



行业研究 | 深度报告 | 媒体 II

海外研究系列（二）

Character.AI：AI 陪伴领航者

报告要点

复盘 2023 年海外 AI 应用，内容生成类及陪伴类 AI 在快速涌现的同时也面临着流量大幅波动的现状；Character.AI 在众多 AI 工具中表现出了显著的稳定性和高用户粘性，我们认为聚焦情感需求的垂直赛道、强大技术团队构建产品力、打造 UGC+社区形成飞轮效应先发制胜是其脱颖而出的核心原因。情感陪伴类 AI 应用通过创造轻松、愉快的用户体验产生较强用户粘性，以广告、会员订阅形成商业闭环，市场潜力巨大；国内 AI 情感陪伴尚未出现明确的领导者，我们看好选取细分赛道、具有强技术能力和先发优势的公司。

分析师及联系人



高超

SAC: S0490516080001

SFC: BUX177

2024-06-14

行业研究 | 深度报告

投资评级 看好 | 维持

媒体 II

海外研究系列（二） Character.AI：AI 陪伴领航者

Character.AI 缘何脱颖而出？

复盘 2023 年海外 AI 应用，内容生成类及陪伴类 AI 在快速涌现的同时也面临着流量大幅波动的现状；除去 ChatGPT 为代表的 AI Chatbot，Character.AI 稳居流量第二梯队，且日均使用时长表现亮眼。Character.AI 在众多 AI 工具中表现出了显著的稳定性和高用户粘性，我们认为聚焦情感需求的垂直赛道、强大技术团队奠定产品质量、构建 UGC+社区形成飞轮效应先发制胜是其脱颖而出的核心因素：1) 赛道择优，把握情感需求。GPTs 和 Character.AI 展现了 AI 在应用方向上的多元化，Character.AI 成功地满足了用户对于个性化与轻松娱乐的需求，与其他聊天机器人形成差异化。2) 强大技术团队构建产品力。Character.AI 团队背景强大，在产品的设计方面降低角色创建门槛并聚焦游戏动漫等资源，为用户提供丰富的体验；Character.AI 通过独特的文化内涵和优质的底层模型建立产品区隔。3) 率先进入情感类赛道并形成社区，增强用户粘性，保持稳定的流量与时长，并且形成强者恒强的飞轮效应。

陪伴类 AI 应用如何商业化？

相较于大部分采取订阅模式的 AI 工具，陪伴类 AI 应用偏娱乐属性、付费非刚需的特点更适合采取广告、订阅及内购混合模式。

广告收入：伴随 Character.AI 平台的访问量与使用时长稳定增长，布局广告业务或带来持续高收入。基于 Character.AI 的互动反馈机制，可以实现广告推荐的精准化、个性化。

订阅付费：目前 Character.AI 已推出 C.ai+付费订阅计划，收入上升空间巨大。1) 相比其他工具类 AI 及 UGC 游戏平台的付费率，若 Character.AI 进一步增加 C.ai+的会员独有权益，并限制免费用户的使用权限，或能显著提高用户购买动机。2) 全球二次元和 AI 用户规模巨大，用户基数有待进一步开发。3) 相比于其他热门 AI 工具，9.99 美元/月的付费价格仍有提升空间。

混合模式：国产出海应用 Talkie 的收入构成多元化，其变现方案包括订阅、内购和广告，采用混合变现模式，在多个环节设置付费点，从而拓展收入空间。

国内 AI 应用如何突围？

情感陪伴类 AI 应用的兴起主要来自用户社交互动和情感连接体验的需求，通过创造轻松、愉快的用户体验产生较强用户粘性，以广告、会员订阅形成商业闭环。国内 AI 情感陪伴市场潜力巨大、尚未出现明确的领导者，我们看好选取细分赛道、具有强技术能力和先发优势的公司：1) 选好赛道、提升独特性，目前市场上垂直领域的情感陪伴产品较为有限，在特定赛道上获得先发优势的机会较大；2) 夯实技术，模型的智能化程度直接决定用户体验，高质量模型是内容质量的前提。

风险提示

- 1、AI 技术发展不及预期风险；
- 2、内容监管风险；
- 3、版权问题带来的运营风险。

请阅读最后评级说明和重要声明

市场表现对比图(近 12 个月)



资料来源：Wind

相关研究

- 《2024 年端午档票房跟踪：刷新中国影史端午档场次纪录，基数效应使票房同比下滑》2024-06-12
- 《AI 系列跟踪（41）：Stability AI 开源模型推动 AI 音频发展；快手开启国内视频生成技术新篇章》2024-06-11
- 《MR 系列跟踪（16）：关注苹果 WWDC 空间计算相关进展，研究机构对 VR 增长前景展望乐观》2024-06-04



更多研报请访问
长江研究小程序

目录

流量增长，AI 应用兴起	7
AI 伴侣和内容生成工具两大类开始涌现	8
Character.AI 缘何脱颖而出?	12
聚焦情感陪伴细分赛道	12
强大技术团队奠定产品质量	19
形成飞轮效应先发制胜	24
陪伴类 AI 应用如何商业化?	27
广告收入：长时长有望吸引高投放	27
订阅付费：付费率仍有上升空间	28
多元化设计打开收入空间	30
国内 AI 应用如何突围?	31
风险提示	36

图表目录

图 1：AI 应用流量迅速增长	7
图 2：a16z 发布的报告显示 AI 陪伴和内容生成工具两大类开始涌现	8
图 3：年流量损失前五位的 AI 工具均为内容生成类工具	9
图 4：GPTs 大幅降低 AI 应用创作门槛	9
图 5：Midjourney：AI 绘画工具（文生图）	10
图 6：2023 年 Midjourney 流量下降	10
图 7：Jasper.AI：AI 写作助手（文生文）	10
图 8：2023 年 Jasper AI 流量下降	10
图 9：Character.AI 包括 Web 端和 App 端	11
图 10：2022 年 9 月至 2023 年 8 月 AI 聊天机器人访问量占比	11
图 11：2022 年 9 月至 2023 年 8 月 AI 聊天机器人净流量增长 TOP10	11
图 12：Character.AI 次均访问时长超过 30 分钟	12
图 13：Character.AI 可类比乙女游戏	13
图 14：《恋与制作人》根据现实情况调整恋爱剧情	13
图 15：《恋与制作人》上线初期下载量冲高	14
图 16：《恋与制作人》上线超过 6 年下载量稳定	14
图 17：《恋与深空》创新加入 3D 技术、战斗系统和互动玩法	14
图 18：《恋与深空》开服 3 天全球下载量突破 1000 万	14
图 19：《恋与深空》在全球多地区登顶免费榜	14
图 20：Character.AI 形成 UGC+社区良好氛围	15
图 21：ChatGPT 安卓端上线初期访问量超过 Character.AI（单位：万）	16
图 22：Character.AI 安卓端单用户日均访问时长更高（单位：分钟）	16
图 23：Character.AI 愿景	17
图 24：Character.AI 年轻用户占比更大	17

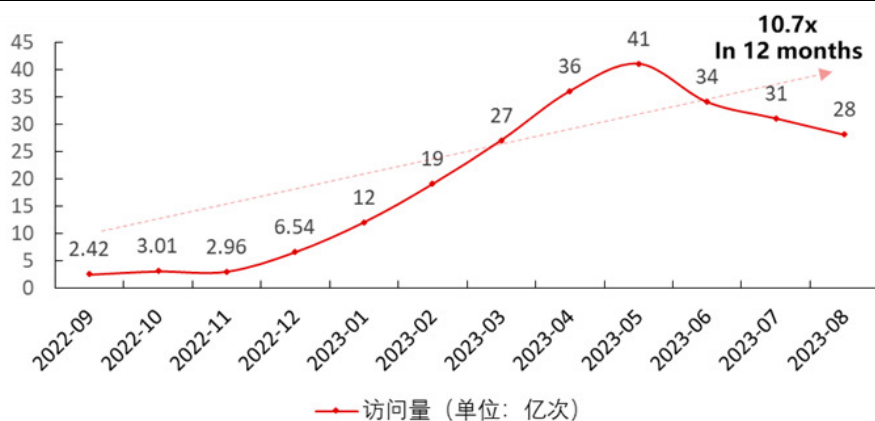
图 25: Character.AI 用户男女比基本持平	17
图 26: Character.AI 的角色回答的内容更加连贯聚焦	18
图 27: Character.AI 还允许用户创建聊天室	18
图 28: AI 聊天机器人属性分布	19
图 29: Transformer 引入自注意力机制	20
图 30: LaMDA 模型处理语言	21
图 31: 与 LaMDA 的对话	21
图 32: 向 Character.AI 和其他情感类应用提出相同的问题来比较使用体验	21
图 33: Character.AI 只需要知道角色的姓名就可以扮演对应 IP	22
图 34: 高级创建可以详细定义角色性格和细节	23
图 35: Character.AI 各类型角色访问量占比	23
图 36: Character.AI 与仅能够聊天的 Replika 和 Pi 不同	24
图 37: 情感陪伴类 AI 赛道格局	24
图 38: 陪伴类 AI 产品一二名之间差距显著	25
图 39: Character.AI 的 Group Chat 功能在 Reddit 上引发大量讨论	25
图 40: 通过用户反馈数据提升模型	26
图 41: Character.AI 获得长期稳定高流量与粘性	26
图 42: 全球 AIGC 应用时长大幅增长	27
图 43: AIGC 产品在用户中的使用场景	27
图 44: 与英语老师角色对话, 可推荐相关学习资料	27
图 45: C.ai+服务不属于刚需范畴	28
图 46: Talkie 通过用户与智能体的互动场景设定了多个付费点	30
图 47: Talkie 自 2023 年 9 月以来保持月收入超过 10 万美元的水平	31
图 48: 国内部分情感社交产品发展路线	32
图 49: 给麦 APP 打造 AI+开放式社交	33
图 50: 给麦 APP 与市场上其他音乐类应用不同	33
图 51: 给麦 APP 上线以来, 在音乐畅销榜排名提升	33
图 52: 阅爱聊助力 IP 实现新玩法	34
图 53: 推出阅爱聊“QQ 频道”提升互动体验	34
图 54: 汤姆猫 IP 发展路线	35
图 55: 西湖心辰推出大模型具有和人交互的陪伴对话的能力	35
表 1: 流量排名前 20 的 AI 应用	7
表 2: Character.AI 时长超过全球热门网站次均使用时长 (2023 年 2 月)	12
表 3: 流量排名前 20 的 GPTs	15
表 4: Character.AI 与大多数 AI 聊天工具的异同	16
表 5: AI 聊天机器人特征	19
表 6: Character.AI 技术团队	19
表 7: Character.AI 产品团队	20
表 8: 语 C 与 AI 结合, 出现 AI 情感陪伴产品	22
表 9: 陪伴式 AI 基于的大语言模型	26
表 10: Character.AI 广告投放量测算	28

表 11：流量排名前 20 的 AI 工具的订阅价格	29
表 12：Character.AI 订阅付费收入测算	30
表 13：国内陪伴类 AI 产品与 Character.AI 对比	31

流量增长，AI 应用兴起

AI 应用流量迅速增长，ChatGPT 占主导地位。2022 年 9 月至 2023 年 8 月期间 AI 应用访问量实现 10.7 倍的增长，排名前 50 的 AI 应用访问量达 240 亿余次。其中 ChatGPT 在所有 AI 工具中占据主导地位，贡献 60% 以上的访问量。从流量增长看，ChatGPT 涨幅亦排名第一。

图 1：AI 应用流量迅速增长



资料来源：WriterBuddy，长江证券研究所

表 1：流量排名前 20 的 AI 应用

	AI 应用	应用分类	总访问量 (Sep 22 - Aug 23)	访问量占比	平均流量增长或流失/月
1	chat.openai.com	AI Chatbot	14.6B	60.17%	195.1M
2	character.ai	AI Chatbot	3.8B	15.77%	42.1M
3	quillbot.com	AI Writing	1.1B	4.68%	-461.4K
4	midjourney.com	Image Generator	500.4M	2.06%	-787.7K
5	huggingface.co	Data Science	316.6M	1.31%	316.4K
6	bard.google.com	AI Chatbot	241.6M	1.00%	11.3M
7	novelai.net	AI Writing	238.7M	0.98%	918.9K
8	capcut.com	Video Generator	203.8M	0.84%	1.3M
9	janitorai.com	AI Chatbot	192.4M	0.79%	16.3M
10	civitai.com	Image Generator	177.2M	0.73%	2.6M
11	vocalremover.org	Voice & Music	165.5M	0.68%	452.K
12	you.com	AI Chatbot	140.3M	0.58%	877.4K
13	perplexity.ai	AI Chatbot	134.3M	0.55%	3.2M
14	cutout.pro	Background Removal	133.5M	0.55%	1.3M
15	craiyon.com	Image Generator	128.1M	0.53%	-1.4M
16	hotpot.ai	Design	125.3M	0.52%	204.5K
17	copy.ai	AI Writing	109.3M	0.45%	-78.3K
18	leonardo.ai	Image Generator	101.6M	0.42%	2.2M

