

AI 漫剧

站上风口的 **百亿新赛道** —— 一个被视频大模型加速的数字内容细分行业

借助视频大模型，将网络小说与漫画转化为 3-5 分钟竖屏动态短剧。2025“元年”起步，2026 迈入爆发式增长与强监管并存的拐点期。

400亿

2026E 市场规模 (DataEye 口径, 同比 +138%)

6亿+

2026H1 用户规模 (年初预估仅 2.8 亿)

<0.5%

上半年新剧爆款率 (破亿 1055 / 22.19 万部)

目录 CONTENTS

01

行业全景 谁在入场、钱从哪来、链条如何咬合

定义与产品形态 · 市场规模双口径 · 增速与供给 · 用户规模 · 平台竞争格局 · 制作端集中度 · 产业链上下游

02

PEST 分析 四股外部力量如何共同塑造这个赛道

P 政策：监管框架 + 合规与扶持 (2 页) · E 经济：资本补贴 + 成本与盈利 (2 页) · S 社会：用户重构 + 需求与伦理 (2 页) · T 技术：生成链路 + 工具化与边界 (2 页)

03

商业机会 机会真实存在，但已迁移至稀缺环节

上中下游机会地图 · 上游：原创 IP 与内容源头 · 中游：AI 工具与精品化承制 · 下游：出海 + 变现闭环 · 确定性排序 · 风险约束 · 以身入局最佳方案 (3 页)

一年走完别的行业十年的路：AI 漫剧的爆发、内卷与机会迁移

背景 · CONTEXT

- 2025“AI 漫剧元年”：AIGC 视频技术突破，网文/漫画被批量转化为 1–5 分钟竖屏动态短剧，单集制作成本降幅达 60–90%。
- 供给井喷：2026 上半年新上线 AI 短剧 22.19 万部；2026Q1 新上线微短剧中 AI 类占比超 95%。
- 需求同步：用户由 2025 年 1.2 亿升至 2026H1 的 6 亿+，半年增长 4 倍。

矛盾 · COMPLICATION

- 爆发与强监管并存：产能过剩、爆款率不足 0.5%、约 90% 非头部公司亏损；9 月 1 日起广电总局 16 号令施行，备案与 AI 标识成硬门槛。
- 马太效应极强：约 80% 作品累计播放不足百万；承制方半年由 1216 家锐减至 698 家（-42%）。

结论 · RESOLUTION

- 机会显著但已迁移：从“粗放制作”转向 IP 原创、出海、工具/B 端服务、品牌定制与衍生品等稀缺环节。
- 本报告结构：行业全景 → PEST 分析 → 商业机会（上中下游）→ 以身入局最佳方案；全部论断标注公开来源。

