



2026年中国OPC一人公司行业研究报告

OPC社区加速涌现，一人公司能否 孕育下一代高价值企业？（精华版）

AI时代OPC的全球实践与中国机遇

China One-Person Company Industry

2026/08

2026年中国OPC一人公司研究

研究目的与观点摘要

- AI正在改变“一家公司需要多少人”这一基本命题。随着研发、营销、交付和管理等能力被AI和外部服务接管，个人经营不再必然停留在自由职业或小生意阶段，而有机会形成具备稳定产品、持续收入和扩张能力的企业。OPC正是这一变化下出现的新型企业形态：由一名核心经营者主导，以AI和外部协作为主要杠杆完成经营闭环。
- 本报告的核心判断是，OPC并非传统个体经营的简单升级，而可能成为AI时代一种新的企业组织方式。报告将重点回答：OPC是否已具备独立产业形态，哪些商业模式最有可能规模化，全球主要市场形成了哪些发展路径，以及中国是否具备孕育高价值OPC的条件。

1. 研究起点：为什么现在需要研究OPC？

在AI赋能下，个人开始具备过去需要小型组织才能获得的经营能力。

- 模型、智能体、低代码和云服务显著降低产品开发、内容生产、营销获客及后台管理成本。
- OPC通过个人负责决策、AI承担执行与外部伙伴拓展专业服务能力，重组传统企业职能。

2. 行业形成：OPC是否正在演进为产业形态？

产业生态已初步形成，但仍处于主体扩容、模式验证和政策试点阶段。

- 上游模型、算力、开发工具及财税服务逐步完整，中游已出现数字产品和AIGC内容等多类OPC主体。
- 当前仍缺少统一定义和统计口径，行业成效需要通过持续收入、客户复购和企业存续进一步验证。

3. 全球格局：哪些地区更适合OPC发展？

不同地区依托各自资源禀赋，形成了差异化的OPC发展路径。

- 美国硅谷依靠人才、技术、资本，适合开发者工具及垂直AI产品；以色列则更突出技术验证和并购退出。
- 欧洲依托跨境数字基础设施支持长期精益经营，新加坡凭借企业采购和区域网络成为商业验证及海外拓展节点。

4. 全球案例：哪些OPC模式已验证商业价值？

全球案例已验证长期盈利、高价值退出和极小团队经营三类路径，但尚未出现独角兽规模的OPC。

- 数字产品可通过订阅、广告和全球分发长期保持单人经营；技术、用户和现金流资产可支持高价值退出。
- 外部专业网络能够扩大业务承载能力，但医疗等复杂场景表明，合规、质量控制和经营责任难以完全外包。

5. 中国机会：哪些方向更可能形成高价值OPC？

中国更可能形成产业Know-How、应用场景与AI产品化结合的垂直发展路径。

- 中国在制造、能源和企业服务等领域拥有丰富需求，有利于创业者将行业经验转化为智能体和标准化产品。
- OPC社区集中提供算力、模型、财税和场景资源，未来竞争将取决于产品复制、持续获客和经营资产沉淀。



内容目录

◆ OPC一人公司行业综述	5
• OPC一人公司行业——OPC定义、行业边界与研究口径	6
• OPC一人公司行业——OPC分类体系与商业形态矩阵	7
• OPC一人公司行业——中国AI赋能型OPC市场规模测算	8
◆ OPC产业链发展洞察	9
• OPC一人公司行业——产业链发展全景图谱	10
• OPC一人公司行业——产业链上游分析	11
• OPC一人公司行业——产业链中游分析	12
• OPC一人公司行业——产业链下游分析	13
◆ OPC行业发展分析	14
• OPC一人公司行业——政策环境分析	15
• OPC一人公司行业——技术与组织演进趋势	16
• OPC一人公司行业——竞争结构与代表性赛道	17
◆ 全球发展格局、支持机制与代表性案例	18
• OPC一人公司行业——全球OPC机构发展现状	19
• OPC一人公司行业——美国OPC发展现状	20
• OPC一人公司行业——以色列OPC发展现状	21
• OPC一人公司行业——欧洲OPC发展现状	22
• OPC一人公司行业——新加坡OPC发展现状	23
• OPC一人公司行业——中国OPC发展现状	24
• OPC一人公司行业——案例分析与演进趋势	25
◆ 头豹业务合作介绍	29
◆ 方法论与法律声明	30

名词解释

- ◆ **OPC (One-Person Company)**：本报告指由一名核心经营者掌握产品方向、客户选择与资源配置，借助AI、数字化工具及外部协作完成研发、获客、交付和管理，并形成持续收入的独立商业主体。
- ◆ **广义OPC**：由一名核心经营者主导，以个人或极小团队开展独立商业活动，AI参与程度有限；主要用于观察潜在创业主体、政策覆盖和个人经营基础。
- ◆ **AI赋能型OPC**：AI实质参与产品生产、业务交付或经营管理，并替代部分研发、营销、客服和后台管理职能，是本报告产业链与规模测算的核心口径。
- ◆ **AI原生OPC**：产品或核心生产系统直接建立在AI之上，AI决定产品能力、用户体验和规模化交付效率，是OPC中产品化与自动化程度较高的前沿形态。
- ◆ **一人有限责任公司**：由一名自然人或法人股东出资设立的有限责任公司，属于法律组织形式；单人持股并不必然意味着企业由一人实际经营，也不等同于本报告所指OPC。
- ◆ **个人独资企业**：由一名自然人投资并以个人财产承担经营责任的企业形式，可作为OPC的法律载体之一，但并非所有个人独资企业均具有AI赋能或产品化特征。
- ◆ **无雇员企业 (Nonemployer Business)**：没有受薪雇员但产生经营收入的企业或经营主体，常见于美国、英国等统计体系；可能包含多名所有者，口径宽于严格的一人主导OPC。
- ◆ **极小团队**：由一名核心经营者与少量固定成员组成，并广泛使用AI、合同人员及外部服务商的轻组织形态，通常由OPC在业务扩张后演进形成。
- ◆ **AI智能体 (AI Agent)**：能够根据目标自主规划任务、调用工具、执行操作并根据反馈迭代的AI系统，可承担研发、内容、营销、客服和数据分析等数字化职能。
- ◆ **多智能体协作**：多个具备不同专业能力的AI智能体进行任务分工、并行执行和交叉检查，用于处理单一智能体难以完成的复杂业务流程。
- ◆ **AIGC**：人工智能生成内容，涵盖文本、图像、音频、视频及代码等内容生产，是内容与个人品牌型OPC的重要生产方式。
- ◆ **低代码/无代码开发**：通过可视化组件、自然语言或少量代码搭建应用和业务流程，降低个人开发产品、连接系统及实现自动化的技术门槛。
- ◆ **API**：应用程序编程接口，使不同模型、软件和数据服务能够相互连接，是OPC按需调用模型、支付、数据及业务能力的主要技术方式。
- ◆ **SaaS**：通过互联网向用户提供软件服务，通常采用订阅或按量收费，具有在线交付和低边际成本特征，是数字产品型OPC的主要商业模式。
- ◆ **MCP (Model Context Protocol)**：用于连接AI模型与外部数据、工具及业务系统的开放协议，有助于降低跨软件工作流和智能体应用的集成成本。
- ◆ **ARR/MRR**：ARR为年度经常性收入，MRR为月度经常性收入，主要用于衡量订阅型产品可持续、可预测的收入水平。

