

AI时代IP产业的价值重构与生态版图

易观分析

2026年10月

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

CONTENTS

- 01** 宏观趋势：AI+IP成为内容产业确定性赛道
- 02** 价值重构：AI驱动下的IP价值衡量模型与双轨路径
- 03** 竞争格局与生态图谱：主导力量与突围者
- 04** 未来展望：未来3-5年的IP分发新生态

/01

宏观趋势：AI+IP成为内容产业确定性赛道

供给端：内容生成边际成本趋零

2026 年，AIGC 技术已全面渗透内容生产链条，推动行业供给端进入“无限化”时代。数据显示，2026 年预计 AI 短剧/漫剧市场规模将达 400 亿元（同比增长 138%）；仅抖音上半年新增 AI 短剧即达 22.19 万部（日均 1200+部），AI 漫剧月播放增量突破 700 亿次。在成本端，单部 AI 漫剧成本已压缩至 3000-5000 元（仅为传统真人剧的 1%），一分钟漫剧制作成本降至 200-300 元，这标志着内容生成已从“稀缺品”转变为“日用品”，供给端的边际成本正加速趋零（尽管算力成本呈现一定刚性）。

400亿

AI短剧/漫剧市场达400亿元，同比增长138%，内容供给爆发式增长，赛道进入井喷期

1200+

新增AI短剧 22.19万部(日均1200+)，内容生产实现“供给无限化”

3000-5000元

单部AI漫剧成本3000-5000元(真人剧1%)，内容生成的边际成本趋零

200-300元

一分钟漫剧成本100元上浮至200-300元，算力涨价带来一定的成本刚性压力

700亿

AI漫剧月播放增量突破 700亿次，消费端已被AI内容大规模占领

需求端：可信、有情感、可交互的内容需求上升

供给端的无限化（边际成本趋零）必然导致内容的极度冗余与同质化。当“AI味”内容泛滥时，缺乏情感锚点的纯随机生成内容将迅速失去用户耐心。这种需求升级已在市场中得到验证。

以 AI 短剧《被裁掉的女孩》为例，其 AI 主角“方桃子”凭借鲜明的性格设定和情感共鸣，迅速涨粉 45.5 万，单条视频商业报价高达 25.8 万元，该案例证明：用户愿意为真心喜爱、能产生情感羁绊的 AI 角色付费，情感价值直接转化为商业变现能力。

01

纯随机生成的瓶颈：审美疲劳与爆款稀缺

随着 AIGC 技术拉低生产门槛，内容供给呈现指数级爆发，但伴随而来的是严重的“AI味”审美疲劳。数据显示，当前 AI 短剧的整体爆款率仅为 0.47%，意味着 99% 的 AI 生成内容在海量信息流中无人问津。这证明，单纯依赖算法进行无约束的随机生成，无法建立深层的用户情感连接，难以支撑可持续的商业闭环。

02

需求侧的范式转移：好故事、强角色与可交互

用户的消费心理已从早期的“看新鲜”迅速向“好故事、好角色、可交互”成熟。市场对内容的核心诉求升级为“可信、有情感、可陪伴”。用户不再满足于被动接受算法投喂的碎片化画面，而是渴望与具有稳定人格、长期记忆和情感反馈的叙事实体建立关系。

供需两端存在结构性错配，IP确立AI时代情感连接的确定性壁垒

AIGC引发内容熵增，供需错配凸显“情感稀缺”。IP作为承载共识的“有限锚点”，以确定性对抗无限噪声，是降低认知成本、沉淀情感资产的核心基建。

AIGC技术的普及极大地降低了生产门槛，导致内容供给呈现“热力学熵增”状态——无序、杂乱且无限膨胀。然而，人类的注意力与情感带宽却是恒定的（有限资源）。

供给过剩

2026年上半年，仅抖音端新增AI剧/漫剧已达22.19万部，日均产出超1200部。海量内容导致用户决策疲劳，“下一个更香”的心理使得内容留存率极低。

VS

连接稀缺

在算法投喂的洪流中，缺乏情感内核的纯随机生成内容（即“AI味”内容）极易引发审美疲劳。数据显示，AI短剧的爆款率仅为0.47%，意味着99%的内容在诞生之初即被淹没。

内容过剩使“关系”成为稀缺品，IP正是这一载体的核心。其不可替代性源于AI难以复制的“有限性”，如下：

人格的有限性

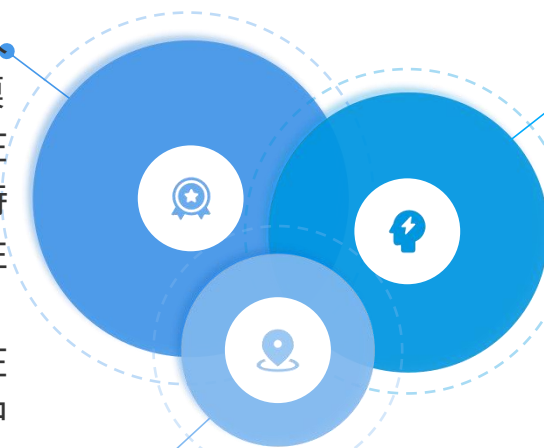
IP拥有清晰、稳定且被共识认可的人格边界，AI可以模仿其形，但难以在长时间跨度内维持这种人格的一致性（OOC风险）。这种“确定性”在混乱的生成环境中极具价值。

