

从更名、股改到最新融资 宇树科技或已启动IPO

中经记者 李昆昆 李正豪 北京报道

近期,浙江宇树科技股份有限公司(以下简称“宇树科技”)完成股份制改造,引发市场对其加速IPO进程的猜想。对此,《中国经营报》记者向宇树科技相关业务负责人求证,对方表示暂时不便回应。

谈及宇树科技此时传出上市的原因,阳明商业论创始人沈阳告诉记者:“经过C轮融资100亿

被传上市

宇树科技的工商注册信息已在5月28日发生了重大变更,公司名称由杭州宇树科技有限公司变更为杭州宇树科技股份有限公司。

宇树科技近日刚刚传出完成C轮融资交割,募资规模约7亿元,融资后估值达120亿元。据悉,中国移动旗下基金、腾讯、锦秋、阿里巴巴、蚂蚁金服、吉利资本共同领投,绝大部分老股东参与跟投。华尔街见闻援引知情人士的说法称,此次融资或将是宇树科技IPO前的最后一轮融资,上市前再融资的可能性较小。

公开资料显示,自创立以来,宇树科技已获得了包括最新融资在内的10次融资,此前的投资者阵容堪称豪华,包括顺为资本、初心资本、中信证券、深创投、红杉中国等知名机构。最新一轮融资则进一步壮大其投资者阵容。

实际上,宇树科技的工商注册信息已经在5月28日发生了重大变更,公司名称由杭州宇树科技有限公司变更为杭州宇树科技股份有限公司,运营主体类型已由有限责任公司变更为股份有限公司。此举引发了市场对其准备上市的猜测。

据晚点 LatePost 报道,目前宇树科技公司和投资人都在积极推进IPO事宜,首选在A股上市,其次是在香港联交所上市。

元的融资后,启动D轮融资或者上市,都是正常的资本操作模式,只是机器人领域可以说“花无百日红”,新的运用场景和新的发展思路百家争鸣,特别是在中国目前的机器人产业政策支持下,大量资本和资金需要找到安全的出口,AI和精密制造快速提档升级的情况下,更多类型的机器人概念层出不穷。宇树科技作为先入局的先发者,能不能尽快跑出好的结果,目前还是未知数。”

竞争激烈

高科技公司更需要从一个精准的洞察和清晰的商业场景中占领一席之地并快速建立护城河,这是成功的规律。

宇树科技成立于2016年,专注于消费级、行业级高性能通用足式/人形机器人及灵巧机械臂的自主研发、生产和销售。宇树科技已深耕四足机器人领域多年,自成立之初至今,先后推出了XDog、Lai-kago、AlienGo、A1、Go1、B1、Go2、B2等系列的四足机器人产品,自2023年起,也先后推出了H1、H1-2、G1等人形机器人产品。

今年以来,多家机器人创业公司相继获得融资,行业竞争愈发激烈。

比如,在业务侧,非夕机器人已服务数十家全球头部客户,在3C电子、汽车家电、食品农业、生物医疗、航空航天、新能源等行业上百种核心工艺环节实现智造升级,积累了颇具含金量的落地案例,在打磨抛光、插拔装配、食材处理等复杂任务中实现规模化应用;在生态侧,非夕机器人也与系统集成商、高校研究机构建立了紧密合作关系,具备扎实、可扩展的商业基础。

据高工机器人产业研究所(GGII)发布的《2024年中国四足机器人行业发展报告》,宇树科技在2023年全球四足机器人市场中,占据了69.75%的销量份额和40.65%的营收份额,市场占有率遥遥领先。

摩根士丹利今年6月16日发布研究报告称,中国机器人市场规模预计每年将以23%的增幅快速增长,在未来四年翻一倍以上,巩固中国在全球机器人领域的领先地位。国家统计局数据显示,2025年5月中国工业机器人产量同比大涨35.5%,达到6.9万台,服务机器人产量上涨13.8%,达到120万台。

沈阳认为,宇树科技擅长的人形机器人离大规模的商业实际运



近期,浙江宇树科技股份有限公司完成股份制改造,引发市场对其加速IPO进程的猜想。

本报资料室/图

用还有很多不确定性,另外一个其

擅长的机器狗又被爆出可能存在安全性的漏洞,显示出宇树科技离一个真正的消费科技公司或者高科技公司还有挺长的路需要走。当然,作为高科技领域的领头羊之一,宇树科技的核心肯定还是科技的领先,之前的优势随着各类机器人商业场景的突破和创新,宇树科技的品牌先发优势越来越不明显,特别是各地的公司结合自身的优