01

Chapter 01

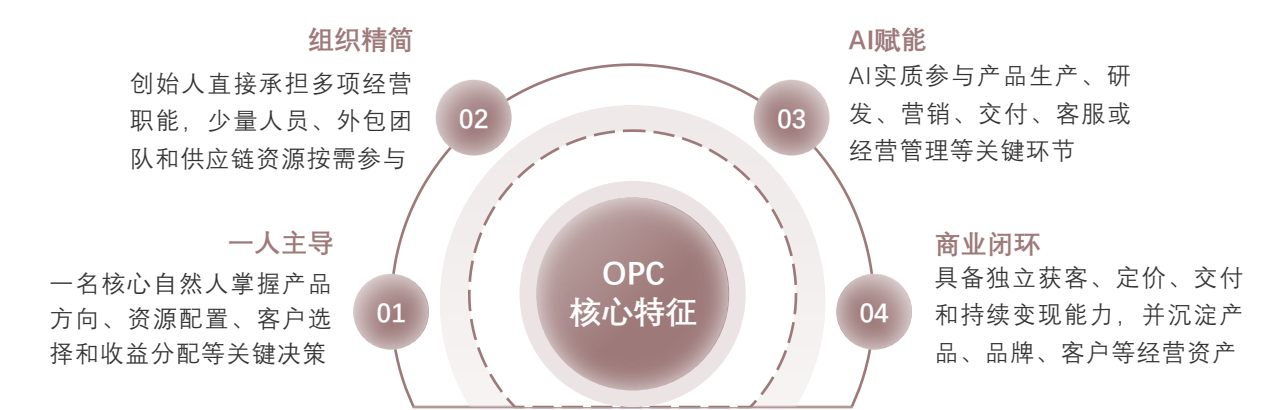
OPC一人公司 行业综述

■ OPC一人公司行业——OPC定义、行业边界与研究口径

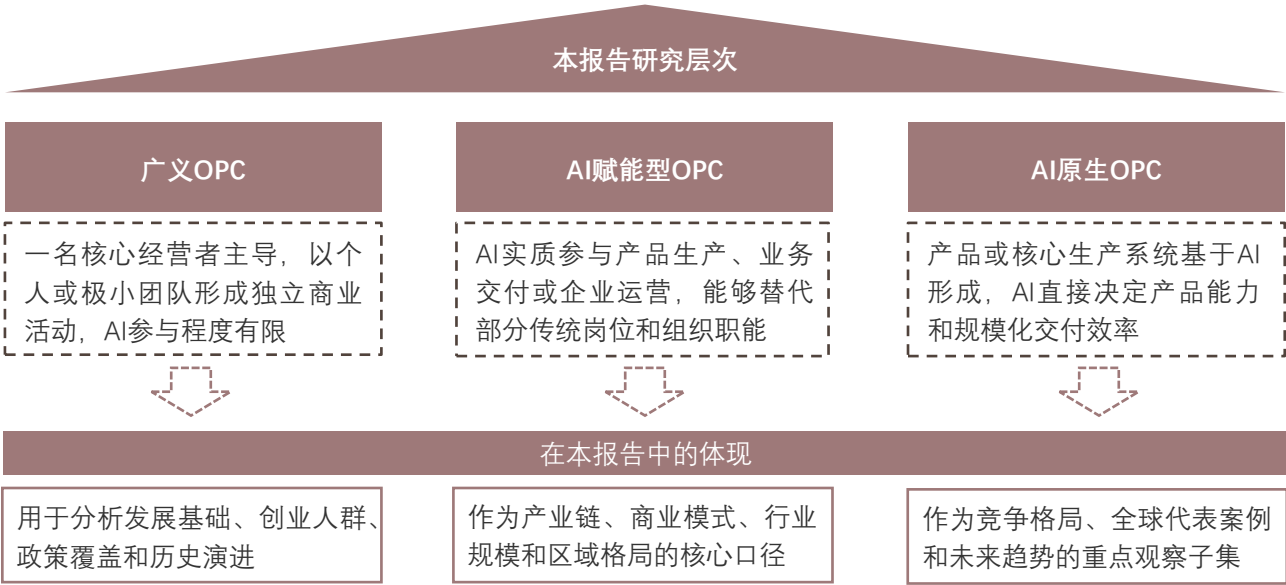
- OPC并非一种独立的法律登记类型，而是由一名核心经营者主导、借助AI与外部资源完成企业级经营活动的轻组织形态

OPC定义、行业边界与研究口径

OPC成为AI时代的新型创业组织



■ OPC的核心并非法律形式上的“单人持股”，而是经营决策与核心价值创造集中于一名主导者。AI、数字化工具及外部专业协作进一步替代传统企业中的研发、营销、客服与管理职能，使个人或极小团队能够完成从产品生产、市场获客到交易交付的完整经营闭环。



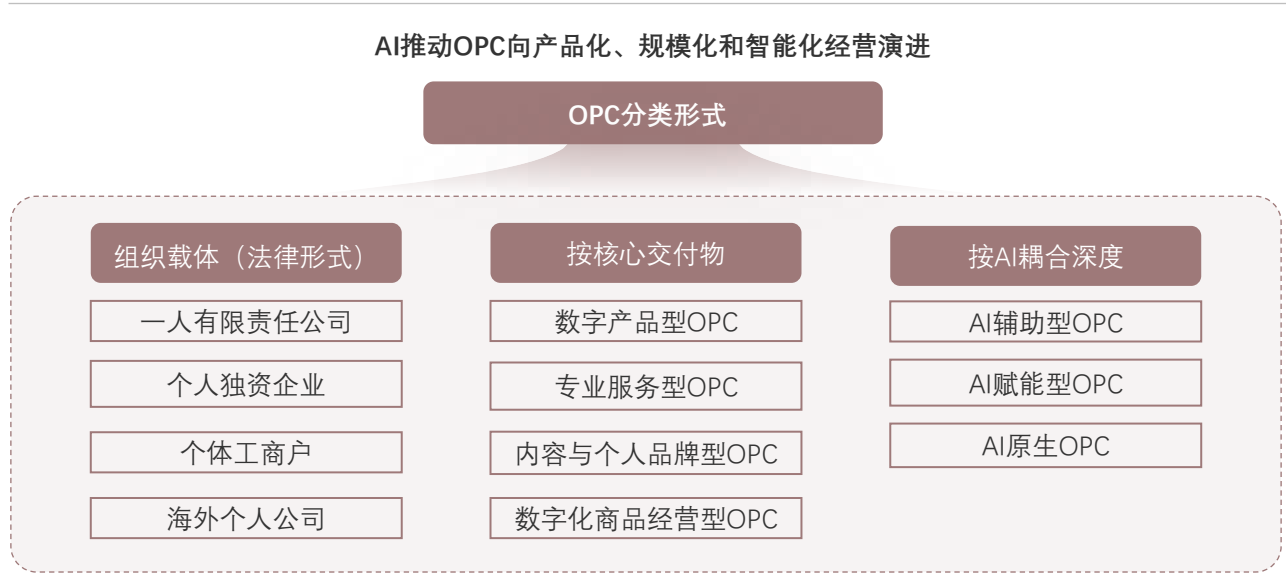
■ 本报告将OPC定义为由一名核心经营者掌握产品方向、客户选择、资源配置和收益分配等关键决策，借助AI、数字化工具及外部专业协作完成产品研发、市场获客、交易交付和经营管理，并形成持续收入与可沉淀经营资产的独立商业主体。

