

AI漫剧行情升温 探访影视行业生产变局

A股AI漫剧概念近期持续活跃,市场关注正从短篇内容延伸至长剧和院线电影。10月13日,慈文传媒、新经典均收获三连板。与此同时,AI院线电影定档、平台推出创作扶持计划,推动AI影视从技术展示走向项目实践。中国证券报记者采访影视制作方、视频平台和模型企业了解到,AI正在改变分镜设计、镜头生成和后期制作等环节,但完整作品的叙事、表演和质量管理仍需专业团队把关。从制作效率提升到经营收益兑现,企业还要面对工作流程磨合、人才培养和商业模式验证等难题。

● 本报记者 杨梓岩

概念股持续活跃 产业布局向长片延伸

10月13日,AI漫剧概念延续近期活跃表现,慈文传媒、新经典实现三连板,龙版传媒涨停。资金关注的背后,相关企业正围绕创作工具、内容制作和发行渠道展开布局。

近期的行业动作已超出漫剧范畴。9月27日,火山引擎在第十届平遥国际电影展期间发布Seedance影视合作计划,面向专业影视项目提供模型调用补贴、宣发资源及技术与工具支持,单个项目激励最高可达100万元。合作作品涵盖电影长片、系列剧集、动画作品和创意短片,支持全AI生成及真人实拍与AI生成结合的制作方式。

从短篇内容切入,是不少企业验证技术和制作流程的选择。芒果TV智能研究中心创新业务专家郝成接受本报记者采访时表示,微短剧、漫剧体量较轻,制作复杂度相对较低,是AI应用较好的试验场。用户对这类内容的需求仍然存在,变化主要发生在供给端:自动化、半自动化工具正在改变内容的生产方式。

这种变化也在向长视频传导。爱奇艺创始人兼首席执行官龚宇对本报记者表示,长视频制作成本较高,项目投资趋于谨慎时,内容供给也会受到影响。AI降低制作成本和时间成本,有望让更多创作者进入行业,增加作品供给。他认为,长视频



视觉中国图片
制图/王春燕

平台需要提供更丰富、更高品质的内容,并为年轻创作者创造更多机会。

采访中,企业关注的问题也逐渐具体:模型能否服务实际创作,生成素材能否进入既有制作流程,作品能否顺利完成播出和发行。工具能力与影视专业经验如何结合,成为这些布局能否落地的关键。

从生成镜头到院线电影 制作流程仍需打磨

一部AI电影走向影院,要经过哪些环节?博纳影业的《三星堆:未来往事》提供了一个观察样本。记者了解到,该片已取得国家电影局公映许可证,定档10月23日全国上映,片长100分钟,由博卡电影云片场生成制作,所有角色均为原创数字形象,不含真实演员的数字复制。

《三星堆:未来往事》监制、制片人曲吉小江对本报记者表示,AI承担生成与执行,创意方向、叙事逻辑、考古考据和人文价值判断由专业团队把控。项目的工作重点,是将内容创作、模型生成和电影工业的质量管理组织成能够持续迭代的生产流程。

这一流程需要解决许多具体问题。例如,同一件青铜器在不同镜头中,纹样和形态要保持统一;角色切换场景后,道具、动作和外观不能出现明显变化。模型生成的画面还要与调色、声音制作等专业后期环节衔接,最终完成适配影院放映的交付和检查。

可灵AI产品及运营负责人温园旭对本报记者表示,影视作品对一致性的要求会随着作品类型和品质标准提高而增加。人物不仅要“长得一样”,性格、神态、语言和表演也要贯穿始终。从简单场景转向复杂场景,模型在画质、可控表演和连续性等方面面临的挑战都会增加。

在传统影视制作中,AI可以先从部分环节进入。温园旭介绍,AI已在创作预演中发挥作用,帮助团队更直观地讨论和调整方案;一些适合生成的特定镜头,则可在后续制作中与实拍、传统特效结合。不过,工具变化较快,不同团队仍在探索各自的衔接方式。

曲吉小江表示,精品AI长片仍需投入专业人力,素材生成、反复修改、专家顾问和平台研发也都会产生成本。制作中形成的角色、场景和道具等数字素材,可以为后续内容开发提供基础,但作品质量仍取决于团队对每个环节的把控能力。