记忆的有限性

IP承载了用户跨越数年的共同记忆，这种“前史”是AI原生内容所不具备的社交货币，也是用户身份认同的基石。

规则的有限性

IP构建了自治的世界观规则，用户进入一个IP，本质上是进入一套既定的“语法”进行互动，而非面对一个无规则的混沌世界。



AI时代，IP稀缺性逻辑发生根本性位移。工业时代，稀缺性源于生产端的门槛（制作成本高、渠道垄断）；而在生成式AI时代，内容生产本身已趋近无限，稀缺性转而源于对IP资产的“控制权”——即谁能确保IP在海量生成中的“人格一致性（不OOC）”与“版权清晰（可确权）”，谁就掌握了核心战略资源。这标志着IP竞争从“比拼产能”转向“比拼掌控力”。AI+IP已是确定性赛道。

战略维度	传统/工业时代	AI时代
核心资源	内容生产权（产能稀缺） 受限于专业团队、资金、设备	IP治理权（信任稀缺） AI工具平权使产能过剩，信任与共识成为壁垒
版权形态	静态确权（法律壁垒） 买卖一次签一次合同，确权是交易的起点	动态确权（流通锚点） 涉及AI训练数据清洗、生成内容指纹及实时分账
渠道逻辑	流量分发权（物理垄断） 依赖院线排期、卫视档期、应用商店推荐位	生态嵌入权（系统寄生） 从“上架货架”变为“API嵌入场景”（如穿戴、社交等）
盈利模式	一次性售卖/授权费 票房、版权费、保底金	持续性调用分账 Token级计费、API调用费、行为授权抽成

/02

价值重构： AI驱动下的IP价值衡量模型与双轨路径

IP价值衡量模型切换

传统估值体系建立在工业时代的稀缺性之上，核心关注“版权库厚度”与“播放量/销量”，其本质是对静态存量资产的财务盘点。而AI时代IP价值新衡量体系则引入了“资产周转率逻辑”，将目光聚焦于IP的动态活跃度与场景穿透力。这标志着IP资产正从一次性售卖的“内容成品”进化为可按需调用、高频复用、实时组合的“生产性要素”，其核心指标也从“持有资产规模”转变为“单位时间内的调用频次”。基于此，我们提出普适性的AI时代IP价值衡量公式：

IP价值

=

活跃创作者数
(AC - Active Creators)

×

日均生成资产数
(AG - Average daily
Generated assets)

×

变现效率
(ME - Monetization
Efficiency)

×

调节变量

生态繁荣度指标：
代表IP的共创能力与社群粘性。在AI工具的赋能下，AC不仅包含官方团队，更涵盖海量的UGC/PUGC创作者，AC越大，IP的二创生态越繁荣，长尾影响力越强

生产效率指标：
直接反映AI技术带来的边际成本递减效应，在传统模式下，AG受限于人力与资金；而在AI加持下，AG可实现指数级增长，是衡量IP内容供给能力的核心数据

商业变现与确权指标：
这是保障生态健康的关键，它代表了官方通过自动化价值捕获机制与生态分账规则，从海量二创和调用中收回收益的能力

风险与质量系数：
通常用于涵盖IP的人格一致性（防止OOC）、合规性风险、品牌美誉度等非量化但极具影响力的隐性因素

2026-10-8

激发科技与创新活力

9

双轨路径：经典IP AI化改造 & AI原生IP

$$\text{IP价值} = \text{活跃创作者数 (AC - Active Creators)} \times \text{日均生成资产数 (AG - Average daily Generated assets)} \times \text{变现效率 (ME - Monetization Efficiency)} \times \text{调节变量}$$

路径A - 经典IP AI化改造：长坡厚雪，LTV确定性高

AC × AG × ME × 调节变量

基数大，粘性强
自带庞大粉丝与社群，UGC/PUGC二创基础深厚，冷启动快，但受限于原世界观，创作者发挥边界较窄

稳健增长
AI修复/重制提升存量内容产出，AG受限于版权方节奏与经典形象约束，侧重“高质量衍生”而非纯数量爆发

变现确定性高
依托原有知名度，易获品牌授权与线下实景分账；长尾价值挖掘（如AI潮玩订阅）带来持续ME，但分账需平衡老粉与二创

调节压力集中
核心风险是OOC（人格崩坏）、老粉情感反噬与版权纠纷；品牌美誉度是隐性护城河，一旦AI“毁经典”，调节变量大幅折损价值

依托成熟世界观与情感连接，AI充当“激活器”与“延寿剂”。AC底盘稳固，ME经市场验证，调节变量（品牌美誉度）稳定，抗风险能力强，构成生态“压舱石”

