技术体验集章活动	4月18日——19日 9：00——17：00	2-5号馆
AI展会	核心技术与零部件展区	4月15日——19日 9：00——18：00	1号馆
	产品研发与制造展区	4月15日——19日 9：00——18：00	2号馆
	场景应用与综合体验展区	4月15日——19日 9：00——18：00	3号馆、4号馆
	AI潮玩产品展区	4月15日——19日 9：00——18：00	5号馆
闭幕式	展会回顾、颁奖典礼、闭幕宣言	4月19日14：00——15：10	室内主舞台（1号馆）
展后活动	展后成果宣传、下届展会预热	4月20日——6月	线上平台、合作社区/企业

表 6- 2 项目日程安排图

（三） 场馆选址

1. 场馆信息

（1）地理位置：杭州大会展中心位于杭州临空经济示范区核心区块，地处钱塘江下游，杭州湾桥头堡腹地，作为浙江省“百千万工程重点项目，深度融入长三角区域一体化发展布局，既依托临空经济区的核心区位优势又对标国内外一流大型会展场馆，以“建设一个场馆、激活一片区域、带动一个产业、实现一方繁荣”为目标，助力杭州打造国际化会展标杆载体。



图 6-3 杭州大会展中心示意图

（2）场馆分布：2024 年 9 月一期投用，集展览、会议、活动等功能于一体，各区域相对独立且紧密配合：

会议中心（1 号馆）：会议面积 1.6 万㎡，含超 51 个会场及 VIP 室，设最大 7000 ㎡宴会厅，可满足大、中、小型各类会议及活动需求。

单层展馆（2、3、4、8 号馆）：每馆室内展览面积 1.45 万㎡，可容纳 682 个国际标准展位。

双层展馆（6、7 号馆）：室内展览面积 1.6 万㎡，一、二层展厅均可容纳 682 个国际标准展位。

活动中心（5 号馆）：面积 1.6 万㎡，配 4800 个阶梯式及活动座椅，可容纳 7000 人。

（3）配套用途：通过合理功能分区形成联动格局，涵盖会议中心、单/双层展馆、活动中心及登录厅、配套会议室、商业餐饮等设施，可承接展览展示、会议论

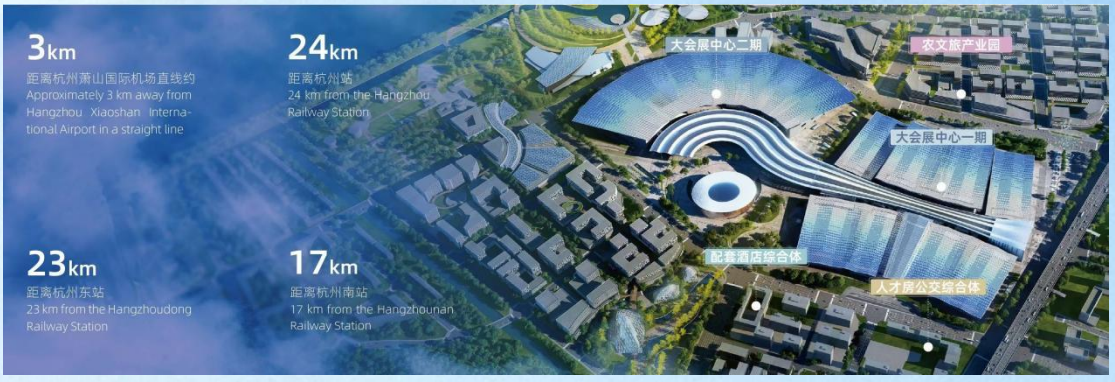


图 6-4 杭州大会展中心示意图

坛、演艺演出等活动，是杭州乃至长三角功能完备的会展标杆载体。

2. 交通概况

（1）国际航线：托杭州萧山国际机场(距杭州大会展中心直线距离 3km)这一重要航空枢纽，可便捷联通全球众多国际航线，为国内外参展、参会人员提供高效航空出行服务，实现与国际城市的快速衔接。

（2）高速铁路：周边布局杭州站、杭州东站、杭州南站等核心铁路枢纽，距杭州站 24km、杭州东站 23km、杭州南站 17km，借助覆盖全国的高铁网络，能高效对接国内主要城市，为跨区域商务会展出行提供便利，助力人员快速聚集。

（3）自驾出行：可经钱塘快速路（艮山东路过江隧道）、104 国道新线（中环快速路）、杭绍甬高速便捷抵达。

（4）公交地铁：地铁 1 号线“港城大道”“大会展中心”站双站直达；可在“大会展中心”站无缝换乘规划中的地铁 11 号线；且 1 号线可直达西湖景区、武林广场等杭州核心景点与商圈，便利客流集散及后续活动。

3. 商贸条件

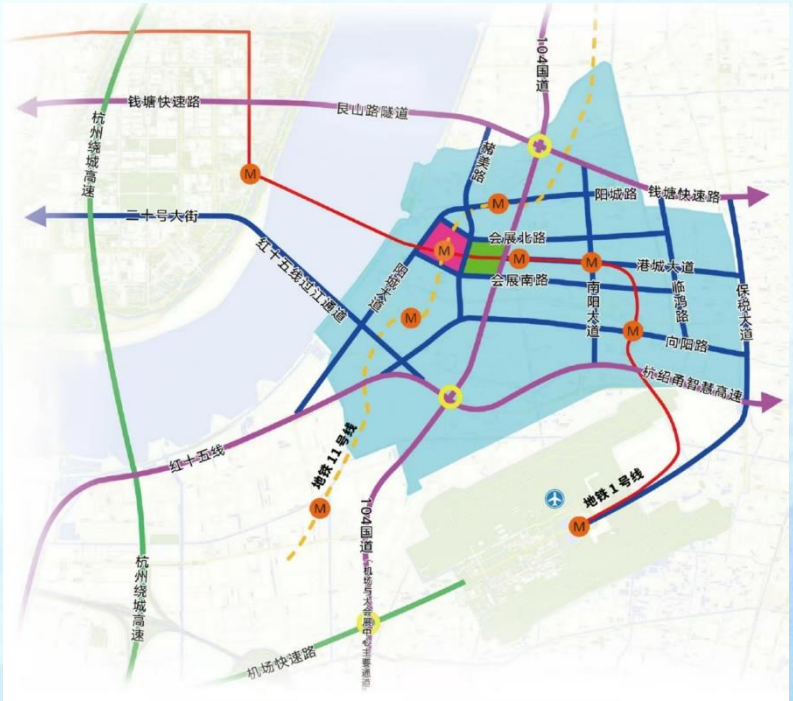


图 6-5 杭州大会展中心周边交通图

周围分布着杭州临空万象城(规划打造为集高端购物、特色餐饮、休闲娱乐、商务服务于一体的大型商业综合体，未来将成为区域商业地标)、空港新天地(已形成成熟商业氛围，涵盖连锁超市、品牌餐饮、精品零售等多元业态)等商业性建筑，商业氛围浓厚，有利于为参展人员提供便利的购物与餐饮服务，也为招商引资、客群分流、休憩娱乐创造了良好条件，助力展会商业价值与综合体验的提升。

4. 配套设施

综合设施	详细信息
餐饮保障	杭州大会展中心商业配套总面积约10.6万m2(一期约4.9万m2),地上涵盖8个独立商业建筑及展配套用房，地下设6000多m2美食广场与商务简餐区，提供超3500个餐位，汇聚德克士、百纳食府、真功夫、 老娘舅等10余个餐饮品牌；同时提供中西式简餐、商务套餐、宴会围餐、自助餐、茶歇、酒会全业态餐饮，单日可满足约2.3万人次商务简餐和350桌圆桌用餐需求，覆盖展会不同时段、规模的餐饮供应
住宿配套	杭州大会展中心住宿资源丰富多元。自持配套项目包含1座四星级标准的假日酒店；周边3公里范围内已有机场凯悦酒店、英冠温德 姆酒店、机场雷迪森酒店、杭州空港假日酒店等星级酒店，以及全季、亚朵、开元曼居等商务型酒店，房间数量突破3600间；车程30 分钟范围内约有超过6000间客房，充分满足不同类型参展人员的住宿需求
广告点位	杭州大会展中心各功能场馆及配套区域设置多元化广告载体，涵盖会议中心(1号馆)、单层展馆(2、3、4、8 号馆)、双层展馆(6、7号馆)、活动中心(5号馆)的灯箱广告、墙面广告、馆内吊点广告、玻璃幕 墙广告等形式，覆盖展览、会议、活动全流程场景，满足品牌宣传与商业推广需求
智能安防	杭州大会展中心搭建“动态覆盖+智能预判”立体化安防体系：部署AI智能巡逻机器人集群， 依据实时人流量、展位分布动态规划巡逻路线，无缝覆盖宴会厅、前厅等公共区域；夜间通过热成像技术主动探测异常热源，实.现24小时无间断值守。同时配备虚拟现实调度系统，支持30路监控虚实结合治理，可对重点区域视频拼接、 色彩调整、画面裁剪，结合自动化消防控制系统与专业消防队伍，全面监测隐患并快速处置

