

心  
灵  
旅  
伴

# 第一章、执行概要

## 1.1 项目介绍

本项目是一个基于 AI 对话系统，以智能电子设备为载体，面向全年龄段大众的 AI 陪伴系统。其基础功能是为普通用户提供陪伴互动、聊天对话等服务，同时也为有心理问题的用户提供一定程度上的心理疏导服务。在此基础之上，用户可以为系统定制身份，以获取更好的陪伴体验。同时，本系统将配备专业的心理量表与调查问卷，针对具有心理问题的用户提供更加专业化的服务。并且，系统将配备紧急干预功能，在检测到用户表达出近似于有意愿结束自己的生命的关键词时，将紧急联系相应的自杀干预部门。若在干预后用户情况不见好转，系统将直接联系当地警方，委托密切关注。

# 第二章、市场分析

## 2.1 行业背景

随着社会竞争的加剧和工作压力的增大，人们对于情感支持和陪伴的需求越来越大。AI 陪伴服务以其随时随地、成本低廉、便捷性高等特点，逐渐受到市场的青睐。根据市场研究机构的数据，全球 AI 市场预计到 2025 年将达到 1500 亿美元的规模，其中 AI 陪伴服务作为重要的组成部分，其市场前景非常广阔。

人工智能技术的飞速发展，尤其是智能语音交互技术、自然语言处理技术和机器学习技术等手段的不断成熟，为 AI 陪伴系统的实现提供了技术基础。这些技术使得 AI 陪伴系统能够模拟人类的行为和思维过程，具备一定的智能和情感能力，能够理解人类的语言和情感，进行对话和交流，从而提供更加个性化的陪伴服务。

AI 陪伴系统可以应用于多个领域，如语言学习、数学学习、老年人陪伴、儿童教育等。通过为不同用户群体提供个性化的陪伴服务，AI 陪伴系统能够满足不同用户的需求，进一步拓宽其市场应用。

近几年随着 AI 技术的迅速演进，情感识别技术逐渐发展成熟。AI 陪伴系统不仅关注功能的实现，更加注重与用户之间的情感交互，通过识别用户的情感状态，提供相应的情感支持和陪伴，进一步提升用户体验。

根据相关报告，全球陪伴机器人市场规模预估为 920311 万美元，并且未来 5 年

年复合增长率预计达到 25.68%。这表明 AI 陪伴系统的市场规模正在持续扩大，未来有着巨大的发展潜力。

## 2.2 PEST 分析

从政治角度来看，在 2023 年的两会上，众多政协委员和人大代表都提到了对心理咨询与心理治疗纳入医保的关注，并提交了相关的建议与提案。如全国政协委员张志勇提到，建议考虑将抑郁症等心理疾病纳入医保门诊慢性病病种；全国人大代表钟灿建议，将“心理治疗”项目纳入门诊慢性病统筹，由医保个人账户基金支付费用；全国政协委员马珺更是关注到了青少年群体对心理服务的需求，提议将学生患者心理治疗、心理咨询有序纳入医保范围等。足见国家对于心理问题及其治疗的重视。

从经济角度来看，本项目具有包括成本效益高、可扩展性强、资源利用效率高以及降低社会成本等多方面的优势。

与传统的心理咨询和心理治疗相比，本系统显著降低了成本。用户无需支付昂贵的面对面咨询费用，也无需为咨询师的交通、场地等费用买单。此外，AI 系统的运行成本相对较低，只需维护其服务器和更新算法，这进一步提高了其成本效益。

本系统具有很强的可扩展性，可以根据用户需求进行快速迭代和升级。由于 AI 技术不断进步，系统可以通过学习更多的数据和优化算法来改进其性能，从而更好地满足用户的需求。

通过线上平台，本系统可以覆盖更广泛的用户群体，无论他们身处何地，只要有网络连接，就可以随时获得陪伴服务。这大大提高了资源的利用效率，使得更多的人能够享受到便捷、高效的陪伴服务。

本系统还有助于降低社会成本。随着人们生活节奏的加快和工作压力的增大，越来越多的人面临着情感支持和陪伴的需求。传统的心理咨询和心理治疗方式往往难以满足这一需求，而本系统则可以作为一种有效的补充，帮助缓解社会压力，降低因缺乏陪伴而产生的社会问题。

综上，这些优势使得本项目在未来具有广阔的发展前景和巨大的市场潜力。

从社会角度来看，《柳叶刀》杂志的相关研究曾指出，中国大约 1.73 亿人有精神疾病，包括焦虑症、抑郁症和强迫症等，其中，1.58 亿人从未接受过专业治疗。但据国家卫健委统计，截至 2021 年底，我国精神科医生数量达 6.4 万人，只占全国医师数量（428.7 万人）的 1.49%。

