



本报记者 黄佳琪

这个马年春节, AI以迅猛的方式包围了我们的生活: 互联网巨头砸下超80亿元打响“春节AI大战”, 千问、元宝、豆包轮番登上应用下载榜首; 央视春晚上, 豆包Seedance 2.0模型让“花神”在AI生成的视觉奇观中唯美绽放。

与此同时, 另一个由AI催生的新物种——漫剧, 已悄悄占据了无数人的手机屏幕。当真人短剧流量争夺进入白热化, 长短视频平台不约而同将目光投向了这片“新战场”。



本版图片由AI生成



长三角漫剧 “造梦”之后, 如何“深耕”?

千部产能 技术狂飙按下加速键

上海静安“视听静界·π空间”里, 一起闹海联合创始人、总导演王霆定下了一个“小目标”: 年产1000部AI漫剧。“现阶段我们可以月产30部, 春节后将提升至月产100部。”

95后创客于才钦把公司开在了上海青浦和湖州德清, 组建了3个AI漫剧制作小组, 每组3到4人, “平均一个小组一个月完成一部AI漫剧, 就能收回成本”。

杭州一家制作公司里, 百余名动画师中有一半以上是近半年才入行的新人。公司负责人算了一笔账: 以往培养一名能独立上手完成基础动画设计的新人, 少则半年、多则一年; 如今, 经过一周左右的AI工具操作培训和创意表达引导, 他们就能参与到简单的漫剧片段制作中。

在几年前, 这一切还难以想象。做动画片曾是“专业选手”的专属领地, 复杂的技术、高昂的成本、漫长的周期, 把绝大多数“业余玩家”挡在了门外。但AI的到来, 彻底敲开了这扇门。

什么是AI漫剧? 它是将漫画中的静态画面通过动画技术、配音、音效等手段转化为具有动态感和声音效果的短剧形式。简单来说, 就是用AI这个“魔法棒”, 把静态的漫画或网络小说, 快速“变”成有声音、有画面的动态短剧。它既保留了漫画的视觉质感, 又延续了短剧的紧凑节奏, 精准适应当代人碎片化的观看需求。

这门生意有多大? DataEye剧查查副总裁林启文给出了一组数据: 漫剧市场规模预计从2025年168亿元跃升至2026年240亿元以上, 2025年用户规模达1.2亿, 预计2026年将突破3亿, 且用户年龄覆盖18至40岁, 与真人剧受众高度重合, Z世代付费意愿强烈。

平台的嗅觉总是敏锐的。抖音、快

手、B站、阅文集团等纷纷入局: 或开放IP版权池, 或推出创投计划, 或上线专属剧场, 或给予高额分成, 从资金扶持到流量倾斜, 从版权开放到全链路转化, 各大平台正加速抢占漫剧赛道。

技术铺路, 平台搭台, 漫剧制作的“平民化”时代由此开启。文科出身的樊玮半年前还在互联网行业, 如今已是一位熟练的动画师了——输入文字, AI几秒生成图片, 再通过图生视频技术, 串联成完整的剧情。AI的这种魔力, 让无数像樊玮一样的年轻人涌入这一赛道。

万亿流量 狂欢下的价值观迷途

然而, 浪潮汹涌之处, 必有泥沙俱下。玄幻、修真、逆袭、末世、系统……打开各大平台的热播漫剧榜, 题材的同质化程度令人咋舌。

“爽”, 仿佛成了漫剧的第一生产力。借助AI, 原本需要复杂建模的打斗场面可以一键生成, 主角逆天改命的“燃点”被无限放大, 但这种对“强设定+高爽感”的极致追求, 也逐渐滑向失控的边缘。

2026年元旦期间, 一部名为《我在末世开超市》的漫剧在播放量突破两亿后被紧急下架, 原因是涉嫌抄袭另一部于2025年11月上线的作品。这起版权纠纷, 只是冰山一角。

更令人忧虑的, 是部分作品在价值观上的迷失。一些热门作品打着“逆袭”“守护”的旗号, 其内核却常常简化为人与人、人与世界的粗暴对抗, 仿佛一切难题都可以通过暴力或者“系统”赋予的金手指来解决。曾以1.4亿人次播放量成为行业爆款的《高考落榜, 忽悠同学上冥牌大学》, 最终因“过度宣扬封建迷信”, 将歪门邪道包装成逆袭捷径, 被全网下架, 为整个行业敲响了警钟。