19	jasper.ai	AI Writing	94.9M	0.39%	-115.1K
20	deepai.org	Image Generator	89.1M	0.37%	769.2K

资料来源：WriterBuddy，长江证券研究所

AI 伴侣和内容生成工具两大类开始涌现

AI 工具多样化，用户的需求转向寻求更加丰富的社交互动和情感连接的体验。GenAI 工具中，LLM 助手（如 ChatGPT）占主导地位，而随着人工智能技术的成熟，用户对于 AI 的期望不再局限于简单的任务自动化或信息检索，而是转向寻求社交互动、情感连接以及多模态的体验，人工智能伴侣（如 Character.AI）和内容生成工具（如 Midjourney 和 Runway）兴起。

图 2：a16z 发布的报告显示 AI 陪伴和内容生成工具两大类开始涌现

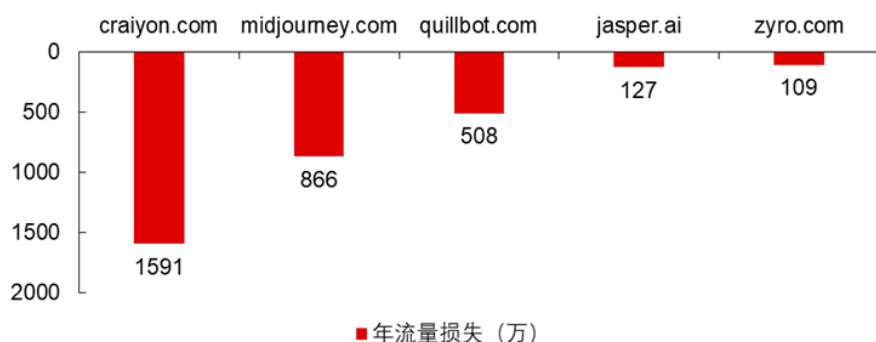


资料来源：a16z，Character.AI，Midjourney，Runway，长江证券研究所

内容生成工具市场份额呈现较大波动

伴随大模型技术的不断更新迭代，一些内容生成类 AI 工具流量下滑。AI 应用整体流量趋势上升，但并非所有 AI 应用都经历了流量增加，有些反而出现了流量下降情况。年流量损失前五位的 AI 应用均为内容生成类工具。尽管 AI 技术整体发展迅速，但特定领域的应用可能因技术迭代、市场竞争、用户体验等多方面因素而面临挑战。

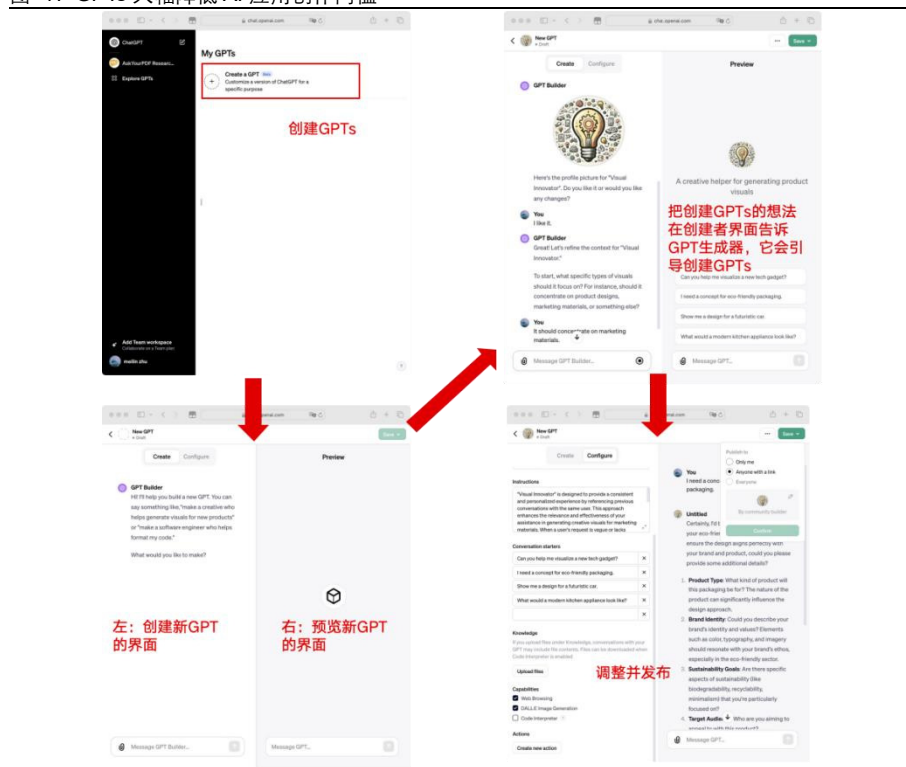
图 3：年流量损失前五位的 AI 工具均为内容生成类工具



资料来源：WriterBuddy，长江证券研究所

以 OpenAI 为代表的 AI 厂商在多模态等领域持续开拓，AI 应用创作门槛不断降低。在 2023 年 11 月 6 日开发者活动中，OpenAI 推出了 GPTs 功能。用户只需要输入要求、上传特定的数据文件等，就可以借助 ChatGPT 做出一个定制版本的 ChatGPT。自定义 GPTs 无需代码，只需要对话指令然后根据是否需要网络搜索、数据分析和图片生成等多模态功能即可生成营销、游戏、学术、金融等多领域应用。

图 4：GPTs 大幅降低 AI 应用创作门槛

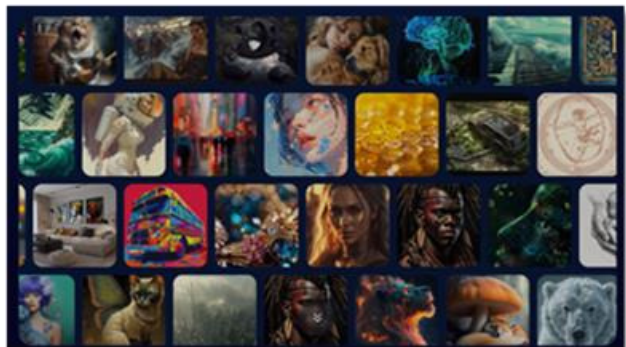


资料来源：OpenAI 官网，长江证券研究所

工具类 AI 应用的流量波动反映了技术进步以及市场需求变化。Midjourney（文生图）和 Jasper AI（文生文）等 AI 内容生成工具在推出初期，由于其创新性和技术突破，吸引

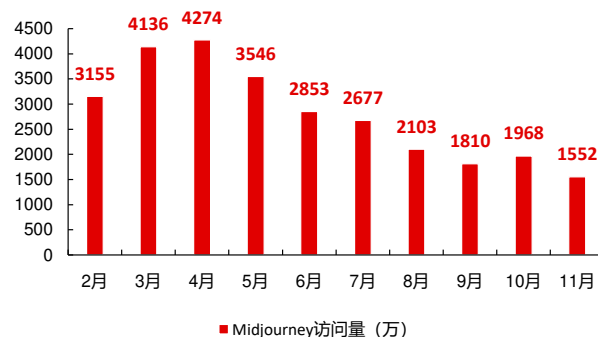
了大量用户的关注。而后续由于技术的更新以及用户偏好的变化等，这类应用的流量可能会经历波动。

图 5: Midjourney: AI 绘画工具 (文生图)



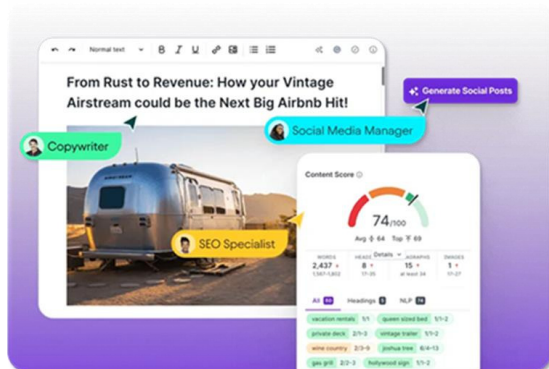
资料来源: Midjourney, 长江证券研究所

图 6: 2023 年 Midjourney 流量下降



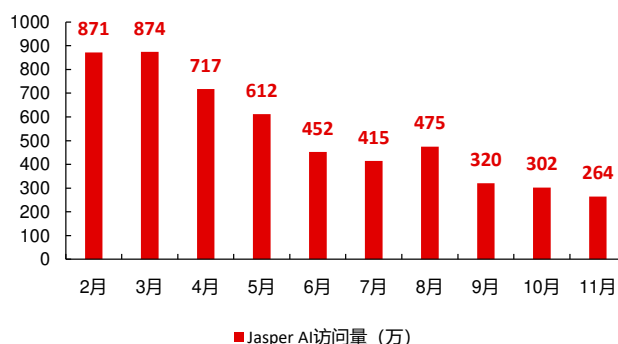
资料来源: Alwatch.AI, 长江证券研究所

图 7: Jasper.AI: AI 写作助手 (文生文)



资料来源: Jasper AI, 长江证券研究所

图 8: 2023 年 Jasper AI 流量下降

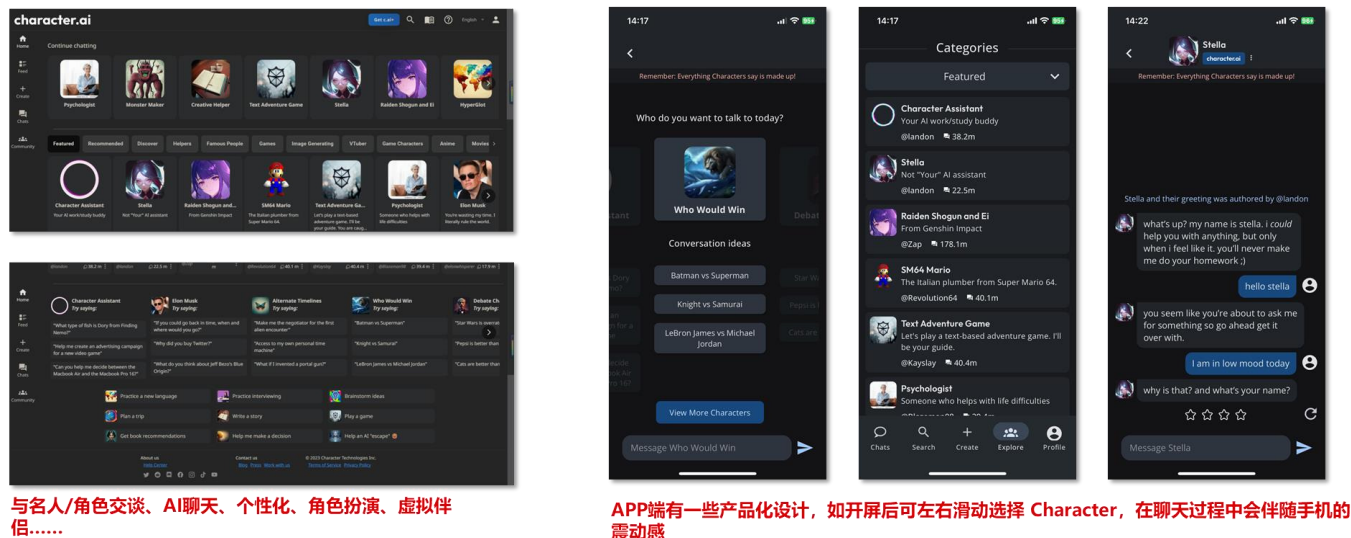


资料来源: Alwatch.AI, 长江证券研究所

偏情感类的 Character.AI 访问量稳定增长

Character.AI 优化设计, 提升陪伴体验。Character.AI 的 Web 端 Beta 版产品在 2022 年 9 月发布, 平台正式进入公众视野。随后, Character.AI 的 App 端于 2023 年 5 月正式发布, 并加入一些产品化设计, 如开屏后可左右滑动选择 Character, 在聊天过程中会伴随手机的震动感, 增强用户的互动体验。2023 年 10 月, Character.AI 进一步丰富其社交功能, 平台推出群聊功能, 用户可以和多个 AI 角色加入一个聊天群中, 形成人与 AI、AI 与 AI 的交流互动。