168亿→400亿

市场规模 2025→2026E（宽口径）

1.2亿→6亿+

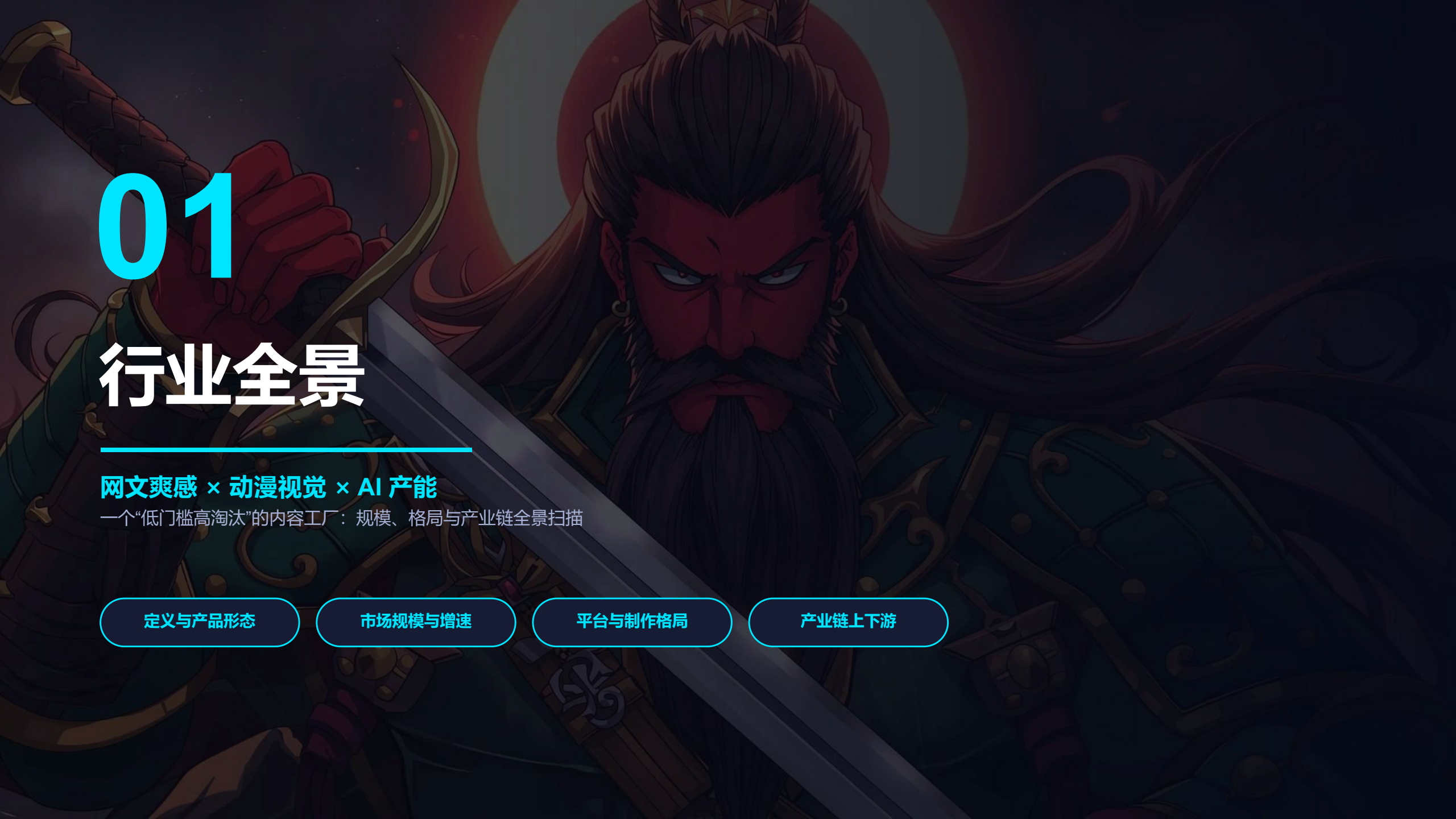
用户规模 2025→2026H1

0.16%→0.47%

爆款率（破亿率）变化

90%

非头部公司亏损或白忙活



01

行业全景

网文爽感 × 动漫视觉 × AI 产能

一个“低门槛高淘汰”的内容工厂：规模、格局与产业链全景扫描

定义与产品形态

市场规模与增速

平台与制作格局

产业链上下游

什么是 AI 漫剧：用大模型重写动画工业流程的“轻 Content”