势进入机器人的不同细分领域,在

资本和人才的推动下,不断有好的商业案例冒出来,给了机器人产业更多的可能。同时,在德国、日本和美国这三个传统机器人积淀很多的国家,也开始加入这场世纪之争,让宇树科技这个新公司的面临

的挑战更大。

谈及机器人的应用前景时,王兴兴也表示,家庭应用场景对机器人而言确实充满挑战性,需要循序渐进地推进相关工作。目前工业和农业应用的发展速度相对更快一些。他强调,近距离与人交互的产品在安全性方面面临的问题比技术问题更为突出,在伦理道德层面具有更大的挑战性。

谈及是否看好宇树科技未来的发展,沈阳表示,保守地看。他说:“科技公司,特别是资本驱动的科技公司,能像小米这样重视营销的几乎没有,之前领先的科技公司其实都比小米适合发展新能源车或者机器人,但是都没有进入或者没有成功。科技公司迷

信科技和资本而轻视品牌,这是大忌。”

沈阳认为,不重视管理和运营的科技公司,技术的先发优势是非常短暂的,更需要的是整体的管理和运营能力。管理和运营是很多中国企业的短板,国内企业在管理和运营领域的平均人才储备和方法积累本来就弱,新兴的科技公司更缺乏人才和系统储备。

“此外,高科技公司更需要从一个精准的洞察和清晰的商业场景中占领一席之地并快速建立护城河,这是成功的规律。无论微软、英伟达还是苹果,其实都很好地诠释了这个规律。至少目前,我还没有看见宇树科技在这个规律上的展现。”沈阳说。

夸克技术团队曝光 1000万份高考“志愿报告”如何炼成

中经记者 李立 杭州报道

在互联网大厂激烈争夺的“AI高考”赛道,阿里巴巴AI旗舰应用夸克日前公布了最新战绩。

“截至6月30日14:30,高考出分第八天,夸克累计为考生和家长生成超1000万份专业级志愿报告。

数据壁垒与深度对齐

今年互联网大厂在“AI高考”赛道上的争夺尤为激烈。

此前,记者注意到,腾讯、百度、夸克、知乎等纷纷推出了相关产品。以夸克为例,2019年开始做高考产品,至今过去七年。今年进一步推出“高考深度搜索”“志愿报告”“智能选志愿”三个核心功能。作为“深度研究”技术在垂类场景中的代表应用,志愿报告Agent备受关注。

“高考对中国家庭非常重要,与原来其他通用学科围绕大模型做回答产品有非常差异化的需求。”蒋冠军接受记者采访时表示,这就要求高考提供的内容必须专业,必须准确,不能有错误信息。

如何让Agent在5—10分钟内,像专家一样,给出准确和让考生可信、可用的志愿报告?准确的数据来源和深度对齐模型训练尤为重要。

“在此前的基础上更重点强调高考专业知识库的完善。”唐亮透露,“今年夸克总共搜集了8000多个站点,高考相关权威站点99%以上,大概覆盖20多亿条数据。”

海量数据搜集背后,分类与整理更为关键。“我们根据不同数据来源进行分级。首先是考试院、教育部、省招办;其次是高校官网,每个高校的数据;再次是像阳光高考、中国教育在线等企业提供的比较专业的数据。”据唐亮介绍,生成答案时,让模型优先采信最高权威度的信息

告。”“1000万份专业报告由今年推出的志愿报告Agent生成,采用了具备‘任务规划—执行—检查—反思’能力的深度研究技术。”夸克方面表示。

在业内人士看来,今年全国高考报名人数1335万人,仅次于历史峰值。以目前夸克生成1000万份专业

级志愿报告数据看,实现了截至目前深度研究的较大规模场景落地。

深度研究(Deep Research)如何应用在高考这样特殊的垂直赛道,如何进行精准数据搜集、清洗,降低幻觉率,在C端实现快速爆发,针对外界关注的诸多问题,在硝烟还未散去的“夸克高考作战室”,夸

克算法负责人蒋冠军、夸克高考志愿大模型算法负责人唐亮,目前接

受包括《中国经营报》在内的媒体记者采访,讲述了Deep Research应用背后的产品逻辑与技术细节。

作为阿里巴巴AI旗舰应用,这也是夸克技术团队一次罕见的低调曝光,夸克的野心远不止AI高考赛道。

“规模”背后的野心

为什么夸克举公司之力,深耕高考赛道长达七年?

