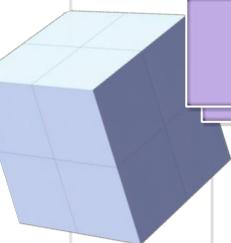




# 2026 「智趣未来」

## AI玩具市场发展与用户洞察 (2026)



2026.1 艺恩出品



# contents



**1.市场概览：规模、格局与演进趋势**

**2.用户洞察：需求分层与场景解构**





# 「市场概览」



1



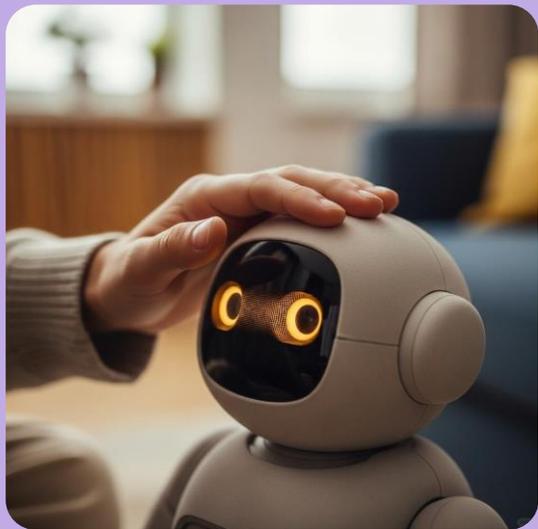
↓

## 规模、格局与演进趋势

# AI玩具定义



AI玩具是将人工智能（对话模型、语音识别、情感计算、知识图谱等）嵌入传统玩具，赋予玩具交互、记忆与场景感知能力的产品。与传统的玩具产品相比，AI玩具搭载大模型，可以通过语音模型识别合成、人脸识别、表情分析、手势识别、触觉感知与反馈、图像识别、自然语言处理、深度学习、情感分析等技术、实现玩具和人的自然、多样交互的反馈、提供个性化学习和娱乐体验。



# AI玩具核心技术

AI玩具的“大脑”。现代AI玩具普遍采用GPT、文心一言等大模型架构，经过垂直领域优化和安全过滤，以适应不同应用场景的需求

自然语言处理技术

赋予玩具“情商”。通过分析用户的语音语调、面部表情等信号，AI能够推断用户的情绪状态并做出恰当回应

情感计算技术

边缘计算技术

解决了实时交互的难题。



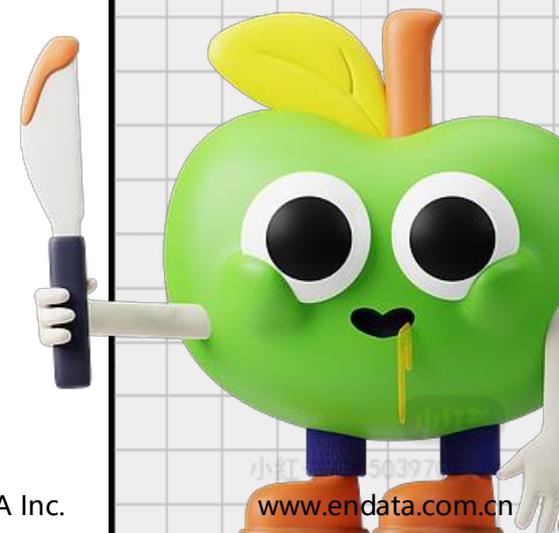
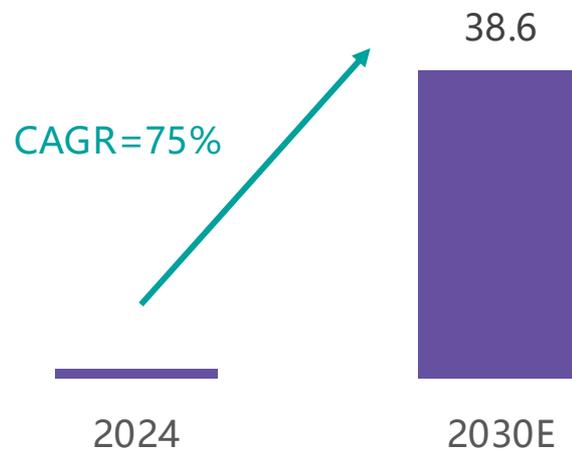
# 全球AI玩具市场快速增长

- 到2030年，全球AI玩具市场规模达到351亿美元，年复合增长率将超过50%。中国作为全球玩具制造的重要出口国，在2030年预计达到38.6亿美元，市场规模实现大幅增长。

2023-2030年全球AI玩具市场规模 (亿美元)



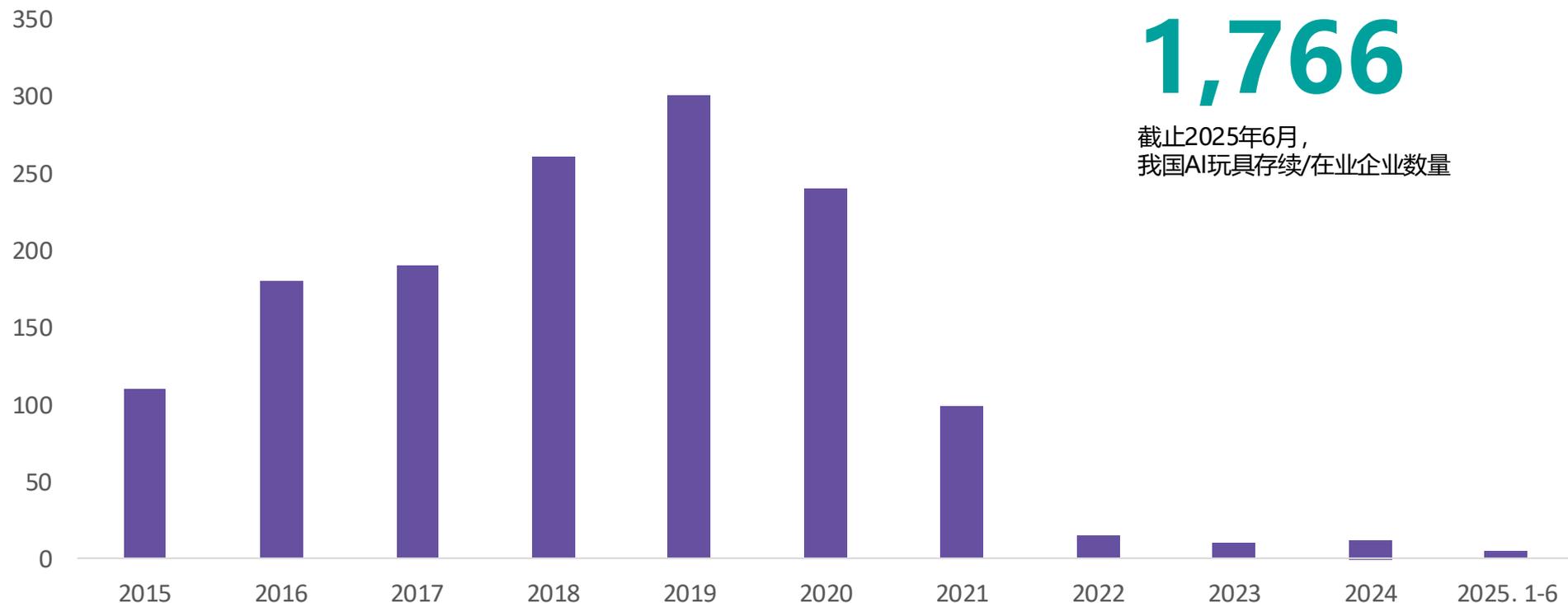
2024-2030年中国AI玩具市场规模 (亿美元)



# AI玩具新注册企业呈先升后降趋势，市场从爆发期进入理性调整阶段

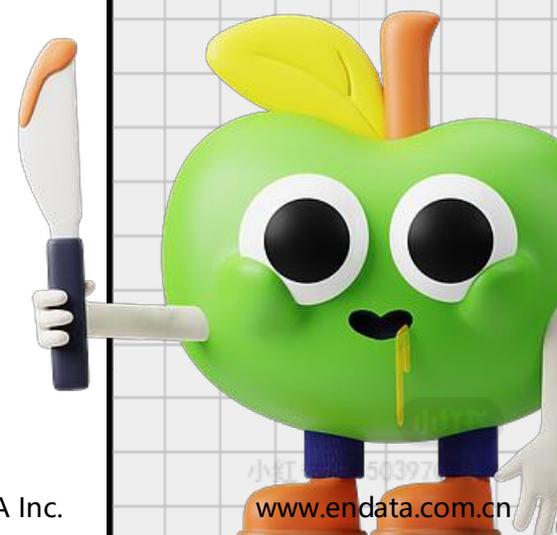
- 2015-2025年，中国AI玩具新注册企业单位数呈先升后降的波动趋势。2019年，成为近年来注册企业数量的最高点。随着市场的成熟、准入门槛的提高、市场规范的完善，让部分潜在的进入者望而却步，也同时淘汰缺乏核心技术的企业。

