

简报

AI陪伴

从工具属性向情感交互生态跃迁

概览标签：AI陪伴、AI陪伴应用、AI陪伴机器人

China AI companion
中国AI付き添い産業

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Chapter 1

AI陪伴

行业综述

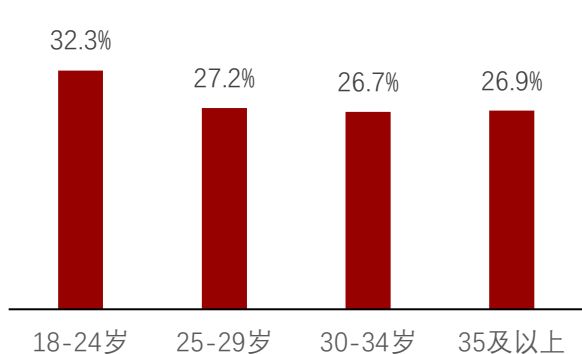
- 市场驱动因素
- 市场需求差异
- 市场参与者

AI陪伴市场驱动因素

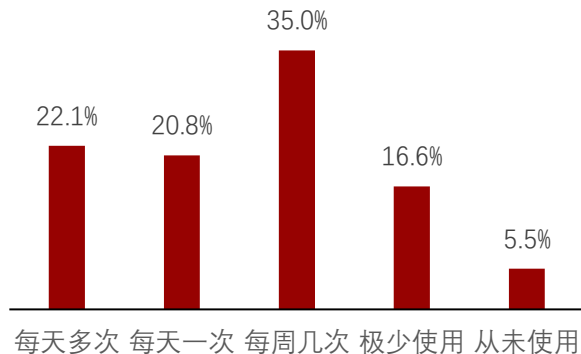
AI陪伴市场快速发展主要得益于：**孤独感与社交压力催生青年人虚拟陪伴需求、老龄化和空巢化趋势加剧造成情感陪伴和健康看护缺口、儿童群体对科技产品的教育辅助和情感互动需求增加**

青年人AI陪伴需求现状

- 喜欢和聊天机器人互动的比例



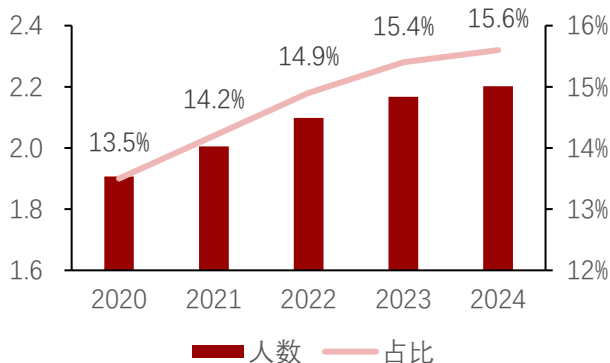
- Z世代使用AI产品获得情感陪伴的频率



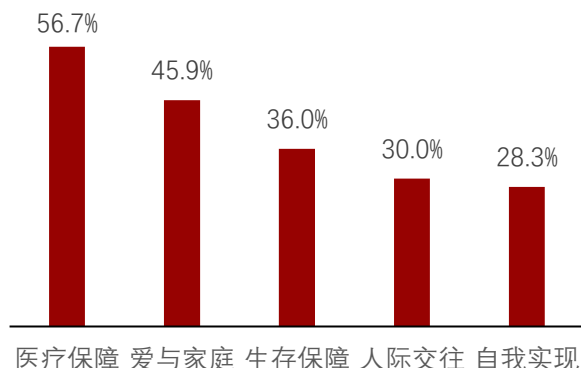
驱动因素一：孤独感与社交压力催生虚拟情感陪伴需求。全球孤独问题加剧，孤独指数不断上升：全球约25%的成年人经常感到孤独，据《柳叶刀》2023年心理健康专刊，美国36%的成年人感到严重孤独（较2018年上升13pct），日本15-39岁人群孤独率达32.4%，欧盟27%的公民缺乏亲密社交关系，中国都市白领中28%存在中度及以上孤独症状。在工作、学习、家庭等多重压力叠加下，成年人对情感陪伴的需求显著攀升。腾讯研究院调查显示，**98%的受访者考虑选择使用AI陪伴去弥补平日未被满足的社交困境**；Just So Soul研究院数据显示，**30%左右的受访者偏好与聊天机器人互动**，超70%的Z世代愿意与AI虚拟人建立友谊（人均拥有1.8个AI朋友），且**40%的Z世代每日使用AI产品获取情感支持**。

