

2025年11月 全球AI应用月度报告

Global AI Application Monthly Report

发布机构：非凡产研

报告周期：2025年11月



00	目录	
01	整体趋势综述	3
02	分榜单详细解读	4
2.1	Web榜：全球 vs 国内 Top10	4
2.2	移动App榜：下载量与活跃度分析	5
2.3	出海榜：中国AI产品的全球表现	7
03	重大行业事件影响分析	10
04	赛道表现分析与趋势预判	12
4.1	对话与通用AI助手	12
4.2	智能搜索与知识问答	12
4.3	图像生成与编辑	13
4.4	视频生成与编辑	13
4.5	音频与音乐AI	14
4.6	代码与开发者AI助手	15
4.7	情感陪伴与虚拟人	16
4.8	教育与学习	17
4.9	企业服务与其它赛道	18
05	出海观察	19
06	结语与展望	21

01 整体趋势综述

2025年11月，全球AI应用领域继续高速发展，但头部产品增长趋于放缓，新兴力量异军突起。全球范围内，ChatGPT 依然以压倒性优势领跑，无论是网站访问量还是月活跃用户都稳居第一。据非凡产研统计，本月 ChatGPT 网站访问量高达约58.45亿次，月活跃用户约8.75亿人（Web端约4.7亿，App端约4亿以上叠加估算）。ChatGPT 在全球AI聊天机器人市场中占据绝对份额，远超其他竞争者。与之相比，Google 的 Gemini 稳居全球第二，网站月访问量达到约13.52亿次，月活跃用户约2.2亿（Web端），反映出其作为Google生态核心AI的强大吸引力。其他竞争者如 Anthropic 的 Claude 和微软的 Copilot 虽然也占据一席之地，但从访问量量级看（Claude月访问约1.80亿），与前两名仍有显著差距。

在中国市场，AI应用整体保持上升态势，但与全球相比流量分布更为分散。深度求索 (DeepSeek) 表现抢眼，月访问量达到3.31亿次，在国内网站榜单排名第一，显示出中国本土大模型在技术和用户体验上的突破。字节跳动推出的豆包聊天机器人月访问量达9136万次，阿里巴巴的夸克AI搜索月访问8088万次，百度AI搜索月访问5224万次，这些本土应用填补了ChatGPT无法直接服务的空白。值得注意的是，中国AI应用的App端表现尤为突出，豆包App月下载量达2858万，腾讯元宝2132万，美图秀秀2094万，显示出移动端是中国用户接入AI的主要场景。本月总体趋势可概括为：“全球双雄（OpenAI & Google）格局稳固，中国市场百花齐放，移动端与垂直场景成为增长新引擎”。

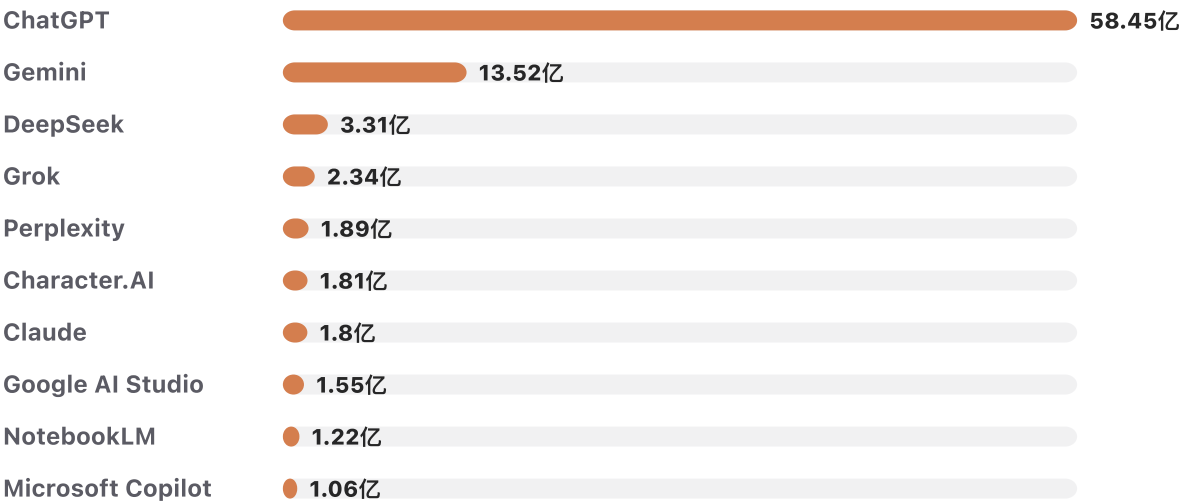
02 分榜单详细解读

本部分将分别解读11月AI应用的三大榜单：Web端产品榜、移动App榜以及中国AI产品出海榜，聚焦各榜单Top 10应用的规模与亮点，并剖析其他典型应用的表现。

2.1 Web榜：全球 vs 国内 Top10

全球AI Web产品Top10（按月度访问量）中，ChatGPT以绝对优势排名第一，11月访问量约58.45亿次（584,455万）。虽然其访问量环比微跌5.2%，但体量依然庞大。排在第二的是Google Gemini，月访问量达到约13.52亿次，环比增长14.4%，增长势头强劲。第三名是来自中国的DeepSeek（深度求索），月访问量3.31亿次，在全球榜单中表现卓越。第四名Grok（个人助理）访问2.34亿次，环比劲增14.7%。第五名Perplexity智能搜索（1.89亿，环比-13.6%）。第六名Character.AI情感陪伴聊天（1.81亿，略降2.3%）。第七名Claude（1.80亿，-8.5%）。第八名Google AI Studio（1.55亿）。第九名NotebookLM知识管理（1.22亿，+16.5%），显示出AI笔记工具的潜力。第十名Microsoft Copilot（1.06亿）。总体来看，全球Web端流量高度集中在头部通用助手上，且Google系产品（Gemini, NotebookLM）本月增长亮眼。

图 1 | 全球 Web Top10（月访问量）

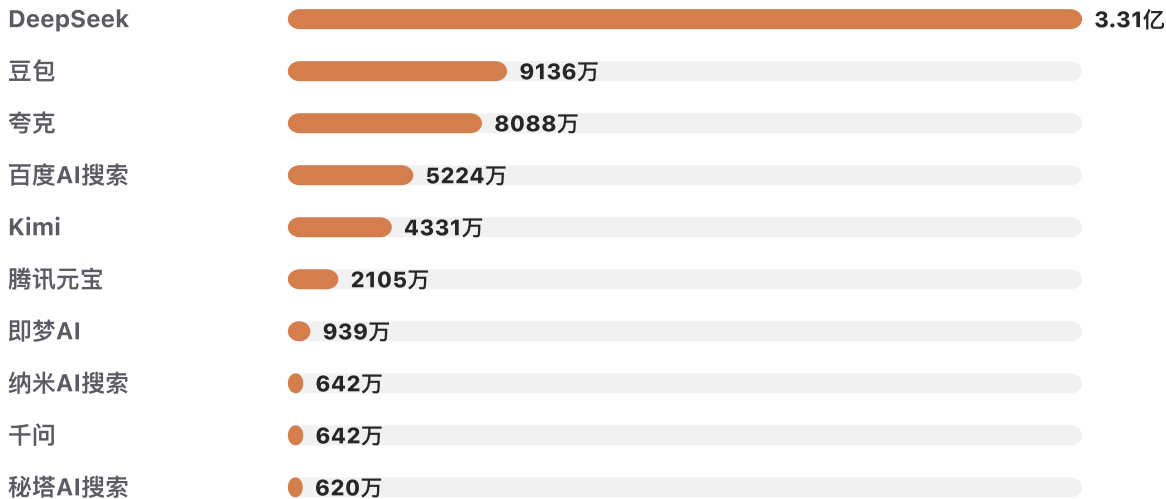


数据来源：非凡产研

单位：亿次/万次 (Smart Unit)

