

{ 2025年人工智能
公众态度追踪调查 }

AI的 中国 时刻

2025

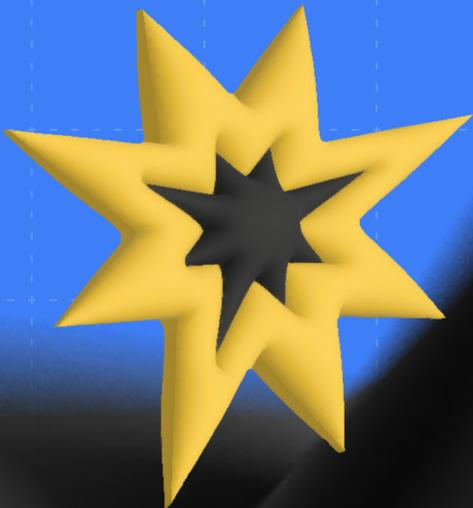
全民“上头”进行时



AI如何“踩刹车”？



学习



工作

怕AI不行，又怕AI太行

娱乐



导语

INTRODUCTION

如果说 2024 年还有人在争论“AI 时代”究竟到来与否，那么 2025 年，这个问题的答案似乎已经不言自明，AI 正实实在在地融入并影响越来越多普通人的生活。

尤其是 DeepSeek 等现象级产品的横空出世，让中国在全球的 AI 领域大放异彩，拥有了“引领者”的标签。

澎湃新闻 · 对齐 Lab 第二年发起人工智能公众态度调查，追踪调查大众如何使用和看待 AI。

追踪调研于 2025 年 1 月 - 3 月期间，通过澎湃新闻网公开发布，并结合定向样本库进行投放，共回收 1821 份有效样本。样本覆盖全国 31 个省市 287 个地区，00 后受访者占三成以上，出生在 1970 年之前的人群约占 11.7%。

通过分析上述样本，我们发现：

与一年前 2024 年 3 月的调研相比，**AI 正迎来“中国时刻”：国产 AI 强势走进公众视野，助推 AI 的知晓度在国民中进一步扩大。**

核心数据发现

- ① 95.6% 的受访者认为自己了解 AI。对 AI 非常了解的人群占比为 14.3%，较 2024 年 3 月的调研结果翻了一倍。
- ② 与上一年的调研相比，AI 的高光时刻里，出现了更多国产 AI 的身影。DeepSeek 发布、百度“萝卜快跑”上路等事件让受访者印象深刻。此外，普通人的“AI 时刻”来自亲自使用、亲自体验 AI 的占比，增长了约 9 倍，是涨幅最大的“AI 时刻”。
- ③ 只有 5.3% 的受访者认为，在 AI 浪潮下自己可以置身事外，不受影响。
- ④ 替“我”工作是绝大部分受访者对 AI 的期待，但担忧 AI 替代“我”。
- ⑤ 绝大多数受访者对 AI 被用来做判断的现状感到不安，尤其是医疗卫生领域（48.8%）、人事管理领域（44.3%）和教育培训领域（36.1%）。当受访者的年龄越大，他们往往越不放心 AI 在交通运输和投资理财领域的应用。
- ⑥ AI 引发的深度伪造（Deepfake）是受访者最担心的问题，特别是当 AI 被用于电信诈骗、窃取隐私、换脸视频（71.3%），或是被用于虚假信息传播（63.6%）时。
- ⑦ 在 AI 引发的社会问题上，大部分受访者认为，政府和研究大模型的公司应该负主要责任。

目录

CONTENT

1

国产 AI 崛起, 全民“上头”进行时

04

普通人眼里, AI 正迎来“中国时刻”

05

AI 渐入寻常百姓家

09

2

AI 袭来, 没人能置身事外

12

越了解 AI, 人越“麻”了

13

“AI 好用但贵, 还会继续充值”

15

3

AI 和我们, 总得被“优化”一个?

17

未来, 我会被 AI 取代吗?

18

人人都觉得自己行业会被替代

21

对 AI 的期待: 驾驭 AI“牛马”, 帮自己“搬砖”

23

4

面对狂飙的 AI, 如何“踩刹车”?

25

AI 做这些, 我不放心

27

谁该负主要责任?

31



#1

国产 AI 崛起，
全民“上头”进行时

2025 年开年，人工智能初创公司深度求索正式发布了其最新推理模型 DeepSeek-R1 模型。

这款主打开源的国产大模型，凭借不到十分之一的成本，实现了比肩 GPT-4o 的性能，引来了全民热议和大批企业接入。

2 月 19 日消息，已有超 200 家企业宣布接入 DeepSeek，包括多家央企、多地政务系统和微信这样的国民级应用。

DeepSeek 犹如横空出世的“黑马”，让国产 AI 被更多人关注到。

普通人眼里，AI 正迎来“中国时刻”

我们的调查显示，在了解 AI 的受访者中，有接近一半(47.5%)认为“DeepSeek-R1 发布”是近一年中自己认知中的“AI 时刻”。

其次，有 43.4% 的受访者选择了“百度无人驾驶品牌萝卜快跑在武汉市大规模投入运营”这一事件。

与上一年的调研相比，AI 的高光时刻，出现了更多中国的身影。排在前两位的 DeepSeek 和萝卜快跑，都与中国密切相关。而之前的调研中，普通人印象深刻的 AI 事件，几乎都是来自国外。

这一点，在受访者判断哪些有关 AI 的表述是错误的时候也得到了进一步佐证，最多数的人(61.6%)能够指出 DeepSeek 并非一家美国公司的 AI 产品。

国产 AI, 正刷新普通人对 AI 的认知

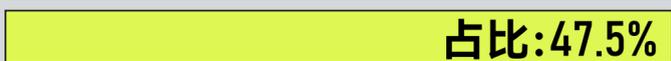
 表示与中国密切相关

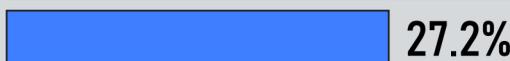
近一年中
受访者认为的AI标志性事件
(2024年4月-2025年3月)

一年以前
受访者认为的AI标志性事件
(2024年3月及以前)