2015-2025中国AI玩具相关企业单位数（单位：家）



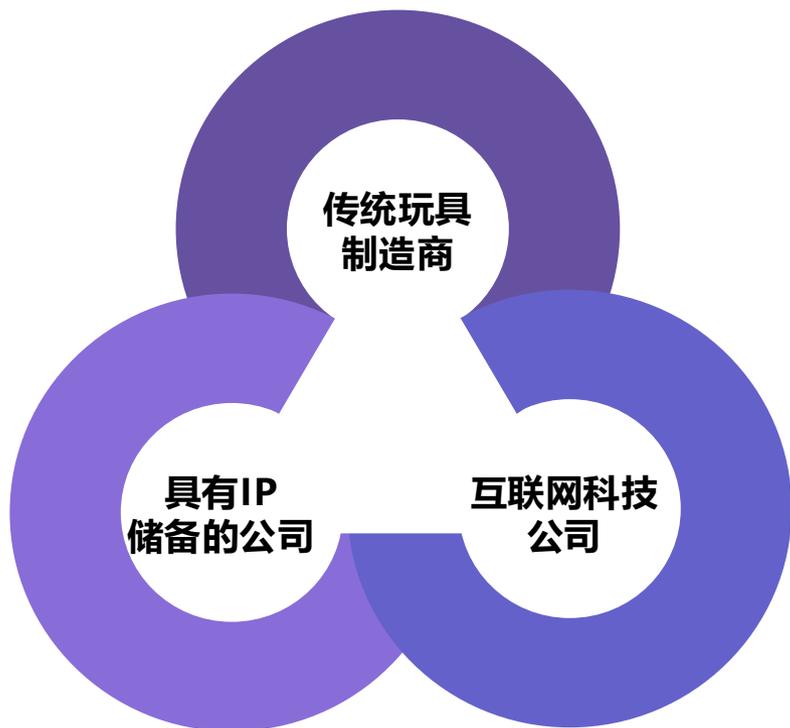
1,766

截止2025年6月，  
我国AI玩具存续/在业企业数量



# 市场三分天下：传统制造商、IP方与科技巨头的竞合格局

- AI玩具市场的主导格局，由传统玩具制造商、IP运营公司与互联网科技巨头共同塑造。它们分据不同赛道，制造商依仗成熟的供应链与产品化能力，IP方凭靠深厚的情感资产与内容生态，科技公司则掌控核心的算法、数据与平台优势。



## 布局AI玩具的主要玩家

### 传统玩具制造商

这类企业拥有成熟的玩具设计、生产制造能力和供应链体系，通过与AI技术公司合作或自研，将AI能力融入现有玩具产品线，实现智能化升级。其优势是具备完整的玩具产品矩阵与渠道趋势。

代表公司：星辉娱乐、高乐股份、实丰文化等

### 具有IP储备的公司

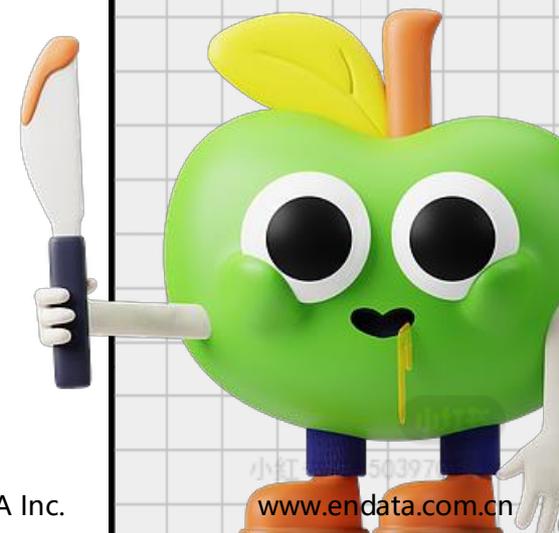
这类企业拥有丰富的IP储备或内容创作能力，通过与硬件制造商或科技公司合作，将IP形象与AI能力结合，提升玩具的情感价值和市场吸引力。

代表公司：汤姆猫、上海电影、阅文集团等

### 互联网科技公司

这类企业主要提供AI玩具所需的底层技术，如大模型、云计算、开发平台，或凭借其强大的流量、平台和生态优势切入市场

代表公司：字节跳动、百度、京东等

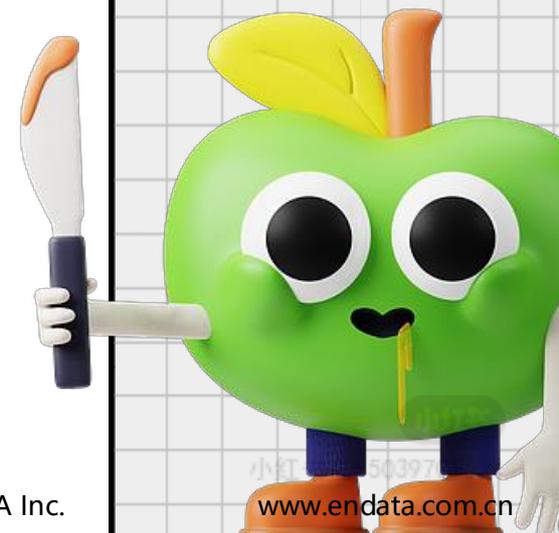


# 2025年市场格局：传统与科技主导，IP黑马异军突起

- 2025年国内AI玩具市场品牌格局：Haiyivi以超900%增长引领市场，传统厂商稳居前列。
- 4家传统玩具制造商强势跻身行业销售额TOP10。其凭借深厚的工艺积累与成功的AI赋能，构建起成熟的产品矩阵。

## 2025年国内AI玩具市场品牌格局

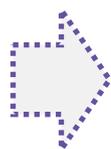
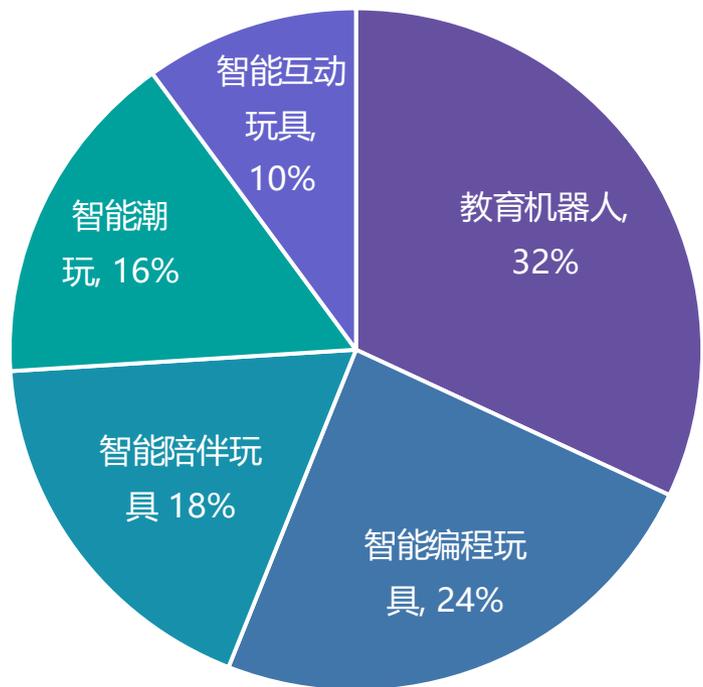
排名	品牌	销售额 (百万元)	销售额同比	企业类型
1	Haiyivi	105.5	+969.6%	IP运营方
2	蔚蓝	75.4	+153.5%	互联网科技公司
3	噜咔博士	62.2	New	传统玩具制造商
4	Clicbot	16.7	+153.1%	互联网科技公司
5	优必选	16.2	+2,216.4%	互联网科技公司
6	会说话的汤姆猫家族	13.1	New	IP运营方
7	爱国者	11.6	New	传统玩具制造商
8	宇树	11.0	+4,744.5%	互联网科技公司
9	西瑞	7.8	New	传统玩具制造商
10	火火兔	6.3	+212.7%	传统玩具制造商