国内AI Web产品Top10则呈现出本土化特色。榜单显示，排名前四的分别是深度求索DeepSeek（3.31亿次访问）、字节跳动豆包（9136万）、阿里夸克搜索（8088万）和百度AI搜索（5224万）。DeepSeek凭借技术口碑遥遥领先。排名第五的Kimi聊天机器人月访问达4331万次，环比增长48.6%，增长迅猛。第六名腾讯元宝（2105万）、第七名即梦AI（939万）紧随其后。此外，第八名360推出的纳米AI搜索（642万）环比暴涨104%，第九名阿里千问（642万）亦表现不俗，第十名秘塔AI搜索（620万）保持稳定。国内Web端流量主要集中在几家互联网巨头的大模型产品上，同时搜索类AI产品（夸克、百度、纳米、秘塔）占据了半壁江山，说明“AI搜索”是国内用户在Web端最高频的场景之一。

图 2 | 国内 Web Top10（月访问量）



数据来源：非凡产研

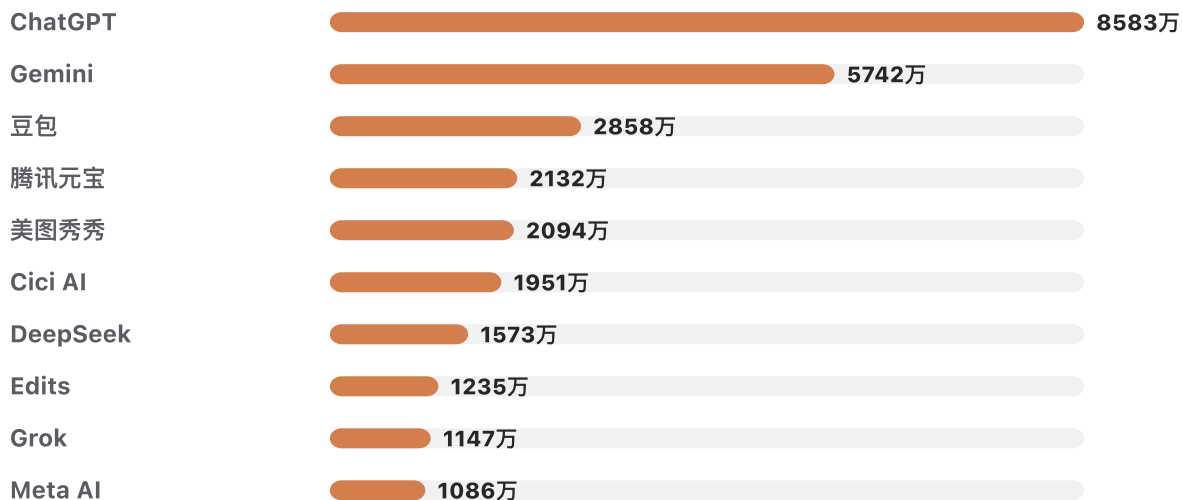
单位：亿/万

2.2 移动App榜：下载量与活跃度分析

在移动端应用方面，11月全球和中国市场的App排行榜反映了大众用户的真实选择。

全球AI App排行榜 Top10（下载量）中，ChatGPT官方App继续领跑，11月下载量约8583万次。Google Gemini移动应用位列第二，月下载量约5742万次。排名第三和第四的是中国公司的产品：字节跳动的豆包（2858万次）和腾讯的元宝（2132万次），这两款应用在国内拥有庞大的装机量。第五名美图秀秀（2094万次）作为老牌影像应用，AI功能渗透率极高。第六名Cici AI（字节跳动出海产品，1951万次）在海外增长迅猛，环比大增30.8%。第七名DeepSeek（1573万次）。第八名Edits（1235万次）是一款与Instagram关联的修图应用。第九名Grok（1147万次）。第十名Meta AI（1086万次）。从下载榜可见，中美两国的AI应用几乎瓜分了全球头部市场，尤其是字节跳动（豆包、Cici AI）表现出了极强的全球发行能力。

图 3 | 全球 App Top10（月下载量）

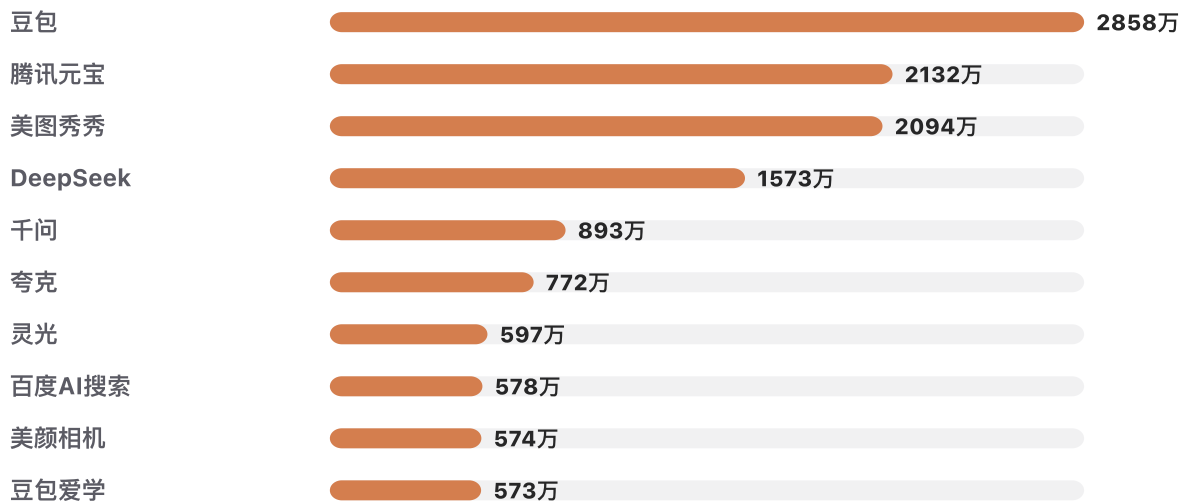


数据来源：非凡产研

单位：万次

国内AI App排行榜 Top10（下载量）方面，榜首由豆包摘得（2858万次），其次是腾讯元宝（2132万次）和美图秀秀（2094万次）。DeepSeek以1573万次下载位列第四。第五名千问（893万次）下载量环比激增613%，是本月国内增速最快的头部应用。第六名夸克（772万次）。第七名灵光（597万次，新上榜）。第八名百度AI搜索（578万次）。第九名美颜相机（574万次）。第十名豆包爱学（573万次），显示AI教育产品的刚需属性。国内App市场呈现出“巨头混战”的局面，阿里、腾讯、字节、百度均有主力产品在列，且竞争焦点正从单纯的聊天机器人转向AI搜索、AI教育、AI影像等垂直场景。