此前有夸克内部人士向记者透露,高考项目对于夸克来说就像淘宝的“双十一”。公司从三个月前就开始准备,程序员集中在“夸克高考作战室”封闭作战。

蒋冠军回应记者称:“高考产品体量足够大,也与夸客最初想做个人助手的初衷非常契合。”在其看来,第一年投入就很坚决,当时市场没多少人做,只要把市场上比较好的数据和内容做合理整合,就能给用户提供更好的产品。“持续做下来,夸克高考在市场上形成了不错的口碑,同时有助于夸克整体业务发展。”

此前,夸克高考产品经理郑海峰曾透露:“监测数据显示,30%的高考老用户会再次使用夸克。”夸克公开数据显示,2024年服务了超过3000万考生和家长等用户,累计服务超过1.2亿人次。其中,50%的用户是三线城市以下考生。

上述夸克内部人士透露,夸克最早开发高考相关产品,因为每年此时都是用户使用峰值,为满足用户需求开发了相关产品,随后持续升级成AI搜索。从目前看,提早布局高考市场,为夸克持续保持年轻用户增长打开了入口,三线城市以下城市占比50%,亦成为进军下沉市场的切入点。

夸克第一次出现在阿里巴巴财报中是2023年。据财报披露数据,2023年9月,夸克DAU(日活跃用户)同比增超35%。

蒋冠军此前披露,夸克平

台25岁以下用户人群占比超过50%。另据易观千帆《2025年AI产业发展十大趋势》披露的数据,夸克24岁以下的年轻人占比逼近50%。

值得注意的是,年轻用户与下沉市场的占比,让夸克在阿里巴巴持续布局AI的核心战略中,位置越来越微妙。

2023年12月,散发技术气息的夸克,以“阿里四小龙”之一出道。2025年3月,夸克升级“AI超级框”,阿里巴巴对夸克的新定义是AI旗舰应用。夸克更是将品牌Slogan定义为“2亿人的AI全能助手”。夸克的定位由此变成集AI搜索、AI教育、AI写作、AI总结、AI搜题、AI网盘以及AI扫描等功能的“AI全能智能助手”。

阿里巴巴观察人士认为,字节跳动、百度等大厂都在加速布局To C的AI应用,手握年轻用户且在持续增长的夸克,有望在AI时代为阿里巴巴赢得船票。

“夸克团队从做搜索引擎开始,2018年AI技术刚开始发展,就想把夸克做成一个类似个人助手的产品。”回忆夸克迭代之路时蒋冠军表示,“大模型出现时我们非常兴奋,与此前我们想把夸克做成个人助手的初衷完美契合。可以说,夸克是非常受益大模型发展的产品或助手工具。”

“团队是做搜索引擎和工具出身,比较低调,这种特质反馈到产品上就是严谨与克制。”据蒋冠军透露,除了高考之外,在医疗、教育等对准确度要求较高的垂直赛道上,夸克也在持续深入探索中。



截至6月30日,高考出分第八天,夸克累计为考生和家长生成超1000万份专业级志愿报告。

李立/摄影

过多轮“工具调用+反思调整”的机制,动态优化志愿方案。

例如,当考生表达“倾向留在省内(广州、深圳优先)、不考虑偏远地区”时,模型会自动生成搜索指令:优先推荐广州、深圳的高校,其次考虑广东省内其他城市院校,排除偏远地区选项;若优质选项受限,Agent还能主动反思扩展搜索范围,如增加广东周边发达城市,或在高层次高校(如985)上适度放开地域限制,为考生争取冲一冲的机会。

据了解,在模型训练阶段,夸克算法团队邀请了上百名资深高考志愿规划师参与,将人类专家的思考过程转化为数万条高质量推理数据。模型产出的志愿方案再经过专家多维评估,逐项打分形成反馈闭环。通过持续迭代,模型逐步获得了“像志愿专家一样思考”的能力。

“根据内部评测,高考垂直模型的幻觉率比通用模型降低了60%—70%。”蒋冠军透露。

程,提示用户这一选择可能存在的能力匹配问题。这种专家式的思考路径和策略调整,是传统工具难以实现的,也是夸克“深度研究”技术真正实现智能化决策的关键所在。

据了解,在模型训练阶段,夸克算法团队邀请了上百名资深高考志愿规划师参与,将人类专家的思考过程转化为数万条高质量推理数据。模型产出的志愿方案再经过专家多维评估,逐项打分形成反馈闭环。通过持续迭代,模型逐步获得了“像志愿专家一样思考”的能力。

“根据内部评测,高考垂直模型的幻觉率比通用模型降低了60%—70%。”蒋冠军透露。