

AI短剧半年规模超220亿元 产业爆发重塑内容生产逻辑

今年上半年,AI短剧交出了一份远超市场预期的成绩单。

DataEye最新数据显示,今年1月至5月AI短剧市场规模已突破220亿元,全年有望冲击400亿元大关,国内AI短剧用户在今年上半年突破6亿。当前,从平台到制作方,从技术提供方到内容创作者,各方都在热议一个共同话题——AI正在从根本上重塑短剧的生产逻辑与商业边界。业内人士普遍认为,AI短剧已走过试探期,规模化的产业爆发正在发生。

● 本报记者 杨梓岩

产能与流量双向井喷

上半年AI短剧市场的核心特征是供给与需求的同步爆发。

抖音端原生AI短剧数据显示,今年1月至6月新增AI短剧总计22.19万部,其中1055部播放量破亿,新增播放量达5157.38亿。6月单月播放增量攀升至1557.8亿,创下半年以来的最高值。更具标志性意义的是,首部播放量超20亿的AI剧《发配边关,罪妻开荒养出战神》,在6月单月增量即达21.27亿,印证了头部AI剧的市场穿透力已不逊于头部真人短剧。

供给结构也在发生深刻变化。6月AI仿真真人剧目数占比已超70%,2D与3D漫剧合计不足28%。而单部漫剧平均播放增量从1月的78.9万跃升至6月的413.2万,增幅达423%。这一数据表明,漫剧类型

正在头部爆款的拉动下实现整体品质跃升。

快手可灵AI产品及运营负责人温园旭对记者表示,截至今年4月,可灵AI已服务超过6000万创作者,累计生成视频突破6亿条,服务超过3万家企业用户,2025年第四季度营收达3.4亿元。这些数字表明,AI视频生成已从技术趋势变为产业现实。

芒果TV智能研究中心创新业务专家郝成对记者表示:“AI漫剧的出现并没有让微短剧从原有品质上产生大的飞跃,更多是维持了原有的输出质量,但成本和效率的变化是实质性的。”他指出,当AI解决方案开始产生经济收益时,由于生产力可无限扩展,这种成本竞争逻辑正在加速行业洗牌。

出海按下快进键

国内市场爆发的同时,AI短剧出海正形成第二增长曲线。

TikTok投放数据显示,相较年初,今年5月北美投放消耗增长954%,欧洲增长887%,东南亚增长768%,日韩增长612%,拉美增长557%。多区域同步爆发,说明海外市场对AI短剧的接受度正在快速提升。

出海模式的升级更是值得关注的信号。据行业人士透露,国内存量AI剧的出海转译已从早期的翻译字幕、换脸、对口型,进阶为角色形象与文化背景的整体转换。这意味着AI短剧出海正从成本驱动转向内容驱动,欧美市场的增量空间被进一步打开。

郝成表示,AI会加速短剧出海进程。“AI能够让你把握核心故事后,把本地化的成本和质量都完成得比中心化制作更好。中文的网络梗、妆造设定、场景设定的西化或欧美化,AI都可以帮你完成。”他认为,这解决了过去需要组建完全不同的本地团队才能完成文化转译的痛点。

北京点众科技股份有限公司董事长陈瑞卿判断:“未来5年中国微短剧市场规模将超过4000亿元,2026年或超过1500亿元。”他对海外市场同样乐观,认为全球市场的扩容将给从业者创造巨大的结构性机会。

行业演进路线渐明

随着市场规模快速扩大,AI短剧行业的竞争格局与演进路径也在逐步清晰。“未来行业结构将呈现两个金字塔——头部企业占据70%以上市场份额,而其余从业人员分享不到30%的市场空间。”陈瑞卿表示:“越便宜的东西越贵,人人都能做短剧,但门槛越来越高。拥有IP、剧本能力和审美才是核心竞争力。”

在技术端,多模态与智能化或许是下一阶段的主战场。“随着模态变多,创作者对模型的精确控制能力、表达能力和编排能力都在增强,这将进一步拓展AI在影视创作中的边界。”温园旭表示。

在内容端,郝成认为,未来一两年内将有AI电影级别作品问世,但核心创作者仍然是原来具

备专业素养的人。AI改变的是效率和成本,但“创作的思维内核没有任何变化”。

值得关注的是,行业内部正在形成明确的分化路径。一方面,自动化工具降低了大众创作的门槛,催生了海量内容供给;另一方面,专业团队正借助AI工具向更高品质迈进。

“一个是自动化,让你快速产出一个六七十分的東西,大家拼的是中间一毛两毛的差距;另一个是给你最完整的控制权,一个人只要在每个专业领域足够牛,就能造出大片。”郝成分析。

