

AI一人企业的兴起组织变迁研究

金昱先¹, 冶金花¹, 李银河¹, 姜璐璐¹, 马婷¹

(1.西北民族大学, 甘肃 兰州 730030)

摘要: ChatGPT 问世后, 个体借 AI 可完成过去一个团队的工作。以媒介环境学视角, 考察生成式 AI 如何重塑个体生产方式和组织形态。发现 AI 沿效率增强、能力拓宽、组织重组三路径推动生产力跃迁, 催生以一人公司为代表的新型微型组织, 重新分配“谁为何事”, 社会分工逻辑深层转向。但技术红利并非人人平等, “认知沟”“智能鸿沟”提醒: AI 时代组织变迁伴随平等与治理挑战, 须从教育、社保、监管多层面回应。

关键词: AI 生产力、一人企业、社会变革、技术决定论、社会身份消解

基金项目: 甘肃省大学生创新创业省级项目, Bigmake——面向元宇宙的 AI-Native 游戏个人化生产平台搭建, 项目编号 S202510742041S

DOI: doi.org/10.70693/202609048088

一、研究设计

(一) 理论对象与研究问题

理论对象是 AI 驱动下一人企业——个体借生成式 AI 获组织级生产能力的新型商业形态, 核心在人机关系重构: 个体不止于执行单元, 更借 AI 延伸能力, 成为自主“复合生产单元”。研究嵌入媒介环境学派脉络——麦克卢汉“媒介即讯息”提供理解技术重塑社会组织结构的本体论起点(黄旦, 2023); 胡翼青、马新瑶(2022)的媒介可供性揭示技术为个体开辟的可能行动空间。核心问题: 生成式 AI 通过何种机制改变个体能力边界, 驱动社会组织从科层协作向个体中心化转变?

(二) 研究方法 with 案例选择

采用多案例比较研究。案例选择遵循理论抽样原则, 选取行业类型、业务模式、技术依赖度三方面具差异的 AI 一人公司: Edge404 工作室(影视制作)、芯模社区 ScanVerse(机器人训练数据)、深涌智能(AI 算力调度)。三案例分别代表内容产业、硬科技与技术基础设施, 揭示 AI 一人企业跨行业共性逻辑与差异化路径。数据来源含企业公开资料、创始人访谈与行业报告, 以常州大学产教融合研究院(2025)统计数据为参照。

(三) 分析框架

分析沿三递进层面展开。微观考察 AI 对个体生产力的提升机制, 借鉴喻国明(2024)“理论工具箱”, 定位 AI 为个体能力延伸装置, 聚焦效率增强、能力拓宽、组织重组三阶段递进关系。中观聚焦一人企业的组织形态, 从决策结构、资源配置、人力协作三维度刻画其与传统企业的结构性差异。宏观将之置于社会组织方式变迁历史脉络, 探讨技术、个体与社会互动逻辑。三层面向一整合判断: 生成式 AI 正推动社会组织方式从“规模驱动的科层协作”向“能力驱动的个体聚合”转型。

二、人工智能对企业生产力提升的实证分析

作者简介: 金昱先(2004—), 男, 本科, 研究方向为新闻与传播, 人工智能对于社会传播的影响;

冶金花(2001—), 女, 本科, 研究方向为新闻与传播、传播与社会影响;

李银河(2004—), 男, 本科, 研究方向为数学与计算机、物联网;

姜璐璐(2005—), 女, 本科, 研究方向为新闻与传播、融媒产品策划;

马婷(2005—), 女, 本科, 研究方向为新闻与传播、新媒体与大众传播。

（一）AI 时代生产力内涵重释

传统生产力以投入产出比衡量——单位劳动时间创造之价值。生成式 AI 令此定义失效。AI 可独立撰文、编码、完成财务分析，人从执行者转为 AI 调度者。麦肯锡全球研究院（2023）表明，生成式 AI 对生产力的影响正从替代简单任务走向辅助复杂决策。AI 时代生产力不唯取决于人的效率，更取决于人机协同效率。

AI 提升生产力存在三条路径：一为效率增强：AI 可自动完成此前依赖人力的内容生产。二为能力拓宽：晏青、万旭婷（2024）发现 AI 使个人可产出此前需专业公司方可完成的作品。三为组织重组：彭兰（2024）指出 AI 在企业内部扮演“转义者”，不只加速信息流动，更改变信息分配路径与权力结构。三条路径呈递进关系：效率先行，能力跟进，终至组织变革。

