短剧出海变“红海” AI助力产能爆发 投流烧钱赚钱不易

证券时报记者 周春媚

“收100部海外AI短剧,有的老师们可以报价。”前不久,一名短剧从业者在社交平台上发出这条“求购帖”,没写题材要求,不提质量门槛,就像在批发市场上“扫货”一样。而两年以前,一部出海短剧还要到海外实景拍摄,成本动辄以百万元计。

这一幕,既折射出短剧出海市场的热闹,也反映出令从业者颇为不安的隐忧。一方面,市场飞速增长,相关报告显示,2026年海外微短剧市场规模将超过60亿美元,同比增长67%。另一方面,据DataEye数据,2026年上半年,海外微短剧广告投放素材量达1961万组,同比增长324%,但同期内购收入增速只有13%。市场更大了,但钱也更难赚了。

近日,记者采访了多家短剧承制公司和平台公司。受访者普遍表示,AI工具大幅降低了短剧制作成本,对出海短剧的降本效应尤为明显,但供给大增也推高了跑出一部“爆款”的投流买量成本。嗅到商机的各类玩家争相涌入,但部分受访人反映盈利仍然困难,这个曾经的“蓝海”赛道正逐渐变成“红海”市场。



图片来源:AI生成

行业正热:AI助力下,海外短剧产能大爆发

行业水温,往往在二级市场上反映得最充分。截至11月13日收盘,中证传媒指数、AI短剧指数11月的涨幅分别达10.84%和24.42%。AI漫剧、短剧游戏等概念持续活跃,多只概念股大涨,截至11月13日收盘,文投控股、浙文影业11月涨幅高达66.67%和60%,被市场称为“短剧三巨头”的昆仑万维、中文在线、掌阅科技涨幅也分别达到20.72%、25.36%和18.90%。

行情背后是产业端的持续催化。数据显示,今年前10个月已上线微短剧近55万部,是2025年全年的近17倍,其中超94%为AI短剧。在海外市场,AI漫剧活跃用户已突破1.5亿,在海外短剧付费应用前十中,中国厂商占据九席。汉语拼音“duanju”还被海外百科网站收录,成为代指微短剧的专属英文单词。

西安短剧公司丰行文化2023年底开始布局出海,带队去埃及拍了第一部海外短剧。“2024年,我们大概拍了五六部海外短剧,但今年截至目前,就已经做了将近100部了。”公司总经理李涛告诉证券时报记者。漫森文化2025年5月才正式启动出海业务,海外事业部总裁陈小茜告诉记者,目前海外粉丝规模已超过2亿,出海业务占总收入的30%—40%。

短剧出海过去两年也一直在增长,但今年,从业者都感受到了强烈的“推背感”,这只“推手”,正是AI。随着Seedance、Kling等AI视频生成模型能力的大幅提升,海外短剧的制作成本和周期被大幅压缩,产能随之井喷。“海外短剧一下子就没人拍了,全都转成用AI做,尤其从六七月份开始,海外AI短剧的数量增长得很快。”李涛说。

海外短剧受AI的冲击更大,源于降本更为突出的“成本账”。短剧公司Loreels AIGC负责人李蓦告诉记者,出海短剧实拍需要在海外布景、招聘演员等,花费天然比国内短剧高,而且由于产能有限,成本隔一段时间就会小幅上涨,一度涨到18万—20万美元一部,“如今一部制作精良的AI短剧,只要1万美元左右,差不多有20倍的差距。”全球短剧平台NetShort首席执行官王利也说,今年年初一部海外本土短剧的制作成本还在150万元左右,周期很长,筹备剧组加后期制作往往需要3个月。用AI以后,有的单部成本可降至2万—3万元,周期也压缩到了1周左右。

“早期因为成本高,大家更倾向于选择经过市场验证的题材,霸总、甜宠等类型就长期‘霸屏’海外。”王利表示,如今更多新题材得以被开发,吸引更多的受众。短剧平台Saros TV首席执行官郑汉文告诉记者,过去短剧出海很多是译制剧,现在已让位于AI剧,题材也更多向神话、传说类型的特效化方向扩展。

体感颇冷:工具端与流量端的“夹心层”

产能的井喷,并没有转化为利润的膨胀。很多从业者正被行业裹挟着,进入工具端与流量端之间的“夹心层”里。

这要从短剧出海的商业模式说起。业内人士告诉记者,海外短剧变现主要有两条路:一是应用内付费,前几集免费,剧情到关键的冲突点“卡住”,用户按集解锁或订阅会员,周订阅普遍在9.9美元左右;二是广告变现,可以免费看剧,但要穿插广告。在依赖付费获客的模式下,无论哪条路,获客都高度依赖投流——制作剧情切片作为广告素材,投放在Meta、Google、TikTok的信息流里。这个环节,就是行业所说的“投流”和“买量”。