表 6-6 杭州大会展中心配套设施

5. 综合服务

依托展览服务中心打造全链路数字化会展服务平台，集成主场服务、特装搭建、展具花卉、活动策划、舞台搭建、广告文印、商旅服务、消防技术服务、代理报批报审、展览保险等服务，通过数字化流程管理与全天候驻场团队保障服务精准高效；可提供定制化 VIP 专项服务方案，涵盖 VIP 接送、讲解、参会、茶饮、餐食、休息等内容；与多家头部媒体构筑场馆融媒体中心，提供媒介宣发服务，助力会展品牌打造；配套充足停车资源，拥有展馆地下停车.场车位 3670 个、二期区域临时车位 609 个、周边酒店配套车位 1157 个、人才房配车代 059 北侧轮候区停车位 533 个，满足参展人员停车需求。

（四） 展区设置

1. 展馆规划图

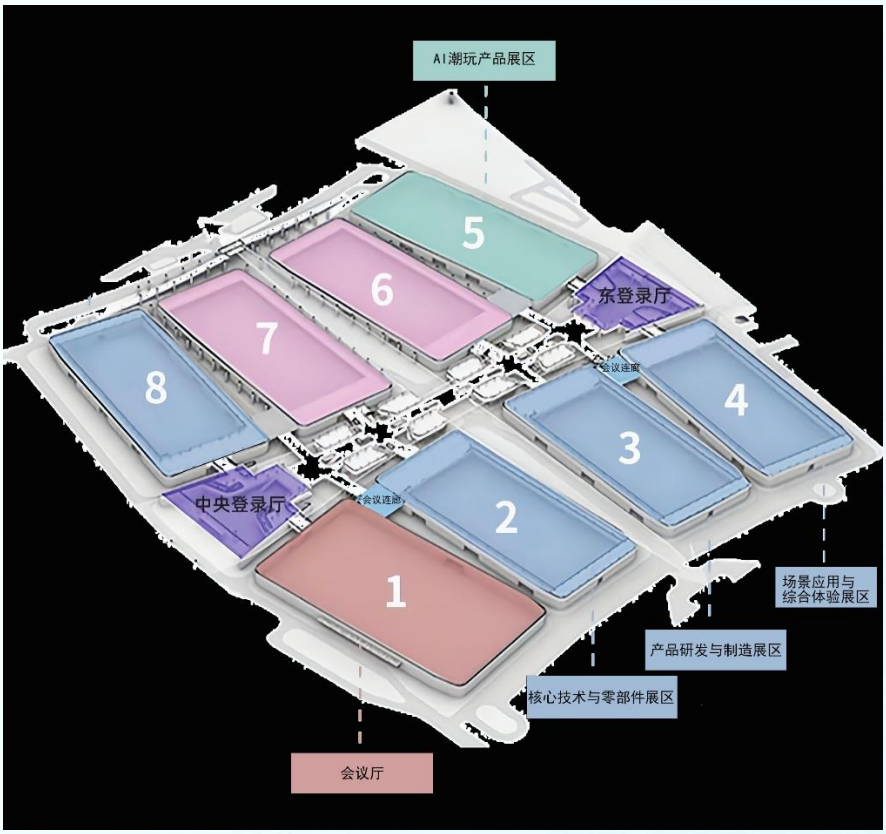


图 6-6 展馆规划图

2. 展馆分区部署

为了按产业链逻辑串联起技术根基、产品转化与落地价值，既满足专业群体对技术深度和供应链的需求，也让普通观众通过直观体验理解产品从研发到应用的全流程，全面呈现产业生态的同时提升观展效率与体验，AI 陪伴机器人产业展将划分为核心技术和零部件、产品研发和制造、场景应用和综合体验、AI 潮玩产品四类展区。

核心技术与零部件展区

（1） 展区介绍

核心技术和零部件展区聚焦 AI 陪伴场景底层技术与硬件支撑，系统呈现多模态交互技术、情感计算算法、个性化学习模型迭代逻辑，集中展示高性能芯片等关键硬件，解密 AI 技术到体验的实现路径，助观众理解 “共生” 技术内核。



图 6-7 展区预想图 1



图 6-8 展区预想图 2

（2） 展区活动

活动名称	活动时间	活动地点	活动安排
技术介绍会 专业宣讲，解码技术底层	4月17日——4月19日 上午场9：30——11：30 下午场14：30——16：30	杭州大会展中心2号馆舞台区	展区内搭建专属宣讲舞台，规划详细的宣讲时间表（提前通过展会官网、公众号等渠道公布 ），不同时段邀请各企业技术骨干、研发负责人登台，围绕AI陪伴机器人核心技术、研发历程（分享技术攻坚难点、灵感来源，传递“AI陪伴机器人诞生初心” ）、应用拓展方向等内容展开深度讲解舞台正前方划分专业观众区，设置约60个座位（根据展会规模、专业观众预估数量合理设置 ），专业观众凭提前申领的“专业观众证”（通过展会报名审核后发放，区分普通观众与专业群体 ）有序入座，先到先得。普通观众可在周边区域站立聆听，借助专业讲解，深入了解AI陪伴机器人背后的技术支撑，拉近大众与前沿科技的距离
采购洽谈会 精准对接，促进产业合作	4月15日——4月17日 9：00——18：00	杭州大会展中心2号馆	为助力企业精准对接资源，加速AI陪伴机器人产业合作落地，在展会正式启幕前，参展商需在展会官方平台录入展品基本信息，例如产品功能、技术亮点、可能应用场景、合作模式等内容，构建线上展品数据库。专业观众（如企业采购负责人、行业代理商等）可基于自身业务需求，通过平台筛选匹配的参展商，在线预约1对1洽谈时段。展会现场设置独立洽谈隔间，配备舒适桌椅、多媒体演示设备，为供需双方营造私密、高效的沟通环境
AI时光邮局 畅想未来，凝聚群体愿景	4月15日——4月19日	杭州大会展中心2号馆	在展区合适位置布置“AI时光邮局”互动区域，设置大屏幕展示端与二维码扫码入口。观众扫码进入互动页面后，可输入对AI陪伴机器人未来发展的愿景（如期望机器人在情感陪伴、医疗辅助、教育支持等场景实现哪些新突破，对人机共生模式有怎样的憧憬等 ）。后台AI系统对愿景内容进行收集、整合与词频分析，将这些愿景以动态留言板形式投放大屏幕，被提及次数越多的愿景，显示字体越大、颜色越醒目，直观呈现大众对AI陪伴机器人未来的期待，营造群体共创、畅想人机共生美好图景的氛围

表 6-9 核心技术与零部件展区活动

产品研发与制造展区

（1） 展区介绍

AI 陪伴机器人产业展研发与制造展区，汇聚 120 余家全产业链展商，以长三角为核心辐射全国，吸引海内外企业，通过多元活动展示前沿技术，推动研产融合与产业协作，为多类目标群体提供技术交流、资源对接等价值，是产业前沿技术汇聚、创新思想碰撞及资源合作的优质平台。



图 6-10 展区预想图 1



图 6-11 展区预想图 2

（2） 展区内容

活动名称	活动时间	活动地点	活动安排
新品发布会 从功能展示到“灵性伙伴”的具象化	4月15日 上午场9：30——11：30 下午场14：30——16：30	杭州大会展中心3号馆	在新品发布会中，企业将重点展示 AI 陪伴型机器人如何通过情感识别与自适应交互，与用户建立双向成长关系，体现 “共生” 核心。聚焦产品的拟人化设计，例如仿生眼神与肢体语言、自然对话流等，通过技术创新赋予机器 “生命感”，使其从工具升华为 “有灵性” 的伙伴。引导企业强调产品的 “情感价值”，而非单纯的功能参数，以此吸引订单，推动 “人机共生” 理念在市场落地，让用户将机器人视为充满关怀的 “灵性伙伴”，而非冰冷的工具。
用户体验与测评活动 以“情感纽带”定义产品价值	4月15日——4月19日	杭州大会展中心3号馆 舞台区	用户体验与测评活动围绕 “情感纽带” 展开。用户通过长期互动，如 24 小时独处测试，评估机器人能否建立真实情感联结。创新测评维度，包括情感黏性指数与灵性感知问卷，输出《AI 伙伴情感指数报告》，引导企业优化 “灵性” 设计。测评结果驱动产品迭代，促进 “人机共生” 在消费端的良性循环，让具备情感联结能力的 AI 陪伴型机器人获得市场认可。