两种路径并存,或说明AI短剧市场的容量远比预期更大,行业真正意义上的成熟期或许才刚刚开始。

以旧换新向绿向智 财政资金杠杆效应持续放大

● 杨梓岩 满馨瑶

2026年以来,消费品以旧换新政策持续释放红利,成为观察中国消费升级与产业变革的关键窗口。

据商务部最新数据,2026年上半年,政策累计带动相关商品销售额1.1万亿元,惠及1.5亿人次。补贴资金撬动比达到1:10.3,财政资金的乘数效应进一步放大。从汽车到家电,从数码产品到智能穿戴设备,一场覆盖多品类、多场景的消费“焕新”正在全国铺开。

锁定绿色智能方向

2026年以旧换新政策锚定绿色与智能两大方向。国家发展改革委、财政部联合印发的通知明确,汽车报废更新补贴按车价比例执行,家电以旧换新聚焦一级能效或水效产品,数码产品购新补贴拓展为数码和智能产品购新,新增智能眼镜品类,并将智能家居产品补贴自主权下放地方。政策覆盖面的精准拓宽,让更多品类站上了消费升级的风口。

国家发展改革委国家信息中心经济预测部政策仿真实验室主任肖宏伟表示:“政策导向从‘换新’升级为‘换绿’‘换智’,进一步拓展了财政资金的乘数效应空间。”他进一步分析,撬动比例的跃升是机制优化、精准扩围、节奏均衡与市场共振协同发力的综合结果。肖宏伟预计,从消费结构看,绿色智能消费空间依然广阔,政策综合效应将在下半年持续显现。

上半年,汽车以旧换新370.7万辆;家电以旧换新6326.6万台;数码和智能产品购新7909.8万台。更值得关注的是结构变化——享受以旧换新补贴的新能源车占比逐月攀升,6月已达65.4%,推动二季度新能源汽车零售市场渗透率升至62.4%,创历史新高。上半年,高效等级家电零售额增长超过30%,包括智能眼镜在内的可穿戴智能设备零售额增长超过一倍。补贴资金每投入1元带动10.3元居民消费的背后,是政策对绿色智能消费的有力撬动。

产业端迎来“换新共振”

以旧换新不只是消费端的变革。中国电子视像行业协会秘书长董敏表示,以旧换新已从政策驱动升级为“需求+体验”双轮驱动,消费者从“犹豫换”转向“抢着换”。政策鼓励重点支持“人工智能+”行动明确的新一代智能终端,家电数码全产业链正迎来“换新共振”。需求端的集中释放,正倒逼供给端加速升级。

品牌端的反应最为直接。据了解,美的集团将6条生产线调整为“换新专线”,优先生产高效变频空调和洗碗机,第二季度排产同比增加40%。格力电器加码以旧换新活动补贴,格力品牌挂架机折抵400元至600元/台,柜机折抵800元至1200元/台。

在供应链端,芯片、显示面板、压缩机等上游厂商订单排产已覆盖至第三季度。以显示面板为例,TCL华星光电相关负责人透露,今年以来电视面板出货量实现同比增长,部分大尺寸面板出现阶段性供应偏紧。从“清库存”到“拉产能”,产业逻辑正在被重新书写。

供给端的火热同样传导至零售终端。京东“618”期间,3C数码以旧换新订单量同比增长130%。在江苏,京东五星电器近130家线下门店以旧换新成交金额占比达80%,一级能效空调以旧换新占比高达96%。政策、平台、品牌三重让利形成的合力,正将“想换”转化为“真换”。

央地协同精准发力

2026年政策的一大亮点,是央地协同机制的深化。今年上半年,19个地方实施自主品类补贴政策,带动相关商品销售99.2万件。江苏将具身智能机器人纳入补贴,贵州聚焦外骨骼机器人与航拍无人机,山东发力助行类外骨骼和助听器——各地因地制宜的探索,让补贴政策更精准地对接本地消费需求。

业内人士分析认为,统一的补贴规则有助于建设全国统一大市场,而赋予地方自主权则能调动其积极性,因地制宜培育新消费热点。

在地方实践中,政策红利正在加速转化为消费动能。镇江以旧换新活动累计惠及消费者17.6万人次,带动相关商品销售额21.6亿元。南通崇川区2160万元汽车专项补贴额度全部发放完毕,直接带动消费约7.55亿元。据东风日产南通门店销售经理介绍,燃油车置换最高可享15000元补贴,新能源车置换最高补贴20000元。一位市民置换旧车购买新能源SUV后感慨:“算下来十分划算。”河北上半年以旧换新相关商品消费较快增长,限额以上单位家用电器和音像器材类零售额增长20.5%,通讯器材类增长12.6%。

从中央到地方,从城市到县域,以旧换新政策正在编织一张覆盖越来越广的促消费网络。1.1万亿元销售额、1.5亿人次受益面,千家万户生活品质得到真实提升。业内人士认为,随着资金持续下达、品类不断拓展,财政资金的杠杆效应有望在下半年继续释放。