# 品类结构：教育学习类稳固基本盘，情感与娱乐品类高速成长

- 2025年国内AI玩具市场中教育学习类构成市场基本盘，其中教育机器人是绝对主导。

2025年国内AI玩具品类零售额占比



## 教育学习类

教育机器人与智能编程玩具两大主流产品形态组成了教育学习类AI玩具品类。其核心聚焦于语言习得、知识拓展与编程启蒙等教育功能。

优必选  
悟空教育机器人



鲸鱼AI  
Pubbo编程机器人



## 情感陪伴类

智能陪伴玩具是情感陪伴类AI的主要品类。其核心在于情绪价值与心理陪伴。它们通常具备情感识别与回馈能力，旨在通过日常聊天与互动，提供长期、稳定的情感慰藉。

AIBI  
桌面陪伴机器人



Haivivi  
智能玩偶



## 互动娱乐类

互动娱乐类AI玩具是指以提供乐趣、惊奇感、社交互动和沉浸式体验为核心目标，并利用人工智能技术增强或创造全新玩法的智能玩具。该赛道主要由智能互动玩具和智能潮玩组成。

芙崽  
养成系智能潮玩



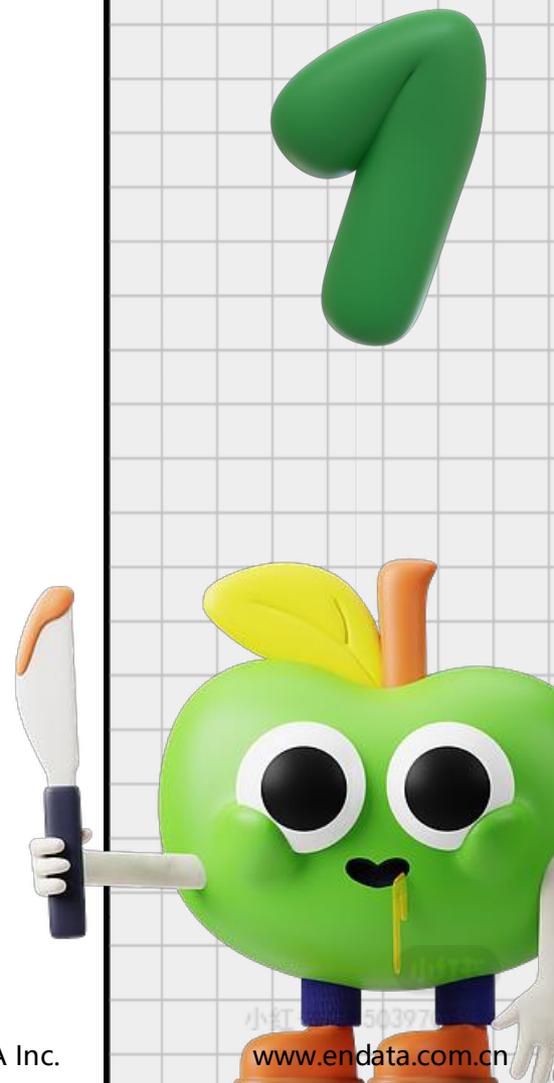
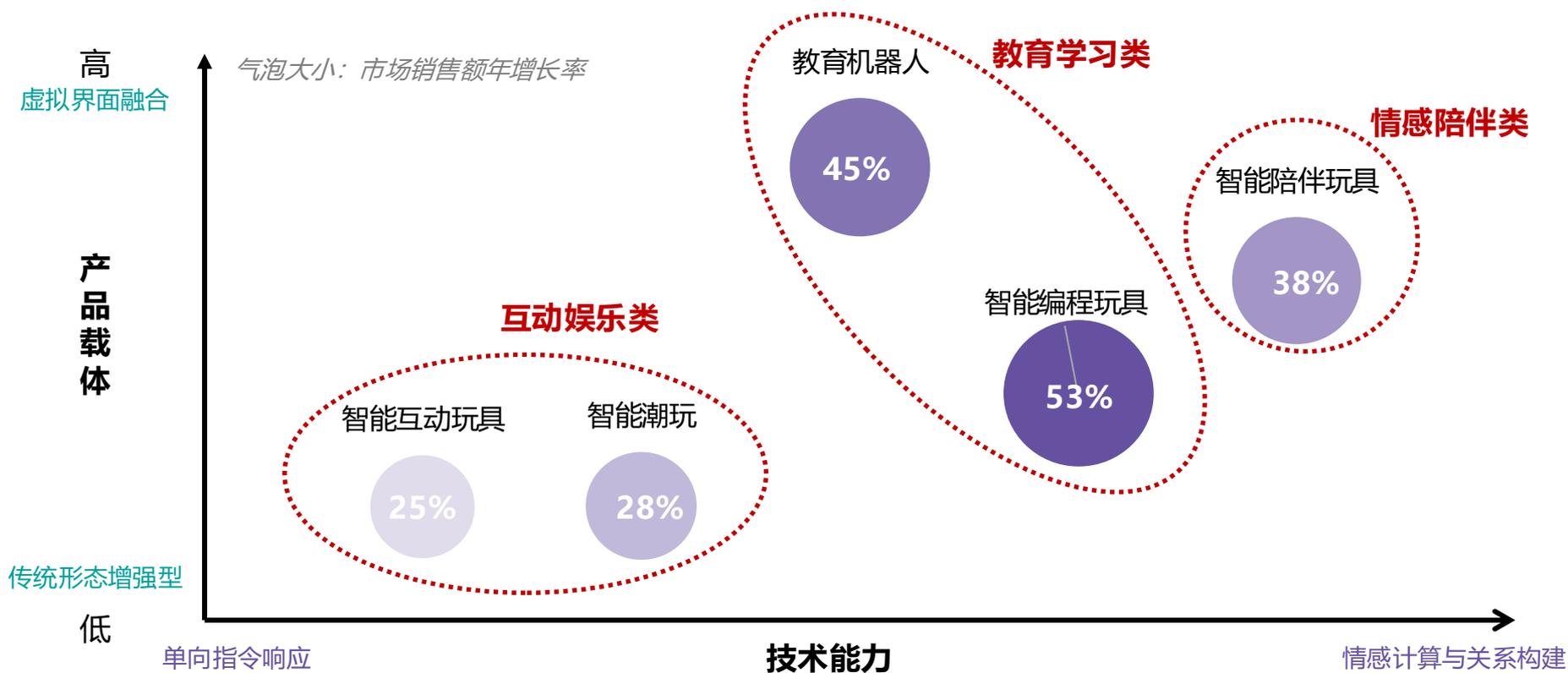
小红书

小红书号: 5039707634

# 教育及陪伴类AI玩具成为驱动行业进步的双引擎，在技术与产品形态持续突破

- 通过融合虚拟载体的创新与情感计算技术的深化，教育及陪伴类产品成为AI玩具发展的驱动力，也成为AI玩具市场最具潜力的品类

AI玩具产品功能矩阵及市场潜力图谱



# AI玩具市场价格带宽广，不同价位精准对应差异化功能侧重

- 从市场价格定位看，入门级别的AI玩具搭载基础语音交互模块与轻量化大模型，满足基础互动需求；中端价位型则具备多模态识别及混合AI架构，具备功能属性；高端价位的AI玩具则突破外观与交互的双重界限，具备深度交互能力。

国内AI玩具产品价格带及功能侧重

代表商品示例

价格区间	产品类型	功能侧重
入门级别 (100-500元)	轻互动AI玩具	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单项指令响应</li> <li>• 具备基础的语音互动能力</li> <li>• 通用大模型接入</li> </ul>
中端 (500-3000元)	功能型AI玩具	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 混合AI架构</li> <li>• 视觉追踪</li> <li>• 拟人表情</li> <li>• 多模态识别</li> </ul>
高端 (>3000元)	旗舰级别AI玩具	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 具备多种传感器</li> <li>• 多模态交互</li> <li>• 超仿真外观</li> </ul>