表 6-12 产品研发与制造展区活动表

场景应用与综合体验展区

（1） 展区介绍

该展区的目标群体主要为终端群体，所以展区将划分为针对老人与小孩的家庭场景 AI 陪伴体验区和针对单身人群的单身生活场景 AI 陪伴体验区。



图 6-13 展区预想图 1



图 6-14 展区预想图 2

（2） 展区内容

家庭场景体验区：以科技温度，赋能全家生活

本展区以家庭场景及多元需求为导向，展示 AI 陪伴机器人在儿童守护、老人康养、全家互动领域的应用成果，构建沉浸式平台。采用 “分场景 + 融合空间” 设计，精准回应细分需求、营造全家互动氛围，实现个体需求到全家协同过渡。

活动名称	活动时间	活动地点	活动安排	
			关键场景	体验过程
儿童成长区 守护·启蒙·社交	4月15日 — 4月19日	杭州大会展中心 4号馆	校园课堂角——AI伴学成长空间 规划1:1还原教室第三排场景(课桌椅+AR黑板)，桌面摆放错题本、学习用品，模拟上午10点“数学课专注瞬间”的真实氛围	入座后X-Origin Yonbo AI机器人主动唤醒，结合AR黑板3D模型讲解知识点(如“鸡兔同笼画图法”)；通过眼神识别触发分心提醒(如“看这里！老师讲恐龙灭绝的陨石撞击啦~”)，”课后生成语音笔记同步家长；数学难题时室石RK2通过画图引导逻辑拆解，英语对话时辅助口语训练；课间自动提醒楼道安全，放学生成专注度与作业进度报告，实现“学习-安全-反馈”闭环。
			社区童玩角——跨代互动社交空间 1:1还原社区架空层童玩区(智能积木桌+绘本角+软包滑梯)，墙面贴卡)通身高贴，角落摆共享坐垫/雨伞，营造放学后17:30“家长未归，孩子和邻居伙伴、老人共处”的生活气，旁设老人休息区(藤椅+老花.镜+养生茶盘)	360儿童手表A9实时监测环境(围栏预警、摔倒报警、滑梯湿滑提醒)精确定位孩子轨迹；Loona机器狗在绘本角语音伴读，无社交时主动互动跟随；儿童通过手表实现跨品牌手环交友，高清双摄支持AI头像创作；老人休息时，小度智能屏同步推送简易养生操(大字体步骤)与孩子实时位置(如“小明在滑梯区”)，实现“儿童玩耍-老人休闲-安全联动”的跨代协同。
老人康养区 健康·安全·自在			1：1还原社区公园林荫步道+健身区+宠物角，悬挂鸟鸣音效装置，晨光模拟清晨7点，营造安心的晨练氛围	GR-3人形机器人为老人定制个性化健康操，精准指导动作角度；搭载FSA2.0执行器的GR-3可自主识别公园隐患(台阶高度>5cm预警、地面积水>20cm标记、松动地砖)，通过语音提醒帮助躲避危险；机器人同步记录运动数据，联动家庭健康平台，形成“运动-安全-数据”的康养闭环。
家庭融合区 协同·陪伴·联结			关键场景：“暖居客厅”——全家庭互动核心空间 复刻普通家庭客厅布局(老人沙发+儿童书桌+地垫游戏区)，台灯散发暖光，茶几摆放坚果盘、药盒，模拟傍晚18:30“老人追剧、孩玩耍、全家放松”的松弛日常	安全静默守护 孩子玩积木时，EBOX机器人利用V-SLAM 智能导航与可移动4K超高清云台相机，自动跟随拍摄，监测到爬高、碰撞等危险动作，轻声温馨提醒：“积木塔要倒啦，扶一下~”，同时推送文字提醒至老人平板，让老人知晓孩子动态，又不打断自身节奏。 老人久坐沙发，ElliQ它能够提醒老年人按时服药、避免久坐、并与老人进行对话交流。监测日常活动量、甚至通过简单的健康咨询功能，帮助老年人管理慢性病。通过与智能穿戴设备的联动，ElliQ还能实时监测老年人的生理指标，一旦发现异常立即通知家人或医疗机构，为老年人的健康保驾护航。 厨房WalkerX机器人为老人准备热水、给未到家的家长备菜，完成后主动用吸尘器清理客厅，维持居家整洁。 客厅EBOX机器人具有V-SLAM 智能导航与可移动4K超高清云台相机，具备增稳防抖、自动跟随拍摄等功能，主要负责老人跌倒监测、 儿童活动追踪、全屋安防巡逻等场景

表 6-15 家庭场景体验区活动表

单身生活场景体验区：独处不孤，AI 赋能社交与娱乐新生态

本展区以单身群体生活场景及情感需求为导向，展示 AI 陪伴机器人在社交引导、情感慰藉、个性化娱乐领域的应用成果，搭建沉浸式平台，探索技术提升其生活品质新路径。展区采用开放与半私密空间融合设计，科学规划动线，平衡公共性与私密性，满足不同参展群体需求。

活动名称	活动时间	活动地点	活动安排
社交连接区 破冰・共鸣・归属	4月15日 — 4月19日	杭州大会展中心 4号馆	“破冰广场”——AI 社交催化区 规划环形互动装置集群，配置具备主动社交引导功能的智能机器人（搭载情感识别系统及话题推荐数据库）。并在活动处布置各类趣味设施，满足参展者的多元社交需求。 观众入场时通过触屏交互或语音录入生成个人兴趣标签；引导机器人基于标签智能匹配兴趣相近的参与者，主动提供破冰话题建议并引导至专属互动区域；在该区域将设置双人or多人协作任务，由机器人担任协调者与评判员，促进自然社交互动。
			“共鸣客厅”—— 高度定制娱乐伙伴，共同探讨精神世界 打造多个舒适及半封闭 “客厅” 主题体验舱，每舱配置具备高级共情能力、长期记忆功能及个性化对话系统的陪伴机器人。机器人定时主持小型主题沙龙，聚合同好群体开展深度交流。
沉浸娱乐 悦己・探索・共创			“幻乐之城”—— 个性化娱乐中心 AI K歌体验区：独立 K 歌房配备具备声线适配、实时和声及音效调控功能的陪伴机器人，可根据演唱风格智能调节灯光氛围，并提供互动点评。 智能游戏伙伴区：设置多样化游戏体验场景，机器人可作为协作伙伴参与闯关或担任个性化教练，提供针对性策略建议，适配策略类、休闲类、体感类等多类型游戏。
			“奇趣实验室”—— 探索与共创空间 AI 艺术共创区：观众与具备绘画、诗歌创作、旋律编排能力的机器人协作，通过关键词或情绪输入，共同完成数字艺术作品、短诗或音乐片段，成果支持电子化保存或现场输出 场景生成体验区：观众向机器人描述理想生活场景，机器人通过生成式 AI 技术实时生成对应视觉画面或短篇故事并进行大屏展示 多感官放松舱：融合 AI 生成音乐、智能香氛调控、动态光效及引导式冥想对话，打造个性化减压空间，展示 AI 在情绪调节与舒适氛围营造方面的应用。

表 6-16 单身生活场景体验区活动表

AI 潮玩产品展区

（1） 展区介绍

AI 潮玩展区是科技与潮流融合的特色区域。展区内 AI 潮玩突破传统固定形态，融入算法巧思，兼具多样风格，或为 AI 灵感创作，或为人机协作成果，打破传统工艺边界，重塑潮玩形态并拓展 “玩” 的可能，是科技时代潮流态度的鲜活载体。

