

AI短劇掀「極速革命」

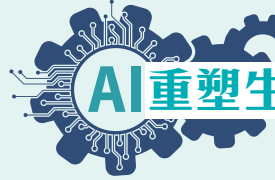
超越實拍片熱播第一



《菩提臨世真人AI版》海報



重構影視產業 改寫商業邊界



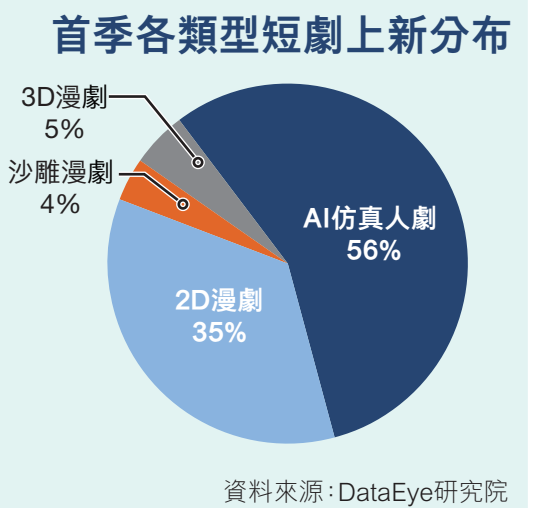
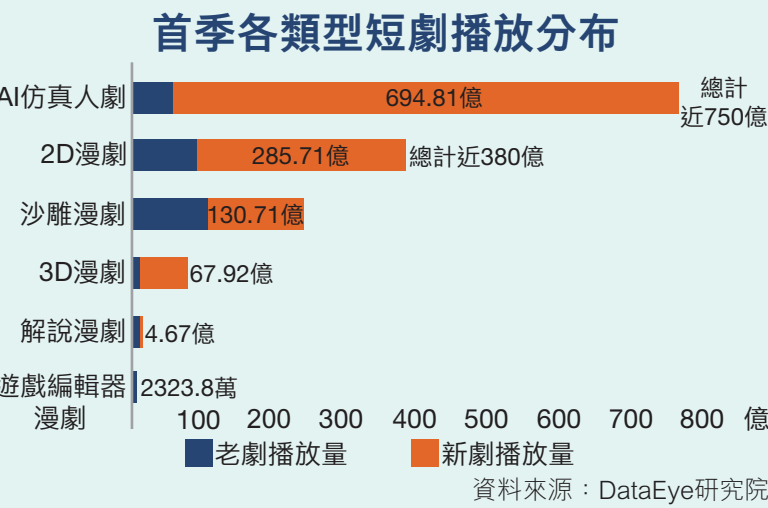
AI重塑生產力

AI不會敲響片場的開機聲，卻給短劇行業帶來了一場工業化革命。如果說，去年還是AI短劇的試水期，今年便已進入爆發期。比起真人短劇，AI短劇實現了生產效率極大提升、生產成本快速下降，AI短劇數量及播放量由此獲得爆發式增長。尤其4月以來，字節跳動旗下的紅果免費短劇熱播榜第一位，首次由一部AI短劇連續佔據，業界將此視為AI短劇超越真人作品的標誌性事件。隨着AI介入內容產業的各個環節，「人」與「AI」的邊界正被改寫，生產邏輯、競爭格局與商業模式亦被重構，短劇業工業化已勢不可擋。

●香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道



上月尾，紅果短劇熱播榜的前三名中，第二名都是AI短劇。



「2026年春節之後，整個行業可以說是變天了。去年，我們多的時候一個月能做幾十部真人實拍短劇。但今年，實拍短劇數量快速收縮，AI生成內容迅速填補空缺。」內地頭部短劇製作公司——上海凡酷文化傳媒有限公司總裁、總監製謝秀峰在接受香港文匯報記者採訪時非常篤定地判斷，生成式AI的快速迭代，並非簡單提升效率，而是正在重寫短劇行業的底層邏輯——從供需關係、生產方式到人員結構，一場系統性的重構正在悄然發生。

謝秀峰透露，目前實拍短劇佔比大幅下降，可能僅剩此前的十分之一，只有頭部項目或頭部演員參與的作品仍堅持傳統拍攝路徑，其餘大量內容已轉向AI生產。

今年以來，AI短劇僅用了一個季度，就正式躋身主流賽道。4月初，AI短劇《菩提臨世真人AI版》登頂紅果免費短劇熱播榜，成為首部在純市場化競爭中超越真人實拍作品的AI短劇。此後，紅果短劇取消真人實拍與AI仿真人短劇的榜單劃分，兩大品類實現完全同台競技，業界評價這標誌着行業正式認可AI短劇的內容價值與市場地位。

首季AI劇播放量達1300億次

這一轉折的背後，是AI短劇市場份額的持續攀升。DataEye發布的今年第一季度AI劇與漫劇市場數據顯示，伴隨着AI工具的迭代，

一季AI劇迎來爆發式增長。截至第一季度末，抖音端原生在播AI劇/漫劇約18萬部，其中，3月單月新增AI劇約5萬部。而在2026年以前，抖音端原生在播漫劇僅5.8萬部。從播放量來看，今年第一季度AI劇播放總量達1,300億次，其中3月環比2月增長78.9%；AI仿真人劇播放750億次，其中，Q1新劇貢獻的播放量佔92.88%，單AI仿真人劇的播放量已經超過去年所有的AI劇及漫劇的播放量總和。

