THE BEAD ATLAS / RESEARCH 001

拼豆真人定制
商业验证分析报告

先赚到第一笔，再决定做小程序。

研究日期：2026 年 11 月 16 日 · Cacivy 项目研究版



01 执行判断

02 市场证据

03 三种商品

04 参考风格拆解

05 小红书实验

06 人工接单 SOP

07 算清 5 元

08 实验账本与预先设定的判断门槛

09 预算、产能与线下合作

10 权利与平台

11 产品路线

图片为内置工具生成的 AI 概念渲染，虚构人物，非实际制造样品。

建议先做人工服务实验：用 20-30 个真实客户、两个有效来源、正向的获客后贡献和稳定交付，决定下一阶段投入。

本报告包含研究与建议，不代表需求已验证。没有执行达人投放、收款或供应商委托。所有未实测数字均为实验假设。

01 / 建议 · 尚未验证

执行判断：先验证服务，再决定产品

你的方向适合先做人工服务实验。核心假设是：有人愿意为“把自己的生活瞬间变成好看、像本人、有送礼价值的拼豆形象”付费。5 元可以降低首次尝试门槛，但不能据此假定适合长期依靠付费达人获客。

第一阶段建议只做单人半身头像、统一背景、一个风格、一次轻微修改。效果图、可执行图纸、实物分别报价。先积累 20-30 个真实付费订单和 3-5 个实际制作样品，再决定是否把重复动作做成小程序。

初始优先级：本人授权照片 > 宠物或情侣扩展 > 已获正式授权的 IP。明星与影视角色相关商品须另核权利，不作为冷启动收入前提。[S16] [S18]

- 可行性：视觉钩子与个性化礼物场景匹配，人工流程可快速启动。
- 最大未知：支付意愿、生成稳定性、改稿工时、图纸可制作性、达人真实获客成本。
- 本报告是研究与实验设计，不是已经完成的需求验证；没有代发帖子、联系达人或收取订单。

02 / 证据截至 2026-11-16

市场证据：热度存在，交易假设仍待验证

社媒监测和门店采访共同支持“拼豆有活跃兴趣与消费场景”。2026 年 6 月的数说故事研究给出声量同比增长；10 月虹口报道仍有照片像素化玩法。这些是方向信号，不能推出真人效果图付费转化率。[S04] [S05]

低门槛也带来替代与价格竞争。8 月长沙报道记录了代拼业务与线下同质化；免费图纸网站、小程序免费额度已形成用户的价格锚点。应出售审美、识别度、可交付与省心，而非只宣传“一键转换”。[S06 S08 S09]

公开报道中的“十亿级市场”“高毛利”等口径可能混合材料、门店体验、成品与数字服务，且缺少一致统计边界。本项目不拿它们做收入预测，也不把话题浏览量相加当成独立用户。

- 最新市场个案采用 2026-10-06 报道；平台规则包含 2026-11-07 生效文本；其余资料在相应日期注明。
- 未取得小红书站内实时样本与评论全量数据；已有连接不可用，B 站公开检索也未成功返回。本报告用公开报道及官方产品页补充。
- 缺少真实达人报价、付费转化、模型账单和本地制作者报价。所有预算、定价区间及阈值均是待测试假设。

03 / 建议商品结构

三种商品：把交付边界写在购买前

商品	试验价格	交付与限制
AI 拼豆风格效果图	¥5 / 张	1 位成人、1 张源照片、1 个固定风格、1 张成图；含一次小改；不含实物、色号与可拼保证。
人工校对图纸包	¥19.9-29.9 起	独立总价测试；网格、品牌系列、色号用量、尺寸、版本号、连接修正；复杂稿另报价。
定制挂件	¥59-99 起，待打样报价	独立完整报价；包含制作、配件、质检、包装与约定物流；图纸设计是否另收提前写明。

以上区间是测试用建议价，不是已验证市场成交价。避免把“升级 ¥19.9”写得含糊：要明确是总价还是差价，以及此前 5 元是否抵扣。首轮可以完全分开售卖与记账。

参考图的上半部建立本人关联，下半部用手持挂件创造“想拥有”的愿望。它强烈暗示实物存在。若只卖效果图，应在封面和文案显著写“AI 拼豆风格效果图丨非实物”；真实实物单独用打样照片展示。