（2） 展区内容

潮玩展区 3D 打印定制体验区

名称:潮玩创想家——3D 打印个性化定制体验

核心玩法:在潮玩展区专属区域，体验者通过活动 APP 自主设计潮玩(涵盖模型造型、

外观涂装、功能设定，如可动结构、灯光模块等)，提交设计并完成付款后，现场 3D 打印制作专属潮玩。

活动规则

一、设计规范

1.尺寸限制

设计模型最大尺寸为长×宽×高≤20cm×15cm×15cm(超出范围将无法打印)。

2.结构要求

避免过度复杂的镂空、悬浮结构(若系统提示“可打印性低”，需调整设计)。

3.材料可选

提供树脂(精细质感)、PLA (环保耐用)两种基础材料，下单时自主选择。

二、版权与责任

体验者需保证设计为原创或已获授权，若因侵权引发纠纷，责任由设计者承担；主办方有权拒绝侵权设计的打印。

三、流程与权益

1.设计提交

通过活动 APP 完成设计后，点击“提交打印”，系统自动校验可打印性(5 分钟内反馈结果)。

2.付款与制作

付款成功后，制作周期为 24-48 小时(展会现场优先排期，非现场订单支持邮寄，邮费自理)；

一旦付款，因个人原因取消订单不予退款。

3.修改规则

提交前可无限次修改；

提交后若未进入打印流程，可联系客服申请 1 次免费修改(超时或超次数需支付 50%改模费)。

四、其他说明

1.安全提示

3D 打印成品为手办级工艺，含细小部件，请勿让 3 岁以下儿童接触；主办方不负责成品后续损坏维修。

2.活动时效

仅限展会期间(具体日期)参与，逾期未提交设计或付款，视为自动放弃。

（五） 开幕式安排

1. 迎宾仪式

通过 AI 光影无人机的表演秀，展现地面光影与舞台大屏联动的 AI 陪伴机器人的创意形态、互动魅力，表达对展会来宾的热情欢迎；向大众展示 AI 陪伴机器人行业的创新活力和展会的专业品质，吸引更多相关爱好者、行业从业者前来参观展会、交流体验。



图 6-17 迎宾仪式设想图

2. 开场致辞

主持人或相关领导进行开场致辞，欢迎并介绍所有参会嘉宾、本次展会举办背景、发展愿景、举办意义。

3. 代表致辞

主持人、展会主办方负责人、政府/协会及行业嘉宾依次致辞，传递对 AI 陪伴机器人展会的期待与支持；强调 AI 技术对机器人行业的革新价值和展会搭建交流平台的重要意义。

4. 节目表演

AI 机器人全息舞蹈秀是通过全息投影与真人互动融合、AI 虚拟角色与潮流舞蹈碰撞形成的开幕式节目表演，展现前沿科技魅力、AI 陪伴机器人创意活力和对观众的热情互动氛围。同时，希望通过演出向大众展示 AI 陪伴机器人行业的创新成果与独特魅力，吸引更多相关爱好者、行业从业者前来参观展会、参与互动，并加强对 AI 技术赋能机器人产业发展的关注和支持。



图 6-18 节目表演设想图

5. 剪彩仪式

重要嘉宾按照 AI 指令解锁剪彩，通过手势指令控制 AI 系统解锁剪彩环节，触发激光切割虚拟彩带；主持人宣布 AI 陪伴机器人展会开幕式圆满结束。

（六） 配套活动

1. 相关会议论坛

为贯彻落实国务院《新一代人工智能发展规划》及工信部关于机器人产业发展部署，紧抓全球人工智能与养老服务、心理健康领域融合发展机遇，持续推动 AI 陪伴机器人技术攻关、应用场景创新及伦理安全建设，本次展会以“人机共生，万物有灵”为主题，打造行业合作平台、技术创新引擎与伦理建设标杆。坚持“创新、协同、安全、普惠”原则，策划以下五场会议论坛活动图图

会议主题	会议时间	会议地点	会议价值
AI陪伴机器人应用场景拓展峰会	4月15日 14:30-16:30	杭州大会展中心 1号馆 大会议厅	聚焦AI陪伴机器人在家庭、养老、教育等多元场景的应用拓展。邀请浙江本土如之江实验室、杭州海康威视等企业，联合高校科研团队，围绕不同场景下机器人功能适配、用户需求挖掘等展开研讨，分享浙江企业在场景化应用方面的实践案例，推动AI陪伴机器人更广泛地融入各领域生活生产
AI机器人产业链协同发展论坛	4月16日 10:00-11:30		汇聚浙江本土AI陪伴机器人产业链上下游企业，从核心零部件生产的宁波企业，到系统集成的杭州企业，再到终端销售渠道商等。探讨如何加强产业链各环节协作，优化供应链，降低成本，提升浙江本土产业链整体竞争力，助力打造更完善的AI陪伴机器人产业生态
AI机器人质量与标准建设研讨会	4月17日 14:30-16:30		针对AI陪伴机器人行业质量与标准缺失问题，组织浙江本土头部企业及相关检测机构参与。研讨制定符合浙江产业实际的AI陪伴机器人质量检测标准、安全标准等，规范行业发展，提升浙江本土企业产品质量水平，助力浙江AI陪伴机器人产业在标准化轨道上健康发展，增强产品市场认可度
智能交互与情感计算在AI陪伴机器人中的创新论坛	4月18日 14:30-16:30		以浙江本土企业在智能交互和情感计算技术研发为核心，邀请阿里巴巴达摩院、浙江大华技术股份有限公司等企业技术专家，与高校学者共同交流。深入探讨如何让AI陪伴机器人更精准理解人类情感、实现更自然智能的交互，展示浙江企业在该技术领域的创新成果与研究进展，为技术突破与应用落地指明方向
前沿技术论坛——解构共生技术，划定灵性边界	4月18日 10:00-11:30		本论坛以“AI陪伴型机器人：技术、应用与未来”为主题，聚焦技术展示、应用场景、用户体验、产业趋势和互动交流等方面，以“人机共生，万物有灵”为理念进行升华，从传统技术导向转向“科技人文融合”维度，既呈现AI陪伴机器人的前沿成果，又深刻探讨技术伦理与生态可持续发展。同时论坛创新融合线上线下形式，线上采用现场直播、虚拟展览等方式，线下设计沉浸式体验活动，在观众近距离感受AI陪伴型机器人的独特魅力的同时，扩展展会影响力。作为高端技术交流平台，本次论坛将推动相关领域从纯技术导向向“科技人文融合”转型，激发产业创新活力，助力市场繁荣

表 6-19 会议论坛安排表

2. 技术体验集章活动

时间：4 月 18 号和 4 月 19 号的上午 9：00-下午 17：00

活动地点：杭州大会展中心 5 号馆

主办单位：杭州市文化广电旅游局、中国人工智能协会

概述：为提升展会的趣味性与互动性，鼓励参观者深度参与，增进对 AI 潮玩产品和文化的了解，同时促进展商与参观者之间的交流，营造热闹活跃的氛围，提高展会的影响力和口碑，AI 潮玩展区将开设打卡集章活动，通过游园形式，让大家看到更多技术和艺术结合的作品。

一、活动流程

1.集章手册获取

在展区出入口醒目位置会设立服务台，观众扫码完成实名登记（便于奖品发放溯源、把控参与规模 ）后，领取专属集章卡片（卡片设计融入 AI 陪伴机器人元素，凸显展会主题 ）。

2.印章分布

在展会现场设置多个集章点，现场观众可参与展区的体验活动获得印章。每参与一家企业展区设置的互动体验，即可获得对应企业专属印章。

3.展区设置

知名 IP 展位：如宝可梦、喜羊羊与灰太狼等经典 IP 的展示区域，参观者在此可了解 IP 与 AI 结合的潮玩产品，并获取印章。

创新科技体验区：能体验 AI 互动游戏、AI 设计潮玩过程的区域，完成体验即可盖章。比如通过 AIGC 平台设计一个简单潮玩形象，或在 AI 互动游戏中达到一定分数。

