

# 社交平台浏览量超86亿次 相关企业数量一年内增长超九成

## 小彩豆“拼”出大热度

■中国城市报记者 郑新钰文图

一颗不起眼的彩色塑料豆，竟成年轻人情绪消费新潮流。没错，这就是拼豆。其原本是一款主要面向儿童的益智手工玩具，近年来凭借解压治愈属性打破年龄壁垒，在成年人人群中迅速走红。在某社交平台上，拼豆话题的浏览量已超86亿次，相关讨论笔记超2600万条。

小小彩豆，为何能“拼”出如此大的热度？

### 一代人有代人的“十字绣”

在大众固有印象里，手工制作向来是“费时又费心”的爱好。无论是模型拼装、精密手作还是陶艺创作，都需要投入大量脑力与耐心。繁杂的工序、零散的配件、极低的容错率，让不少人对手工爱好望而却步。

但拼豆的爆火，恰恰源于其极致的简单操作与解压作用。深耕手工爱好多年的马女士，见证了拼豆从小众圈层走向大众视野的全过程。在她看来，拼豆的核心魅力，就是卸下所有创作负担，让手工回归纯粹的休闲本质。

“很多手工特别耗心神，需要人不停思考、比对、调整，一旦装错或者找不到配件，瞬间就心态崩盘。但拼豆不一样，完全不用动脑，新手也能零门槛上手。”马女士向中国城市报记者坦言。

据她介绍，拼豆的全套工具搭配清晰的色号分类、海量现成图纸，无需玩家自主设计、费心构思。整个创作过程只需对照图纸、找准方格，将对应彩豆精准摆放即可，没有复杂技巧，没有硬性标准。

看似单调重复的摆豆动作，却成了一些年轻人最好的解压方式。马女士表示，沉浸拼豆的过程，是独属于自己的放空时刻。“做拼豆的时候，我不会看手机，也不会胡思乱想。全程专注于方寸拼豆板上，繁杂的情绪在不知不觉中被消解，好像回到了小时候绣十字绣的时刻。”

### 为什么让人如此“上头”

拼豆之所以让人如此“上头”，其背后有着生理学心理学依据。

“当代年轻人长期处于高压应激状态，职场竞争、生活压力、信息轰炸，让人体交感神经持续亢奋，始终保持紧绷、警觉的状态，久而久之便会产生焦虑、疲惫、失眠等一系列问题。”黑龙江省哈尔滨市第一专科医院心理卫生中心主任、心理睡眠病房主任徐佳表示，拼豆这种规律、轻柔、重复性极强的精细手部动作，是激活身体自愈机制的绝佳方式，相当于给持续紧绷的身体按下了“减速刹车键”。

“每一颗珠子放在哪里、最终呈现什么图案，都清晰可预测。这种高度的确定性，在

现实生活中正变得越来越稀缺。”徐佳进一步说，面对职场竞争、学业压力、未来的种种不确定，人们常常感到失控与焦虑。而拼豆提供了一个安全的避风港：规则简单，结果可控，每一次“落豆”都能带来真实的掌控感。

徐佳还补充分析，玩家一旦上手拼豆便极易沉浸，并非自制力不足，而是这项活动精准触发了大脑的奖励机制，契合两大经典心理学理论。

“一方面是心流理论，拼豆拥有清晰目标、明确规则、即时视觉反馈，且难度可自由调节，完美适配心流生成条件，让人全然沉浸、忘却外界纷扰，催生持久稳定的愉悦感；另一方面，则是自我决定理论，拼豆可全方位满足人的核心心理需求：自由挑选图案收获自主感，从零到一完成作品收获胜任感，社群分享、交流切磋则补足了归属感，形成正向循环的内在驱动力。”据徐佳透露，在临床领域，这类沉浸式精细手工并非单纯的休闲娱乐，而是早已被运用于心理康复与专注力训练，是经过验证、温和有效的心理辅助干预方式。这也正是拼豆拥有“治愈属性”的核心逻辑。

### 平价手工撬动情绪消费新潮流

情绪价值之外，极致的性价比，是拼豆能够持续“出圈”