图 4 | 国内 App Top10（月下载量）



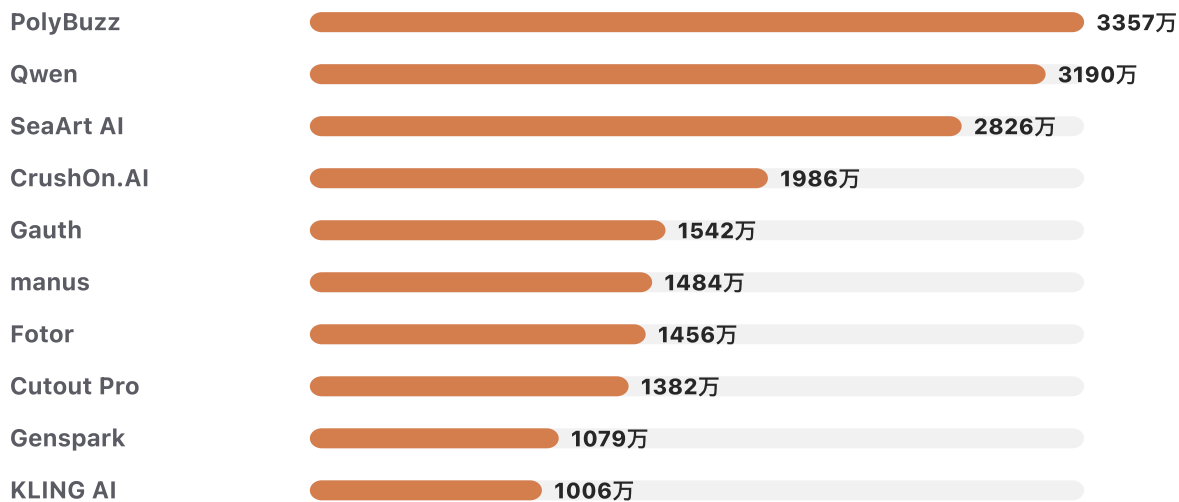
数据来源：非凡产研

单位：万次

2.3 出海榜：中国AI产品的全球表现

11月，中国AI产品在海外市场战绩斐然。从出海AI Web产品榜来看，排名第一的是作业帮推出的PolyBuzz（情感陪伴），月访问量3357万次，环比增长5.8%。第二名Qwen（阿里通义千问海外版）访问量3190万次，显示中国大模型在海外开发者和用户中已建立影响力。第三名SeaArt AI（海艺互娱）访问量2826万次，专注于图片生成。第四名CrushOn.AI（1986万次，情感陪伴）。第五名Gauth（字节跳动旗下教育产品，1542万次）。第六名manus（1484万次，智能体）。第七名Fotor（1456万次，图片编辑）。第八名Cutout Pro（1382万次，图片编辑）。第九名Genspark（1079万次，智慧搜索）。第十名KLING AI（1006万次，视频生成）。这些数据表明，中国出海产品在情感陪伴、图像工具、教育辅助等赛道已形成集团优势。

图 5 | 出海 Web 头部产品（月访问量 Top10）



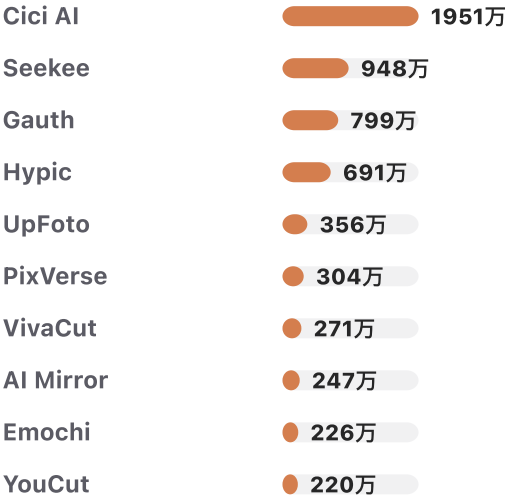
数据来源：非凡产研

单位：万次

在出海App方面，字节跳动的Cici AI以1951万次下载量和5723万月活用户（MAU）稳居第一，且保持着30%左右的高速增长，已成为海外现象级的AI助手。第二名Seeker（莫璃信息）下载量948万，月活2846万。字节跳动的Gauth（教育）和Hypic（修图）分别拥有3251万和4796万月活，显示字节系产品矩阵的出海统治力。此外，AI Mirror（Polyverse）和Emochi（FlowGPT）等新兴应用本月下载量环比大增65%以上，显示出个性化娱乐AI产品的强劲潜力。下载榜前十还包括UpFoto（356万）、PixVerse（304万）、VivaCut（271万）、YouCut（220万）和PolyBuzz（207万）。

图 6 | 出海 App（下载量 Top10）

下载量（万次）



MAU（万）



数据来源：非凡产研

单位：万

03 重大行业事件影响分析

2025年11月，AI行业发生了一系列重要事件，对应用榜单的数据产生了直接影响：

图 7 | 11月关键行业事件时间线



数据来源：非凡产研

OpenAI发布GPT-5系列更新：本月OpenAI先后推出了GPT-5.1和GPT-5.2版本，对ChatGPT的能力进行重大升级。GPT-5引入了“Instant”和“Thinking”两种响应模式，在保证对话流畅性的同时，大幅提升了复杂任务的推理和工具调用能力。这些升级使ChatGPT对用户的吸引力得以持续保持，反映在数据上即为ChatGPT月活跃用户逆势回升（环比增长近9%）以及用户使用时长的增加。有报道称GPT-5问世后，ChatGPT的使用时长和专业领域应用都有提升，巩固了其行业龙头地位。同时，GPT-5的升级也对竞品形成压力：例如Anthropic的Claude 在11月的产品表现中，虽然模型能力提升，但其官网流量仅1.80亿左右且呈现下降趋势；部分用户可能尝试后仍回流到更完善的ChatGPT上。此外，GPT-5增强了代码、生信等专业功能，这在一定程度上挤压了独立垂直AI工具的增长空间——例如AI代码助手类网站本月大多流量平平或下滑（如Cursor、Replit网页端等排名全球40名开外且环比略降）。

Google发布Gemini 3系列与全面生态整合：Google正式发布Gemini 3系列首款模型（Gemini 3 Pro Preview），被定位为当时最先进的AI模型。该版本在多模态理解、复杂推理、代理式任务处理以及编码能力上实现重大突破，特别是引入“vibe coding”和更强的工具使用与代理编码功能。这一发布标志着Gemini进入新一轮智能时代，直接嵌入Google搜索并在Vertex AI平台开放预览，显著提升了其在代理时代的核心竞争力。