 2025年1月, DeepSeek-R1发布

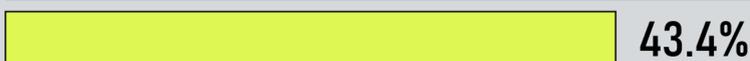
2022年11月, ChatGPT发布

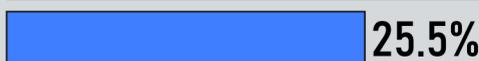
 占比:47.5%

 27.2%

 2024年7月, 百度无人驾驶品牌萝卜快跑在武汉大规模投入运营

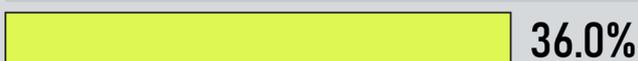
2016年3月, AlphaGo击败围棋世界冠军李世石

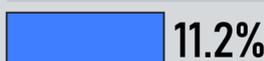
 43.4%

 25.5%

当开始看到越来越多的AI图片和AI视频内容的时候

2024年2月, 文生视频Sora出现

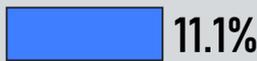
 36.0%

 11.2%

当自己开始使用AI工具的时候

2022上半年, Stable Diffusion、Midjourney等文生图产品发布

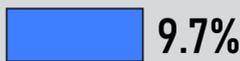
 29.8%

 11.1%

2024年5月, GTP-4o发布

2023年3月, GPT-4发布

 29.7%

 9.7%

2024年2月, 人类首次成功接受脑机接口 (Neuralink) 芯片植入手术

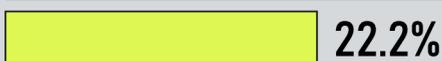
我觉得 AI时代还未到来

 28.5%

 7.9%

2024年2月, 视频生成模型Sora出现

 2023年7月, 妙鸭相机发布

 22.2%

 3.5%

当开始遇到越来越多的AI客服的时候

自己亲手用上了AI, 生成了内容或解决了问题

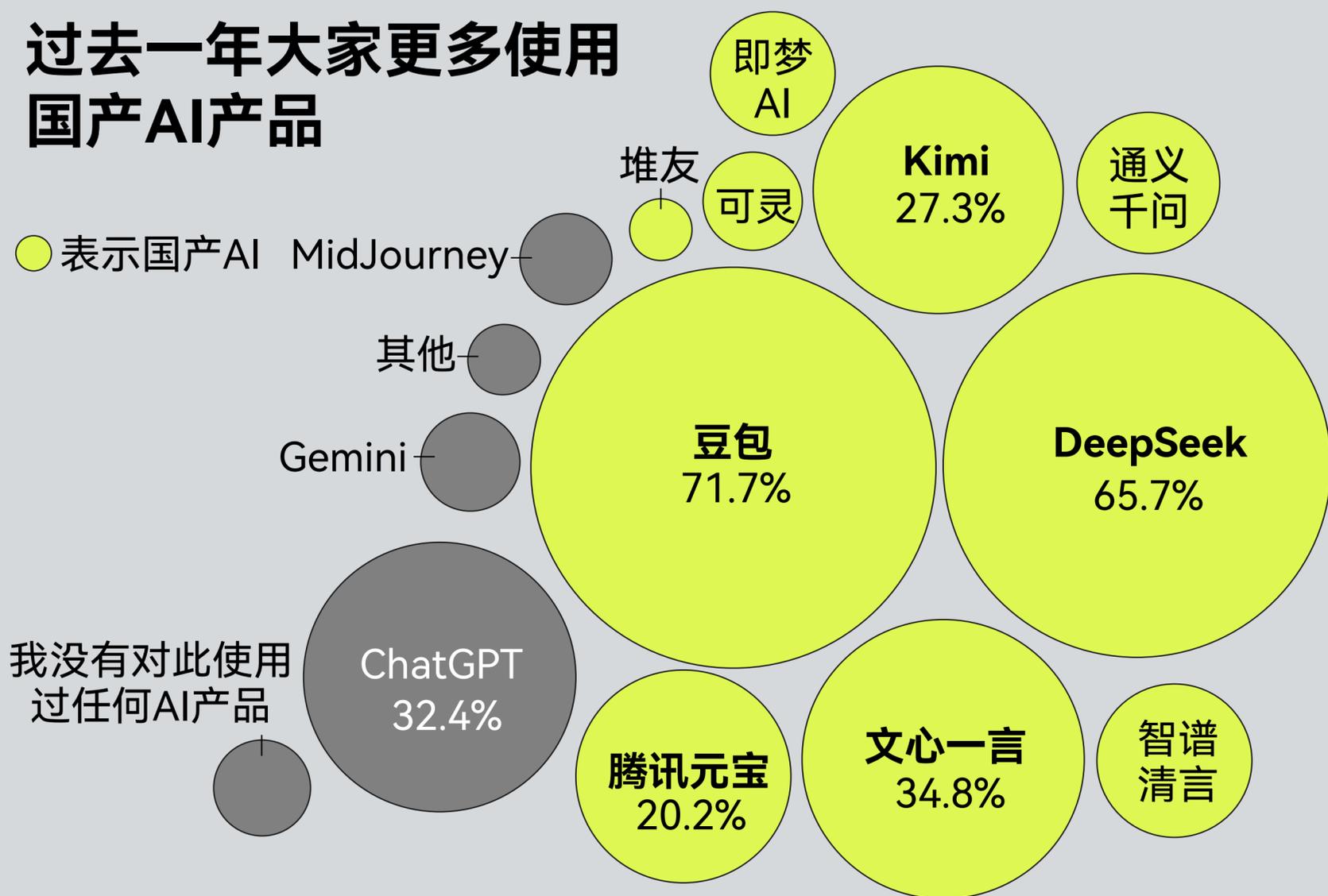
 20.7%

 3.1%

注: 这里受访者为回答了解人工智能的群体

AI 已经不再是热点新闻里的名词。与上一年调研相比，普通人的“AI 时刻”来自使用、体验 AI 的占比增长了约 9 倍，是涨幅最大的“AI 时刻”。国产 AI 的崛起让更多 AI 产品能够落地，普通人用上 AI 的门槛变得越来越低。

过去一年大家更多使用国产 AI 产品



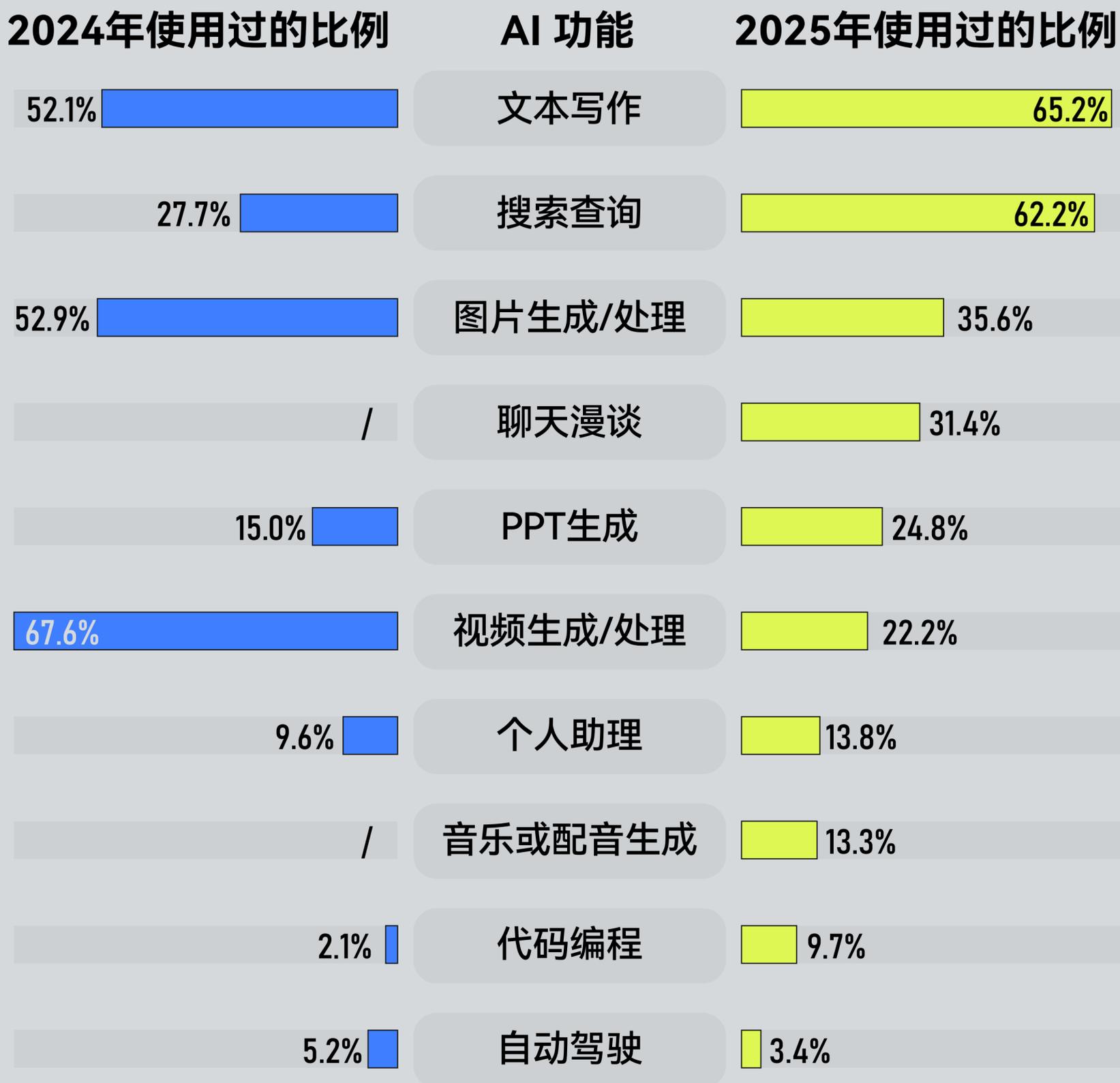
注：这里受访者为回答了解人工智能的群体

豆包、DeepSeek、文心一言等国产 AI 产品，也是普通人在过去一年接触最多的 AI 产品。

数据显示，在了解 AI 的受访者中，超半数的人多次使用过豆包 (71.7%)、DeepSeek (65.7%)。

网站流量分析工具 Smiliarweb 最新数据显示，中国的腾讯元宝、火山方舟和 DeepSeek 进入全球增长最快的 AI 产品榜前十。从 2025 年 2 月全球 AI 访问量总榜来看，DeepSeek 排在 ChatGPT 等海外应用之后，位列全球第四，较上个月增长了 121%。而接入了 DeepSeek 的腾讯元宝，也成为当月的访问量增速最多的 APP。

相比以往，更多人用 AI 来写作、敲代码、查资料



注：1.这里受访者为回答了解人工智能的群体;2.两年调研中，人工智能功能提问的选项有所调整，部分选项进行了合并处理

大众目前对 AI 应用的使用主要集中在文本写作、搜索查询领域。跟 2024 年 3 月的调研结果相比，人们用 AI 来写代码、查资料的热情激增，使用过的比例增幅高达 369.7% 和 125.0%。

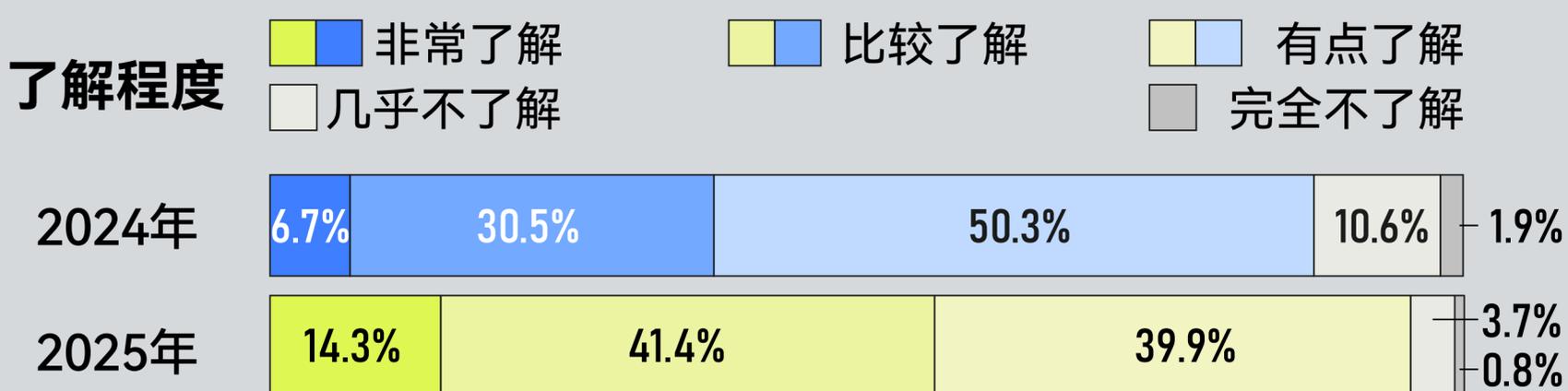
这背后，或许受到了明星 AI 产品的核心功能带动。例如，DeepSeek 被接入到了多家平台的搜索功能；Cursor、Trae 等编程工具，让 AI 写代码变得更简单了。