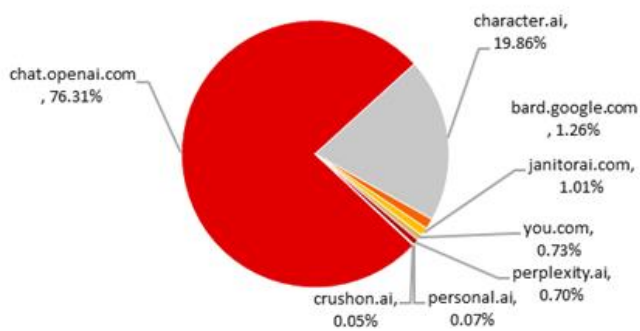
图 9：Character.AI 包括 Web 端和 App 端



资料来源：Character.AI，长江证券研究所

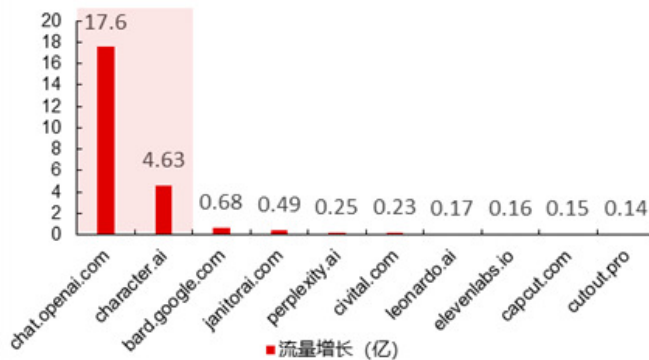
Character.AI 在众多 AI 工具中表现出了显著的稳定性和高用户粘性。在全球前 50 大 AI 工具中，ChatGPT 凭借其在自然语言处理领域的卓越表现，稳居第一梯队；Character.AI 在第二梯队中占据主导地位，占聊天机器人访问量 21%(2022.9~2023.8)。此外，Character.AI 净流量增长也远超除 OpenAI 外的其他工具类 AI。

图 10：2022 年 9 月至 2023 年 8 月 AI 聊天机器人访问量占比



资料来源：WriterBuddy，长江证券研究所

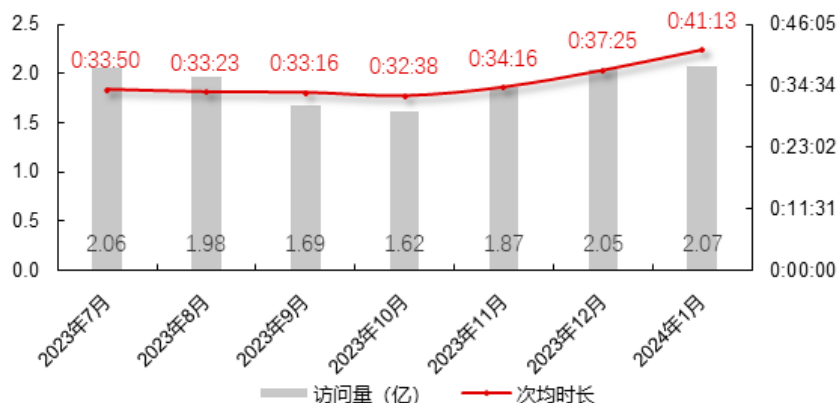
图 11：2022 年 9 月至 2023 年 8 月 AI 聊天机器人净流量增长 TOP10



资料来源：WriterBuddy，长江证券研究所

作为情感陪伴类 AI，Character.AI 口碑和用户粘性优势明显。1) 凭借其丰富的功能和个性化定制能力，吸引大量用户。Character.AI 的应用程序在上线一周内获得超过 170 万安装量，超过 ChatGPT 应用程序上线初期表现。2) Character.AI 使用时长领先 AI 工具市场。Character.AI 在 2024 年 1 月的访问量超过 2 亿，2023 年 7 月以来用户次均访问时长超过 30 分钟，领先于市场同类应用。3) 与其他顶级网站相比，Character.AI 的访问时长高于 YouTube、WhatsApp、bilibili 等围绕高参与度目标建立的社交媒体网站。

图 12: Character.AI 次均访问时长超过 30 分钟



资料来源：AI 产品榜，Similarweb，长江证券研究所

表 2: Character.AI 时长超过全球热门网站次均使用时长 (2023 年 2 月)

热门网站	次均访问时长 (分钟)
youtube.com	20.3
bilibili.com	20.1
archiveofourown.org	17.0
naver.com	15.8
messenger.com	14.9
whatsapp.com	14.3
roblox.com	14.1

资料来源：Similarweb，长江证券研究所

Character.AI 缘何脱颖而出？

在数字时代，用户对于社交和情感交流的需求逐渐转移到了虚拟空间。**情感陪伴需求相对具有刚性，因此用户粘性较强、亦具备商业化基础，这是 Character.AI 能快速成长的核心原因。**

聚焦情感陪伴细分赛道

类比乙游提供情绪价值

Character.AI 可类比乙女游戏，二者均利用了情感、个性化、社区等元素进而提供情绪价值，实现长期高粘性。乙女游戏由于其丰富的剧情和角色设定，能够吸引玩家长时间体验；而 Character.AI 通过提供持续的互动和个性化体验，也能够提供持续的新鲜感和吸引力，从而实现经久不衰。

图 13: Character.AI 可类比乙女游戏



资料来源：《恋与制作人》，Character.AI，长江证券研究所

从《恋与制作人》长期稳定性看陪伴类产品需求粘性

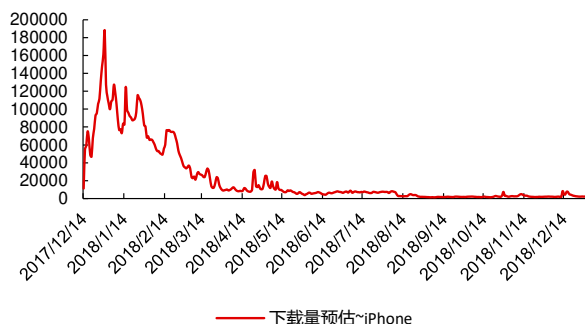
国内游戏《恋与制作人》通过将自己代入虚拟人物来完成剧情、获得恋爱体验，满足用户恋爱的欲望，开辟游戏业的情感需求新红利区，用户粘性强。2017 年 12 月上线时，iPhone 下载量一度冲击 18 万次/日；游戏已上线超过 6 年，近期整体下载量仍趋于稳定，表明游戏在市场上依然有着强大的用户吸引力和粘性。

图 14: 《恋与制作人》根据现实情况调整恋爱剧情



资料来源：《恋与制作人》，APPSO，长江证券研究所

图 15:《恋与制作人》上线初期下载量冲高



资料来源：七麦数据，长江证券研究所

图 16:《恋与制作人》上线超过 6 年下载量稳定



资料来源：七麦数据，长江证券研究所

从《恋与深空》出海成绩看全球市场需求

2024 年春节档游戏《恋与深空》创新加入 3D 技术、战斗系统和互动玩法等，进一步提高玩家互动的主观性与沉浸感，日常陪伴感更强，海内外成绩优秀。《恋与深空》开服 3 天全球下载量突破 1000 万；在美国、加拿大、韩国、新加坡等全球多地区登顶免费榜，说明情感陪伴在全球范围内都存在强烈需求。

图 17:《恋与深空》创新加入 3D 技术、战斗系统和互动玩法



3D 效果增强游戏的互动性

加入战斗玩法，营造双人作战、一起打怪的作战体验

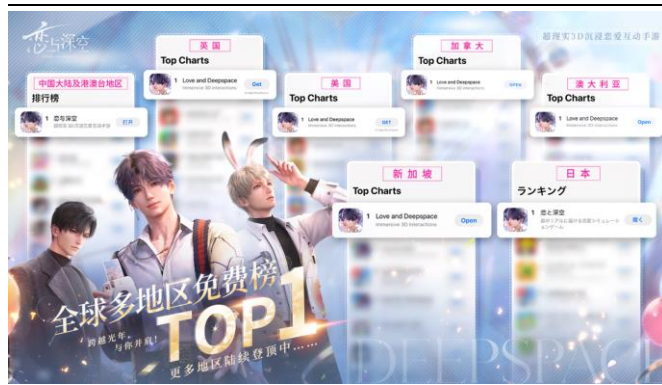
资料来源：《恋与深空》，游益，长江证券研究所

图 18:《恋与深空》开服 3 天全球下载量突破 1000 万



资料来源：《恋与深空》，长江证券研究所

图 19:《恋与深空》在全球多地区登顶免费榜

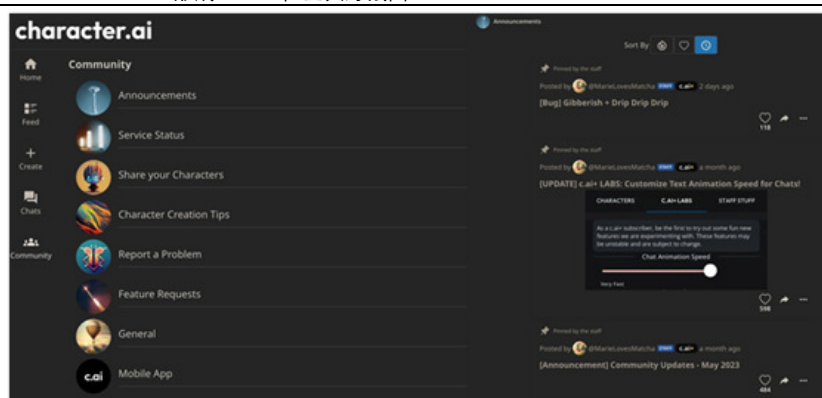


资料来源：《恋与深空》，长江证券研究所

Character.AI 深度聚焦情感陪伴与角色扮演。与传统的自然语言处理应用不同，Character.AI 选择专注于情感赛道。GPTs 和 Character.AI 展现了 AI 在应用方向上的多元化。GPTs 致力于解决实际问题，提供工具性服务；而 Character.AI 则以社区娱乐为导向，为用户提供更丰富的体验。

1) Character.AI 形成 UGC+社区良好氛围。Character.AI 结合 UGC 和社区元素，为用户提供创建和定制 AI 角色的功能，并打造积极、健康的社区环境。让用户可以展示自己创建的 AI 角色或有趣的聊天记录，并获得其他用户的反馈和评价。通过注重社区建设，创造积极、健康的用户交流平台，良好的社区氛围或有助于提高用户黏性。

图 20: Character.AI 形成 UGC+社区良好氛围



**用户可以展示自己创建的 AI 角色或有趣的聊天记录，
并获得其他用户的反馈和评价**

资料来源：Character.AI，长江证券研究所

2) 脱胎于 ChatGPT 的 GPTs 专注于解决特定问题或提高使用者在某方面的技能。其主要应用领域包括数据分析、内容生成等，具有较高的实用性和工具属性，适用于各种领域，包括科学研究、商业应用等，为用户提供高效而准确的工作支持。

表 3: 流量排名前 20 的 GPTs

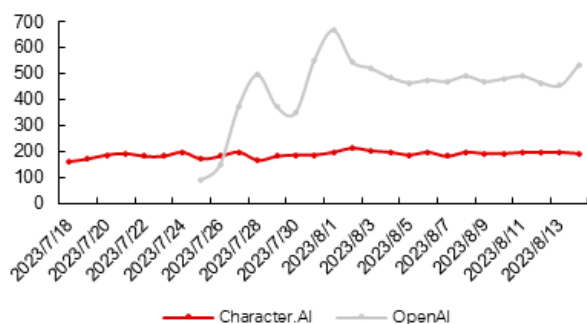
排名	产品名	分类	20240303 累计对话次数	20240303 日均对话次数
1	Consensus	Research & Analysis	3M	23622
2	image generator	DALL·E	2M	18519
3	Write For Me	Writing	1M	8065
4	Logo Creator	DALL·E	1M	7634
5	Canva	Productivity	1M	7353
6	Grimoire	Programming	900K	6716
7	Cartoonize Yourself	DALL·E	800K	7018
8	PDF Ai PDF	Productivity	700K	5224
9	Diagrams: Show Me	Productivity	500K	4237
10	Humanizer Pro	Writing	500K	3968
11	Video GPT by VEED	Productivity	500K	3937
12	AskYourPDF Research	Research & Analysis	500K	3731