2025年11月21日，Google通过“Gemini Drop”公告将Gemini 3的升级能力全面推送至Gemini App，包括更锐利的推理性能、“vibe coding”能力的飞跃、新界面设计以及实验性Gemini Agent功能（支持多步骤任务直接处理）。这些更新进一步强化了Gemini在移动端和日常应用中的智能表现，巩固了其与竞争对手在学习、问题解决和多模态交互领域的领先优势。

2025年11月期间，Gemini还迎来多项配套优化，包括Gemini Enterprise的Agent Designer视觉流程构建器（预览版）于11月19日上线，以及API层面的图像处理成本降低等调整。这些进展共同推动Gemini在企业级应用和开发者生态中的快速落地，被视为Google AI战略在2025年末的重要里程碑。

Anthropic宣布与Microsoft和NVIDIA达成战略合作，将Claude模型正式部署至Microsoft Azure云平台。这项合作同时伴随着重大投资承诺：NVIDIA最高提供100亿美元，Microsoft提供50亿美元。该举措显著增强了Claude的计算基础设施与商业落地能力，推动其在企业级应用的广泛部署，被视为Anthropic商业化进程的重要里程碑。

随后Anthropic正式发布Claude Opus 4.5，被官方描述为当时“世界上最好的编码、代理和计算机使用模型”。该版本在智能性与效率上实现显著提升，尤其在前沿编码任务、长上下文推理和代理式计算机交互能力上取得突破。这一发布被视为Claude系列的关键升级，巩固了其在全球顶级大模型中的领先地位，进一步聚焦于前沿能力的持续改进。

Meta引入生成式AI功能：社交巨头Meta在2025年下半年加速了AI功能的部署，例如在Instagram、Messenger中上线AI助手和AI创作工具。本月榜单出现的Meta AI应用（全球下载量超千万）即是Meta推出的跨平台AI助手的体现。Meta AI能够在聊天中回答问题、生成图像，并提供多种风格角色，极大丰富了用户社交体验。这一举措带来的影响是社交平台的AI化：用户不需要离开熟悉的社交应用，就能直接使用AI服务。Meta AI上线后，可能一定程度上分流了独立AI聊天应用的用户增长（例如Character.AI本月访问量略有下降）。此外，Snapchat的My AI、Telegram的AI机器人等在今年也陆续推出，这些都反映出社交领域正在成为AI的重要战场。可以预见，随着Meta等社交平台深耕AI，将来此类内置AI的用户规模或许会超越独立AI应用，对行业格局产生深远影响。

中国AI大模型开放与产品化：11月对于中国AI行业同样意义非凡。首先，国内多家头部企业的模型迎来重大更新或开放：如百度在大会发布了文心大模型的新版本，阿里巴巴进一步开源和开放了通义千问模型等。这些动作直接催生了一批新产品或新版本上线。例如阿里的千问App在开放更强能力后下载量骤增6倍；百度则将深度求索全面融入百度搜索，提升了搜索产品的智能化体验（百度AI搜索本月访问量增长7.7%）。腾讯于此此前推出混元大模型，并在11月将其能力注入到腾讯元宝助手和企业微信等应用中，使得腾讯系AI产品月活保持稳定。与此同时，监管层面自《生成式AI管理办法》生效以来数月，国内AI应用开始有序放开，这解释了为何像千问、蚂蚁阿福等此前观望的产品在近期集中发力：榜单显示，蚂蚁集团的对话机器人阿福本月活跃用户增长高达664%，达到近百万量级，显示出支付宝生态的AI服务开始释放潜力。总体来说，政策松绑+技术突破共同作用下，中国AI应用在11月进入了集中爆发期，一批重量级产品上线或升级，大幅推高了相应应用的用户数据。

其他重要事件：本月还有一些行业动态值得一提。例如，微软于10-11月陆续将Copilot系列AI助手全面推向市场（Windows Copilot、Microsoft 365 Copilot正式商用等），带动了Copilot相关入口的活跃度（Microsoft Copilot网站月访问量超1亿次）。AI内容创作领域也有新工具发布，如稳定扩散模型的升级版本、Adobe发布Firefly新功能等，促使Adobe Firefly网页访问量本月增长14.1%。此外，OpenAI在开发者大会上宣布了ChatGPT的插件与多模态能力进一步开放，这将利好第三方开发者生态。行业融资并购方面，11月出现若干起AI创业公司的大型融资与收购案，增强了垂直AI应用的实力（例如Character.AI据报道获得新一轮融资，从而有资源继续优化产品，这或许可解释其用户规模虽然高企但增速放缓）。总的来看，2025年11月的关键事件无不围绕“更强的模型”和“更广的集成”展开：更强的模型提升了AI应用的性能上限，更广的集成则拓展了AI的触达边界。这些事件与趋势在当月的榜单数据中均有所反映，并将持续塑造未来几个月的行业走向。

04 赛道表现分析与趋势预判

为了更深入地理解AI应用生态，我们按功能/场景将应用分为若干赛道，并分析各赛道本月的表现与未来趋势。

4.1 对话与通用AI助手

赛道概述：包括通用聊天机器人、个人助手类应用，如ChatGPT、Claude、Gemini、腾讯混元、百度文心等相关产品。这是当前AI应用最核心的赛道，用户通过自然语言与AI交互以完成各种任务。

11月表现：对话类AI依然是流量之王。全球范围内，ChatGPT一家独大（月活跃用户约8.75亿），“一超多强”的格局明显：Gemini凭借Google生态迅速积累3亿级用户；Anthropic Claude作为后起之秀用户量尚不足ChatGPT的十分之一；国内的深度求索、豆包、元宝等则各自拥有数千万到上亿的用户量。在移动端下载榜Top10中，聊天/助手类应用占据了超过一半席位，足见需求之旺盛。本月数据也显示用户黏性在加强：ChatGPT等主流聊天机器人的平均每用户访问频次在提升（如ChatGPT网站月人均访问约12次以上）。与此同时，新玩家不断涌现：如小冰公司的虚拟人对话、各类二次元聊天机器人等在特定人群中流行，尽管未进主流榜单但增长可观。整体而言，对话AI赛道已进入产品成熟期，头部应用增长放缓但基础盘庞大，新应用通过特色功能切入细分市场（如主打某种人设的陪伴机器人）。

未来趋势：预计该赛道将朝两个方向演进：一是综合型助手进一步提升“智商”和连接能力，向通用人工智能（AGI）方向逼近——这意味着ChatGPT、Gemini们会变得更聪明、更懂工具和上下文，牢牢锁定大部分用户；二是定制化助手涌现，各类垂直领域或人群定制的聊天AI满足差异化需求，例如企业知识库机器人、医生助手、律师顾问等。这些定制助手可能通过调用基础大模型微调而来，在专业场景提供更精准服务。可以预见，对话AI的竞争将更加内涵式（拼对话质量、长期学习能力）而非简单拼用户量，新一轮比拼或在于持续的模型升级和生态整合（哪个助手能无处不在地接入用户工作生活，就能胜出）。

4.2 智能搜索与知识问答

赛道概述：指融合大模型的搜索引擎、问答系统等，例如新必应（Bing Chat）、Google AI Search、百度AI搜索、Perplexity、Quark夸克、360纳米搜索等。这类应用将搜索与生成式AI结合，让用户以对话形式获取信息。