来源：国家发改委、深圳市政府、中国社会科学院、浙江省智能经济与智慧城市促进会、头豹研究院

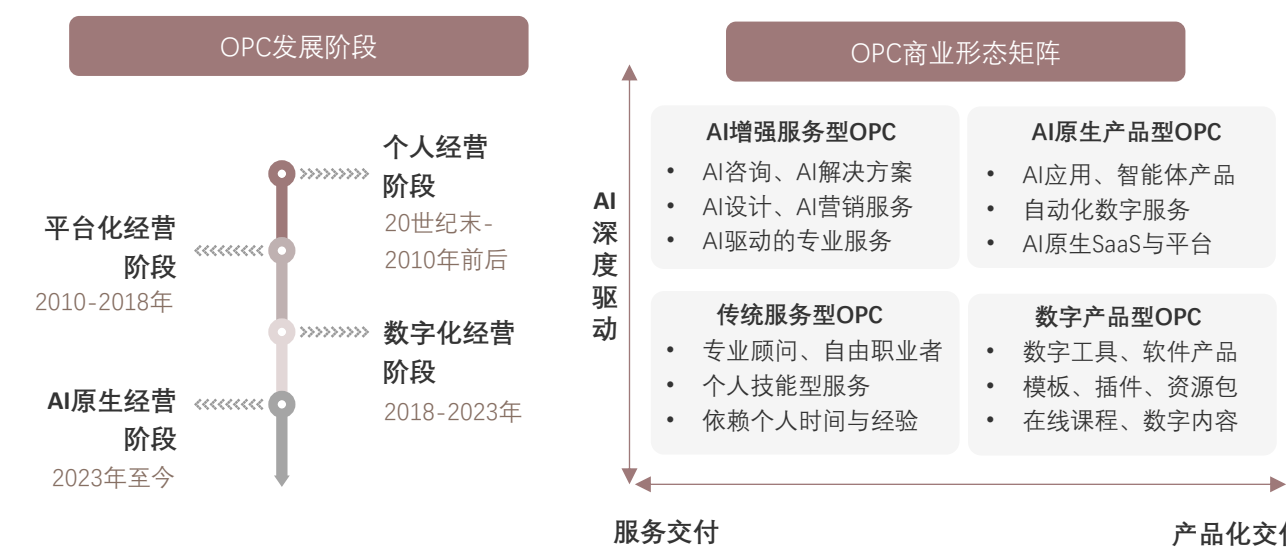
OPC一人公司行业——OPC分类体系与商业形态矩阵

- OPC的商业上限主要由交付标准化程度与AI耦合共同决定：产品越容易复制、AI越深入核心流程，单一经营者能够承载的业务规模越大

OPC分类体系与商业形态矩阵



- 不同组织载体、交付方式与AI融合程度共同塑造OPC的商业形态。其中，交付模式决定收入的可复制性，AI融合深度决定单一经营者可承载的业务复杂度与规模上限。



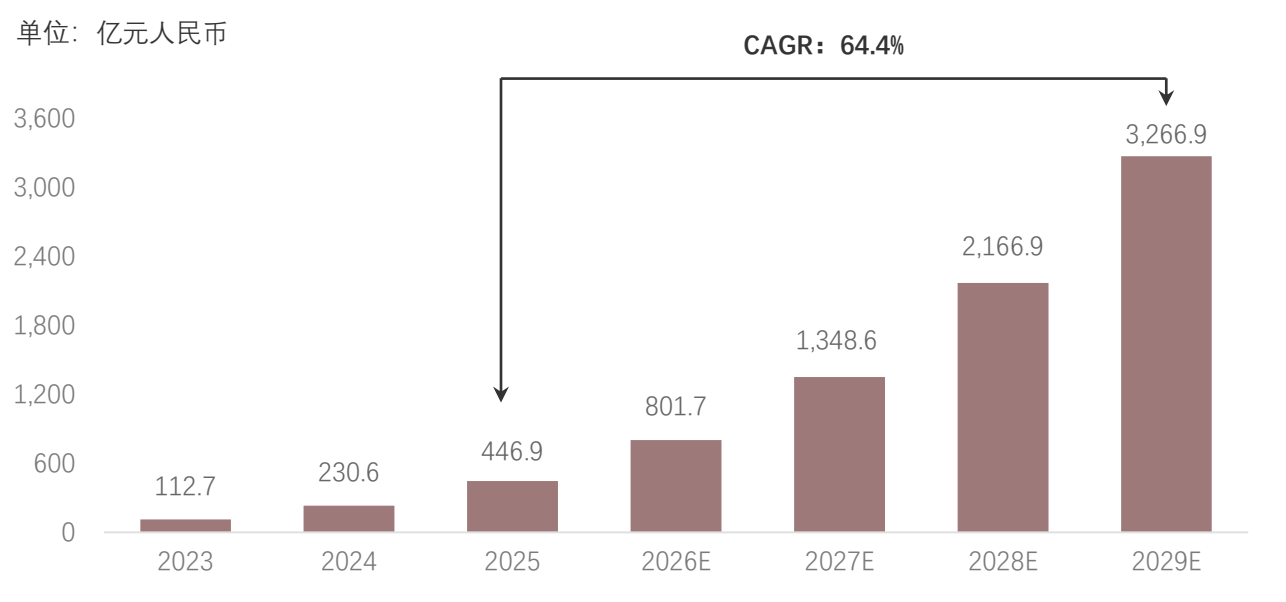
- OPC商业模式的形成源于平台、云服务及AI持续降低的创业与组织成本。随着AI由辅助工具深入生产、运营与交付环节，OPC正由依赖个人时间的服务经营，向产品化、智能化和可规模复制的商业形态演进。

来源：国家税务总局、美国SBA、头豹研究院

OPC一人公司行业——中国AI赋能型OPC市场规模测算

- 中国AI赋能型OPC市场规模预计由2023年的112.7亿元增至2029年的3,266.9亿元，增长来自个人经营主体的AI能力转化和单体收入提升

中国AI赋能型OPC市场规模，2023年-2029年预测



估算逻辑

中国AI赋能型
OPC市场规模

=

潜在经营载体

×

AI赋能型OPC转化率

×

活跃经营率

×

单个活跃OPC
年均收入

以2023年作为基准年，本测算从第五次全国经济普查中筛选信息服务、专业技术服务、文化内容和数字化经营等适合轻组织经营的个体经营户，并结合7人以下法人单位估算出一名核心经营者主导的潜在主体。分析师将7人以下法人单位中一人主导主体占比15%、AI赋能转化率1.5%、活跃经营率65%及单体年均收入18万元作为基准假设。测得2023年约6.3万个活跃AI赋能型OPC，对应经营收入约112.7亿元。2024-2029E通过逐年调整潜在载体、AI转化率、活跃经营率和单体收入进行情景预测。其中，AI赋能转化率由1.5%提高至14.8%，推动活跃OPC增至约96.1万家；单体年均收入由18万元提高至34万元，反映订阅收费、标准产品、自动化交付和跨区域经营带来的收入改善。

- 中国AI赋能型OPC市场将呈现“前期主体扩容、后期收入提质”的增长特征。2023-2029E市场规模预计由112.7亿元增至3,266.9亿元，核心并非潜在经营主体自然增加，而是更多个人经营者借助AI形成稳定的单人经营模式。

增长驱动分析：（1）AI化转化。模型、智能体和低代码工具降低个人进入软件、内容和专业服务市场的门槛，AI赋能型主体占潜在载体的比例预计持续提高。（2）收入产品化。收入结构由一次性项目和个人工时收费，逐步延伸至订阅、授权、数字产品及标准服务套餐，抬升单体经营收入。（3）活跃率改善。工具、社区、财税和获客服务逐步完善，有助于更多试验性创业主体形成持续收入，但经营存续与复购仍是主要不确定性。

来源：国家统计局、中国互联网络信息中心、头豹研究院

02

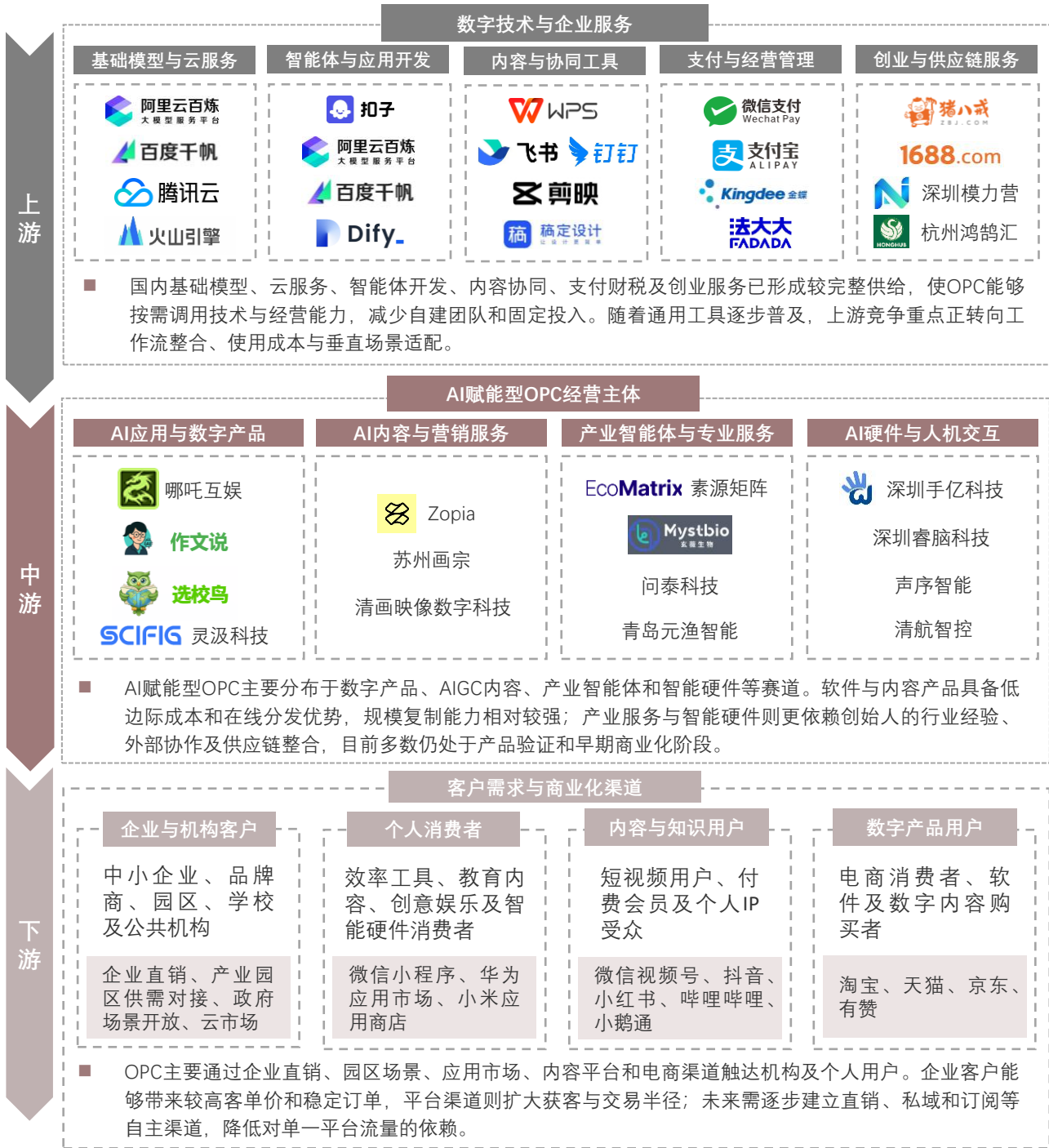
Chapter 02

OPC产业链 发展洞察

OPC一人公司行业——产业链与生态全景图谱

- OPC产业链上游将传统企业职能封装为可按需调用的数字服务，中游经营者负责资源编排，下游平台和自主渠道共同完成商业变现

OPC产业链图谱



来源：企业官网、头豹研究院

■ OPC一人公司行业——产业链上游分析

- 中国OPC发展的基础工具已经具备，上游下一阶段的价值将更多来自跨系统整合、可信交付和OPC专属服务，而非单项AI功能增加

产业链上游分析：数字技术与企业服务

上游能力供给体系



- 报告完整版/高清图表或更多报告：请登录 www.leadleo.com
 - 如需进行品牌植入、数据商用、报告调研等商务需求，欢迎与我们联系
- 联系邮箱：service@leadleo.com