Edge404 工作室的实践印证了上述递进关系。创始人最初以 AI 撰写文案、调试代码——效率增强阶段。其后发现 AI 可做品牌策略分析——能力拓宽阶段。至后期业务模式围绕 AI 能力重新设计——组织重组阶段。三步后，工作内容与方式与初始截然不同。

行业差异有指标意义。内容创作与传媒最先受冲击——AI 写稿、配图、剪辑，此前需团队数日完成工作量，如今个体借 AI 数小时即完成。常州大学产教融合研究院（2025）表明，内容创意行业 AI 辅助单人产出提升 50% 至 80%。软件开发领域紧随其后：GitHub Copilot 等代码辅助工具上线后，开发者编码速度平均提升 55%，bug 率反降。制造业提升相对温和——15% 至 30%——因物理环节自动化受限硬件与改造成本。

宏观数据表明，AI 对中国经济渗透正加速。常州大学产教融合研究院（2025）测算显示，2023 年中国 AI 产业规模 2137 亿元，预计 2028 年突破 8110 亿元，五年复合增长率 30.6%，其中大模型产业加成比例 2028 年或达 32.9%。艾瑞咨询（2024）数据表明，2024 年中国 AI 产业规模达 2697 亿元，2025 至 2029 年复合增长率将保持在 32.1%，2029 年有望突破万亿。市场扩张背后是 AI 从技术概念向生产力工具的转化。

梅阳等（2025）揭示时间差效应：2022 年前布局 AI，至 2025 年已进入回报期，全要素生产率平均高出同行 12% 至 18%。2023 年后仓促跟进者多处于工具采购与试点阶段。技术学习曲线放大先发优势——越早积累人机协作经验者越能在竞争中加速。

（二）组织层面的变化

技术边界随之显现。张铮、刘晨旭（2024）讨论的“大模型幻觉”——AI 以极自信口吻编造不存在信息——于个体决策场景尤具风险。个人决策缺团队纠错机制，过度依赖 AI 可能将错误直接送入执行。AI 一人企业提速决策亦放大风险，个体需建立“AI 输出校验机制”。

三、“一人即团队”：AI 一人公司的实践观察

（一）OpenAI：从实验室到产业引擎

技术突破仅是起点，向生产力转化还须资本、人才、政策与产业链协同。OpenAI 的成功得益于微软资本与云算力支持及全球开源社区的生态贡献，为理解 AI 一人公司的兴起提供宏观背景——AI 基础设施日趋成熟，个体创业者可借平台能力降低启动门槛。

（二）AI 一人公司：从概念到现实

上海涌现一批以一人公司为形态的 AI 创业者集群。据中国新闻网（2026）报道，无境科技创始人利用 AI 工具独立开发交互式游戏，零团队完成设计到上线全流程；Lingohow 创始人借助 AI 构建语言学习产品，一人承担产品、开发、运营多重角色；途深科技创始人利用开源生态与 AI 定义硬件，开发机器人项目 OpenClaw，研发成本降至传统模式十分之一以下。案例印证：AI 正将此前需团队协作完成的工作压缩至个体能力边界之内。

OpenAI 代表 AI 产业头部力量，但构成 AI 经济基础乃近年各细分领域涌现的 AI 一人公司——数量多、增长快、形态多元。以下分析三个来自不同行业与地域的案例。

Edge404 工作室（重庆市人民政府网，2026）。王禹和陈伟聚焦 AI 影视制作，核心业务为 AI 生成电影预告片与广告片。启动资金不到传统影视公司十分之一——AI 工具月订阅仅数百元，算力成本经平台补贴后可忽略。案例表明：AI 一人企业启动成本骤降，“轻资产、零库存、高杠杆”成为新模式概括。

ScanVerse（萧山芯模社区）。四人团队在机器人数据训练细分领域居国内领先。算力成本降低六成以上，得益于图灵小镇算力补贴政策。这印证了梅阳等（2025）的判断：AI 企业创新生态需政策、资本、技术、人才四方协同，芯模社区角色在撮合多方资源。

深涌智能（深圳新闻网，2023），三位创始人来自 MIT、北大和武大，专注 AI 算力调度与性能调优。从天使轮到 A 轮，融资千万级。核心竞争力不在人员规模，而在“一人精通一领域，AI 补齐其他短板”的分工逻辑。这印证何大安（2025）的观察：当 AI 能外包通用能力，竞争力集中于不可替代的专业判断与资源整合能力。