上线前做质量评分：身份特征 0-2、风格稳定 0-2、手部及五官无明显畸形 0-2、画面可用 0-2、交付边界表达 0-2。8 分以上且无严重缺陷才交付。这是内部验收建议。

04 / 图片策略与制作约束

参考风格拆解：从“好看”走到“做得出来”

推荐内容结构：第一张用原照与 AI 效果图对比；第二张展示脸部、发型和配饰的识别细节；第三张交代购买内容、修改范围与交期。经单独授权后再使用顾客照片作案例。示例图可由虚构人物或明确授权模特制作。

AI 可生成不规则珠距、假孔洞、多余色阶、悬空豆子或不可能的连接。效果图到生产图必须经过独立网格重绘、真实色板映射、减色、去杂点和连接检查。自动视觉生成不能代替可执行图纸。

尺寸先行：40 格 × 2.6 mm 约 10.4 cm；40 格 × 5 mm 约 20 cm，均为熨烫前名义占位，不含配件。约 8 cm 的主体若采用 2.6 mm，横向约 30 格，真人细节必须明显简化。样品确认后再承诺尺寸。

- 保留：发型轮廓、衣服主色、一个标志动作或物件。
- 简化：复杂背景、手指、发丝与密集文字。挂孔位置与外轮廓要一起设计。
- 素材记录：源照授权、生成工具及商用条款、原图版本、最终图纸版本、实际样品照片。
- 网站示例是 AI 概念渲染，不是已制作商品；上传参考图仅用于风格分析，未作为公开销售素材。

05 / 拟定 14 天计划 · 日期可自行安排

小红书实验：先测内容，再测价格

阶段	行动	产出
第 1-3 天	做 6 组授权案例，取 3-5 个实体样品；核验可售类目、达人合作与结算流程	固定交付范围、标准样片、人工工单与退款规则
第 4-7 天	选 3 位小体量达人，每人 2 篇，交叉使用两种内容钩子；同价 ¥5、同一接待流程	6 篇内容、独立来源码 A1/A2/B1/B2/C1/C2；观察 72 小时与 7 天
第 8-11 天	在表现较好的人群与内容中测试 ¥5 与 ¥9.9，不同时更改风格、交期和修改次数	按预先固定时间窗交替报价，标明各自条件；不对同一用户随意变价
第 12-14 天	回访未付款者与退款者；完成样品、订单核算和来源对账	决定继续、调整或停止；没有足够样本则延长观察，不下胜利结论

两种首轮钩子建议：A“把今天的穿搭拼成挂件”，B“把值得记住的旅行瞬间拼小一点”。同一达人各发一种，并错开发帖顺序，减小达人差异影响。小样本和平台分发仍会造成偏差，不能宣称严格因果。

达人筛选看最近 10 篇的日常互动中位数、评论里的真人需求、受众场景、历史商业内容与报价。询价后才确定预算；低粉不自动等于便宜或有效。合作按平台要求报备，显著标注 AI 内容，不伪装为真实购买体验。[S14] [S15]

可用文案方向：“把一张生活照，做成拼豆风格的小小自己。图中为 AI 效果展示，数字图 ¥5/张；想了解效果图、可拼图纸和实物的区别，可站内咨询。”成交链接和类目可用性须先核验，不能在评论或私信留下规避导流的暗号。[S12] [S13]

06 / 建议流程

人工接单 SOP：咨询也能变成数据

接待模板：“你好，先确认一下，你想要的是 AI 拼豆风格图片、可照拼图纸，还是实体挂件？¥5 是一张数字效果图，含一位成人和一次小改，不含实物。请确认照片有制作授权；公开展示需另外同意。交期、退款条件和平台订单方式确认后再开始。”

• 1. 站内咨询：先确认“想要图片、图纸还是实物”，说明总价、交付格式、交期、修改范围和退款条件。私信用于需求沟通，不等于允许站外收款。[S12] [S13]

• 2. 最少收集：成人本人或已授权照片、用途、人数、期望风格。仅实物订单收货信息；不要为数字图片索取住址或证件。[S17]

