

人工智能终端落地加速， 情感陪伴产品点亮新赛道

2025 年人工智能终端（AI 终端）新品发布密集，其中聚焦心理慰藉与生活陪伴的 AI 情感陪伴产品引发大众关注，成为了 AI 大模型厂商、AI 终端厂商以及传统玩具厂商争相布局的新赛道。赛迪研究院研究发现，AI 情感陪伴产品呈现出技术上交叉融合突破、内容上多样化发展的态势，并在隐私保护、标准制定和市场培育等方面面临挑战。基于此，建议从技术、监管、标准以及市场等角度推进情感陪伴产品市场有序发展与繁荣。

一、AI 情感陪伴产品现状

（一）AI 情感陪伴产品在形态和功能上种类丰富多样

近年来，作为人工智能技术分支的情感计算得到长足发展，在云计算、AI 大模型、AI 终端等多方位支撑下，AI 情感陪伴产品加速落地，并在产品形态和功能上呈多样化发展态势。在产品形态上情感陪伴产品主要分为 APP 应用和实体终端两类，APP 应用主要基于各类云侧大模型，搭载于手机、电脑等端侧设备，通过卡通萌宠、动漫人物等二次元形象输出内容；实体终端则是通过内置 AI 模型，在角色 IP 形象加持下，以各类玩偶、毛绒玩具等终端产品形式完成用户交互。此外，随着 AR/VR 设备、人形机器人等新型终端商用落地的加快，AI 情感陪伴承载载体将进一步扩展，如傅利叶智能、灵童机器人等企业已推出主打陪伴功能的人形机器人。在产品功能上可分为情感互动、沉浸扮演、心理疗愈等多种类别。情感互动功能主要通过虚拟角色或实体终端实现个性化对话与陪伴，模拟真实亲密关系朋友的存在；沉浸扮演功能通过虚拟开放剧情和多元化角色，为用户提供沉浸式游戏的体验，在虚拟环境和陪伴中实现情感满足；心理疗愈功能通过虚拟 IP 形象对用户进行专业心理健康辅导，帮助用户减轻心理压力。

（二）AI 情感陪伴产品市场处于蓬勃发展阶段

当前全球 AI 情感陪伴产品频繁发布，成为 AI 应用市场新增增长点。美国 Luka 公司推出的 Replika 产品截至 2024 年 10 月全球用户总量已超过 3000 万；马斯克旗下 xAI 公司于今年 7 月推出了基于 Grok4 大模型的“伴侣”（Companions）功能，引起全球范围内的广泛关注。与此同时，国内阅文信息、心纪源信息等企业推出多款 APP 应用类产品，珞博智能、城仕文化等公司陆续推出实体终端类 AI 情感陪伴产品。当前在老年群体陪伴需求、年轻世代情感需求以及育儿陪护教育需求等多重因素刺激下，AI 情感陪伴行业逐步获得关注，AI 情感陪伴行业与各类终端产品深度结合，据 Market Research Future 数据显示，2024 年全球 AI 终端（玩具）市场规模已突破 110 亿美元，预计 2030 年将达 580 亿美元，年均增速超 20%。

表 1 AI 情感陪伴代表性企业及产品

序号	公司名称	产品名称	产品形态	功能分类
1	xAI（美国）	“伴侣” （Companions）功能	APP 应用	情感互动
2	Luka（美国）	Replika	APP 应用	情感互动
3	上海阅文信息技术有限公司	筑梦岛	APP 应用	沉浸扮演
4	广州心纪源信息科技有限公司	林间聊愈室	APP 应用	心理疗愈
5	上海珞博智能科技有限公司	芙崽	实体终端	情感互动
6	城仕（东莞）文化科技有限公司	小耙 AI	实体终端	情感互动

数据来源：网络公开数据，赛迪电子所整理，2025.08

二、AI 情感陪伴产品发展趋势判断

（一）AI 情感陪伴产品技术特征呈现多技术交叉融合、核心技术优化迭代的趋势，需警惕多元数据隐私问题

AR/VR 等多种技术的融合与大模型、云计算等 AI 核心技术的持续突破加快促成情感陪伴产品的商业落地。多技术融合将持续扩展 AI 情感陪伴产品的内容呈现方式，除手机、电脑 APP 应用及毛绒玩具、桌面机器人等实体终端外，如 AR/VR 等新型技术与情感陪伴产品的深度融合将在语音、文本输出形式的基础上进一步实现如全息投影等新型内容展示方式，例如北冥聆心科技公司与智能眼镜品牌 Rokid 将合作打造 AI 情感交互与 AR 沉浸式体验的综合性产品。AI 核心技术迭代不断优化 AI 情感陪伴产品体验，云计算、大模型以及多模态交互等技术的更新降低了与 AI 情感陪伴产品的交互延迟，AI 模型上下文对话理解能力和对话流畅度进一步提升。随着声学特征、语义特征分析能力的增强以及情感类语料库建设的逐步加速，AI 模型情感感知理解能力持续增强，AI 情感陪伴产品体验感受不断提升。值得警惕的是，AI 情感陪伴产品多元技术融合也带来了数据隐私问题。AI 情感陪伴产品涵盖大量 APP 产品和实体终端产品，在模型技术层面需要海量数据来进行训练，在终端技术层面涉及多设备设置数