不同年龄段的爱好者在手工体验馆内对照图纸制作拼豆作品。

的关键因素。

上班族郝女士长期关注手工消费赛道。她坦言，拼豆彻底打破了“手工爱好必昂贵”的刻板印象，实现了普通人的“解压自由”。

“不需要昂贵设备，不需要持续囤货，几十元的耗材就能支撑数次沉浸式创作。”她告诉中国城市报记者，自己曾利用一个下午的时间沉浸式创作拼豆，全程投入近5个小时，整套耗材成本仅30余元。

低的试错成本、无压力的消费模式，让各类群体都能轻松“入坑”，从而也催生出了一个新的消费赛道。

电商平台方面，相关数据显示，截至去年底，淘宝平

台拼豆近一年搜索量同比增长近500%。京东等主流平台2025年拼豆相关商品销售额超7500万元，同比增长近300%。

企查查数据显示，截至2026年5月27日，国内拼豆相关企业现存总量达1601家。超九成拼豆相关企业成立于一年内，占比达97.19%。

“拼豆是当下情绪经济崛起的缩影。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授王文勋认为，人们对情感体验、情绪价值的需求正成为消费的核心驱动力。“拼豆恰好提供了低成本、高回报的情绪出口，契合年轻人更愿意为解压、治愈等情绪体验付费的消费趋势。”

## 经济新观察

# 商业化不是“变相收割” AI大模型收费贵在价值共生

■郑新钰

近日，围绕AI平台收费的舆论争议持续发酵。6月3日，豆包官方正式发声辟谣，明确官宣平台基础功能将持续免费，仅针对软件开发、数据分析、专业设计、流程自动化等垂直场景，推出针对性增值付费服务；同时透露，专业版目前还在测试阶段，后续上线时也将开放一定额度的免费试用权益。

这次的争议源于此前，豆包APP Store短暂展示的测试收费档位被恶意解读、过度炒作，滋生出“全面收费”“削减免费功能”“强制用户开会员”等虚假言论。不实信息的快速扩散，引发用户

抵触情绪。

行业数据更直观显现出舆论影响：坐拥3.45亿月活、稳居行业头部的豆包，在5月单月流失用户超600万，足以见得用户对AI收费乱象的敏感与抵触。此次官方以“依然免费的豆包”署名发声，意图划分免费普惠与付费增值的边界。

理性审视行业发展，分层付费是全球AI产业演进的必然趋势。合理、规范的商业化，是大模型技术持续迭代、产业长效发展的核心支撑。AI大模型属于高算力、高投入、高运维的重资产赛道，从底层模型训练、日常算力运维，到技术持续更新、服务体验升级，每一步都需要巨额资

金加持。

放眼全球，OpenAI等头部企业始终保持千亿级算力投入。其核心管理层多次坦言，“算力赤字”是制约AI技术突破的核心瓶颈。

若一味坚持无条件免费，只会让相关企业深陷持续烧钱困境，无力深耕技术研发，造成产品停滞、服务降级，最终损害的是全体用户的长期权益。

值得深思的是，大众对AI付费的抵触，从来不是拒绝合理的商业化转型，而是反感行业“变相收割”“逼氪内卷”的逐利乱象。

有媒体调研数据显示，超四成用户表态“不合理收费就放弃使用”；超两成用户担忧

付费浪潮下，免费基础服务会持续缩水。这样的用户态度，道出了当下AI行业商业化的核心痛点：当前多数AI产品基础功能高度同质化，付费版与免费版的体验差距模糊，增值服务缺乏不可替代的核心价值。对普通用户而言，日常问答、基础写作、简单辅助办公等需求，免费功能完全可以满足；付费增值服务性价比不足，自然难以激发消费意愿。

AI付费模式能否持续，实际上核心在于价值匹配。AI商业化的初衷，是为差异化、高品质的生产力价值付费，而非剥夺普通用户的基础数字福利。这也为整个AI行业划定了不可逾越的底线：商业化

的核心是提质增效，而非流量收割。付费服务必须对应专属算力、极速响应、高阶功能、深度定制等差异化体验，因而决不能通过阉割免费功能、降低基础服务质量的方式，倒逼用户付费消费。

当前，AI行业正告别“低价内卷、流量至上”的初级发展阶段，步入价值竞争的全新周期。技术迭代需要商业化赋能，但立足长远，唯有坚守普惠底色、深耕技术创新、做实付费价值，平衡好大众普惠与商业变现的关系，才能实现用户体验、企业发展、行业进步的三方共赢，让人工智能真正扎根大众、赋能产业，在良性发展中释放出更大的数字价值。