AI 一人公司与传统创业公司的关键在增长逻辑。传统创业追求“规模化”——先做产品、再找市场、扩团队、融资、上市。AI 一人公司追求“杠杆化”——利用 AI 工具亦服务多个客户，边际成本趋近零，收入与规模的线性关系被打破。Edge404 的王禹指出：“我不需要把团队从 2 人扩到 200 人，只需把 AI 工具订阅从基础版升级到专业版。”

三案例赛道不同，共性明显：创始人均具跨领域对接 AI 与行业需求之能；团队维持小规模，关键职能靠 AI 外包；业务模式高度灵活，按月调整方向。经济学逻辑在：AI 显著降低组织“最小有效规模”——此前需二十人方可运转的业务，现由两人加 AI 即可运作。这意味着“何种规模的团队能存续”市场筛选条件正被改写。

AI 一人企业将组织扁平化推至极致。一人加 AI 工具可包揽产品设计到客户服务全流程。传统“部门”“层级”无存在必要——决策权高度集中，信息损耗最低，响应速度极快。这非意味管理消失，而是转化为新形态。Edge404 创始人日常从 AI 生成的十几个方案中选择，ScanVerse 团队效率与 AI 效率间寻求平衡。管理从“管人”转“管 AI”，构成组织理论新课题。

（三）公众对 AI 的认知分化

谭小荷（2023）访谈 25 位 ChatGPT 用户与非用户。受访者对 AI 分两派：一派将其视为纯粹工具，将 ChatGPT 称为“贾维斯”，认为高效但不投入情感；另一派将其视为“伙伴”，与 AI 交流日常、倾诉情感，甚至建立真实情感连接。两派分歧背后存深层悖论：AI 使“一人即团队”成为现实，也重提“人类是否会被自身创造的工具替代”经典议题。

AI 一人企业与传统企业的组织逻辑存本质差异。传统企业以“分工协作”为基础，将复杂任务拆解后分配至不同专业角色，依靠层级与流程整合成果。AI 一人企业以“人+AI 复合能力”为基础，个体借多个 AI 工具承担产品、设计、开发、运营、销售多重职能。喻国明（2024）的“边界液化”在此体现：个体以 AI 平台调用近乎无限的外部资源，“企业”组织形态正被重新定义——不再是固定的人与物集合，而是围绕个体能力动态组织的“能力网络”。

组织逻辑变化人力市场已现端倪。LinkedIn 数据显示，2024 年个人资料标注“AI 工具熟练”的自由职业者同比增长 300% 以上。日益多个体劳动者发现，与其在大公司担任“螺丝钉”，不如以 AI 打造个人“工具箱”直接接单。猎头行业反馈印证此趋势：不少年薪百万的资深工程师离开大厂，以一人公司形式接项目，收入不减，自由度却显著提升。

传统企业管理重心在“协作效率”——协调不同专业角色，依赖流程、层级与会议等机制。AI 一人企业管理重心在“人机协作效率”——充分发挥 AI 工具效能，依赖工具整合与任务拆解能力。前者侧重制度设计，后者侧重技能整合。重心转移意味管理学基本假设“管理即管人”须重审。

彭兰（2024）以“镜子”和“他者”刻画 AI 与人的关系。一方面 AI 映照人类对效率与创造力的无限追求；另一方面 AI 以截然不同的思维方式促使人追问“我之独特何在”“我能而 AI 不能者为何”。问题虽无标准答案，其提出本身已推动人类对自身的理解。

（四）组织变革与人机协作

竞争格局中，AI 一人企业同样改写市场规则。传统市场中规模是护城河——大企业靠体量压低成本、建立壁垒。AI 一人企业优势在高度专业化与灵活性。内容创作、软件工具、数据分析等领域，个体创业者响应速度快于大公司部门。低试错成本使个体敢于切入大公司忽视的“窄赛道”，窄赛道不断累积，重塑产业生态。

四、从生产力提升到社会结构变革

前述集中于企业与行业层面。若扩展至宏观尺度，变化影响远超经济领域——正推动更深层次社会结构变迁。

每次技术革命改变社会组织方式：第一次工业革命将人从土地驱入工厂，流水线提高效率却牺牲自主性。第二次信息革命松动组织边界，但个体仍依附平台。AI 革命直接冲击人类核心能力——思考、判断、创造。工业革命替代体力，互联网延伸连接，AI 替代脑力流程化部分。