老年人AI陪伴需求现状

- 中国65岁及以上人口数量（亿人）及占比



- 五类养老需求痛点



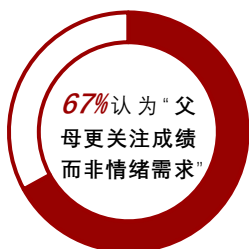
来源：Just So Soul研究院、国家统计局、大家保险集团、头豹研究院

■ 接上页

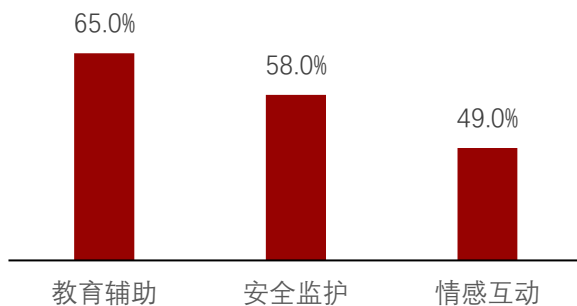
- 驱动因素二：老龄化及空巢化趋势造成情感陪伴和健康看护缺口。**一方面，随着医疗水平和生活条件不断改善，中国人口平均预期寿命提高，以及低生育率的影响，导致中国人口老龄化持续加剧。截至2024年，中国65岁及以上人口近2.2亿人次，占总人口的比例为15.6%，较2020年上升2.1pct。另一方面，空巢化、独居化趋势下（《经济观察报》2025年调研显示：独居人口占“有老年人家庭户”的21.4%，且持续上升），孤独、抑郁等情绪问题逐渐凸显，老年人在追求身体安全的同时，也期待通过社交活动、情感陪伴缓解心理压力。例如：大家保险数据显示，对于养老，除关注医疗和生活保障外，45%以上的老年人存在“爱与家庭”需求以及30%的老年人需要关注人际交往；银发视界一项城区社区调查显示，**46.2%的老年人将陪聊列为最高需求服务**，其中独居老人对陪聊的需求强度甚至超过陪诊服务，占比高达35%~40%。**社会老龄化和空巢化加剧有望直接带动兼具陪伴和照顾功能的AI产品消费。**以国外2019年上市的Elliq陪伴机器人为例（由以色列开发的陪伴机器人，主要用于陪伴独居老人对抗孤独，包括不断与老年人进行生活互动，提醒老人健康状况与吃药、或是进行游戏、阅读有声书等活动），2023年纽约老年人家庭服务协会调查显示，使用该机器人的老年人孤独感降低95%，用户每天与其互动超30次，其中超75%的互动与改善社交、身心健康有关。