据，包含了用户大量生理和心理上的隐私数据，在云侧大模型和端侧实体产品两方面都面临隐私泄露风险，易造成伦理风险相关问题。

（二）AI 情感陪伴产品内容形式上呈现终端产品私人化、APP 应用多样化的趋势，需警惕多路径发展方向带来的标准制定和市场培育问题

情感陪伴内容作为 AI 情感陪伴产品的核心竞争力，在不同载体上呈现出差异化发展态势，多路径并行发展将为标准制定和市场培育带来新挑战。实体终端产品突出隐私化、私人化特点，部分实体终端产品采用边缘计算架构，AI 能力以产品内置大模型为主，重点关注私域自然对话和多模态交互，通过人机持续交互训练，深入学习用户习惯，实现私人特制化情感陪伴。APP 应用产品以多样化功能为特点，基于云侧大模型的情感陪伴 APP 涵盖了情感聊天、虚拟宠物和角色扮演等多种形式，依托大模型的高算力和深度联网能力，能迅速学习多种知识，成长速度更快，学习边界更加扩散，能以更丰富的方式满足用户情感需要。多样化发展路径在标准制定和市场培育方面面临新问题，多种产品形态和多功能应用并行发展情况下，产品形态和内容的标准制定面临难统一问题；此外，当前产品核心功能尚未收敛，市场需求仍

需进一步发掘，情感陪伴内容还未得到用户长期检验与认可，产品市场需进一步培育。

三、对策建议

（一）持续优化核心技术，建立行业共识语料库

加强 AI 核心技术创新，对语音识别、语义分析、情感感知、多模交互等内容进行重点突破，对边缘计算、终端硬件材质等内容进行优化升级，进一步协同 AI 大模型厂商、AI 终端厂商以及传统玩具厂商等多方技术需求。加快打造行业共识语料库，整合文本、语音、表情等交互数据，多模态语料融合；建立心理辅导、日常陪伴、危机干预等垂直场景语料集，实现场景化语料分类。

（二）保障用户基本隐私，持续建立健全监管机制

强化用户数据隐私保护，设置信息交互边界提醒，通过端到端设备加密等技术手段避免情感数据滥用，强化终端设备信息保密技术。建立健全监管法律法规，前置研究情感陪伴伦理风险相关问题，避免过度拟人化导致用户心理替代，提前布局行业监管空白。

（三）凝聚行业共识，加速推进标准制定工作

合力推进标准制定与完善，协同政府机构、企业、科研院所等多方力量，面向情感陪伴产品内容形态建立标准化、规范化产

业生态体系，扩大标准规范影响力。共筑良好市场环境，联合 AI 大模型、AI 终端以及传统玩具厂商等多方企业，打造多元化产品生态，通过线上线下相结合的方式加大宣传推广力度，鼓励消费者体验、购买 AI 情感陪伴产品，培育消费者认知和消费习惯。

本文作者：赛迪研究院

刘恩稷 张甜甜 赵燕

联系方式：13261628300

电子邮件：liuenji@ccidthinktank.com

赛迪智库

面向政府 · 服务决策

奋力建设国家高端智库

思想型智库 国家级平台 全科型团队
创新型机制 国际化品牌

《赛迪专报》《赛迪要报》《赛迪深度研究》《美国产业动态》《赛迪前瞻》
《赛迪译丛》《国际智库热点追踪周报》《工信舆情周报》《国际智库报告》
《新型工业化研究》《工业经济研究》《产业政策与法规研究》《工业和信息化研究》
《先进制造业研究》《科技与标准研究》《工信知识产权研究》《全球双碳动态分析》
《中小企业研究》《安全产业研究》《材料工业研究》《消费品工业研究》《电子信息研究》
《集成电路研究》《信息化与软件产业研究》《网络安全研究》《未来产业研究》

**思想，还是思想，才使我们与众不同
研究，还是研究，才使我们见微知著**

新型工业化研究所（工业和信息化部新型工业化研究中心）
政策法规研究所（工业和信息化法律服务中心）
规划研究所
产业政策研究所（先进制造业研究中心）
科技与标准研究所
知识产权研究所
工业经济研究所（工业和信息化经济运行研究中心）
中小企业研究所
节能与环保研究所（工业和信息化碳达峰碳中和研究中心）
安全产业研究所
材料工业研究所
消费品工业研究所
军民融合研究所
电子信息研究所
集成电路研究所
信息化与软件产业研究所
网络安全研究所
无线电管理研究所（未来产业研究中心）
世界工业研究所（国际合作研究中心）

通讯地址：北京市海淀区万寿路27号院8号楼1201 邮政编码：100846

联系人：王 乐

联系电话：010-68200552 13701083941

传 真：010-68209616

电子邮件：wangle@ccidgroup.com