降本如何转化为收益 商业化进入验证期

技术提升制作效率之后,收益如何分配、投入如何收回,是企业需要继续回答的问题。

龚宇表示,长视频的商业模式包括版权采购、投资制作、保底分账和纯分账,平台通过会员或广告实现收入。AI应用有望改善制作投入与回报之间的关系,较低的制作门槛也能让更多创作者获得尝试

机会。

但行业布局距离对上市公司业绩形成实质贡献,仍存在差距。慈文传媒10月12日晚披露,公司AIGC平台尚在建设完善中,相关项目还在筹备推进,尚未形成相关收入;平台建设运营、业务进展及其对生产经营和财务状况的影响均存在不确定性。欢瑞世纪同日公告称,AI短剧业务在线上数量、营收规模及成本效益转化方面尚未形成规模化效应,上半年相关业务收入占同期未经审计整体营业收入的比例不足1%。

从企业采访来看,降低生成价格只是成本问题的一部分。温园旭表示,创作者更需要适合实际创作需求的模型,AI工具费用并非整个制作成本中的最大部分,效率提升还可能带动其他环节成本下降。因此,工具能否解决实际问题,是专业用户选择的重要依据。

内容和技术之间的人才衔接,同样影响制作效率。龚宇认为,懂AI技术的创作者与传统影视制作人员各有所长,也各有需要补足的能力:前者需要掌握影视表达,后者需要熟悉工具使用和技术问题的解决方式。

郝成表示,芒果TV的相关探索强调内容与技术共同参与,技术人员也要学习制作内容,通过实际创作发现工具问题并推动改进。他认为,即使在微短剧领域,剧本仍是最难解决、最影响作品质量的环节。谈及出海,他表示,AI可辅助语言翻译、场景设定和文化表达的本地化,但故事的核心内容仍需要创作者把握。

港股分拆上市趋热:三种路径、双重定价、一场考验

● 本报记者 董添

近期,港股分拆上市政策利好持续释放。9月21日,港交所刊发《咨询文件》,就一系列建议征询市场意见。其中,本次改革提出将母公司上市后不可提交分拆上市申请的限制期,由三年缩短至一年。10月12日,香港交易所集团行政总裁陈湖庭发布新一期CEO网志时表示,目前,香港交易所正在开展提升上市公司竞争力的第二阶段咨询,建议优化须予公布的交易、关联交易和分拆上市规定,降低合规成本,提高上市公司企业并购、重组及业务分拆的灵活性。

受政策利好影响,今年以来,包括江西铜业、海信集团、金斯瑞生物科技、信义玻璃、复星国际等多家公司的推进港股分拆上市,港股分拆上市热度明显升温。

分拆路径各有不同

一般而言,在港股分拆上市有募资型IPO分拆、“实物分派+介绍上市”以及“实物分派+全球发售”三种主要形式。博达资本国际行政总裁、香港证券专业学会委员温天纳接受中国证券报记者采访时表示,募资型IPO分拆是通过发行新股募集资金,母公司通常仍保留控股权。典型如海信集团分拆纳真科技、复星国际拟分拆Club Med Lifestyle等。“实物分派+介绍上市”是按持股比例将子公司股份分派给母公司股东,再以介绍方式上市,不涉及新股发行和募资。代表案例有香港中旅、海底捞分拆特海国际等。“实物分派+全球发售”则是混合方案,既向股东实物分派,又搭配

存量股出售或少量新股发行。信义玻璃、三生制药分拆蔓迪国际即属此类。

在温天纳看来,募资型融资能力最强,但会稀释股权并存在破发风险,适合资本密集、急需扩张的企业;“实物分派+介绍上市”不稀释股权、确定性高,但无法募资,适合业务已成熟、重在架构梳理与回馈股东的公司;混合方案则能兼顾老股东权益与增量资金,但架构复杂、受市场环境影晌大,适合母公司持股比例高、基本面扎实的企业。分拆路径选择应紧扣企业战略目标与财务结构,三种形式只是工具,关键在于匹配自身需求。