定义 借助 AI 技术将网络小说或漫画转化为动态短剧的内容形态：单集 3–5 分钟、以竖屏短视频为主。

技术底座 文生视频、AI 绘画、语音合成、角色一致性控制等 AIGC 能力，简化剧本改写、角色绘制、分镜设计、配音剪辑等传统动画环节。

文生视频

AI 绘画

语音合成

角色一致性

自动分镜

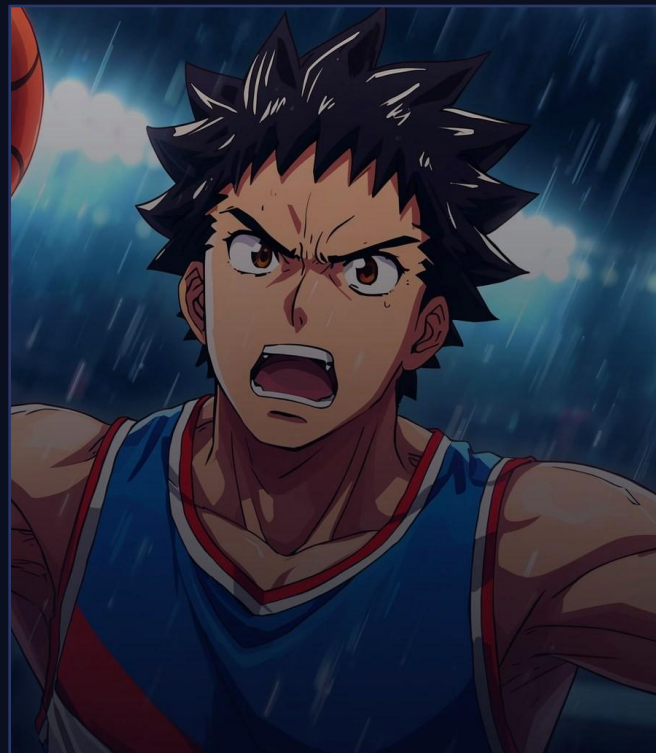
AI 配音

流程对比：被 AI 压缩掉的环节

传统动画流水线 剧本 → 人设 → 分镜 → 原画 → 中间帧 → 上色 → 动效 → 配音 → 剪辑 （约 8–12 周/集）

AI 漫剧流水线 剧本 → AI 人设 → AI 分镜 → 图生视频 → TTS 配音 → 自动字幕/剪辑 （3–5 天/部）

被压缩的环节 原画、中间帧、上色、动效与基础配音——AI 已覆盖生产全流程的 60–85%



漫剧审美底色：热血、逆袭、强反转——“爽感”内容的动漫化表达（示意配图）

三类产品与价格梯度：从 400 元/分钟的红海，到 50 万+ 的增长极

动态漫 内卷红海

400–600 元/分钟

表情包/沙雕漫为主，120 分钟约 5–6 万元；报价击穿底价，内卷最严重

2D / 3D 漫剧 流量主力

1000–2500 元/分钟

当前平台流量主力，供给与消费的最大公约数；AI 已承接大部分美术与中间帧

AI 仿真人剧 增长极

精品普遍 50 万+

行业重要增长极；A 类短剧成本已被压至 35 万元/部以内，逼近真人短剧观感

供给结构：AI 已成绝对主流

95%+

2026Q1 新上线微短剧中 AI 类占比

22.19万部

2026H1 新上线 AI 短剧

6万部

2025 全年上线漫剧（基数）

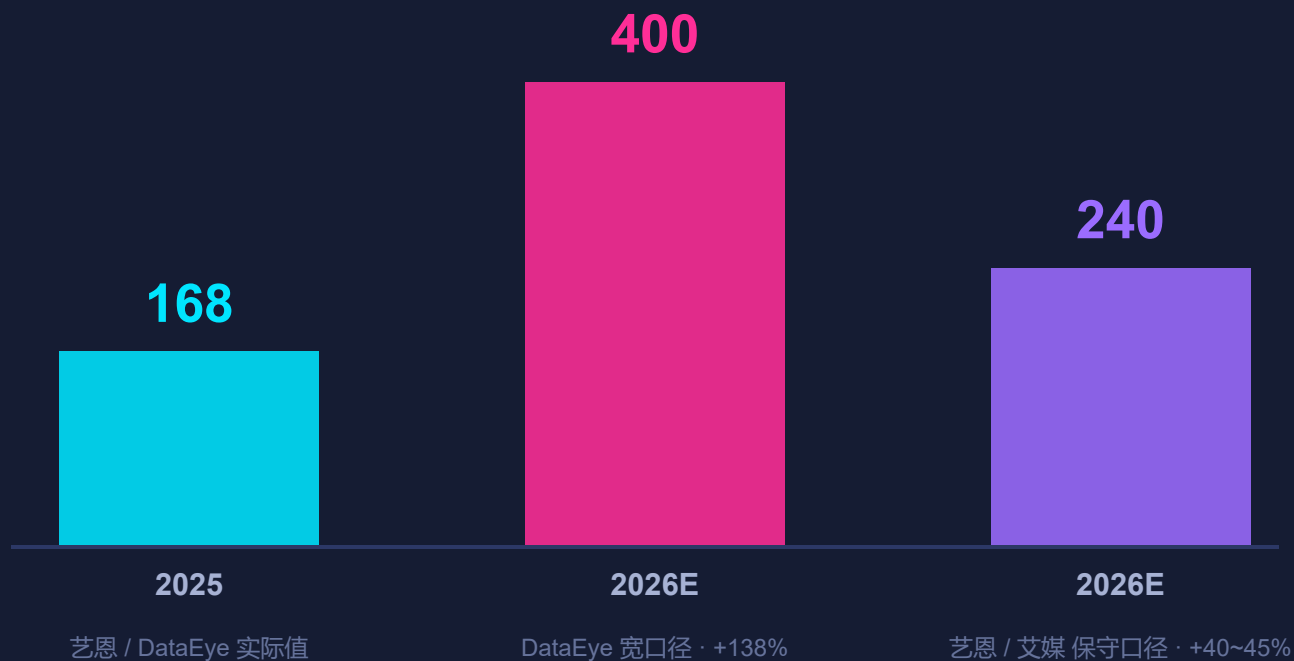


二次元审美是漫剧的天然底色：竖屏、强情绪、快节奏（示意配图）

市场规模：宽口径奔 400 亿，保守口径也有 240 亿

国内漫剧市场规模（亿元）

双口径并列



大盘联动

微短剧 + 漫剧大盘：2025 约 1000 亿 → 2026E 破 1200 亿；
2026 年 1-5 月漫剧已实现 220 亿。

用户规模：两年 5 倍的扩张

2025 年 1.2 亿（约占微短剧用户 1/3）→ 2026H1 突破 6 亿，远
超年初 2.8 亿预估 → 2027E 达 7 亿量级。

口径提示（引用必读）

DataEye 采用较宽口径（AI 短剧 + AI 漫剧合并统计）；艺恩、艾媒及巨
量引擎口径约 220-243 亿。引用时须并列并注明差异。

增速画像：需求、供给、成本三条曲线同时陡峭化

+138% 市场规模增速 (2026E)

DataEye 宽口径 220 亿→400 亿；保守口径（艺恩/艾媒）约 +40~45%。无论哪种口径，均为数字内容领域增速最快的细分赛道之一。

×4 用户半年增长 4 倍

2025 年 1.2 亿 → 2026 上半年突破 6 亿，远超年初 2.8 亿预估；2027 年初有望达 7 亿量级。

22.19万部 2026H1 新上线 AI 短剧

2025 全年上线漫剧约 6 万部；2026 Q1 上线微短剧约 12.8 万部、其中 AI 类占比超 95%。

-60~90% 制作成本降幅

从 2025 年中 2000-5000 元/分钟降至 2026 年 400-1000 元/分钟，是供给产能井喷的直接推手。

供给奇观 头部企业产量“一年涨 30 倍以上”，2026 年再涨约 3 倍；《气运三角洲》29 小时播放破 2 亿；“一人剧组”批量出现。

用户规模与需求结构：两年 5 倍，与真人短剧是“互补”而非“替代”

2025

1.2 亿

约占微短剧用户 1/3

2026H1

6 亿+

远超年初 2.8 亿预估

2027E

7 亿量级

成为主流互联网内容载体

需求逻辑：碎片化娱乐 + 强情绪价值

强爽点、快节奏、高反转，精准匹配年轻人“短时间获取强情绪价值”；与网文/听书用户高度重合，25—40 岁男性为付费主力。

结构特征：做大盘子，而不是切蛋糕

漫剧与真人短剧的付费用户重合率仅 38%——为平台带来的 62% 是增量付费用户；二者覆盖不同人群。



都市通勤与碎片时间，是漫剧最重要的使用场景（意象配图）

平台竞争格局：字节系一家独大，快手紧咬，百度/阅文以 IP 卡位

2025 年播放量份额 (%) · 艾媒流量矩阵口径

字节系 (抖音+红果)

播放 320 亿；超 6 亿日活 + 番茄 IP + 红果免费漫剧

42.3

快手

播放 186 亿；AI 普惠政策 + 可灵模型加持

24.6

百度系 (七猫/柚漫剧)

播放 112 亿；开放 10 万+ 网文改编权

14.8

阅文集团

中高端市场；付费率与内容生命周期领先

9.0

其他 (爱优腾芒/B站)