医生与患者之间比例的严重不对等，使得我们更加需要 AI 介入对心理问题的治

疗领域。据了解，当前精神卫生领域的科研成果转化，主要是为了解决患者在抑郁症、焦虑症等领域的庞大防治需求，以及提升精神专科医务人员的工作效率。在此基础上，上海市精神卫生中心曾在科研项目中推进了一个 AI 标准化病史采集系统；首都医科大学附属北京安定医院副院长王京和团队也牵头转化了一套基于数字疗法的“抑郁症的全病程诊疗管理”系统。

除此之外，根据 2023 年中国统计年鉴，2022 年全国家庭户口抽样总数接近 50 万户（抽样比为 1.023%），其中“一人户”的占比约为 16.77%。除了老人以外，越来越多的青年人成为独居者中的一员；而根据贝壳研究院发布的《新独居时代报告》，到 2030 年，我国独居人口数量预计将达到 1.5 亿至 2 亿人。其中，20-39 岁的独居青年将从 2010 年的 1800 万增加到 4000-7000 万人，增长约 1-2 倍。

独居人口的持续增长，致使“孤独”、“缺少陪伴”也成为了困扰当代人的一大问题。

从技术角度来看，国内早已推出了相关的陪伴系统与陪聊系统，并将其投入了应用，除去上文提到的两类系统外，武汉某小学就引入了一款 AI 陪伴系统——AI 数字伙伴。

AI 数字伙伴是基于深兰科技硅基知识大模型和数字人技术打造，由深兰科技硅基大脑 SaaS 平台生成的一款专门为青少年学生提供心理陪伴的虚拟数字人产品。AI 数字伙伴能通过引导性对话方式，巧妙地肯定青少年的情绪；通过提问引导他们深度思考问题，从而促使他们以更积极的态度看待自己的经历或困扰。同时，在价值观表达方面进行独特设计，通过规避敏感词汇，为青少年打造正向、积极的人设，使得对话更符合青少年的习惯和期望。

可见我国在这一领域有着相当成熟的技术。

## 2.3 市场发展趋势

首先，从市场规模来看，AI 陪伴系统的市场正在快速增长。随着社会对情感支持和陪伴的需求日益增长，AI 陪伴系统以其便捷、高效和个性化的特点，受到了越来越多用户的青睐。预计未来几年，这一市场将继续保持高速增长的态势。

其次，从技术层面来看，AI 陪伴系统的技术不断升级和优化。随着深度学习、自然语言处理、情感计算等技术的不断发展，AI 陪伴系统能够更好地理解和回应人类的需求和情感，提供更加精准、个性化的服务。此外，随着技术的不断革新，AI 陪伴系统的交互方式也将更加多样化和智能化，为用户带来更加

自然、流畅的体验。

再者，从应用领域来看，AI 陪伴系统的应用场景不断拓宽。除了传统的社交、娱乐等领域外，AI 陪伴系统还逐渐渗透到教育、医疗、养老等多领域。例如，在教育领域，AI 陪伴系统可以为学生提供个性化的学习辅导和陪伴，在医疗领域，AI 陪伴系统可以为患者提供情感支持和心理干预，在养老领域，AI 陪伴系统可以帮助老年人解决生活中的问题，提供陪伴和关爱。

最后，从市场竞争来看，AI 陪伴系统的市场竞争也日益激烈。越来越多的企业开始进入这一领域，推出各具特色的 AI 陪伴产品。为了在市场中脱颖而出，企业需要不断创新和优化产品，提高用户体验和服务质量，同时，政府和相关机构也需要加强监管和规范市场秩序，促进市场的健康发展。

综上，AI 陪伴系统的市场发展趋势呈现出快速增长，技术升级、应用场景拓宽和竞争加剧等特点。随着技术的不断进步和应用场景的不断拓宽，AI 陪伴系统将在未来发挥更加重要的作用，为人们的生活带来更多便利。

## 第三章 市场营销计划

### 3.1 产品策略

本产品是一个基于 AI 对话系统，以智能电子设备为载体，面向全年龄段大众的 AI 陪伴系统。以专业的心理调查问卷为基础，对用户进行定制互动和对话，以满足用户对于陪伴的需要，提高用户的幸福感。并且在用户传达出自杀等危险信息时能够精准识别，并迅速连接专业人员进行干预，来保证用户的生命安全。该系统支持在手机，电脑，电话手表等电子设备，且提供多种陪伴身份以供用户选择，同时很大程度上改善了如今市场上陪伴型应用互动单一，自由程度低的缺陷，使用户在使用该系统时更有代入感，陪伴感更加强烈。同时，由于该系统调查问卷的专业性，在用户使用该系统时能够在改善心理状况。由于社会压力持续增加，如今各类人群的心理健康状况均令人担忧，本系统专针对此类人群研发，使其在使用该系统过程中能够有效缓解压力。