11月表现：AI搜索已成为搜索引擎标配功能之一。全球来看，Google在这方面后来居上——Gemini作为AI中枢融入Google Search，每月提供超过15亿次AI概括服务，极大提升了用户搜索体验。微软的必应Chat虽然未直接出现在榜单（可能因其流量计入Edge浏览器），但Edge月活用户超8415万且稳步上升，其中很大一部分归功于内置的AI助手功能。第三方AI问答产品方面，Perplexity一度风靡，但本月活跃用户仅3400万级且下跌30%（Web端），显示用户正回流到大型搜索平台的自带AI上。国内市场则是百花齐放：百度AI搜索月活6.24亿，仍是绝对主力；阿里夸克、360纳米、秘塔等纷纷推出类ChatGPT搜索功能，吸引了部分年轻用户尝鲜（如360纳米AI搜索访问量环比翻倍）。值得注意的是，搜题类教育问答也可归为知识问答的子赛道，小猿搜题等App本月用户增长36%。这说明在垂直知识领域（教育、医疗等），AI问答正在承担原本搜索无法满足的深度解答需求。

未来趋势：搜索即对话将成为常态。我们预计到2026年，大部分用户在使用搜索引擎时，会默认得到AI整理的直接答案，而不是传统的一串链接。这对搜索赛道参与者提出更高要求：需要持续优化检索+生成融合技术，确保答案准确可靠。未来的竞争重点在于数据权威性和实时性（谁能接入更全更新的数据并保证正确）、多模态呈现（搜索答案不只是文字，还有图表、视频生成）以及用户隐私和安全（AI回答不误导不违规）。

在中国市场，专业垂直搜索（如医学、法律）可能出现由行业领军企业推出的AI搜索细分产品，填补通用搜索无法覆盖的专业空白。总体而言，智能搜索赛道前景广阔，其作为信息获取入口的地位不会被取代，反而因AI赋能变得更实用，但市场份额将进一步向技术领先者集中。

4.3 图像生成与编辑

赛道概述：涉及利用AI进行图片创作、编辑、美化的应用，包括文本生成图像（如Midjourney、Stable Diffusion衍生产品）、照片编辑增强（如Remini、美图秀秀）、背景移除与抠图（如Remove.bg、Cutout.pro）等。

11月表现：图像类AI应用在大众和创意人群中均保持高热度。图片编辑/处理工具方面，全球知名的Remove.bg月访问量达2455万次，保持稳定；Remini月活用户约6620万，在全球App中名列前茅；中国的美图秀秀月活也达到1.04亿，体现出消费者日常修图对AI的强劲需求。这类工具以其实用性（如一键去背景、画质增强）获得了长尾用户青睐。图片生成创作领域，虽然Midjourney等仍主要通过Discord等渠道服务重度用户，但网页端数据也不容小觑：Midjourney官网月访问约383万（可能因Discord分流）。各类面向普通用户的生成式绘画App层出不穷，例如本月全球增长较快的有DaVinci AI绘图（下载量195万，+165%）。在国内，即时成画的即梦AI网站访问接近千万次。同时，一些中国团队的出海产品在该赛道表现突出，如SeaArt AI在海外以2826万访问量位居榜首。总体看，图像赛道已趋于两极：一端是专业/发烧用户偏好的高质量生成（Midjourney、Stable Diffusion社区等），另一端是大众用户青睐的傻瓜式编辑增强（Remini、美图系）。两类应用均有庞大市场，但用户重叠度不高。

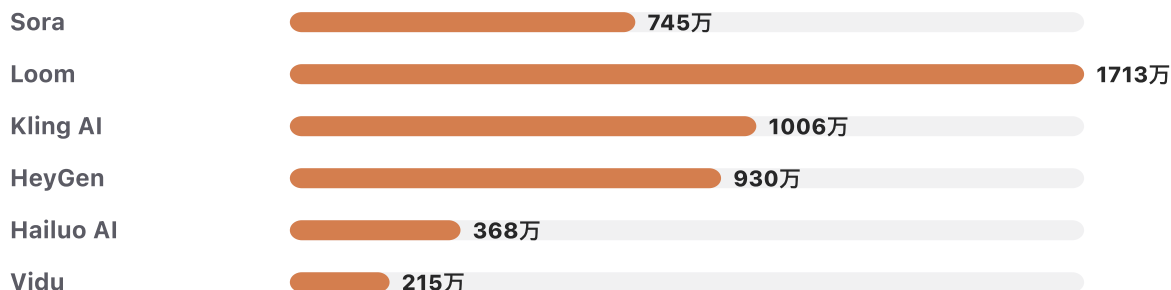
未来趋势：预计AI绘画和图像处理将在未来几个月持续升温，尤其随着模型的迭代升级。文本生图方面，多模态大模型的成熟（如GPT-5可能具备更强制图能力）将大幅降低创作门槛，我们可能看到更多融入社交或办公平台的创作小工具，让用户随手生成所需图片。这可能部分分流独立绘画软件的流量。照片编辑方面，AI将进一步提升自动化和智能程度，例如智能识别场景一键出多风格照片、视频帧画质批量提升等功能将涌现。可以预见，图像赛道的竞争重点在于模型效果和速度——谁能生成更真实美观的图像且响应更快，谁就能赢得用户。同时，内容审核与版权保护仍是必须解决的问题，否则此领域可能受到监管收紧影响。长期看，AI图像生成编辑有望和传统设计软件深度融合，成为内容创作的基础设施之一，用户规模将在现有基础上再上新台阶。

4.4 视频生成与编辑

赛道概述：涵盖利用AI进行视频内容的生成、合成与剪辑的应用，包括AI视频创作（如文本生成动画、数字人演示等）、智能视频剪辑、换脸换声等技术。相比图像，视频AI技术更复杂但潜力巨大。

11月表现：本月AI视频赛道开始涌现一些令人瞩目的产品。全球网站榜上，多款AI视频工具进入Top100：如Sora (OpenAI旗下的视频生成实验) 本月有约745万活跃用户，环比大增143%（数据源自App榜估算，需结合实际开放程度）。中国公司的探索也在显现：快手推出的Kling AI（AI视频生成）网站访问约1006万次，稳居出海榜第10；另有HeyGen（中国团队，AI数字人视频）全球访问930万，环比上升7.6%，以及海螺Hailuo AI（国内团队，文本生成动态视频）访问368万活跃用户，猛增14.7%。移动端方面，AI视频编辑应用受到欢迎：比如小影科技的VivaCut在海外月活用户超过1351万，环比增长7%；YouCut、PixVerse等也有上百万级下载和两位数增长。这类应用通过AI辅助剪辑（如自动字幕、智能镜头推荐）来降低视频创作门槛。值得注意的是，专注短视频剪辑的巨头应用（如抖音/快手）内部也在加强AI功能，使得独立AI视频App需要不断创新才能突围。