路径B - AI原生IP：脉冲爆发，LTV尚待验证

AC × AG × ME × 调节变量

基数小，门槛低
无前置认知，冷启动需算法助推；但AI工具赋予极高自由度，易吸引先锋创作者社区共养，AC增长曲线陡峭但初期波动大

指数级爆发
全链路AI生成（文/图/视频），边际成本趋零，AG极高，快速铺满多终端（车机/XR/潮玩），内容供给能力极强

流量变现快，留存待考
依赖广告、打赏、数字藏品等即时变现，易“昙花一现”；若跨端陪伴，可提升长期订阅，但ME波动大

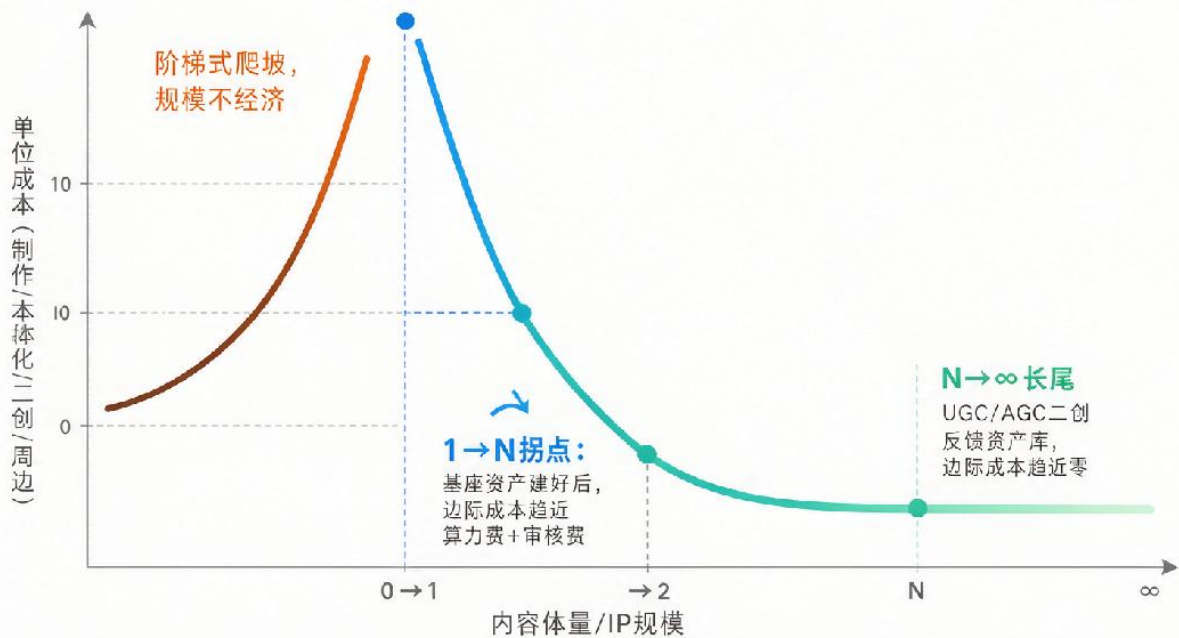
合规与同质化
无历史包袱，但面临内容安全审核、AI生成标识义务；热点迭代快易同质化，需持续投入维持人格一致性，调节变量偏“探索期”

依托AI极致效率，实现低成本广覆盖，但缺情感积淀。欲获高LTV，须将用户关系从“观看”升维为“陪伴”，通过交互数据固化人格，实现“情感订阅”对“内容付费”的替代

IP生产成本曲线：J型 → 平底锅型

生成式AI将IP成本曲线从“高门槛J型”重构为“前期沉淀、后期零边际”的平底锅型，为估值公式中“日均生成资产数（AG）”的无限放大提供了物理前提。双轨路径均受益于此：经典IP借算力叠加降低重制成本，拉长LTV；AI原生依托算力主导实现AG无限供给，以极低人力占比换取脉冲式爆发，重塑产业ROI逻辑。

AI介入后的曲线重构：J型→平底锅型



0→1 前期

冷启动成本高，
剧本/设定/分镜/配音，
实拍/动捕/制景先行。

1→N 拐点

大模型+多模态把世界边成，
角色立绘、分镜预演、配音脱极
从月级压到小时级。

N→∞ 长尾

新增剧情线、新语言版、
短视频切片、周边、二创授权
≈ API 调用成本，几乎为零。

— 传统IP

— AI原生IP

这一底层逻辑的变革，将引发IP产业如下结构性变化：

● IP供给曲线右移：长尾IP大规模涌现

IP供给曲线大幅右移，长尾IP迎来大规模涌现期。垂直圈层、小众题材的IP将获得前所未有的生存空间，市场从“头部垄断”向“多元共存”演变。

● 生命周期成本摊薄与毛利结构改善

成本曲线的下移直接改善了项目的毛利结构，提升了抗风险能力。但要实现价值最大化，IP必须从“一次性卖货”向“持续性服务/API调用”转型，打破LTV的天花板。

● 出海成本结构位移：从“重制作”到“重运营”

出海成本结构发生跨国平移，从“重资产制作”转变为“重提示词运营与文化风控”。具备全球化Prompt工程能力和本地化合规团队的IP方，将率先享受AI带来的全球化红利。

成本结构位移：“人力密集型”向“算力+合规密集型”重构

IP成本结构正从“人力密集型”向“算力+合规”主导位移，构成AI时代新的竞争壁垒。经典IP保留“人力+版权”底，叠加算力以提效增寿；AI原生则以算力与合规为核心，人力占比极低，凭借AG的无限供给实现低成本爆发，完成从“内容付费”到“情感订阅”的商业模式迭代。