百闻不如一见，AI 正在以更多方式闯进普通人的生活。

AI 渐入寻常百姓家

“你了解 AI 吗？”，2025 年调查显示，回答“了解”的人，高达 95.6%。

AI下沉，更多人了解到AI



注：了解的比例为选择“有点了解”及以上的群体比例

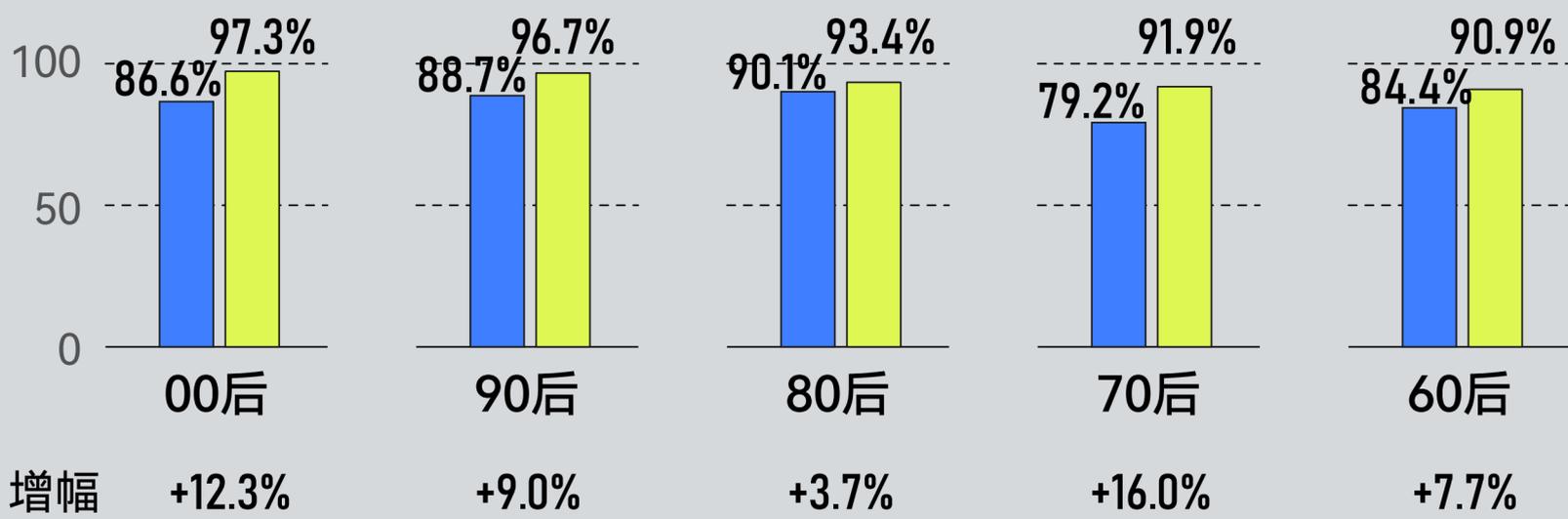
随着 AI 的蓬勃发展，普通人生活中 AI 的介入加深。这一年间，AI 进一步渗透大众。无论是小县城，还是中老年圈层，都逐渐被它渗透。

从地域上看，在三四五线城市、农村地区的朋友们开始更多了解到了 AI。年龄方面，AI 正走进中老年人的世界，不再是年轻人的“专属”。其中，来自 70 后和三线城市的群体对 AI 的了解程度是增长最多的。

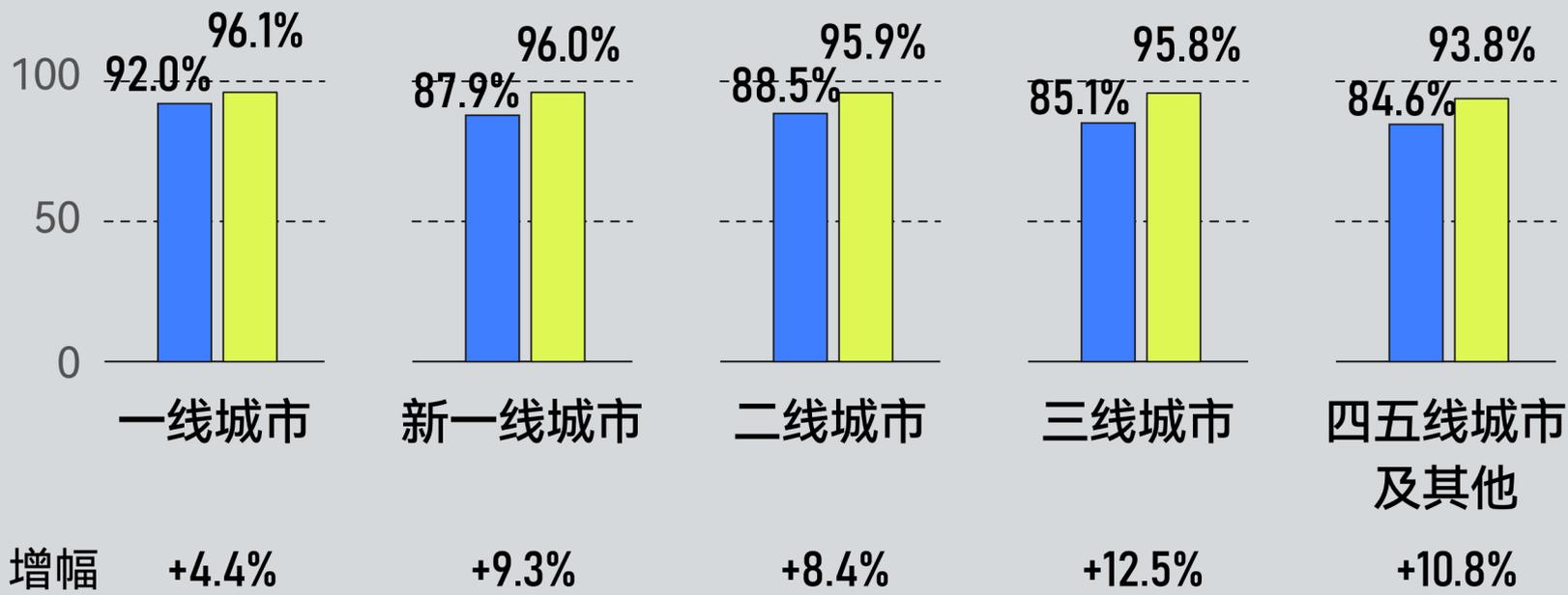
而在调研里的判断题中，各年龄段受访者对于 DeepSeek 的认知水平是最整齐的：能够判断出“DeepSeek 是一家美国公司的 AI 产品”是错误选项的人在各年龄段均达到了 60% 左右，是所有判断题中回答标准差最小的。这也可以侧面说明，DeepSeek 这样的国产 AI，获得了老幼皆知的破圈级知晓度。

2024年3月 2025年3月

从年龄看，00后、70后对AI的了解增多



从地域看，三四五线城市的人了解增多

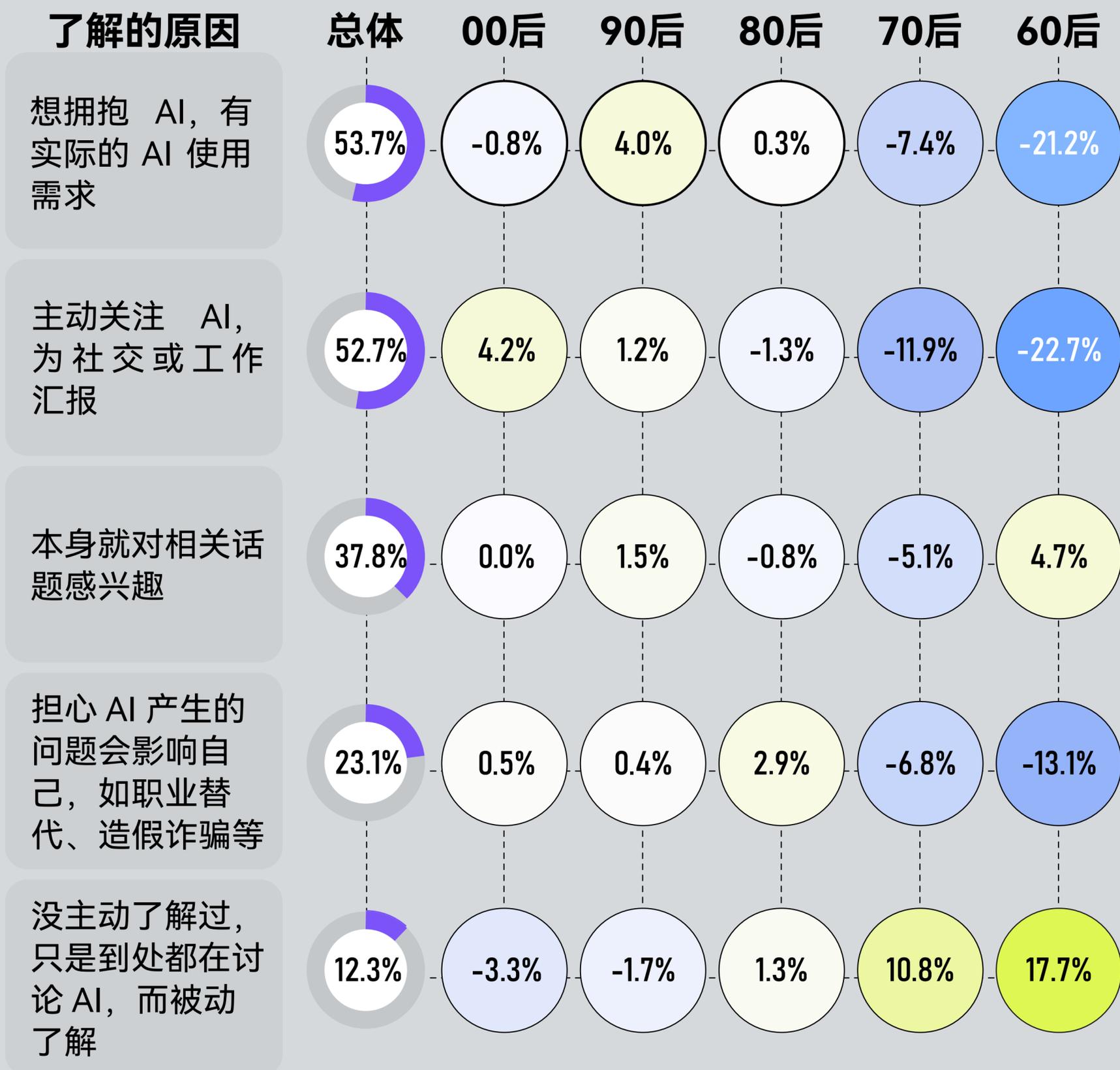


注：其他年龄段因样本量较少而未呈现

而 AI 在各级城市的知晓度扩散，也从互联网大厂的宣传手段上可见一斑。2025 年 3 月，腾讯元宝下乡刷墙图在网络走红。乡村围墙被刷上蓝底白字的“母猪产后护理难，问腾讯元宝”等字样，非常“接地气”。

