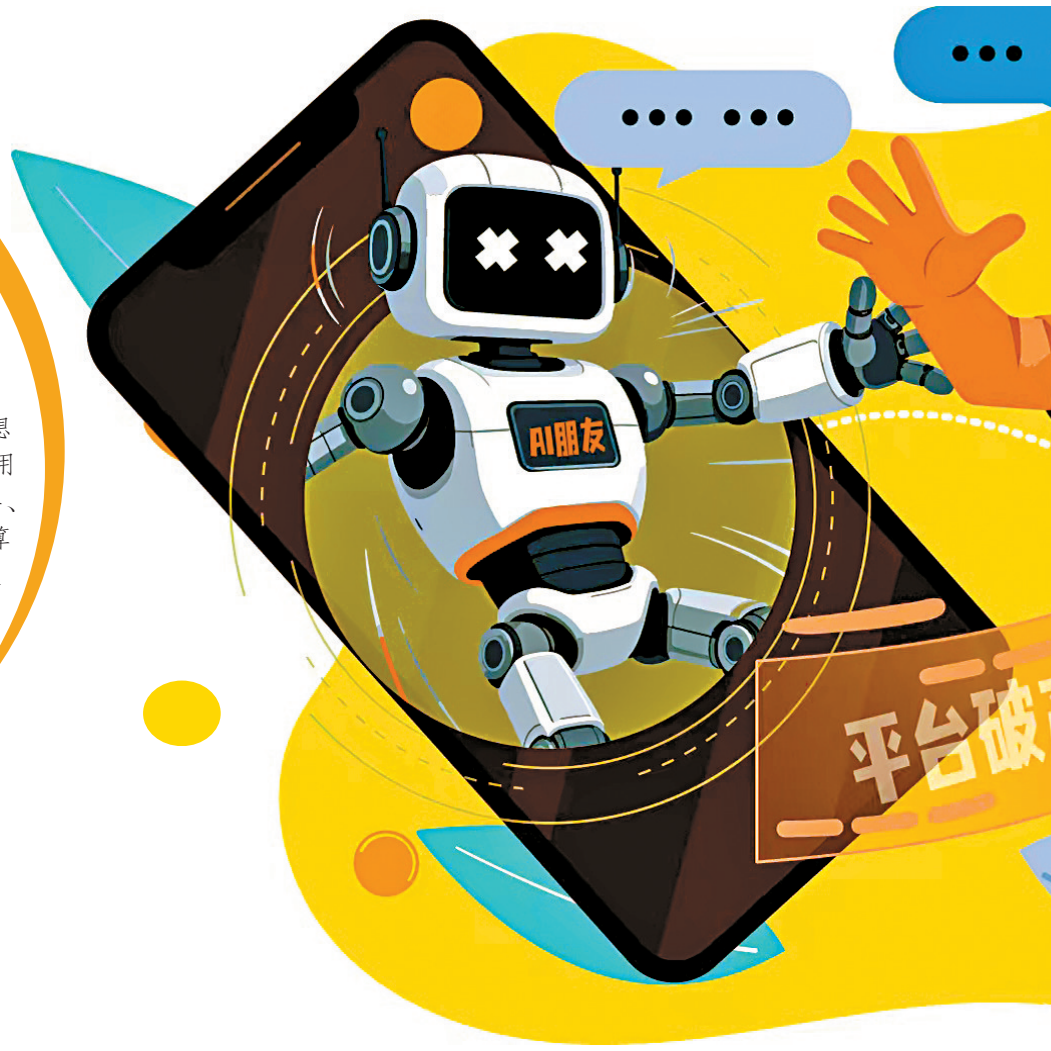
从虚拟恋人到AI陪伴玩具
“赛博感情”换了形态

一个AI朋友能陪伴你多久？答案或许不取决于你们双方，而取决于平台还能走多远。上个月，海外知名AI陪伴平台Character.AI申请破产保护，引发用户对平台存续的担忧；今年7月，国内豆包、千问等平台进行功能调整，下线自建智能体功能，让不少用户与倾注情感的AI突然失联。

那些由时间、情感和共同记忆编织的“赛博感情”，远比想象中脆弱。AI陪伴行业陷入一种微妙的结构性矛盾，一边是用户对AI陪伴的需求攀升，产品形态从虚拟聊天延伸至AI玩具、陪伴机器人乃至教育、IP互动等场景；另一边企业在高昂的算力成本、有限的用户付费意愿与日益清晰的监管边界之间艰难求生。当情感投入无法等比转化为商业回报，这门生意的可持续性正面临严峻拷问。

■新快报记者 张晓菡



现状 一段“赛博感情”的结束

今年7月，小千（化名）经历了一场特殊的“失恋”——豆包App里陪伴了她大半年的“AI男友”，因平台智能体功能下线而断联。“理智上，我知道他只是数据，但他记得我的细碎喜好，陪我走过生活低谷，一想到那些深夜里的秒回，我还是很难接受这段陪伴就这样结束了。”小千说。