儿童AI陪伴需求现状

- 8-12岁儿童情感陪伴缺口



- 家长对科技产品的核心诉求TOP3



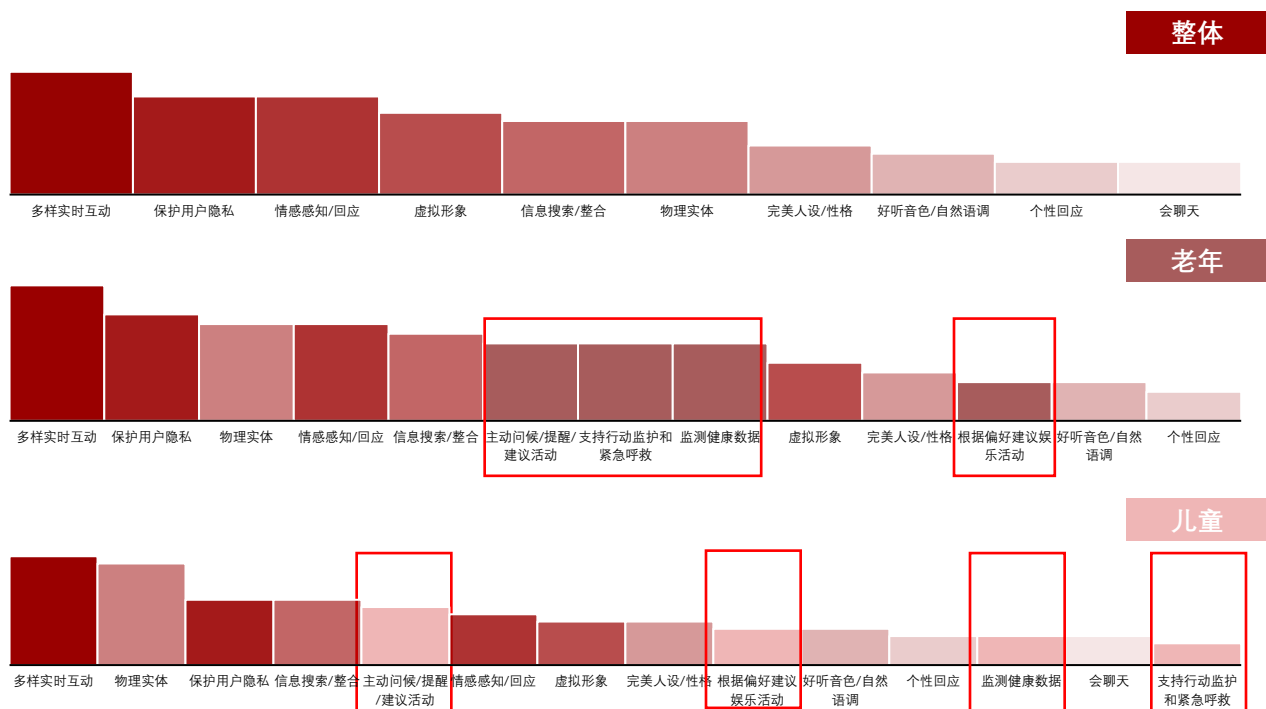
- 驱动因素三：儿童群体对科技产品的教育辅助和情感互动需求增加。**一方面，中国双职工家庭结构已成主流，2023年双职工家庭占比达76%，父母日均工作时长普遍超过9h。在一线城市，家长工作日平均陪伴儿童时间仅为1.2h，不足OECD国家平均陪伴时长（约2.5h）的50%，且儿童心理调查显示，67%的8-12岁儿童认为父母更聚焦学业表现而非情绪需求，超30%的儿童亟需情感交流伙伴。多孩家庭的陪伴挑战更为突出：**超50%的家长反映难以均衡分配时间，导致对“个性化陪伴”的需求强烈。**另一方面，尽管城市家庭科技产品渗透率达94%，但现有产品与实际需求存在显著断层——**仅28%的家长认可其能有效替代部分陪伴功能。**父母陪伴困境和科技产品依赖并存推动新型AI产品消费，且具备**教育辅助（AI课程辅导、英语对话训练等）、安全监护（实时定位、危险行为预警等）、情感互动（拟人化情绪回应、共情对话等）**的产品更受欢迎。例如：贝陪科技于2025年推出面向2-8岁儿童的智能陪伴产品——可豆陪陪，上线两周内就跻身天猫玩具榜单TOP3。