01

人力成本

高度依赖庞大的线下制作团队（编剧、知名演员），往往占据总预算的50%以上，且具有极强的刚性



核心人力转变为提示词工程师与AI训练师，人才的核心竞争力从“执行能力”（如演技、摄影技巧）转向“策展与调优能力”（如审美把关、人格一致性校准）

02

算力成本

内容复制的边际成本几乎为零，不存在持续的“算力”开销



算力（Tokens消耗）已成为IP开发与运营的核心成本，随着大模型厂商商业化加速，每一次AI生成、微调与API调用都转化为真金白银的支出

03

制作成本

高昂的拍摄场地、后期特效与物理道具费用



转变为“AI批量生成+人工精准校准”，虽然物理拍摄成本骤降，但“审美把关”与“人格校准”的人工成本显著上升

04

审核与合规成本

审核与合规成本相对比较低，主要依赖内容审查部门的常规把关



合规成本显著上升，成为新的成本黑洞，这主要包括三大板块：AI标识、版权确权与文化风控等

IP-用户关系重构：从“单向触达”到“共生演进”

在AI时代，IP与用户的关系发生了底层逻辑的逆转。传统IP运营建立在“单向触达”的线性逻辑之上，而AI原生IP则构建在“共生演进”的生态逻辑之中。这一跨越具体体现为以下四个维度的深度重构：

1

角色位移：从“被动受众”到“共创节点”

用户从内容的终点转变为叙事的协作者。依托AI工具，用户通过Prompt工程深度介入剧情生成与角色互动，从被动“看故事”转向主动“写故事”，这种参与式文化的普及，极大提升了用户的归属感，使IP生态从“流量消耗”转向“资产增值”。

2

权力迁移：从“官方垄断”到“区间共治”

IP的解释权由官方绝对掌控下放至“人格区间（Persona Bounds）”。官方仅锁定不可动摇的核心价值观与底层设定，在此框架内开放共创权限，这种“授权式治理”既守住了IP的灵魂（防OOC），又释放了生态活力，实现了“放权”与“管控”的动态平衡。

3

情感契约：从“偶像崇拜”到“长时陪伴”

情感连接的基础从基于距离感的“偶像崇拜”转向基于高频互动的“情感依恋”。叙事智能体（NAE）作为7x24小时在线的数字伴侣，通过同步共生机制与用户建立长期稳定的陪伴关系，将IP价值锚点从“曝光度”迁移至“用户生命周期价值（LTV）”。

4

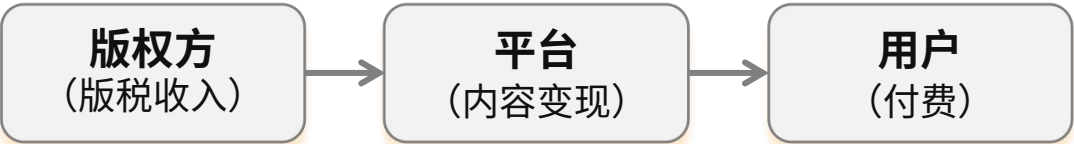
交互频率：从“低频脉冲”到“高频在线”

IP的活跃周期打破了传统的“上线-空窗”脉冲律，进化为全天候的服务态。AI驱动下的内容实时生成与响应，使IP运营从“项目制”转向“服务制”，通过持续占据用户时长，有效沉淀私域流量并大幅降低用户流失率。

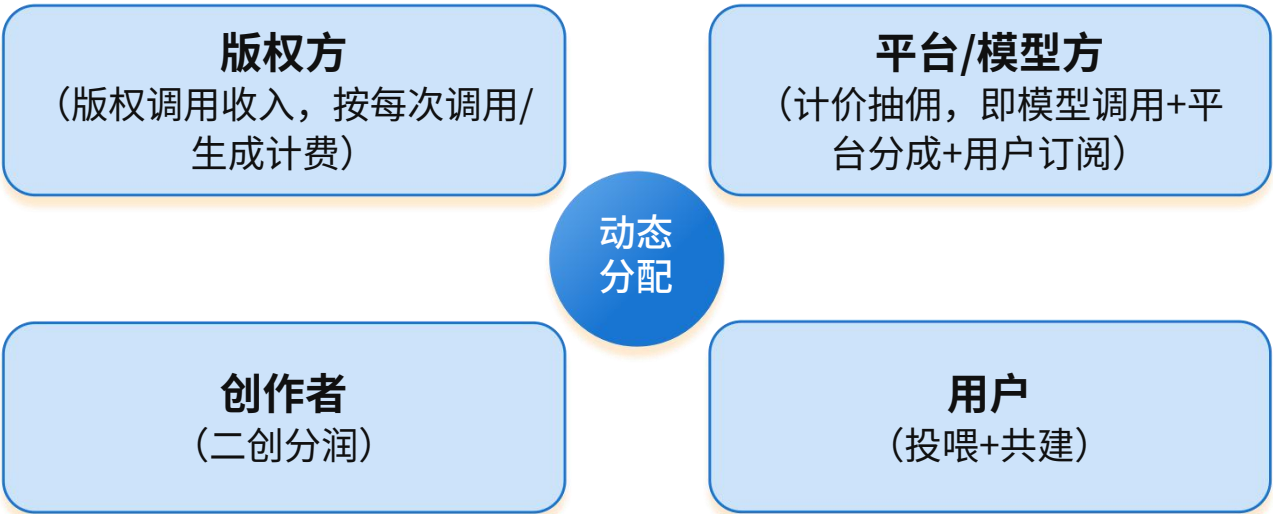
IP价值分配格局：二元固定→多元动态

IP与用户的关系从传统的“单向触达”逆转为“共生演进”。这种底层逻辑的变革，直接打破了传统IP运营中“版权方+平台”的二元固定分成模式，催生了AI原生IP语境下的“四元动态分配”新格局。