• 3. 核验与确认：源照制作授权与公开案例授权分开；确认第三方 AI 处理方式与必要告知。首轮建议只接成人，未成年人另行制定监护授权流程。[S16] [S17]

• 4. 平台允许的支付：先用实际账户核实数字定制服务的类目、资质、结算和交付凭证要求；未确认可售前只登记意向，不先付费投流，也不借错类目上架。

• 5. 生成与审稿：记录尝试次数、首稿接受情况和分钟数；按承诺给一轮轻微修改。换照片、增加人物或重新构图视为新需求，先报价。

• 6. 升级确认：图纸先确定尺寸、品牌系列、颜色上限和连接；实物须确认制作者交期与样片，顾客确认稿后再制作。

• 7. 交付与售后：留订单和版本记录；说明问题反馈窗口，按约定处理质量问题，不用“定制一律不退”替代消费者权益判断。

• 8. 数据清理：拟定结单后 30 天删除工作副本，允许用户更早申请；法定及平台留存另行分开处理。AI 服务商的日志与保留期限须实际核查，不能承诺其同步删除。

07 / 情景测算 · 非实际账单

算清 5 元：人工与达人费是关键变量

每个已付款数字图订单	基准假设	金额
标价扣预期退款	¥5 × (1 − 5%)	¥4.7500
再扣假设渠道费	¥4.75 × 1%	−¥0.0475
生成与重试	¥0.8 / 次 × 1.5 次	−¥1.2000
人工机会成本	5 分钟 × ¥30 / 小时	−¥2.5000
其他变动成本	按单摊销	−¥0.2000
单笔贡献（获客前）	以上相减	¥0.8025

公式：单笔贡献 = 售价 × (1 − 退款率) × (1 − 渠道费率) − 单次生成成本 × 平均尝试次数 − 人工分钟 ÷ 60 × 时薪 − 其他按单成本。此处假设退款订单仍发生生成与人工；费率、退费规则和税费需要用实际账单替换。

这意味着基准假设下付费 CAC 必须低于约 ¥0.80 才不侵蚀单笔贡献，尚未覆盖固定支出和税费。单篇达人费 ¥100 至少需要约 125 单，仅能覆盖这笔达人费。¥400 固定投入则约需 499 单。

若每单人工缩到 2 分钟，其他参数不变，贡献约 ¥2.3025；¥400 投入约需 174 单。¥9.9 同样条件、5 分钟人工的贡献约 ¥5.41095，但用户是否接受价格须另测，不能只靠提价假定转化不变。

现金口径与含人工口径都应记录。实物示例：¥79 售价、5% 退款准备、1% 费用、制作 30、包装 3、物流 8、沟通 10 分钟按时薪 30 计，贡献约 ¥25.30；若每单另有 ¥5 图纸成本，降为 ¥20.30。制作报价只是占位，须询价打样。

08 / 建议阈值 · 不是行业基准

实验账本与预先设定的判断门槛

指标	记录方式	首轮判断
有效咨询 Q	用户明确询问价格、交付或提供合规制作需求；按用户去重	≥50 位才能对咨询转化作初步判断
付费客户 P	以实收订单为准，排除赠送、自己人测试和退款刷量	20-30 位，且至少 2 个不同来源有成交
咨询转化	P / Q；另记保留订单与退款	目标 ≥20%；样本小时展示分子分母
交付质量	首稿接受数 / 交付数；退款数 / 付款订单数	首稿通过 ≥70%，退款 ≤10%
每单效率	记录沟通、生成、改稿、交付的总人工分钟	稳定流程中位数 ≤5 分钟；¥5 模式争取 ≤2 分钟
经济性	CAC = 来源获客支出 / 新增付费客户；与同来源贡献比较	含人工贡献扣 CAC >0，样品固定成本另记
实物可行性	独立样品与实际订单质检、交付记录	3-5 个样品通过验收；升级意愿不计作已成交

记录漏斗：曝光 E → 内容访问 V → 有效咨询 Q → 付费 P → 交付 D → 退款 R → 升级 U。平台拿不到的指标填“未知”，不要填零。来源用无敏感信息的咨询编号或工单码，7 天归因；重复用户去重，跨达人重叠单独标记。