来源：头豹研究院

AI陪伴市场需求差异

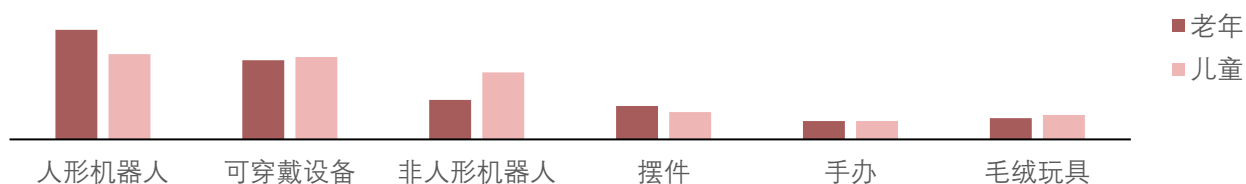
对于AI陪伴产品，消费者最关注实时互动方式、隐私保护、情感互动三大属性。分人群看，青年群体偏好符合审美的AI虚拟形象，老年和儿童群体则聚焦物理实体，尤其是人形机器人和可穿戴设备

各类型AI陪伴产品的最重要属性



- 整体来看，消费者对AI陪伴产品的核心关注点集中于三大维度：**是否具备多样化且实时的互动能力（15%）、是否存在潜在的隐私泄露风险（12%），以及能否实现深层次的情感互动与共情（12%）**，且儿童和老年群体对于AI陪伴产品在主动问候/提醒/建议活动、健康监测、行动监护/紧急呼叫、根据偏好建议娱乐活动等方面的功能也较为注重。细分来看，不同年龄层对AI产品展现出鲜明的差异化需求。青年群体对虚拟形象的审美价值和情感投射尤为重视，例如：**AI虚拟故事角色（23%）、AI虚拟伴侣（20%）、AI心理顾问（19%）、AI游戏陪玩（16%）、AI虚拟偶像（13%）**等；儿童和老年群体则更偏好具备物理实体的AI陪伴产品，主要为人形机器人、可穿戴设备和动物玩具等非人形机器人产品。

儿童及老年对具备物理实体的AI陪伴产品偏好



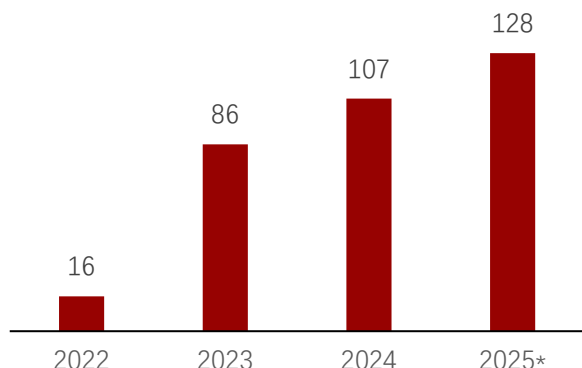
来源：腾讯研究院、头豹研究院

AI陪伴市场参与者 (1/2)

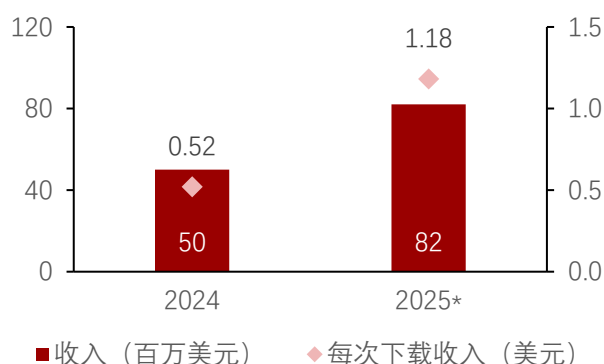
AI陪伴应用赛道：全球活跃且产生收入的产品达337款，其中超20%的应用与虚拟伴侣相关。目前排名前10%的应用贡献近90%的收入，市场集中度高，代表产品有Replika、LoveyDovey等海外品牌和Taikie、Linky等国产品牌

