

市场洞察：陪伴机器人从“小众尝鲜”到“家庭刚需”的市场破局之路

China Companion Robot Industry

中国のコンパニオンロボット産業

报告标签：情感陪伴、养老陪伴、儿童陪伴、成人陪伴

2025年7月16日



Q1：中国陪伴机器人包括哪些细分种类？其市场需求的核心驱动力是什么？

■ 陪伴机器人定义与分类

陪伴机器人是基于人工智能（AI）、机器人技术、多模态感知（视觉、听觉、触觉等）及情感计算等核心技术的智能设备，能够通过语音、表情、肢体动作等拟人化方式与人类自然交互，提供情感支持、生活辅助及教育娱乐等服务。其核心功能包括：通过多模态感知实现情感交互，感知用户需求并提供情绪价值；覆盖儿童教育、老年看护、家庭服务、医疗辅助等多样化场景，满足不同群体需求；具备自主学习能力，可根据用户反馈优化交互模式，实现个性化服务。

图表1：中国陪伴机器人分类

分类	细分品类	定位/功能
按应用场景分类	儿童陪伴机器人	针对12岁以下儿童设计的陪伴机器人，集成语音交互、视觉感知等技术，通过拟人化卡通造型和表情反馈提供教育与家长远程管理功能。
	老年陪伴机器人	针对老年人设计，解决健康管理、生活辅助及情感孤独问题。可以进行健康监测（如血压、心率）、用药提醒、紧急呼叫、情感交流等。
	家庭服务机器人	面向全年龄段家庭用户，提供清洁、安防、智能家居控制等综合性服务，强调多任务处理和场景联动能力。
	医疗陪伴机器人	辅助医疗机构或家庭护理场景，侧重病情监测、康复训练及患者陪伴，需符合医疗设备认证标准
按技术形态分类	人形机器人	定位于高拟人化交互，通过仿生肢体设计和多自由度关节，实现行走、肢体语言表达等类人行为，侧重多模态情感交互，和复杂任务执行，适用于家庭服务、教育陪伴等深度交互场景。
	非人形机器人	以场景适配性为核心。宠物型机器人聚焦情感陪伴，通过仿生萌宠造型、触觉反馈及声音互动，满足儿童、独居人群的情感需求；轻量化创意型机器人（如氦气球云宠物）利用漂浮特性拓展交互维度，适配儿童娱乐或科技生活场景。

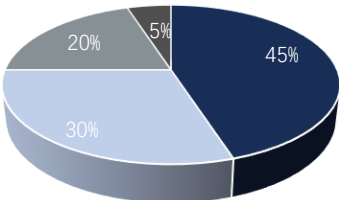
■ 依托老龄化与育儿需求攀升的社会背景，构建起“需求、技术、政策”协同驱动的增长闭环。

当前中国陪伴机器人的应用场景主要集中在四大领域：家庭养老因**老龄化加剧**，独居老人对情感陪伴及用药提醒、跌倒监测等日常照护需求激增；儿童教育领域依托家长对教育重视，叠加**安全监护需求**形成核心驱动力；医疗康复则**通过政策支持加速落地**，聚焦术后康复训练与慢性病管理等辅助治疗场景；此外，商业服务领域也逐步普及。

而这些场景的快速拓展，正源于**社会结构性需求、技术普惠化和政策导向**的三重驱动——2024年独居老人数量突破1亿、育儿成本上升催生“AI育儿”刚需，AI大模型降低交互门槛推动产品走向大众，叠加智慧养老、教育数字化等政策试点，最终形成“需求牵引-技术支撑-政策护航”的良性循环。

图表2：陪伴机器人应用场景市场占比

· 家庭养老 · 儿童教育 · 医疗康复 · 商业服务



来源：头豹研究院

Q2：实际应用政策环境如何影响陪伴机器人行业的合规框架与发展路径？

图表3：中国陪伴机器人近年相关法规政策

发行单位	发布时间	政策名称	内容摘要
工信部等	2023年1月	《“机器人+”应用行动实施方案	明确在医疗健康、养老服务、教育等领域推进机器人应用，支持服务机器人在家庭服务、情感陪伴等场景的示范推广，并提出通过技术创新提升机器人智能化水平24
国家发展改革委等	2024年6月	《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》	拓展智能机器人在清洁、娱乐休闲、养老助残护理、教育培训等方面的功能，探索开发基于人工智能大模型的人形机器人，推动服务机器人商业化落地
工信部、民政部	2025年5月	《关于开展智能养老服务机器人结对攻关与场景应用试点工作的通知》	聚焦智能养老服务机器人的安全性、适老化设计，推动产品标准和服务规范制定，支持企业联合试点应用，提升机器人在居家养老中的陪伴与护理能力

■ 政策环境通过资金支持、标准规范与场景试点三方面协同发力，推动陪伴机器人行业从技术攻关迈向合规化、规模化发展，

资金与资源倾斜：降低创新门槛，加速技术商业化。深圳地区对机器人企业提供最高30%的研发费用补贴，并设立专项基金支持技术转化，例如优必选、科大讯飞等企业通过政策红利加速产品迭代。同时《“十四五”机器人产业规划》：明确将陪伴机器人列为重点方向，提出2025年实现关键核心技术突破、形成百亿级市场规模的目标，引导资本向高精度传感器、情感交互算法等短板领域倾斜。**政策降低企业试错成本，缩短技术商业化周期，推动行业从“概念验证”转向“量产落地”。**

标准与规范：强化合规底线，推动行业洗牌。尤其是工信部推动安全、隐私及伦理标准制定，加速行业洗牌（如淘汰无资质低质产能）。同时网信办《个人信息保护法》要求企业建立数据脱敏机制，部分企业采用“本地化存储”。**高标准合规要求抬高行业门槛，加速低质产能出清，头部企业通过专利布局与认证壁垒巩固优势。**

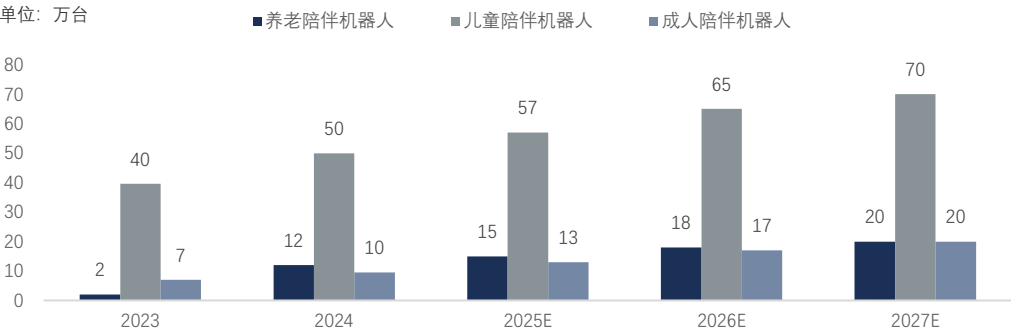
场景试点支持：以刚性需求验证商业模式。积极开展“社区陪伴机器人示范项目”，提供财政补贴与税收优惠，例如北京“智慧养老样板间”、上海“家庭机器人入户计划”。**场景试点以“政府买单+用户付费”组合模式验证需求，形成可复制的商业模式，为全国推广提供样本。**

总体来看，政策通过“资金输血、标准控质、场景验真”的组合拳，推动陪伴机器人行业从无序竞争转向规范发展，未来需在技术创新与伦理边界之间寻求动态平衡。

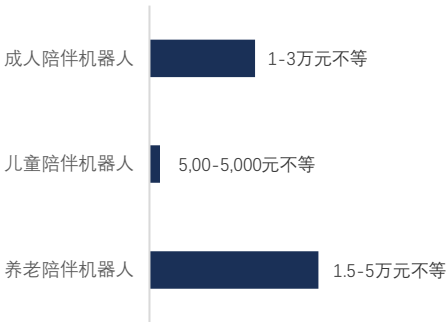
来源：中国政府网，头豹研究院

Q3：陪伴机器人市场销量与价格如何？发展驱动因素有哪些？

图表4：中国陪伴机器人销量情况，2023-2027E



图表5：单台陪伴机器人主流价格，2024年



关键趋势

- **养老陪伴机器人**：政策推动下增速显著，但渗透率低，未来3年CAGR超20%。
- **儿童陪伴机器人**：市场已在高速增长，未来3年增速放缓。
- **成人陪伴机器人**：情感治愈需求增长，但高价限制销量，未来依赖供应链降本。

来源：头豹研究院

人口老龄化构成养老陪伴机器人产业发展的驱动力。目前，中国60岁及以上的老年人口已达3.1亿，预计到2035年左右中国60岁及以上老年人口将突破4亿，在总人口中的占比将超过30%。与此同时，护理人员的缺口却在持续扩大，2024年中国养老护理员缺口已达到550万。这种供需失衡的状况为养老陪伴机器人等智能养老解决方案提供了广阔的市场空间，预计市场在陪伴机器人品类中增速最快。

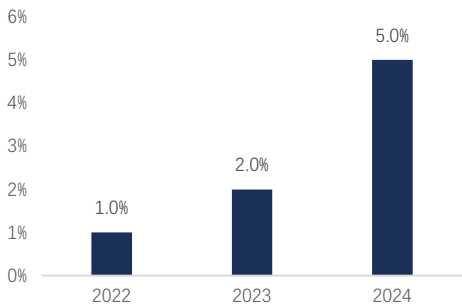
此外，当代家庭教育理念发生转变，家长更注重孩子的能力培养，视具有教育价值的儿童陪伴机器人为教育投资，超过70%的家长愿意为优质教育内容的智能玩具支付溢价，推动了市场需求增长。

与此同时，尽管成人陪伴机器人市场销量相比较儿童较小，但消费逻辑发生改变，情绪价值成为新消费核心，20-40岁高知职场女性成为主力消费群体，她们更注重产品的情感陪伴功能，推动成人陪伴机器人产品定位从“功能工具”向“生活伙伴”转型。

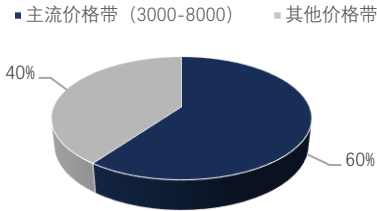
总体来看，受到老龄化、教育理念转变、人口结构变化、消费观念转变等多重因素，陪伴机器人在各个细分市场都呈现增长态势。

Q4：消费者需求是否从新奇尝鲜转向刚性依赖？下沉市场能否成为新的增长点？

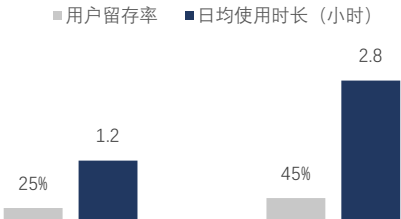
图表6：陪伴机器人家庭渗透率，2020-2024



图表7：主流价格带销量占比



图表8：使用订阅制前后留存率与日均使用时长变化



来源：头豹研究院

■ 刚需化趋势明确，差异化破局是关键。

陪伴机器人市场渗透率目前整体处于较低水平，但在不同细分领域和地区存在差异，且呈现出逐步增长的趋势。从全球范围来看，陪伴机器人市场渗透率相对不高，市场渗透率约为6%，中国情感陪护类机器人的渗透率约5%。

从细分领域来看，儿童教育陪伴机器人渗透率相对较高，年增长率达15%，具备情感教育功能的机型如Miko Robot占据高端市场60%份额，但高端人形陪伴机器人由于价格高昂，市场渗透率不足5%。

随着人口老龄化加剧、独居青年和空巢老人数量增加，陪伴机器人的市场需求将持续增长，推动整体渗透率不断提升。预计到2030年中国家庭陪伴型机器人渗透率超过8%，形成超百亿规模新兴市场。

■ 下沉市场，潜力与挑战并存的增长点。

下沉市场凭借人口基数与消费力共振释放潜力，三四线及农村人口占比超60%，家庭月均消费突破3,000元，消费能力上升。京东家电显示下沉市场家庭服务机器人销售额同比激增110%，65%用户为首次购买。企业通过本土化策略深度挖掘需求，科沃斯工厂直购+县长代言单场售出1.2万台，方言交互、防潮设计等区域定制功能将复购率提升15%。