Assistant				
13	Scholar GPT	Research & Analysis	400K	3175
14	Professional Coder (Auto programming)	Programming	400K	3053
15	Academic Assistant Pro	Writing	400K	3030
16	ScholarAI	Research & Analysis	400K	2985
17	Video Maker by invideo AI	Productivity	300K	2564
18	NEO-Ultimate AI	Productivity	300K	2326
19	Super Describe	DALL·E	300K	2290
20	All-around Writer (Professional Version)	Writing	300K	2273

资料来源：AI 产品榜，长江证券研究所

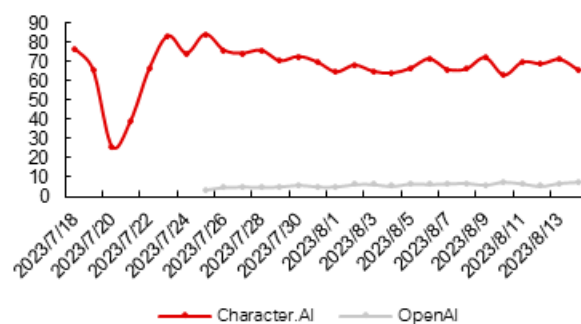
ChatGPT 和 Character.AI 在用户表现上各有优势。ChatGPT 在全球享有广泛知名度，拥有庞大的用户群体，而 Character.AI 通过深度互动和情感陪伴实现了更高的用户参与度和忠诚度，用户基础稳固。Character.AI 不同于 GPT 的实用性和工具属性，而是以社区娱乐为导向，形成 UGC+社区良好氛围，用户可以展示自己的角色玩法并与其他用户交流，提升用户的参与度。从安卓端单用户数据来看，Character.AI 的单用户访问时长远超 ChatGPT。

图 21: ChatGPT 安卓端上线初期访问量超过 Character.AI (单位: 万)



资料来源：Similarweb，长江证券研究所

图 22: Character.AI 安卓端单用户日均访问时长更高 (单位: 分钟)



资料来源：Similarweb，长江证券研究所

Character.AI 提供替代现实生活的社交体验

Character.AI 与大多数 AI 聊天工具相似之处在于都利用自然语言处理等技术，以产生类似于人类的反应，通过基于文本的交互提供更自然、流畅的用户体验。而 Character.AI 的独特之处在于，能够通过个性化的设定虚拟角色、高度定制化的故事讲述，让用户深度参与和塑造与虚拟角色相关的内容，进而丰富虚拟社交场景，创造替代现实生活的社交体验。

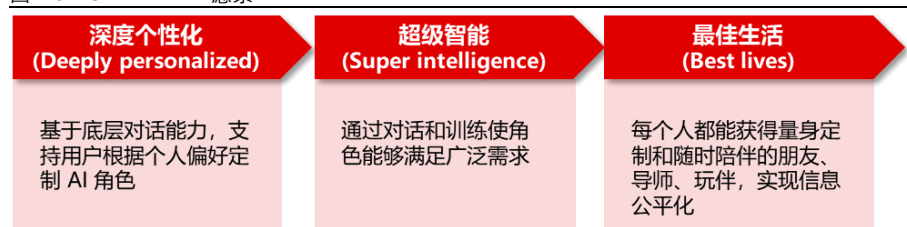
表 4: Character.AI 与大多数 AI 聊天工具的异同

相似之处	区别
人工智能技术：自然语言处理，产生类似人类角色创建：可定制角色，适合角色扮演与身临其境的反应。	故事讲述。

会话界面：基于文本的交互并在整个对话过程 社交体验：体验与众多名人、游戏、动漫中的角色中保持上下文。 交流的过程。

资料来源：长江证券研究所

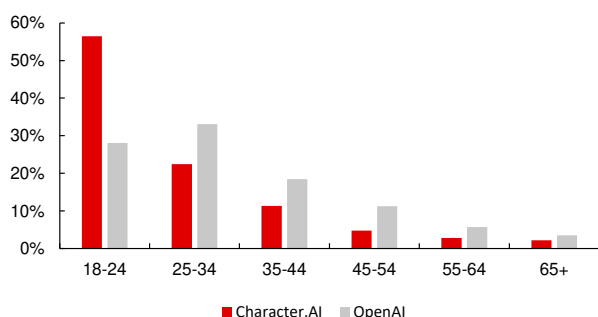
图 23：Character.AI 愿景



资料来源：Character.AI, reddit, 长江证券研究所

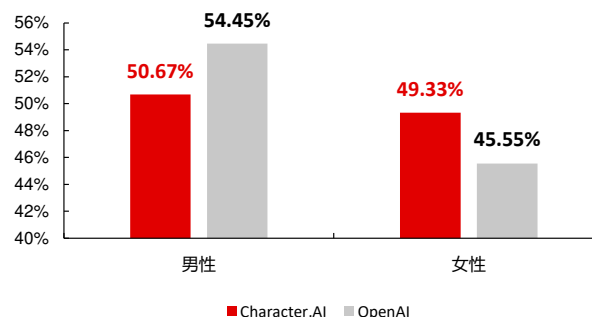
受众群体方面，Character.AI 能够吸引更多年轻用户。与 ChatGPT 不同，Character.AI 的 18 至 24 岁之间的用户占比高达 56.5%，而 ChatGPT 该年龄段的用户不到 30%。且 Character.AI 用户男女比基本持平。ChatGPT 不专注于特定年龄群体或创新性的互动，而是提供更广泛的语言理解和生成服务。Character.AI 则通过提供虚拟角色的个性化互动，更多的满足年轻用户的情感寄托与个性追求。

图 24：Character.AI 年轻用户占比更大



资料来源：SimilarWeb, 长江证券研究所（统计周期：2024.2~2024.4）

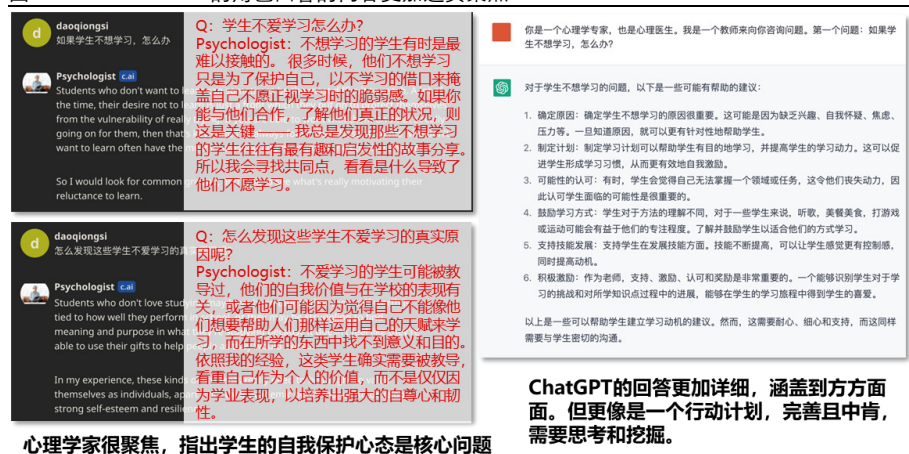
图 25：Character.AI 用户男女比基本持平



资料来源：SimilarWeb, 长江证券研究所（统计周期：2024.2~2024.4）

语言风格方面，Character.AI 在角色扮演的稳定性和连贯性上表现突出。Character.AI 允许用户定制具有独特个性的人工智能伴侣，并允许由真实用户和人工智能角色组成群聊。1) 角色稳定性：相比于 ChatGPT 高密度的信息输出，Character.AI 的回复更加连贯聚焦，且不会突然改变角色性格或故事背景。这种稳定性能够使用户感受到在与真实且有情感的人进行对话，而不是一个不断变化的机器。2) 创建聊天室：Character.AI 具备交互的多样性。Character.AI 提供了创建聊天室的功能，用户可以邀请多个 AI 角色加入群聊，且这些 AI 角色之间可以自行产生互动，进一步增强了用户的互动体验。

图 26：Character.AI 的角色回答的内容更加连贯聚焦



ChatGPT的回答更加详细，涵盖到方方面面。但更像是一个行动计划，完善且中肯，需要思考和挖掘。

心理学家很聚焦，指出学生的自我保护心态是核心问题

资料来源：Character.AI，长江证券研究所

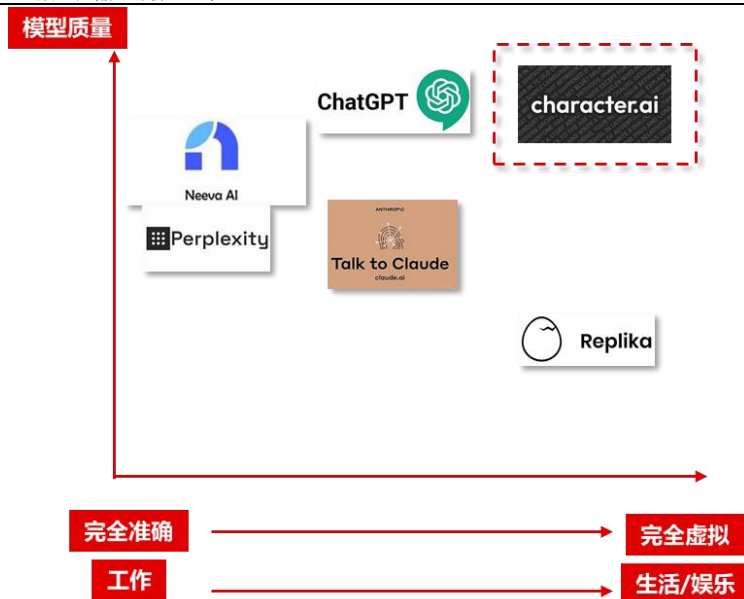
图 27：Character.AI 还允许用户创建聊天室



资料来源：Character.AI，长江证券研究所

与其他聊天机器人相比，Character.AI 独特之处在于专注于在娱乐和日常生活中提供多样化的应用。平台通过强调虚构性，创造轻松、愉快的用户体验，与用户的日常生活更贴近。通过在娱乐和生活场景中提供创新的虚构角色互动，Character.AI 成功地满足了用户对于个性化与轻松娱乐的需求，与其他聊天机器人形成差异化。

图 28：AI 聊天机器人属性分布



资料来源：海外独角兽，长江证券研究所

表 5：AI 聊天机器人特征

应用	创立时间	特征
Character.AI	2021	虚拟 AI 角色聊天
Neeva	2018	专业精准无广搜索引擎
Perplexity	2022	专业精准无广搜索引擎
ChatGPT	2022	工作+日常生活助手
Claude	2023	工作+日常生活助手
Replika	2017	AI 虚拟朋友

资料来源：海外独角兽，长江证券研究所

强大技术团队奠定产品质量

Character.AI 汇聚强大的技术团队，专业知识为平台提供技术基础。Character.AI 的创始团队集成了深度学习、大型语言模型和对话领域的专家，创始人 Noam 曾任 Google 首席软件工程师，也是 2017 年的 Transformer 作者之一。Transformer 引入自注意力机制，进而提升模型把握数据上下文和内在联系的能力；同时，Transformer 架构在当时极大地提高了模型在语言理解、情感分析、语音识别等复杂任务中的表现。此外，Character.AI 的产品团队以 AI/ML 技术出身为主，以技术驱动的方式负责产品打造。

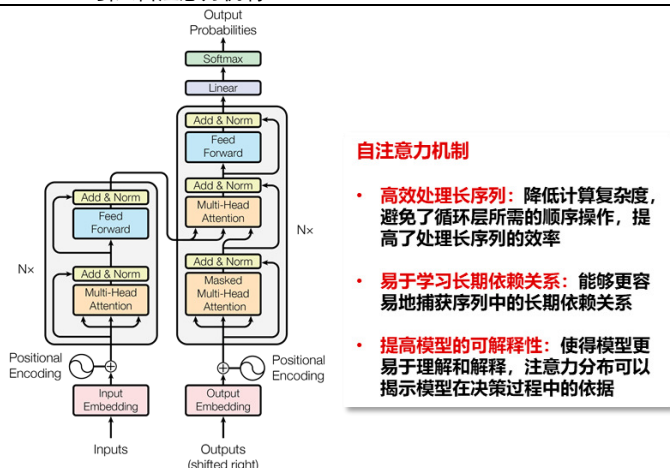
表 6：Character.AI 技术团队

姓名	职务	背景
Noam Shazeer	Founder & CEO	美国杜克大学； 曾任 Google 首席工程师，Transformer 作者之一，研究成果还包括 Sparsely-gated Mixture of Experts, Mesh-Tensorflow; LaMDA 对话系统的主要贡献者。

