

短剧出海进入“狂飙时代” 企业重规模更重效益

证券时报记者 吴志

近两年,海外短剧市场迎来爆发式增长,海外各大短剧应用下载量、用户规模一路飙升,而中国企业已成为这场全球短剧热潮中的核心玩家。公开数据显示,2025年中国出海短剧应用下载量占全球短剧产品下载量的80%以上。

不只是应用占据主流,海外热播的短剧内容,亦有相当一部分源自国内成品剧的译制输出。随着短剧出海全面提速,规模化、高效率的译制需求急剧增长,AI译制服务成为行业刚需。

“人工每月仅能翻译约10部短剧,成本1500元至3000元/部;而我们的AI译制服务每月可轻松完成超1000部短剧翻译,成本300元至500元/部。效率大幅提升,成本显著降低。”杭州小影创新科技股份有限公司(下称“小影科技”)业务副总裁吴婉萱向记者表示。

短剧应用海外“狂飙”

增速低于100%,就很可能“榜上无名”——这是去年以来国产短剧应用在海外市场飞速发展真实写照。

多份公开报告显示,从2025年尤其是下半年开始,国产短剧应用在海外市场的下载量和用户量出现爆发式增长。

行业研究机构DataEye报告指出,2025年海外短剧应用市场预估下载量达18.55亿次,同比激增超300%。海外市场的头部玩家大多来自中国,2025年中国出海短剧APP预估下载量达14.93亿次,全球市场占比达80.46%。

具体到产品层面,在各类短剧应用下载榜、收入榜中,国产短剧应用近乎“霸榜”。Mintegral近期发布的《2026全球非游戏应用趋势报告》显示,2025年海外短剧类应用下载量前10名有8款为国产应用,大部分应用2025年下载量实现超三位数增长,短剧出海已进入“狂飙”时代。

A股公司昆仑万维是最早一批布局海外短剧市场的企业。去年以来,昆仑万维旗下DramaWave、FreeReels两款产品,在海外市场下载量大幅增长。

证券时报记者获悉,今年一季度,昆仑万维免费短剧平台FreeReels下载量居海外短剧产品首位,人均单日使用时长超1小时。而付费平台DramaWave一季度上线的新剧集中,AI短剧占比迅速提升,其中AI漫剧人均观看时长超30分钟。

收入方面,截至2026年3月底,昆仑万维短剧及AI短剧平台单月流水已超过4800万美元(约合3.26亿元),ARR(年度经常性收入)超5.7亿美元(约合38.76亿元),合计MAU(月活跃用户数)稳居海外短剧市场第一。

昆仑万维DramaWave内容负责人张薇向记者介绍,FreeReels自2024年11月上线以来稳步发展,“增长区域主要集中在印度、东南亚和拉美等新兴市场,我们凭借免费、轻量的产品定位,逐步获得了当地用户的认可和欢迎。”

另一家大力布局海外短剧市场的A股公司中文在线近期也在财报中提到,公司旗下短剧应用FlareFlow已覆盖全球200多个国家和地区,累计用户超过3300万,去年用户每日观看时长平均增长了150%。

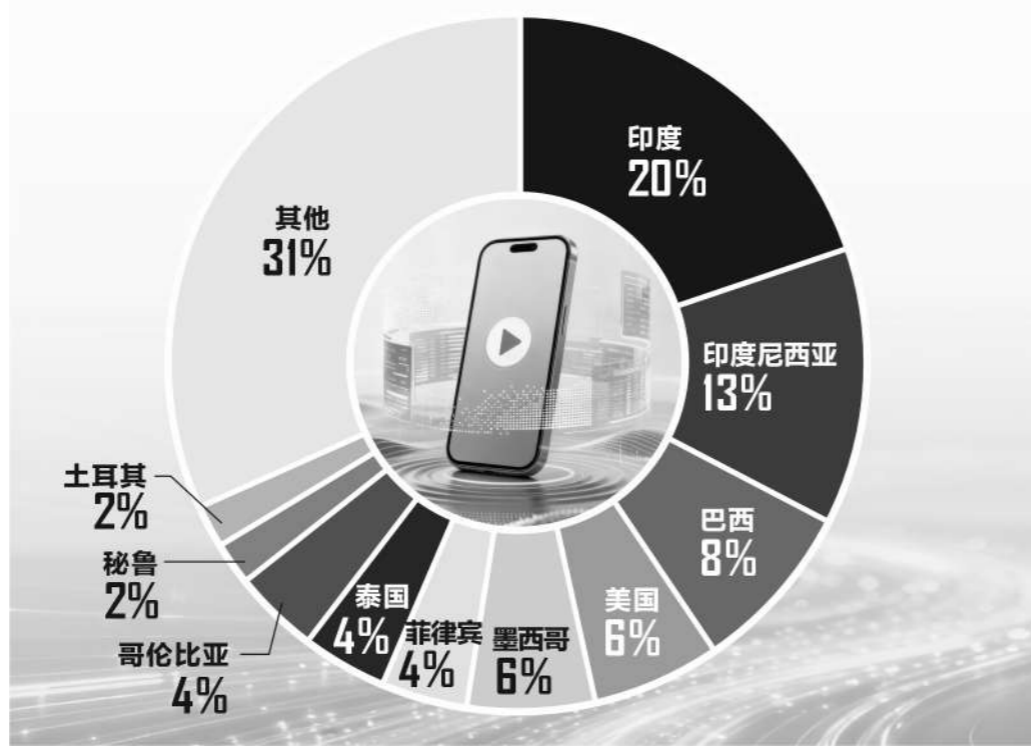
为海外受众“量身定做”