并购补齐硅基负极全链条

孚日股份双线布局跑出增长曲线

● 本报记者 张鹏飞

从全球家纺龙头到锂电新材料玩家,孚日股份的转型正在进入收获期。记者日前在公司调研时了解到,这家深耕家纺多年的龙头企业,经过五年锂电新材料布局,已形成“家纺稳现金流、新能源拓第二增长曲线”的双主业格局。

公司近日披露,拟以3.996亿元收购博赛利斯(南京)有限公司78.80%股权,正式切入高能量密度硅基负极材料领域。一边是电解液添加剂VC(碳酸亚乙烯酯)业务乘行业高景气兑现亮眼业绩,一边是斥资近4亿元控股成熟硅碳负极企业,补齐高端负极产业链短板,孚日股份由传统制造转型新能源的路径愈发清晰。

VC生产线满负荷运转

走进孚日新能源VC精制生产厂区,多条生产线持续稳定运转,成品仓储区域堆放着待发的电池级VC产品,货运车辆往来不断。车间负责人向记者介绍,依托自有氯碱化工原料优势,公司打通上游中间体至电池级VC全产业链,是国内少数实现VC一体化生产的厂商,成本优势显著。

“公司现有1万吨精制VC产能,一季度出货约1000吨,二季度销量、产能利用率环比持续提升,目前订单充足,产销两旺。”该负责人告诉记者,公司2000吨VC技改项目预计今年10月投产,届时产能规模将进一步扩大。

记者了解到,近期,多重利好共同推高VC景气度。7月动力电池安全新国标正式实

施,严苛的热失控安全要求倒逼电池企业提高VC添加比例;储能赛道持续扩容,储能电池VC使用比例高于动力电池,下游需求持续放量。供给端,前期行业产能出清,叠加装置检修、限产等因素,市场库存处于低位,供需错配支撑产品价格上行。

据介绍,VC作为锂电核心成膜添加剂,能够在负极形成稳定SEI保护膜,直接提升电池循环寿命与安全性能,是动力电池、储能电池的刚需材料。持续向好的产销态势已经体现在财报之中。公司相关负责人告诉记者,2026年一季度归母净利润1.80亿元,同比增长141.52%，“增长核心来源就是VC电解液添加剂。”此外,公司预告上半年归母净利润区间3.69亿元至4.18亿元,同比增长50.02%至70.27%,其中VC业务增长表现尤为突出,公司新能源新材料业务已从前期投入期转为业绩核心贡献点。

并购切入硅基负极赛道

支撑公司持续扩产、实施产业并购的底气,来自稳健的资金储备。记者查阅企业财务数据获悉,2023年、2024年和2025年,公司经营活动现金流净额分别为6.69亿元、5.09亿元、8.33亿元,连续三年经营现金流大幅高于当期净利润;截至2026年一季度末,公司货币资金与交易性金融资产合计11.99亿元。

“家纺主业经营稳定、回款顺畅,持续为新材料研发、并购、产能建设输送现金流,有效对冲锂电行业资本开支波动风险。”公司管理层在采访中表示。

不久前的7月20日晚间,公司公告,拟出

资3.996亿元收购博赛利斯(南京)78.80%股权,正式切入高能量密度硅基负极赛道。记者多方核实博赛利斯经营情况,该企业已实现商业化落地,主营预锂硅氧、CVD气相硅碳材料,合肥400吨预锂硅氧基地当前满产满销,中长期重点布局气相硅碳产能扩张。

经营数据显示,博赛利斯2025年营收2.12亿元、净利润6384.47万元;2026年1至4月营收1.26亿元,净利润3164.13万元。以2025年净利润测算,本次收购市盈率仅8倍,在普遍存在估值溢价的硅基负极赛道,这笔收购性价比突出。

技术层面,博赛利斯自研“断面微孔自修复”“三维弹性拓扑结构”技术,解决硅碳负极循环寿命差的行业痛点,配套电芯循环寿命突破1000次,达到整车商业化标准。企业技术人员向记者介绍,随着规模化生产与新工艺落地,生产成本有望下降15%至20%。商业化进度方面,其产品已通过国轩高科、安徽省银瑞电池科技有限公司等头部电池企业验证并稳定供货,行业内多数企业气相硅碳材料仍停留在小试、中试阶段,先发壁垒显著;预计今年下半年,该公司硅基负极材料将配套整车项目装车,有望成为行业早期落地标杆。

针对市场关心的业绩绑定问题,记者从公司获悉,本次交易未设置传统业绩对赌,但通过股权设计锁定长期发展:标的创始团队持股平台保留21.2%股权,其中10个百分点划为核心管理、技术人员期权池;交割后孚日股份占据标的董事会五席中的三席,全面掌控财务与经营,同时设置核心技术人员稳定、资产处置等约束条款,保障技术团队稳定。

在此之前,孚日旗下孚日鸿钰5万吨CVD



视觉中国图片 制图/王力