陆续布局漫剧频道与扶持计划

9.3

格局解读 (按份额降序)

- ▶ **红果免费漫剧** App 上线 1 个月 MAU 即达 854 万，免费 + 广告模式跑通；
- ▶ **快手生态最激进**：AI 普惠政策 + 可灵模型，营销消耗同比增超 100 倍；
- ▶ **百度/阅文打 IP 牌**：海量网文储备是差异化筹码，阅文中高端付费率领先；
- ▶ **B 站垂类卡位**：二次元社区基因，“觉醒计划”分成最高 80%，付费率 7% 各平台领先。
- ▶ **投流侧**：易点天下、引力传媒等承接平台投放；流量成本是所有平台的共同天花板。

制作端：一超多强断层领先，80% 作品沉入长尾

80%

全年累计播放量不足百万的漫剧达
30,042 部

播放量过亿仅约 69 部，仅 1 部突破 5 亿
(占 0.18%) ——少数爆款收割绝大部分流量，海量尾部作品亏损。

爆款率（破亿率）持续走低

0.16%

2025 全年

上线约 6 万部，破亿 96 部

0.117%

2026-02 月末

在播 12.78 万部，新剧破亿仅 30 部

0.47%

2026 上半年

新上线 22.19 万部，破亿 1055 部

5% 为盈亏平衡线，仅 1.3% 达标；AI 漫剧每 1000 部新
上线仅 1 部跑通商业闭环。

“一超多强”断层格局

- ▶ **前三甲断层领先**：酱油文化、奇想文化、漫谭包揽市场前三；
- ▶ **剧场号第一**：酱油文化“小星动漫放映室”2025 年关联播放增量 22.01 亿；
- ▶ **第二**：郑州奇想“龙王动漫剧场”16.68 亿；
- ▶ **马太效应演绎到极致**：流量、投流预算与人才全部向头部聚拢，尾部工作室生存空间被持续压缩。

产业链全景：上游 IP 与模型 → 中游工具与制作 → 下游分发与变现

上游 · 供给层

◆ IP 源头

阅文、中文在线、掌阅、番茄小说、七猫、快看漫画、视觉中国（正版素材）、汉仪股份（字库）

◆ AI 技术基建

字节 Seedance、快手可灵、MiniMax 海螺、阿里 Wan、火山引擎 + 底层算力

★ IP 是“价值最高、壁垒最强”的环节

中游 · 制作层

◆ 工具厂商

万兴剧厂（导演 Agent）、昆仑万维天工短剧工作台、来画、360 纳米漫剧流水线、捷成股份

◆ 内容制作方

大厂团队（字节星漫、快手漫创）+ 专业工作室（酱油、奇想、灵矩、漫谭）

★ AI 已覆盖全流程的 60–85%

下游 · 变现层

◆ 分发平台

抖音、快手、B 站、爱奇艺、红果、腾讯动漫、芒果 TV；投流：易点天下、引力传媒

◆ 变现与出海

分账 / 广告 / 付费解锁 / 会员；TikTok 小程序、DramaBox、DramaWave、NetShort

★ 出海头部 3 款 App 占百强榜 77 席

链条逻辑 IP 授权 → 模型生成 → 工具流水线 → 平台分发投流 → 分账/广告/付费/出海：每一环都已被 AI 重新定价。

02

PEST 分析

四个字母，四股力量：监管立规、资本下注、用户重构、技术质变

每个维度用 2 页展开：先看外部约束，再看它给谁让出了位置

P 政策强监管立规

E 资本热与盈利分化

S 用户重构与互补

T 视频大模型质变

政策（一）：强监管不是踩刹车，而是给精品化玩家清场开路

2026 监管时间线



16 号令三大要点

- ▶ **分层分类监管**：按投资额分一/二/三类，分类实行备案公示与发行许可；
- ▶ **AI 标识义务**：使用 AI 生成制作的，须在每集明显位置添加提示标识；
- ▶ **内容底线**：有害低俗、侵权盗版为治理重点，违规即下架。

监管定调与政策取向

定调 “AI 是工具，人是创作主体”——行业从野蛮生长走向精品化、合规化。

影响 备案与 AI 标识抬高门槛、清退低质产能，短期增加合规成本，长期利好能过审、能复用 IP 的合规玩家。

政策（二）：合规成本、治理成效与地方扶持

6.8万部

全网下架违规微短剧（九成以上为AI剧）

3522部

红果一周下架低质漫剧数量

5亿+

杭州“黄金十条”配套基金规模

合规义务清单（固定成本项）

- ▶ **备案与发行许可**：按投资额分一/二/三类实行备案公示，未备案存量作品全网下线；
- ▶ **AI标识义务**：每集明显位置添加提示标识，违规即下架；
- ▶ **版权合规**：盗脸盗声、IP未授权、低俗内容为治理重点——合规成为固定支出。

政策取向：立规矩，不是打压

门槛抬高 → 低质产能出清 → 合规玩家的“精品化红利”；同时杭州、上海、武汉、深圳以现金与场地补贴争抢产能。



监管与规制：AI漫剧从“野蛮生长”进入有法可依阶段（意象配图）

经济（一）：资本热、平台撒钱——谁在为产能买单

① 资本市场积极响应

A 股已有 16 家公司公开布局 AI 漫剧，年内平均涨幅超 16%（引力传媒近 60%，易点天下/万兴科技/中文在线均超 20%）；16 股融资余额合计超 88 亿元（较去年末 +14%）。

