

2026年3月17日

博报堂生活综研·上海 生活者“动”察 第十三回研究成果发布

## 《智 向》

~ AI 时代下诞生的生活者意识及行为全新征兆 ~

**以自身智慧巧用 AI 来打磨精进自我，在不确定性中不断找寻前进方向**

3月17日，博报堂生活综研·上海与中国传媒大学广告与品牌学院的共同研究项目——生活者“动”察 2025 年度研究成果发布会在上海举行。本次是该系列研究成果的第十三回发布。

本次研究主题为“AI 时代下诞生的生活者意识及行为全新征兆”。2025 年前后，伴随诸多国产大模型的横空出世，我国迎来了一场空前的 AI 普及浪潮。**生成式人工智能（以下简称 AI）** 不仅在技术圈引发热议，更凭借其极低的使用门槛，迅速渗透进生活者的日常，并对生活者的意识与行为产生了显著影响。生活者体验过移动支付及电商等“在线生活”带来的红利，对技术赋能生活抱有高度信任，因此，面对 AI 技术变革时也呈现出积极拥抱的态度。

目前，AI 的使用情况仍以“提升效率”为主，例如用于处理工作或信息获取等场景。但同时，也有越来越多的生活者开始借助 AI 深化兴趣爱好，或帮助自己学习掌握新的知识与技能。此外，一些生活者还通过与 AI 的互动来调节自身情绪，甚至还有生活者在与 AI 深度对话的过程中，发掘自我内心、自我优势与特质。

围绕 AI 的讨论中，诸如 AI 的渗透将会导致——“岗位替代及技能退化”“现实社交意愿下降”“主动探索意愿减弱”等隐忧在学术界被广泛提及，生活者对这些未来担忧也抱有一定程度的不安。然而，博报堂生活综研·上海的研究发现，善于使用 AI 的生活者，往往更容易意识到自身的独特优势，并能够将与 AI 对话中获得的新视角与启发，转化为自己的灵感来源，逐渐形成一种与 AI 相互协同的关系。

当 AI 逐渐渗透进生活，一种新的生活者姿态也正在浮现——不少生活者开始将 AI 主动转化为自我审视、自我打磨的工具，巧妙借助 AI 之力发现并深化自己真正热爱的事物。“**以自身智慧巧用 AI 来打磨精进自我，在不确定性中不断找寻前进方向**”，博报堂生活综研·上海将这种生活者欲求命名为“智向”。



本次生活者“动”察发布会上，博报堂生活综研·上海围绕 AI 普及背景下诞生的生活者的新行为与意识变化，通过数据与具体案例进行了详细的讲解。

如欲购买《智向》研究报告或进行该报告的演讲说明会（中文、日文、英文）的下载，请垂询博报堂生活综研·上海。  
[邮箱 sei-katsu-sha.info@hakuhodo-shzy.cn](mailto:sei-katsu-sha.info@hakuhodo-shzy.cn)

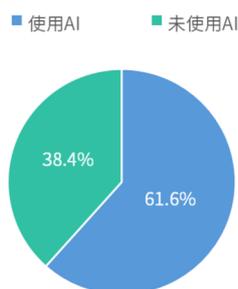
## ■参考数据

### ① 【AI 的使用频率及对 AI 的态度】

当下使用 AI 的比率约为 62%，AI 已经成为生活日常。其中，约 85% 的 AI 使用者每周至少使用一次 AI。18-39 岁人群中，AI 高频使用者比例过半。从对 AI 的态度来看，抱有担忧的人较少，而持有期待态度的占据多数。

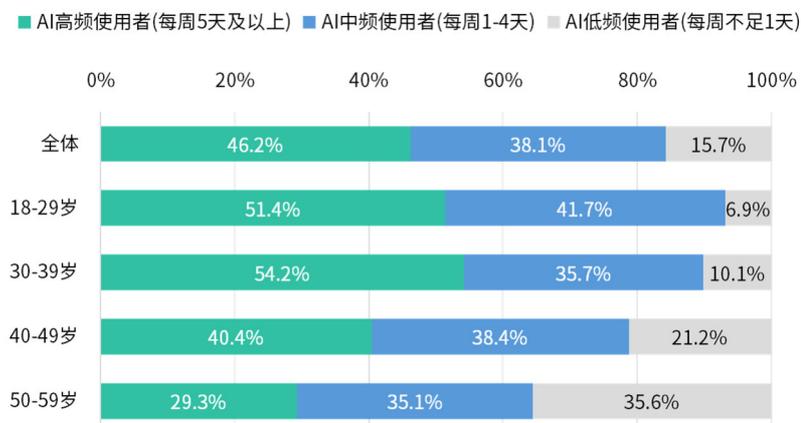
- 调研数据显示，利用 AI 的生活者比率达到了 61.6%（数据 1）
- AI 使用者中，“每周使用 5 天及以上”的高频使用者占比达到 46.2%；“每周使用 1-4 天”的中频使用者占 38.1%。两者合计来看，约 85% 的生活者每周至少会使用一次 AI。其中，30-39 岁人群中的高频使用者占比最高，达到 54.2%。该人群中不少人在工作与育儿的繁忙日常中，通过 AI 来有效利用时间。（数据 2）
- 约七成生活者（68.6%）表示“对 AI 抱有期待”，整体对 AI 的态度较为积极。（数据 3）