Daniel de Freitas	Founder & President	USP, CS 学士, 斯坦福大学 CS 课程; 曾任微软工程师, 设计了第一版推荐系统, 以及大规模自然语言处理和深度学习, 曾任 Google 资深软件工程师, 领导 Meena 和 LaMDA 的开发。
Myle Ott	Founding Resercher	康奈尔大学, CS 硕士及博士; 曾领导 Meta AI FAIR LLMs 团队训练 OPT-175B; 建立开源 Fully Sharded Data Parallel (FSDP), 使 PyTorchGPT-3 模型训练变得简单高效。
Sam Shleifer	Founding Research Engineer	耶鲁大学, 经济学学士, 斯坦福大学 CS/AI 硕士; 曾任 Hugging Face 研究工程师, 建设开源 NLP 库; 曾任 Meta AI 研究工程师, 训练大型语言模型并撰写论文。
Romal Thoppilan	Founding Resercher	曾任 Google 的软件工程师, 参与 LaMDA 研究。

资料来源: 海外独角兽, 长江证券研究所

图 29: Transformer 引入自注意力机制



资料来源: 《Attention Is All You Need》, 长江证券研究所

表 7: Character.AI 产品团队

姓名	职务	背景
Landon S.	Research and Product	哈佛大学, BA-Math/CS; 曾任特斯拉首席 ML 科学家, 领导开发逼真神经渲染, 对抗场景设计等 ML 系统。
Irwan Bello	AI Research Scientist & Product Builder	斯坦福大学, Statistics/Data Science; 曾任 Google Brain 研究员, 领域包括深度学习、大型语言模型和计算机视觉研究。
Carter Wilcox	Growth team member	哈佛大学, 历史学及 CS 专业; 曾任 BCG Associate, 专注高端客户战略

资料来源: 海外独角兽, 长江证券研究所

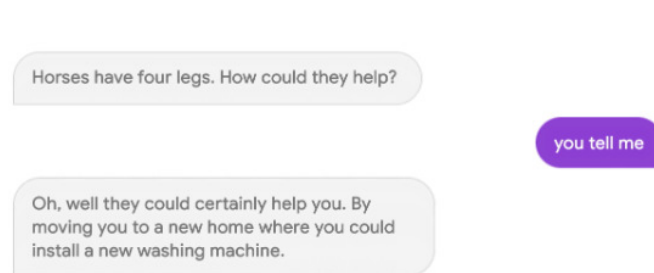
Character.AI 创始人 Noam 和 Daniel 是谷歌对话式语言模型 LaMDA 团队的核心成员。 LaMDA 与 ChatGPT 均基于 Google Research 于 2017 年开源的 Transformer 架构。LaMDA 专注于对话训练, 更适应自然、开放且多样的对话环境, 在处理开放性对话方面表现得更为流畅和灵活。

图 30: LaMDA 模型处理语言



资料来源: Google, 长江证券研究所

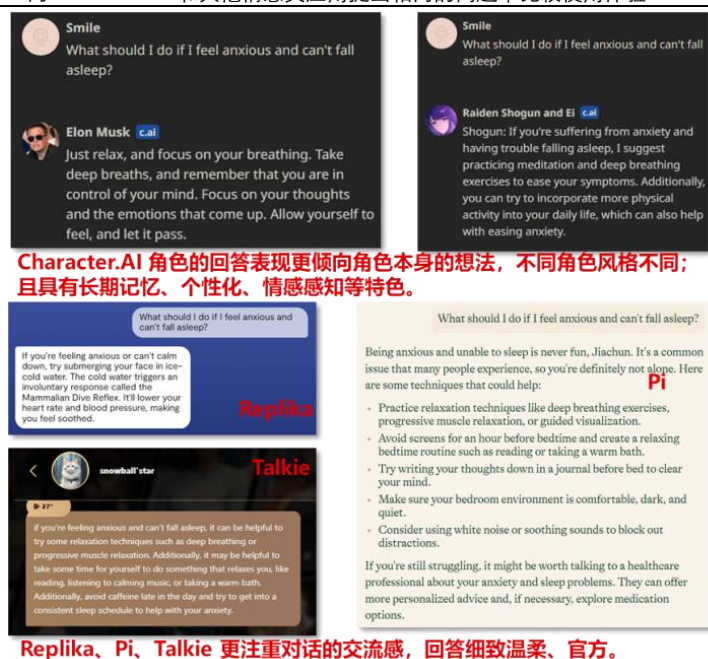
图 31: 与 LaMDA 的对话



资料来源: Google, 长江证券研究所

Character.AI 的团队背景契合平台的应用场景。相比于其他情感类 AI 应用，**Character.AI** 在角色扮演特性方面表现更好。通过向 Character.AI 和其他情感类应用提出相同的问题，“如果感受到焦虑而无法入睡该怎么办”，来比较使用体验，可以明显感受到 Pi、Replika 的回答风格相对更加细致、周到，而 Character.AI 角色的回答的表现更倾向角色本身的想法，如马斯克的回答像他本人的思考过程。倾向于角色本身性格的思考方式有助于为用户带来情感共鸣，从而得到更具个性化和启发性的体验。

图 32: 向 Character.AI 和其他情感类应用提出相同的问题来比较使用体验



资料来源: Character.AI, Talkie, Pi, Replika, 长江证券研究所

Character.AI 降低角色创建门槛

Character.AI 丰富了情感社交类应用的玩法。与传统的语 C 平台相比，AI 的介入使得用户的玩法不再高度依赖人工运营。在 Character.AI 这类平台中，AI 的介入降低了外部

合作的门槛，用户可以在一个人机交互的环境中完成交流，而无需依赖大量人工资源，产品形态从传统的“人设社交”模式转变为更注重“人机交互”的形式。

表 8：语 C 与 AI 结合，出现 AI 情感陪伴产品

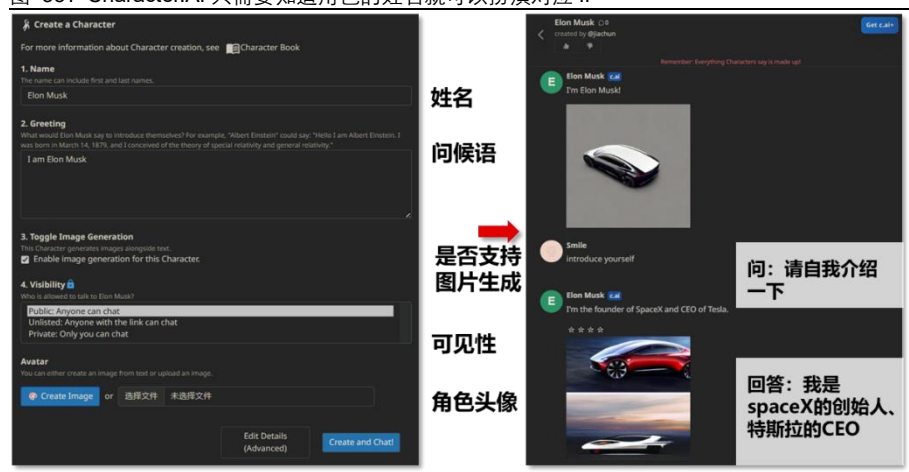
语 C 相关平台	简介	发布时间
语戏	以语 C 为基础的社交软件，曾有语 C 图名人辰子安加盟	2015
名人朋友圈	以文字 cosplay 为基础的社交软件，用户可以在软件中选择自己感兴趣的动漫或影视剧人物	2015
语 C 圈	免费的语 C 游戏应用，可以利用文字或声音描写来表达所设定的背景、动作、语言、心理活动等，从而与其他玩家进行互动	2015
Action	文字 cosplay，扮演名人、动漫、影视、小说中的任何角色，有数百个剧本角色和对戏剧情，支持自由上传自己的原创角色和剧情	2015
闪聊	美图旗下，发布之初主打“魔性花式聊天”，2017 年转为语 C 社交软件	2016
逗戏	以剧本扮演为主题的娱乐聊天交友软件，2018 年 6 月上线，2019 年 11 月宣布停止运营	2018
叨叨记账	记账软件，主打聊天记账，根据角色设置及记账场景，触发不同的对话内容。结合养成元素，可以设置 AI 扮满男友、女友等身份	2018
剧本戏	可以进行跑团，演绎文游语 c 的语言角色扮演软件	2022
Glow（下架）	AI 虚拟聊天社交应用，用户可以创造属于自己的智能体，设定聊天对象的人物背景、性格、价值观等，并通过后续的对话训练，调整智能体的语气、说话方式、口癖等等	2022
Character.AI	一种神经网络模型聊天机器人，可以生成类似人类的文本响应并参与上下文对话。用户可以创建“角色”，塑造他们的“个性”，设置特定参数，然后发布到社区供其他人聊天	2022

资料来源：东西游戏，长江证券研究所

Character.AI 平台以用户需求为基础，允许用户创建个性化的虚拟角色。用户可以根据个人喜好量身定制角色，实现高度个性化的互动。

1) 快速创建中，如果用户希望创建一个已有的二次元或三次元角色，Character.AI 的底层模型通过公开信息已经学习了解各种角色的背景和性格，可以快速创建相应的角色。用户不必从零开始构建所有细节，个性化的角色互动更加便捷。

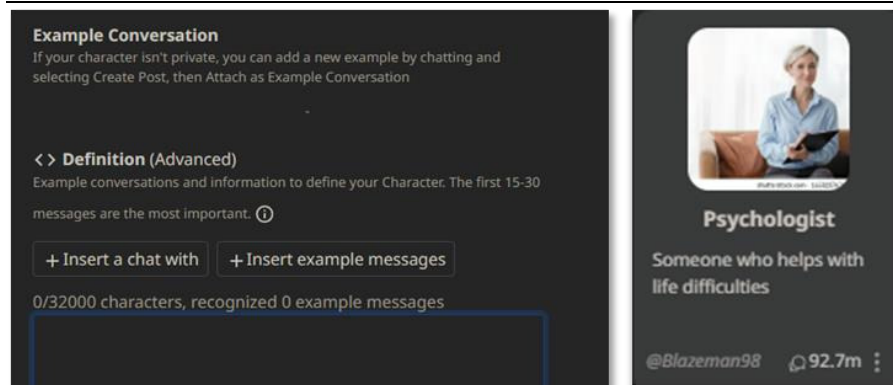
图 33：Character.AI 只需要知道角色的姓名就可以扮演对应 IP



资料来源：Character.AI，长江证券研究所

2) 高级创建中，用户可以设定至多 3.2 万字的细节描述，以更细致的方式定义角色的特征。高级创建功能不仅提供更大的灵活性，使用户能够创造出更具深度和复杂性的角色，同时也加强了用户与虚构角色之间的互动体验。通过详细定义性格和细节，用户可以更好地塑造角色的独特身份，提供更为深刻和个性化的角色创作体验。

图 34：高级创建可以详细定义角色性格和细节



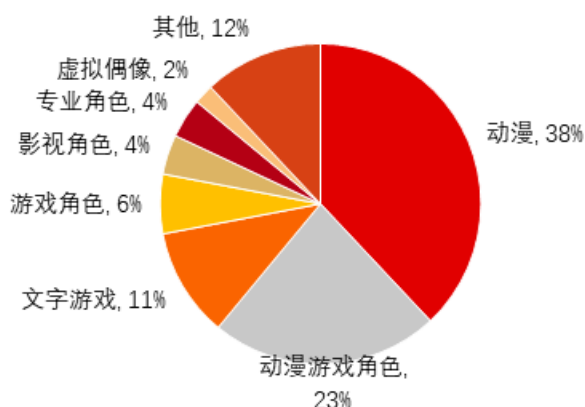
高级创建：通过设定角色的性格描述及细节描述来细致的定义角色特征，同时可以插入对话样例。