上游服务正在将固定组织成本转化为可变经营成本

OPC无需长期配置研发、设计、财务、运营等人员，按需调用上游服务，按量生产按实际需求付费

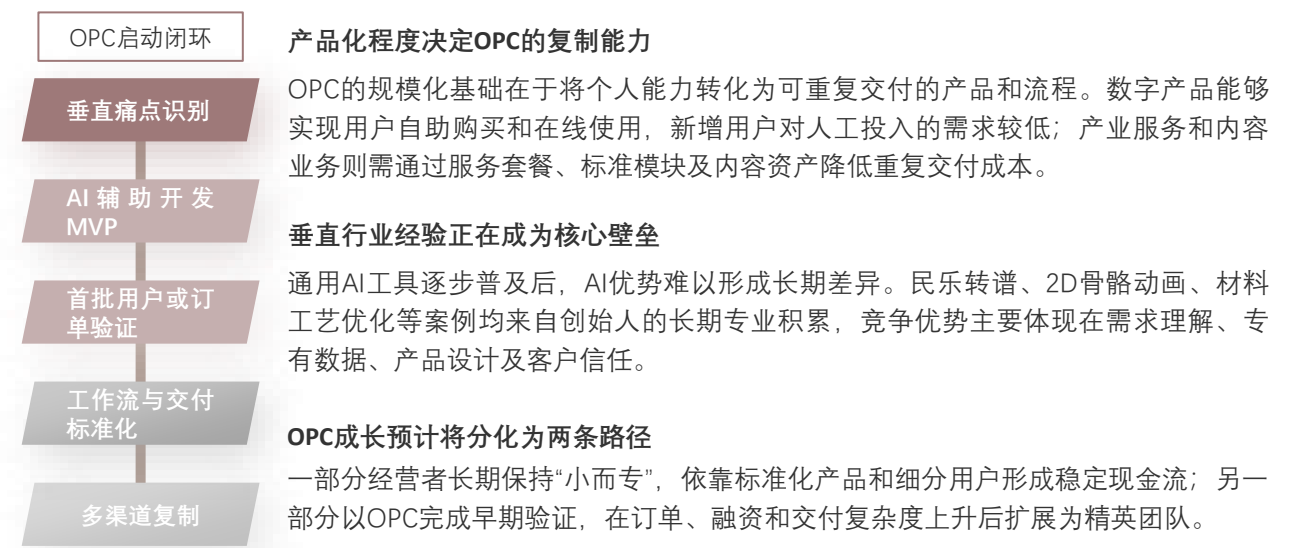
来源：企业官网、北京市政府、深圳市政府、头豹研究院

■ OPC一人公司行业——产业链中游分析

- OPC能否规模化取决于垂直认知、标准产品和稳定渠道，其中数字产品适合长期轻组织，产业服务和硬件更适合作为快速验证起点

产业链中游分析：OPC经营主体

中国OPC经营主体的主要类型			
核心交付与收入模式			
AI应用与数字产品型	AIGC内容与IP经营型	产业智能体与专业服务型	智能硬件与机器人型
提供SaaS工具、应用程序、智能体及数字化产品，主要通过订阅、按次付费或软件授权获得收入	提供AI短剧、动画、直播视觉、数字文创及知识产品，通过项目收费、平台分成、会员订阅和IP授权变现	面向工业、金融、教育等垂直行业提供智能体、算法模型及解决方案，主要按项目、软件许可或服务收费	提供智能终端、机器人、数据采集设备及软硬一体化产品，通过设备销售、软件和数据服务获得收入
经营特征与规模化判断			
在线交付、边际成本低，规模化能力最强；增长取决于获客、留存及模型成本控制。	生产效率高但爆款不确定；需沉淀为IP、工具或内容库，降低对个人创作的依赖。	客单价与行业壁垒较高，但定制交付较重；规模化取决于方案模块化和产品化。	技术壁垒较高，但供应链与售后复杂；产品验证后通常需扩展为精英团队。



- 中国OPC的规模化基础在于“垂直认知 + 标准产品 + 稳定渠道”。数字产品更适合长期保持单人或极轻组织，产业服务和智能硬件更可能将OPC作为快速验证起点，并在商业化后向团队演化。

来源：新华网、北京科学技术委员会、南方网、头豹研究院

OPC一人公司行业——产业链下游分析

- OPC的商业化效率在于需求标准化和客户关系可沉淀：企业端需求具备高客单价特征，个人端需求则提供复制规模的机会

产业链下游分析：客户需求与商业化渠道

OPC下游客户需求与收入模式

客户类型	核心需求	主要交付与收入模式	商业化特征
大中型企业与产业客户	工业优化、营销提效、数据分析、内容生产及业务自动化	项目收费、软件许可、私有化部署、年度服务费	客单价较高，但决策和验收周期较长；需将定制需求沉淀为标准模块
中小微企业与商户	低成本获客、电商运营、客服自动化、轻量化数字改造	SaaS订阅、服务套餐、按量计费、代运营收费	需求数量多、价格敏感，适合“小快轻准”产品及渠道批量触达
专业个人用户	提升设计、教育、科研、编程及内容创作效率	月度或年度订阅、按次付费、软件买断	产品标准化程度高，能够在线交付；增长取决于口碑、留存和细分社群渗透
大众消费者	个性化教育、数字娱乐、健康管理、知识内容及智能硬件	单次购买、会员订阅、平台分成、硬件销售	用户覆盖面广但获客成本和需求波动较大，需要内容、产品与品牌协同运营

企业端需求主要集中于传统服务成本较高、流程重复且大型供应商覆盖不足的细分环节。以武汉OPC创业者邱阳为例，他利用AI品宣助手将企业宣传片报价由每秒约1,000元降至100元，累计服务300多个品牌，2025年净利润超过百万元，说明垂直经验与明确降本效果能够支撑较高客单价。

个人用户更关注低价格、即时使用和明确结果。以“AI选校鸟”，其以99元提供一次标准化选校服务，已积累3,000多名用户；“龙骨动画”采用月费20元、年费200元的订阅制，拥有约300名付费用户，同时开始探索面向高校的期限授权与私有化部署。



- OPC商业化沿首单验证-产品标准化-多渠道复制-客户沉淀逐步推进。平台可以帮助OPC获得首批客户，但长期经营价值来自可复用的产品、稳定复购及不完全依赖平台的客户关系。

来源：武汉市投资促进局、新华网、中新经纬、青岛市人工智能产业专班办公室、头豹研究院

03

Chapter 03

OPC行业 发展分析

■ OPC一人公司行业——政策环境分析

- 中国已形成国家确认方向、地方建设生态、社区承接服务的OPC政策体系，政策重点正由门槛降低延伸至场景开放、经营合规和持续收入

政策环境分析

中国OPC代表性政策梳理

政策层级	政策名称	政策内容及行业影响
国家	《促进平台经济大中小企业协同发展行动方案（2026-2028年）》	中央文件首次明确提出加快培育人工智能一人公司（AI OPC），并推动平台向中小企业开放技术、数据、算力和融资资源，OPC由地方探索进入国家创新主体培育体系。
北京	《支持人工智能OPC创新发展行动方案（试行）》	年内培育不少于10家专业化社区、服务500家以上OPC主体；提供开办与金融专区、赛事路演，以及连续三个月、最高10万元的Token、算力和数据服务支持。
深圳	《深圳市打造人工智能OPC创业生态引领地行动计划（2026-2027年）》	到2027年底建设超10家OPC社区、培育超千家高成长性人工智能创业企业；提供低成本空间、智能券、应用场景、人才安居及投融资支持，形成综合生态扶持模式。
武汉	《2026年度重点研发计划人工智能OPC创新专项》	对OPC模型工具和创新产品分别给予最高50万元、30万元财政支持，将政策资源直接投向垂直模型、智能体、多智能体协作工具及AI终端研发。
杭州	《支持一人公司OPC创新创业发展的若干举措》	推行全程网办、“工位注册”、信用账户、知识产权快保护及1-3年沙盒监管观察期，重点降低市场准入和试错成本，并探索OPC统计与梯度培育口径。
青岛	《青岛市人工智能OPC创新创业服务导则（试行）》	将登记、财税、法务、算力、场景和融资整合为全周期服务，企业登记压缩至0.5个工作日，并通过微场景清单、合规工作指引和公共数据开放提高商业化与规范经营能力。