工厂制不单是生产方式，更塑造现代社会基本结构——集中化、标准化、层级化。学校按年龄分班、政府按层级设置、医院按科室划分，本质是工厂思维之延伸。若 AI 革命瓦解“集中化”逻辑起点，带来的不单是经济组织变化，更是现代社会基本组织原则的重审。

AI 正催生以个体为中心的社会结构。从工业革命流水线与工厂制，经互联网革命松动组织边界，至 AI 使“一人即团队”成为现实，人的主体性逐步恢复。黄旦（2023）指出，此即文明的新节点——机遇与风险以同样规模并存。个体获前所未有的生产能力，亦失去传统组织保障与归属感。

一人公司经营者免除层级协调负担，却失去组织化社会保障；摆脱固定工时约束，却面临收入不稳定风险。如何在维护个体自主性同时提供基本社会保障，是政策层面亟待回应之课题。

“原子化”不意味“孤立化”。一人企业虽组织形态上独立，在市场层面反而更互联——以 AI 平台、算力市场、外包服务等中介，微型组织间结成协作网络。喻国明（2023）指出，去中心化不意味碎片化，而是以新连接方式形成更灵活的网络。AI 一人企业的兴起，可能是“分布式社会”在经济领域的具体表现。

数据印证紧迫性。艾瑞咨询（2024）的调查显示，一线城市白领中 AI 使用率已超 60%，三四线城市和蓝领群体中不到 15%。使用能力的分化正从“会不会”延伸到“想不想”与“能不能”——掌握者与未掌握者差距在拉大，有意愿者与缺条件者差距亦然。若不均衡持续扩大，AI 不是在缩小数字鸿沟，而是在制造新鸿沟。

五、结论与讨论

生成式 AI 正重新定义“劳动”。具体而言，效率增强、能力拓展、组织重构的递进关系于 Edge404 等案例中获印证，AI 不只提升工作效率，更改写“工作”本身：人从执行者变为指挥者，分工逻辑随之改变。

综合三条路径可提炼出“AI 生产力递进模型”：效率增强是基础层；能力拓展是转化层，将节省时间转为做新事的能力；组织重构是结构层，能力扩展至一定程度，组织形态不得不变。模型可解释为何有些企业仅以 AI 节省时间，另一些商业模式被彻底重写——差异在是否完成三阶段跃迁。效率不是全部，“大模型幻觉”、数字不平等、技术性失业——彭兰的“智能鸿沟”、杜骏飞的“瓦力悖论”指向同一问题：AI 生产力红利不会自动公平分配。强者愈强，马太效应需政策干预。

梅阳等（2025）分析 AI 企业创新生态时指出，中国 AI 创新存在区域与群体不均衡——一线与头部高校 AI 渗透率远高于三四线及普通院校。若不均衡持续扩大，AI 不是缩小数字鸿沟，而是在制造新鸿沟。须从教育、培训、社保多层制度回应。

从工业革命、互联网到 AI 时代，人的主体性在技术演进中渐次恢复。黄旦（2023）指出，此即文明的新节点，机遇与风险并存。

各地政府已于政策层面回应此趋势。2026 年 3 月，重庆两江新区星运社区发布“支持十条”政策，为 AI 一人公司提供工商注册、财税代理、法务咨询等服务 50% 费用补贴，单个主体每年最高 1 万元，并开放 12 个应用场景（重庆市人民政府网，2026）。杭州萧山同步提出培育“超级个体（OPC-STC）”示范区行动计划（2026-2027 年），依托芯模社区“空间+算力+生态+赋能”陪跑模式，推动“一人公司”向“超级团队”演进（萧山日报，2026）。深圳南山区模力营为 AI 创业团队提供 2 年免租、高额算力补贴及七大公共服务平台支持（深圳新闻网，2025）。政策表明，AI 一人公司已不仅是市场自发现象，正成为地方政府培育新质生产力的政策工具。

治理层面，喻国明等（2025）的“负责任创新”与梅阳等（2025）的创新生态治理指向同一挑战：个体借 AI 获取企业级生产能力，劳动保护、税收征管、行业监管等制度安排须同步跟进。从效率增强、能力拓宽到组织重构，AI 驱动的不是线性变化，而是围绕“谁有能力做什么”的深层权力重组。一人加 AI 能顶一个团队，这不单是效率故事——更在改写社会组织的基本逻辑。“一人即公司”从例外变为常态，社会如何定义“组织”、保护“劳动者”、设计“监管”？答案不会自动从现有制度结构中长出。