当前,投流占短剧出海总成本约50%。规则和定价权,包括竞价机制、审核标准及账户管理规则,都掌握在流量平台手上。据点点数据,海外短剧投流渠道高度集中,Meta系占65%、Google系占20%、TikTok占10%。陈小茜表示,从实际投放经验来看,近两年海外短剧买量成本整体呈上涨和波动的趋势。“而且,比较困扰我们的主要有三个方面。一是平台广告政策和审核规则变化较快;二是流量价格和投放效果波动较大,预算和收益不太稳定;三是平台算法和流量分配机制不够透明,企业对渠道的依赖度比较高。”陈小茜说。

AI虽然让海外短剧供给大幅增长,但用户的注意力时长和付费需求并不会同步增长,买量竞价便水涨船高。DataEye数据显示,今年上半年海外短剧广告投放素材量达1961万组,同比增长324%,但同期内购收入增速只有13%。制作端省下来的钱,相当部分流向了投流买量。

这构成短剧出海的“夹心层”处境:上游,AI工具方与算力方按订阅、接口调用和算力收费,坐收确定性收益;下游,掌握用户入口的流量平台拿走投流预算的大头。制作端的效率提升,并不意味着一定能转化为内容企业的利润增长。李涛说,做10部短剧,运气好的话能有一部挣20万元,其他可能只能收回几千元或一两万元,“总成本60万,但只回收了二三十万,还倒亏几十万元”。他的判断是,与内容创作、制作相关的从业者,“95%以上是亏钱的”。

格局未定:红海市场,各有各的“渡海”方法

市场变大了,也开始变得鱼龙混杂。李涛观察到,近半年行业冒出大量“割韭菜”的生意,培训机构宣称教人用AI做短剧,“学费先挣个两三万,再给你一个AI写的垃圾剧本,让你自己做,再挣个投流的钱”。在他看来,AI把制作门槛踏平之后,涌进来大量想赚快钱的人。

直接后果是内容的同质化和粗糙化。郑汉文告诉记者,Saros TV曾坚持精品路线,投入15万到20万元做一部剧,追求画面和叙事的完成度,但结果却令人失望。“对手用1万到3万元的成本做剧,一个月能上成百上千部,我们只能上几十部,跑出来的概率自然更低。”郑汉文说。客观上,这形成了一种劣币驱逐良币的效应。

面对越来越拥挤的“红海”市场,玩家们各自寻找“渡海”的方法。有人向上游拓展,把内容握在自己手里。李涛的公司原本主要做承制,赚制作费,天花板低,而且随着平台开始自建AI团队,承制订单也在肉眼可见地减少。如今,他把重心押在自制版权剧上,组建了约20人的编剧团队,自己写剧本、自己制作。“眼下,最重要的不是制作,而是好剧本、好内容。”李涛说。

有人向AI转型,将工具变成护城河。王利告诉记者,NetShort入局短剧出海比同行晚了大约一年半到两年,但据DataEye数据,今年9月、10月NetShort的双端内购收入均位居海外短剧APP的第二位。NetShort能快速追上来并稳住位置,关键之一就是较早把AI用进了实际制作。据介绍,公司上线了自研的AI视频工具平台,向行业玩家提供一套低成本、高质量制作AI短剧的工具。

还有人走精品化和精细化运营的路径。作为资深影视从业者,李蓦曾拍过网络大电影和电视剧。转型做AI短剧后,他没有选择去“卷”投流买量,而是在YouTube、TikTok上运营垂类账号,靠自然流和广告变现。精品加精细化运营带来了高测出率,公司“3—5部剧能跑出一部爆款”,单部最高收益约100万美元。他认为,AI解决的只是制作门槛,最后的落脚点还是在审美端,对剧本的理解、对镜头语言的把握,才是真正的壁垒。

有人留,自然也有人走。李涛和李蓦都观察到,今年不少短剧从业者转型了,有的制作人去摆摊、卖烤串,有的演员去做直播、说脱口秀。短剧行业在经历着一场大浪淘沙。“市场上的内容供应越来越多,单纯做制作、靠产能竞争已经比较难了。真正有IP资源、有本地化能力,同时具备内容制作和运营能力的公司,才更有议价空间。”陈小茜表示。