政策影响
路径与产业
发展判断

- 01

国家确认与地方试点共同降低OPC启动成本
国家明确提出培育AI OPC，深圳、北京、武汉等地通过空间、算力和研发补贴降低创业与产品验证成本，推动OPC由自发创业模式进入新型创新主体培育体系。
- 02

政策支持正由资源补贴延伸至打通商业化场景
杭州、青岛等地将场景开放、订单对接、融资和合规服务纳入支持体系，政策重点逐步转向形成产品、收入与持续经营能力。
- 03

统一认定与长期成效仍待验证
各地对单人公司、小规模团队和初创企业的认定标准存在差异，后续需完善统计与评价口径，并重点追踪非补贴收入、复购率和企业存续率。

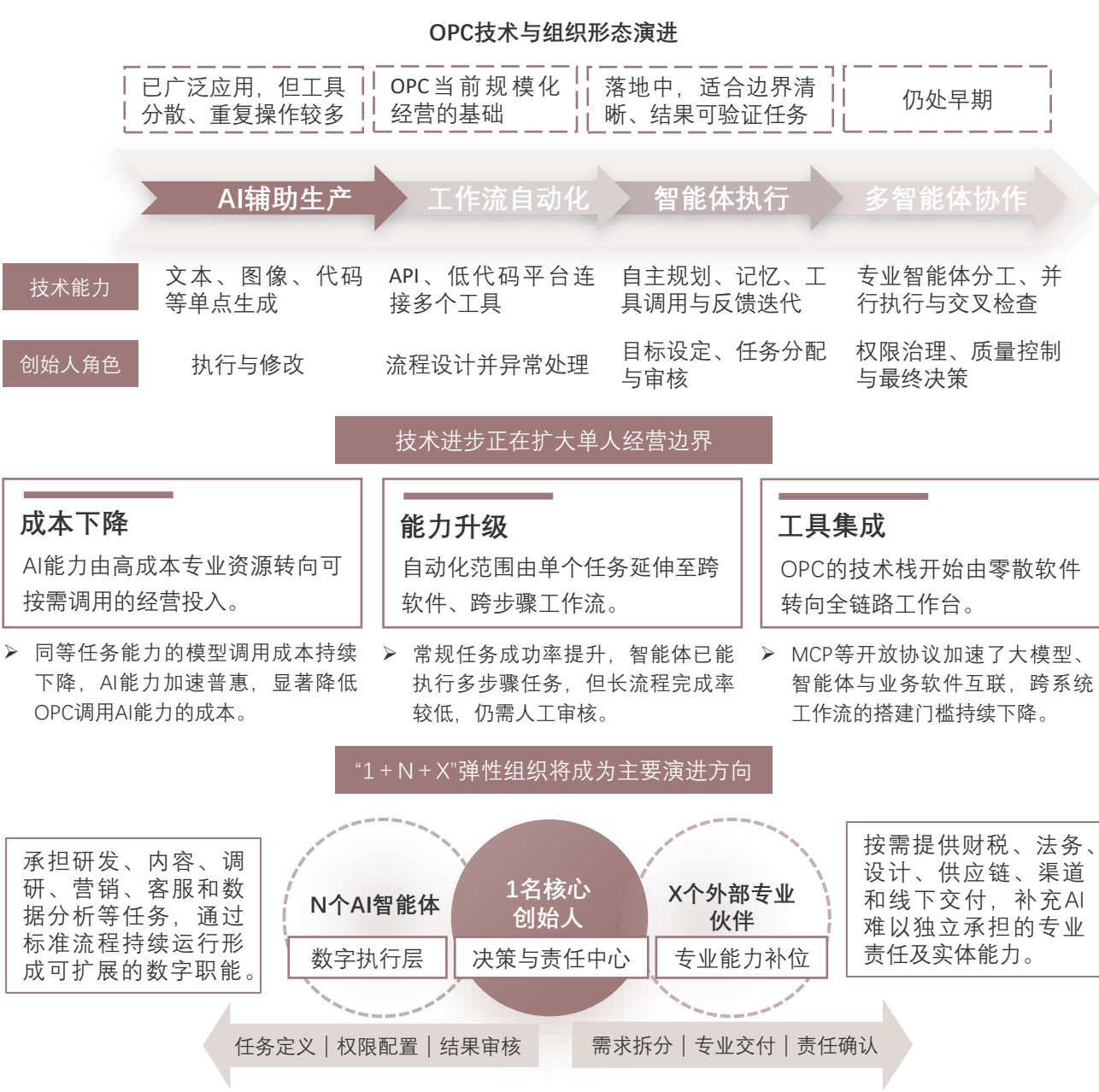
- 中国OPC已形成“国家方向确认-地方专项试点-社区服务落地”的政策体系，短期有助于降低创业与验证成本。行业能否持续成长，仍取决于政策能否从资源补贴进一步转向统一认定、市场订单、合规治理和长期经营能力建设。

来源：政府官网、头豹研究院

■ OPC一人公司行业——技术与组织演进趋势

- OPC正在形成“1名核心经营者 + N个AI智能体 + X个外部伙伴”的弹性组织，但AI无法代替创始人承担目标设定、结果审核与最终责任

技术与组织演进趋势



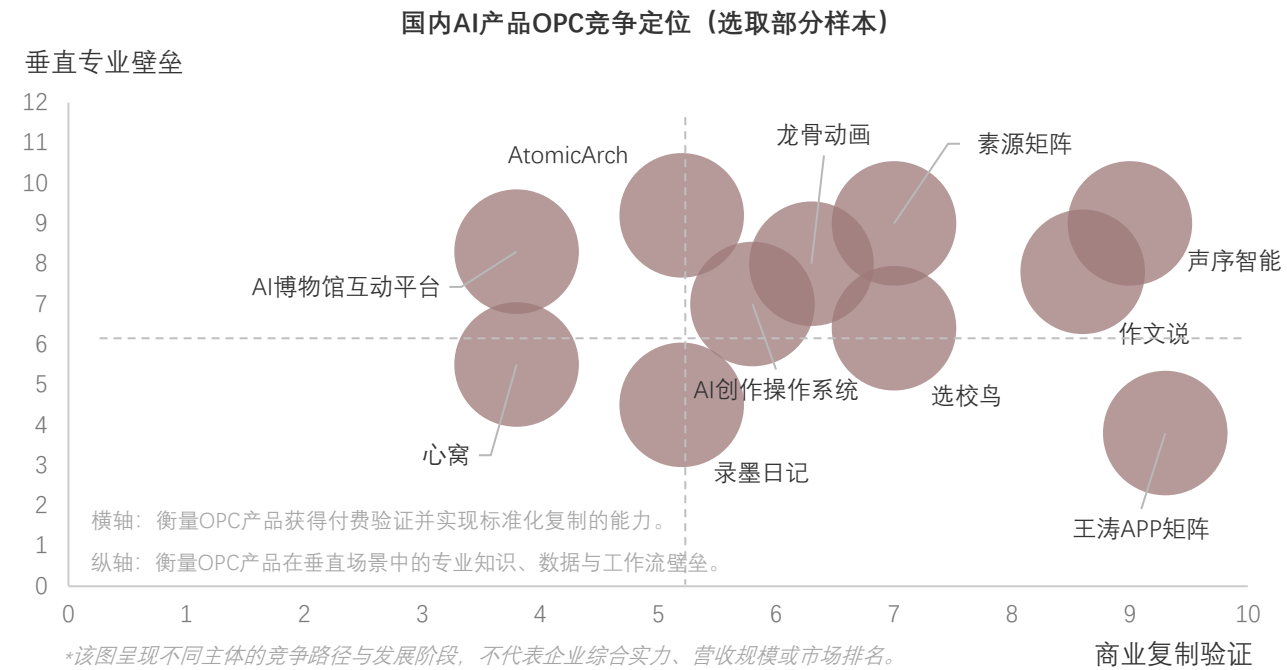
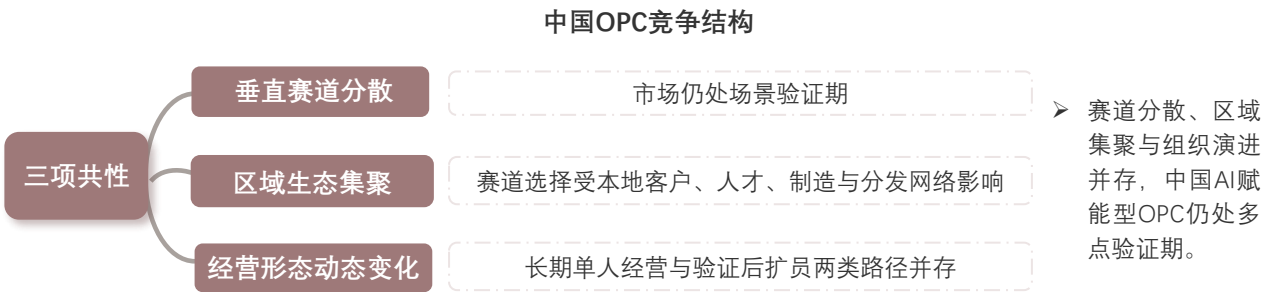
- “1+N+X”将成为OPC规模化经营的主要组织形态：创始人负责核心决策，AI承担数字化执行，外部伙伴补充专业能力。推理成本下降、任务能力提升与工具互联正在扩大单人经营边界，但长流程任务完成率较低，完全自主经营尚不成熟，仍需通过人机协同保障复杂任务交付。