海外市场体量巨大、生态复杂,短剧作为文化内容产品,只有贴合当地用户的喜好与需求才能获得市场认可。国产短剧应用出海的亮眼成绩,很大程度上得益于应用开发、技术工具、广告投放等多方协同配合、高效联动。

在海外布局之初,昆仑万维就选择了同时做两款产品,目的是为了精准匹配不同的用户和市场。

据张薇介绍,DramaWave主要面向欧美用户,聚焦高品质原创独家内容,以订阅和付费解锁为核心商业模式。FreeReels则主要面向东南

2025年海外微短剧应用下载量市场分布



数据来源:DataEye研究院 图片来源:AI生成

亚、拉美等以免费观看为主的国家和地区用户,公司针对性上线了许多贴合当地用户偏好的剧集,并通过AI技术实现了全语种字幕翻译与配音,拉动用户增长与留存。

翻译和配音,是许多出海短剧应用绕不开的一环。证券时报记者了解到,目前出海短剧平台多以译制国内短剧为主,当地拍摄制作的本土剧为辅。在巨大的文化差异面前,要让海外观众接受译制的国内短剧,得“下一番功夫”。

“海外不同文化背景的用户需求不同,是译制剧、翻译剧生产的最大难点。我们从2023年着手这块业务,就逐步自研了短剧出海的译制垂类模型,搭建了短剧术语词库,主要是要确保输出内容的统一性和翻译的信达雅等。”吴婉萱表示。

为了精准匹配需求,小影科技为出海短剧提供高情感、高精度两种配音模式。吴婉萱举例说,“在配泰语时,他们复杂的语音系统有44个辅音、32个元音、5个声调,细微的发音错误会完全改变词义,导致理解障碍,所以得用高精度模式。而配英语时更适合高情感模式,短短几十秒到几分钟内,用强烈的情感抓住欧美观众的注意力。”

投资是出海应用的“必修课”。Mintegral是港股上市公司汇量科技旗下的程序化互动式广告平台,近两年,短剧出海企业逐渐成为该平台的重要客户群体。

Mintegral高级商务总监向记者介绍,短剧在不同市场呈现明显差异,比如欧美等成熟市场用户付费意愿强,但竞争激烈、获客成本高;东南亚、拉美等新兴市场用户增长快,但付费意向和能力仍在培育中。

程依表示,针对这一情况,Mintegral在帮助部分头部短剧厂商出海时,执行了差异化策略。比如在成熟市场通过智能竞价精准获取高价值用户,控制成本并提升留存;在新兴市场则通过免费短剧+激励视频解锁剧集等快速吸引用户抢占份额;同时强化广告变现布局,将高速增长用户规模有效转化为可持续收入。

要规模也要收益

海外短剧市场的前景几乎被一致看好。尤其是在当前国内短剧市场竞争激烈持续升级的背景下,出海,似乎是短剧企业更优的选择。

“目前海外短剧市场仍处于快速发展阶段,整体呈现稳步上升趋势。”张薇认为,从受众角度看,海外用户对短剧这种内容形态的接受度正在逐步提升,但尚未完全普及,仍有较大增长

空间。“海外短剧市场的规模应该会远大于国内。根据相关数据,2026年海外短剧市场规模预计可以达到60亿美元(约合408.04亿元),如果长期对标海外电影和流媒体市场,未来规模有望达到1500亿美元(约合1.02万亿元)。”吴婉萱认为,未来海外市场的竞争也会变得激烈,因为除了中国玩家,海外本土玩家也会更多地参与进来,尤其是在AI视频生成技术突飞猛进的情况下。

和其他许多应用出海初期一样,短剧应用出海初期也面临着高昂的投入。从A股公司财报来看,掌阅科技、中文在线、昆仑万维等2025年都因持续战略性加大短剧业务布局而出现亏损。