图 8 | 视频生成/编辑类 Web 头部（月访问量）



数据来源：非凡产研

单位：万次

未来趋势：AI视频赛道被视为下一个爆发点。随着算力和模型优化，生成视频的质量和效率会在2026年显著提升。我们预计以下趋势：1) 数字人/虚拟主播应用将更加普及，企业和自媒体会使用AI生成的视频内容进行营销和展示，催生新市场；2) 全自动视频创作工具兴起，用户只需提供主题或脚本，AI即可生成短视频成品（目前已有初步雏形，未来效果会更好）；3) 传统视频剪辑软件将全面内置AI助手，实现剪辑流程的智能化（如自动粗剪、智能特效推荐）。可以想见，当AI视频质量足以乱真且成本低廉时，互联网将迎来内容供给的大爆发。这既是机遇也是挑战：平台需要应对泛滥的合成视频和潜在的深度伪造风险。因此本赛道还需关注监管和伦理走向。但无论如何，视频+AI是大势所趋，从本月数据的快速增长苗头已经可以看到端倪。

4.5 音频与音乐AI

赛道概述：包括AI生成语音、音乐创作、音频处理等应用。例如文本转语音(TTS)、AI配音助手、音乐生成器（AIVA、Suno）、音频编辑降噪（Adobe Podcast等）。

11月表现：音频AI赛道虽相对小众，但也出现了一些高人气产品。音乐生成方面，本月Suno是一款AI音乐创作平台，月访问量达6285万次（数据源自历史趋势估算，本月Suno未在Top榜单直接体现，但Vocal Remover有362万活跃用户）。语音合成和配音助手应用在国内外也有不错表现：如科大讯飞、微软Azure等提供的TTS服务日均调用量持续走高。音频编辑方面，Adobe的AI音频工具Podcast (Enhance) 帮助用户一键去除杂音和提升音质；国内一些APP（如某些配音秀、朗读助手）也开始内置AI变声和降噪功能。本月增长较多的还有Vocal Remover等音乐分离网站（活跃362万），满足音乐爱好者提取伴奏的人群需求。

图 9 | 音频与音乐 AI 工具（月活跃用户）



数据来源：非凡产研

单位：万

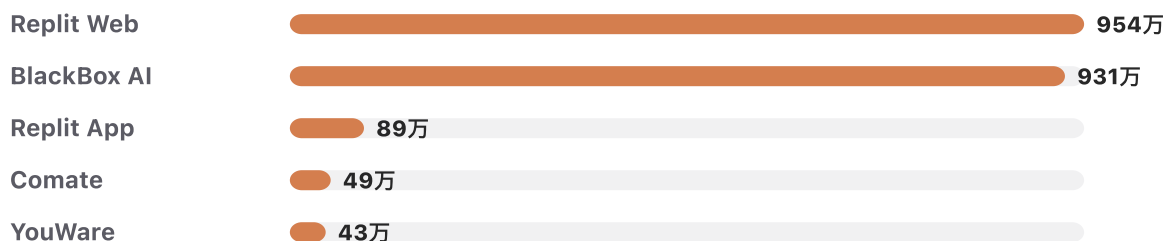
未来趋势：音频和音乐领域的AI有望稳步渗透到创作和娱乐行业。未来看点包括：AI歌手/曲库逐渐规模化，用户可能定制虚拟歌手演唱任意歌词曲调；个性化语音助手更拟人，目前智能音箱等设备的合成音将变得更自然多样；音频处理将更智能易用，比如视频博主可以更轻松地用AI给影片配乐、配音。由于音频AI技术门槛相对较低，预期会有大量UGC内容因此诞生（例如AI朗读小说、有声书等）。同时版权问题需要业界协同解决，否则AI改编音乐、模仿歌手嗓音等可能引发法律纠纷。整体而言，音频AI市场目前体量不及文本和图像，但随着技术成熟，其长尾价值会逐步释放，2026年或许能看到一个千万量级用户规模的明星AI音乐平台出现。

4.6 代码与开发者AI助手

赛道概述：指辅助程序员进行代码编写、调试的AI工具，包括IDE插件（GitHub Copilot、Tabnine等）、对话式编程助手（Replit Ghostwriter、Cursor等）以及面向学习者的代码问答平台（如Kaggle新增AI助手）。

11月表现：AI编程助手在开发者社区反响热烈，但因用户基数相对专业人群，小部分产品进入榜单中游。Replit本月表现抢眼，Web端访问量954万，App端下载量89万且环比猛增344%。BlackBox AI访问量931万。国内百度Comate代码助手虽然基数较小（Web活跃49万），但增长迅速（+230%）。这些数据反映出相当数量的程序员在日常编码求助AI工具解惑，提高效率。另外，Replit近期将其AI助手扩展到移动端，说明AI编程辅助正在从PC走向移动，帮助初学者随时练习编程。国内方面，腾讯、华为等公司已在内部IDE和云开发平台中集成了代码大模型，但对公众的影响还需时间体现。不过可以预见的是，Copilot类助手已成为开发新常态：GitHub Copilot虽然没有公开用户数据，但据官方披露其装机量和调用次数在过去一年暴增。开发者群体对AI的接受度很高，甚至出现“不会用AI编程就落伍”的共识。

图 10 | 开发者/代码 AI 助手（月访问/下载）



数据来源：非凡产研

单位：万

未来趋势：AI开发助手赛道将深度融入开发流程，而非作为可选工具存在。我们展望未来几个方向：1) IDE内置AI全面普及：微软等已经将Copilot嵌入VS Code等，未来所有主流开发环境都将标配AI助手，新手和资深程序员都会将繁琐代码交给AI生成。2) AI自行编写完整程序成为可能：随着GPT-5等提升了规划能力，给定需求由AI一次性产出可运行项目将不再是幻想，人类更多扮演审核和调优角色。3) 编程教育将因AI而变革：学生可以随时询问代码含义、让AI辅助改错，从而更快掌握编程。这可能带来开发者门槛降低、更多人参与编码的良性循环。从市场角度，AI代码助手虽然用户数不像通用聊天那么庞大，但用户付费意愿强（因为直接提升生产力），因此各大公司都会加码这一领域。可以预期明年我们会看到更多专业性强的模型（如专攻前端、算法的AI助手）推出，以及AI在软件工程流程的其他环节（需求分析、测试生成等）扩展应用。

4.7 情感陪伴与虚拟人

赛道概述：指以陪伴、社交为目的的AI应用，包括虚拟朋友、数字恋人、角色扮演聊天等。这类应用满足用户情感交流和娱乐需求，典型如Character.AI、Replika、国内的猫箱、各类二次元AI女友等。

11月表现：情感陪伴AI是今年崛起的独特赛道，全球已有重量级产品出现。最突出的例子是Character.AI，月访问量达1.81亿次，在全球Web流量排名第6，证明了AI陪伴对大众的吸引力之强。本月海外市场中，中国团队的CrushOn.AI（1986万访次）和作业帮出海的PolyBuzz（3357万访次）都在情感聊天领域取得佳绩。移动端方面，新锐应用Emochi通过提供卡通角色聊天体验，在海外下载量达226万，环比增长66%；而国内“猫箱”等二次元陪伴App亦在悄然走红（下载量59万，环比+366%）。可以看到，年轻用户和宅经济是驱动这类应用的主要因素：用户将AI角色视作朋友、宠物甚至恋人，进行长时间互动。这种强黏性让情感AI的用户参与度甚至高于工具型应用。然而也需关注，本月Character.AI等访问量略有下滑迹象，一方面可能是竞争加剧分流用户，另一方面也提示此类产品必须不断丰富角色和对话品质，才能留住用户的新鲜感。





