



队完成的内容生产，如今单人借助成熟的 AI 工具即可完成，所谓‘一人公司’在技术层面已经完全具备可行性。但我们必须清醒地看到，技术只能解决‘能不能做’的问题，却无法解决‘能不能做好、能不能走远’的问题。一条能长期跑通的内容赛道，核心壁垒从来不是工具本身，而是持续稳定的内容审美、长线的 IP 运营能力、完整的社区流量与商业变现闭环，这些都需要创作者长期的行业积累、内容打磨与运营沉淀，绝非靠 AI 工具一键生成就能实现。”

而且，“一人公司”能否盈利也因人而异。

业内人士三个木头透露，当前“一人公司”能实现稳定盈利的，主要走个人超级创作者路线。在抖音端口，除去星图广告、内容植入软广，连载内容创作者会获得 AI 工具方广告投放，按单集点赞计费，这部分收入十分丰厚，月入 10 万元起步，但对剧本质量和版权清晰度要求极高。同时，抖音内容付费收入区间从每月 1000 元至 80 万元不等，核心取决于内容品质。

爆火的 AI 漫剧行业，更需要冷静思考

陆阿吉表示，随着创作门槛的大幅降低，各大短视频、内容

“一人公司”在技术层面已经完全具备可行性。但我们必须清醒地看到，**技术只能解决‘能不能做’的问题，却无法解决‘能不能做好、能不能走远’的问题。**

平台上充斥着大量低质、同质化、缺乏审美与价值观内核的 AI 内容，也就是大家口中的“赛博垃圾”。市场也已经给出了最真实的反馈：大量低质 AI 漫剧的商业报价一落千丈，短期的流量红利转瞬即逝，完全不具备长期的生命力；而始终坚守内容品质、深耕精品化路线的 AI 漫剧创作团队，其商业报价、合作机会与收益水平始终保持稳定，甚至在行业洗牌中获得了更大的增长空间。

值得一提的是，目前 AI 的表现还有局限性。比如生成的角色，人物同质化太严重。传统动画原画师可以画出各种样子的人物，但是 AI 漫剧出来的人物画风相似，并且没有传统动画的流畅感，容易出现人物表情僵硬、动作失调等问题，影响观感。

行业数据直观印证了漫剧领域作品参差不齐的现状。短剧自习室数据显示，2025 年，从漫剧的年度累计播放量分布来看，在超过 3 万部的剧目统计样本中：全年累计播放量不足百万的漫剧达到 30042 部，占比约为 80%；播放量过亿的漫剧数仅 69 部，其中仅有 1 部突破 5 亿播放，占比约为 0.18%。

与此同时，AI 短剧的素材使用规范问题也波及 AI 漫剧。

4 月 6 日，红果短剧发布《关于持续治理 AI 短剧素材违规使用

行为的公告》(以下简称《公告》)，《公告》显示，今年一季度，平台已累计下架违反平台治理规范的漫剧 1718 部。其中针对近期 AI 短剧素材违规使用问题频发的情况，平台开展专项集中治理。目前已完成 1.5 万部作品的全面核查，依规处置违规作品 670 部，并曝光四类典型案例。

此次公告集中曝光了四类典型违规案例：一是擅自使用大众熟知的卡通形象，相关作品因无法提供合法授权证明被下架；二是违规使用 AI 品牌形象与商标标识，涉事剧集两季内容均作下架处理；三是盗用游戏原创角色形象，在人物设定等方面高度相似的作品被依规下架；四是 AI 生成内容冒用演员形象，因未取得合规授权被平台处置。

Clarus 坦承，她还不敢上线太多自己的原创手绘作品，就怕被盗用，成为其他 AI 漫剧的素材。

在 AI 仿真人短剧中，可能某些真人演员的脸被 AI 盗用。其实在 AI 漫剧也是如此，一些美术创作者的作品就被大厂拿去给 AI 喂料，最后生成的内容是否算侵权曾引发争议。最明显的例子是 2025 年春天，OpenAI 更新 GPT-4o 文生图功能，就可以一键生成日本吉卜力工作室风格的 AI 图像，这究竟是一种致敬还是一种侵权呢？