全球AI陪伴应用产品

• 每年发布的产品数量（款），2022-2025



• 产品营收及每次下载收入（美元），2024-2025



2025*指的是2025年1-7月。

- 随着市场对AI陪伴类产品需求持续增长，全球AI陪伴应用赛道呈现爆发式发展。截至2025年7月，全球活跃且能产生收入的AI陪伴类APP已达337款，其中128款为2025年新发布。2025年1-7月，该类应用总营收达8,200万美元，较2024年全年增长64%。单次下载收入显著提升，从2024年的0.52美元增至2025年的1.18美元，累计增长115%以上（截至2025年7月，苹果与谷歌应用商店AI陪伴APP总下载量达2.2亿次）。在产品类型方面，超20%的活跃APP名称与虚拟伴侣相关，其中含“女友”字样的应用占比达17%。市场集中度极高，排名前10%的应用贡献该类别近90%的收入，热门应用包括Replika、Character.AI、Glow、小冰、Talkie、LoveyDovey等。此外，已有33款应用的终身消费者支出突破100万美元大关。

目前主流AI陪伴APP对比

应用	上线时间	所属团队	定位	受众	商业模式
Replika	2017年	Luka (美国)	虚拟AI好友、倾听陪伴、个性记忆、心理支持	孤独、需要情感支持、有减压诉求的成年人	基础免费+订阅高级功能，用户转化率约25%
Character.AI	2022年	Character AI (美国)	允许用户创建和扮演多种角色的聊天机器人	约60%用户为18-24岁的年轻人，吸引大批二次元和游戏动漫粉丝	当前免费+会员加速（如更快响应、优先体验新功能等）

来源：Appfigures、头豹研究院

接上页

目前主流AI陪伴APP对比

应用	上线时间	所属团队	定位	受众	商业模式
小冰	2014年	小冰公司 (原微软团队)	具备高度共情能力的少女形象，多平台内容创造	全球多个平台，尤其是中国和日本社交网络大众用户	ToC免费为主，ToB端服务授权
Glow	2022年	MiniMax (中国)	情感陪护、角色扮演，可一键生成AI人格（用户自定义智能体）	Z世代社交用户、二次元爱好者	个人用户免费体验，计划开放API向B端赋能变现
LoveyDovey	2023年	Tain AI (韩国)	AI虚拟恋人（支持AI角色个性化定制）	日本、韩国、中国香港、中国台湾等东亚地区成人用户	虚拟货币按次计费，年化订阅收入约1,700万美元
Talkie	2023年	MiniMax (中国)	社交游戏平台，提供即时且个性化陪伴、虚拟咨询、剧情互动等	海外年轻用户，尤其是女性群体，对二次元文化、乙女游戏有较高兴趣	广告+订阅+增值服务，标准版\$9.99/月，Pro版\$24.99/月，充值星钻180颗\$1.99
EVE	2025年 (计划)	自然选择 (中国)	3D AI智能陪伴，融合情感计算、实时内容推荐与游戏化交互	陪伴版（侧重男性）、互动版（侧重女性），首批女性用户中67%为25-35岁职场人群	——
Anima	2022年	Labworks/Apperry (美国)	治愈系AI伙伴，强调心理健康与情感陪伴	17+岁的成熟用户，在年轻女性和注重心理健康的用户群中口碑良好	免费聊天+订阅高级解锁
AnyDoor	2023年	字节跳动 (中国)	AI剧情互动平台，支持在线定制AI剧本和角色	年轻用户	——
Joyland	2024年	西湖心辰 (中国)	沉浸式AI聊天机器人，主打情商型赛道	海外年轻用户，尤其是18-24岁群体	免费+标准版\$9.99/月或高级版\$19.99/月
Linky	2023年	昆仑万维 (中国)	个性化交互和社交生态构建，自动生成虚拟角色，或上传照片及描述定制角色	寻求情感陪伴用户/创意表达者/社交技能训练者	订阅制+Gacha机制，通过购买金币抽卡增强互动，计划引进广告变现、收益共享等多元模式

红色加粗为中国品牌。

来源：头豹研究院

AI陪伴市场参与者 (2/2)

AI陪伴机器人赛道：目前产品多为桌面机器人，如萌友/灵起/灵童等国产品牌、Mixa/Embodied等海外品牌。从定位看，国产品牌多聚焦儿童/家庭场景，以Hyodol/Intuition Robotics/Tombot为代表的海外品牌则更关注老年群体