分拆上市的底层资产与一般的H股上市相比,既有相同也有差异。南开大学金融学教授田利辉对中国证券报记者表示,相同点是,均须符合港交所财务、公众持股与治理门槛,涉及境内资产须证监会备案,同时均面临港股流动性与估值约束。不同点是,分拆另受《第15项应用指引》约束,强调不得一项业务支撑两家上市公司,须处理同业竞争、关联交易与独立性,并常设母公司股东保证配额和暂止期。一般H股上市仅是企业自身融资,分拆则是母子公司双重定价与利益再分配,估值套利与折价并存。

机遇和挑战并存

资深财税与上市公司合规专家刘志耕对中国证券报记者表示,子公司独立上市后可获得赛道专属公允价值,母公司作为大股东可通过持股享受子公司市值增长的二次溢价,改善整体市值表现。分拆的多为

优质高成长资产,若该资产与母公司主业关联度高,剥离后可能直接冲击母公司原有业绩,引发市场“掏空母公司”的担忧,导致短期股价承压。

资深港股投资人士陈嘉禾对中国证券报记者表示,对于业务多元化的企业来说,不同资产在资本市场的估值和投资者偏好存在差异。分拆以后,可以获得更多投资者的关注,从概率上讲,整体的估值会增加。

“但需要提醒的是,分拆上市不会凭空创造价值。企业分拆动因往往是集团整体估值偏低,希望优质业务单独上市获得独立定价。但分拆不是万能解药,部分分拆后的子公司会遭遇港股流动性不足的问题,成交持续冷清,投资者需要单独研判每一块业务基本面与估值水平。分拆方案没有绝对优劣,需要结合企业自身状况与投行建议制定,投资者仍需逐一研判各业务板块经营与估值水平。”陈嘉禾对记者表示。

上海国家会计学院金融系主任叶小杰对中国证券报记者表示,分拆上市是母公司对资产边界和资本结构的再安排。有利之处是让市场对子公司单独定价,释放被合并报表掩盖的价值;为子公司开辟独立融资渠道,降低母公司资金压力;通过股权激励绑定核心团队,提升经营专注度;母公司也可保留控股地位,分享成长并择机减持。弊端是,股权稀释和控制力下降,合并口径归母利润可能被摊薄;母公司战略协同、资源共享和资金调配受限;关联交易、同业竞争、信息披露成本上升;若子公司估值波动、经营不及预期或分拆失败,母公司声誉和股价也会被拖累。

“若子公司原先并表,分拆上市首先改

AI重构财税服务生态 代账行业谋求价值转型

● 本报记者 张妍昕

老颜(化名)在财税代账行业干了十三年,从跑工商局递材料到管理着30多个人的财税咨询公司,见证了行业的起起落落。近年来,99元、199元的代账套餐满天飞,客户觉得“谁家都差不多,谁便宜选谁”,让老颜的公司陷入了“降价-客户流失-再降价”的死循环。另一方面,公司的人力成本一年比一年高。一名熟练会计月薪七八千元起步,每天大量时间耗在票据录入、凭证生成、纳税申报这些重复性劳动上,人均服务账套数长期低位徘徊。

老颜的困境,是整个财税代账行业的缩影。他将目光转向了运用AI产品来释放机构的重复性人力。

聚焦财税数字化的上市公司税友股份董事、财务负责人杨培丽在接受中国证券报记者专访时表示,国内代账机构分布较为分散,行业标准化程度偏低,传统代账服务主要依靠人工完成,作业模式和交付结果存在较大差异,而会计是有准则的,税法也有相应的法律法规作为支撑,经营管理更是一门科学,财税代账行业是天然适合AI落地的场景。

AI落地:告别“卷价格”

据艾媒咨询相关研报数据,中国财税领域企业服务市场规模从2017年的1816.6亿元增长至2025年的4131.9亿元,预计2026年将达到4556.9亿元。全国代理记账机构数量约13.68万家,全国注册企业总量已超6600万家,其中中小微企业超过5500万家,至少70%将基础财税业务外包给代理记账机构。

中国证券报记者通过线上咨询多家代账机构,大多数机构提供的是“记账+报税”的同质化服务。随着金税四期的深入推进,代账行业站在了一个必须谋变的十字路口。

对此,杨培丽表示,当前代账机构面向终端客户,主流仍以事务性实操服务为主,主要包含发票领开、回款支付处理、记账报税等基础财税支撑工作,也是行业目前的核心业务。这类工作属于高度标准化作业,账务处理逻辑、申报表填报规则、报税时点均有明确规范,过去高度依赖人工完成,而AI技术可显著提升作业效率。从税友股份当前向合作伙伴输出的AI能力来看,人效已实现一倍以上提升。传统数字化工具条件下,单人每月处理简单账务最高可覆盖270家企业;借助AI能力后,单人每月可处理账务达800余家。现阶段系统仍保留人工复核环节,规避AI输出产生错误的风险,基础服务端作业效率已经得到大幅提升。