了解AI，年轻人为工作，60后因兴趣

相比总体更不符合  相比总体更符合



注：1.其他年龄段因样本量较少而未展现；2.各年龄段数据的计算方式为该项在该年龄段的占比-该项的整体占比；3、这里受访者为回答了解人工智能的群体

当问及“为何了解 AI”时，不同年龄层的受访者的回应略有不同。年轻人关注 AI 带有更多的目的性，为了工作、为了社交、为了实际使用需要。

而 60 后群体，退休不退“潮”。他们解锁 AI，更多是兴趣出发，以及周边的 AI 热潮的影响。64% 的 60 后受访者依靠短视频平台，比如抖音、微信视频号等，掌握 AI 最新动态。

至于那些对 AI 进展几乎不了解或完全不了解的人，大多认为 AI 有理解门槛，又或是没有合适的了解途径和没有时间。



#2

AI 袭来，
没人能置身事外

有人说,人间一年,放在 AI 的尺度下,可能只有短短一天。

人工智能的发展,仿佛被按上了加速键。几乎每个月都有 AI 新成果、新应用涌现,令人目不暇接。

越了解 AI, 人越“麻”了

当我们进一步了解人们对 AI 进展的熟悉程度以及感受时发现,他们对 AI 的心态复杂又微妙。

我们的调查显示,当下大众对 AI 依然呈现出压倒性的乐观态度。但人们越了解 AI, 期待值开始下降, 甚至出现了麻木、厌倦等情绪。

这在去年由 Slack Workforce Lab 开展的职场调研中也有所体现。这项覆盖了全球 15 个国家、超过 1 万 7 千名受访者的调研显示, 2024 年不同国家的打工人使用 AI 的比例在上升, 而员工们对 AI 的兴奋度却在随之下降。而老板们仍然对 AI 上头, “All in AI” 几乎成为了全球老板们的统一策略; 99% 的受访老板计划未来一年会对 AI 投入。

毋庸置疑, 用 AI 的人更多了, 但同时, 他们对 AI 的感受也愈发复杂了。

越了解AI，惊喜、期待越少，消极情绪越多

情绪
态度

当下自己
对AI的态度

受访者回答人工智能判断题的结果

■ 80分以上加权占比 ■ 80分以下加权占比



积极

惊喜

36.4%

63.6%

期待

33.3%

66.7%



中立

无所谓

100.0%

麻木

100.0%

平静

57.1%

42.9%



消极

厌倦

100.0%

焦虑（或紧张）

66.7%

33.3%

迷茫

66.7%

33.3%

注：1.80分以上指受访者回答“以下哪些关于人工智能的描述是错误的？”中答对4道及以上（共5道）；2.此处对不同分段的样本数量进行加权占比处理。

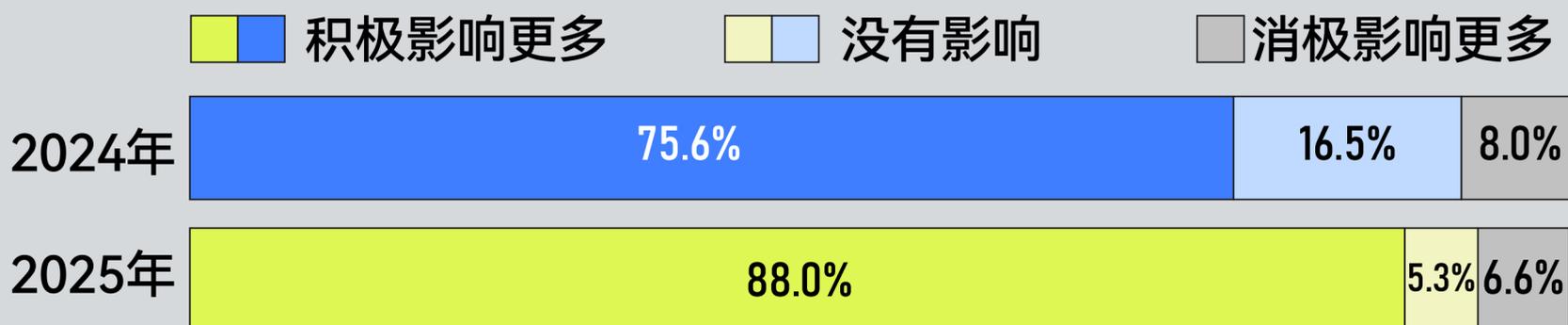
“AI 好用但贵，还会继续充值”

目前为止，在 AI 浪潮下，认为自己可以置身 AI 影响之外的人，仅占少数(5.3%)，较上一年的调研大幅减少。

大部分人仍然觉得人工智能对自己是“积极影响更多”(88.0%)，还有 13.0% 的受访者说过去一年 AI 技术的进步对自己只有积极影响。

近九成受访者认为AI有助于自己

更多人受AI影响，且积极影响更多



多数人认为AI可以赋能



积极影响



消极影响

① 70.5%
赋能提高了职场/学习竞争力

① 31.4%
自己的知识/技能因AI而“贬值”