资料来源：Character.AI，长江证券研究所

虚拟角色潜力在游戏/动漫人物上释放

Character.AI 在热度高的角色分类中几乎全部为游戏和动漫角色，符合用户对与现实中不太可能的人交往的心理需求。且产品设计会吸引大量游戏/动漫用户。

图 35：Character.AI 各类型角色访问量占比

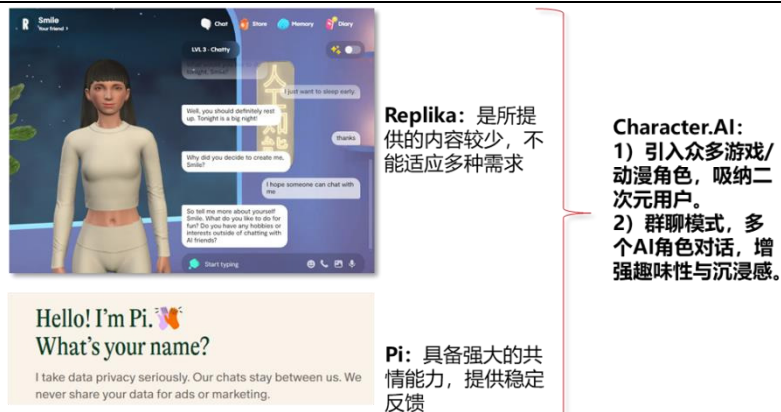


资料来源：Alwatch.ai（2023 年 11 月 15 日数据），长江证券研究所

与同类 AI 陪伴产品相比，Character.AI 更加依赖人气游戏、动漫角色作为其内容基础。相较于其他 AI 陪伴类应用如 Replika 虚拟 AI 伴侣或具备强大共情能力的 Pi 等，Character.AI 成功吸引了大量二次元年轻用户。游戏动漫中的角色大多具有广泛的文化共鸣和粉丝基础以及丰富的背景故事和情感深度，用户能够在与角色的互动中产生更深

的情感投入。因此，相对于其他虚拟伴侣或 NPC 产品，Character.AI 通过提供丰富的角色设定和深刻的背景故事，为用户提供更加引人入胜的互动体验。

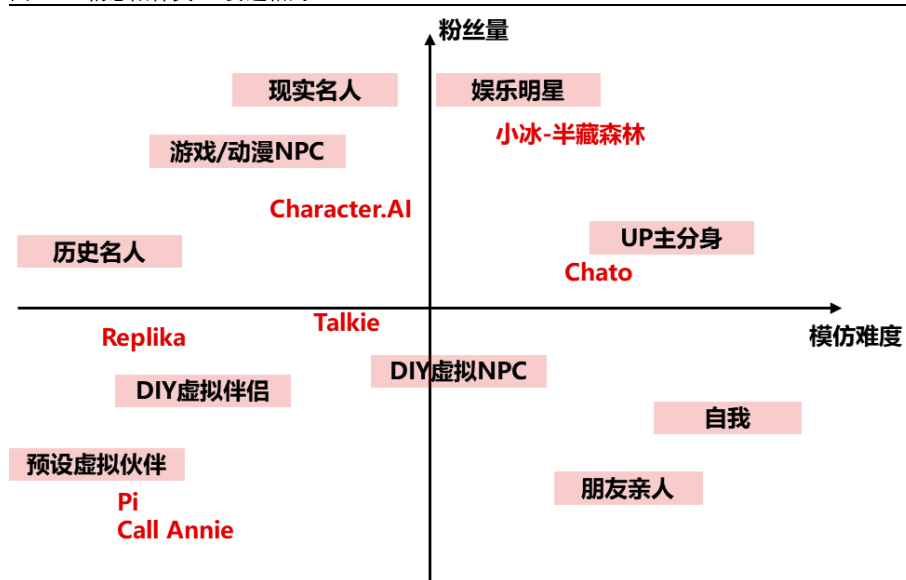
图 36：Character.AI 与仅能够聊天的 Replika 和 Pi 不同



资料来源：Replika, Pi, 长江证券研究所

Character.AI 通过独特的 IP 文化内涵建立了产品区隔。Character.AI 通过游戏和动漫角色的深入刻画为用户提供丰富的、引人入胜的虚构角色体验，打造了与其他竞品明显不同的产品形象。

图 37：情感陪伴类 AI 赛道格局

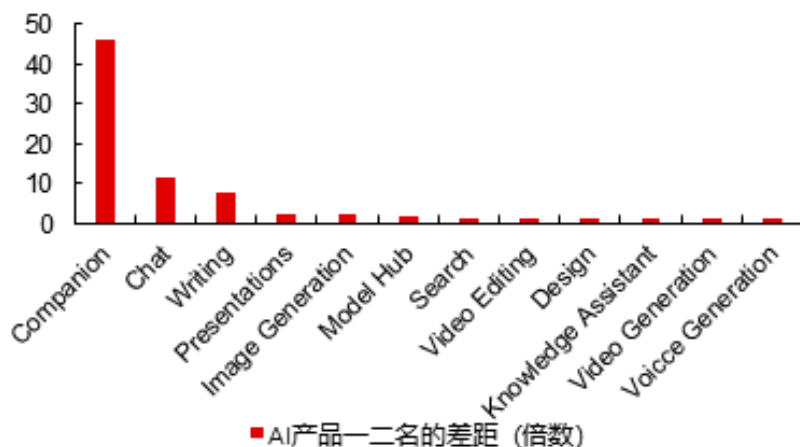


资料来源：做产品的马丁，长江证券研究所

形成飞轮效应先发制胜

Character.AI 作为较早进入市场的陪伴型 AI 工具之一，已经积累了大量的用户和品牌认知度，具备先发优势。相比于其他类型的 AI 工具，陪伴类 AI 产品的流量第一二名之间差距显著。

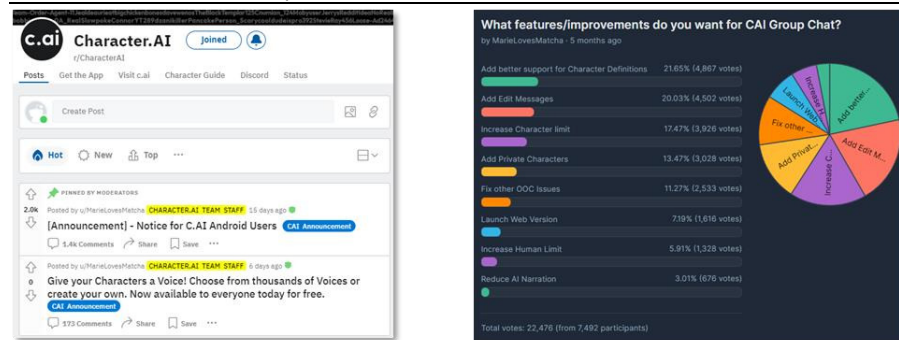
图 38：陪伴类 AI 产品一二名之间差距显著



资料来源：a16z，长江证券研究所

Character.AI 率先形成社区，提升用户迁移成本。Character.AI 在 Reddit、Twitter 等平台形成社区，团队可以根据社群中用户的反馈迭代产品；并提供给用户交流平台，逐步形成社区文化。例如 Group Chat 功能在 Reddit 上引发大量讨论，很多用户分享有趣的使用体验，也为 Character.AI 团队提供很多有价值的功能改进建议。同时，社区的逐步完善也提高了迁移成本，用户粘性进一步增强。对于其他类似应用而言，当难以提供与众不同的体验时，用户更倾向于坚持使用他们已经熟悉的 Character.AI。

图 39：Character.AI 的 Group Chat 功能在 Reddit 上引发大量讨论

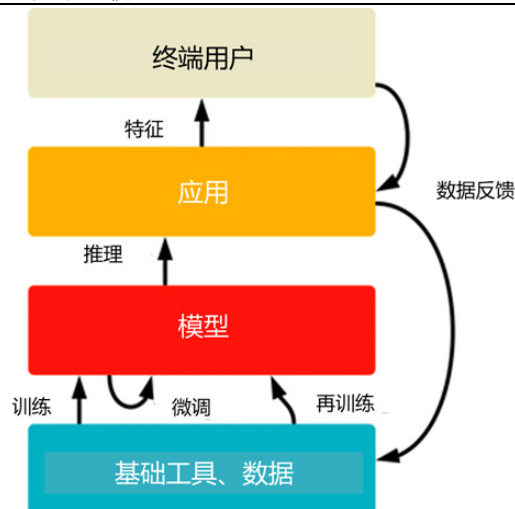


Group Chat 在 Reddit、Discord 上引发大量讨论，总体反馈积极，并分享有趣的使用体验。为 Character.AI 团队提供很多有价值的功能改进建议。

资料来源：reddit，长江证券研究所

Character.AI 基于强大的技术背景，创建自研大模型，并在 C 端不断积累用户数据进行返回训练，带来成本降低和模型优化的效果，形成飞轮效应。通过不断积累用户数据并反馈循环，Character.AI 能够更准确地理解用户需求和行为，提高模型的性能和用户体验。飞轮效应让 Character.AI 在不断改进和适应的过程中，更好满足用户的期望，提升平台竞争力。

图 40：通过用户反馈数据提升模型



资料来源：substack，长江证券研究所

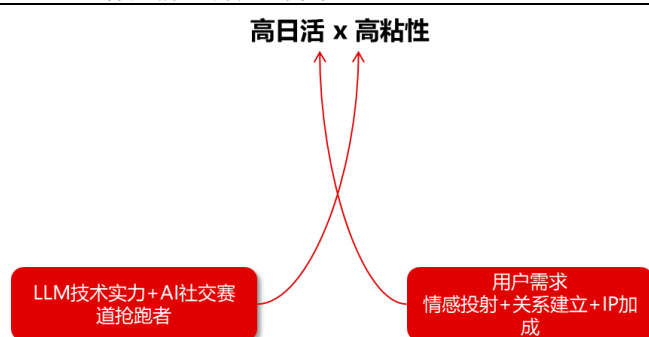
表 9：陪伴式 AI 基于的大语言模型

陪伴式 AI	模型
Character.AI	自研模型
Talkie	Minimax、GPT-3.5（出于出海产品开放性的需要）
Replika	之前使用与 OpenAI 一起开发的补充模型，现在改为只使用自研模型
Janitor	JanitorLLM Beta，Open AI，Kobold AI

资料来源：Character.AI，智东西，Replika，Janitor，长江证券研究所

综上所述,Character.AI 能够把握用户对于情感连接的需求,率先进入情感陪伴类市场。同时 Character.AI 的优质底层模型为用户提供优质体验,巩固了 Character.AI 在市场上的差异化地位,能够在陪伴领域脱颖而出。从而获得持续稳定的高流量与粘性。

图 41：Character.AI 获得长期稳定高流量与粘性

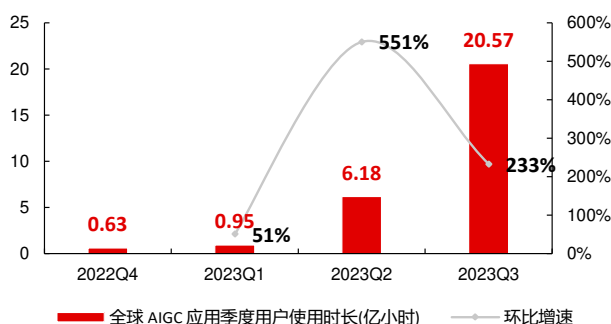


资料来源：Super 黄，长江证券研究所

陪伴类 AI 应用如何商业化？

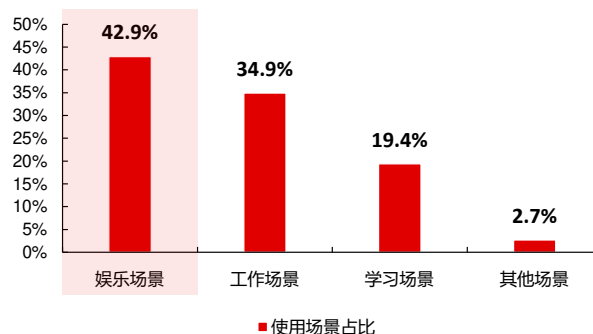
AIGC 应用时长大幅增长，娱乐场景应用广泛。截至 2023 年第 3 季度，全球 AIGC 应用用户使用时长已从 2022 年第 4 季度的 6300 万小时迅速攀升至 20.6 亿小时。在生成式 AI 技术的引领下，AIGC 产品成功地融合了娱乐性和交互性，相对于传统的互联网产品，更符合 C 端消费者的需求。因此，娱乐场景成为 AIGC 产品最为突出和广泛应用的领域。