<数据 1> AI 使用者的比例



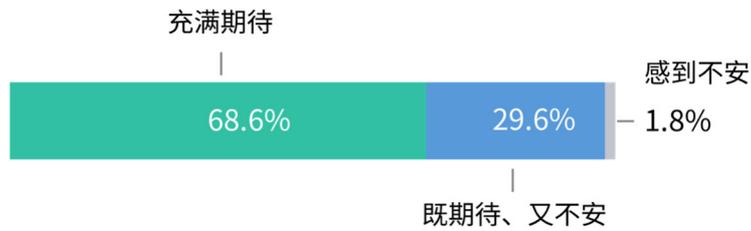
出处：博报堂生活综研·上海《AI 使用现状及今后变化定量调研（甄别调研）》（n=4,871）

<数据 2> 各年龄层的 AI 使用频率（BASE：AI 使用者）



出处：博报堂生活综研·上海《AI 使用现状及今后变化定量调研》

<数据 3> 对 AI 的态度 (BASE: AI 使用者)



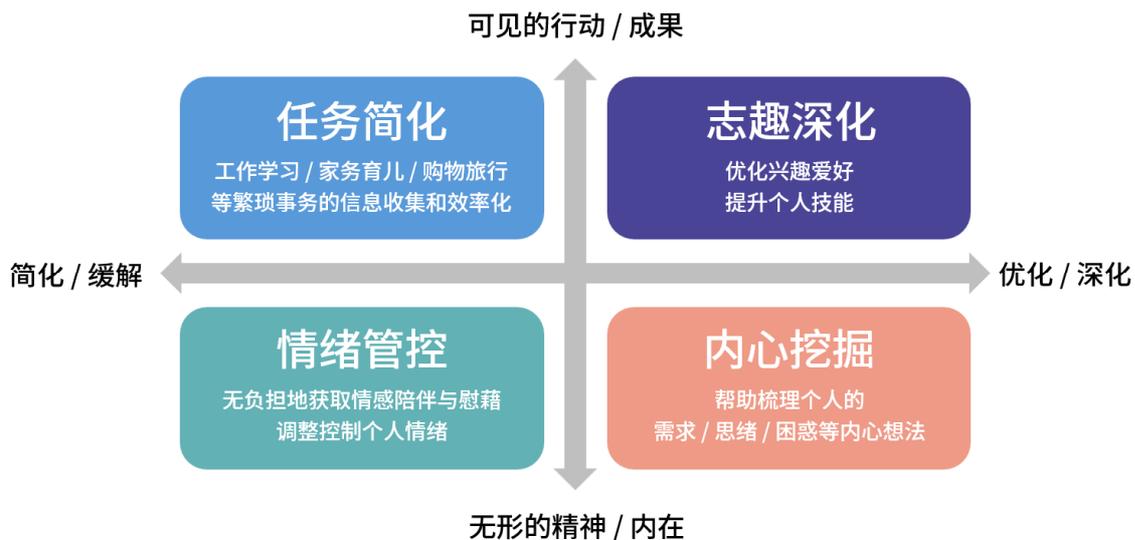
出处: 博报堂生活综研·上海 《AI 使用现状及今后变化定量调研》

## ② 【AI 的四种使用类型及其未来使用意向】

生活者的 AI 使用主要可以分为“任务简化”“志趣深化”“情绪管控”“内心挖掘”四种类型。当前，“任务简化”和“志趣深化”为最主流的两种使用类型。今后，“情绪管控”和“内心挖掘”的使用也有望进一步扩大。