但随着出海短剧应用规模体量的上升、自我“造血”能力的形成以及厂商运营策略的精细化,这一局面有望扭转。

张薇表示,提升工具效率,强化产品运营能力是昆仑万维两款核心产品得以在海外“突围”的重要原因,但更为关键的是“紧盯钱袋”。

“内容生产本身是一门烧钱的生意,利润空间相对有限,不仅内容制作环节需要投入大量成本,投放环节的开支也不容小觑。因此,搭建精细化的钱袋管控体系至关重要,这既是控制成本、保障盈利的关键,也是我们持续稳定发展的核心支撑。”张薇说。

程依也向记者表示,变现是短剧产品商业化中的重要一环,也是走向全球化、实现长效经营必须克服的难题。

从数据来看,厂商已经做出了改变。根据Mintegral发布的报告,目前约有36.5%的短剧应用采用广告变现模式,33.3%采用混合变现,其余采用内购模式。

程依介绍,行业发展初期,开发者关注的重心主要在剧集付费解锁等内购模式上,只有少数开发者重视广告变现。而随着“免费短剧+广告变现”模式被验证,广告变现的潜力正被释放,当下不少短剧产品已采用混合变现,做到内购与广告两手抓。

“当短剧出海从‘野蛮生长’步入‘精耕细作’的下半场,增长的核心驱动力正转向策略层面。策略升级的目标不再是追求单纯的高下载量,而是像头部开发者一样,实现更高的用户平均收入与健康长期投资回报率。”程依说。

文娱透视

从“刚需兜底”转向“悦己提质” 消费市场场景创新提速

<<上接A1版

文旅上市公司营收大幅反弹。申万宏源A股旅游和景区板块2025年实现营收403亿元,同比增长8.12%,跑赢社会服务行业板块。其中,凯撒旅游2025年营收同比增长22.35%,归母净利润同比大增127.18%;2026年一季度延续高增态势,营收同比增幅接近40%,印证文旅消费复苏具备较强持续性。祥源文旅2025年营收同比增长34.71%,增速位居文旅行业上市公司前列。公司旗下核心景区经营势头向好,线下客流与客单价双双提升,拉动景区主业营收大幅增长。

与此同时,头部OTA(在线旅游平台)营收、净利润普遍实现双位数增长,国内短途游、出境游、高端定制游市场全面回暖,服务消费升级趋势愈发明确。

2025年以来,家电行业呈现结构性复苏态势,龙头企业抗风险优势凸显。消费端以存量换新、品质升级为趋势,依托中国庞大的家电消费市场体量,行业龙头实现业绩稳健增长。其中,美的集团2025年营业收入达4585亿元,同比增长12.1%。格力电器2026年一季度营收、净利润双双实现正增长,智能家电与节能高端产品成为核心增长支点,产品结构优化。

“悦己提质”成消费新潮

2025年以来国内消费市场最核心的变化,在于消费结构的深层次迭代。消费逻辑加速从“刚需兜底”转向“悦己提质”,高端化、个性化、健康化成为消费新潮。

具体来看,国货高端化、东方美学消费强势崛起,逐步打破外资品牌长期垄断格局,美妆赛道表现尤为突出。毛戈平2025年营收、净利润同比增幅均超30%,依托东方美学彩妆定位深耕高端市场,持续提升品牌溢价能力。贝泰妮2025年扣非净利润同比增长48.22%,2026年一季度扣非净利润大增超94.81%,精准契合消费者精细化、品质化护肤需求。

Z世代主导的悦己消费、个性化消费全面爆发,推动潮玩等细分赛道高速增长。泡泡玛特受益于低基数效应叠加新品IP放量,契合消费结构升级趋势,2025年营收同比大增184.7%,业绩迎来爆发式增长;其凭

借丰富潮玩IP矩阵,精准匹配Z世代收藏偏好与情感表达需求,成为国内悦己式消费的代表。

休闲食品行业迎来消费升级浪潮,盐津铺子、卫龙美味等头部企业依托高端坚果、功能性零食及场景化零食实现业绩大增。消费需求也从基础饱腹,向健康属性、口感风味与外观颜值综合体验升级,持续推动行业结构优化迭代。

消费场景持续创新

消费场景持续创新,为市场增长注入全新动能。线上线下深度融合、直播电商常态化发展,加速构建起全域消费新格局。2025年都市丽人电商业务GMV(商品交易总额)同比大增175%至43.1亿元,直播电商业务同步快速起量,全年直播GMV突破11亿元,成为渠道增长重要引擎。

在线上渠道蓬勃发展的同时,线下渠道也正向体验化、场景化方向加速转型。良品铺子、卫龙美味等休闲食品企业持续深耕商超、量贩店、便利店全渠道场景,不断完善线下网络布局;家电行业则形成线上引流、线下体验的融合模式,完成渠道体系重构。格力、美的等头部品牌持续升级线下智慧门店,凭借沉浸式消费体验有效提振终端转化率。