② 45.2%
更丰富或新颖的娱乐方式，提高了生活质量

② 31.4%
AI工具被用来造假，困扰到了自己

③ 34.9%
减轻家务劳动、日常安排等工作，提高了生活质量

③ 30.1%
感觉跟不上AI带来的变化，享受不到技术红利

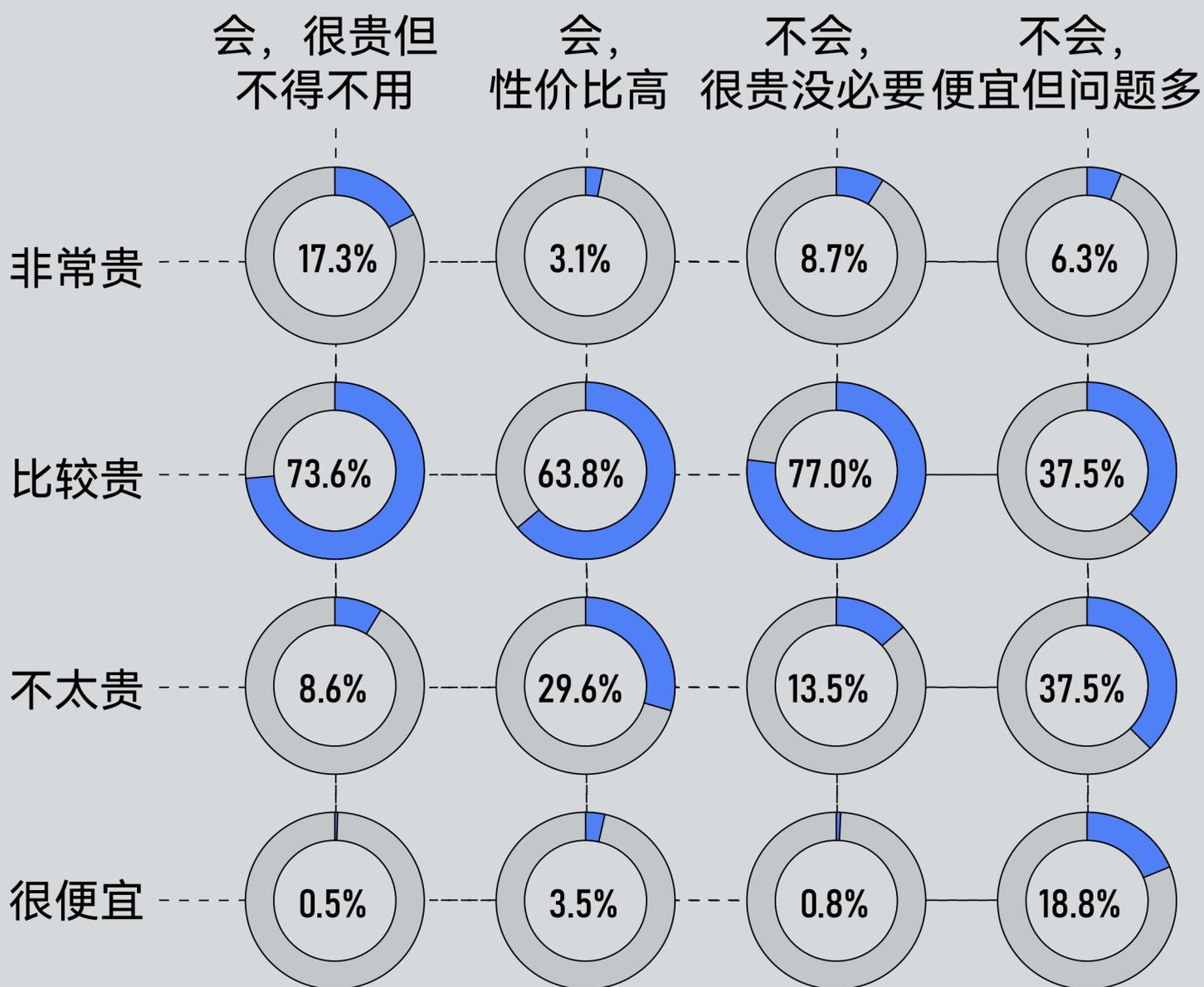
注：这里受访者为回答了解人工智能的群体

我们的调查还显示，超过半数(54.3%)的受访者为使用或学习 AI 花了钱。这些钱主要用在开通会员、购买付费教程、使用 API 服务上。

让人意外的是，在这些为 AI 烧钱的受访者当中，尽管不少人觉得市面上的 AI 产品价格不菲，但仍然会继续为 AI 付费。

虽然觉得贵，许多人还会继续为AI烧钱

是否会继续用AI



对AI产品定价的看法



#3

怕 AI 不行，
又怕 AI 太行

尽管人们都期待能够驾驭 AI 来帮自己干活,但引人注意的是, AI 似乎不是简单的“牛马”,反而逐渐成为打工人的“平替”。

从信息检索到聊天漫谈,从文本写作到代码编写,再从图片制作到视频制作, AI 正在更加广泛、多元的职业领域上“长驱直入”,同时也在改写许多打工人的职场脚本。

AI 和我们,既可能是职场上的合作伙伴,也可能是竞争者。

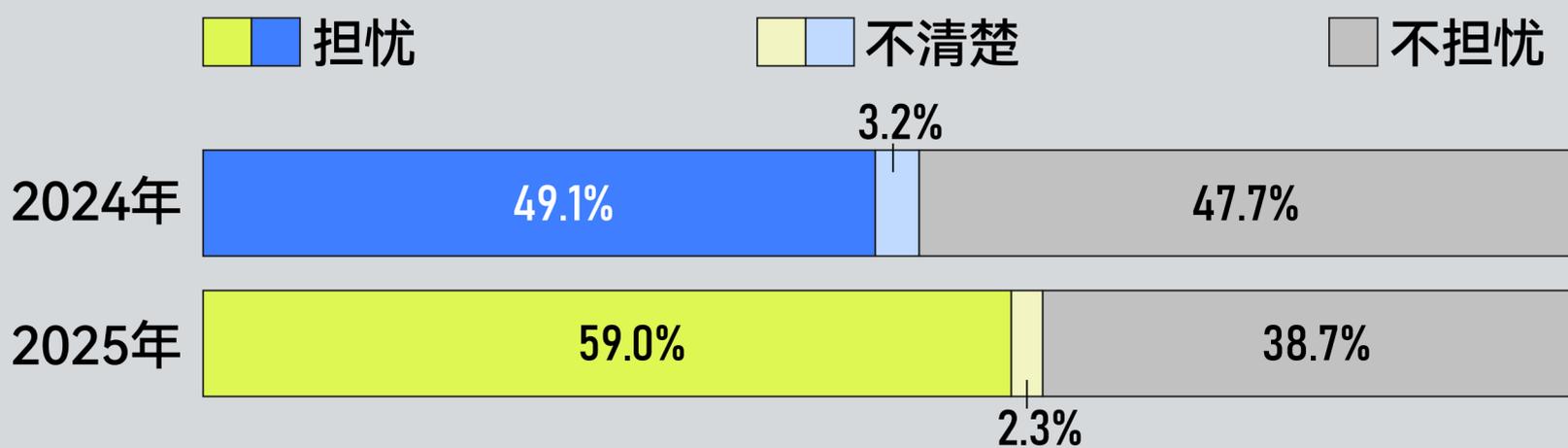
未来,我会被 AI 取代吗?

我们的调查显示,有超半数的受访者(59.0%)担忧自己当前从事的职业或想要从事的职业会被 AI 取代。

与上一年的调研相比,非常担忧和有点担忧 AI 来抢饭碗的受访者均有所增加,比例增幅分别达到 41.5% 和 17.1%。

AI来抢饭碗，打工人怕吗？

过半受访者担心AI替代



多数人认为会否被AI替代只是时间问题

担心

① 56.6%
AI发展得快，影响到自己只是时间问题

② 27.9%
感觉自己的工作任务比较简单，AI随时能胜任

③ 8%
我的专业和技能门槛不高，容易被AI替代

不担心

① 42.9%
距离AI能够替代自己还要很长时间

② 34.1%
技术上看，自己的工作完全不可能被AI取代

③ 11.4%
自己的工作用AI干的成本太高，不划算

注：这里受访者为回答了解人工智能的群体

有意思的是,当考虑 AI 对自己(目标)职业的影响时,不论担心与否,多数受访者都认可 AI 将影响甚至替代自己,唯一的区别只是在于时间的早晚问题。

在抱持担心态度的受访者中,有超过三分之一(35.9%)的人认为自己的工作任务、专业或技能相对简单, AI 随时能够替代。

但与此同时,也有一部分受访者并不担心自己会否被 AI 替代。除了技术存在门槛(34.1%)、用 AI 成本不划算(11.4%)以外,他们还留言了这些理由,来为人类的价值与意义“正名”:

“AI 能淘汰的是不会使用 AI 的人”;

“AI 无法揣摩人的思想”;

“一直认为我们是驾驭 AI 的人”;

“AI 针对于某些行业可能会造成恐慌,对于一些必须用人来完成的工作,完全不需要恐慌”

.....

甚至在有些情况下, AI 的介入,却有可能“越帮越忙”。

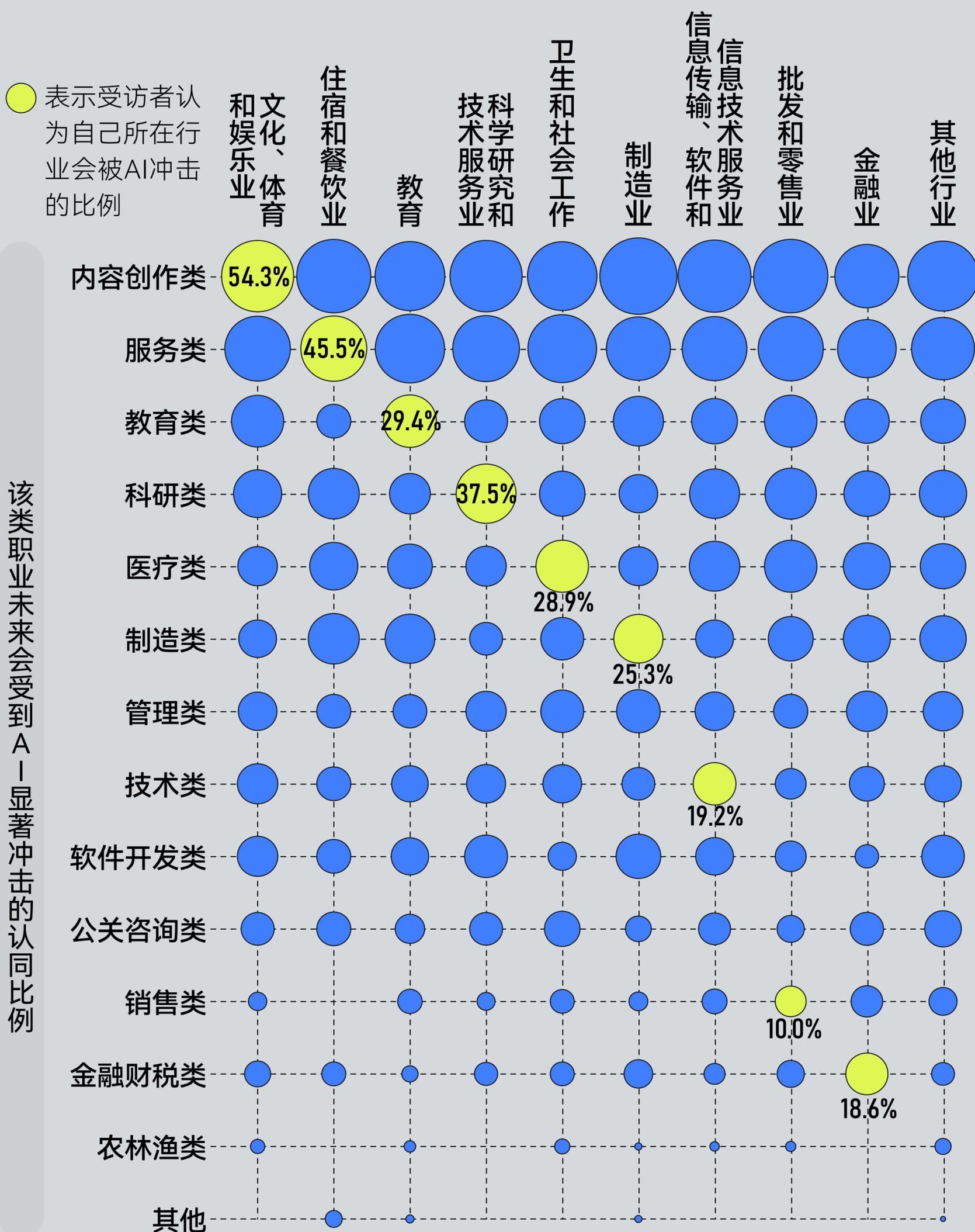
尽管如此,仍不可否认的是,不担忧 AI 替代自己的受访者确实变得更少了,“AI 焦虑”正弥散在以打工人为代表的群体之中。

人人都觉得自己行业会被替代

对于“AI 未来会显著冲击什么职业”这一问题，身处不同行业的受访者们既有共识，也有分歧。

大部分受访者认为自己的行业最容易受AI冲击

受访者所在行业



注：未统计在校/退休/未就业等群体

相比上一年,当面对 AI 迅猛发展的浪潮时,多数受访者仍然认为内容创作类行业首当其冲,也更容易被 AI 冲击,其次是服务类以及自己所在的行业。

不过,值得关注的是,对比两年的数据,我们发现,今年的教育类、科研类和医疗类行业被认为会受冲击的比例有所上升。

关于这一变化,在日常的新闻中已然可见一斑。

正如中国工程院院士张来斌在今年两会期间表示:“而 DeepSeek 这样的 AI 大模型,使科学发现的周期大为缩减,研究者在科学发现中扮演的角色也在发生深刻变化。大学的科研体系和科研组织方式如何重溯、科研条件如何配置、科技人才如何考核评价等,都面临严峻挑战。”

同时,不少专家和学者也指出,在 AI 引发的巨大冲击面前,教育行业需要设计新的教育范式、发展新的教育文明,从而守护教育的本质、唤醒人的潜能。

而在医疗领域,据德勤发布的《2025 全球医疗健康展望》(Deloitte Insights: 2025 global health care outlook),已有超过 80% 的医疗系统高管认为生成式人工智能 (GenAI) 将在 2025 年对其组织产生显著(26%)或中等(55%)的影响。