② 平台“补贴军备赛”抢供给

- ▶ **快手**：8 亿分账 + 2 亿精品基金 + 10 亿流量池；
- ▶ **抖音**：AI 仿真人剧保底 1–3 万元/分钟，整体预算超 15 亿；
- ▶ **B 站 / 阅文**：“觉醒计划”覆盖 30–100% 制作成本；亿元基金 + 开放 10 万部 IP。

③ 资本态度分化

VC 看好 AIGC + IP 的长期空间但担心政策与变现；成熟短剧公司更看重“能跑量、能过审、能复用 IP”的标的。



资本叙事：概念股与题材热钱共同入场（示意配图）

经济（二）：单位成本降 60–90%，但利润只属于金字塔尖

成本曲线：一年之内被 AI 打下来

2000–5000 元/分钟 → 400–1000 元/分钟（降幅 60–90%）

算力为最大变动成本；模型持续降本与工作流成熟，仍在把生产门槛往下压。

盈利结构分化（利润率）

AI 真人解说



解说 + 素材拼接，人效最高，利润最厚

2D / 3D 漫剧



平台流量主力，规模化后利润稳定

沙雕漫 / 动态漫



报价击穿底价，内卷最严重

头部月净利 10–15%；非头部约 90% 亏损。另：AI 大模型服务规模超 200 亿，占行业收入半壁江山。



社会（一）：用户版图重构，漫剧与真人短剧是“互补”不是“替代”

画像对比：两个平行市场

真人短剧

女性 61-68% · 31-40 岁 · 都市情感 / 甜宠

AI 漫剧

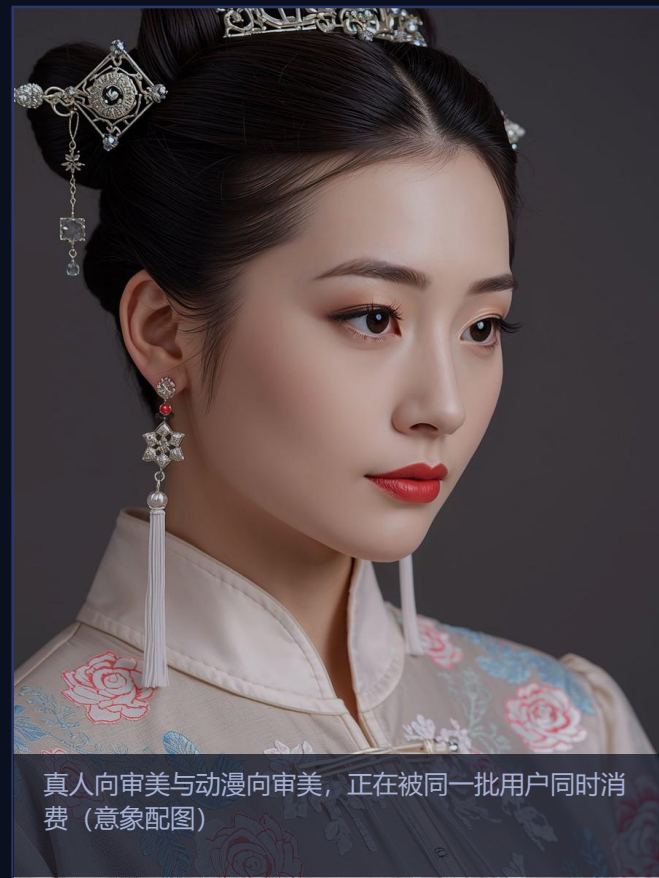
男性 62% · 18-34 岁超六成 · 玄幻修仙 / 都市脑洞 / 战神逆袭

重合率：38%

付费用户重合率仅 38% —— 漫剧为平台带来 62% 的增量付费用户；二者覆盖不同人群、共同做大盘子。

需求逻辑

碎片化娱乐 + 强爽点/快节奏/高反转，匹配年轻人“短时间获取强情绪价值”；与网文/听书用户高度重合。



真人向审美与动漫向审美，正在被同一批用户同时消费（意象配图）

社会（二）：题材基本盘、审美容忍度与伦理争议

题材基本盘：爽感母题的持续复利

男频逆袭 · 女频重生 · 战神 · 赘婿 · 闪婚 · 修仙 · 末日 · 系统流

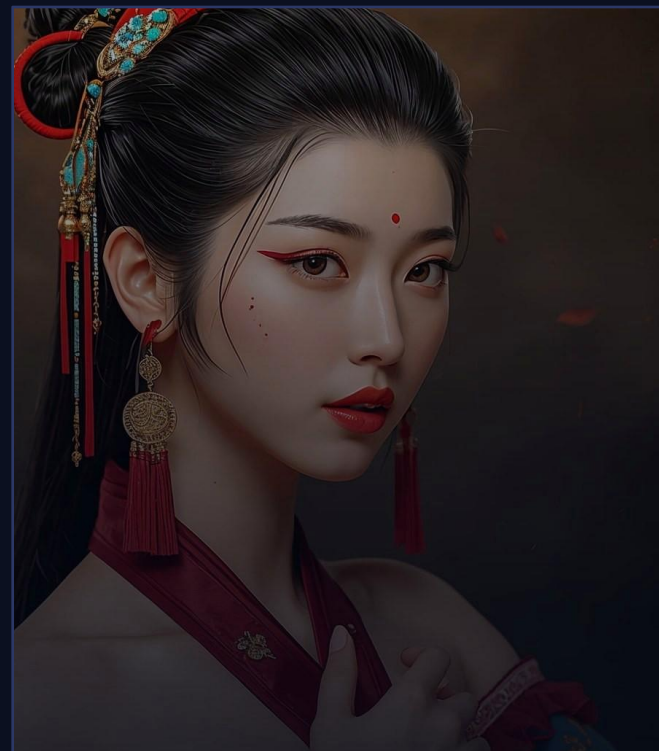
社会情绪偏向“解压、逆袭、爽感、情感代偿”——题材供给虽同质，但底层需求仍然稳固。