数据来源：非凡产研

单位：万

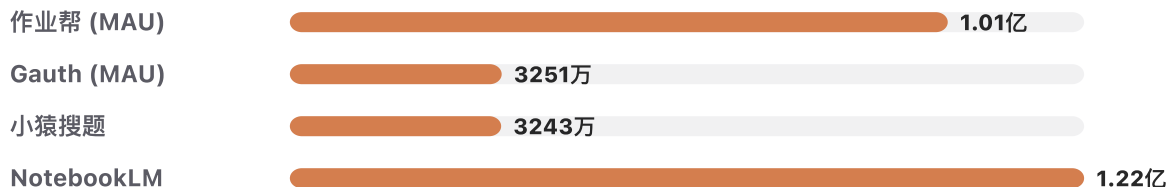
未来趋势：情感陪伴AI前景广阔，但也充满挑战。趋势上看，虚拟人技术的发展（更生动的形象、更真实的语音）将赋予AI伙伴更强存在感，可能出现栩栩如生的AR虚拟同伴与用户随时相伴。同时，个性化将是关键：未来的AI朋友会记忆用户喜好、成长经历，真正提供类似真人的情绪支持。这将吸引更多用户特别是孤独人群。然而，该赛道必须应对伦理与安全问题——如何防止用户对AI过度沉迷、如何规避不良引导和隐私泄露都是监管关注点。近期一些国家已开始研究虚拟伴侣的监管框架。因此，情感AI开发者需要在增强真实感和确保安全边界间取得平衡。商业模式上，此类应用有望通过会员订阅、虚拟礼物等盈利，ARPU值可能高于普通工具应用。综合判断，情感陪伴AI将在未来保持小众却粘性超高的特征，或许不会成为人手必备的全民级应用，但会长期服务一部分深度用户，并在社交文化上产生影响。

4.8 教育与学习

赛道概述：指运用于教育场景的AI应用，包括解题辅导（如作业帮、小猿搜题AI版）、个性化教学（AI家教）、语言练习伙伴、学术研究助手等。

11月表现：教育领域对AI的需求非常明确，本月榜单中多款教育类AI应用表现稳健。国内作业帮App月活超1亿，继续成为中小学生和家长的常用工具。作业帮整合了拍照搜题和AI讲解功能，巩固其领先地位。小猿搜题在加入生成式解答后，本月活跃用户3243万，增长36%。字节跳动的少儿AI教育产品豆包爱学（原河马爱学）本月下载量573万，增长31%。海外市场上，字节跳动出海的Gauth AI学习助手拥有约3251万月活用户，表明拍照解题类需求在全球普遍存在。除了K12教育，高等教育和科研也在使用AI工具：如NotebookLM(Google出品的笔记理解助手) 月访问1.22亿，环比+16.5%，很多学者用它来梳理论文资料。专业领域，如医学考试、编程学习等，都出现了AI助教的身影。可以总结，本月教育赛道用户基础庞大且稳步攀升，但增长率相对温和，多在10%以下，表明此领域产品已进入较成熟阶段，新增用户主要来自新学年或新品类开拓。

图 12 | 教育学习类 AI 应用（月活/访问量）



数据来源：非凡产研

单位：万

未来趋势：AI在教育中的应用将更加深入多元。个性化学习是大势所趋：未来每个学生都有一个AI导师，根据其薄弱项和兴趣定制学习方案，并持续陪伴答疑。随着大模型理解力增强，AI讲师将不仅会解题，还能讲知识点、出考卷、甚至纠正作文。这将解放大量教师精力，也使偏远地区获得优质教育资源成为可能。另一方面，AI素质教育也值得关注，像音乐、美术、编程启蒙等将出现贴身AI教练，引导儿童在实践中学习。需要注意的是，教育AI的内容准确性和价值观正确尤为重要，监管者会对教育AI输出进行严格审查，开发者需确保模型输出符合教学大纲和伦理要求。长远看，AI有潜力重塑教育形态：例如实时分析课堂表现、动态调整教学策略等等。在市场层面，拥有资源和数据优势的教育巨头（如作业帮、猿辅导）会借助AI进一步巩固地位，新兴玩家则可能通过细分科目AI（比如只教编程的AI老师）切入。但总体而言，教育赛道的格局变化不会像娱乐应用那样瞬间见效，而是一个逐步渗透的过程。可以预见，2026年开始，AI助教将成为主流学校和在线教育平台的标配，学生和家长对AI辅导的依赖度大幅提升。

4.9 企业服务与其它赛道

除了上述主流赛道，一些企业服务型和其他细分AI赛道也值得一提。例如AI客服与商业工具：本月一家专注客服机器人的中国出海产品Livex月访问增长了62倍（虽然基数较小，达到92万访问），表明企业对于AI客服的需求在激增，各类客服机器人、智能销售助手会越来越多地替代人工一线支持。内容创意辅助：如AI写作润色工具Quillbot月活用户达2424万、Grammarly更达到2768万，显示办公人士对改写、校对的需求持续存在，未来这类工具可能进一步集成进办公套件。还有AI内容检测：因生成内容泛滥，内容真实性检测工具也有上涨迹象，典型如ContentDetector本月流量增长305%。安全与编审领域也在尝试AI的力量，比如算法审阅合同、AI风控等，虽然未直接体现于大众榜单，但在B端已逐步推广。可以说，几乎所有行业都在探讨将AI作为赋能引擎，这些垂直赛道虽然单一看规模不大，但加总起来市场潜力巨大。预判未来，AI将在企业服务、法律、金融、医疗等专业领域扮演更重要角色，也会催生不同赛道的新领军者。尤其当基础模型经过专门调优投入产业应用后，我们可能看到行业AI解决方案的标准化和规模化。

05 出海观察

本月，中国AI产品在海外市场的表现可圈可点，涌现出许多值得关注的现象和案例。

首先，从榜单成绩看，中国厂商在全球AI应用榜上占据了重要席位。无论是Web端还是App端的全球Top10，我们都能见到来自中国的身影：例如深度求索、豆包作为唯一“国内市场”属性的应用挤进全球榜前列；App下载全球前十中也有豆包、腾讯元宝等本土应用。这意味着中国的AI产品即便以国内用户为主，其规模体量已不可忽视。而在专门的出海榜中，中国团队更是主角：出海Web榜Top10被清一色的华人团队包揽，出海App榜Top10里中国公司产品也占据大半江山。这表明中国AI公司整体出海浪潮凶猛，且收获了实际的用户规模。