困扰代账行业的痛点在于基础服务趋同,价格竞争激烈,增长瓶颈越来越明显。区别于低毛利的传统代账,穿透业务事实,保证账、票、货、资金流闭环的合规账业务成为市场需求的新的方向。从税友股份内部试点效果来看,行业代账机构平均续费率大致处在62%-65%区间,而经过AI工具赋能合规账业务之后,试点客户的续费率提升至78%。杨培丽表示,从续费率的提升上推动整体营业收入的提高,是代账机构摆脱低价竞争的有力途径。

生态共建:从单打独斗到共赢

财税代账行业正在经历一场结构性洗牌。AI技术正在加速行业分化:一端是掌握AI工具、能提供定制化合规咨询的机构持续抢占利润池;另一端是仅靠低价代账的小型机构生存空间持续收窄。

深耕财税行业20余年的税友股份积累了规模化的财税底层数据与行业知识库,搭建起财税垂域的技术底座。在AI技术加持下,税友股份将自研AI产品输出给中小型代账机构,推动AI能力在代账行业规模化普及,加速整个行业的变迁。

杨培丽对中国证券报记者表示,公司的“联营云”平台主要从产品与服务交付、人员能力建设、客户留存与高价值增购三个层面输出经营样板,为代账机构提供生态化支撑。首先通过智能化工具解放人力,把从业人员从繁琐的事务性工作中释放出来,让机构人员有精力转向高价值业务。其次在服务感知与高价值业务交付端,搭建标准化作业体系,配套学院培训体系,开展人员能力提升培训,指导从业人员熟练使用AI工具,按照标准流程完成合规等高附加值业务交付,提升整体交付质量与效率。

除此之外,平台也在获客经营层面提供AI工具赋能。以B端企业客户画像为基础,结合企业经营、账税等多维度数据挖掘业务机会,开展线上智能化客户运营,自动筛选过滤无效意向,沉淀出有效线索。针对代账机构的一线业务人员,平台输出标准化营销话术与解决方案库,并智能推动销售进程。在沟通过程中,AI工具可以智能识别客户核心诉求,实时推送适配的解决方案,补齐机构售前专业能力短板,辅助代账机构谈单、转化、锁定客户。

商业验证:重投入更控费率

对于一家上市公司而言,公司可持续经营能力的提升尤为关键。

半年报数据显示,今年上半年,税友股份实现营业收入10.12亿元,同比增长9.72%;归属于上市公司股东的净利润为9400.46万元,同比增长32.38%。杨培丽表示,今年上半年公司B端收入的30%以上是由AI产品带来的收入。

作为深度参与上市公司经营决策与风险控制的财务负责人,杨培丽认为,AI落地真正生效的企业,研发费用占营收的比重应当相对下降,在财税行业,税友股份从信息化、数字化到AI原生化的经历正试图讲清这个逻辑:底层资产可复用,是费用率下降的前提。税友在信息化、数字化阶段,完成了相关基础能力的积累和构建,如围绕财会政策文件、业务规则提炼形成了成熟运营的知识体系,围绕企业和个人用户构建了成熟的数据体系,围绕财会基础操作如开票、申报、记账形成了成熟的SaaS中台。在AI时代,公司无需重搭底层体系,既有资产直接复用,边际成本递减,研发投入的效率自然提升。

公司现阶段研发人员规模并未扩张,更多的是内部人员结构调整:原有从事数字化产品、编程开发的约两三百名人员,转向AI相关研发岗位,AI产品编辑、AI工程设计、AI全栈开发、算法工程师等岗位人员占比提升,传统产品、编码测试类岗位人员相应缩减。这种依托自身积淀完成人员内部转岗、优化研发信心的模式,对上市公司而言更为务实,也更能给投资者带来预期。

接下来,税友股份的AI产品和经营范式能否助力代账行业实现服务升维和经营改善,将决定公司的商业模型是否稳健。