然而，市场扩张受制于基建与观念双重瓶颈，县域售后网点覆盖率低，故障返修周期长，投诉率较高；同时，54%用户质疑机器人的情感替代价值。

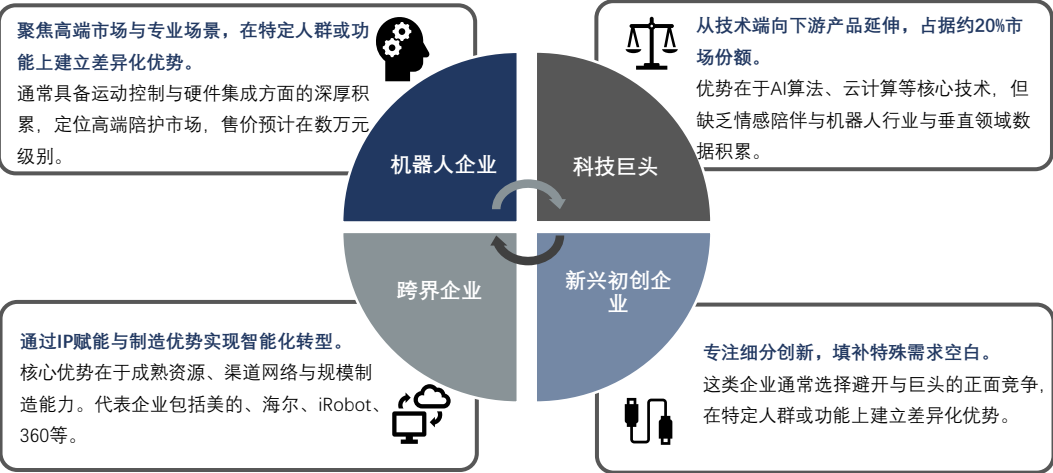
■ 需求转型：从“可选消费品”到“家庭必需品”的过渡。

当前行业面临用户留存率低与“尝鲜后闲置”痛点，倒逼企业通过订阅制（如科大讯飞AI课程包、云鲸清洁液配送）创新，使续订率提升至45%，日均使用时长从1.2小时增至2.8小时。技术层面，远程互动功能（如华为智慧屏+机器人联动）推动家庭场景渗透率增长22%，增强粘性。

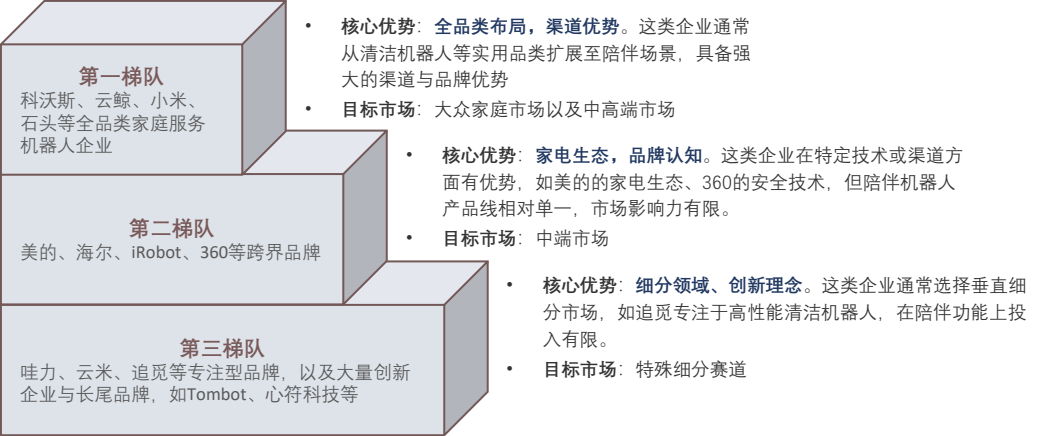
价格分层显著，主流产品集中在3,000-8,000元，但2,000元以下高性价比机型增速达55%，其中小米“小爱”系列在拼多多四线以下城市销量占比从18%升至37%，成为下沉市场突破口。

Q5：当前，陪伴机器人市场竞争参与者有哪些？中国市场竞争格局如何？

图表9：陪伴机器人市场参与者类型与战略布局



图表10：中国陪伴机器人竞争格局，2024年



来源：头豹研究院

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。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和
百万数据，提供数据库
API接口服务

定制报告

行企研究多模式索引
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
估和调研确认，助力企
业品牌影响力传播

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



陈夏琳

首席分析师

sharlin.chen@leadleo.com



文上

行业分析师

oria.wen@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