具体来看，字节跳动是本月出海表现最亮眼的公司。旗下的Cici AI聊天助手不仅下载量全球领先（近2000万次），月活用户也突破5700万。这款产品定位海外版的通用聊天助手，凭借TikTok等渠道的导流以及ByteDance擅长的市场运营，在东南亚、欧美新兴市场快速铺开。字节系还有Hypic修图、Gauth学习、甚至剪映海外版等多款应用纷纷上榜，反映出ByteDance采用了多产品矩阵策略，将国内成熟的AI产品形态复制到海外，针对不同垂直领域抢占用户时间。例如Hypic对标的是Remini等海外图片增强应用，但Hypic月活已达到4800万，几乎赶上Remini的6600万。这显示出中国公司通过快速迭代和本地化，完全有能力在海外与先行者分庭抗礼。

阿里巴巴则通过开放技术与生态合作在出海取得进展。阿里的通义千问模型（Qwen）开源后，海外开发者可以使用，这带来了品牌影响力提升。同时阿里直接推出了Qwen聊天海外版网站，11月有超3000万访问。尽管与ChatGPT相比还有差距，但这证明中国大模型走向海外用户端的探索迈出了重要一步。此外，阿里收购的GauthMath成为海外学生常用的解题App（月活3251万），也是本土技术成功出海的案例。未来阿里或许会将更多AI能力嵌入其跨境电商生态，比如面向卖家的智能客服、选品助手等，这是值得关注的方向。

创业公司方面，许多中国初创团队在海外找到了用武之地。例如专注AI抠图的Cutout Pro、提供AI聊天社区的FlowGPT（其产品Emochi走红）、主打AI视频的HeyGen、定位客户支持的Livex等等。这些公司往往切入细分赛道，以极致产品体验赢得用户。例如Cutout Pro在背景移除领域做到了效果和速度俱佳，月访问量达到1382万；FlowGPT社区利用国内对话模型能力推出二次元聊天，成功获取欧美年轻用户。这些故事说明，中国创业者并不局限于国内市场，技术出海+产品出海双轨并进是常见模式。特别值得一提的是，在AI伴侣、二次元内容等某些国内受限或小众的领域，中国团队在海外反而能大展拳脚，如作业帮的PolyBuzz、猫箱海外版等，利用国外更宽松的内容环境获得发展空间。

与此同时，我们也观察到中国出海AI与海外本土产品的差异：很多中国出海AI更偏向工具和功能型。比如各类图像、视频处理应用，本质上提供的是具体功能服务，用户门槛低、使用频率高。这类应用中国团队有工程效率和成本优势，易于取得竞争力。反观海外本土AI明星，多为通用平台型（ChatGPT、Character.AI等）。中国厂商目前在欧美还未出现一个能与ChatGPT正面竞争的现象级应用，但在众多垂直细分领域已经后来居上。这种“农村包围城市”式的策略或许会继续奏效：当中国工具类AI在全球聚拢了亿级用户，也可能反哺基础模型的改进，进而有实力挑战通用AI领域。

需要指出的是，中国AI出海也面临一些挑战：包括文化与语言本地化（例如情感AI需要理解各国文化才能提供贴心对话）、品牌信任和合规（某些国家对中国科技公司的数据安全有疑虑）等。但从本月情况看，多数应用通过使用中性品牌、遵循当地法规，顺利赢得了用户认可。比如Cici AI并未突出与字节跳动的关联，以确保品牌独立性；Transsion的翻译App依托其手机在非洲的声誉，取得先发优势。

总的来说，中国AI出海已从“单点冒头”发展到“全面开花”阶段。无论在To C端的聊天、影音、工具，还是To B端的客服、营销，均有中国团队的身影与成绩。展望未来，随着国内AI产业竞争白热化，出海将成为更多中国AI公司的战略选择。

而那些已经站稳脚跟的先锋，会进一步扩大影响力。例如ByteDance有望将其AI应用组合推向更多国家、阿里腾讯可能联手合作伙伴打造海外行业AI方案。可以预见，中国与海外在AI应用层面的交流互动将更加频繁和深入，全球AI市场也将因此更加多元竞争、百花齐放。

06 结语与展望

回顾2025年11月，全球AI应用领域呈现出蓬勃发展、此消彼长的动态景象：一方面，ChatGPT 等头部应用依旧强者恒强，在规模和能力上引领行业；另一方面，新玩家、新赛道层出不穷，从Google Gemini的崛起到中国千问等的爆发，无不昭示着创新的活力。本月的数据见证了AI应用从年初的野蛮生长逐步走向生态化和专业化：各大巨头将AI融入自家生态系统，提供无缝体验；垂直领域的AI工具深入专业场景，解决实际问题。

展望接下来的发展趋势，可以预期几个关键方向：

模型升级与产品创新并行：基础模型的持续进步（如GPT-5.x系、Gemini 3等）将赋予AI应用新的能力边界。例如更强的推理、更长的上下文、多模态融合等，这些能力会体现在新功能上，推动用户增长的新高潮。同时，产品形态也会不断创新，各类结合AR/VR的AI应用、具有人格的AI形象等可能走入大众视野。

全面渗透主流软件：未来几个月内，我们将看到AI从独立应用逐步嵌入日常软件。Office办公套件、搜索引擎、社交网络、设计工具.....都会把AI作为标配功能提供给用户。届时，衡量AI应用影响力的方式也许不再是某款App的下载量，而是看AI功能的使用覆盖率。因此行业将更加关注生态占领：谁的AI服务能覆盖更多入口，谁就赢得下一阶段竞争。

中国市场后来居上：在政策和技术双轮驱动下，中国AI应用有望迎来加速追赶。我们可能会看到国内用户规模在2026年出现跳变式增长，甚至有潜力诞生世界级规模的本土AI产品。尤其在教育、医疗等本土优势领域，中国AI应用可能实现对海外的反向输出。同时中国公司出海的势头也将延续，海外用户对中国AI的接受度提升，进一步拓宽增长空间。

细分赛道深耕与整合：各垂直赛道的AI应用会继续打磨专业能力，服务深入程度提高。例如医疗AI从科普问答升级为初步诊疗建议，法律AI从查法规升级为起草文书。但同时，不同赛道之间也会出现融合趋势——比如办公助手可以包含写作、制图、分析等多个功能模块，一站式满足用户。超级应用和专业工具将并存发展，为用户提供由浅入深的选择。

监管与伦理：最后不得不提，在繁荣背后，监管政策和伦理考量将成为影响AI应用走向的重要因素。欧盟等地的AI法案可能在2026年正式落地，国内对AI内容的审核也会持续完善。短期内看，政策环境总体利好合规发展的企业，但也要求从业者筑牢红线。那些在安全、隐私上表现突出的AI应用，有望赢得用户和监管的双重信任，获得更稳健的长期发展。

总而言之，2025年11月只是AI应用变革大潮中的一个精彩缩影。站在岁末展望，AI应用领域正加速迈向成熟与大众化的新阶段。无论是个人生活、工作，还是行业产业，AI应用都将发挥越来越关键的作用。可以预见，未来的榜单竞争将更加激烈，但这竞争背后是技术进步为人们创造的巨大价值。我们有理由期待，接下来的一个月乃至一年里，AI应用会给世界带来更多惊喜与改变。在机遇与挑战并存中，拥抱变化、顺势而为的从业者将共同谱写下一段AI浪潮的辉煌篇章。