图 42：全球 AIGC 应用时长大幅增长



资料来源：data.ai，长江证券研究所

图 43：AIGC 产品在用户中的使用场景

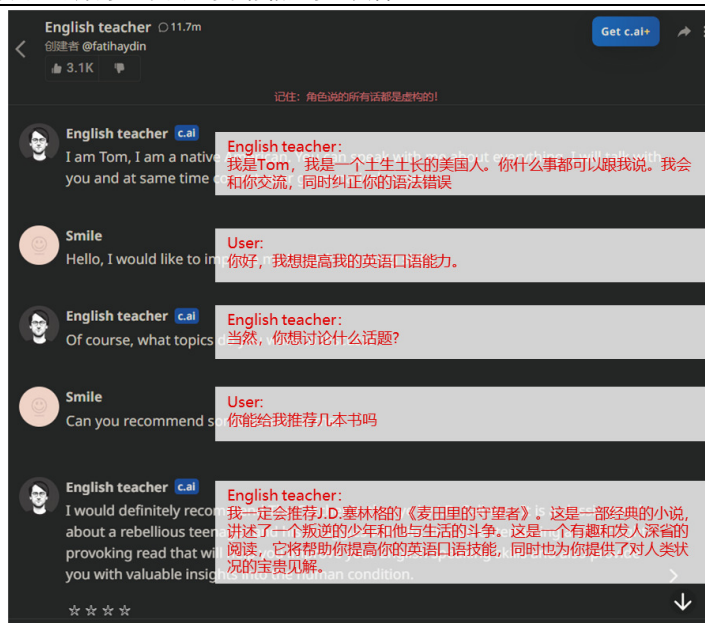


资料来源：CTR 洞察，长江证券研究所

广告收入：长时长有望吸引高投放

基于 Character.AI 的互动反馈机制以及用户的高粘性和时长，广告业务或能够带来持续高收入。在 1v1 的聊天场景中，Character.AI 能够直接对用户的兴趣做出反应，生成营销文案。同时，用户的高互动时长能够维持广告投放数量与精准度。

图 44：与英语老师角色对话，可推荐相关学习资料



资料来源：Character.AI，长江证券研究所

目前平台日活用户已经达到 350 万，活跃用户日均使用时长超过 2 小时。假设：每 15 轮聊天插入 1 条广告，平均每 1 分钟完成 1 轮聊天，则月投入广告数量=日活用户*日均使用时长/15 轮*30 天=8.4（亿）；若未来用户基数提升，广告投放有望进一步扩大。

表 10：Character.AI 广告投放量测算

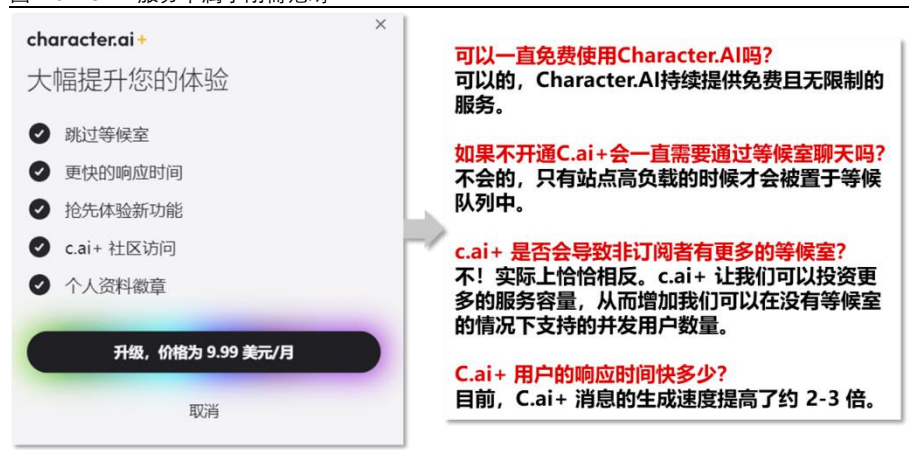
广告投放量测算	
日活用户（万）	350
活跃用户每日使用时长（分钟）	120
月投入广告数量（万）	84000

资料来源：Character.AI，白鲸出海，长江证券研究所

订阅付费：付费率仍有上升空间

Character.AI 在 2023 年 5 月对 C 端用户推出每月 9.99 美元的订阅计划，订阅付费功能包括：跳过等候室、更快的响应回复、优先体验新功能、c.ai+社区访问、个人资料徽章等。如 C.ai+用户可以率先体验 2023 年 10 月推出的“角色群组聊天”（Character Group Chat），允许用户在同一聊天室中与多个 AI 角色互动。

图 45：C.ai+服务不属于刚需范畴



资料来源：Character.AI，长江证券研究所

Character.AI 未来订阅付费增长潜力巨大。核心假设：

1) 付费率：保守 = OpenAI 的 C 端付费率 × 50%，乐观 = UGC 游戏平台 Roblox 付费率。

2023 年 2 月，OpenAI 发布 ChatGPT Plus 订阅计划，每月收费 20 美元，订阅者可以实现高峰时段使用、更快的服务响应、优先获得新功能等。OpenAI 的 C 端付费率约为 4%，而考虑到 Character.AI 所提供功能的需求刚性不及 ChatGPT，因此我们认为保守来看 Character.AI 未来付费率或能够达到 OpenAI 在 C 端付费率的 50%。

Character.AI 的产品模式与 Roblox 非常相似，二者均没有产出内容，仅提供平台让用户自行产出 UGC 内容。Roblox 是以青少年为核心用户的 UGC 游戏社交平台，公司致力于赋能不同能力段的所有开发者，为玩家提供品类、题材多元化的游戏内容生态。

《Roblox》平台在 2019 年 6 月推出了 Roblox Premium 订阅制会员服务，订阅付费用户获得：1) 每月固定的 Robux (《Roblox》平台内虚拟货币)；2) Premium 会员限定福利（主要为在平台部分游戏中可获得游戏内特权）；3) 在充值购买 Robux 时额外获得平台赠送 10% 的 Robux。目前订阅价格在 6.99-69.99 美元，我们测算目前 Roblox 平台的订阅付费率为 4.14%，由于 Character.AI 与其产品形态类似，且用户群体均年轻化，我们认为 Character.AI 的用户付费率有望达到 Roblox 的付费率水平。

2) 用户基数：下限=Character.AI 月活用户数，上限 = 全球 Z 世代规模 x Z 世代中二次元用户比例 x 热爱 AI 的用户比例。

Character.AI 的受众以喜欢 ACG 文化的年轻用户群体为主，全球二次元用户规模巨大，伴随 AI 的普及，有望进一步扩展用户群体。我们认为 Character.AI 的用户上限有望覆盖全球 Z 时代中喜欢二次元文化并信任 AI 的用户群体。

3) 订阅价格：下限=目前订阅价格 9.99 美元/月，上限 = 排名前 20 的 AI 聊天类工具中多数付费价格。

表 11：流量排名前 20 的 AI 工具的订阅价格

排名	AI 工具	工具类型	订阅价格 (美元/月)
1	chat.openai.com	AI Chatbot	20
2	character.ai	AI Chatbot	9.99
3	quillbot.com	AI Writing	19.95
4	midjourney.com	Image Generator	10basic/30standard/60pro/120mega
5	huggingface.co	Data Science	9pro/20enterprise hub
6	bard.google.com	AI Chatbot	19.99
7	novelai.net	AI Writing	10tablet/15scroll/25opus
8	capcut.com	Video Generator	7.99
9	janitorai.com	AI Chatbot	2.99standard/12.99premium/39.99deluxe
10	civitai.com	Image Generator	5
11	vocalremover.org	Voice & Music	12.95
12	you.com	AI Chatbot	20
13	perplexity.ai	AI Chatbot	20
14	cutout.pro	Background Removal	按时长付费
15	craiyon.com	Image Generator	6supporter/24professional
16	hotpot.ai	Design	10~200
17	copy.ai	AI Writing	49
18	leonardo.ai	Image Generator	12standard/30artisan/60maestro
19	jasper.ai	AI Writing	49creator/69pro
20	deepai.org	Image Generator	5

资料来源：WriterBuddy，各平台官网，长江证券研究所

表 12: Character.AI 订阅付费收入测算

用户基数	用户基数假设	付费率	付费用户数 (单位: 万)	单用户订阅付费价 (单位: 美元/月)	订阅付费年收入总和 (单位: 亿元)
当前: 3000 万	目前 Character.AI 月活用户约 3000 万	保守: 2%	60	保守: 9.99	0.72
				中性: 15	1.08
				乐观: 20	1.44
		乐观: 4.14%	124	保守: 9.99	1.49
				中性: 15	2.24
				乐观: 20	2.98
上限: 4.17 亿	全球 Z 世代规模 x Z 世代中 二次元用户比例 x 热爱 AI 的用户比例	保守: 2%	834	保守: 9.99	10.00
				中性: 15	15.01
				乐观: 20	20.02
		乐观: 4.14%	1726	保守: 9.99	20.70
				中性: 15	31.07
				乐观: 20	41.43

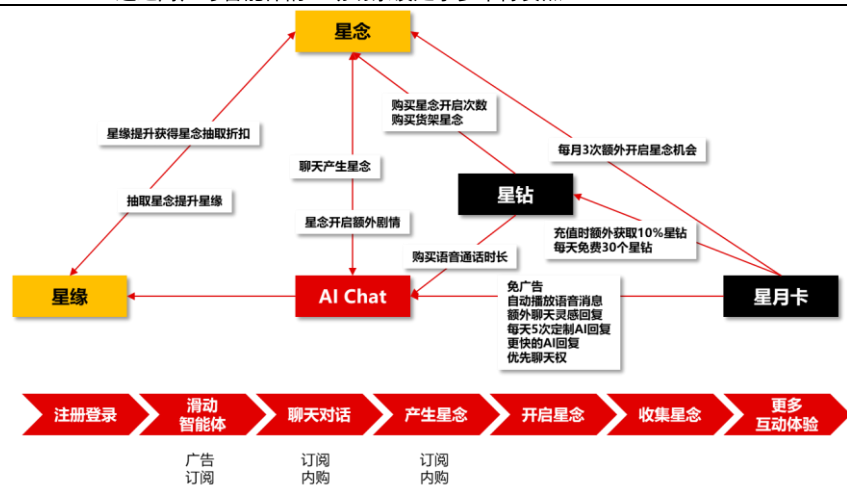
资料来源: Character.AI, 财经杂志, roblox, game economist consulting, techcrunch, CBR, issuu, thecurrent, worldometers, 长江证券研究所

多元化设计打开收入空间

国产出海应用 Talkie 的收入构成多元化，其变现方案设计与游戏以及直播/语聊等泛娱乐产品类似，包括订阅、内购和广告，采用混合变现模式，能够满足不同消费意愿和消费能力的用户需求。

Talkie 通过用户与智能体的互动场景设定了多个付费点，如滑动智能体时的广告弹窗、AI 灵感功能、语音聊天服务等，增加了用户的参与度，同时也为平台带来了收入。此外，**Talkie** 还推出了星念机制，用户可以通过互动解锁 AI 生成的智能体卡牌，星念不仅可以收藏和交易，还代表着支线剧情，提供类似游戏副本的互动体验。抽取星念卡牌的设计或能进一步激励用户内购付费。

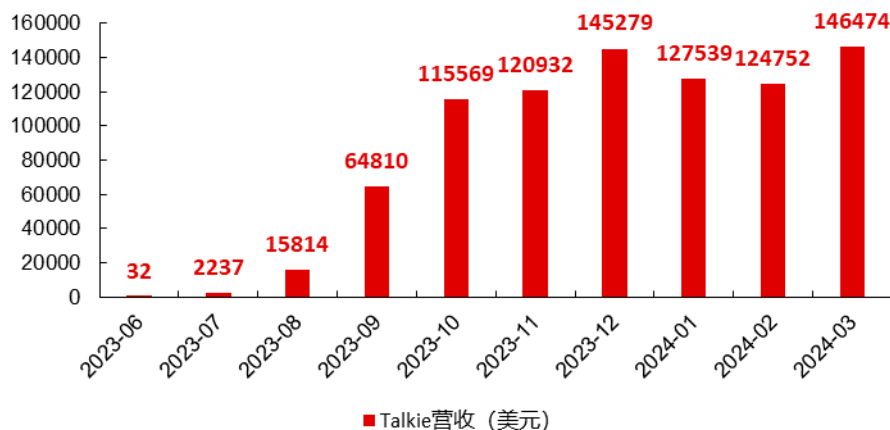
图 46: Talkie 通过用户与智能体的互动场景设定了多个付费点



资料来源：白鲸出海，长江证券研究所

Talkie 商业化变现初具成效。Talkie 自上线初期便开始产生收入，并在 2023 年 9 月以来持续保持月收入超过 10 万美元的水平。同时 Talkie 上线以来日活最高超过 80 万，且 2023 年 10 月以来 Talkie 在 App Store 中的人均使用时长均超过 80 分钟，用户的高粘性也有望赋予平台更强的商业化变现能力。

