



赋能微短剧走向世界

降低算力成本、压缩译制周期、助力本地文化转译……随着技术的不断发展,AI正在改写中国微短剧走向世界的方式。近期密集发布的行业半年报也勾勒出这一变化的新轮廓。数据分析研究机构“DataEye(剧查查)”数据显示,2026年中海外微短剧月活跃用户达2.58亿,并将2026年海外微短剧市场规模预期由50亿美元上调至60亿美元,AI短剧、漫剧产业化提速是因素之一。

DataEye(剧查查)副总裁林启文表示:当AI带来效率和产量的提升,出海微短剧的内容创新、运营发行与生态建设也成为从业者需要面对与思考的问题。



A 成为“数字新基建”

微短剧出海首先面对的是“快”。不同市场语言各异,热点窗口又短,译制、包装、投放稍慢,作品就会错过传播时机。AI在这一链条里成为“数字新基建”,有了AI的参与,从剧本创作、分镜预演、画面生成,到多语种字幕与配音包装,再到自动投放,微短剧出海的各个环节都能压缩时间、降低试错成本。

听花岛副总裁、总编审臧楠介绍,过去一部短剧完成多语种译制往往需要数月,等海外版本上线,热度已退去。如今依托AI译配,字幕翻译、声线匹配、音画合成可在极短时间内(6至7个小时)一站式完成,英语、西班牙语、阿拉伯语等多个语种版本能够集中生成、同步上线,这让国产短剧在海外热度窗口内规模化铺开成为可能。

变化的不只是效率。北京一念万象科技发展有限公司联合创始人周莹表示,AI短剧成本仅为实拍剧的零头,最重要的节约来自特

效,曾经被成本压制的想象力释放出来,让年轻导演拥有了更大发挥才华的空间。

但同时需要注意的是,内容质量、商业回报并未与效率、产能的提升成正相关。DataEye(剧查查)数据显示,今年上半年抖音端新上线的AI剧、漫剧达22.19万部,播放量破亿的仅1055部;今年春节档,真人短剧上线量约为AI剧的1/50,总播放量达到AI剧的25倍。林启文观察到,绝大部分AI剧处于平本状态,真正赚到钱的只有少数头部内容创作公司,“一部剧表面只花几千至几万元,但算上整个变现链路,成本并不比真人剧低多少”。AI越能“生成”,越需要人来判断“生成怎样的优质内容”,并做好推广发行。

B 打开题材空间

微短剧出海不只是把中文字幕译成外文字幕,更不是把国产故事简单“平移”至海外平台。技术能解决翻译、口型与配音等基础需求,核心的突破点仍是找到文化差异中的情感公约数,生产出当地观众爱看的视听内容。

山西广播电视台与太原千禾映画文化传媒有限公司联合出品的AIGC微短剧《二十四节气之四时神谕》第一季《羲和启春分》,借助AI完成场景搭建、特效构思、分镜设计。该剧入选国家广播电视总局发布的2026年首批“微短剧+”行动计划推荐剧目,并通过DramaBox平台覆盖全球200多个国家和地区。作品以年轻化、大众化的叙事手法,讲述少女羲和与萌趣神兽辰辰受尧帝之命,破除邪灵阴谋、恢复天地节气秩序的奇幻冒险故事,带领观众了解节气文化、陶寺文化与羲和神话。

AI在特效画面生成方面的优势,也为出海微短剧进一步打开了题材空间。以美国市

场为例,用户对狼人、吸血鬼、逆袭等题材付费意愿较强。这些题材也是各家出海平台内容生产的重心之一,多部爆款剧集,也验证了“北美狼人文化+微短剧爽感+AI低成本呈现”的变现公式。

C 从作品出海到生态出海

当海外市场快速扩张,竞争也从单部爆款转向平台、工具、IP和版权的综合能力。杭州容量互娱科技有限公司自主研发短剧本土化AI译配系统与短剧AI自动化投放系统,作品以20种语言发行至100多个国家和地区;广西山海星辰传媒集团有限公司自研的NOVA AI平台,把单剧制作周期从25天至40天压缩到7天至10天;昆仑万维推出AI短剧创作平台SkyReels和海外短剧平台DramaWave,创作工具与分发平台加速协同;阅文集团今年5月上线海外漫剧平台ToonScroll,计划年内推出超千部漫剧;今年7月,世界人工智能大会开设AI影视专场,模型、算力、创作工具等行业代表的发言,串联起AI影视工业化的完整落地路径。

点点数据发布的《2026中国短剧出海市场研究报告》也提到“AI基建化”这一趋势,认为AI的应用将从剧本生成、智能剪辑、多语种配音等环节,进一步拓展至虚拟演员、文化符号智能替换、跨情感精准适配等深水区。其核心价值在于将“深度本地化”这一高难度、高成本的动作变得可标准化、可规模化并且可以催生更多短剧内容形态。

具体到地方产业与政策规划,技术、审核、版权和海外发行也在协同推进。上海市文化和旅游局今年5月印发《加快推进人工智能赋能微短剧高质量发展的若干措施》,提出构建“AI+微短剧”技术支撑体系,并在浦东新区建设微短剧出海基地;河南省广播电视局今年8月发布微短剧精品创作传播“双百”计划,提出每年创作推出100部反映时代风貌、彰显中原文化的精品微短剧和100部海外上线的精品微短剧。

随着海外市场的竞争日趋激烈,在流量成本上升、单剧回报走低的情况下,以量取胜、以走量AI剧摊薄风险,是不少企业阶段性的现实选择,这也构成了规模化出海的产业基础。但走量的空间正在收窄。今年上半年海外微短剧应用内购收入榜前20名中,已有4款海外本土应用上榜。

此外,林启文认为“AI+漫剧+互动影游”的内容形态也让爆款AI漫剧从“流量生意”走向“IP生意”。“相较于短片的单向观看,互动影游将原有IP世界观进一步延伸,通过玩家参与、多分支剧情和沉浸式体验承接短期流量,有望拉长IP生命周期,拓展商业化空间。”

适配海外市场,最终指向对内容质量的更高要求。无论是传统真人剧还是AIGC内容,本质上都是讲故事,并且需要把故事讲好。技术可以提高产能,却不能替代原创故事;算法可以测算偏好,却不能取代价值判断;平台可以放大声量,却不能放松版权保护和内容审核。

从“译得出”到“传得开”,中间隔着的不仅是技术,更是故事本身的成色。对于出海AI微短剧产业来说,内容、技术、本土化适配与合规化发展,缺一不可。

据人民日报海外版