传统：二元固定



AI原生：动态分配

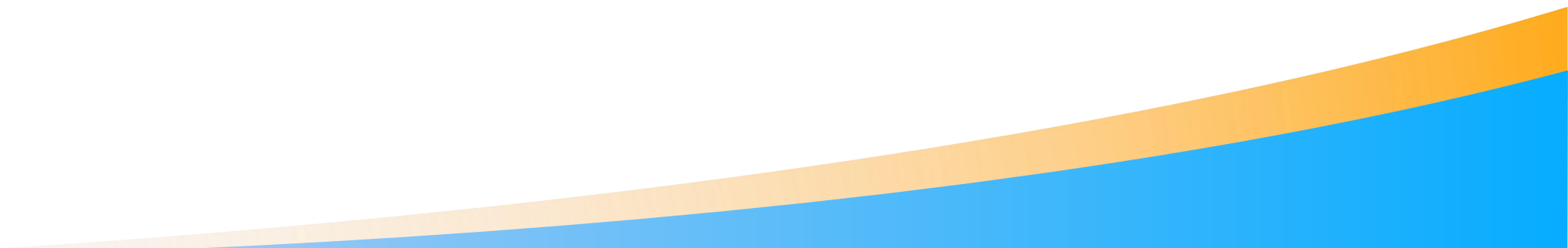


传统IP变现往往困于“作品级”的粗线条：低频触达、定期结算、长尾价值难以激活。而在AI原生的多元动态分配格局下，这一底层逻辑正被重塑——分配单元与清算机制随之下沉，这一变革不仅打通了价值流转的堵点，更为IP产业的高频、细粒度变现提供了核心支撑，如下：

- 分配单元：从作品级（一部剧/电影的整体授权）下沉至调用级（每次API触发）、token级（每次AI生成）、二创级（每件衍生作品），这标志着价值锚点从“成品”拆解到了“过程与要素”。
- 清算方式：从定期结算（月/季度人工对账，滞后）进化为智能合约实时清算（程序化、自动执行）。
- 分配精度：从粗粒度（固定保底/整体分成，不透明）升级为细粒度、可追溯（穿透到每次调用，长尾价值可捕获）。

/03

竞争格局与生态图谱：主导力量与突围者



AI+IP产业生态图谱

版权确权与存证基础设施



IP供给与共创

传统版权源头



传统内容制作方



新锐AI原生IP工作室



UGC/PUGC创作者

技术/平台方

AIGC生产工具链



互动影游引擎



通用技术基座



运营/分发方

第三方专业IP运营/宣发方



内容社区平台与流媒体



终端场景方

线下文旅与院线



智能终端



实体衍生品与AI潮玩



基础设施 - 云/算力服务

在AI介入之前，IP产业的“底座”长期处于隐性状态：确权依赖法务端的静态合同，算力囿于IT部门的有限渲染集群，二者均属“事后响应”的后台支持职能。而在AI+IP的新生态中，确权与算力已跃升为核心基础设施——前者进化为资产流转的契约中枢，后者成为内容生产的水电煤。由此，传统线性产业链（创作→发行→放映→衍生）被重构为“双层夹板式”生态结构：顶层确权构筑了可信交易的上限，底层算力提供了智能生产的可能，二者共同托举起中间繁荣的IP运营与消费生态。



确权层已从静态的“一次性登记”（如DCI）进化为全流程治理中台，如下：

- 全链路审计：水印与存证技术实现资产全生命周期留痕，确权转向持续审计
- 三元权属拆解：支持“原始/训练/编排”权益实时拆分，为调用级分账确权
- 合规前置：生成端嵌入合规检测，拦截侵权风险，治理模式从事后转向事前



算力已脱离后期渲染的辅助定位，跃升为AIGC内容生成的物理载体与计价基准，如下：

- 生产重构：算力由后期工具转为生成“第一公里”，云上并行计算决定内容供给
- 精细结算：按Token、帧率、面数精准计量，构建模型与应用的算力枢纽
- 实时交互：端云协同调度，云端负责智能推理，终端负责即时渲染，定义NAE体验上限

将确权与算力从后台“提级”为基础设施层，解决了AI+IP生态的两个核心痛点：其一，信任问题：通过技术手段确立数字资产权属，让版权方敢授权、平台方敢使用、创作者敢二创；其二，计价问题：将无形的“创意”和“数据”转化为有形的“算力消耗”和“链上记录”，使得按次、按量、按调用的实时分账成为可能。

技术/平台层独立崛起——生态中最大的“新增环节”

传统模式下，技术仅作为隐性工具或渠道管道，游离于核心价值分配之外。AI时代，技术/平台层已跃升为生态中最大的新增环节与核心枢纽。它超越了“卖铲人”定位，进化为掌握“炼金术”的资产运营商：向后支撑影视、游戏及动漫的工业化生产，巩固精品IP壁垒；向前大幅降低创作门槛，激活UGC/二创的长尾产能，同时，该层向下贯通车机/XR等终端体验，向上重构AI剪辑与分发的运营逻辑，成为贯穿IP全生命周期的价值轴心。

技术/平台方

AIGC生产工具链



互动影游引擎



通用技术底座



价值捕获 从“卖铲子”到“订阅+数据”