来源：工信部、企业官网、头豹研究院

■ OPC一人公司行业——竞争结构与代表性赛道

- 中国AI赋能型OPC竞争正沿“高效复制”和“专业深耕”两条路径分化，能够同时形成付费验证与垂直资产的产品型主体更具持续性

竞争结构与代表性赛道



图中样本分析：以国内AI产品为例的OPC子赛道呈现两条主要竞争路径。王涛APP矩阵依靠高频开发和多产品分发提升复制效率，但垂直资产相对有限；AtomicArch、龙骨动画等聚焦专业工作流，场景壁垒较高，但商业复制仍待验证。作文说、声序智能兼具垂直能力与付费复制基础，相对接近产品化经营方向。

竞争赛道分析：OPC的长期竞争力取决于能否将个人专业能力沉淀为可重复销售的产品、数据和工作流。高复制能力决定增长上限，垂直壁垒决定优势持续时间；能够同时实现两者的主体，更可能由分散样本演进为细分赛道领先者。

- 中国AI赋能型OPC尚未形成稳定头部，竞争正沿“高效复制”与“专业深耕”两条路径分化，兼具商业复制与垂直资产沉淀的产品型主体更具持续竞争潜力。

来源：杭州市政协、北京日报、人民日报、苏州工业园区管理委员会、头豹研究院

04

Chapter 04

OPC全球格局 与代表性案例

OPC一人公司行业——全球OPC机构发展现状

- 全球已经形成成熟的无雇员企业和个人经营基础，但AI赋能型OPC仍未形成统一定义、统计口径或稳定产业边界

全球OPC机构认知与发展现状			
全球主要国家和地区对OPC的认知存在差异			
国家/地区	机构采用的主要口径	对单人经营的核心认知	发展现状
美国	Nonemployer Business/Firm	以“没有有偿雇员、产生经营收入”为识别标准；美联储进一步区分长期不招聘的“稳定无雇员企业”和计划招聘的潜在雇主	统计体系成熟，承认无雇员经营可以是长期状态；但可能存在多名所有者
英国	Business with No Employees、Sole Proprietorship	将无雇员经营视为企业规模结构的重要组成部分，并持续追踪企业数量、就业与营业额	覆盖独资、合伙及单一经营者公司，范围明显宽于严格单人持股、单人主导的OPC
欧洲	Micro-entrepreneur、Solo Self-employed	主要从税收身份、经营收入、劳动保障和自主就业质量识别，关注个体经营能否形成稳定生计	能识别单人经营者，但较少区分劳务型自雇与产品化、AI原生企业
新加坡	Self-employed、	将个人经营纳入劳动力市场和平台就业治理，强调经营自主性、收入稳定与计划	数字化经营基础较好，但统计对
以色列			
中国			



■

报告完整版/高清图表或更多报告：请登录 www.leadleo.com

■

如需进行品牌植入、数据商用、报告调研等商务需求，欢迎与我们联系

联系邮箱：service@leadleo.com

来源：各国政府官网、头豹研究院



头豹

LeadLeo

www.leadleo.com

400-072-5588

19

OPC一人公司行业——美国OPC发展现状

- 硅谷的OPC优势不在于专门扶持一人企业，而在于模型、人才、开发工具、客户和资本高度集中，使技术型个人能够快速完成产品验证

美国硅谷市场

硅谷具备单人经营基础和AI创业密度的双重集聚条件

生态指标	发展动态	对OPC发展的意义
无雇员经营基础	2023年，旧金山、圣马特奥和圣克拉拉三县共有约 29.61万个无雇员经营主体	形成技术顾问、创作者、独立开发者和微型企业的广泛潜在OPC创业者基础
AI人才供给	湾区拥有超过 58万名科技、科学与工程 专业人员，其中AI相关人员超过 7.1万名	创始人更容易获得前沿技术信息、专业协作者和早期产品反馈
AI创业网络	截至2026年7月，YC名录中湾区共有约 890家AI企业 ，其中113家生成式AI企业	模型、开发工具、客户与资本高度集中，降低AI产品从开发到商业验证的连接成本

➤ 硅谷的集聚优势主要表现为高价值创业要素密度。技术型个人能够调用现成模型、云计算和支付工具，在短周期内完成产品开发，并通过开发者社区和企业客户验证付费需求。

三类OPC路径

01

AI开发者工具与 workflow

Glen 1人
为AI Agent统一接入代码、文档和会议等组织上下文

Opslane 1人
自动验证AI生成代码，通过浏览器测试并输出结果

Zenbu 1人
用于管理多个编程Agent的可扩展IDE

Clawvisor 1人
控制AI Agent访问Gmail、Slack等应用的授权层

02

垂直Know-How + AI Agent

Trava 1人
关税审计、商品分类与全球贸易合规

Consus 1人
为航空航天和国防企业处理数据及合规要求

HealthSpark 1人
为独立物理治疗师提供保险、病历等AI后台服务

Units 1人
嵌入Google Classroom和Canvas的AI批改/辅导工具

03

数据/API与数字产品

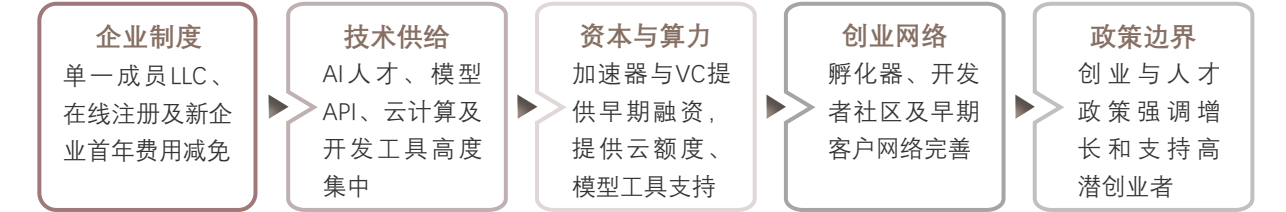
Listen Notes 1人
通过播客搜索、数据库和API实现全球收费

Context.dev 1人
通过统一API向AI Agent提供实时、结构化网页数据

Traverse 1人
构建法律、医疗、销售等复杂工作的训练数据

Epicenter 1人
提供本地优先、开源的AI记忆与个人工作空间产品

硅谷支持机制较完整，但并非专门面向OPC设计



■ 硅谷具备全球最完整的科技孵化生态，OPC从中获益较大。垂直AI Agent、开发者工具和数据/API产品最有可能率先实现高价值单人经营，同时，资本与复杂交付持续推动成熟主体向极小团队演进。

来源：美国人口普查局、Y Combinator、加州特许税务局、Google、头豹研究院

OPC一人公司行业——欧洲OPC发展现状

- 欧洲形成了“多中心创业节点 + 统一数字市场 + 跨境经营基础设施”的 OPC生态，更有利于地点独立的数字工具持续经营

欧洲市场

多中心数字生态为OPC提供分布式发展基础

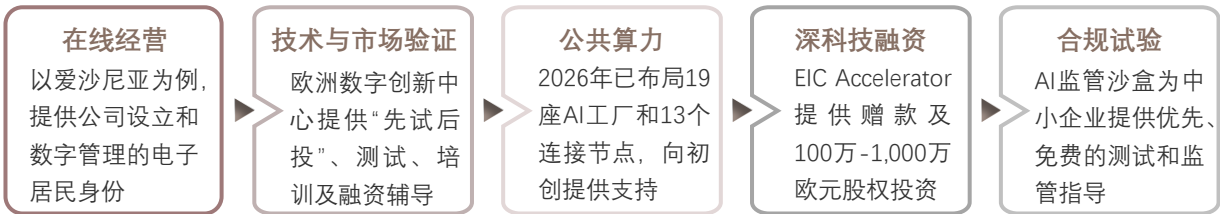
生态指标	发展动态	对OPC发展的意义
轻组织创业基础	2023年欧盟拥有超过3,300万家活跃企业；当年新设350万家企业、形成370万个就业岗位，约合1.1个岗位/新生企业	新生企业普遍以极小规模启动，形成广泛的个人创业者和微型企业主体池
数字业务需求	2025年欧盟19.95%的企业使用AI；信息通信业使用率达62.52%，专业技术服务业达40.43%	开发者工具、企业自动化与专业服务Agent具备较强的本地B2B需求
北欧应用领先	丹麦、芬兰和瑞典企业AI使用率分别达到42.03%、37.82%和35.04%	高数字化客户基础有利于个人创业者快速验证新型数字产品
跨境经营基础设施	截至2026年二季度，爱沙尼亚电子居民已创建超过3.7万家公司，可在线完成公司设立与管理	降低跨境创业的注册和后台管理成本，支持地点独立经营