财经透视镜

从发改委五场发布会看高质量发展

证券时报记者 韩忠楠

11月3日至11日,国家发展改革委连续举办五场“奋进‘十五五’”新闻发布会,主题从培育壮大新动能、夯实发展支撑,到筑牢安全底座、增进民生福祉,再到共建“一带一路”,将“十五五”规划纲要的施工图逐条拆解:明方向、稳预期、强信心。

发布会召开的时点,正是各个专项规划从“图景”转向“实景”的关键阶段,集中解读政策部署,既为中长期高质量发展稳定市场预期,更进一步压实各方主体责任。

五场发布会的主题看似各有侧重,实则内在逻辑紧密串联。第一场发布会回答的是产业竞争力从何而来的问题,第二场聚焦基础设施如何“提质”而非“加量”,第三场关注高质量发展和高水平安全如何统筹,第四场落脚在“发展为了谁”这一核心,第五场则进一步阐释了高水平对外开放路径,明确中国与世界的连接方式。五场发布会分开看是五个切面,合起来是一张层次清晰、远近兼顾的中长期发展路线图。

支撑高质量发展的信心,根植于一以贯之的发展定力。在现代化基础设施体系建设部署中,“适度超前、不过度超前”被摆在优先位置,拒绝铺摊子,坚持综合效益导向,算好长远发展账。“十五五”时期,我国将新建约1.5万公里铁路,其中高铁约1万公里,同步布局时速400公里高铁成套技术体系,精准补齐交通网络结构性短板,不盲目追求规模扩张。

能源领域同样秉持审慎务实思路。面对算力增长带来年均约6000亿千瓦时用电增量,政策没有选择单纯加码产能,而是推动源网荷储协同,一边依托新一代煤电守住兜底底线,一边有序推进新能源安全替代,在保供与转型之间把握平衡。

定力之外,更有活力。培育新动能专场亮出清晰量化目标:集成电路、航空航天、生物医药等六大新兴支柱产业,力争到“十五五”末产值翻番、突破10万亿元。在关键核心技术攻关上,发布会明确用好新型举国体制,遵循“产业出题、科技答题”,系统布局产业创新工程,以超常规手段推动重点领域技术突破,打通从技术到产业的转化链条,让创新真正成为增长主引擎。

五场发布会传递出清晰导向:推动高质量发展,不靠短期刺激形成脉冲式拉动。“十五五”时期是基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键时期,具有承前启后的重要地位。当前,规划蓝图已经细化为具体项目、明确时序安排,任务环环相扣、责任逐级压实。高质量发展的良好局面,不是坐着等来的,而是依靠一步一个脚印实干出来的。这份立足长远、稳扎稳打的长期导向,正是我国经济行稳致远、从容应对外部环境变化的坚实底气。

中国人民银行副行长邹澜:信贷降速提质将成宏观运行新常态

证券时报记者 秦燕玲

11月13日,中国人民银行副行长邹澜在第十七届财新峰会上谈及我国征信业的发展与变革。他指出,今年是“十五五”开局之年,人民银行制定出台了改革发展规划,明确了推动征信行业高质量发展的发力方向和重点任务。

其中包括动态优化征信体系功能定位,做强做优央行基础征信,积极培育有影响力的市场化征信机构,大力营造学征信、懂征信、用征信浓厚氛围等方面。

邹澜指出,在金融强国建设、数字中国建设、社会信用建设加速推进的时代背景下,征信的功能定位、治理边界、运行逻辑也在随之调整。

邹澜表示,经过多年发展,我国金融市场特别是信贷市场结构与层次已发生深刻变化。从总量看,经济的货币化进程基本结束,我国已建成全球最大的银行体系和世界领先的普惠金融体系,贷款规模接近300万亿元,征信系统中有信贷记录的人已达8亿多,绝大多数人都有过信贷经历。

邹澜指出,当前信贷降速提质或将成为宏观运行新常态,金融发展的重心,从增量扩张转向存量优化,从规模导向转向精准滴灌。科技创新、绿色转型、民营小微等是当前金融服务的重点领域和薄弱环节,相应的信用评价、增信机制和风控模型等信用服务尚不健全,征信体系适配性有待提升。

与此同时,数字金融发展需要大幅拓展征信数据来源和功能,需要征信业从专注于传统、静态的信贷信息共享,进化为数据多元、动态交互、技术独特的综合性金融数据服务者。此外,社会民生信用需求变化也是需要关注的重要变量。

