



中国“谷子经济”市场规模已跃升至千亿元级别。 青年报资料图



## >>背景

### AI入局 “谷子经济”

“谷子”源自英文 Goods 的谐音，特指动漫、游戏、偶像等二次元IP的周边商品，包括徽章（吧唧）、卡片、立牌、钥匙扣、色纸等。购买这些周边的行为被称为“吃谷”，而热衷于收藏周边的年轻人则自称“吃谷人”。

近年来，“吃谷”这一消费现象已从小众文化圈迅速走向主流，并发展成为日趋成熟的细分消费市场。艾媒咨询发布的《2025—2029年中国情绪经济消费趋势洞察报告》显示，2024年中国“谷子经济”市场规模已达1689亿元，同比增长40.63%，预计2026年将达到2265亿元。截至发稿，“谷子”在小红书话题量浏览超78.5亿。

对于Z世代和α世代而言，“吃谷”不仅是收藏行为，更是情绪消费与身份认同的载体。中国青年报的一项调研显示，88.71%的二次元群体愿意购买“谷子”，核心驱动力正是IP所承载的情感共鸣。

随着AI技术的爆发，“谷子”也开始智能化，AI从虚拟走向现实，创业者涌入“AI谷子”赛道。目前，市场上出现的“AI谷子”大致可分为两类，一类是AI生成内容“谷子”，即利用AI绘图工具生成的二次元图像制作的周边产品，包括徽章、立牌等传统“谷子”形态。另一类是AI交互“谷子”，为“谷子”植入AI大模型使其能够与用户进行对话互动，模拟角色性格，提供情感陪伴体验。

然而，当“谷子”开始智能化，争议也随之而来。

## 版权归谁？

如今，AI已能一键生成精美的同人图，甚至可完美复刻知名画师的笔触。市场上随之涌现大量由AI辅助或完全生成的“同人谷”，与此同时，版权与劳动价值的归属也成为“AI谷子”最核心的争议。当AI生成的“谷子”爆火，相关权利与收益究竟该归属于IP方，还是输入提示词的二创粉丝？这一问题正在逐渐撕裂原有的同人创作生态。

年轻人并不完全排斥AI，但他们痛恨被欺骗——尤其是用粗制滥造的AI图冒充手工精品。“吃谷人”小颜今年23岁，他特意在社交媒体发帖提醒同好警惕被骗。据他观察，最近有大量商家抓取高价吧唧的图片，用AI量产并售卖，已有不少爱好者受害。他建议大家可通过检查吧唧的背景图、背面等细节来辨别真伪，并表示非常反感这种针对“吃谷人”的诈骗行为。

小颜心里清楚，“谷子”本身就是溢价产品，但他仍愿意购买官方周边。除了希望将喜欢的角色融入日常

## 热爱何价？

二次元文化的核心魅力往往在于创作者注入的文化内核，AI生成的“谷子”能否承载“吃谷人”的热爱，引发他们的情绪共鸣呢？小颜吃了近五年“谷子”，主要买亚克力立牌和有特殊工艺的徽章，每个月大概花费600元~1000元“吃谷”，只要是清晰印着他喜欢角色脸的他都喜欢。

“谷子”对他来说只是他喜欢角色的一个载体，他觉得“谷子”本身没有所谓的灵魂，重要的是他购买“谷子”时候的心情，然后为了购买它还会受到朋友们的帮助，别人对他说“能买到它真的太好了”，像这样的美好回忆对他而言反而是更珍贵的。

与静态“谷子”不同，“AI交互谷子”的核心卖点在于“陪伴”——它不再是沉默的收藏品，而是能对话、可互动，甚至能模拟“成长”的电子伴侣。这一变化让创业者看到了巨大的市场空间。有从业者认为，AI技术能有效赋能IP运营，将粉丝与角色之间的互动从单向投射升级为双向交流，对渴望深度情感连接的消费者极具吸引力。

数码潮玩爱好者小天最近就入手了一款AI吧唧，并在社交平台分享

# 当“谷子”会说话 技术能否换真心？

## 青年话题

中国“谷子经济”市场规模已跃升至千亿元级别。当AI技术闯入这条赛道，赋予“谷子”智能化交互能力的同时，也引发了广泛争议。一场围绕版权归属、情感价值与人情味的论战，正在“吃谷”圈层中蔓延——有人期待能与角色深度互动的“电子伴侣”，有人痛恨被粗制滥造的AI假货欺骗，也有人全然拒绝这种看似冰冷的量产陪伴。