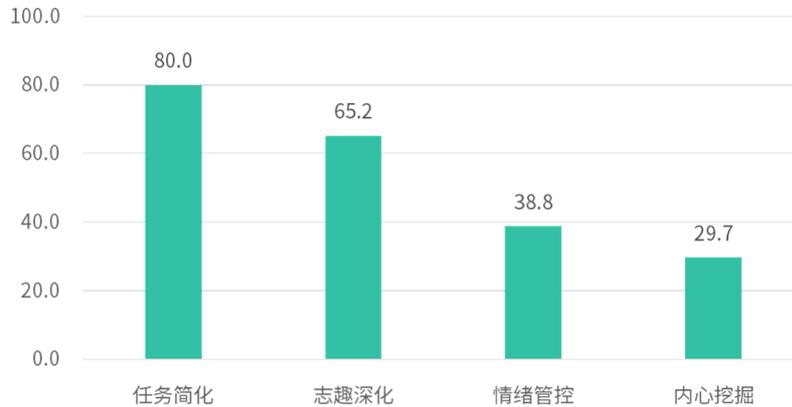
- 为了解生活者的主要 AI 使用类型，博报堂生活综研·上海通过访谈收集相关行为案例，并根据 AI 使用目的将其分类：横轴为“简化/缓解”与“优化/深化”，纵轴为“获得可见的行动/成果”与“获得无形的精神/内在变化”。基于此框架，将 AI 的使用划分为“任务简化”“志趣深化”“情绪管控”“内心挖掘”四种类型。(图 1)
- 我们针对当前各 AI 使用类型的占比进行了调研。结果显示，“任务简化”的占比最高，达到 80.0%；其次为“志趣深化”，比例为 65.2%。(数据 4)
- 在未来使用意向方面，希望通过 AI 获取情感陪伴与慰藉，调整控制个人情绪，即用于“情绪管控”的比例为 78.1%；希望通过 AI 对话梳理个人的需求/思绪/困惑等内心想法，即用于“内心挖掘”的比例达到 70.8%。从调研结果可以看出，AI 使用状况正逐渐从效率与技能提升等功能性层面，扩展至精神满足与自我探索等更为内在的领域。(数据 5)

<图 1> AI 使用的四种类型



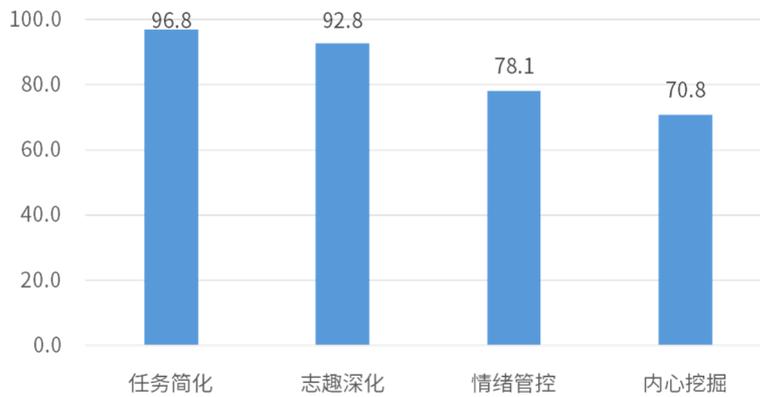
出处: 博报堂生活综研·上海 基于《AI 普通使用者&先端使用者定性调研》整理制作

<数据 4> AI 的当下使用目的 (BASE: AI 使用者)



出处: 博报堂生活综研·上海 《AI 使用现状及今后变化定量调研》

<数据 5> AI 的今后使用意向 (BASE: AI 使用者)



数值为「今后使用意向会变得强烈」+「今后使用意向会稍微变强烈」的合计值  
出处: 博报堂生活综研·上海 《AI 使用现状及今后变化定量调研》

③ 【关于 AI 普及的未来担忧及对应的生活者行为与心态】

**随着 AI 的深度普及，国内外主流研究提出了多重隐忧。但总体来看，生活者更关注 AI 所带来的正向价值，并将其视为发掘自身优势与兴趣的重要契机。**

- 在 AI 普及过程中，“岗位替代与技能退化”“现实社交意愿下降”以及“主动探索意愿减弱”等未来担忧被持续提及。然而本研究发现，许多生活者并未因其风险而退缩，反而更积极地探索 AI 的使用方式。
- 例如，有人通过 AI 使用发现自身的优势与潜力；也有人将 AI 视为帮助调节情绪的“支持者”或社交互动的“咨询师”；还有人借助 AI 降低学习新知识或技能/优化兴趣爱好的门槛，从而更自由地探索自己真正感兴趣或想要深入发展的领域。