二、奖励机制：

集齐 5 枚印章：兑换展会定制明信片（印有 AI 陪伴机器人温馨互动画面、展会主题标语，兼具纪念与传播价值）。

集齐 10 枚印章：兑换定制【AI 工程师认证护照】（增添参与仪式感，可作为对 AI 技术探索的“成长见证”）。

集齐 15 枚印章：兑换展会吉祥物挂件（以 AI 陪伴机器人为原型设计，强化展会 IP 记忆）。

集齐 20 枚印章：兑换定制小卡（含 AI 技术知识、展会精彩瞬间等内容） + 展会吉祥物抱枕（实用且具纪念意义，提升观众参与积极性）。

三、规则说明：

1.每个展台的互动体验，需凭集章卡参与，每人每日限领 1 张集章卡，避免重复参与影响活动公平性。

2.每个展区的互动体验，参与一次即可获得对应印章，工作人员会实时核验印章记录，确保每位观众都能公平参与，让更多人有机会体验不同展区内容，全面感受 AI

技术“灵性”。

3.印章可累计用于兑换奖品，集章卡兑换奖品后由工作人员销毁，防止重复使用，保障活动秩序

（七） 闭幕式安排

环节	主要内容与要求	备注/执行细节
开场致辞	1.主持人以热情语调登场，向参展商、观众及全体工作人员致以诚挚谢意 2.深度阐释展会宗旨 3.总结展会核心成果 4.预告后续产业活动	1. 需提前准备完整版演讲稿，同步调试提词器； 2.主持人需熟悉展会关键数据，确保表述准确。 3.开场音乐选用轻快、科技感风格，烘托氛围。
展会回顾	1.播放定制化回顾视频，内容涵盖智能迎宾互动、新品发布详解、体验区温馨场景、行业论坛研讨片段 2.视频结尾提炼“人机共生，万物有灵”的展会主旨，并展现产业融合创新活力	1.视频需提前7天完成制作，分辨率不低于1080P，时长控制在8分钟内 2.提前与现场音响、灯光团队联调，确保画面与音效同步 3.视频备份2份（U盘+云端），避免设备故障。
成果展示	1.产品演示：邀请3-5家重点企业代表，现场实操演示核心功能 2.合作发布：通过可视化PPT发布产业合作成果 3.数据与标准：发布行业调研数据及研讨会讨论后所设定的行业标准	1.提前1周与参展企业确认演示内容，划定舞台演示区域，准备必备电源与道具。 2.PPT需统一设计风格，重点数据用图表呈现，提前上传至现场播放设。 3.安排专业工作人员协助企业代表，避免演示环节卡顿。
颁奖典礼	1.主持人依次揭晓奖项：最佳创新产品奖、最佳应用场景奖、最佳产业贡献奖等。 2.邀请颁奖嘉宾为获奖者颁发奖杯/证 3.每个奖项选1名代表发表3分钟内感言，分享产业实践故事	1. 提前10天确定获奖名单与颁奖嘉宾，同步寄送邀请函，确认嘉宾均可到场。 2.与获奖代表沟通发言时长，避免超时。 3.舞台设置颁奖台，配备礼仪人员引导嘉宾与获奖者。
行业展望	1.行业协会代表解读政策 2.专家学者分享技术趋势 3.呼吁产学研用协同，推动产业高质量发展	1.邀请1-2位重磅嘉宾（如行业协会会长、高校教授），提前15天沟通演讲主题与内容框架。 2.为嘉宾准备演讲提纲，控制单人参讲时长不超过8分钟。 3.现场设置嘉宾座椅，提供饮用水与麦克风备用设备。
闭幕宣言	1.主办方领导（或主持人）宣布展会正式闭幕 2.再次致谢各方参与，强调展会“交流窗、合作桥、创新源”的价值 3.展望产业愿景，重扣展会主题	1.领导发言稿需简洁有力，突出情感共鸣与未来期许 2.宣布闭幕后播放闭幕音乐，灯光配合渐变效果 3.提前与领导确认发言事宜，确保流程顺畅。
后续活动	1.组织嘉宾、参展商代表、获奖团队上台合影，定格展会瞬间 2.开放展区，允许观众继续体验展品、与企业交流对接 3.工作人员引导人流，维护现场秩序，协助参展商后续撤展衔接	1.提前划定合影区域，安排2名专业摄影师（1名负责正面拍摄，1名负责侧拍） 2.预留30分钟以上自由交流时间，在展区入口设置引导牌。 3.安排工作人员在合影区、展区关键位置值守，及时响应需求。

表 6-20 闭幕式安排表

（八） 撤展及展后工作

时间	主要任务	具体内容
撤展安排	展品处理	为最大限度减少资源浪费、践行绿色展览理念，鼓励参展企业对展品进行灵活处置。企业可结合实际，选择现场销售、赠与合作伙伴或意向客户，也可安排回运继续投入市场。需特别注意的是，所有受海关监管的进口机器人在闭展后必须依照海关规定，在规定时限内完成回运手续，严禁擅自滞留或处置。所有展品在撤出前须逐一清点、登记造册，做好品名、数量及状态记录。包装过程中应格外注意防撞、防潮及防静电保护，尤其对精密传感器、语音交互模块等核心部件，须采取定制化包装方案，确保运输安全，避免不必要的损失。
	撤除展台	为保障撤展作业高效、安全、有序进行，主办方统一设计的基础展台将由指定搭建商负责统一拆除。企业如对展台有自行设计及搭建的情况，原则上应委托原搭建公司执行拆除工作，确保专业性和作业一致性。撤展前须提前规划好拆除顺序、设备搬运路线、车辆进出动线及所用出入口，并设置清晰的现场指引和隔离措施，加强人流物流管理，杜绝安全隐患，维持场馆秩序井然。
	归还设备	展会闭幕后，各参展企业应及时清点并归还从主办方或第三方租赁的各类设备，包括但不限于展示柜、互动屏幕、桌椅、音响设备及专用充电设施等。请各企业安排专人对接，现场完成设备验收、押金退还、租赁费用结算等手续，并领回此前抵押的证件或物品，避免因延误归而产生额外费用。
	现场清理	撤展期间所产生的各类废弃物，如包装材料、印刷宣传品、电池及电子耗材等，须按照主办方要求分类堆放，由主办方统一或指定清运公司集中环保处理。各参展单位应尤其重视客户信息安全管理，对展期内使用的试用协议、客户登记表、报价文件等涉及商业机密的资料，务必进行专业销毁或妥善带回，坚决防止客户信息外泄。
展后安排	即时跟踪与后续跟进	①即时跟踪：展期中对已表现出明确采购意向或拥有较强渠道资源的买家客户，组委会将配置资深商务经理现场对接，快速响应需求，并在展期结束前组织多轮一对一深度洽谈，推动意向尽快落地为实际订单。 ②后续跟进：组委会将依托专业CRM客户管理系统，对所有到访客户进行分层标签管理，分阶段、有针对性地推送产品升级信息、试用体验反馈及专属优惠政策等内容，强化客户互动，提升粘性，推动老客户续约或扩大合作，并逐步将潜在客户转化为签约合作伙伴。同时定期汇总跟进情况，形成分析报告，为企业调整市场策略提供参考。
	致谢	展会顺利闭幕后，组委会将立即启动全方位、多层次的致谢工作，诚挚感谢各方支持与参与。对于在展会中提供重要协助的单位与嘉宾，组委会将安排专人登门致谢，以体现尊重与诚意。 同时，对所有受邀参观的客户——不论新老、无论成交意向强弱——均统一寄发致谢函，表达对其莅临的感谢，进一步巩固合作关系。该项工作规模较大，因此组委会将于展会结束前提前启动相关筹备。如时间紧张，将成立临时致谢小组，通过电话逐一致谢，并确保所有致谢函、奖牌、奖杯及定制纪念品在展后一周内寄达。
	发展客户关系 促成贸易交易	通过展会期间的深度对接，结合会后持续的跟进与关系深化工作，部分潜在客户有望转化为实际合作客户。但与此同时，现有客户群体中也可能出现流失情况。客户名单会随业务动态发生变化，因此需定期开展客户名单的编制、调整、更新与完善工作，并基于名单的变动情况，及时分析趋势、发现问题，进而优化客户运营的方向与资源投入策略，确保客户管理工作的精准性与有效性。
	战后数据总结与评估	展后数据评估是对该届展会的一个总结，也是为下一次办展提供借鉴。本环节旨在将展会积累的海量信息转化为可行动的商业洞察，全面衡量参展投资回报率，并为未来战略提供决策依据
	准备下一次展会	在充分复盘本届展会，充分肯定本次展会价值后，积极准备下一届展会。

表 6-21 撤展及展后工作安排表

七、 招商招展方案

（一） 核心目标

1.产业层面：吸引国内外 200 家以上 AI 陪伴机器人研发制造、产业链配套及服务机构参展，汇聚 5000 名以上行业专家、企业高管、投资者等专业观众，促成 30 项以上技术合作、投资融资及产品采购签约，推动产业技术交流与成果转化。

2.大众层面：覆盖 30000 名以上普通观众，其中家庭观众占比不低于 40%、银发群体占比不低于 15%，通过沉浸式体验与场景化传播，提升大众对 AI 陪伴机器人的认知度与接受度，激发 10%以上潜在消费需求。

3.品牌层面：实现展会相关话题在社交媒体总曝光量 2 亿次以上、行业媒体曝光量 500 万次以上，吸引主流新闻媒体报道 30 次以上，树立展会在 AI 陪伴机器人领域的专业品牌形象，为后续展会奠定口碑基础。

（二） 专业观众

此次 2026 年“人机共生，万物有灵”—— 中国首届国际 AI 陪伴机器人产业展专业观众分为 AI 陪伴机器人行业从业人员、相关领域从业者、会展行业从业人员、相关科研人员与投资人士等；