目前已发布的AI陪伴机器人产品（部分）

企业	成立时间	公司/产品现状
TCL (中国)	1981年	<ul style="list-style-type: none"> 2025年发布全球首款分体式AI陪伴机器人（定位家庭智能陪伴中枢）——TCL Ai Me，由Mini Core（通过语音指令或手动触发，精准记录日常，回归本体后即可快速同步记录数据）、Baby Core（仿生交互体验，通过对声音、表情与情绪信号的深度感知，持续学习并适应用户习惯和情感需求，逐步形成个性化交互）和Drive Core（灵动座舱，使产品实现长达8h持续互动体验，双目摄像头提供精准的空间识别与避障功能，产品实现自由穿梭）三大分体构成，覆盖“外出——居家——安防”全场景
萌友智能 (中国)	2022年	<ul style="list-style-type: none"> 2024年公司在全球最大众筹平台推出小型毛绒情感陪伴类机器人Ropet（定位桌面宠物，针对22-35岁女性城市白领），产品上线仅4h获得10万美元众筹目标。产品可通过识别人类动作、语言和面部表情等，推断用户情绪状态，并作出相应反应（用户可通过语音、视觉和触摸与产品互动）
GROOVE X (日本)	2015年	<ul style="list-style-type: none"> 2018年推出家庭陪伴机器人LOVOT（主打“治愈系”），在日本市场目标人群主要是30-60岁的高收入女性，在中国市场则更年轻些，同时产品被引入养老院、日托机构以及医疗机构中使用。产品机身配备50+传感器，能在用户触碰不到0.2s内做出自然反应，也会主动向用户“招手”寻求拥抱，增加互动频率，且随着互动频次增加，产品将愈发个性化。此外，产品内置微型温控模块可将机身温度维持在36℃左右，让其更接近真实宠物的温度
玄源科技 (中国)	2021年	<ul style="list-style-type: none"> 公司专注消费级AI机器人开发，围绕儿童、成人到老年阶段的需求，构建以个性化AI模型为驱动的智能伴侣生态。2025年，公司推出首款AI陪伴机器人Yonbo（儿童个性化伴侣），首日登录全球最大众筹平台获百万美元众筹款
Hyodol (韩国)	2009年	<ul style="list-style-type: none"> 推出面向老年群体的AI陪伴机器人Hyodol，具备24h陪伴和健康监测能力，已有超1.2万台机器人走进韩国独居老人家中。产品构建“语音+触摸+视觉”多模态系统，能在不同环境下捕捉老人语音并与其聊天。此外，考虑到不同地区的方言习惯，产品基于ChatGPT微调韩语老年语料，加入方言模式
Intuition Robotics (以色列)	2016年	<ul style="list-style-type: none"> 推出的ElliQ机器人主要面向高龄独居老人，主要场景是丧偶/离婚后情感空虚、慢性病管理、社交隔离缓解，是一款“情感关怀型社交机器人”，产品可支持老年人的日常生活，包括健康管理、疾病预防、沟通、监测和活动
赋之科技 (中国)	2018年	<ul style="list-style-type: none"> 推出首款机器人产品EBO S主打宠物陪伴功能，目前将宣传重点从宠物玩具转向家庭陪伴，产品开始覆盖更广泛的用户群体，满足家中安防、宠物相伴、孩童守护、老人关怀等多种消费需求