审美容忍度两极

- ▶ **接受**：用“AI 味”换更新快、脑洞大、成本低，观众对画风瑕疵宽容度较高；
- ▶ **弃剧**：脸崩、手畸变、运镜假、情绪不到位——一旦出戏即流失，倒逼精品化投入。

伦理与舆论风险

AI 换脸、拟人角色、虚拟恋人、未成年人沉迷、盗用画师风格等均可能引发舆论与监管风险，是品牌合作的隐性门槛。



同质化“千剧一脸”与诱导消费，是行业绕不开的争议（意象配图）

技术（一）：可用率 20%→90%，AI 视频走向工业化交付

生成链路：半自动流水线成型

文生图

图生图(一致性)

图生视频

TTS 情感配音

自动字幕

剪辑包装

可用率 20–30% → 90%+：角色一致性、音画同步、运镜流畅度大幅改善，AI 视频从“抽卡”走向工业化交付。

模型竞赛（2025H2–2026）

- ▶ **字节 Seedance 2.0/2.5**：30 秒原生直出、角色帧级锁定、中文口型最佳；
- ▶ **快手可灵 3.0**：4K 60fps、五语言口型、六镜头分镜；
- ▶ **MiniMax H3 开源第一梯队**；阿里 Wan 3.0 开源可本地部署；
- ▶ **Google Veo 3.1**；Sora 2 宣布停服 —— 国产替代窗口打开；
- ▶ **Artificial Analysis ELO 榜**：前六中国团队占四席，中文口型与角色锁定成为国产模型的差异化优势。



视频大模型质变，是行业爆发的根本引擎（意象配图）

技术（二）：工具化、生产方式重构与技术边界

workflow 工具化：壁垒从“会用 AI”转向“流程 + 数据”

ComfyUI、LoRA 角色绑定、资产库、剧本拆解器、投流素材自动变体决定工作室产能；平台侧还需小程序承载、自动切片、AB 测试、违规帧检测与深伪标识。

生产方式重构：从“剧组”到“工作流”

3 人团队 5 天完成一部漫剧，“一人剧组”批量出现；万兴“导演 Agent”分镜效率提升 10 倍；有戏 AI 上线 5 天涌入 1.3 万创作者、首月 ARR 超 3600 万。

技术边界（冷静项）

- ▶ 仍难替代真人情绪表演；长剧情叙事与人物微表情依赖人工把控；
- ▶ IP 一致性需人工全流程盯守；Sora 2 退场证明“模型领先 ≠ 商业闭环”。



技术红利尚未耗尽，但真正的壁垒在流程与数据（意象配图）

03

商业机会

产能过剩的另一面：稀缺环节重新掌握定价权

按上中下游划分机会，把同质化的部分合并，并给出“以身入局”的最佳方案

上游 · IP 与内容源头

中游 · 工具与制作

下游 · 出海与变现

以身入局方案

总判断：存在显著商业机会 —— 但机会已经迁移

01 赛道仍高速增长

2026E 市场规模 400 亿（宽口径）/ 240 亿（保守），用户向 7 亿演进。

02 政策是“立规矩”

备案与 AI 标识抬高门槛、清退低质产能，利好合规优质玩家，打开精品化红利。

03 技术红利未耗尽

模型持续降本、角色一致性改善，文旅、电商、MV 等新形态外溢空间大。

04 出海刚起步

海外是增量蓝海，中国企业在 AI 内容生产上具备技术与成本双重领先。

机会地图：按上中下游划分（同质化机会已合并）

上游 · IP 与内容源头

- 原创 IP 孵化与精品化
- 正版 IP 授权与素材/字库
- 虚拟艺人与角色运营

中游 · 工具与制作

- AI 工具与 B 端 workflow SaaS
- 角色一致性 / 本地化专用工具
- 精品化承制与“小而美”工作室

下游 · 分发与变现

- 出海：多语种译配与分发代运营
- 品牌定制 / 文旅 / 电商带货
- 衍生品与 IP 商业化闭环

⚠ **同时警惕** 产能过剩（半年 22.19 万部）· 爆款率不足 0.5% · 承制方从 1216 家锐减至 698 家（-42%）· 投流 ROI 走低 —— 纯接单制作利润被极度压缩。