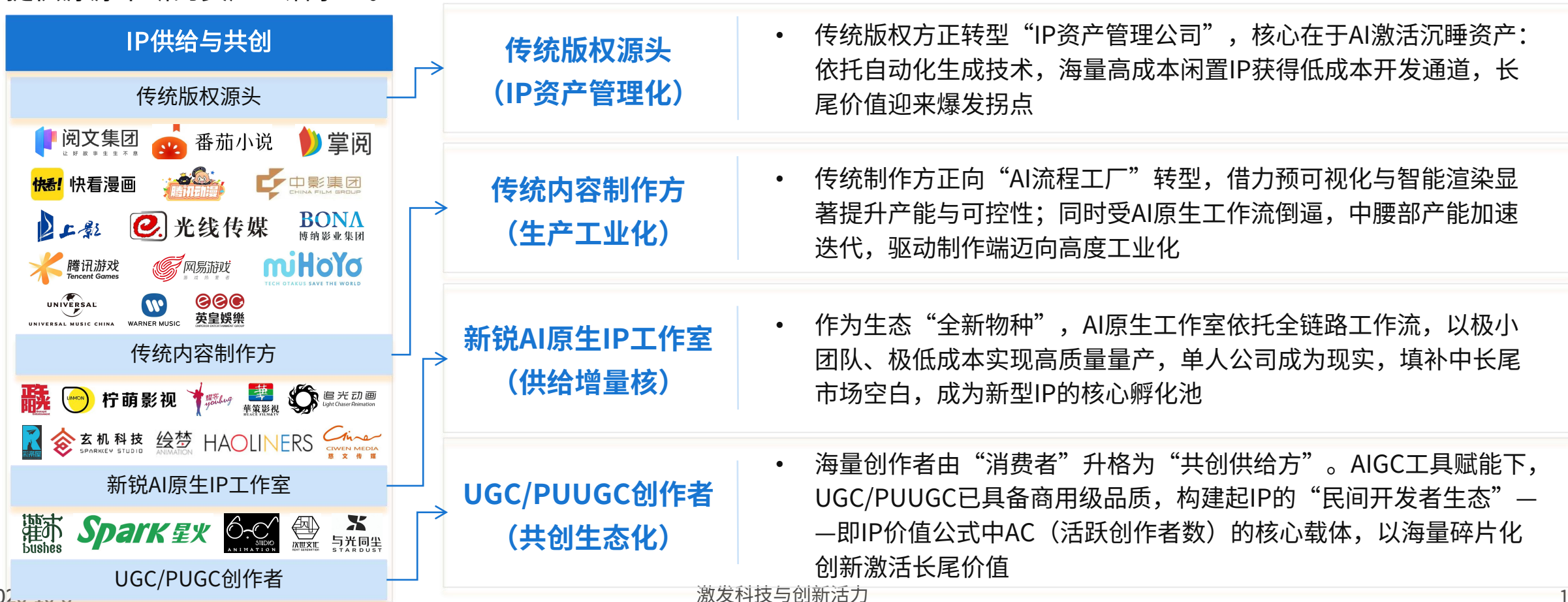
- 模型调用费：每一次AIGC生成与用户交互，平台都要收取Token费用，这是传统技术商无法想象的“过路费”模式
- 过用户与IP的交互数据（提示词、偏好、反馈），反哺模型迭代，形成“数据飞轮”，这部分行为资产的归属权，正成为平台与版权方博弈的新焦点

生态影响 重塑IP的“可交互性”与“长尾效应”

- 可交互性：IP不再是一段固化视频，而是运行在引擎上的“活”的资产。用户参与IP世界与对话，改变剧情走向，这极大提升了IP的用户粘性
- 长尾效应：技术降低了生产成本，使得大量中长尾IP（如网文、小众动漫）得以通过AIGC快速转化为视频、游戏内容，技术平台成为这些IP价值放大的放大器

IP供给端结构裂变——从“金字塔”到“四级梯队”

传统IP供给的“金字塔”结构（头部垄断、腰部断层）在AI赋能下已裂变为“四级梯队”：一二梯队依托AI实现存量资产盘活与工业化提效，筑牢头部精品“高原”；三四梯队通过原生创作与低门槛工具释放海量创新“群峰”。各梯队和技术/平台层调度下形成“旋转门”机制——头部IP向中长尾开放授权，长尾爆款反哺头部，构建起“存量守正、增量创新”的良性循环，为生态提供源源不断的资产“活水”。



传统运营依赖渠道垄断，交易呈“一锤子买卖”。AI时代，分发权向“算法推荐+创作者生态+数据闭环”迁移，算法进化为“隐性造星者”，运营逻辑裂变为“专业运营筑高度，社区共养蓄热度”：数据实时指导分发，互动直接触发确权与分账，倒逼运营从流量博弈转向资产经营。



专业运营——从“流量分发”到“资产增值服务”

传统宣发与发行方正向IP全周期增值服务商转型：

- AI精准孵化：依托大数据与生成式AI开展“IP预演”，前置模拟用户反馈，动态校准人设与剧情，压降试错成本
- 智能宣发中台：AI批量生成个性化素材，实现跨圈层差异化投放，达成“千人千面”的精准触达
- 跨端场景运营：统筹线上内容、线下实景及车机/XR交互，推动IP从单一视听向全场景消费体验跃迁