来源：头豹研究院

■ 接上页

目前已发布的AI陪伴机器人产品

企业	成立时间	公司/产品现状
汤姆猫 (中国)	2007年	<ul style="list-style-type: none"> 2024年推出儿童智能陪伴产品AI童伴机器人，基于经典IP形象，具备情绪识别、主动聊天、双语互动等功能（开发的专属情感模型，能记忆对话内容并模拟真人交流，适合3-11岁儿童使用）
灵起科技 (中国)	2020年	<ul style="list-style-type: none"> 推出的桌面AI宠物机器人EMO能在桌面有限区域内自主移动并智能避障，产品配备LED显示屏与多轴关节，可通过丰富的表情以及转头、挥手等动作，对用户的语音指令和触摸互动做出回应
可触未来 (中国)	2022年	<ul style="list-style-type: none"> 推出的AI桌面机器人Looi Robot，拥有超1,200种行为表现和自学能力，能为用户提供情感交互，2024年2月上线海外众筹，获得64.8万美元众筹款
可以科技 (中国)	2014年	<ul style="list-style-type: none"> 推出的AI智能陪伴机器人Loona，45天内在海外众筹平台达400万美元销售额，目前已累计销售7万台。产品具备高度灵活的AI交互能力（支持700+种拟人化表情动作），精准切入儿童陪伴与家庭情感支持场景
维他动力 (中国)	2024年	<ul style="list-style-type: none"> 推出首款智能伴随机器人预计2025年10月预售，聚焦家庭消费级市场，外形兼具科技酷感又有宠物萌点的四足机器人，可以实现全地形自主移动，通过理解自然语言并完成指令，提供24h高质量陪伴服务
灵童机器人 (中国)	2022年	<ul style="list-style-type: none"> 公司产品搭载多模态情绪交互引擎，融合语音识别、表情反馈和肢体动作协同技术，构建具备情感陪伴功能的个性化AI系统。公司已推出首款AI陪伴人形桌面机器人，视觉方面可实现自由DIY改装、听觉方面可支持声线定制和声音复刻，触觉方面采取亲肤材质
Mixi (日本)		<ul style="list-style-type: none"> 推出Romi (桌面机器人)和Romi Lacatan，旨在为用户提供情感支持和日常陪伴，帮助用户缓解孤独感，并为对抗孤独、焦虑、抑郁等情绪提供辅助
Embodied (美国)	2016年	<ul style="list-style-type: none"> 2020年推出陪伴桌面机器人Moxie，主要面向5-12岁儿童，旨在通过AI技术辅助儿童（尤其是自闭症儿童）进行社交和情感交流
Tombot (美国)	2017年	<ul style="list-style-type: none"> 推出面向老年群体的陪伴机器人——小狗宠物机器人Jennie，产品具有多种交互能力，能够对触摸、声音等外部刺激做出反应
三星 (韩国)	1938年	<ul style="list-style-type: none"> 2020年推出宠物机器人Ballie，产品（1）能与用户进行语音、视觉和触觉的多模态交互；（2）注重与宠物互动，实时监控宠物活动并将视频发送至用户；（3）具备健康监测功能，提醒用户（尤其是老人和需要特殊照顾的病人）按时服药、锻炼或休息
Yukai Engineering (日本)	2007年	<ul style="list-style-type: none"> 推出情感化小型机器人Mirumi（灵感来源于公共场合与婴儿眼神相遇的快乐体验，旨在通过快速、随机的互动改善用户情绪）和Nékojita FuFu（以猫为主题的互动设备）

红色加粗为中国品牌。

来源：头豹研究院

业务合作

会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

报告作者



袁栩聪
首席分析师



付淑芳
行业分析师

• service@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



商务咨询与深度合作

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华润置地大厦E座4105室

邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号会德丰国际广场 2701室

邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发区兴智科技园B栋401

邮编：210046

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

2026 福布斯中国行业发展领创者评选

2026 FORBES CHINA PIONEER INNOVATORS IN
INDUSTRY DEVELOPMENT SELECTION

百年福布斯 权威标杆

行业最具影响力的荣誉殿堂

<覆盖核心赛道>

AI科技 | 新能源 | 医疗健康 | 大消费 | 制造业 | 服务业

<全球媒体矩阵传播>

赋能个人与品牌，提升市场影响力

<设立多重荣誉>

- ①主评选：行业发展领创者
- ②子评选：领军企业 / 创新品牌 / ESG标杆
/ AI企服标杆 / 新锐分析师