邹澜指出,今年是“十五五”开局之年,人民银行制定出台了改革发展规划,明确了推动征信行业高质量发展的发力方向和重点任务。

一是动态优化征信体系功能定位,支持提升宏观经济治理效率。强化征信治理与货币政策、信贷政策、宏观审慎管理等协同联动,支持金融机构优化资源配置,为经济高质量发展营造更为良好的信用环境。二是做强做优央行基础征信,更好发挥征信体系的“压舱石”作用。三是不断改进征信市场布局,积极培育有影响力的市场化征信机构。四是大力营造学征信、懂征信、用征信的浓厚氛围,持续提升金融参与主体能力素养。

“这里也给广大公众提个醒:不良信息的保存和展示有法定期限和规范要求,凡是宣称可以通过‘征信洗白’‘铲单’提前消除不良记录的,都是骗子。”邹澜强调,大家务必擦亮眼睛、保持警惕,避免陷入信息泄露、钱财受损、以贷养贷的更大陷阱,共同铲除黑灰产的生存土壤。

中证指数公司:持续拓展多层次指数体系

证券时报记者 张淑贤

近日,中证指数有限公司正式发布《指数与指数化投资发展白皮书》。作为境内市场首部立足指数及产品双重视角的行业研究报告,白皮书系统梳理了境内外指数及指数化投资发展全景及趋势。

白皮书指出,境内指数机构已构建起广泛覆盖的多层次指数体系,发布数量逾万条。具体来看,宽基指数持续迭代,旗舰与特色宽基协同发展;策略指数日趋多元,风格、因子及另类加权工具日益丰富;主题指数紧扣“五篇大文章”与新质生产力,在科创、绿色、先进制造等关键领域纵深拓展;债券指数实现利率债、信用债、科创债、绿色债等品种全覆盖,并持续完善期限结构与信用分层;多资产指数进一步细化“固收+”恒定比例工具的风险梯度,推出权益占比5%至30%的五档配置方案;跨境指数积极拓展全球布局,向世界传递中国资产价值。

行业趋势方面,白皮书认为,指数创新持续深化,产品生态日益完善;AI技术有望赋能指数编制,拓展指数化投资的服务边界与市场深度;指数行业正加速从“工具提供者”向“资产配置核心载体”演进,在服务资产配置、业绩基准、跨境互联中的作用持续凸显。

下一步,中证指数公司将围绕宽基旗舰迭代、未来产业布局、中长期资金配置、稳健投资工具、全球指数体系建设五大方向,持续拓展多层次指数体系,为资本市场高质量发展与居民财富管理提供更优质的指数工具支撑。

APEC风吹进了深圳水围村夜市

证券时报记者 吴家明

夜幕降临,深圳福田水围村夜市的烟火气顺着街巷蔓延开来。一溜热气腾腾、色香味诱人的大排档前,游客熙来攘往。

APEC领导人会议召开前夕,记者走进夜市。不少餐饮店门口的中英双语招牌最先映入眼帘,鲜亮的字体和暖黄的灯光交相辉映,成了这条老巷里一道新鲜又亮眼的风景。不仅是门头招牌,越来越多餐馆的菜牌也换上了中英双语版本。

“之前我们的菜牌只是简单地把中文菜名直译,后来发现来店里的外国客人越来越多,点餐的时候很费劲,好多外国朋友拿着翻译软件点菜,有时翻译出来的意思大家都看不懂。”在水围夜市一家火锅店工作的小美来深圳已经快5年,见证着这条夜市的热闹,“于是,老板找人重新制作全套菜牌,连价格、重量等细节都一一翻译成了英文,特别是APEC的到来,国际氛围越来越浓,来店里的外国客人明显增多,我们几个服务员下班之后也会凑在一起,跟着短视频学几句简单的招待英语。”

在一家路边小吃摊,记者遇到刚结束商务会议的美国游客Mark,他和几位朋友特意打车从福田中心区赶来水围吃夜宵,手机里还存着好几家提前收藏好的水围小店名单。

“来深圳出差之前,我就特意向深圳的朋友打听了最地道的市井美食,水围只是第一站,没想到在繁华的市中心,还藏着这么热闹、这么有生活气息的夜市。”Mark笑着说,“从点餐到移动支付,全程都非常顺畅方便,这里的小吃味道很好,人也特别友善,回去之后我一定要把这些藏在街巷里的美味推荐给身边的朋友。”

很多人说起深圳,最先想到的是摩天楼群里的科技创新、CBD里往来穿梭的商务人流,但这座城市最动人的温度,也藏在街头巷尾的细节里,就像这些烟火小店,变得越来越“国际味”,让每一位远道而来的客人,刚坐下就能接住这座城市的热情与善意。

APEC CHINA 2026 APEC就在身边

证券时报 ID:wwwstcncom