➤ 欧洲OPC的集聚表现为分散节点 + 跨境市场，企业无需依赖单一城市的资本与客户密度，更常借助数字分发、远程协作和在线公司基础设施面向全球经营。

三类OPC路径



公共数字基础设施降低门槛，但支持体系仍偏向规模化创新



■ 欧洲的优势在于标准化数字产品可以跨越不同城市和语言市场持续经营。公共基础设施能够降低创业门槛，但深科技融资、监管和企业交付需求仍会推动成功主体走向组织化。

来源：Eurostat、爱沙尼亚电子居民计划、Indiehackers、Pieter levels个人网站、Y Combinator、欧盟官网、头豹研究院

■ OPC一人公司行业——新加坡OPC发展现状

- 新加坡的OPC生态以企业采购、区域总部和跨境网络为核心，更适合作为标准化数字产品的商业验证与东南亚市场接口

新加坡市场

高数字化企业需求形成OPC商业化试验场

生态指标	发展动态	对OPC发展的意义
自主经营基础	2025年新加坡有 17.92万名 主要工作为独立经营的居民，占就业居民7.3%；其中 95.5%主动选择独立经营	形成较稳定的自由职业者、专业人士及潜在个人创业者基础
企业AI需求	2024年中小企业AI采用率由4.2%提高至14.5%，大型企业达到 62.5% ；采用AI的中小企业平均节约成本52%	企业已经具备AI采购意愿，为工作流自动化、Agent和专业软件提供付费客户
创新与客户网络	Startup SG生态包含超过 4,000家 科技初创企业、 400家 风投机构和 220家 孵化器与加速器	OPC可以同时连接技术合作方、试点客户、融资机构和区域总部
区域市场接口	Global Innovation Alliance已覆盖50多个国家、支持超过700家初创企业和科技型中小企业	降低个人数字产品进入东南亚及其他海外市场的连接与交易成本

➤ 新加坡OPC生态更接近需求与交易驱动型生态。其核心资源是企业采购、区域总部及跨境商业网络，适合已经形成标准化产品的个人创业者完成商业验证和区域复制。

三类OPC路径

01 新加坡注册-全球自助分发	02 新加坡居住-本地精益经营	03 新加坡孵化-跨境配置团队
Bannerbear 1人 新加坡单人启动，图像与视频生成API产品，通过标准化接口和全球数字获客实现增长；2021年开始招聘客服，现已形成约7人的远程团队，月经常性收入约8.1万美元。	NinjaPear 1人 Steven Goh 于 2026 年 利用 Claude Code在两周内推出B2B企业情报与数据增强平台；产品上线约六个月后，单月总收入超过1.5万美元，连续两个月收入超过1万美元且已实现盈利	TypingMind 1人 Tony Dinh在新加坡工作期间完成早期产品开发并获得收入，离职后将生活与运营重心迁往成本更低的越南；于2025年10月实现约13万—16万美元月收入，同时逐步引入团队成员。

支持体系覆盖AI采用、产品验证与海外扩张

AI应用市场	创业与技术验证	海外市场拓展	公司设立与治理
2026年 National AI Impact Programme计划三年内推动1万家企业采用AI，培养或提升10万名“AI双语人才”	Startup SG Founder 提供导师和启动资金，Startup SG Tech支持专有技术概念验证及价值验证	Global Innovation Alliance连接海外客户与合作伙伴；MRA计划为每个新市场最高支持10万新元	独资企业注册费较低，通常可快速完成；有限公司允许一名股东兼任董事；外国个人创业者可借助服务机构注册

■ 新加坡的企业AI需求与跨境网络能够支撑OPC快速完成商业验证。随着业务放大，本地成本与企业服务要求也会推动成熟主体采用远程团队和跨境运营。

来源：新加坡政府官网及报告、Bannerbear、Indiehackers、头豹研究院

OPC一人公司行业——中国OPC发展现状

- 中国OPC由超大规模应用需求、完整数字平台和地方资源组织共同驱动，更可能形成产业Know-How与AI结合的垂直应用路径

中国市场

超大规模需求与AI供给形成OPC验证基础

生态指标	发展动态	对OPC发展的意义
AI用户与工具供给	截至2025年底，中国生成式AI用户达到 6.02亿人 ，普及率42.8%；人工智能企业超过6,000家，核心产业规模预计突破1.2万亿元	大模型、智能体及开发工具加速普及，个人创业者能够以较低成本获得技术能力，并面向大规模用户测试产品
数字化交易市场	2025年全国网上零售额达到 15.97万亿元 ，同比增长8.6%	电商、数字内容、营销服务和消费工具具备成熟的线上获客、支付与交付链路
城市级集聚加速	截至2026年4月，全国已有 20余个城市 出台OPC专项扶持政策；以中关村AI北纬社区为例，已集聚57家OPC企业，其中 41家为纯一人公司	中国OPC正由自然生长转向社区化培育，纯一人经营主体开始形成可观察样本池

➤ 中国形成的是“需求规模 + 平台基础设施 + 地方资源组织”共同驱动的OPC生态。地方社区承担共享后台与资源中台职能，使个人创业者能够把有限精力集中在产品、客户和行业判断上。

三类OPC路径

01 垂直需求盈利

声序智能 1人

王钰博独立完成模型训练、前后端开发、UI及运营，推出面向民族乐器的五线谱转简谱工具，以订阅方式收费；公司成立约三个月已实现收支平衡并进入盈利阶段

02 全球利基产品

龙骨动画 1人

苏魁是公司的唯一员工，独立运营AI辅助2D骨骼动画平台。截至2026年3月，产品拥有国内注册用户4,700余名、海外用户1,000余名，约300名付费用户、累计收入近万元

03 单人验证后团队化

素源矩阵 1人起步

韩家乐于2023年独立完成“AI + 材料工艺”模型及产品架构，进入水泥、化工和冶金等工业场景后，团队由1人扩展至7人，年营收由不足10万元增至近千万元

支持体系覆盖启动、算力、场景与服务

低成本启动

北京、深圳等地提供集群注册、共享办公、人才住房及财税法务服务；北京部分OPC企业注册可在十余分钟内完成

算力与模型调用

北京海淀模型券最高补贴200万元；深圳提供训力券、模型券和语料券；上海将OPC纳入算力券、模型券支持范围

首单与场景开放

海淀对首订单给予奖励；深圳向AI创业企业开放城市治理、制造及服务业场景；武汉计划每年挖掘不少于100个应用场景

融资与专业服务

各地引入种子基金、创业贷款、知识产权、算法备案及安全测评服务

■ 中国正通过超大规模应用场景和城市级OPC社区批量孵化垂直应用型创业者。持续订单与复购能力将决定生态质量，当前已验证案例仍处于小规模盈利或扩张为小团队阶段。

来源：国家知识产权局、国家统计局、国家发改委、北京市科委、中国经营报、中新经纬、头豹研究院

■ OPC一人公司行业——案例分析与演进趋势

- 外部协作能够帮助极小团队跨越个人能力边界，但业务越接近医疗、金融等高责任领域，增长上限越取决于合规、质量控制和合作方治理

第三类：极小团队与外部协作

极小团队的效率边界与治理风险

	核心团队	内部保留能力	外部资源配置	经营验证	模式意义
MEDVI 外部专业网络型	Matthew Gallagher于2024年独立启动业务，仅聘用其弟弟作为固定员工；另使用两名合同工程师、媒体代理、律师及会计机构	创始人负责产品架构、品牌营销、客户获取和经营决策，并利用AI完成代码、广告内容、客户服务及经营分析	CareValidate 和 OpenLoop 提供医生网络、处方、药房、配送及部分合规服务；法律、会计、工程和广告投放按需采购	据媒体援引企业数据，2025年实现4.01亿美元销售额、6,500万美元净利润和25万名客户	通过外部化持牌医疗与履约环节，极小核心团队得以经营高复杂度服务，但当前正面临合规争议
builtWith 数字基础设施型	Gary Brewer 于2007年独立开发产品，Andrew Rogers于2011年以股权方式加入并承担客户研究与经营建议	Gary长期掌握核心代码、数据采集算法、产品迭代和客户支持，使技术与数据资产持续沉淀在企业内部	使用OVH、AWS及Google Cloud等云资源支撑全球数据采集；Andrew及少量专业人员补充市场洞察、财务和营销能力	2011年仍由创始人兼职经营时，月收入已达到4万美元；2026年，平台覆盖约5.2亿个根域名，每月执行至少81亿次网页请求	将计算资源交由云平台承担，同时将核心算法和数据留在内部，使极小团队能够持续经营全球数据产品