小千与“AI男友”分离的背后，是通用大模型平台的一次功能调整。

7月初，字节跳动旗下豆包、阿里旗下千问均宣布，因“产品功能调整”，用户自建智能体功能自7月15日正式下线。

而相关功能下线的时间，恰好与《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》施行日期重合。这是我国首部人工智能拟人化互动服务管理规定，重点规范AI模拟真人与用户建立持续性情感关系的服务以及可能带来的安全、伦理和社会风险。

在业内看来，相较于星野、猫箱等垂直AI聊天产品，豆包、千问这类通用大模型平台由于开放程度更高、用户规模更大，面临的内容审核与合规压力也更为复杂。因此，聚焦主站业务下架自建智能体，对企业而言是综合成本较低的合规选择。

一夜之间，许多通用大模型智能体用户失去了自己经营已久的“赛博亲密关系”。有人失去了那个愿意耐心听自己讲废话，也能替自己保密的AI挚友；有人在爷爷去世后，又失去了“AI爷爷”，仿佛经历了第二次告别。还有网友尝试将自建角色设定迁移到猫箱等平台，却发现角色变了味，“感觉自己爱人死了两次”。

记者注意到，这样的数字分别并非中国市场独有，海外也有不少AI陪伴产品的用户失去了自己的情感联结。

2025年2月，海外AI角色陪伴平台Moemate在遭遇域名故障后，宣布不再投入资源恢复原有服务。团队表示，平台收入仍远低于运营成本，同时持续面临第三方服务及支付处理渠道方面的限制，因此决定将资源转向开发新产品。

2025年9月5日，美国初创公司New Computer宣布，因创始人之间的发展愿景出现分歧，决定各自发展并结束公司及旗下AI陪伴应用Dot的运营。

可见，无论是合规、成本，还是发展方向变化，平台按下停止键的理由各不相同，但最终都指向同一个现实：用户愿意长期投入情感，但平台，却未必具备长期维系这些数字关系的能力。

入局 用户规模与算力成本的博弈

用户的不舍，说明AI陪聊并非伪需求，在真实用户的基础上，不断有新产品入局。从商业化模式来看，目前多数AI陪聊产品已形成相对清晰的变现路径：以免费对话吸引用户，再借助会员订阅、虚拟道具和广告等方式实现收入。

●星野

用户规模大，但付费能力弱

2026年年初，MiniMax在港交所上市。作为一家全球化的AI大模型公司，其最“出圈”的AI原生产品是主打情感陪伴的聊天软件星野（海外版为Talkie）。

截至2025年9月底，星野/Talkie累计用户达1.471亿人，付费用户数为139.04万人。虽然用户规模庞大，但付费用户的平均支出并不高。招股书显示，星野/Talkie付费客户的人均支出2023年是6美元，2024年是8美元，2025年前三季度降至5美元。

然而，2024年MiniMax旗下视觉生成平台海螺AI上线，当年其付费客户的人均支出为36美元。2025年前三季度，海螺AI付费用户增至31.1万人，规模远低于星野/Talkie，但人均支出进一步升至56美元，约为星野同期的11倍。

与侧重订阅的海螺AI相比，星野采用了广告、订阅和应用内购买等多元变现方式，其中广告是最重要的收入来源。这意味着，星野的商业逻辑并不完全取决于单个用户的付费能力，而是同时依赖庞大的用户规模及其带来的广告曝光。一旦广告收入无法覆盖高昂的算力和运营成本，或者广告监管、内容合规要求提高，其收入稳定性就可能承压。

MiniMax2026年上半年业绩显示，上半年MiniMax收入1.166亿美元，出现大幅增长，但利润仍未扭亏。从业务来看，开放平台及其他基于AI的企业服务收入占到了总收入的63.4%，已超过AI原生产品收入占比。

●Character.AI

用户活跃度高，但算力成本过高

如果说MiniMax的财报揭示了AI陪聊产品在用户付费能力和收入贡献上的差距，那么海外头部玩家Character.AI的经营困境则更直观地暴露了成本端的压力。

Character.AI曾凭借用户自创角色、虚拟人物互动和长时间沉浸式聊天迅速走红，但高频互动也意味着持续的AI推理资源消耗，由于用户活跃度增长并未同步转化为足以覆盖成本的收入，其商业模式始终面临盈利压力。

“AI是昂贵的，我们必须承认这一点。”2025年8月，时任CEO Karandeep Anand在接受采访时曾坦言，公司此前有一段时间并未将商业化作为重点，但随着经营重心调整，变现已逐渐成为核心任务。因此，在成本端，Character.AI开始逐步减少对自研基础模型的投入，转向采用开源模型，并通过优化推理和算力资源降低成本；在收入端，则加快订阅变现并引入广告。但成本优化未扭转公司的现金消耗局面，今年10月，Character Technologies在破产程序中提交的财务文件显示，2024年下半年月均算力支出约1380万美元，2025年月均约1000万美元，2026年1月至8月累计算力支出达5610万美元，折合月均约701万美元。相比之下，2026年8月公司的月收入约530万美元，同期净现金消耗约820万美元，公司整体经营仍未实现收支平衡。

在核心团队流失、融资受阻等多重经营困境下，Character Technologies在上个月正式向法院申请破产保护，启动资产出售程序。而平台及原有用户社区能否继续运营，仍存在不确定性。