继续：至少 20 个真实客户、两个有效来源且获客后贡献为正，质量稳定，再开发自动收图、工单和交付功能。调整：咨询多付款少，访谈未付费者；付费多改稿多，收窄题材与修改范围；5 元只吸引低价需求，另测送礼与实体价值。

停止付费推广：预算上限触发、两轮内容都缺少有效咨询、或付费获客持续高于贡献。样本不足属于“尚未验证”，不武断归为没有需求。20-30 个样本只能提供方向，不能说明稳定规模化。

09 / 先询价，再投入

预算、产能与线下合作

项目	试验封顶假设	说明
达人合作	¥300	3 位 × ¥100，仅为预算占位；未找到合适报价就减少合作数量
实体打样	¥300	3-5 个样品，包含制作与部分物流；先拿实际报价
固定工具	¥100	仅固定订阅或工具费用，不重复计入按次生成
变动现金预留	¥200	生成、退款周转与试寄；逐单记账
机动预留	¥300	只有明确原因才用，累计总预算上限 ¥1,200

¥1,200 是可调试验上限，不是必要支出或已获报价；不含创始人时间、税费与后续开发。建议首笔投入限制在样品和少量内容，看到有效咨询后再释放剩余预算。

找 2-3 位制作者询相同图纸，比较实际尺寸、可用色、单价、最低数量、最慢交期、包装、返工与快递。至少各做一份相同样品，按版本号、色差、平整度、边缘和挂孔强度统一验收。

产能示例：每天可投入 60 分钟、每单 5 分钟，理论上限 12 单，建议只开放 8 单给改稿和售后留余量。宣传的交期须与真实排队相符；没有供应商验收与交期记录前，不承诺“全自动次日发货”。

代工合作书面明确原图保密、仅按订单使用、不得自行营销、交期、质量责任、丢损与返工分担、剩余图纸和照片的删除，以及是否允许转包。[S17]

10 / 按经营场景核验

权利与平台：把限制变成明确的产品边界

正式对公众开放 AI 小程序前，再核实微信主体与类目、支付及服务资质、AI 服务商合规与商用条款、相应标识和数据处理要求。采用第三方服务不自动免除自身义务；相关条件以届时官方规则和实际业务为准。

- 站内咨询可以保留，站外收款不能直接当成默认路径。普通经营规则和买手规则分别适用；微信小程序存在并不自动获得从小红书导流成交的权限。[S12] [S13]

- AI 内容主动声明，使用发布平台提供的标识；保留已有隐式标识，不把渲染图说成实物照片，不用虚构顾客评价为达人内容背书。[S15]

- 顾客应有照片制作权利。肖像许可、摄影作品版权与公开展示许可是不同问题，不能只凭“照片在网上”或“粉丝同意”推定商用授权。[S16] [S18]

- 明星周边需要核查肖像、姓名、摄影、角色/美术、商标与许可链。先取得覆盖拼豆品类、宣传素材、小红书及小程序销售渠道、地区和期限的书面许可；未取得前只做原创或合法授权内容。[S16] [S18]

- 照片处理告知用途、接收方、保存与删除方式；第三方 AI 是受托还是独立处理、是否跨境，按实际工具与合同判断并补齐要求。不要默认所有普通照片都是生物识别数据，也不能忽视人脸识别用途和未成年人等情形。[S17]

- 实物若落入儿童玩具范围，核对认证与安全规则；成人拼豆也有加热部件限制。2026 年监管公告明确：不能把按织物熨烫标准设计的家用电熨斗当作成人拼豆产品的加热部件。线下制作者需核验其设备与操作流程。[S19]

11 / 按证据推进

产品路线：把重复且有效的工作自动化

阶段	建设重点	进入条件
MVP 0 · 人工验证	固定风格、工单、收费边界、样品与来源记录	现在即可准备；平台售卖路径先核验
MVP 1 · 轻量小程序	授权收图、付款订单、任务状态、人工审稿、交付下载、删除申请	≥20 真实客户、2 个有效来源、经济与质量指标通过
MVP 2 · 图纸能力	网格编辑、真实色板、尺寸与颗数、连接检查、版本锁定、打印导出	至少 10 个被实际照拼的图纸，缺陷原因可复盘
MVP 3 · 实物协同	供应商接单、样片确认、交期、质检、物流与售后	至少 2 位稳定供应方，实际履约与返工数据支持
MVP 4 · 授权 IP	授权素材库、使用范围、到期管理、系列商品	书面授权与可核算需求；不得拿未授权明星周边先试卖