上游机会：原创 IP 与内容源头 —— 稀缺品重新定价

核心判断

当生产成本趋零，“好故事 + 原创人设 + 审美”成为唯一稀缺品；盗脸盗声风险反而抬高原创形象与 IP 的价值。

产能井喷

已发生



内容精品化

正在进行



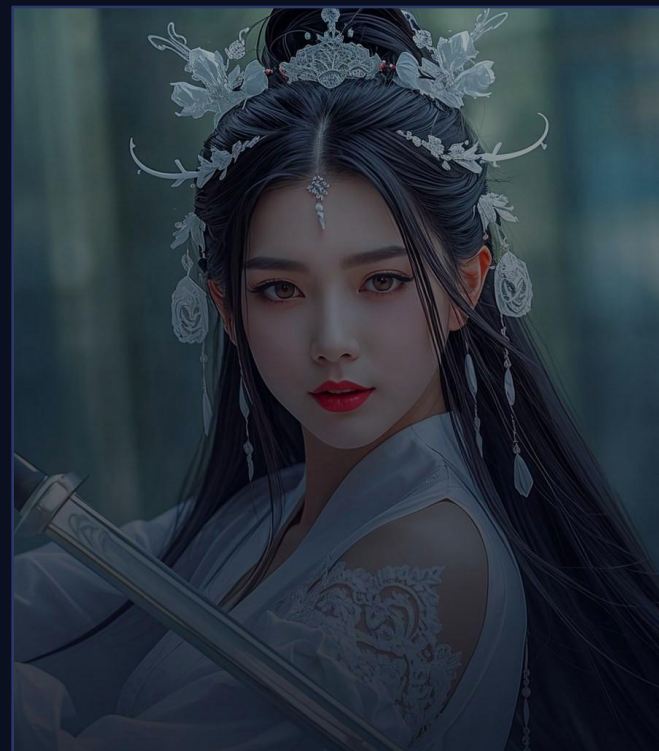
IP 化

下一个战场

三个可落地的子机会

- ▶ **原创 IP 孵化与系列化**：自己做 IP、赚长尾而非只赚制作费；垂类精品（非遗 / 乡土 / 国风）更容易建立识别度。
- ▶ **正版 IP 授权与素材服务**：10 万+ 网文改编权已开放，正版素材、字库、配音资源的合规供给仍是缺口。
- ▶ **虚拟艺人与角色运营**：《被裁掉的女孩》捧红虚拟艺人——角色资产可跨剧集、跨形态复用。

信号：阅文 CEO 侯晓楠投超 1 亿元开放 IP，并签约培训 1000 名“AI 导演”。



国风 / 仙侠审美是漫剧差异化的富矿（示意配图）

中游机会（一）：AI 工具与 B 端服务，已验证的“卖铲人”

200亿+

AI 大模型服务规模

占行业收入的半壁江山——无论谁拍剧，都要调用模型、API 与工作流工具。

逻辑链

供给爆发

22 万部/半年 → 生产工具刚需

门槛下探

模型降本 + 工作流成熟 → 中小团队入场

B 端付费稳定

订阅 / API 计费，不赌爆款，现金流健康

标杆与切入点

标杆 有戏 AI 首月 ARR 超 3600 万元；万兴剧厂、来画、昆仑万维天工短剧工作台需求旺盛。“卖铲人”旱涝保收，且可服务海量中小团队。

切入点 垂直工作流 SaaS · 角色一致性 / 多语种本地化专用工具 · 面向 MCN 的批量生产平台。



工具与工作流，是这一轮产能爆发中最确定的收租位
(示意配图)

中游机会（二）：精品化承制与“小而美”工作室，中间层最危险

-42%

承制方半年由 1216 家锐减至 698 家

41亿

《发配边关》总播放量（两张书桌的夫妻团队）

10万级

个人 / 小团队即可下场的启动成本

格局：两头活、中间死

“大而全”巨头与“小而美”个人创作者能够存活，中间层最危险：纯接单制作利润被极度压缩，真正稀缺的是“**稳定交付 + 过审能力 + 可复用 IP**”。

切入点

个人 / 小团队原创 IP 系列化 · 垂类 niche（非遗 / 乡土 / 国风）· 把“稳定交付能力”产品化，面向 MCN 与平台派单。



低成本、掉头快、倍率高——“小而美”是学生团队最现实的起点（示意配图）

下游机会（一）：出海——第二增长曲线，窗口期明确

6.5亿美元

2026E 海外 AI 剧/漫剧市场（同比约 6 倍）

90%+

中国出海企业市占率

23.8亿美元

2025 中国短剧出海收入 · 下载 12.1 亿次

宽口径 突破 40 亿美元，占海外微短剧整体 60 亿美元的近 70%。

为什么是现在

- ▶ **TikTok 短剧小程序全面开放**：中小团队无需自建 App 即可轻量测试；
- ▶ **AI 译配把本地化周期从“周”压到“小时”**：AI 改脸 / 换肤 / 换设定小时级完成；
- ▶ **题材错位竞争**：男频玄幻等东方题材填补海外男性向空白（WuxiaWorld 已验证付费习惯）。

切入点 本土化改编工作室 · 多语种译配服务 · 海外 KOL 分发代运营



海外是增量蓝海，中国企业具备技术与成本双重领先（意象配图）

下游机会（二）：变现闭环 —— 品牌定制 → 电商带货 → 衍生品



机会 A | 品牌定制 / 文旅

+89%

2026Q2 品牌方短剧内容预算同比增速

- ▶ 确定性现金流：品牌要的不是“爆款赌概率”，而是确定性定制内容；
- ▶ 热度背书：红果热播前五 AI 漫剧占四席，MCN 公开招募承制团稳定派单。

切入：景区 / 品牌定制整剧 · 短剧植入 · 文旅短剧代运营



机会 B | 电商带货与素材

素材即投放

AI 批量生成投流素材变体

- ▶ $ROI = \text{素材转化率} \times \text{完播率}$ ，AI 让素材迭代成本大幅下降；
- ▶ 稳定派单：MCN 按效果结算，短剧成为电商的新引流位。