除了内容之“忧”, 还有生产模式之“痛”。

这几年, 技术的迭代从未停歇。2月7日, 字节跳动推出了AI视频生成模型Seedance 2.0, 凭借导演级叙事能力与自分镜、自运镜等技术突破, 开启了AI视频“一人一剧组”时代。就在刚刚过去的春晚舞台上, Seedance 2.0已大显身手——在《贺花神》节目蜀葵花和金鱼的制作中, 它为每位演员的表演定制了“一月一人一景, 一花一态一观”的视觉奇观。

理论上, 技术的升级将进一步降低漫剧的制作成本、缩短制作周期, 为行业注入新动能。然而, 技术红利落地的过程, 并非总是坦途。AI虽然降低了门槛, 但也催生了某种意义上的“数字工地”。一位业内人士透露, 制作一部表情包漫剧, 市场正常报价至少为每分钟300元, 而眼下经过层层外包压价, 最低可能只要40元。制作稍复杂的动态漫剧, 千元左右的分钟报价也出现过被压到400元的案例。

这种价格战的背后, 其中一个原因是部分资本入场时的投机心态。一些投资者追逐的是风口, 逻辑是快速铺量、押中爆款, 而非深耕内容。

外界对漫剧也存在一定误解, 以为有了AI, “一人一电脑”就能低成本量产。这导致了一个吊诡的现象: AI本应是提升效率的工具, 却反过来成了压价的借口。

但事实上, 技术的进步并没有改变内容创作的本质, 好的漫剧依然需要懂叙事的导演、会讲故事的编剧、懂节奏的剪辑师……AI提高了“画”的效率, 但“讲什么故事”“怎么讲好故事”, 始终是人的事。

百亿赛道 长三角的“修剪”与“培育”

风口已至, 监管与自律也随之而来。2026年开年, 国家广播电视总局在全国范围内开展了为期一个月的专项治理行动, 重点整治“AI魔改”视频传播乱象。这无疑给狂奔中的漫剧行业踩下了一脚“刹车”。

但对于一个新兴行业来说, 刹车并非终点, 而是转弯的开始。野蛮生长靠“赌”爆款, 精品化则需要“养”生态。

杭州高新区(滨江)的选择是“建基地”, 依托国家动画产业基地的坚实基础与中国网络作家村的文化资源, 联合浙江传媒学院, 共同发起建设“AI漫剧培育基地”。该基地将聚焦漫剧这一新兴形态, 构建一个集“作品发掘、人才培育、产业合作”于一体的全链路培育生态。这里不仅有最高200万元的漫剧投流补助, 还有从剧本创作、内容制作到平台投放、IP转化给予的全流程支持, 目的就是要把好的故事种子培育成参天大树。

杭州西湖区则选择了“办大赛”。“西湖新风”AI漫剧创作大赛拿出百万元奖金、免租两年、展映资源等支持, 试图构建起“网文—漫剧—影视”的三级阶梯式孵化体系。他们的目标很明确: 把真正有创意的“潜力股”挑出来, 而不是让算法推荐的“爽剧”淹没一切。

漫剧不能只悬浮在玄幻的虚空中, 也需要接一接地气。在安徽黟县, 黄山硅基思索科技有限公司计划将AI技术与黟县文旅深度融合, 开发名人名事漫剧重现、定制化文旅漫剧等体验项目, 让游客沉浸式感受徽州文化, 助力“影视流量”转化为“文旅消费增量”; 在宣城, 赤乌影视计划携手当地共同建设集AI制作、技术研发、IP孵化、人才培养于一体的长三角AI漫剧制作基地……

对于长三角而言, 这里聚集了技术、资本和人才, 但要将这些优势转化为可持续的精品产出, 还需要更多的磨合与沉淀。从杭州的网文IP孵化, 到安徽县域的制作探索, 再到各类扶持大赛的举办, 长三角正在试图为漫剧的“野蛮生长”修剪枝叶。

但最终, 决定这片试验田能否开花结果的, 或许不是流量的高低, 而是能否在技术浪潮中守住内容创作的初心——讲好一个值得被观看的故事。