低成本高效率 令產能躍升

謝秀峰認為，低成本與高效率的疊加，使得行業產能出現躍升。「原來一年可能十幾萬部，未來可能會到上百萬部。」在他看來，這並非簡單擴張，而是由技術驅動的結構性替代。這種替代效應，正在向更廣泛的內容形態外溢。曾一度降溫的網絡電影，也因AI顯著壓縮製作成本重新進入視野。「我們已經在和騰訊、愛奇藝等平台接觸，嘗試AI網絡電影。」

在一家短劇製作公司裏，AI正逐步嵌入到內容生產的各個關鍵環節，重構整條短劇生產鏈條。「極端情況下，一個人就可以完成一整部劇。」謝秀峰並不避諱這一變化帶來的衝擊。在更常見的商業化場景中，一個三至五人的小團隊，已足以覆蓋過去幾十人的工作量。短劇行業正從「人力密集型」向「技術驅動型」轉變。「未來可能不是一個劇組幾十人，

而是幾個人加一套成熟的AI系統。AI並非簡單替代人力，而是將人從重複性勞動中解放出來，真正重要的，反而是創意和判斷力。」

效率的提升，最直觀地體現在時間與成本上。傳統短劇從籌備到上線通常需要兩個月左右：前期準備約一周，拍攝8至10天，後期製作20天到一個月。在AI模式下，「快的話半個月就可以完成，精品項目一個月左右，整體周期至少壓縮一半。」謝秀峰說。

50萬拍100分鐘短劇 實拍200萬

成本方面變化更為顯著。謝秀峰以業內經驗指出，目前主流大模型的生成費用通常在每秒0.6元至1元（人民幣，下同）之間，以一部100分鐘短劇（多集短劇）為例，AI單次生成一部短劇作品的算力成本大約在6,000元左右，但AI「跑」一次是無法生成成片，最終製作完成短劇至少需要AI「跑」10-20次，另外包括技術、宣發等團隊一般在五六人左右，加上相關人力等成本，一部100分鐘AI短劇製作成本大約為50萬至60萬元，而同等規模的頭部實拍項目通常需要約200萬元投入，「基本降至原來的四分之一」。

可以預見，2026年將成為AI短劇全面爆發的一年。行業機構預測，AI動漫短劇及AI仿真人短劇的用戶規模，將從2025年的約1.2億增長至2.8億，市場規模有望達到240億元。隨着技術、資本與內容生態的持續疊加，這場由AI驅動的「生產力革命」，正從短劇出發，向整個內容產業深層滲透。

AI短劇 VS 傳統短劇

維度	傳統短劇	AI短劇	效率提升表現
製作周期	約2個月	15天至1個月	周期縮短50%-75%
人員規模	50-100人劇組	3-5人團隊	人力效率提升數十倍
製作成本(人民幣)	約200萬元	約50萬-60萬元	成本降至1/4(100分鐘)
內容產能	單公司月產幾十部	年產百萬部級別	供給能力指數級提升

AI「偷臉」忌踩法律紅線

近日，愛奇藝發布「AI藝人庫」計劃，稱已有百餘名藝人入駐，並點名多位明星已加入。此後一批藝人發聲否認AI授權，表示沒簽過任何AI相關授權。該事件引發輿論對「AI偷臉」及相關授權邊界問題的廣泛討論。

實際上，近期不少明星工作室紛紛發布聲明，表示在一些熱播的AI真人短劇裏，看到了未經授權就被隨意使用的肖像建模，有些尚且還是「長相高度相似」，部分已經和明星肖像完全一致。

追「熟臉效應」易變侵權

在AI短劇快速爆發的當下，技術也將內容生產推向一條更為複雜的法律邊界。尤其是在角色生成環節，部分製作方為了追求「熟臉效應」，直接以現實明星的面部特徵進行建模。這類做法在吸引流量的同時，也潛藏着不容忽視的侵權風險。

從法律層面看，明星的肖像權、姓名權以及表演形象，均屬於受保護的民事權益。未經授權擅自使用，不論是否用於商業變現，都可能構成侵權。一旦涉及誤導性傳播，例如讓觀眾誤以為相關明星參與演出，風險更將進一步放大。此外，隨着生成式AI技術的普及，侵權行為的取證與界定也變得更加複雜，但這並不意味着責任可以被稀釋。相反，平台、製作方乃至技術提供方，都可能在不同環節承擔相應責任。

防技術紅利反噬

在AI重構內容產業的關鍵階段，如何在創新與合規之間找到平衡，已成為行業必須直面的課題。建立清晰的版權意識與授權機制，遠比短期流量更為重要。否則，一旦踩中法律紅線，技術紅利也可能遭反噬，成為行業發展的隱形成本。