延伸判断：若麦克卢汉的“媒介即讯息”成立，那么 AI 作为新一代媒介，其真正的“讯息”在“组织方式的去中心化”。每一次媒介变革重新分配“谁为何事”的权力。AI 使个体首次拥有接近组织级别的生产能力，这并非技术事件，而是社会组织方式的范式转移。AI 一人企业是这场转移的先行样本，以极小规模完成极大产出，印证组织作为效率工具之必要性正被技术重定义。

参考文献：

- [1] 中国新闻网 (2026 年 2 月 9 日) AI 浪潮下的上海超级创业者：一人抵“千军万马”
<https://www.chinanews.com/cj/2026/02-09/10568710.shtml>
- [2] 张铮、刘晨旭 (2024) 〈大模型幻觉：人机传播中的认知风险与共治可能〉《苏州大学学报(哲学社会科学版)》，第 5 期，页 171–180。
- [3] 杜骏飞 (2023) 〈瓦力悖论：AI 危机与仿人机器人〉《新疆师范大学学报(哲学社会科学版)》，第 6 期，页 104–112。
- [4] 杜骏飞 (2024) 〈论 AI 交往的三个基本理论问题〉《新闻大学》，第 3 期，页 33–46。
- [5] 麦肯锡全球研究院 (2023) 生成式人工智能的经济潜力：下一波生产力浪潮。
- [6] 常州大学产教融合研究院 (2025) 中国人工智能产业链发展研究报告.
<https://ihe.cczu.edu.cn/2025/0324/c21957a386334/page.htm>
- [7] 梅阳、牛昊、蒋晗 (2025) 〈新型举国体制推进 AI 企业创新生态系统跨越发展：机理、问题与策略〉《中国科学院院刊》，第 40 卷第 4 期，页 698–705。
- [8] 黄旦 (2023) 〈作为人类文明进程动因的媒介——从 ChatGPT 说开去〉《新闻记者》，第 6 期，页 3–10。
- [9] 喻国明 (2025) 〈智能传播范式的“理论工具箱”——智能时代传播学范式革命下的几个重要概念解析〉《新闻与传播研究》，第 8 期，页 126–135。
- [10] 喻国明、刘录晗 (2023) 〈理解生成式 AI：对一个互联网发展史上标志性节点的审视〉《传媒观察》，第 09 期，页 36–44。
- [11] 喻国明、滕文强、叶青 (2023) 〈过程性思维：构建技术发展与技术伦理之间的良性互动——负责任创新视角下生成式 AI 传播生态治理的思考〉《传媒观察》，第 1 期，页 44–52。
- [12] 彭兰 (2024) 〈传播活动中作为转义者的智能技术及其作用机制〉《宁夏社会科学》，第 2 期，页 181–190。
- [13] 彭兰 (2024) 〈“镜子”与“他者”：智能机器与人类关系之考辩〉《新闻大学》，第 3 期，页 18–32。
- [14] 谭小荷 (2023) 〈AI 想象的展褶：技术乐观主义与无能主体的共生——以普通人对 ChatGPT 的社会技术想象为中心〉《新闻界》，第 11 期，页 52–65。
- [15] 胡翼青、马新瑶 (2022) 〈作为媒介性的可供性：基于媒介本体论的考察〉《新闻记者》，第 1 期，页 66–76。

The Rise of AI-Powered Solo-Enterprise: A Study on Organizational Change

Jin Yuxian¹, Ye Jinhua¹, Li Yinhe¹, Jiang Lulu¹, Ma Ting¹

1. Northwest Minzu University, Lanzhou, China

Abstract: Since the launch of ChatGPT, individuals can leverage artificial intelligence to accomplish work that once required an entire team. From the perspective of media ecology, this paper investigates how generative AI reshapes individual production modes and organizational forms. The findings indicate that AI boosts productivity leaps through three pathways: efficiency enhancement, capability expansion and organizational restructuring. It has spawned new micro-organizations represented by solo-enterprises, redistributed “who does what work”, and brought about a profound shift in the logic of social division of labor. Nevertheless, the technological dividend is not equally accessible to all. The “cognitive gap” and “intelligence divide” suggest that organizational transformation in the AI era is accompanied by challenges concerning equity and governance, which call for multi-dimensional countermeasures covering education, social security and regulation.

Keywords: AI-driven Productivity; Solo-enterprise; Social Change; Technological Determinism; Dissolution of Social Identity