### 3.2 行业趋势

由于 AI 的不断发展，使得如今的陪伴聊天系统更加个性化，虽然目前市面上大部分陪伴系统中用户只能与其产生情侣关系，但是生成型 AI 模型将从根本上改变我们与计算机的关系，让陪伴系统成为我们的同事、朋友、家庭成

员。并且不断扩大陪伴系统的作用。

### 3.3 目标客户

该应用的目标人群广泛，包含社交需求高的年轻用户，具有心理健康问题的各年龄段人群，需要情感支持的各年龄段人群等。

### 3.4 营销战略

#### (1) 产品定位

该应用面向各年龄段人群，主要针对在现实生活中社交无法满足自身需求，具有心理健康问题，无法获得情感支撑的各年龄段人群。旨在提升用户的幸福感，缓解压力，解决或减轻用户心理健康问题。

#### (2) 宣传营销

##### 1 线上宣传

通过在短视频平台，寻找科普传播心理健康知识的博主，利用公众对其专业性的信任进行宣传，以提高公众对该应用的信任度，从而吸引用户。

##### 2 线下宣讲

通过与学校，老年人活动中心，心理咨询室等地建立合作，邀请专家进行公益性宣讲，在传播心理健康知识的同时介绍本款应用的用法。

#### (3) 定价策略

由于本款应用主要目的是为了提高全民幸福度，提高群众心理健康水平，基础服务全部免费使用。就在特定节日出现的特殊装扮，互动动作等充值相应金额即可永久获得。

### 3.5 营销目标

通过在视频平台等投放广告，提高应用知名度。以专业的心理问卷，自由度高的对话和互动吸引目标人群。不断优化系统，提高现有客户持续参与和粘性，逐渐形成口碑，并刺激用户主动推荐。在处理用户信息室，确保用户私人

信息安全，建立用户和市场的信任感。在应用投入市场后持续投入研发，积极利用最新的 AI 技术改善服务质量，使应用在市场中脱颖而出。

## 第四章、资产情况

### 4.1 预算体系

类别	费用项目		预算金额/元
支出	技术 研发 费用	技术人才工资	15000
		购买专利	3000
		推广费用	20000
总额			38, 000

## 第五章、风险评估与对策

### 5.1 技术风险分析与对策

1. 技术运行风险：系统的功能的研发和运行的时候可能会出现卡顿、动作错误、黑屏的情况。
2. 技术使用风险：在系统上新后，用户对于系统的谈话内容或者故事内容的兴趣程度不高或者感到不满，系统对于用户的吸引力较低。

解决方案：

1. 拓宽人才队伍，招聘更多关于计算机专业和人工智能专业的人才，研发新的技术，维护系统平稳进行。
2. 购买新的设备，提高电脑的运行能力，加大机器的承载能力，保护系统正常运行。
3. 与其他公司达成意愿合作，购买其专利，升级系统。
4. 加大对于用户年龄范围内的情绪问题的收集与分析，加大问题反应的修改力度，增加对话内容的亲和性、严谨性和科学性。
5. 在系统上新之前多次内部试验系统，根据反馈进行修改。

## 5. 2 营销风险分析与对策

1. 业务人员专业素质不足，对于系统的了解不足，不利于系统的推广。
2. 公司营销策略方向错误，引发用户不满，导致系统的评分降低，不利于系统的推广。
3. 建设良好的企业文化，营造良好的工作环境。

解决方案：

1. 公司进行人才筛选，聘请专业人士对于新加员工进行培训，提高他们的专业素质能力。
2. 加强公司制度建设，建立完善的审批制度，将制作的营销方案进行严格审核，确保其涉及的内容没有违反社会主义核心价值观才可投放。

## 5. 3 市场风险分析与对策

1. 市场竞争激烈，无法预测未来的市场走向。

2. 客户的喜好和需求会随时代变化有所改变。

解决方案：

1. 增强系统故事内容的新颖性，研发系统新的功能，打造系统的自身特色。
2. 定期向用户发送用户体验调查表，收集用户反馈。
3. 员工定期商讨热点事件和历史事件，进行头脑风暴，提高自身的思想高度。

#### 5.4 风险分析与对策

该项目是以核心模式为基于用户的心理测试，用户进行陪伴对象的选择，通过与陪伴对象的谈话、互动，用户达成自我肯定，解决自身的情绪问题。

国家近几年越发重视年轻群体的心理问题，我们通过与国家政策的扶持、与大公司进行合作，加大对市场的宣传力度，避免收支不平衡现象发生。