技術躍遷 AI與實拍難區分

技術躍遷，則為AI短劇提供了真正「上桌競爭」的基礎。今年起，內地多家互聯網巨頭紛紛發布了最新的AI視頻生成模型，各項核心技術指標已達國際先進水平。字節跳動於今年2月發布Seedance 2.0，畫面穩定，出片精準，該模型於今年4月面向企業用戶開放公測。阿里巴巴的萬相2.7視頻生成模型則在今年4月3日發布，將AI的能力從單一素材生成擴展至創作全鏈路，從「演」邁向「導」。

一年前，AI短劇仍停留在「嘗鮮階段」：畫面粗糙、人物僵硬，「六根手指」等技術瑕疵頻現。而如今，隨着神經渲染、3D微表情建模等技術的成熟，AI已能精細控制「淚痕分布」「眉心褶皺」等細節，視覺表現逐步逼近真人演出。同時，AI「真人短劇」密集上線，部分作品在觀感上已難以與真實拍攝區分。

科幻類短劇 AI表現或更佳

「以前一眼能看出是AI，現在有些鏡頭已經分不出來了。」一位短劇導演坦言，這種變化帶來的衝擊，甚至比數據上的超越更為直觀。觀眾的接受度也在悄然轉變——從最初質疑「沒有情感、沒有演技」，到逐漸適應，甚至在科幻、玄幻等題材中更偏好AI表達。業內普遍認為，在這些高想像力類型中，AI反而具備更大的表現空間。

劇情定製為貨造劇「邊看邊買」模式演進

字節跳動旗下的紅果App最近在商城頁面裏上架了「短劇同款」欄目，位於頁面上方十分醒目。用戶既可以從商品頁面點入短劇，亦可以反向操作，在看短劇的時候點擊「同款」，實現從劇情到商品的一鍵跳轉。這也就意味着，短劇不再只是「看完即走」的內容產品，而逐漸演變為「邊看邊買」的消費入口。

從目前運行情況看，「短劇同款」已成為變現的最新抓手。依託畫面識別與商品匹配技術，劇中出現的服裝、飾品乃至生活用品，都可以被迅速標注並鏈接到商城，實現即時轉化。這一模式延續了短視頻電商「所見即所得」的路徑，但在敘事驅動力下，用戶停留時間更長、情緒代入更深，消費轉化的潛力也隨之放大。

在這一輪「內容帶貨」的實踐中，AI短劇的加入，正在改變「同款」這一概念的邊界。與真人短劇不同，AI短劇中的人物、場景乃至服裝，大量依賴生成式技術完成，並不一定對應現實中真實存在的商品。這意味着，傳統意義上的「劇中同款」在AI內容中並不總是成立，平台更多採用「相似款」或「風格匹配」的方式進行轉化，這也讓商品的選擇範圍更廣泛。

付費解鎖 或上線數日可回本

此前，短劇包括AI短劇在變現路徑上包括付費解鎖、廣告分成以及平台分賬等，用戶通過集集付費或會員解鎖後繼續劇情；平台根據播放量、完播率等指標進行收益分配；同時在內容中嵌入信息流廣告或品牌植入。由

團隊重整 新崗位湧現

團隊規模的縮減背後，是職業結構的重寫。傳統崗位正被壓縮，尤其是腰部演員、攝影、燈光等勞動密集型角色，受到的衝擊最為直接。「有演員從春節到現在都沒接到活，以前一個月可以拍三四部。」

但與此同時，一批新興崗位也在快速生成，成為新生產鏈條中的關鍵節點。例如「AI內容生成師」，負責操作模型完成畫面與視頻輸出；「提示詞(Prompt)工程師」，專門設計輸入指令以提升生成效果；以及「數據與算法優化人員」，通過分析用戶反饋不斷調整內容方向。

AI+內容賽道從業者料大增

另外，在近期舉行的第13屆中國網絡視聽大會上，點眾科技董事長陳瑞卿同樣證明未來AI短劇會提供大量新崗位，他表示，未來3至5年AI+內容賽道從業者有望從200萬增長至2,000萬甚至更多。大會同期舉辦的校園招聘會上，40多家企業拋出5,000餘個崗位，其中AIGC相關崗位成為最大熱點，僅AI視頻生成師需求就高達800人，懂全流程的人才月薪上萬，部分實習生因參與爆款劇集單月收入達30萬元。

於製作成本更低，回本周期被明顯壓縮，一些項目甚至在上線數日內即可實現盈虧平衡。

推進IP化開發 快速複製熱門劇情

AI正在打開行業新的商業空間。一是「定制化內容」，根據用戶畫像生成不同劇情走向，實現「千人千劇」，從而提升付費轉化率。二是，AI還能推進IP化開發，熱門劇情可以被快速複製、衍生，形成系列化內容矩陣。可以預見的是，隨着AI技術的持續滲透，短劇的商業模式仍將不斷演進。從「看劇帶貨」「為貨造劇」再到「題材定制」「IP開發」等，這一新興賽道的競爭，正從單一內容能力，轉向內容、技術與商業閉環的綜合比拼。