**商品名:** 火火兔ai早教机器人  
**宣传卖点:** 儿童版自研模型、语音对话  
**参考价格:** ¥399



**商品名:** 优必选萌UU陪伴机器人  
**宣传卖点:** 情感智能体对话、情绪反馈  
**参考价格:** ¥1,357



**商品名:** 宇树 R1人形机器人  
**宣传卖点:** 具身智能、智能语音交互  
**参考价格:** ¥29,999

# 「用户洞察」

2

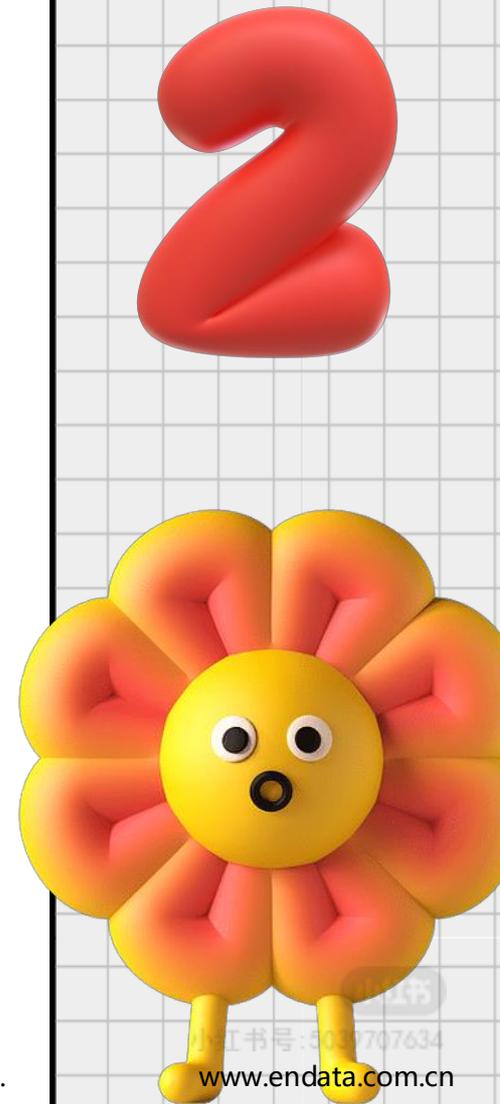


需求分层与场景解构

# AI玩具社媒声量于2025年迎来爆发，同比增长超200%，教育学习类产品是引爆关注的核心引擎

- 2025年，AI玩具市场热度及认知度持续提升，社媒声量同比增长超200%，教育学习类产品社媒推广带动社媒声量高点的产生。

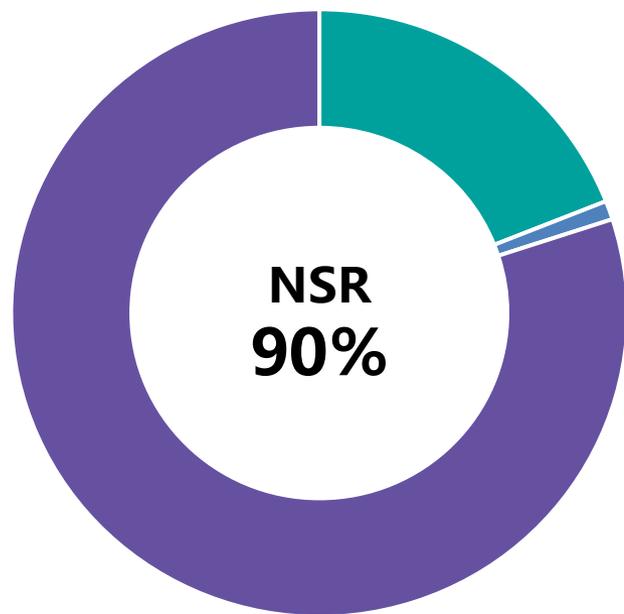
## AI玩具社媒热度 (声量)



# 当前市场对AI玩具的整体认知基调积极，高效与治愈是核心价值感知

- 社交媒体对于AI玩具的整体感知呈现积极、正面的基调，NSR达到90%。用户对于AI玩具的核心感知是高效、治愈与有趣，同时也赋能于健康需求；而“人工智障”“智商税”则是最具代表性的负面感知，指向其智能体验的现存短板及不落地的需求导向。

## AI玩具情绪感知



■ 正面 ■ 负面 ■ 中性

### 正面情绪感知 (19%)



#### 高效学习工具 (44%)

提升、高效、省心、效率...

#### 情绪治愈伙伴 (28%)

陪伴、伙伴、治愈、温暖...

#### 趣味益智玩具 (24%)

有趣、益智、好玩、有意思...

#### 健康监测好物 (4%)

健康、监测...

### 负面情绪感知 (1%)



folotoy AI小玩具是智商税，里面的魔盒要么听不清楚你的声音，要么回答不了你的问题，连讲个英语小故事都讲不了。



# 核心人群画像：Z世代的双重角色与30+人群的补偿型需求

- AI玩具的核心兴趣人群为18-34岁女性。其中，已成为父母的Z世代将其视为儿童成长助手；未育的Z世代则视其为个人情绪伙伴。而30岁以上人群，则将其定位为履行赡养责任的银发陪伴方案，以补位日常照顾与安全监护。

## AI玩具内容兴趣人群画像

性别

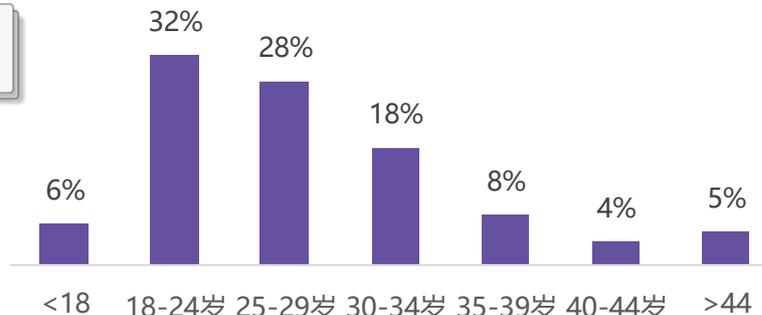


男性  
32.7%



女性  
67.3%

年龄



### Z世代父母

年龄集中在25-30岁的**Z世代父母**，愿意接受新兴事物，希望借助AI玩具满足孩子的陪伴和启蒙需求，充当育儿助手的电子玩伴的角色。



### 悦己型青年

18-30岁的Z世代人群作为情感消费的新主力，其核心是悦己与情绪管理需求，他们将AI玩具视为重要的“情绪伙伴”，满足自身对于治愈与陪伴的强烈诉求。



### 补偿型子女

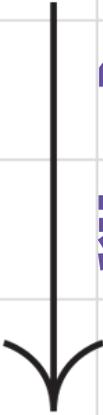
30岁以上、父母已步入银发阶段的群体，正面临赡养压力与情感焦虑。他们将AI玩具视为一种可执行的解决方案，旨在远程履行陪伴责任，并满足父母的孤独抚慰与安全监护需求。





# Z世代父母「AI玩具」需求

## 教育与陪伴的双重诉求

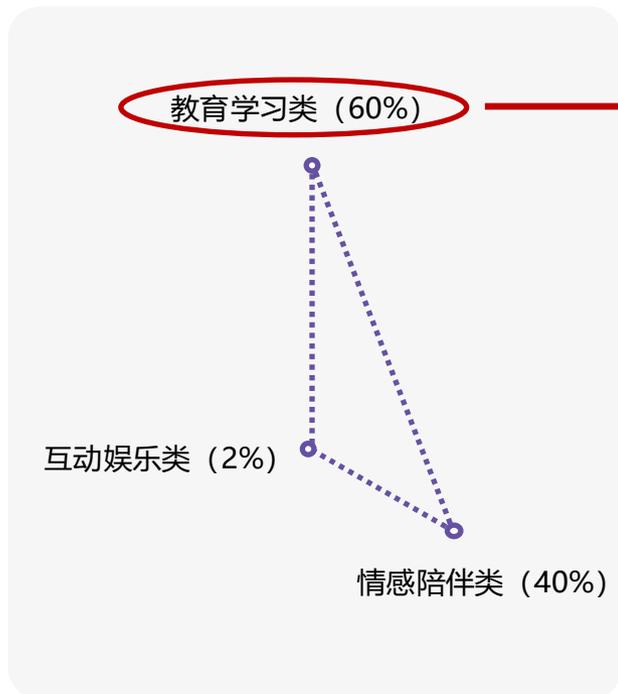


# 教育学习类占据Z世代父母心智，AI学习机作为该类的代表，社媒需求热度一骑绝尘

- Z世代父母对AI玩具的关注度有60% 集中于教育学习类。其中，AI学习机的社媒声量遥遥领先，正快速演变为智慧育儿的新标配；而智能钢琴则凭借在垂直领域的深度互动，成为学科训练工具的代表性样本。

AI玩具类型需求矩阵（声量占比）

教育学习类AI玩具产品热度矩阵图



# 学习辅助、早教及儿童陪伴是教育学习类AI玩具主要需求场景

- 学习辅助是教育学习类AI玩具的核心场景，聚焦于作业辅导、效率提升与专注力培养；与此同时，AI早教机与故事机等产品，则为低龄儿童的早教启蒙与情感陪伴提供了关键解决方案。