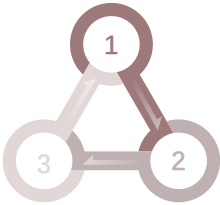
极小团队的组织逻辑

核心能力内部化

创始人控制产品、数据、品牌及关键经营决策，避免企业价值完全依赖外部服务商。

专业能力网络化

将医疗、法律、财税、营销及阶段性开发交由专业机构，减少低频岗位形成固定成本。



通用流程自动化

AI与软件承担内容生产、客户服务、数据处理和经营分析，降低协作的沟通成本。

演进机会与经营风险

演进机会

外部资源网络提升OPC业务承载能力

AI与平台化服务正在推动OPC由个人生产者向资源编排者转变。OPC可通过外部化配置突破固定团队限制。

经营风险

复杂业务仍要求组织治理能力

外部协作没有消除经营责任。随着业务进入医疗、金融、企业服务等高价值场景，OPC面临质量控制风险、合规管理风险和核心能力外流风险。

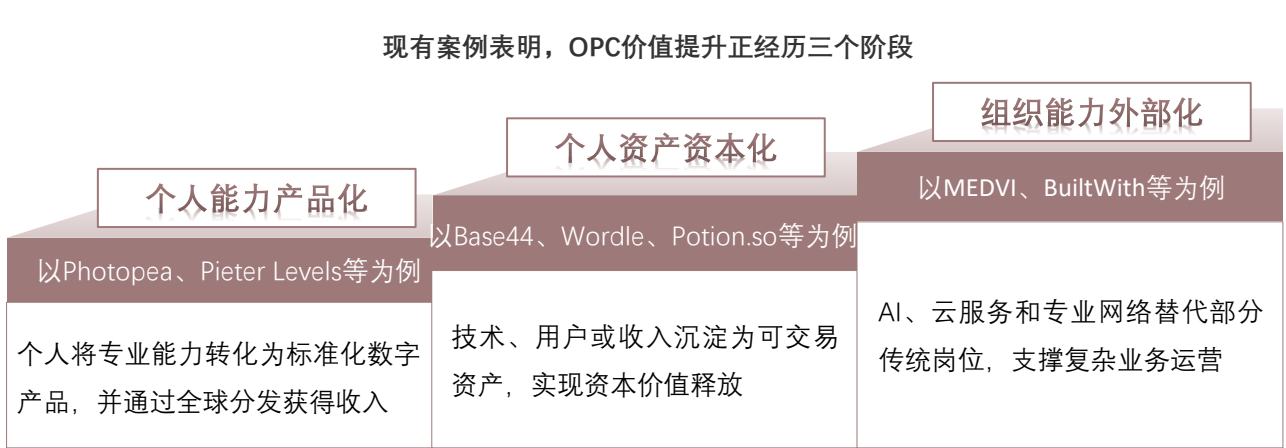
- 极小团队与外部资源协作有助于OPC跨越个人能力。OPC以AI提高内部效率，借助专业网络扩大交付能力，但经营上限将越来越取决于合作方治理、合规控制及核心资产能否留在内部。

来源：MEDVI、BuiltWith、FDA、纽约时报、头豹研究院

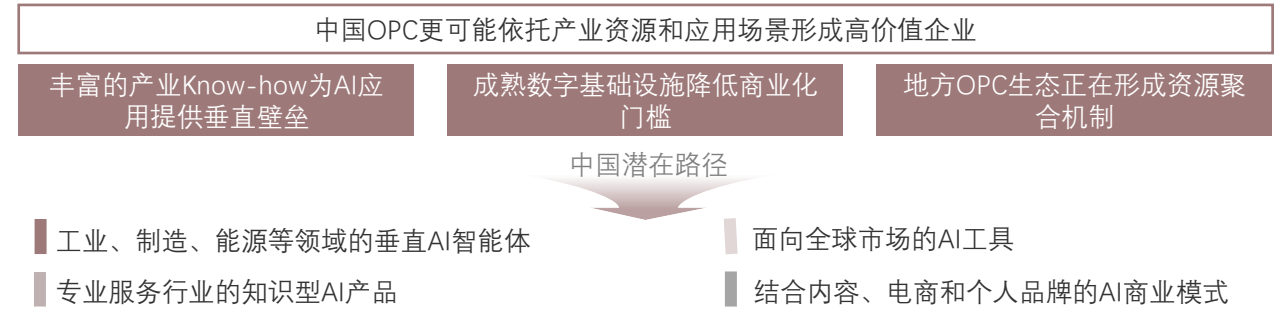
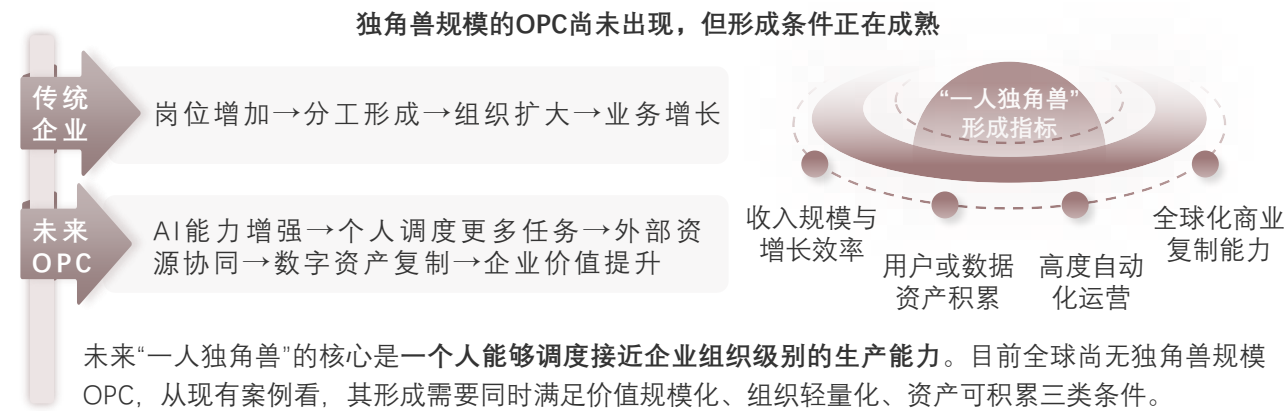
OPC一人公司行业——案例分析与演进趋势

- 当前尚未发现估值超过10亿美元、长期无固定雇员且由一人承担核心经营的OPC案例，部分指标可以用来观察“一人独角兽”的出现条件

“一人独角兽”形成的潜在路径与条件



➢ 过去企业价值增长依赖组织扩张，而OPC正在探索另一条路径：通过技术和生态资源降低组织成本。但目前案例更多证明了个人可以创造企业资产，尚未证明个人可以长期承担中大型企业的经营复杂度。



■ 当前“一人独角兽”尚未出现，但AI正在推动个人创业从效率提升走向组织能力重构。未来值得观察的是OPC单位组织成本能够承载多大收入、多少数字资产及多复杂的经营责任。

来源：头豹研究院

头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 助力企业把握市场先机

核心业务



行业数据 API

开放原创报告与研究数据接口，
支持企业知识库、系统平台及AI
应用高效接入和调用



KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品
牌在AI搜索与问答中的可见度、
准确性与转化效果



报告会员账号

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/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



商业尽调

面向投资并购和商业决策，评
估标的公司的商业前景、价值
及风险



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

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

报告作者



袁栩聪
首席分析师



廖子烨
行业分析师



service@leadleo.com

办公地点



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路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

中国GEO营销实践 与合规发展报告

企业案例征集正式启动

共建合规、透明、可信、可持续的GEO营销生态

聚焦生成式引擎优化服务实践、品牌AI可见度提升、可信内容体系建设与行业合规发展，遴选年度代表性企业及优秀产品案例，推动GEO行业规范化与高质量发展

重点征集方向



品牌AI可见度诊断

围绕AI搜索、AI问答及生成式引擎中的品牌识别、理解、引用与推荐表现开展监测与分析



内容资产优化与可信信源建设

围绕品牌内容结构化、权威信源建设、多渠道传播与可信内容供给形成实践案例



GEO产品与服务能力

展示GEO诊断模型、监测工具、内容优化工具、报告交付体系及全流程服务能力



合规实践与行业示范

重点呈现符合法律法规、平台规则、广告合规与内容伦理要求的代表性实践案例

重要时间



项目启动

2026年6月1日-2026年7月31日



产品及案例申报评选

2026年8月1日-2026年8月31日



报告发布

预计2026年10月中国国际广告节期间正式发布

扫码参与征集

发布单位：弗若斯特沙利文

指导单位：中国广告协会

传播支持：头豹研究院

官网：www.frostchina.com