首版不必做开放图纸社区、复杂积分、无限风格或自动分单。先把“顾客是谁、为何付费、每单花多久、还能赚多少、能否交付”变成可追踪数据。

未来可形成的优势是：有辨识度的真人模板、少改稿的制作规范、经过实拼验证的图纸、稳定的线下履约与礼物体验。若用户只要一次免费转图，功能自动化也不会自行创造商业价值。

下一步最有价值的行动：做出同一授权人物的效果图、工程图和真实挂件三件套，询两位制作者报价，再用有限预算开展第一轮内容实验。

SOURCE NOTES / 公开资料

来源与核验边界

核验截至 2026-11-16。以下品牌和竞品页是官方自述，未进行付费质量测试。媒体采访是个案，社媒声量不代表付费需求。站内实时小红书样本、达人报价、模型账单与代工实际成本未获取。

S01 Hama 官方：公司里程碑

2021 · 官方历史

1961 年成立、1971 年珠与底板、1979 年熨烫法、1984 年品牌及 2015 年 App。

S02 Hama 官方 FAQ：尺寸

未署日期 · 品牌规格

Mini 2.5 mm、Midi 5 mm、Maxi 10 mm；规格以系列为准。

S03 Artkal 官方：C 系列 Mini

未署日期 · 品牌规格

官方列售 2.6 mm Mini；不是所有品牌 Mini 都同径。

S04 数说故事：拼豆社媒声量研究

2026-06-18 · 研究机构自有监测

近一年声量同比 +1765%；为该机构监测口径，不是购买人数或成交。

S05 上观新闻：虹口拼豆门店采访

2026-10-06 · 媒体门店样本

照片转像素、多人群体验与纹理烫法仍在发展；个案不代表全国行情。

S06 红网：长沙拼豆市场走访

2026-08-19 · 媒体门店样本

影视联动、代拼报价与门店价格竞争的报道；非本项目成交样本。

S07 海克财经：拼豆硬控年轻人

2026-07-01 · 媒体观察

报道平台活动和上海线下交流大会，提供热度扩散线索。

S08 mypindou：在线生成器

2026-11-16 访问 · 竞品官方自述

网页宣称免费、免登录、图纸与用量导出；未进行付费实测。

S09 灵感拼豆：常见问题

2026-11-16 访问 · 竞品官方自述

宣称照片等功能各有每日免费额度，会员不限次；价格与效果未实测。

S10 星豆集：产品说明

2026-11-16 访问 · 竞品官方自述

图纸识别、校对、伴拼及门店智能板联动；部分区域注明示意。

S11 不亦乐拼豆：教程与小程序

2026-11-16 访问 · 竞品官方自述

网页提供图纸生成入口、教程和小程序入口。

S12 小红书：交易导流专项治理公告

2021-12-23 更新 · 平台正式规则

列明联系方式、外链及客服引导私下交易等风险行为。

S13 小红书：买手管理规则

2026-11-07 生效 · 平台正式规则

买手适用；21.4 涵盖通过评论、私信、群聊引导绕过平台成交。

S14 小红书蒲公英：帮助中心

2026-11-16 访问 · 平台官方入口

达人商业合作、内容审核与资质要求；执行时按实际账户规则核验。

S15 网信办：AI 生成合成内容标识办法

2025-09-01 生效 · 法规原文

发布生成合成内容时主动声明并使用平台标识；不得恶意删改标识。

S16 民法典：人格权编

2021-01-01 生效 · 法律原文

肖像的制作、使用与公开涉及权利人许可，例外须依法判断。

S17 个人信息保护法

2021-11-01 生效 · 法律原文

最小必要、告知、委托处理、敏感信息与未成年人信息的要求。

S18 著作权法：国家法律法规数据库

2021-06-01 施行 · 法律原文

摄影、美术等作品的复制、改编与传播权；应另核实商用授权范围。

S19 市场监管总局：拼豆质量安全公告

2026-07-17 发布 · 监管公告原文

区分儿童与成人产品，规定相关认证、配件和加热部件要求。