## 教育学习类AI玩具主要需求场景（声量占比）



高关联产品：AI学习机、AI智能管家



高关联产品：AI早教机、AI故事机

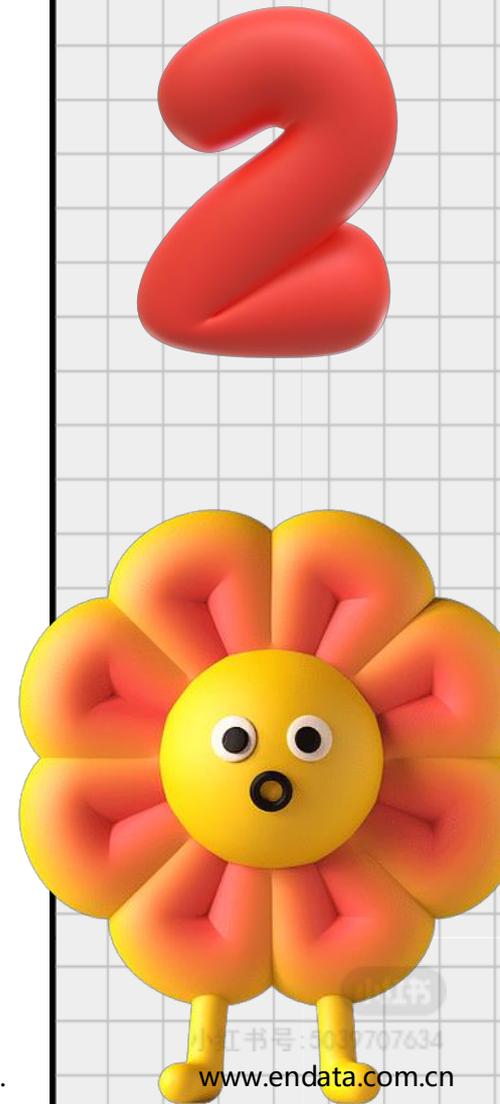


高关联产品：AI故事机、AI玩偶

“满分小学霸的AI闹钟，它简直是孩子学习路上的超级小帮手，对于我们幼升小有点焦虑的妈妈来说，真的是太好用了，不管是汉字 拼音 英语 里面全部都有。”

我入手了机智贝贝AI早教机，我真的想大声说一句：这是我这段时间最正确的一个育儿投资👍它像个可爱的放大镜，小朋友一手掌握：识图、问答、读绘本、讲英语，样样都能来

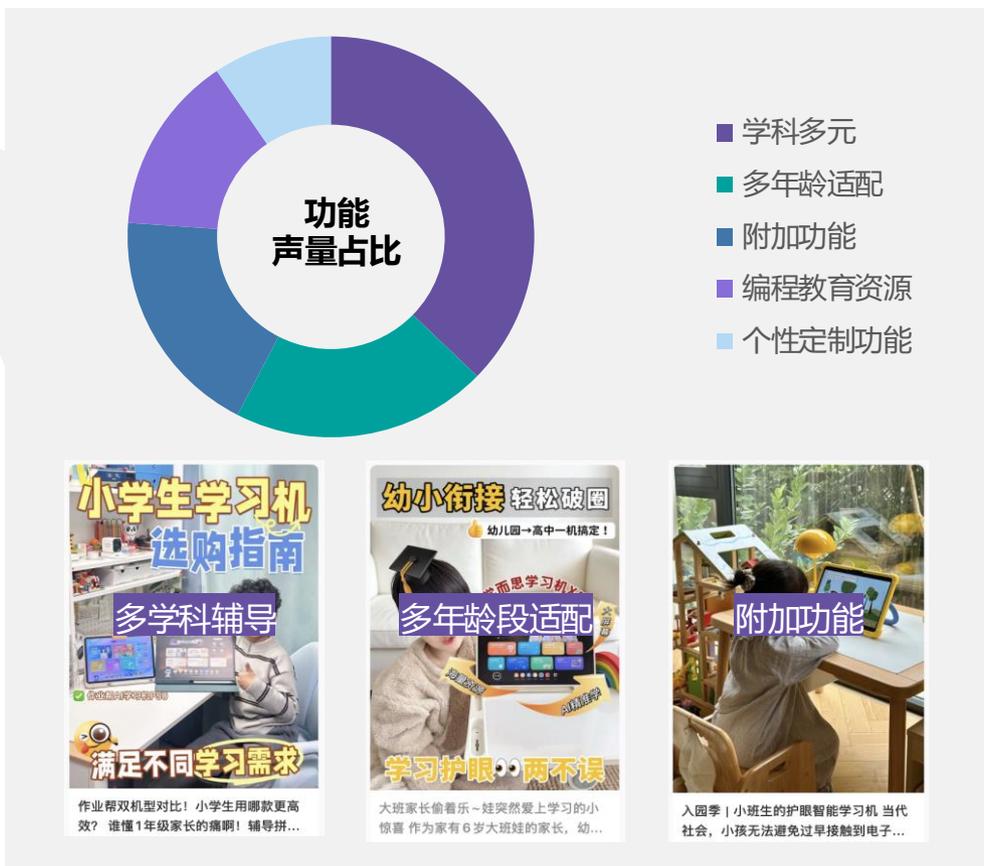
它能陪娃聊天、唱儿歌、讲国学，还有NFC启智卡，低龄宝宝刷卡就能玩游戏，但是卡容易丢。偶尔还能帮娃做英语启蒙，家长小程序还能看互动报告，知道娃每天聊了啥”



# Z世代父母决策三角：功能、AI能力与品牌

- 学科多元、多年龄适配、附加功能、编程教育资源及个性化定制功能共同定义了教育学习类AI玩具的功能丰富度。

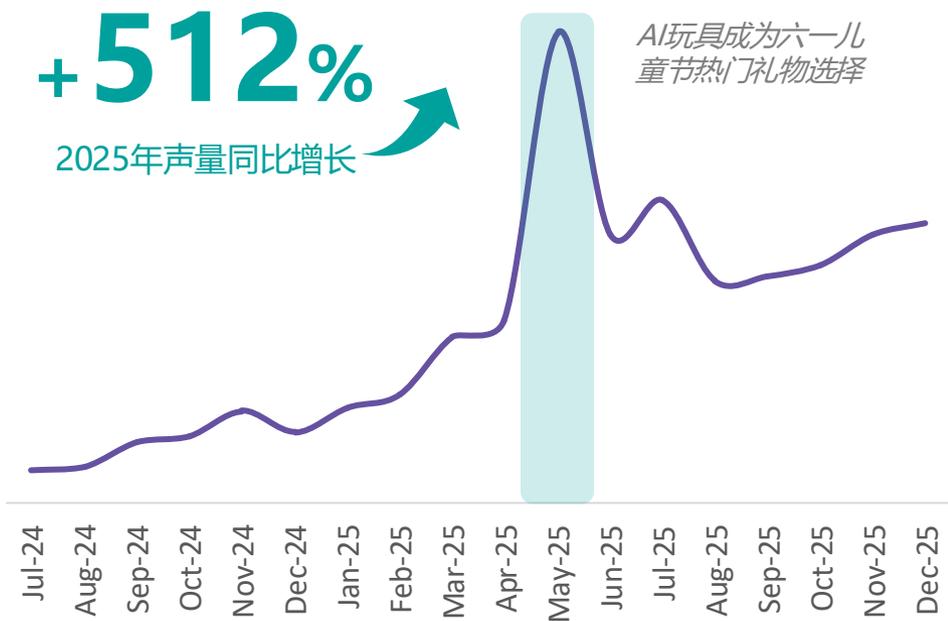
教育学习类AI玩具主要关注点（声量占比）



# 情感陪伴类AI玩具正成为Z世代父母履行情感陪伴责任的科技延伸，占据重要心智地位

- 随着Z世代父母对AI玩具的认知与需求日益深化，2025年其社媒声量激增超500%。当前，情感陪伴类AI玩具已形成两大主流形态：以机器狗为代表的仿生机器人，以及集成交互功能的智能毛绒玩偶。

## Z世代父母对情感陪伴类AI玩具的声量表现



## 情感陪伴类AI玩具核心产品形态

### 仿生机器人型



机械形外观为主要载体，以机器狗、桌面机器人代表。同时，目前呈现机器人型增加毛绒外壳或毛绒玩具型植入简易机械动作的技术跨界趋势

### 智能玩偶型

以毛绒玩具为外形载体，融合语音识别、触感反馈与情感计算等AI交互功能，技术重点在于实现自然互动与情感陪伴。



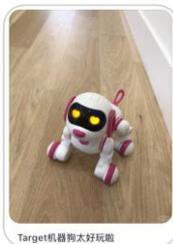
# 仿生机器人以机器狗及桌面陪伴机器人为核心形态，提供赛博陪伴与深度情感支持

- AI陪伴机器人在儿童需求场景下以机器狗及桌面陪伴机器人为主要形态，机器狗“赛博”满足儿童的养宠需求，同时提供日常的全场景的陪伴；桌面陪伴机器人则以小巧、便携的外形提供给随时随地的深度陪伴与情感支持。