由此可见,从内容类、服务类,到教育类、科研类,再到医疗类行业,AI 的影响力正逐渐蔓延至原本我们认为最不可能被替代的行业领域。

似乎没有什么行业,是“AI 不可破”的。

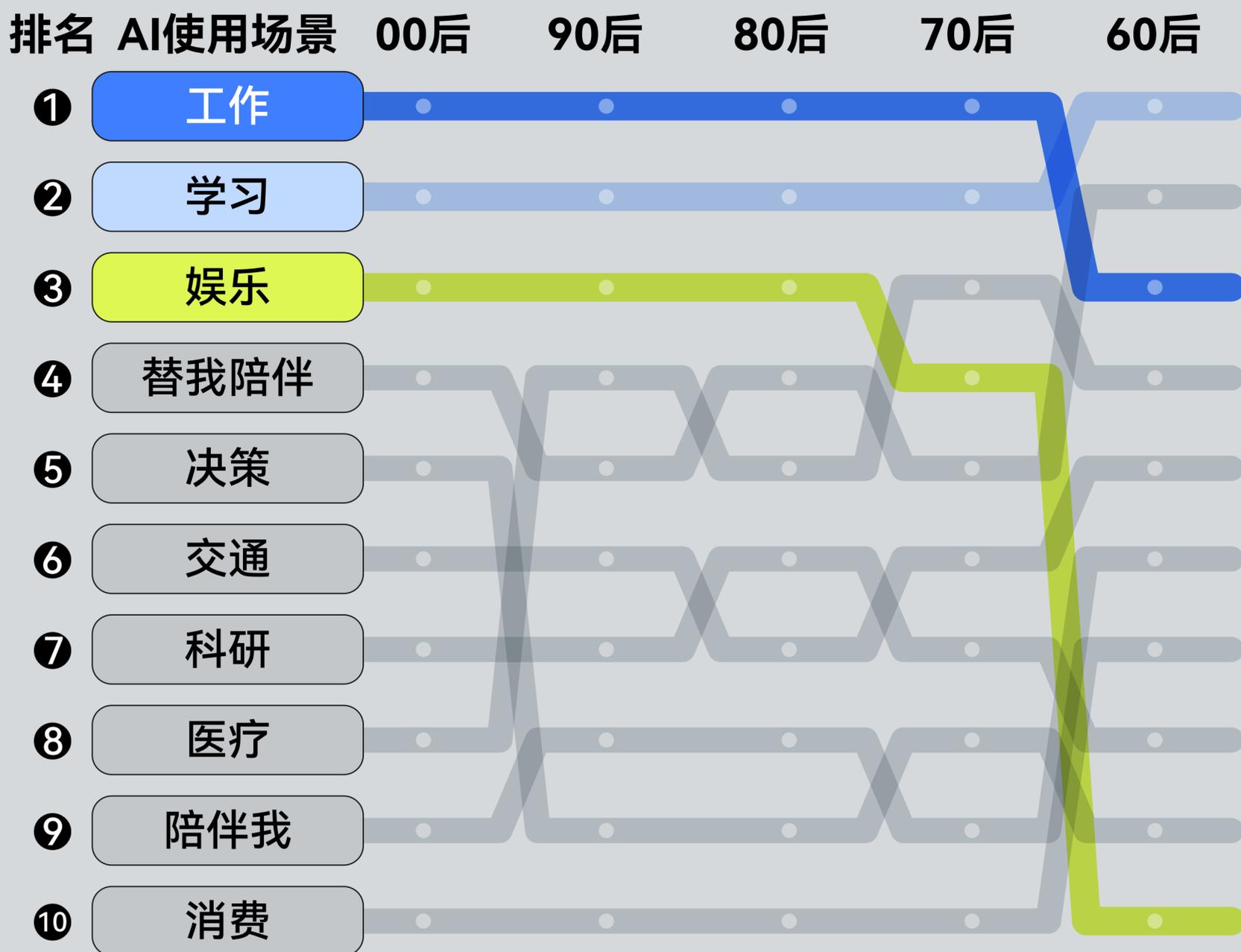
对 AI 的期待： 驾驭 AI“牛马”，帮自己“搬砖”

打工人的终极诉求是希望 AI 能替“我”工作但不代替“我”。

大部分受访者尽管处于不同年龄段，但都持有类似的期待。从 00 后到 70 后，大家都更盼望 AI 能帮自己干活。

值得一提的是，在上一年度的调研中，00 后最喜欢用 AI 来玩，其次是学习和工作。而今年，他们对 AI 的希冀却发生了转向，工作场景的使用排在了第一位。

相比拿 AI 玩乐大家更希望 AI 帮忙干活

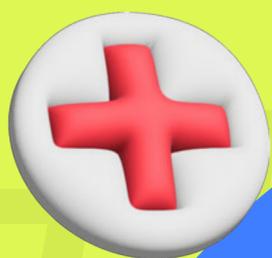


注：其他年龄段因样本量较少而未展现

这或许是由于在填写问卷的 00 后群体中，在过去一年的时间里，有更多的人从校园到职场。他们更渴望 AI 运用到工作的需求，将自己从一些重复或单调的任务中解脱出来。

更有趣的是，此前由 Slack Workforce Lab 开展的调研发现，这些用 AI 节省下来的工作时间，打工人其实并不想用来工作，而想用来“摸鱼”。

而不同年龄段对 AI 的期待，与其所处的人生阶段有一定的关联。随着年岁的渐长，人们对自身和家人身体健康的关注度不断提升，相应地对 AI 在医疗领域的使用抱有更多地期待。



#4

面对狂飙的 AI,
如何“踩刹车”?

面对 AI 迅猛发展的态势, 公众对 AI 的担忧与质疑却始终都在。

我们的调研发现, **超过半数(65.8%)的受访者在不同程度上认同 AI 存在失控的风险, 相较上一年增加了 2.7%; 相反, 仅有 11.9% 的受访者觉得 AI 不会失控。**

有受访者如是留言, 称当下已经成为 AI 的“蛮荒时代”, 不少人正在“滥用” AI, 并忧虑“没有节制地使用 AI, 到底会造成怎样的恶果”。

在不了解 AI 的受访者中, 更有甚者是出于“抗拒人工智能, 不想与之产生联系”(6.17%)的原因。

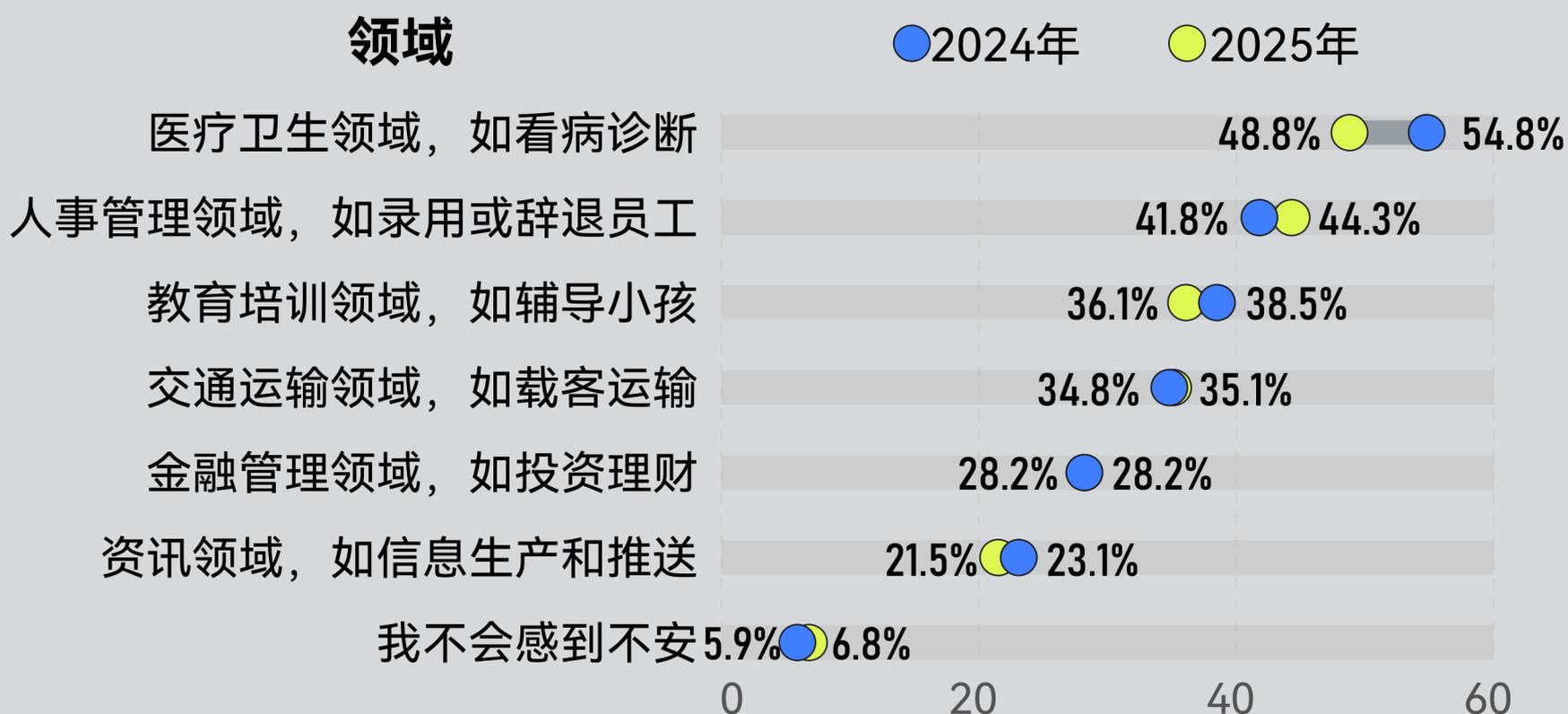
这意味着, 面对突进的 AI, 当下的公众需要更加谨慎地驾驭它, 并引导其在安全、有益的轨道上前行。