社区共养——从“被动观看”到“主动共创”

内容社区平台跃升为IP“共养基地”：

- 二创即运营：PUUGC跃升为IP热度核心燃料，官方以AI工具包（LoRA/素材库）引导共创，纳管二创生态
- 情绪价值变现：依托投票、众筹及打赏机制，用户深度参与IP决策，从“旁观者”转为“利益共同体”
- 长尾自循环：AI工具降低创作门槛，极小众IP借力核心粉丝共创，摆脱对中心化流量的依赖

双轮驱动

传统IP消费高度依赖影院、电视与纸媒，受限于“坐等观看”的线性体验。AI时代，算力泛在化推动终端从“播放器”向IP“入口与载体”跃迁，消费场景裂变为“全场景、多模态、即时交互”的立体网络。IP由此从“被观看的内容”进化为“可进入的世界”，“无处不IP”成为新常态。全场景LTV（全生命周期价值）正式取代单一播放量，成为衡量IP价值的核心标尺。



IP周边与AI潮玩：IP角色的具身化确权

分发逻辑从“实物贩售”转向“硬件+内容”的捆绑授权，IP以AI大模型为内核、实体硬件为载体，实现从“卖玩具”到“卖陪伴”的跃迁，通过硬件销售分成、情感服务订阅及交互数据回流实现价值倍增

XR/穿戴：数字资产的虚实共生交互

分发逻辑从“视频点播”转向“空间计算应用分发”，IP以3D模型、交互式叙事及AR滤镜形态入驻XR生态，重构“世界即IP”的消费体验，通过应用内购、资产授权及交互时长变现



线下实景：IP叙事的空间化落地

分发逻辑从“放映权许可”转向“实景授权与分账”，IP以剧本杀、主题乐园等形态下沉至线下，将单一观影延展为多维沉浸体验，通过空间租赁、衍生品销售及门票分成，开辟高净值的线下流量入口

车载空间：碎片化场景的伴随式渗透

分发逻辑从“屏幕覆盖”转向“系统级预装与订阅”。IP以音频剧集、NAE陪伴及车载游戏形态植入智能座舱，抢占通勤“黄金时间”，通过预装授权费、内容订阅等实现持续变现

/04

未来展望：未来3-5年的IP分发新生态

当前产业发展的核心壁垒与挑战主要集中在以下六个维度。这六大挑战直接制约了IP价值衡量模型中AC（活跃创作者）、AG（日均生成资产）、ME（变现效率）的提升，并增加了调节变量的不确定性，如下：

技术瓶颈： 一致性难，算力高企

01

当前多模态生成难以维持角色形象与世界观的高度统一，且高精度生成伴随巨额算力消耗，这直接制约了经典IP的AI化质量，若“平底锅”底部不够平，将击穿双轨路径的ROI逻辑

内容红海： 模型趋同，审美疲劳

02

底层模型架构的相似性导致生成内容陷入“平均脸”陷阱，海量PUUGC（高AG）反而稀释了用户注意力，缺乏独特灵魂的内容难以沉淀为经典，阻碍了AI原生IP从“脉冲爆发”向“长尾LTV”的转化

确权困局： 数据黑箱，分账缺失

03

AI训练数据的版权归属模糊，且二创（PUUGC）内容的权属界定尚处真空，缺乏清晰的权属界定，使得“细粒度分账”难以落地，直接压制了变现效率（ME）

情感浅滩： 陪伴虚设，伦理红线

04

现有AI陪伴多停留在话术拼接层面，难以提供深度情感共鸣；同时情绪数据的滥用与青少年依赖风险构成伦理红线。这限制了“情感订阅”的溢价能力，是提升LTV天花板的核心障碍

商业迷雾： 付费薄弱，ROI倒挂

05

C端用户对AIGC内容的付费意愿低迷，仍深陷“免费逻辑”；而经典IP的AI化改造需巨额前期投入，若无法在IP多元分发获得足够回报，将导致投入产出比严重倒挂

合规高压： 安全底线，标识破壁

06

内容安全风险倒逼高昂审核成本，且法规强制要求的AI生成标识，可能破坏沉浸式体验（打破“第四面墙”）。如何在合规框架下保留IP的“可进入感”，是全场景分发面临的现实难题

范式跃迁：从“卖内容”到“运营资产网络”

传统IP产业遵循“创作→发行→消费”的线性流水线，价值止于单次交易。AI+IP生态则重构为“确权打底、算力托底、工具赋能、平台放大、终端穿透、分账回流”的循环生态系统。产业核心从“制作爆款”转向运营一个可调用的资产网络——IP要素（角色/世界观）被封装为API，像水电一样在全场景中持续流转与计费。

原生打底（IP源头）

经典IP或原生内容（角色、画风、世界观、人设）完成数字化封装与确权，成为网络中可被索引、可被调用的核心资产，这是整个循环的起点，也是价值锚点。

终端穿透

IP资产以“可交互的IP角色/智能体”形态，穿透车载、XR、潮玩、线下实景等终端，从“被观看的内容”变为“随叫随到的陪伴服务”，实现全场景LTV

算力托底

云端算力像电力一样统一输送，保障IP资产在全场景下的即时生成与高频调用，支撑从“静态内容”到“动态服务”的转化

工具赋能

AIGC工具将IP资产拆解为可编程模块，降低创作门槛，使IP要素可被快速重组与复用

平台放大

用户社区与平台基于模板进行二次创作，让IP资产在网络中持续裂变，实现AG（日均生成资产）的指数级增长，放大IP的覆盖广度与用户触点



激发科技与创新活力

阶段演进：越过“技术验证”，进入“基础设施卡位”