那么，“AI谷子”究竟该算谁的作品？而这份被量产的陪伴，还能否承载Z世代和α世代真挚而独特的热爱？

青年报记者 刘秦春

## “AI谷子” 到底是谁的作品？

生活、获得情绪价值之外，他也抱着支持官方、让作品与创作者能“活下去”的心态。在他看来，很多作品变现能力并不强，如果无法在市场中获得支持，创作者很可能因为生存压力而放弃续作，这样的例子并不少见。

近期，依据游戏《明日方舟：终末地》的热门二创形象“企鹅女管理员”生成的“AI谷子”在全网引发了版权争议。B站某UP主2月发布视频介绍自己用AI生成的“企鹅管理员”形象，据他介绍，这个形象100%由AI生成。随后，这个憨态可掬的企鹅形象凭借“咕咕嘎嘎”的拟声梗在网友的二创传播中迅速走红。

争议爆发在有人发现该UP主申请了该“企鹅管理员”形象的著作权，还上线售卖一款名为“咕咕嘎嘎·企鹅

管理员”的钥匙挂件。有网友表示，该形象的起源尚无定论，该UP主是不是最早创作该形象都不好说，更何况这还是基于《明日方舟：终末地》角色制作的Q版形象。

3月7日，该UP主发文道歉，承认在处理二创形象的权利主张上存在认知偏差，承认在未获得原创版权方鹰角网络正式授权前，作为二创者在商业权利主张上存在局限性。同时，在与部分厂商探讨授权合作时，因对行业标准缺乏了解提出了授权分成，给相关社团及商家造成了负面影响，未来将遵纪守法，停止主张形象的版权。

这一争议暴露了“AI谷子”面临的根本困境，当梗文化的共创逻辑与商业化的版权逻辑正面碰撞，谁有权利把AI跑出来的角色变成能变现盈利的“谷子”？相关部门此前已启动“剑网2025”专项行动，针对视听、动漫、软件等重点作品以及网络存储+传播、网络销售、流媒体智能终端等重点领域开展版权专项整治。

## 量产的“AI谷子” 还能承载我的热爱吗？

了使用体验。他表示，自己最喜欢的一点是能够对角色进行定制，从外貌、性格到声音均可自主调整，从而打造出一名“专属陪伴者”。

“它不像一个冷冰冰的设备，更像是有温度的伙伴。语音还原度很高，聊天时能感觉到它在认真倾听，还会根据对话内容变换表情和语气，就像‘本命’真的在身边一样。”小天这样描述。

然而，反对的声音也同样存在。小颜并不认同AI能让“谷子”变得更好。在他看来，购买官方溢价“谷子”本身是一种支持，是让官方知道“还有人在爱这个故事”；而AI制作的“谷子”追求的是快速与廉价，这与他的心意背道而驰。

此外，“AI谷子”存在“崩人设”的技术风险，也让不少“吃谷人”感到担忧。他们害怕如果AI说出一句不符合角色原设定的话，反而会伤害多年来积累的情感投射。二次元粉丝对角色设定往往有着近乎苛刻的执着，

一句OOC(Out Of Character,指角色性格偏离)的台词，便可能破坏与角色之间的情感连结。

同时，对话内容一旦失控，后果不堪设想。据外媒报道，一款由AI驱动的泰迪熊“Kumma”曾向用户介绍点燃火柴的具体步骤，甚至还进行不当性内容输出，引发儿童用户家长强烈抗议。虽然“谷子”的受众多是青少年群体，但不可否认的是，技术失控的风险依然存在。

此外，交互就意味着数据采集。能够记住用户偏好、持续倾听的“AI谷子”如何保障用户隐私？当“谷子”从被收藏的物品变成陪伴你的“人”，用户与产品之间的关系就发生了改变，责任边界也产生了变化。

爱好者小袁表示：“我期待能更好地陪伴我的‘谷子’，但我只想它把我推的原台词记住，不然如果说错了就很OOC，我会更难过。”这种期待与恐惧并存的矛盾心理，正是“AI交互谷子”面临的核心挑战。或许，“AI谷子”的未来，不取决于技术有多先进，而取决于它能否回应那个最朴素的问题：它能理解我热爱的角色吗？