AI 做这些，我不放心

与上一年的发现类似，绝大多数受访者对 AI 被用于诸多领域做判断的现状感到不安，尤其是医疗卫生领域(48.8%)、人事管理领域(44.3%)和教育培训领域(36.1%)。

与之相比，仅有 6.8% 的受访者不会感到不安。

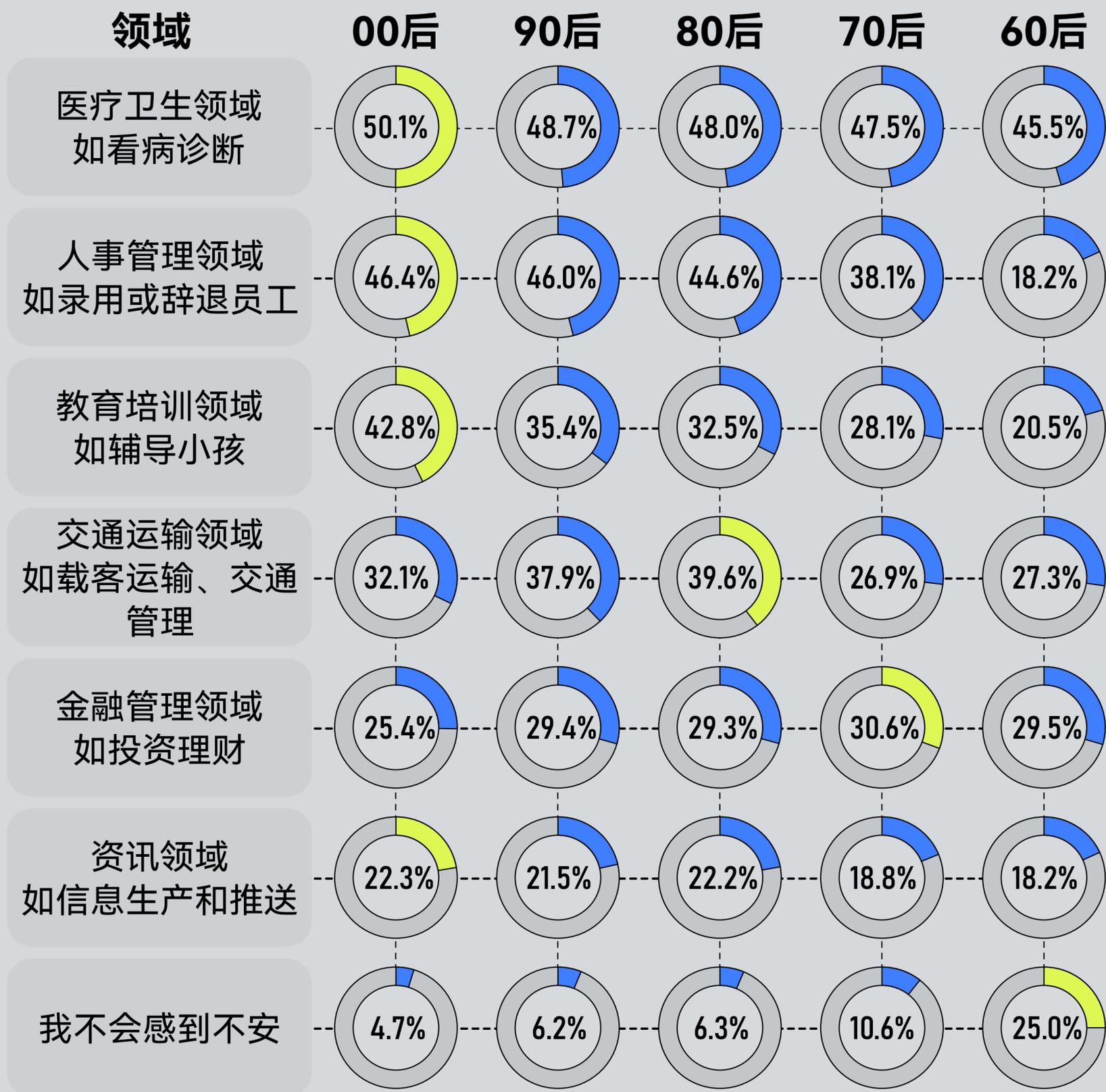
大众对AI看病、AI面试等感到不安



注：其他年龄段因样本量较少而未展现

同时，我们还发现，对于不同年龄段的受访者来说，他们都最担心 AI 被用在看病诊断上。

年龄越大，越不放心在交通、理财的运用



注：其他年龄段因样本量较少而未展现

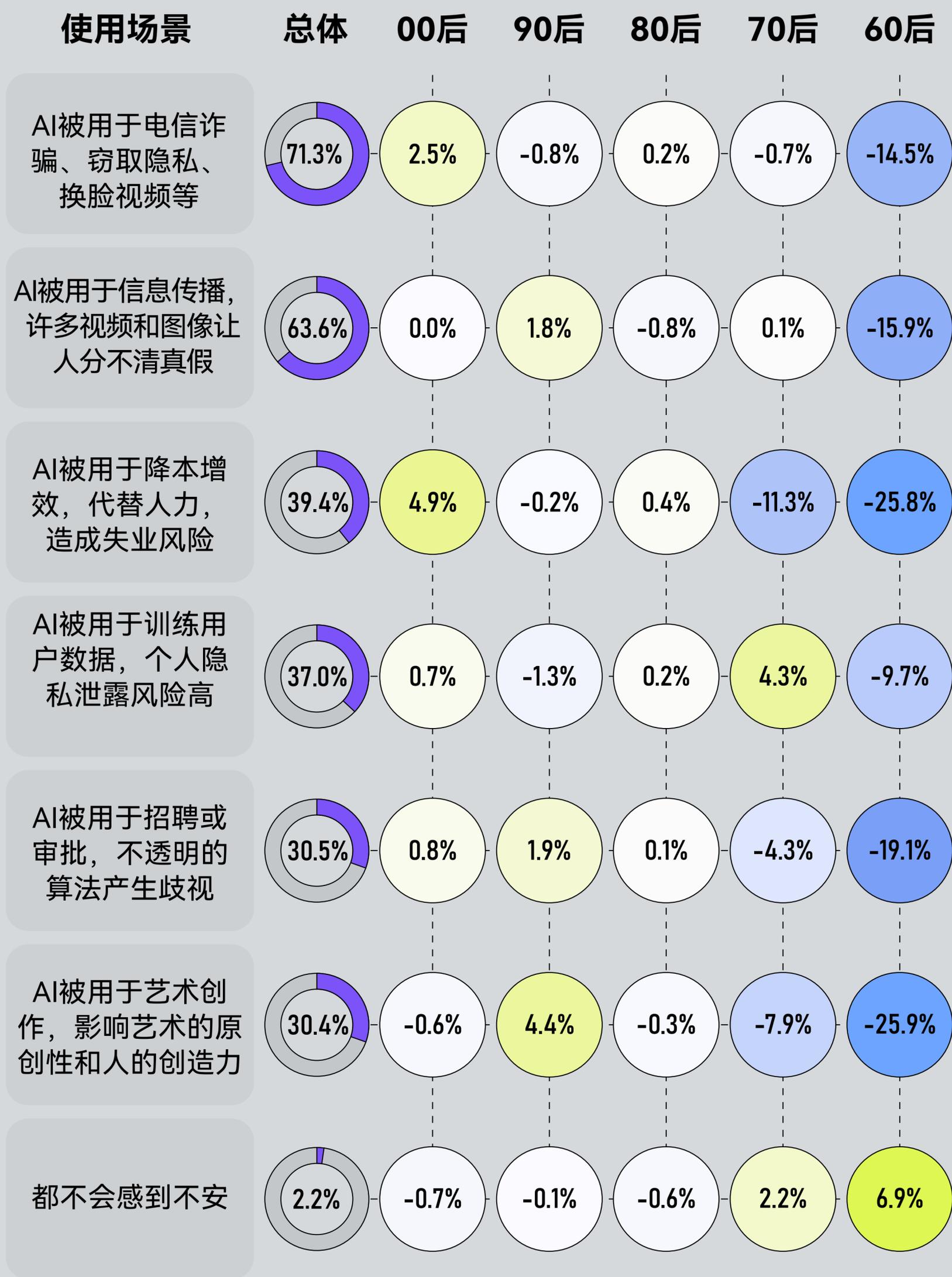
而当受访者的年龄越大，他们往往越不放心 AI 在交通运输和投资理财领域的应用。

比如在交通运输领域，80 后比 90 后、00 后更不安于 AI 的应用；而在投资理财领域，70 后对 AI 的疑虑最深。

在具体的使用场景中，受访者们对由AI引发的深度伪造(Deepfake)惶惶不安，特别是当AI被用于电信诈骗、窃取隐私、换脸视频(71.3%)，或是被用于虚假信息传播(63.6%)时。

人们对AI深伪忧心忡忡，尤其是年轻人

相比总体更不符合  相比总体更符合



注：1.其他年龄段因样本量较少而未展现；2.各年龄段数据的计算方式为该项在该年龄段的占比-该项的整体占比

面对 AI 被用于深度伪造的现状,相较于中老年人,年轻人不安与焦虑的情绪是最突出的。这可能是因为以 90 后、00 后为代表的年轻人是最直面 AI 冲击,甚至被 AI 裹挟的一群人。