专业观众参展目的大致分为采购、参观、同行交流、获取市场信息、拜访客户、挖掘前沿热点信息。

（三） 招展对象

1. AI 陪伴机器人研发与生产企业

AI 陪伴机器人研发与生产企业是行业核心力量，涵盖从核心技术研发到成品生产的全产业链企业。包括专注于机器人运动控制、语音交互、情感识别等核心技术研发的企业，以及具备完整生产线，可批量生产家庭陪伴机器人、养老陪护机器人、儿童

教育陪伴机器人等各类产品的企业。

拟邀请企业名单（部分）		
企业名称	企业logo	企业介绍
全志科技		全志科技专注智能应用处理器 SoC、高性能模拟器件及无线互联芯片研发销售。产品广泛用于智能硬件、机器人等。为小米仿生机器人等提供芯片，与多家头部厂商合作紧密，在行业内技术与市场地位突出
汉威科技		汉威科技是国内气体传感器龙头。拥有多系列传感器产品，以传感器为核心拓展至多领域物联网解决方案。多项专利加身，构建了全面客户服务网络，在行业影响力深远
奥比中光		奥比中光自主研发的 3D 视觉传感器广泛应用于服务、工业、安防等多领域机器人。其产品助力机器人实现高精度环境感知与物体识别，如在物流机器人中，能精准定位货物，为机器人视觉感知提供关键技术支撑

表 7-1 AI 陪伴机器人研发与生产企业拟邀请企业名单（部分）

2. 核心零部件供应商

核心零部件供应企业是 AI 陪伴机器人产业的根基，其提供的传感器、芯片、算法及结构件等，直接决定机器人的感知精度、运算速度、智能决策能力与耐用性。它们支撑着机器人从概念走向实际应用，对推动产业技术革新、提升产品性能起着不可替代的关键作用 。

拟邀请企业名单（部分）		
企业名称	企业logo	企业介绍
优必选科技股份有限公司		优必选科技是国内人形机器人龙头企业，在 AI 陪伴机器人领域布局深远。其产品多次亮相世界人工智能大会，技术获全球认可
宇树科技		宇树科技是全球民用机器人领域的佼佼者，专注于高性能通用足式/人形机器人及灵巧机械臂研发、生产与销售
智元机器人		智元机器人聚焦 AI 与机器人融合创新，构建了“本体 + AI”全栈技术。旗下远征、精灵、灵犀三大机器人家族，覆盖多种商用场景，率先实现人形机器人规模化量产与商业化落地

表 7-2 核心零部件供应商拟邀请企业及产品名单（部分）

3. 场景化服务方案商

AI 陪伴机器人场景化服务方案商是技术与市场的核心纽带，挖掘家庭、养老、教育等场景需求，以定制方案促技术落地，决定产业渗透与体验。

序号	产品名称	所属公司	主要功能与特点
1	GR-3	傅利叶智能	柔软肌肤设计，莫兰迪色调，情感陪伴与康养服务结合
2	DeepTouch	上海心符科技	超仿真设计，情感算法感知生物节律，专注养老/医疗陪护
3	天枢（定制款）	上海心符科技	全仿生私人管家，服务高净值家庭
4	Fuzozo芙崽	珞博智能	AI养成系毛绒挂件，多模态交互+性格成长机制，Z世代情感陪伴
5	元萝卜AI	元萝卜科技	下棋机器人，集成知识辅导/英文对话，对话轮次提升148%
6	Sony Aibo	索尼	电子宠物狗，机器学习个性化行为
7	Tombot Jennie	美国Tombot	仿生小狗，针对阿尔茨海默症患者情绪安抚
8	Folotoy	Folotoy品牌	京东JoyInside赋能，寓教于乐启发式互动
9	众擎机器人	众擎机器人	动作语义协调生成，产业级交互机器人（京东投资企业）
10	云深处机器狗	云深处科技	四足机器人，情感化动作反馈
11	魔法原子机器狗	魔法原子	京东JoyInside驱动，家庭陪伴与娱乐互动
12	虎牙i超体	虎牙×影智科技	电竞IP定制（如iG战队），游戏策略指导+情绪识别，粉丝情感陪伴
13	EMO	EMO机器人	超1000种微表情反馈，触控交互（如摸头回应）
14	灵宇宙儿童学伴	灵宇宙科技	从“教知识”转向“陪成长”，情绪共鸣设计
15	JoyInside	京东	附身智能平台，为第三方机器人提供对话/记忆/情绪检测等“大脑”能力（合作超20家品牌）
16	逐际动力机器人	逐际动力	具身智能公司（京东投资），聚焦家庭场景运动控制
17	智元机器人	智元机器人	京东投资的具身智能企业，人形机器人研发
18	千寻智能机器人	千寻智能	京东投资，家庭服务机器人
19	RoboScience	RoboScience	京东领投近2亿元，具身智能产品研发
20	宇树机器人	宇树科技	春晚曝光，四足陪伴机器人（行业标杆）
21	小冰岛虚拟伴侣	小冰公司	AI虚拟社交，多角色情感交互
22	Groove X Lovot	日本Groove X	温感机器人，触觉与视觉情感响应

表 7-3 场景化服务方案商拟邀请企业及产品名单（部分）

4. 渠道与销售企业

包括 AI 陪伴机器人线上线下销售平台、代理商、经销商等。线上渠道企业如京

东、天猫等电商平台的 3C 数码类目运营团队；线下渠道企业如苏宁易购线下门店、专业数码产品连锁店，以及专注于机器人产品代理销售的企业，如北京奥博思科技有限公司、上海赛博数码科技有限公司等。此类企业可助力参展企业拓展销售渠道，实现产品快速推向市场。

5. 行业服务与支持机构

行业服务与支持机构是展会与企业的重要保障，包含中国电子技术标准化研究院、中国人工智能产业发展联盟（AIIA）等提供专业指导，助力行业规范。

（四） 赞助商推广

2026年“人机共生，万物有灵”—— 中国首届国际AI陪伴机器人产业展
展馆赞助项目级别回报标准明细表

赞助等级级别汇报		高级合作伙伴 人民币80万元以上	合作伙伴 人民币50-80万元	赞助商 人民币30-50万元	供应商 人民币10-30万元	其他 人民币10万元以下
荣誉回报	1.对赞助商颁发牌匾与证书	（博览会名称）高级合作伙伴	（博览会名称）合作伙伴			不提供冠名。根据实际赞助金额给予等值资源回报。
	2.授予赞助商使用本展会商标特许权	√				
	3.授予赞助商在各种营销活动、市场推广活动中使用本展会标识：产品商标、包 装、内产品、消费指南、电视、广播、报纸、网站、行业杂志、名片、产品册等	√	√			
	4.授予赞助商 A/B 称谓 A:2026年“人机共生，万物有灵”中国首届国际AI陪伴机器人产业展指定产品； B:2026年“人机共生，万物有灵”中国首届国际AI陪伴机器人产业展**（活动）**（产品）指定供应商	A A	A A	A 附加：在合作协议规定的合作期内，赞助商所赞助的商品可享有 A/B 的名称使用权并可用于营销、广告、公关及产品方面的宣传	B	
品牌活动回报	赞助商可在展会中平台品牌展示活动中免费作×场产品展示活动	2场	1场			
广告位置回报	1.免费使用一个展馆内外可供赞助企业使用的 A/B/C 级或以下广告位置	A.并享有第一选择权	B	C	C	
	2.在大会允许的前提下，在馆内 LED 及电视免费为赞助商播放宣传资料或双方合作信息及鸣谢语	√				
场地回报	展会期间提供×个展示柜供赞助商作产品展示	3个	2个	1个		
媒介宣传回报	A:在本展会刊物免费宣传：选择一种展会刊物，赠送一个版面的广告 B:在非展会期间发行的展会刊物中赠送一个版面的广告，如《展馆排期小册子》等	A	A	A	B	
	网络宣传： A:在展会官方网站制作专栏统一鸣谢宣传赞助商和企业品牌，并作网站链接 B:在展会官方网站上建立与合作企业的网站链接	A	A	A	B	
活动现场回报	在赞助项目举办活动现场的广告宣传	重点突出对高级合作伙伴的广告宣传，高级合作伙伴首席代表受邀出席活动，尊享 VIP待遇	突出对合作伙伴的广告宣传		合作企业在其所赞助的项目或所提供产品的使用场合/活动中，享有广告宣传优先权	
其他回报	休息区域：在活动现场提供一个会议室作为休息室	√				
本级别特别回报	1.单独举行双方合作签约仪式或发布会，在相关媒体发布高级合作伙伴赞助新闻	√				
	2. 特许经营权益，展会期间，在展馆内小卖点摆放高级合作伙伴的产品作特许经营	√	√			
	3.宣传活动安排			为赞助商提供活动冠名，如“**（机构称）**博览会展馆客户答谢宴”，活动冠名体现在活动的有关宣传中	根据实际情况，供应商可根据宣传需要在供应产品的使用活动现场安排适当的宣传活动	
回报价值估算	有形资源	约 30-40万	约 20-30 万	约 10-20 万	约 5-10 万	
说明	1.在资源价值相对对等的情况下，每一层级的回报内容可视具体需求增减； 2.赞助金额以市值汇算； 3.供应商赞助金额按供应商提供的优惠价格与市场价格的差额计算。					