切入：选品联动 · 投流素材工厂 · 效果代运营



机会 C | 衍生品与 IP 闭环

7.8亿

阅文 IP 衍生品 GMV（半年，+60%）

- ▶ 内容—带货闭环合拢：爆款角色同款手链单平台售出 2000+ 件；
- ▶ 低成本反哺：IP 衍生价值可达播放收益的 2-3 倍。

切入：爆款角色周边开发 · 内容电商选品联动

确定性排序：把 6 个同质化机会合并成 3 条主线

合并说明（回应“机会同质化”）

原始 6 个机会中：“原创 IP”与“精品化”合并为上游主线；“品牌定制”与“衍生品”合并为下游变现闭环；“小而美创作者”并入中游制作主线。最终形成上 / 中 / 下三条互不重叠的入局路径。

主线	确定性	进入门槛	变现周期	最适合谁
上游 · 原创 IP 与内容源头	★★★★☆	高	长	有原创编剧与美术能力的内容团队
中游 · AI 工具与 B 端服务	★★★★★	中	短	有工程 / 产品能力的 3-5 人小团队
下游 · 出海与变现闭环	★★★★☆	中	短	有渠道、投流或跨境运营能力的团队

一句话 越靠近“稀缺环节”，定价权越强：上游卖 IP、中游卖工具、下游卖渠道与闭环。

风险约束：四类风险决定谁能留在牌桌上

01

监管合规风险

备案 / AI 标识 / 版权（盗脸盗声、IP 授权）是硬性门槛，违规即下架；合规成本成为固定支出。

02

供需失衡风险

产能指数级增长而用户有限，爆款率持续走低，纯制作端利润被摊薄（承制方半年 -42%）。

03

同质化与审美疲劳

玄幻 / 重生 / 赘婿套路占比高，“千剧一脸”引流效率下降，倒逼精品化投入。

04

成本与出海门槛

单集算力成本上涨、万播收益下滑；出海面临本地化“做得好”而非“做得起”的能力门槛。

结论重申 机会真实存在且空间可观，但只属于“稀缺环节”的玩家：IP 原创者、出海先行者、卖铲人与品牌服务者；对粗放制作环节，红利窗口正在关闭。

以身入局（一）：为什么现在是窗口期，以及我们用什么标准选路

窗口判断：四扇窗同时开着，但不是永久开着

政策窗口

16 号令落地、低质产能出清，合规玩家拿到“精品化红利”

技术窗口

可用率 90%+、成本降 60-90%，生产门槛处历史最低

平台窗口

补贴军备赛仍在：快手 20 亿级、抖音 15 亿级预算

出海窗口

海外市场同比约 6 倍，中国团队占 90%+ 份额

四条选择标准（对小组团队同样适用）

- ① **不赌爆款**：收入来自服务费 / 订阅 / 定制，而不是分账抽奖——现金流可预期、可规划。
- ② **吃技术红利**：把“角色一致性、多语种本地化、投流素材批量生成”这类高频痛点做成产品，而不是自己下场拼内容。
- ③ **有可复用资产**：IP、工具、渠道、数据集——一次投入、多次变现，避免“接一单做一单”。
- ④ **能力与合规匹配**：3-5 人小团队即可启动，不依赖重资产；备案、AI 标识与版权成本在可控范围内。

以身入局（二）：三套方案比选——我们推荐哪一条路

方案 A | 工具 / 服务型

切入中游：做垂直 workflow 工具或多语种译配服务

确定性 ★★★★★

启动成本 中（算力 + 人力）

变现周期 短（3–6 个月起量）

主要风险 低（不赌单部作品）

与我们匹配度 高

方案 B | 内容创作型

切入上游：原创垂类 IP + 短视频验证

确定性 ★★★☆☆

启动成本 低（10 万级可下场）

变现周期 中（6–12 个月）

主要风险 高（爆款率不足 0.5%）

与我们匹配度 中

方案 C | 出海发行型

切入下游：多语种译配 + 海外分发代运营

确定性 ★★★★☆

启动成本 中（译配 + 投流）

变现周期 中（4–8 个月）

主要风险 中（本地化能力门槛）

与我们匹配度 中

推荐 A 为主、B 为辅：用方案 A 的 B 端服务保障确定现金流与工程壁垒，同时用方案 B 的低成本原创短剧沉淀可复用的 IP 资产；方案 C 作为第二阶段增量。

以身入局（三）：推荐方案落地路线图——A 为主、B 为辅，12 个月三步走

三个阶段（12 个月）

- 0-3 月 验证期**
搭建角色一致性与多语种译配 MVP，服务 3-5 个中小团队；同步用一个 10 万级垂类原创短剧试水。
- 4-8 月 产品化**
形成标准化 workflow SaaS（订阅 / API），打透 1 个垂直场景（如男频玄幻）；原创剧集系列化。
- 9-12 月 规模化**
对接 MCN 与出海发行方，做批量生产与多语种分发；原创 IP 授权与衍生开发。

资源与关键指标

团队 3-5 人 · 启动预算 10-30 万 · 主要变动成本为算力 / API；关键 KPI：付费客户数、ARR、单集制作时长、过审率、完播率。



从“能做”到“能稳定交付”，中间隔着一整套 workflow（示意配图）



当 AI 把制作成本打到趋零， 稀缺的只剩 **好故事** 与 **好审美**。

结论：机会真实存在——但属于 IP、出海、工具与品牌，不属于粗放制作；而我们选择从“卖铲人”入局。

THANKS · 小组课程作业 · 细分行业 PEST 分析 · 2026-10

数据来源：广电总局第 16 号令 · DataEye · 艺恩 · 艾媒 · 证券时报 · 钛媒体 · 澎湃新闻 · 中国网 · 新华网 · 中华工商时报 · 中国经济网 等公开资料