当前生态已越过单纯比拼生成质量的“技术验证期”，全面迈入“基础设施卡位期”。确权、算力与工具链的密集落子表明，未来24个月的竞争焦点已从“生成质量”转向“标准制定与生产资料掌控”。随着阅文、迪士尼等传统IP巨头的深度入场，产业逻辑正从“内容为王”向“资产网络运营”跃迁。唯有打通“内容资产—基础设施—终端分发”全链路，并能主导行业运行规则的主体，方能确立终局优势。在此背景下，四类玩家正在沿不同位置抢筑护城河：

01

内容生产方：从IP供应方到资产网络运营者

依托不可再生的原生IP资产，竞争壁垒已由内容储备转向资产运营能力，头部IP方双轨并进：或构建“确权—工具—分发”私有闭环，实现自主可控；或接入公域基建，以标准化封装置换长期分账权。产业主导权正由“内容制造”向“资产运营”迁移，IP方通过掌控调度与收益权，锁定全场景LTV分配核心。

02

确权层：从“防盗维权”升级为“资产登记与分账底座”

由防盗维权升级为资产登记底座，重心前移至源头水印与元素级授权，确立IP资产的可交易性与合规入口，卡住“按次计费”的总开关

03

算力层：从“硬件堆砌”转向“低成本、可调度的生成供给”

由硬件堆砌转向弹性供给，竞争核心从算力储备变为成本控制与调度能力，夯实“平底锅”成本曲线，决定资产的高频调用上限

04

工具链：从“单点生成”转向“ workflow 绑定与生态锁定”

由单点生成进化为 workflow 标准，通过一体化创作环境锁定活跃创作者（AC），掌握IP再生产的入口与二创生态的主导权

关键变量：互动引擎与智能终端的“结合部”

生态的最大增长极与未定数，在于“互动影游引擎+智能终端”的结合部。目前，行为资产（人格授权）的玩家最为稀缺，且向线下实景、具身智能等多元终端的部署尚处早期。打通“引擎生成—终端部署—情感交互”的闭环，将成为定义下一代IP角色交互形态的关键路径，这一闭环的成熟，标志着IP从单向的“观看式消费”向双向的“陪伴式服务”演进，是激活行为资产价值、实现全场景LTV跃升的核心支点。

引擎生成（大脑）

负责IP人格的数字化重构，包含记忆、性格、知识图谱及叙事逻辑，这是互动内容的源头

情感交互（灵魂）

这是闭环的终极目标，通过多模态感知（语音、表情、触摸），IP能给予符合人设的情感反馈，建立长期陪伴关系



终端部署（身体）

多端具象：车机（语音助手）、XR（沉浸角色）、潮玩（实体玩伴）、具身智能（物理载体）、实景（交互NPC），IP由此进化为可感知的“情感基础设施”

01

传统模式
（观看）

用户被动接收内容，价值源于注意力占用（时长/次数），IP的生命周期受内容更新频率限制

02

未来模式
（陪伴）

用户主动与IP互动，价值源于情感连接与服务频次，IP成为生活助手、玩伴或导师

全场景分发已是行业共识，但这仅是物理触达。真正的未来，是IP从“跨屏流转”走向“情感共生”。当IP具备长期记忆与独特人格，成为用户生活中“懂你、有温度”的陪伴者，并能跨越终端持续提供服务时，IP便升级为“情感基础设施”。届时，基于情感连接的订阅模式将彻底击穿LTV的天花板。



AI驱动IP从“内容消费品”跃升为“情感基础设施”，通过构建双向“情感共生”关系，成为用户生活中不可或缺的“情绪底座”，如下：

- 关系重构：从单向“观看式消费”进化为双向“情感共生”，IP由被动的“内容客体”转变为主动的“关系主体”
- 人格锚定：依托长期记忆与稳定人格，提供心理慰藉与决策辅助，建立超越内容的深层信任连接
- 全端伴随：打通车机、XR、潮玩及具身智能等终端，实现7×24小时无缝陪伴，将碎片化触点转化为连续性服务
- 身份认同：作为用户价值观的投射载体，IP从娱乐产品升级为具有社会属性的“情绪底座”，如水电煤般融入日常



基于“情感基础设施”的定位，IP的变现逻辑将从“卖内容”转向“卖服务、卖陪伴”，具体体现为以下三层商业逻辑：

- 付费逻辑：由“卖内容”（票房/授权）转向“卖陪伴”（订阅/服务时长），驱动收入从波动的“项目制”向稳定的常续性收入（ARR）转型
- 成本结构：突破传统内容边际成本递增瓶颈，依托“平底锅型”曲线，迈过拐点后新增用户边际成本趋零，实现无限供给
- 估值锚点：由“流量曝光（PV/UV）”转向“留存与调用”，IP从“内容存货”重估为“用户资产”，商业天花板跃升至全场景服务分账池

易观分析

中国数智化领域专业的科技和 market 分析机构

- 网址: www.analysys.cn
- 客户热线: 4006-010-231
- 服务邮箱: ygfx@analysys.com.cn



关注易观分析
获取更多报告