■ 关于 AI 不断普及的未来担忧及对应的生活者行为与心态

AI渗透后的担忧预测	生活者的行动	生活者行动背后的心态
<p><b>1.岗位替代与技能退化</b></p> <p>AI协助处理工作中的繁琐事务的同时，也可能导致工作岗位逐渐被替代、甚至个人技能退化。</p>	<p><b>一般性的工作交给AI，并在运用中思考自身价值</b></p> <p>将常规工作交给AI，在运用中持续反思自身价值，更专注于培养那些“基于个人经历的创意、人际协调力、价值判断与伦理洞察”等当前AI还不擅长的领域。</p>	<p><b>想寻找和发挥具备个人特色的能力与特质。</b></p>
<p><b>2.现实社交意愿下降</b></p> <p>长期依赖人机交流，可能会削弱维护现实人际关系的欲望，导致社交意愿下降。</p>	<p><b>AI陪伴与现实关系分工明确，甚至借助AI改善现实社交</b></p> <p>并非逃避现实社交，而是在体验AI陪伴的过程中，主动调整虚拟与真实的功能划分，甚至借助AI改善现实社交，在人际联结中获取情感支持与人脉资源。</p>	<p><b>想在人际交往中获取强化自我内心的能量。</b></p>
<p><b>3.主动探索意愿减弱</b></p> <p>借助AI轻松获得优质成果与答案，逐渐习惯于“被动接收”，主动研究、思考、辨析的“探索意愿”则可能减弱。</p>	<p><b>通过AI降低探索过程中的诸多阻碍</b></p> <p>通过AI降低探索过程中的诸多阻碍，如：金钱/时间限制、试错成本、信心不足等，推动自身求知欲向更深、更广处延伸。</p>	<p><b>想进一步摸索和拓展自己适合的领域。</b></p>

出处：博报堂生活综研·上海 基于《AI 普通使用者&先端使用者定性调研》、专家访谈整理制作

**④ AI 不断渗透下，生活者出现的新欲求：“智向”**

**以自身智慧巧用 AI 来打磨精进自我 在不确定性中不断找寻前进方向**

近年来受国际形势与经济环境等外部因素影响，生活者对未来生活与职业发展感到些许不安与迷茫。但生活者并不仅仅将 AI 视为“提升效率的工具”。相反，通过主动、熟练地运用 AI，越来越多的人正在不断强化自身独特优势，并探索个人发展及美好生活方式的可能性。

从社会发展视角，AI 的持续演进已成为不可逆转的时代趋向；面对这一时代趋向，越来越多人开始意识到应该以自身智慧运用 AI，在变化中积极探寻前进方向。博报堂生活综研·上海将这种“以自身智慧巧用 AI 来打磨精进自我，在不确定性中不断找寻前进方向”生活者欲求命名为“智向”。相信随着 AI 不断地渗透，持有“智向”欲求的生活者也将不断增加。

## 【调查概要】

### ■《活用 AI 的简易访谈调研》 (300ss)

调查对象：有 AI 使用经验、居住在一线到四线城市的 18-59 岁男女

调查手法：AI 访谈

调查时间：2025 年 11 月

调查机构：久远谦长(上海)企业管理咨询有限公司

### ■《AI 普通使用者&先端使用者深访调研》 (30ss)

调查对象：居住在一线到三线城市的 20-59 岁男女

调查手法：一对一的 90 分钟定性访谈、生活照片分析

调查时间：2025 年 9-10 月

调查机构：上海零点市场调查有限公司

### ■《AI 使用现状及今后变化定量调研》 (3000ss)

调查对象※：有 AI 使用经验、居住在一线到四线城市的 18-59 岁男女

※甄别调研 (n=4,871ss) 中回答近一年有 AI 使用经验的生活者

调查手法：网络调查

调查时间：2025 年 10-11 月

调查机构：上海众言网络科技有限公司

## ■博报堂生活综研·上海 Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai

博报堂生活综研·上海于 2012 年在中国上海成立，是博报堂集团在中国的智囊机构。也是自 1981 年以来从事生活者研究已有 40 余年的“博报堂生活综合研究所”的中国版，致力于“生活者研究”的机构。

### 目前生活综研上海的主要业务内容如下：

- 洞察生活者的本质欲求，进行新生活方式提案的“生活者‘动’察”。
- 汽车、化妆品、食品等特定行业，年轻人、高净值人群等特定人群的“专项课题研究”。
- 以“生活者发想”为基石，为企业及品牌方的营销策略提供“咨询服务”。

上述业务成果均可通过博报堂旗下各分支机构提供给广大客户。此外，部分研究成果还将通过发布会、公司官方网站、公众号等渠道实时对外公开发表。

生活者“动”察是生活综研上海携手中国传媒大学广告与品牌学院的共同研究项目。每年一次的生活者“动”察项目会对生活者的行为及欲求的变化进行深入挖掘，并提出代表当年的生活者行为和欲求的原创关键词。《智向》为第十三次研究成果。

---

【新闻通稿联络】 博报堂 广报室 邮箱 koho.mail@hakuhodo.co.jp

【研究报告及相关业务垂询】 博报堂生活综研上海 邮箱 sei-katsu-sha.info@hakuhodo-shzy.cn