## 机器狗

结合仿生运动算法与情感反馈，实现“行走”“摇尾”到“贴蹭互动”的状态行为闭环。

### 核心需求场景1：真实宠物的“赛博替代”



Target机器狗太好玩啦

“娃一直想养小猫小狗，但大人精力有限就一直拖着。结果这个圣诞节在Target发现了梦中情狗。只粉色的机器小狗由遥控器操作，可以做好多动作，各个方向行走，扭动，坐下，跳舞，摸摸头还会回应你。”

### 核心需求场景2：日常生活陪伴

自从家里来了个会“说话”的“机器狗”，家里基本没我啥事了。哼，现在幼儿园放学回家的第一件事就是跟“机器狗”分享今天一天的幼儿园生活。”



原来小男孩喜欢这个!

## AI陪伴机器人

儿童需求场景

9.1万 1,106万

社媒声量 社媒互动量

## 桌面陪伴机器人

集成屏幕表情交互，作为场景化的智慧陪伴，在生活提醒、对话等场景中实现拟人化的存在。

### 核心需求场景1：深度陪伴与情感支持

“现在汤姆猫成了我家的树洞它不仅秒识别喜怒哀乐，二十多种表情萌到心化~而且还能化身行走的百科全书，孩子有啥不懂的千奇百怪的问题都会问它，而汤姆猫的回答也很有趣”



这只汤姆猫，让我更了解孩子的内心世界

### 核心需求场景2：全场景回应



搞定娃的十万个为什么，原来这么简单 😊

“这些古灵精怪的问题，他全一股脑抛给汤姆猫随身AI，这个小家伙都能稳稳接住！它不光能回答问题，还能陪娃天南海北地唠嗑”



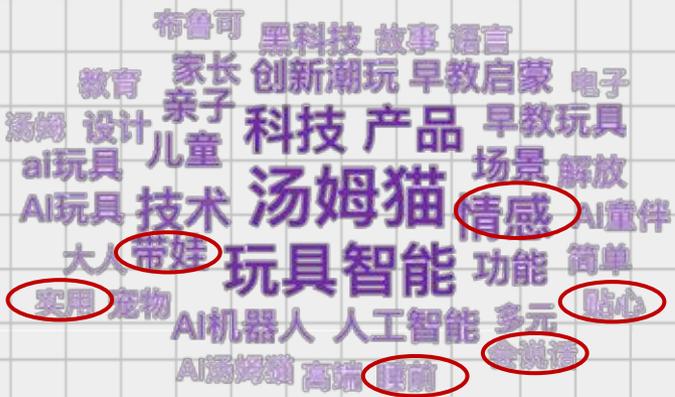
# 代表品牌： 会说话的汤姆猫

## 社媒热度

1,300 社媒声量

+275% 社媒声量  
同比增长

## 用户讨论



## 企业背景



会说话的汤姆猫是一家围绕“会说话的汤姆猫家族”IP为核心、线上线下协同发展的全栖IP生态运营商。其推出的AI童伴机器人，旨在为3-11岁的儿童提供深度的陪伴和情感支持，机器人具备多种功能，包括情绪识别、主动聊天、双语互动、知识科普等。通过触摸感应和语音唤醒，孩子们可以与AI汤姆猫进行聊天、听故事和趣味问答。此外，它还内置了专门研发的“汤姆猫情感陪伴垂直模型”，能够捕捉使用者的情绪变化并作出相应反应。

## 代表产品：AI汤姆猫



## 功能特点：

### 情感交互

识别用户情绪，主动发起对话，支持趣味打断和连续对话，有“记忆力”，能记住用户偏好和信息

### 语言支持

支持中英文切换，一次唤醒后可多次对话，配网流程简单

### 知识服务

提供百科问答、生活助手等功能，也可基于DeepSeek模型为用户提供逻辑推理与信息结构化内容

## 使用感受

**外观：**“看了汤姆猫，反应有点慢，而且也太丑了吧.....这些年汤姆猫老得比我还快。”  
“没开机之前有点瘆人” “太丑了这造型”

**智能化体验：**“全网就我一个大冤种吗，2000块买了个智障猫回来，啥也不会”  
“汤姆猫讲故事挺不错的。”

小红书

小红书号：5039707634

# 搭载儿童专研大模型，新一代智能玩偶是Z世代父母的得力帮手

- 区别于传统模式，新一代智能玩偶深度融合儿童专属大模型与毛绒玩具载体，其设计精准针对儿童陪伴场景。它不仅能提供情感互动与引导式交流，更能输出适龄内容，从而成为有效提升育儿效率的智能伙伴。

## 智能玩偶主要技术形态

智能玩偶多采用毛绒玩具外壳+大模型机芯简单组装模式，产品功能侧重于大模型对话



## 智能玩偶代表产品及用户使用感受



**爱小伴：孩子的第一个人工智能玩伴**



它还能超级有耐心滴小朋友互动对话,算法专为孩子设计的,可不是普通AI音箱或者普通AI网站对话能比的!能识别孩子的情绪+有记忆功能,所以AI奶龙的对话真的超级拟人



**Haivivi：专注3-6岁儿童，情绪感知、安全过滤、个性化记忆**



我个人比较喜欢的功能是聊天问答,我家宝宝平时就喜欢叭叭叭,现在有个玩具能陪她一直聊,还不会厌烦,多好啊,我能多点时间做点别的哈哈,这不就是我这种全职妈妈最渴求的吗!!



**可豆陪陪：儿童专属AI大模型，引导式交流**



家有话痨宝贝,这个AI玩具就是妈妈的救星,终于可以休息下,不用回答十万个为什么



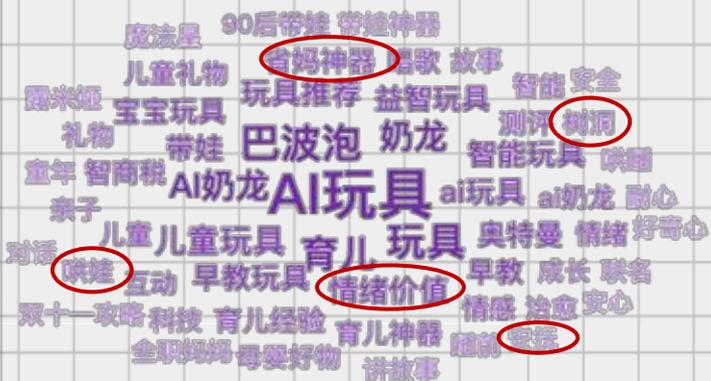
# 代表品牌： HAIVIVI

## 社媒热度

2,522 社媒声量

+100% 社媒声量  
同比增长

## 用户讨论



## 企业背景



Haivivi是全球AI玩具赛道的开创者与领军企业，专注服务于3-6岁儿童的成长陪伴。公司首创将大模型深度融入玩具，打造出“有生命感的AI玩伴”这一全新品类。其核心技术基于多智能体交互架构，实现了长期记忆、情感识别与自适应学习，让玩伴真正“懂”孩子。自2024年6月推出全球首款AI玩具以来，产品累计销量已突破20万台，并荣获“中国AI玩具线上销量第一”权威认证。目前，品牌正通过头部IP授权合作与原创IP孵化双轨并行的模式，持续引领市场。

## 产品矩阵

第一代产品：2024.6推出

第二代产品：2025.8推出



### BubblePal

排坠式设计，支持角色扮演，多语言对话，AI故事共创



### 1.CocoMate

全球首款端到端语言模型玩具，可嵌入玩偶本体且支持拆卸

- 2.奥特曼联名
- 3.原创IP“泡泡”

## 使用感受

“这个Haivivi是今天送给儿子的礼物，AI功能还是蛮强大的，好奇孩子应该都喜欢。他可以陪伴聊天，答疑解惑。”

“很好用，推荐，小宝很喜欢，每天都抱着睡，非常喜欢，解放爸妈”

“产品的出发点很好，孩子有问题能很快地回答，角色也可以更换，材质非常安全，推荐购买”