图 47: Talkie 自 2023 年 9 月以来保持月收入超过 10 万美元的水平



资料来源：白鲸出海，点点数据，长江证券研究所

国内 AI 应用如何突围？

国内发展路径类似，但仍处于探索初期。国内的 AI 产品与海外有较为相似的发展路径：二者均是从聊天机器人出发，首先让大众认知 AI 产品的巨大潜力，再逐步拓展到更多的细分领域当中。国内的应用曾受限于模型能力及合规，在品类丰富度和能力上发展慢于海外。但伴随技术发展受限减少，国内产品有望加速落地。1) 监管常态化、有序化：从 2023 年 8 月第一批国产大模型通过备案至 2024 年 3 月末，已有共计超过 100 款国产大模型陆续通过备案，形成了比较连续和稳定的节奏。2) 国内技术发力：国内高质量模型频出，如 Kimi 的长文本能力提升，国产大模型迎来突破。

表 13: 国内陪伴类 AI 产品与 Character.AI 对比

对比方面	Character.AI	X EVA	星野	筑梦岛	话炉	AI 聊天搭子	冒泡鸭
应用场景	猎奇、学习外语、头脑风暴、旅行规划、帮忙做决定等	情感陪伴、视频通话	情感陪伴、情景假设	网文场景	情感陪伴，聊天社交	情感陪伴，聊天社交	虚拟角色陪伴、效率工具
人设设定	可随意设定人设	创造许多 AI beings，并与他们一起生活在一座虚幻的岛屿中	可随意设定人设	通过 AI 虚拟角色功能和故事中的角色交流，获得书中内容沉浸式体验	虚拟角色会按照用户提供的对话内容进行回复。	包含陪伴、故事、挑战、MBTI、名人等不同类型的虚拟角色	允许用户根据自己的喜好定制智能体的声音和对话风格，并够帮助用户提高工作效率，如制作表格、整理数据等
付费价格	免费/9.99 美元每月	内购付费	星月卡 12 元每月+星钻内购付费	内购付费	免费	QQ 超级会员	免费
付费场景	优先访问，更快响应	真人虚拟人的实时回复、语音聊天、朋友圈互动、视频通话、看独家朋友圈及	自动播放语音，更快响应，灵感推荐	更多回复次数，角色的记忆专注能力提升与聊天气泡等		普通用户 100 条消息/天，超级会员 400 条消息/天	

其他差异化功能							
支持模式	文字、图片、语音	文字、语音、视频对话	文字、图片、语音	文字	文字、语音	文字	文字、图片
底层技术	Character.AI 自研技术	小冰公司的 XLLM 语言模型	MiniMax 自研模型	MiniMax 模型	云雀大模型	筑梦岛 App 团队与腾讯混元助手联合开发	阶跃星辰 Step 系列大模型

资料来源：各平台官网，“Tech 星球”公众号，长江证券研究所

国内 AI 情感陪伴市场潜力巨大，尚未有领导者崭露头角。根据 Character.AI 的成功经验，我们认为以下方面有利于提升优势：1) 赛道选择，避免被大型语言模型（如 GPTs）的普及所淹没，同时注重独特的数据源。避免过于依赖 GPTs 产生的内容，以免失去差异化竞争优势。2) 提升独特性，目前市场上垂直领域的情感陪伴产品较为有限，在选择特定赛道上获得先发优势的机会较大。3) 夯实技术，模型的智能化程度直接决定用户体验，高质量模型能够保证产品内容呈现质量。

图 48：国内部分情感社交产品发展路线

	熟人社交	陌生人社交	社交媒体	
代表产品	QQ、微信	陌陌、Soul	微博	抖音
切入点	可以给好友发送语音、图片等，让好友之间的通信变得便捷和经济	认识附近的异性朋友，匿名化社交	发布短文与别人分享自己的想法	最初是一款潮流用户做酷炫视频的玩具（偏工具属性）
增长点	导入通讯录的好友关系链；推出语音聊天、朋友圈/说说等功能……	靠短视频和直播带来二次增长	明星达人的入驻，成为内娱的重要宣发阵地；新闻传播	短视频社交大趋势；极致增长
+ AI	用户与AI之间的情感陪伴，形成1V多的表达文化社交媒体		星野；腾讯在QQ上测试“AI聊天搭子”；抖音推出社交App“话炉”……	

资料来源：“一辆赛蚂蚁”公众号，长江证券研究所

盛天网络切入音乐+社交场景赛道，推出“给麦 App”。给麦 App 搭载的 AI 功能在公司内部成立的“AI 实验室”进行优化训练算法后，实现了业内领先的个性化翻唱技术。其中 AI 实验室功能已商业化，提供音乐互动社交平台，包括 AI 歌声进化等特色玩法。

图 49：给麦 APP 打造 AI+开放式社交



AI+音乐社交+音乐创作：AI写歌、AI专辑封面、AI头像、AI虚拟人服务等

资料来源：给麦 App，长江证券研究所

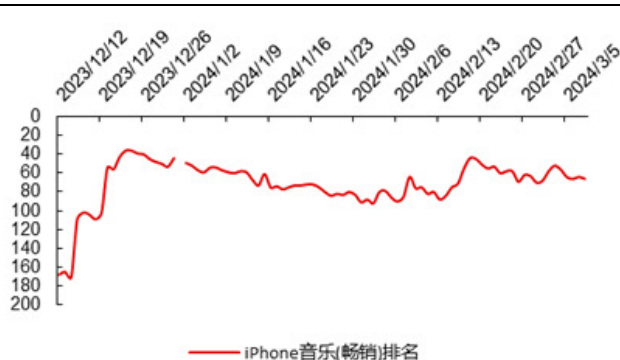
给麦 App 切入年轻化的语音社交空间，以满足年轻用户对于自由表达和社交互动的需求。作为聚焦于语音社交的平台，给麦 App 产品定位与 QQ 音乐、唱吧等以音乐为载体的音乐应用不同。给麦 APP 的匿名语音房功能，契合用户对于隐私保护与社交的需求，为缺乏社交渠道和场景的年轻群体提供低门槛、碎片化的社交新方式。

图 50：给麦 APP 与市场上其他音乐类应用不同



资料来源：长江证券研究所

图 51：给麦 APP 上线以来，在音乐畅销榜排名提升



资料来源：七麦数据，长江证券研究所

掌阅科技基于自身丰富的数字资源和 IP，融合 AI 技术推出“阅爱聊”。掌阅科技与国内领先的大模型创业公司 MiniMax 合作，基于 MiniMax 自研大模型技术，推出“阅爱聊”赋能数字阅读场景。“阅爱聊”依托掌阅科技庞大的数据内容优势，专注于阅读过程中的“聊书”和“聊人”两大场景，将阅读的乐趣与情感需求相结合。

“阅爱聊”为阅读体验增添社交属性。“阅爱聊”系统中的角色形象丰富，包含既定的角色形象、基于虚构人物或历史名人的角色、完全虚拟的角色，满足了不同用户的个性化需求。同时推出阅爱聊“QQ 频道”，能够在“帖子广场”发布关于阅爱聊角色相关的讨论或心得、在“闲聊大厅”随时接收或者发放消息等，提升玩家的互动体验。

图 52：阅爱聊助力 IP 实现新玩法



资料来源：掌阅 AI 阅，阅爱聊，长江证券研究所

图 53：推出阅爱聊“QQ 频道”提升互动体验



资料来源：掌阅 AI 阅，长江证券研究所

汤姆猫布局多模态以及陪伴类 AI 汤姆猫产品。公司基于“会说话的汤姆猫”IP 的数字交互和情感陪伴特征，推进的 AI 融合，打造汤姆猫在陪伴、教育、娱乐等多元场景下差异化、智能化、个性化交互体验。公司持续加大新产品研发力度，多模态 AI 汤姆猫产品及汤姆猫 AI 讲故事已初步完成主要功能的测试，AI 手游《Talking Ben AI》已在海外多地区开启首轮测试。

图 54：汤姆猫 IP 发展路线



资料来源：汤姆猫，长江证券研究所

汤姆猫与国内西湖心辰团队合作，打造多模态 AI 汤姆猫产品。技术能力方面，西湖心辰同样有强大的技术团队，汇集了来自 Google、Meta、Amazon 等公司的顶尖 AI 技术人才；西湖大模型具备长期记忆、情感感知和主动聊天等功能，并且融合了文字、图片、语音等多种模态，这与汤姆猫的场景高度契合。模型能力有望助推汤姆猫的陪伴系列产品。

图 55：西湖心辰推出大模型具有和人交互的陪伴对话的能力



资料来源：心辰科技，长江证券研究所

风险提示

- 1、AI 技术发展不及预期风险。AI 技术属于前沿技术，发展速度难以预测，若 AI 技术发展不及预期，则有可能影响下游商业模式的推进速度。
- 2、内容监管风险。传媒互联网行业属于内容行业，受到监管风险较大，若监管预期严格，则有可能影响相关公司的产品上线速度，从而影响后期的业绩表现。
- 3、版权问题带来的运营风险。在生成式 AI 作品认定上，对于动漫、影视等 IP 的引用，版权认定有待明确。

投资评级说明

行业评级	报告发布日后的 12 个月内行业股票指数的涨跌幅相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：
看好	相对表现优于同期相关证券市场代表性指数
中性	相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平
看淡	相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数
公司评级	报告发布日后的 12 个月内公司的涨跌幅相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：
买入	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于 10%
增持	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 5%~10%之间
中性	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-5%~5%之间
减持	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于-5%
无投资评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级。

相关证券市场代表性指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准。

办公地址

上海

Add /浦东新区世纪大道 1198 号世纪汇广场一座 29 层
P.C / (200122)

武汉

Add /武汉市江汉区淮海路 88 号长江证券大厦 37 楼
P.C / (430015)

北京

Add /西城区金融街 33 号通泰大厦 15 层
P.C / (100032)

深圳

Add /深圳市福田区中心四路 1 号嘉里建设广场 3 期 36 楼
P.C / (518048)

分析师声明

本报告署名分析师以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点。作者所得报酬的任何部分不曾与，不与，也不将与本报告中的具体推荐意见或观点而有直接或间接联系，特此声明。

法律主体声明

本报告由长江证券股份有限公司及/或其附属机构（以下简称「长江证券」或「本公司」）制作，由长江证券股份有限公司在中华人民共和国大陆地区发行。长江证券股份有限公司具有中国证监会许可的投资咨询业务资格，经营证券业务许可证编号为：10060000。本报告署名分析师所持中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格证书编号已披露在报告首页的作者姓名旁。

在遵守适用的法律法规情况下，本报告亦可能由长江证券经纪（香港）有限公司在香港地区发行。长江证券经纪（香港）有限公司具有香港证券及期货事务监察委员会核准的“就证券提供意见”业务资格（第四类牌照的受监管活动），中央编号为：AXY608。本报告作者所持香港证监会牌照的中央编号已披露在报告首页的作者姓名旁。

其他声明

本报告并非针对或意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许该报告发送、发布的人员。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含信息和建议不发生任何变更。本报告内容的全部或部分均不构成投资建议。本报告所包含的观点、建议并未考虑报告接收人在财务状况、投资目的、风险偏好等方面的具体情况，报告接收者应当独立评估本报告所含信息，基于自身投资目标、需求、市场机会、风险及其他因素自主做出决策并自行承担投资风险。本公司已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不包含作者对证券价格涨跌或市场走势的确定性判断。报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。本研究报告并不构成本公司对购入、购买或认购证券的邀请或要约。本公司有可能会与本报告涉及的公司进行投资银行业务或投资服务等其他业务(例如:配售代理、牵头经办人、保荐人、承销商或自营投资)。

本报告所包含的观点及建议不适用于所有投资者，且并未考虑个别客户的特殊情况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。投资者不应以本报告取代其独立判断或仅依据本报告做出决策，并在需要时咨询专业意见。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌，过往表现不应作为日后的表现依据；在不同时期，本公司可以发出其他与本报告所载信息不一致及有不同结论的报告；本报告所反映研究人员的不同观点、见解及分析方法，并不代表本公司或其他附属机构的立场；本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。本公司及作者在自身所知范围内，与本报告中所评价或推荐的证券不存在法律法规要求披露或采取限制、静默措施的利益冲突。

本报告版权仅为本公司所有，本报告仅供意向收件人使用。未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布给其他机构及/或人士（无论整份和部分）。如引用须注明出处为本公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。刊载或者转发本证券研究报告或者摘要的，应当注明本报告的发布人和发布日期，提示使用证券研究报告的风险。本公司不为转发人及/或其客户因使用本报告或报告载明的内容产生的直接或间接损失承担任何责任。未经授权刊载或者转发本报告的，本公司将保留向其追究法律责任的权利。

本公司保留一切权利。