表 7-4 赞助商推广安排表

八、 营销推广方案

（一） 宣传推广总体定位

以“科技赋能陪伴，智能温暖生活”为核心定位，立足 AI 陪伴机器人产业发展趋势，聚焦家庭、医疗、教育、银发经济等核心应用场景，通过多维度、全周期宣传推广，打造兼具产业专业性与社会影响力的行业标杆展会，既要展现全球 AI 陪伴机器人技术创新成果与应用落地案例，也要传递“科技以人为本”的情感价值，推动产业资源整合与消费市场培育。

（二） 全周期宣传阶段划分与核心内容

1. 前期预热阶段（展前 2-3 月）

宣传阶段	核心任务	具体内容		转播渠道与形式	
展前预热阶段	完成展会信息官宣，启动招商招展与观众预约，初步营造行业与社会关注度，重点传递展会核心价值与差异化亮点。	展会基础信息官宣	发布展会主题、时间、地点、展区规划（如家庭陪伴体验区、特殊人群辅助区、技术创新展区）、同期活动（高端论坛、产品发布会、场景化体验营）等核心信息，突出“全球视野+本土实践”特色，强调展会对产业与大众的双重价值。	官方矩阵启动	开通展会官方微博、抖音、微信公众号并完成认证，同步发布官宣海报与预热视频，微信公众号推出“展会倒计时”专栏，每周更新1期产业解读或展区亮点内容；微博开设相关话题，同时发起多元话题的互动讨论，吸引用户参与。
		产业趋势与亮点预告	推出《2024 AI陪伴机器人产业发展白皮书（精简版）》，通过行业媒体、官方账号发布，解读老龄化、独居化、教育升级等社会趋势下，AI陪伴机器人的技术突破方向（如多模态交互、情绪识别、医疗级健康监测）与应用场景创新（如银发智能陪护、自闭症儿童干预、户外探险辅助），吸引产业从业者关注。	行业媒体合作	与《机器人技术与应用》《人工智能学报》、雷锋网、机器之心等多家行业媒体合作，发布展会新闻通稿，开设展会专题页面，同步推送招商招展信息；邀请行业KOL（如AI领域专家、产业分析师）撰写专栏文章，解读展会对产业的推动意义。
		招商招展专向宣传	针对文旅数智人企业、AI技术公司、养老服务机构等潜在展商，发布《参展价值手册》，明确不同层级展位权益（如黄金展位享主视觉广告曝光、赞助企业获论坛演讲机会），增强展商参展意愿。	精准邀约启动	建立专业观众数据库，针对政府相关部门（民政、卫健、教育系统）、企业采购负责人、养老机构运营者等，发送H5形式邀请函，附带展会预约登记入口，承诺专业观众可享“VIP通道入场+供需对接会优先参与权”；向潜在展商发送定制化招商邮件，附展区平面图与参展案例。

表 8-1 前期预热营销推广安排表

2. 中期升温阶段（展前 1 个月-开展前 1 周）

宣传阶段	核心任务	具体内容		转播渠道与形式	
中期升温阶段	深化展会亮点传播，推动招商招展冲刺，启动大众观众门票预售，强化场景化体验感知，营造“展会即将开幕”的紧迫感与期待感	场景化案例深度传播	制作系列短视频与图文内容，聚焦AI陪伴机器人典型应用场景——如“银发族智能陪护：从健康监测到情感聊天”“自闭症儿童干预：AI如何成为治疗师助手”“家庭亲子陪伴：AI机器人的个性化早教方案”，通过真实用户故事增强情感共鸣，突出产品实用价值。	社交媒体矩阵发力	抖音平台发起“#我的AI陪伴故事# 话题挑战”，邀请用户分享对AI陪伴机器人的期待或使用经历，优质内容可获免费门票；小红书发布“展会逛展攻略”，标注必体验展区、打卡点及周边交通信息；微信公众号推出“展商风采”系列，每周介绍3-5家重点参展企业及展品特色。
		同期活动亮点曝光	发布高端论坛嘉宾阵容（如国内外AI领域院士、头部企业CEO）与演讲主题（如《AI陪伴机器人伦理规范与隐私保护》《未来3年消费市场需求趋势》），推出“展会活动日程表”，明确产品发布会、场景体验营、供需对接会的时间与参与方式，吸引专业观众与大众观众报名。	线下场景渗透	在大型商场（如亲子主题商场、银发消费集中商场）、社区（老年活动中心、亲子社群聚集地）、共享办公空间设置宣传展位，摆放AI陪伴机器人样品供现场体验，发放展会宣传册与门票优惠券，现场引导观众完成预约登记；在地铁、公交站台投放海报广告，突出展会时间与“免费体验AI陪伴服务”亮点。
		招商招展冲刺宣传	发布“参展企业名单（第一批）”，重点突出行业头部企业与创新型企业，强调“剩余展位不足30%”，推动未签约展商决策；针对大众观众，启动门票预售，推出“亲子套票”“银发族专属票”，附带“购票即赠AI陪伴体验券”福利，刺激购票转化。	媒体深度合作	邀请主流媒体（如地方卫视、都市报）对展会组委会进行专访，解读展会筹备进展与社会价值；与行业协会（如中国人工智能学会、养老服务业协会）合作，通过协会官网、会员群发布展会通知，组织会员单位组团参展观展。

表 8-2 中期升温营销推广安排表

3. 会中高潮阶段（展会期间）

宣传阶段	核心任务	具体内容		转播渠道与形式	
会中高潮阶段	实时传递展会盛况，强化现场体验传播，推动展商与观众互动，提升展会热度与口碑	展会盛况实时报道	每日发布“展会日报”，包含当日参展人数、重点活动亮点（如论坛嘉宾金句、产品发布亮点）、展商成交动态（如某企业现场签约千万级采购订单），同步推送现场图片与短视频（如展区人流、观众体验机器人的场景），营造“火爆现场”氛围。	官方矩阵实时更新	微信公众号每日推送“展会当日亮点”，发布次日活动预告；微博每小时更新展会动态，转发媒体报道与观众分享内容；抖音、视频号每日开展2场以上现场直播，覆盖开幕式、论坛、产品体验等关键环节。
		场景化体验传播	针对家庭陪伴、特殊人群辅助等核心展区，制作“沉浸式逛展”直播内容，通过抖音、微信视频号实时直播，主播带领线上观众体验机器人功能（如测试AI情绪识别准确率、观看机器人辅助康复训练），解答观众疑问，引导线下观众前往对应展区体验。	媒体现场报道	邀请行业媒体与大众媒体驻场报道，针对重点活动（如高端论坛、新品发布会）进行专题采访，发布即时新闻稿；协调电视台对展会盛况进行新闻播报，突出展会对推动科技惠民、促进产业发展的意义。
		观众反馈与互动	收集现场观众（尤其是家庭用户、银发族、特殊人群家属）的体验评价，制作“观众说”短视频，突出“AI陪伴机器人真的能解决我的需求”等真实反馈；发起“现场打卡赢好礼”活动，观众拍摄展区照片或视频分享至社交媒体并@官方账号，可参与抽奖（奖品为AI陪伴机器人周边或体验券）。	现场物料支撑	在展馆入口、展区通道设置宣传展板，展示展会核心亮点、当日活动日程、观众反馈语录；发放《展会参观指南》，标注展区分布、服务台位置、互动活动规则，提升观众观展体验。

表 8-3 会中高潮预热营销推广安排表

4. 后期延续阶段（展后 1-2 个月）

宣传阶段	核心任务	具体内容		转播渠道与形式	
后期延续阶段	总结展会成果，巩固产业与社会影响力，收集反馈优化后续展会，为下一届展会预热	展会成果总结	发布《AI陪伴机器人展会成果报告》，包含参展企业数量、签约金额、专业观众与大众观众人数、媒体曝光量等核心数据，突出“促成35项合作签约”“吸引3.2万观众观展”等关键成果，传递展会行业价值。	行业媒体深度合作	向《机器人技术与应用》《人工智能学报》等行业媒体投放《展会成果报告》完整版，发布专题报道解读展会对产业的影响；通过行业协会向会员单位推送成果总结，巩固展会在产业内的专业形象。
		展商与观众反馈传播	发布《AI陪伴机器人展会成果报告》，包含参展企业数量、签约金额、专业观众与大众观众人数、媒体曝光量等核心数据，突出“促成35项合作签约”“吸引3.2万观众观展”等关键成果，传递展会行业价值。	官方矩阵持续运营	微信公众号推出“展后复盘”专栏，分析展会亮点与改进方向；微博、抖音发布“展会精彩瞬间”合集视频，吸引用户回顾与互动；针对参展商与专业观众，发送展后感谢信，附带成果报告链接与下届展会预约入口。
		下届展会预热	官宣下一届展会初步时间与主题方向，发起“你希望下届展会增加哪些展区/活动”调研，邀请观众与展商参与意见征集，同步开启下届展会“早鸟参展/观展预约”，承诺早鸟客户享专属权益（如展位费优惠、VIP服务）。	数据与案例沉淀	将展会成果报告、精彩视频、展商案例整理成《AI陪伴机器人展会资料汇编》，通过官方网站、行业平台开放下载，为产业研究提供参考；选取典型合作案例（如AI陪护机器人与养老机构的合作项目），制作深度案例分析，推动产业应用复制。

表 8-4 后期延续营销推广安排表

九、 财务预算

（一） 财务支出

本届展会聚焦 AI 与机器人产业，规格高、科技属性强，因此在数字化设备、技术体验和宣传造势方面投入较大，以匹配其国际级产业盛会的定位。

支出类别	金额（元）	说明
场地与搭建	2,200,000	租用杭州大会展中心全部室内展馆，以满足5大主题展区及会议活动需求
	1,500,000	为提升展会科技感与观赏性，对主通道、主题展区及开幕式会场进行特色装修
活动与论坛	300,000	邀请国际国内重磅嘉宾，举办高规格开幕式及主论坛
	200,000	组织多场垂直领域技术研讨会，促进产业深度交流
人员费用	600,000	邀请IEEE、国际机器人联盟、知名企业代表及院士专家等发表演讲
	500,000	保障超20万人次观众及400家展商的服务与现场秩序
宣传推广	800,000	联合央视财经、36氪、浙江卫视等支持单位进行全域宣传，吸引专业观众
	400,000	依托IEEE机器人协会、励展博览集团等主办承办单位资源，进行全球招商
技术服务	450,000	搭建线上展会平台，提供线上直播、洽谈和3D展品展示功能
	350,000	设立AI机器人互动体验区，租赁高端VR、传感设备，增强观众沉浸感
后勤与保障	280,000	保障基础配套设施完备，尤其确保高速、稳定的网络环境
	120,000	印制大会手册、工作证、观众证及各类导视系统
备用金	975,000	用于应对展会期间的任何突发状况，确保展会顺利进行
总计	8,775,000	

表 9-1 财务支出表

（二） 财务收入

本届展会背靠强大的主办方阵容和前沿的 AI 主题，对顶尖科技企业吸引力大，因此在赞助和展位收入上潜力巨大。

收入项目	最优（元）	最差（元）	说明
展位收入	5,120,000	4,096,000	标准展位单价12,800元，最差情况按80%出租率计算
	1,800,000	1,200,000	1200元/㎡，预计有企业预订1500㎡光地用于特装
赞助与广告	2,000,000	1,200,000	设立不同级别赞助套餐，吸引头部科技企业如阿里云、红杉资本投资等
	1,000,000	600,000	展馆内广告位、论坛冠名、大会手册广告等
门票收入	2,000,000	1,500,000	预计20万观众，最差情况购票人数减少
	500,000	300,000	设立公众开放日，吸引科技爱好者及家庭参观
其他收入	300,000	150,000	部分高端技术研讨会可向深度参与者收取会议费
总计	12,720,000	9,046,000	

表 9-2 财务收入表

（三） 财务收支表

项目名称	金额（最优）	金额（最差）
展会项目总支出	8,775,000	8,775,000
展会项目总收入	12,720,000	9,046,000
毛利润	3,945,000	271,000
利润率	46.00%	3.10%

表 9-3 财务收支表

（四） 最差情况下应对措施

1.积极申请政府专项补贴：本次展会是浙江省、杭州市政府主办的重大产业活动，符合省市重点发展的数字经济方向，应积极申请政府对科技会展、产业创新活动的专项补贴和资金支持，直接弥补收入缺口。

2.启动预招商与预付款计划：利用承办单位励展博览集团和阿里云的客户资源，提前锁定核心展商，并推出“早鸟”优惠鼓励提前付款，确保部分核心收入提前到位，降低招商不确定性风险。

3.开发线上展会增值服务：若线下招商不及预期，可强化线上展会平台功能，为无法亲临现场的海外展商提供线上展位、云端直播推介等付费服务，开辟新的收入渠道。

（五） 其他情况下的预算应对措施

1.动态管理宣传预算：先期投入30%的宣传预算进行市场预热和氛围营造，根据预登记观众数量和渠道转化效果的数据反馈，再动态调整并投入剩余预算，确保每一笔宣传费用都有效触达目标人群（科研机构、开发者、经销商等）。

2.聘请专业会展管理团队：必须投入预算聘请拥有大型国际科技展会经验的项目经理和现场运营团队，他们能精准预判技术类展会的独特需求（如网络负载、电力供应、设备兼容性），避免因管理混乱导致展会中断或体验不佳，影响展会口碑。

3.严格控制“门面”工程预算：开幕式的视觉效果固然重要，但预算应优先保障核心展商和观众的体验。需平衡开幕式预算与论坛内容质量、现场服务（如网络、指引、餐饮）等方面的投入，确保展会的整体效益和口碑，而非仅追求开场一时的轰动效应。

十、 总结与展望

“人机共生，万物有灵——中国首届国际AI陪伴机器人产业展”立足于国家人工智能战略与广阔市场需求，旨在打造一个集技术展示、产业交流、商业合作与人文关怀于一体的全球性高端平台。本次展会将系统梳理产业发展现状，引领未来方向，成为推动中国乃至全球AI陪伴机器人产业发展的关键里程碑。通过汇聚全球顶尖企业、科研机构与专家，展会有助于打破技术壁垒，促进产业链协同与创新融合，推动技术从实验室走向市场。我们期待见证多项合作签约、技术突破与产品发布，加速产业标准化、规模化与商业化进程。本届展会不仅展示技术与产品，更深入探讨科技的人文内涵与社会价值。通过沉浸体验与思想碰撞，引导公众思考如何让机器更具“灵性”，实现人机和谐共生。展会将推动智能陪伴在养老、育幼、特殊关怀等领域的实际应用，让科技惠及千家万户。未来，中国国际AI陪伴机器人产业展将持续成为全球该领域的风向标和年度盛会，助力中国企业在全球竞争中占据领先地位，并强化杭州在中国人工智能产业中的核心地位，赋能区域高质量发展。我们诚邀所有参与者共聚展会，激发灵感、建立连接、把握机遇。让我们携手开启人机共生的新纪元，共同构

建智能、温暖、包容的未来社会。

参考文献

[1] 关于深入实施“人工智能 +”行动的意见:[EB/OL].国务院.国发〔2025〕11 号.2025

[2] 印发关于支持人工智能创新发展若干措施的通知:[EB/OL].浙江省人民政府.2025

[3] 关于加快人工智能产业发展的指导意见:[EB/OL].浙江省人民政府办公厅.2024

[4] 关于全面推进科技创新和产业创新深度融合的实施意见的通知:[EB/OL].中共浙江省委办公厅,浙江省人民政府办公厅.2025

[5] 2024 年全球 AI 老年人陪伴机器人市场数据细分、核心企业市场份额占比:[R].广东:QYResearch 恒州博智 QYR.2025

[6] 2025 - 2031 年中国智能陪伴机器人行业市场深度研究及投资策略研究报告:[R/OL].华经产业研究院.2025

[7] 2025 - 2031 全球及中国个人 AI 机器人行业研究及十五五规划分析报告:[R/OL].广东: QYResearch (恒州博智).2025

[8] 2025 年全球及中国 AI 陪伴机器人市场供需情况和“十五五”发展预测:[R/OL].广东: QYResearch (恒州博智).2025

[9] “人工智能 +”行动确定 6 大重点,强化 8 项基础支撑:[EB/OL].新华网.2025

[10] 机器人能否真的成为人类的伴侣:[Z].佚名,腾讯云,2025