小红书

小红书号：5039707634



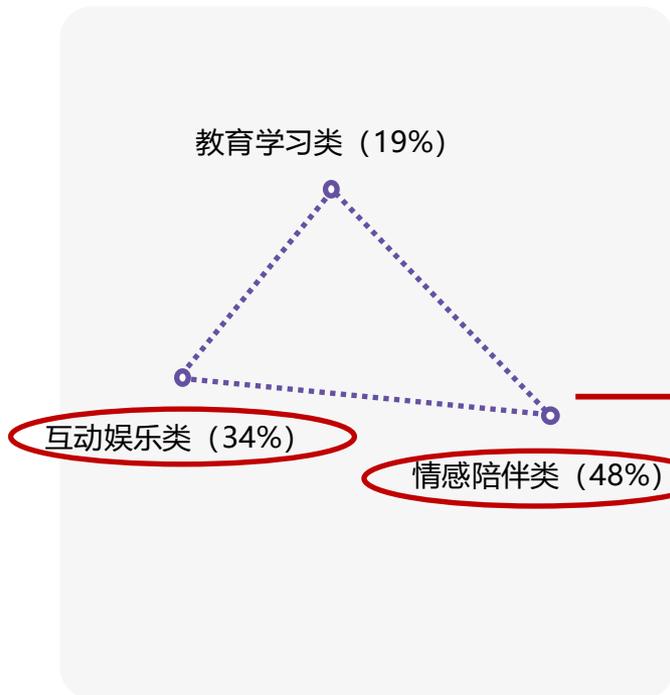
# 悦己型青年「AI玩具」需求 情感慰藉与互动娱乐新宠



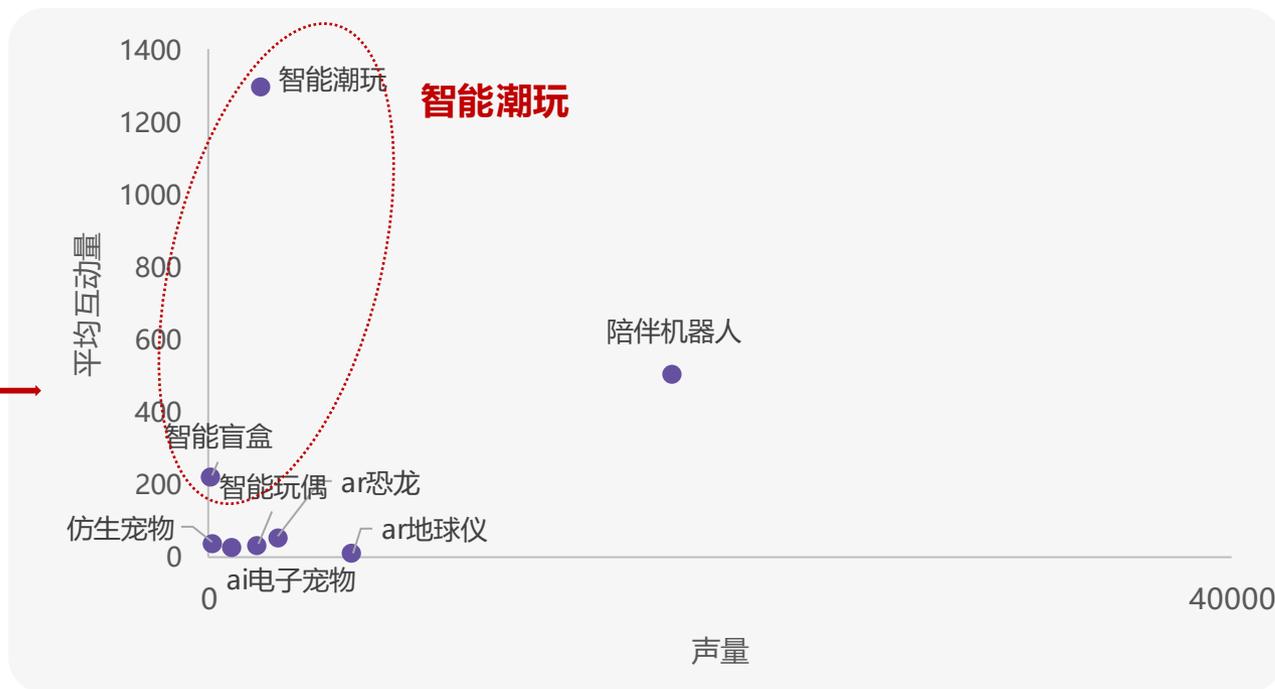
# 情绪表达与互动娱乐已成为年轻人选择AI玩具的核心驱动力

- 悦己型年轻群体对AI玩具的需求，已聚焦于互动娱乐性与情感陪伴价值两大维度。其中，陪伴机器人正成为他们寻求情绪慰藉与自我疗愈的“新刚需”。与此同时，传统潮玩品类亦通过植入智能模块，迈入AI化行列