王鹏对记者表示,当下消费场景创新正迎来深刻变革,科技正在深度赋能各类消费环节,不断打通线上线下虚实融合的消费边界,持续打造沉浸式、个性化全新消费体验。居民消费不再只看物质功能满足,转而更加追求情绪悦己、文化认同与圈层社交价值。文旅、商业、体育、康养多业态跨界联动不断催生新型消费场景,整体市场也从过去规模扩张逐步转向存量精耕阶段,绿色低碳、品质升级将成为未来消费供给升级和场景创新的主线。

纵观上市公司财报表现,中国消费市场已告别粗放式刚需增长,正式迈入精细化品质增长新阶段。这既是居民生活品质持续升级的微观缩影,也是中国经济高质量发展真实写照。随着促消费政策持续落地,居民收入稳步提升,国货品牌核心竞争力不断增强,叠加多元消费场景持续扩容,国内消费市场有望持续释放长期增长新动能。



国外采购商及消费者在深圳华强北采购商品。 时报财经图库/供图

观点锐评

从“买商品”到“买感受” 体验经济引领消费转型

杨德龙

转变为情绪价值、沉浸式体验买单。

近年来,国内消费迎来结构性复苏,消费增长的核心支撑,来源于居民收入稳步提升与股市上涨带来的财富效应。居民工资性收入叠加股市带来的财产性收入增加,有效提振居民消费意愿,让大众敢消费、愿消费,为整个消费市场筑牢根基。

在行业变革层面,消费市场正从传统商品消费,转向商品与服务消费并行的新阶段,体验经济更成为消费升级的全新增长引擎。在笔者看来,体验经济是继产品、商品、服务之后的第四种经济形态,核心逻辑是消费者从购置实物,

Z世代、新中产与银发群体的消费需求升级,搭配VR/AR等技术落地、政策持续扶持,共同助推体验经济蓬勃发展。沉浸式文旅、特色餐饮、潮玩娱乐、户外露营等赛道迎来高速发展期,成为消费市场中最具弹性的板块。

综合来看,体验经济是中长期最具潜力的消费赛道。投资应把握传统消费龙头打底、体验消费弹性策略。建议重点关注文旅服务、沉浸式娱乐、休闲餐饮、国潮体验、康养赛事等领域,这些方向将持续受益于消费升级与政策支持,成为拉动内需、推动经济增长的新动能。(作者系前海开源基金首席经济学家)

上市公司切不可将破产重整异化为“保壳工具”

证券时报记者 范璐媛

破产重整是通过债务重组、资产盘活、多方协作,助力具备重整价值的企业实现涅槃重生的机制安排。但在实践中,部分上市公司将破产重整异化为“保壳工具”,重短期纾困、轻长效机制,重资金注入、轻机制重塑,背离了“价值重整”的制度初衷。

近日,ST洲际遭审计机构出具内控否定意见及财报保留意见,公司股票再次被实施风险警示。紧随其后,公司控股股东广西正和申请破产重整,多重利空因素叠加,公司股价连续五个交易日跌停,而这距离公司完成破产重整仅过去两年有余。

2023年,ST洲际因债务危机启动重整。与

多数上市公司重整案例不同,此次重整未发生控制权变更,引入的9名重整投资人中,最高持股比例仅为6.43%,难以主导公司经营管理与治理结构变革。

原实控人依旧掌握核心决策权,重整投资人多以财务投资短期获利为目标,低价入股后解禁便大幅减持套现。这种“只输血、不塑身”的重整模式,使得重整难以触及企业经营与治理的深层病灶。

重整完成后,公司治理短板与内控缺陷未得到实质性整改,治理危机持续发酵。今年4月,海南证监局查实,ST洲际仍存在未披露关联交易、关联方非经营性资金占用等问题。年报审计中,审计机构出具了内控否定意见和财报保留意见。与此同时,实控人自身债务高企、资金链断裂、股权

处于高比例质押状态,且已被申请破产重整。

破产重整本应维护债权人、股东及市场各方的合法权益。部分上市公司却偏离这一本源,将重整简化为“债务豁免+资金续命”,不引入优质产业资本,不优化股权结构,不完善内控体系,仅以保壳为目标。这种形式化重整,不仅无法改善企业经营基本面,还可能沦为逃废债的通道,侵蚀市场信用基础。

重整的核心是治理重塑,而非简单的短期债务化解。引入具备产业实力和长期经营意愿的战略投资者、完善公司治理、优化股权结构、健全内控机制,才能真正夯实持续经营根基,激活企业内生发展动能。仅注重资金注入、忽视治理革新的表面重整,只会让风险不断累积,最终反噬企业自身,损害广大投资者利益。

从上市公司财报感知中国经济脉动