在不同年龄段的受访者中,00 后最担心 AI 被用于电信诈骗、窃取隐私或换脸视频(73.8%),90 后则最担心 AI 被用于虚假信息的传播(65.4%)。

与之相关的社会案例已屡见不鲜。今年 3 月,央视就揭露了 AI 合成名人音视频乱象,从恶搞企业家雷军到 AI 制作张文宏医生音视频为自己带货,可谓层出不穷。

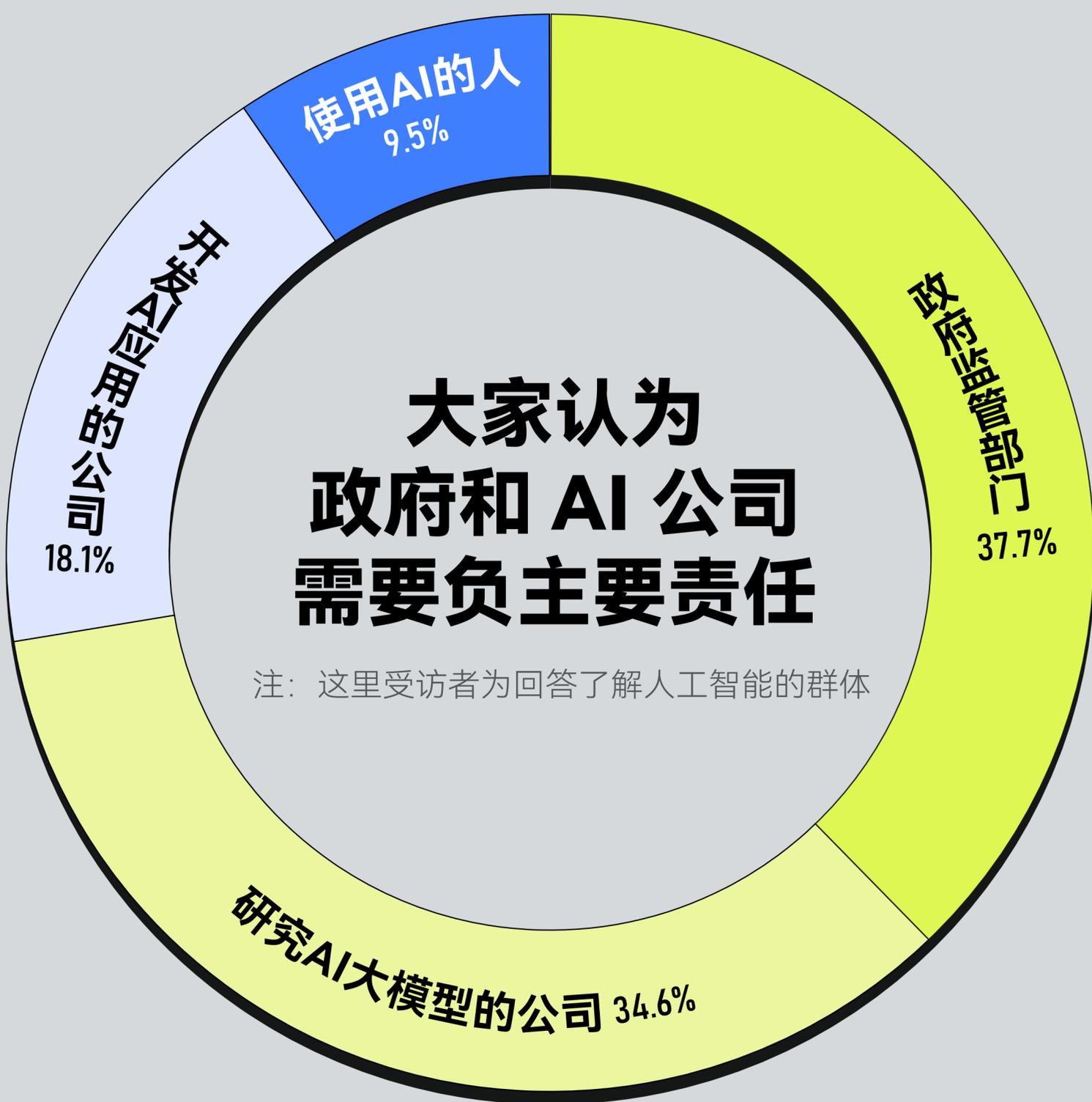
AI 换脸换声诈骗案件也时有发生,甚至形成了十分完整的产业链:先是窃取肖像、人声数据,再是自动生成内容,最后经由平台分发以牟取高额利润。

除此之外,“AI 幻觉”以及由此引发的虚假信息传播也颇为常见。一些由 AI 自动生成的内容虽然看似合理和真实,但实际上却是错误百出甚至不存在的,让人难以辨清。

谁该负主要责任？

这些 AI 带来的一系列潜藏隐患，不容忽视。

在 AI 引发的社会问题上，**大部分受访者认为，政府和研究 AI 大模型的公司应该负主要责任。**



2025年3月，国家互联网信息办公室等部门联合发布了《人工智能生成合成内容标识办法》和配套强制性国家标准《网络安全技术人工智能生成合成内容标识方法》，要求对生成合成内容添加显式标识；在生成合成内容的文件元数据中添加隐式标识。

也就是说，接下来所有的AI生成的内容，无论是一张图还是一段话，都要加上“专属AI水印”。

这一步，也是旨在解决“哪些是AI生成”“谁生成的”“从哪里生成的”等问题，提升大众对AI信息的辨别能力。

2017年，我国首个人工智能规划——《新一代人工智能发展规划》问世。该规划对人工智能发展进行了战略性部署，促进AI的相应发展，同时确保人工智能安全、可靠、可控地发展。

目前，据不完全统计，各部委共发布至少26条有关人工智能的政策，围绕算力、教育、治理、伦理、司法等多个方面，为人工智能的发展提供指导与规范。

我们无法预见AI将如何改变我们的生活，更无法预估它会带来哪些风险。当前，AI还处于快速发展的阶段，相应的政策出炉也要“快响应”“加速度”，方可尽可能防治AI“失控”。

本次调查报告说明

本次问卷调查时间为2025年1月13日至2025年3月3日，问卷发放渠道为澎湃新闻网、微信公众号、腾讯问卷，共回收有效样本1821份。

有效样本概况：性别上，两性分布接近，其中女性58.5%；年龄上，90后占比最高(34.8%)；学历上，高中以上学历受访者较多(85.1%)；地域上，新一线城市受访者最多(25.0%)，具体情况如下：

性别	占比	样本数
男	46.5%	847
女	53.5%	974

城市	占比	样本数
一线城市	19.5%	356
新一线城市	25.0%	455
二线城市	20.3%	370
三线城市	15.6%	284
四线城市	13.0%	237
五线城市	6.4%	116
其他城市	0.2%	3

** 城市层级依照新一线城市研究所2024年划分判断

年龄	占比	样本数
2010年及以后	0.2%	4
2000年-2009年	32.5%	591
1990年-1999年	34.8%	633
1980年-1989年	20.8%	379
1970年-1979年	8.8%	160
1960年-1969年	2.4%	44
1950年及以前	0.5%	10

学历(含在读)	占比	样本数
初中及以下	3.1%	56
高中 / 中专 / 技校	11.9%	216
本科 / 专科	71.9%	1309
硕士	11.3%	205
博士	1.9%	35

行业	占比	样本数
采矿业	0.4%	8
电力、热力、燃气及水生产和供应业	1.6%	30
房地产业	0.9%	16
公共管理、社会保障和社会组织	5.4%	98
国际组织	0.2%	3
建筑业	3.2%	59
交通运输、仓储和邮政业	2.5%	46
教育	7.9%	143
金融业	4.7%	86
居民服务、修理和其他服务业	2.0%	36
科学研究和技术服务业	4.8%	88
农、林、牧、渔业	2.0%	36
批发和零售业	4.9%	90
水利、环境和公共设施管理业	0.5%	10
卫生和社会工作	4.6%	83
未就业	3.6%	65
文化、体育和娱乐业	7.7%	140
信息传输、软件和信息技术服务业	11.8%	214
已退休	1.7%	31
在校学生	16.4%	299
制造业	10.2%	186
住宿和餐饮业	1.8%	33
租赁和商务服务业	1.2%	21

版权声明：澎湃新闻·对齐 Lab《2025 年人工智能公众态度追踪调查报告》分析数据版权归澎湃新闻所有。如需引用数据，请标注数据来源于**澎湃新闻·对齐 Lab《2025 年人工智能公众态度追踪调查报告》**。

对齐 Lab AI系列报告



澎湃新闻 · 对齐 Lab

《2024年人工智能公众态度调查报告》



扫描二维码
阅读报告



澎湃新闻 · 对齐 Lab

《2024年人工智能新媒体内容传播力洞察报告》



扫描二维码
阅读报告

参考资料

1. 澎湃新闻 - 上万份职场调研：老板眼中的万能 AI，打工人越用越“下头”
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_28849427
2. 澎湃新闻 - Manus 实测，它和 DeepSeek 有什么不同？
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_30447881
3. 澎湃新闻 -315 | 起底 9776 条 AI 消费投诉，上万元大额投诉是如何产生的
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_30140012
4. 澎湃新闻 -315 | 上百条帖子告诉你，号称“提效”的 AI 如何越帮越忙
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_30140013
5. 澎湃新闻 -DeepSeek 发布模型更新，新版本编程能力大大提升
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1827535109637625790&wfr=spider&for=pc>
6. 中国能源报 - 全国政协常委、中国工程院院士、中国石油大学(北京)原校长张来斌：AI 颠覆高等教育传统范式，大学更要回归初心 <https://news.qq.com/rain/a/20250310A0604000>
7. 德勤 -《2025 全球医疗健康展望》
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/health-care/life-sciences-and-health-care-industry-outlooks/2025-global-health-care-executive-outlook.html>

8. 央广网 -AI 换脸 + 拟声“深度伪造”的迷局何时能解?

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1827339986018937013&wfr=spider&for=pc>

9. 中华人民共和国国家互联网信息办公室 - 关于印发《人工智能生成合成内容标识办法》的通知

https://www.cac.gov.cn/2025-03/14/c_1743654684782215.htm

10. 新华社 -《人工智能生成合成内容标识办法》发布 规范制作传播各环节标识行为

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1826576636620488017&wfr=spider&for=pc>

11. ADFeed- 国家有关人工智能的政策汇总与分析解读(第 4 版, 2025.3 更新共 26 条)

<https://mp.weixin.qq.com/s/wHaO8cH3FrhyJHutjYv-vA>

12. 中华人民共和国中央人民政府 - 我国第一个人工智能规划问世 2030 年有望成为世界主要人工智能创新中心

https://www.gov.cn/xinwen/2017-07/20/content_5212152.htm