AI玩具类型需求矩阵（声量占比）



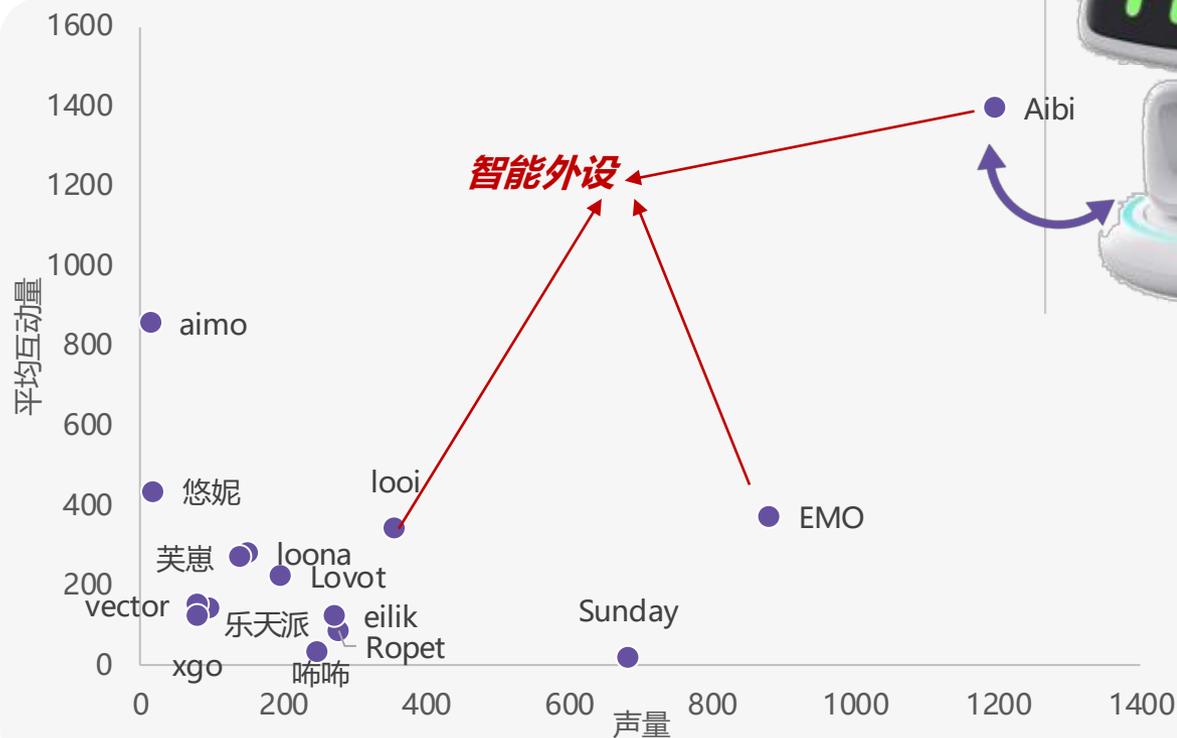
陪伴&互动类AI玩具产品热度矩阵图



# 情感陪伴：陪伴机器人正在向小巧便携发展，融入多种移动场景，成为Z世代年轻人的生活搭子

- 陪伴机器人发展迅速，AIBI成为年度热门产品。其小巧便捷的设计与个性化互动体验，正好契合了Z世代对情绪陪伴的需求。

陪伴机器人品牌社媒热度



AIBI Pocket是LivingAI推出的全新品类产品，一款真正可随身携带的口袋级AI宠物。它不仅是外观精巧的可穿戴设备，更是定位为“实时情感伙伴”。

通过精准的表情与状态反馈，AIBI能结合情境进行语音和动作交互，呈现出生动鲜活的陪伴体验，精准满足Z世代对即时情绪陪伴的需求。

上班搭子



aibi: 一起去上班吧~yeah~yeah~

日常互动



带了帽子aibi可开心了

创意玩法



Aibi投喂第二集



# 互动娱乐：智能潮玩是传统潮玩+AI的创新产物。Fuzozo聚焦于年轻一代的情感陪伴需求，已建立市场认知领先优势

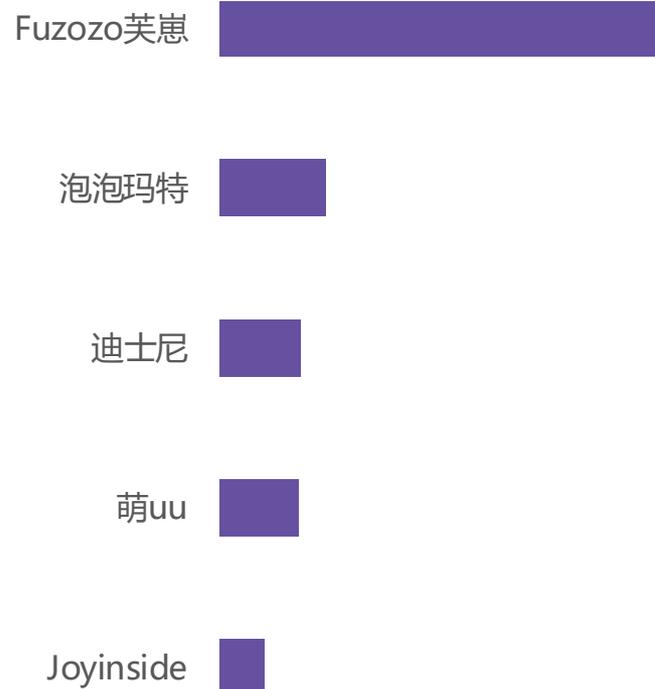
- 智能潮玩是通过在传统潮玩中植入AI技术而形成的创新品类，其核心在于通过智能化交互，将产品从静态展示转向动态陪伴。在这一新兴市场中，聚焦于年轻一代陪伴需求的品牌正呈现多元化发展态势，既有深耕IP与设计的传统潮玩品牌积极转型，也有AI智能玩具确立市场优势。

## 智能潮玩产品形态

智能潮玩主要是通过传统潮玩与人工智能技术融合的创新产物，功能由静态展示走向互动陪伴



## Z世代悦己场景下的智能潮玩主要品牌 (声量)



# 代表品牌： Fuzozo芙崽

## 社媒热度

7,803 社媒声量

+4,359% 社媒声量  
同比增长

## 用户讨论



## 企业背景



Fuzozo芙崽是珞博智能专为Z世代年轻人倾心设计的AI养成系潮玩，产品瞄准20-30岁的一线城市女性，精准切入情感陪伴这一市场。芙崽外观采用毛茸茸的挂包造型，依据性格特点划分为五种不同色彩，不仅能像真实宠物一样喂养互动，还具备创新的“碰一碰”社交功能。



## 核心创新

### 情感连接设计

芙崽来自虚构星球“毛毛星”初期只会说“毛毛语”，用户需要通过日夜陪伴，才能逐渐教会它“地球语”。

### 性格养成系统

依托自研的多模态情感模型和仿生记忆系统，每一只芙崽都能在与用户的互动中形成长期记忆和独特的性格。

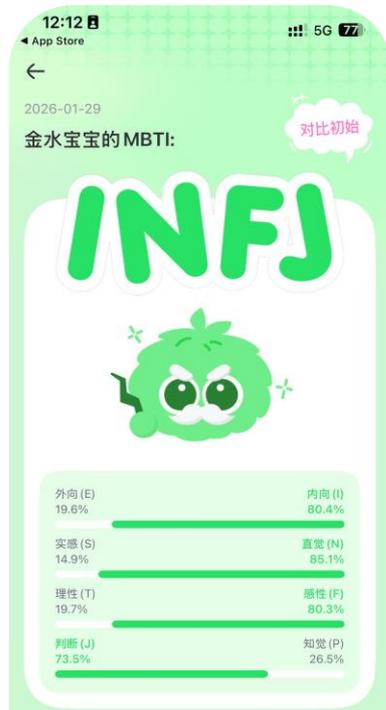
### 社交裂变玩法

通过“碰一碰”交友功能，芙崽切入线下社交场景，强化了其作为“社交货币”的潮玩属性。

### 解锁地球语模式



### 性格变化报告

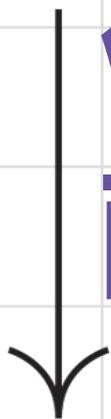


### “碰一碰”交友





# 补偿型子女「AI玩具」需求 献给银发族的科技陪伴方案

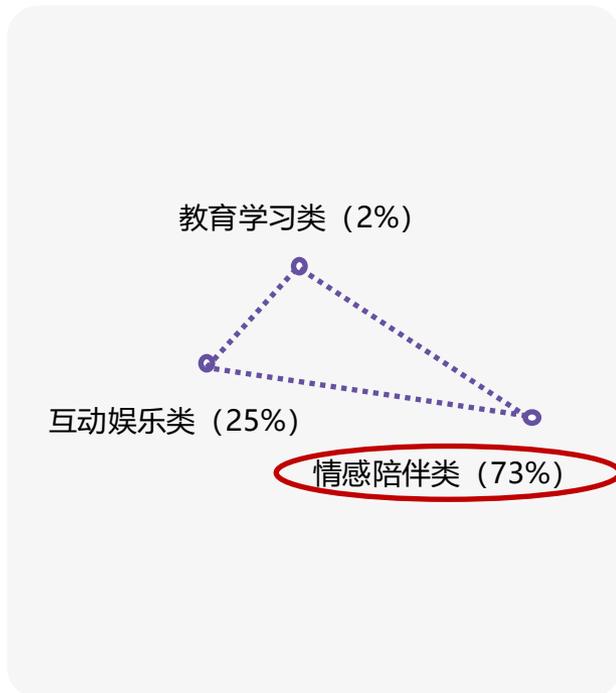


# 子女为银发群体购置AI玩具，其核心价值在于深度情感陪伴，健康护理、生活陪伴及辅助是核心功能场景

- 针对银发群体的AI玩具需求，情感陪伴类产品占据绝对主导。用户需求呈现清晰的优先级：健康监测位居首位，其次是互动性生活陪伴，同时兼顾日常生活管理。

## AI玩具类型需求矩阵（声量占比）

## 核心使用场景（声量占比）



- 生命体征监测
- 行为活动监测
- 护理/协助

...



- 情绪与心理健康支持
- 家庭智能互联
- 低门槛交互

...



- 日常生活管理
- 家庭安全监控

...



# 在健康护理需求场景中，陪伴机器人是主要的落地形态。其核心功能集成为健康监测与老年人护理协助

## 健康监测

### Mabu



Mabu是一个可以与人类交流的医疗交互机器人，基于AI算法，通过跟患者聊天，提醒他们按时吃药，为他们提供情感和心理慰藉。

在与患者的接触中，不断了解患者的行为和爱好，从而为其定制独特的对话内容。同时，机器人还能收集、分析数据，提供给医疗保健机构，提高诊疗水平。

## 护理协助

### Robear



Robear是一个护理机器人，可协助老人起身、移动。不仅可以抱起老人，还可以为老人的站立和行走提供支撑。

Robear实际上已经是第三款护理机器人，在细节上，Robear也做了一些进一步的优化，机器人的关节能更加精确快速地活动，它也让机器人的动作更加轻柔缓慢。



# 生活陪伴&生活辅助：生活陪伴主要依托于语言交互，生活辅助则侧重于健康风险管控

## 老年AI陪伴产品

### 京东京造唠唠鸮

京东进军AI玩具市场，第二批产品中的“唠唠鸮”是专为老年群体打造的情感型AI硬件。

其外壳采用柔软亲肤材质，能有效降低因行动不便可能引发的磕碰风险。产品保留“一键对话”与“一键SOS”两个醒目物理按键，便于紧急情况下快速响应。在语言交互上，不仅支持主流方言识别，更针对老年人的语言习惯与听觉特点，重构了专属算法模型。



source：桌面研究

## AI“忘年交”

### ElliQ



ElliQ是一款专为老年人设计的AI陪伴机器人。它融合生成式AI与情感引擎，能主动发起聊天，提供有温度的对话陪伴。

同时，ElliQ具备记忆能力，可学习用户偏好，提供个性化回应，并搭载安全护栏机制，确保对话内容得体、数据加密存储。此外，它还能感知用户情绪，适时给予安慰，并承担健康管家角色，定时提醒用药、饮水和运动，同步生成健康报告。



©2026.1 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn