

3C科技

傳統電視劇動輒40集、每集45分鐘的體量，並不適合碎片化場景觀看。用戶想要是一種既能滿足追劇的爽感，又不需要投入大量時間的內容消費方式。豎屏微短劇就是在這種背景下應運而生的。早期的短劇單集時長控制在1到3分鐘，一部劇總時長不超過20分鐘，劇情高度濃縮，節奏極快，反轉密集，核心賣點就是一個字：爽。「霸總」、「逆襲、復仇、穿越，這些標籤化的題材迅速抓住了下沉市場用戶的心。

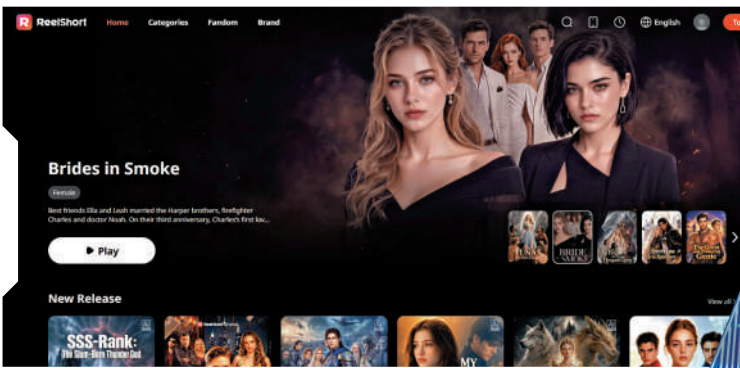
作為當下文娛行業最火爆的賽道之一，AI短劇（包括AI漫劇和AI仿真人劇）只用了兩年時間，就走完了傳統微短劇數年的產業化之路，改寫了傳統影視內容的生產與傳播邏輯。為了更快了解AI短劇這個行業，下面以普通網民的視角，提出十個觀眾可能關心的問題。

姚剛

AI短劇靠什麼吸引人？

首先，其節奏極致緊湊，摒棄了傳統影視冗長的鋪墊，每集1至5分鐘，全程高能、爽點密集，因此非常適合通勤、休息等碎片化場景觀看。其次，其題材包容性極強，覆蓋玄幻穿越、都市逆襲、「甜寵」復仇等各類熱門題材，可以精準匹配不同年齡、性別用戶的偏好。再次是劇情情緒價值拉滿，主打逆襲、反轉、解壓，快速帶給用戶情緒釋放，契合大眾日常解壓的娛樂需求。

AI短劇主要採用「觀看零成本」的商業模式。中國主流AI短劇觀眾大多免費觀看，僅需觀看少量廣告，沒有付費壓力。加之AI量產模式讓內容可以加速更新，海量的內容持續供給，讓用戶擁有充足的選擇空間，形成了持續追劇的黏性。



▲短劇平台ReelShort以歐美、東南亞為主要目標市場。網頁截圖

AI短劇是如何發展的？

2018年至2022年是AI大模型技術的鋪墊階段，海外的GPT、Stable Diffusion等模型陸續獲得突破，但當時的AI模型水平僅停留在工具測試階段，無法規模化商用。

2022年至2024年，當中國市場逐漸飽和、競爭白熱化時，一批短劇平台將目光投向了海外市場。ReelShort、DramaBox等平台相繼崛起，以歐美、東南亞為主要目標市場，將中國短劇的商業模式成功複製到全球。

2023年底至2024年，以Runway、Pika、Sora為代表的AI視頻模型相繼發布，標誌着AI視頻生成技術從「玩具」走向「工具」。這些模型能夠根據文字描述生成高質量的視頻片段，畫面質量、時長、穩定性都達到了實用級別。隨後，中國的即夢AI、可靈AI等工具快速跟進。各大平台紛紛開始批量上線合規AI短劇，商業化正式起步。



▲借助即夢AI，僅需簡單的語句描述即可生成一段視頻。網頁截圖

對傳統短劇行業有多大影響？

傳統真人短劇的製作流程包括：劇本創作、選角、拍攝、後期剪輯。其中，拍攝環節成本最高——演員片酬、場地租賃、設備運輸、燈光布景、後期調色，每一環都需要真金白銀。一部成本10萬元的短劇，可能50%以上花在拍攝上。

而AI視頻生成技術，可以直接跳過拍攝環節，從劇本到成片只需「文字輸入→AI生成→後期合成」。這意味着製作成本可能從10萬元降至1萬元，甚至更低。製作周期也從數周縮短至數天。

更重要的是，AI短劇打破了傳統短劇的題材限制。傳統短劇受限於演員、場景、道具，難以呈現玄幻、科幻、歷史等需要大量特效的內容。而AI可以生成任何想像得到的畫面——古代宮殿、未來城市、奇幻生物，只要提示詞足夠詳細。

行業目前面臨哪些問題？

行業高速發展的同時，一定會帶來諸多問題。其中，很多團隊在流水線式生產同質化的內容，低俗、擦邊內容氾濫。技術方面，部分AI作品存在人物面部僵硬、動作違和、跨集人設錯亂、場景穿幫等問題，觀感遠不及真人短劇。

野蠻生長的背後，是資本對AI短劇賽道的過度樂觀。他們忽視了內容行業的本質：好內容永遠稀缺，技術只是工具，無法替代創意和審美。據DataEye

數據，行業整體爆款率僅0.47%，AI漫劇領域爆款率不足0.1%；投流成本持續走高，中小創作者盈利難度加大。

此外，AI模型的訓練數據大多來自互聯網上的現有作品，涉及版權爭議。一些AI短劇平台因使用未經授權的音樂、畫面、角色形象而被起訴。更複雜的是，AI生成內容的版權歸屬尚未明確——是歸開發者、使用者，還是歸AI本身？法律層面尚無定論。

抹平製作門檻

創意與內容制勝

AI短劇：全球文娛產業新風口

AI短劇到底有多火？

從產能來看，據中國網絡視聽協會發布的《2026年第一季度微短劇創作指引》，2026年第一季度全網新上線微短劇12.8萬部，其中AI短劇（含AI漫劇與AI仿真人劇）佔比超過95%，產能遠超往年真人短劇總產量。從流量來看，中國AI短劇用戶規模已突破6億，佔據九成以上微短劇用戶市場。從商業來看，據艾媒諮詢數據，2025年中國AI漫劇市場規模達168億元（單位：人民幣，下同）；海外市場增速同樣驚人，DataEye預估2026年海外AI劇、漫劇市場規模將超過40億美元，較2025年增長約390%。同時，行業入局者的持續激增，形成了如今全民創作、全網傳播、全球變現的火爆格局。

AI短劇有多賺錢？

AI短劇的核心優勢是門檻低、ROI（投入產出比）高，個人、工作室、平台都能分到錢。

由深圳不鳴文化製作的AI短劇《李世民魂穿阿斗》，投入約1萬元，製作周期僅20天，上線後一個月分賬超40萬元，ROI達到1：40。不過這類案例依賴企業自研工具和資源，普通個人很難照搬。

從行業整體來看，中國的短劇變現模式以廣告變現為主，而海外則以用戶付費為主，2026年市場規模預計將超40億美元。

總體來看，AI短劇淘汰了傳統影視重投入、慢回報的模式，實現了低成本快速變現、規模化持續盈利。

AI短劇熱潮是從哪裏掀起的？

這場席捲全球的AI短劇熱潮是由海內外技術打底，並由中國產業引爆的。Sora、Runway、Seed dance、可靈等模型的迭代，為AI短劇的快速發展鋪平了道路。但真正把它做成產業化、規模化、全球化生意的，是中國企業。

在AI短劇成為主流前，中國已有現成的短劇產業生態，有海量的短視頻流量，變現體系也已經成熟，所以中國平台率先跑通了AI短劇的量產模式、廣告分賬、出海付費這一完整鏈條。現在海外大部分AI短劇內容，其實也是中國團隊製作的；頭部短劇平台和爆款頻道，也多由中國企業運營。換句話說，這次的熱潮是中國企業通過敏捷的反應和不懈的努力，把AI短劇推成了全球文娛產業的新風口。

製作步驟有哪些？

作為一個普通創作者，可落地的AI短劇製作流程大概可以分為五步。

- 1 選定玄幻、穿越等熱門爽文題材，搭建30-50集短平快的劇情，設計密集爽點，適配短視頻用戶觀看習慣。全程可使用AI進行輔助創作。
- 2 借助即夢AI、可靈AI等工具，根據劇本生成統一人設、場景、鏡頭畫面，保證跨集畫面的連貫性。
- 3 借助即夢AI、可靈AI等工具，根據劇本生成統一人設、場景、鏡頭畫面，保證跨集畫面的連貫性。
- 4 通過AI配音工具生成角色台詞、旁白，搭配適配劇情的背景音樂和音效。
- 5 完成內容自查備案，適配抖音、紅果、YouTube等平台規則，上線後通過精準投放獲取流量和分賬。

全程單人即可完成，輕量化作品的創作周期僅需兩周左右。

普通人可以參與嗎？

現在做AI短劇不再需要專業拍攝設備、團隊和影視經驗，一台電腦、一套AI工具就能走完全流程。行業裏大量爆款都出自非專業背景的創作者。

在一個案例裏，劉梓瑜（網名Mx-Shell）只有中專學歷，平時白天在地產公司上班，周末接一些婚禮攝影的工作作為副業。2026年5月，他用10天、3000元的算力成本，一個人做出原子朋克風格的短劇《喪屍清道夫》。上線之後，全網播放破億，抖音單平台4600多萬。荷里活電影製作人PJ Ace看完這部短劇，公開誇獎這是「近年來最好的短片之一」，還全網求助希望找人談合作。非科班出身，靠審美積累加上AI工具，做出國際級作品，這個案例不會是孤例。

抖音《2025 AIGC創作年度報告》裏有個數據：平台優質AI內容投稿量暴漲1430%，播放量提升478%。增量幾乎都來自個人創作者。現在做AI短劇，真正「卡」的是劇情創意、節奏把控，以及對觀眾情緒的洞察。

寫在最後

AI短劇是AI技術給影視行業帶來的顛覆式變革中的一環。它讓內容創作門檻大幅降低，讓更多人有機會參與內容生產。但技術只是工具，好內容永遠需要人類的創意、審美和情感。AI可以生成畫面，但依舊生成不了打動人心的力量。未來的贏家，一定是那些既懂AI工具、又懂觀眾需求的創作者。儘管面臨諸多挑戰，AI短劇的未來依然值得期待。這個行業目前還在風口之上，未來也一定會經歷一輪洗牌。

海內外用戶看法如何？

因文化、消費習慣差異，海內外用戶對AI短劇的認知和偏好截然不同。

中國用戶更看重劇情節奏和爽點，對AI畫面瑕疵、劇情套路包容度高，偏愛玄幻、穿越、逆襲題材，習慣免費看劇、廣告置換的模式，付費意願偏低。

海外用戶則看重劇情邏輯、真實情感和本土化適配，反感生

硬套路化劇情，偏愛言情、懸疑、復仇題材。付費意願更強，願意為優質無廣告內容買單，付費內購是核心變現模式。

不同地區的用戶對AI短劇的接受度也不同。中東、東南亞用戶對AI短劇接受度高，歐美用戶更偏愛真人精品內容，對AI生成內容天然排斥，審美和內容要求更為嚴苛。

內地短劇平台主打玄幻、穿越等題材。網頁截圖

