

影视半年报里的短剧账本

面对持续扩容的短剧市场,日前,华策影视、博纳影业、横店影视等老牌影视公司相继发布半年报,亮出各自的短剧业绩:从AI短剧相继交付落地,到厂牌化、精品化加速成形,热闹之下,短剧业务营收占比偏低、业绩贡献有限的现实难掩。在从业者看来,老牌影视公司手握成熟的IP储备、制作团队和发行渠道,布局短剧赛道,意在避免在内容消费迭代中被边缘化。但布局积极、贡献有限,折射出短剧赛道当前的阶段性特征——行业仍处于模式适配期。短剧业务能否真正成为影视公司的“第二增长曲线”,尚需时间验证。

主要影视公司2026年上半年短剧业务布局一览

公司	短剧/AI短剧布局及代表项目
柠萌影视	AI×真人广告短剧《来自星星的我们》
博纳影业	AIGMS制作中心交付《神话山海》《波塞冬神罚:一只虾的成神之路》
横店影视	AI国风漫剧《九州牧云录》、3D动画《牛大力作妖记》;打造“大横小竖”品牌
华策影视	AIGC项目《消失的500年》(《西游记》系列首作)、AI历史正剧微短剧《资治通鉴》
慈文传媒	启动AIGC平台建设与运营,布局精品微短剧、数字文旅、动漫
芒果超媒	“大芒计划”微短剧生态;《在你眉梢种红豆》
百纳千成	设立控股公司中文肆海文化传媒(海宁)有限公司,布局AI漫剧、精品短剧、AI文旅定制剧

AI部署提速

2026年上半年,AI技术与短剧生产的融合逐步走出概念阶段,多家影视公司在半年报中披露了可验证的作品交付与落地进展。从已上线项目的商业化表现,到制作中的精品内容储备,再到AIGC基础设施的早期布局,老牌影视公司正以不同节奏推进AI短剧的产业化探索。

以柠萌影视为例,其短剧板块上半年营收约5800万元,同比增长近10%。公司表示,将拥抱AI短剧带来的行业变革,积极拓展AI短剧业务。其AI×真人广告短剧《来自星星的我们》全网曝光超18.8亿次,播放量超1亿次。

横店影视在半年报中表示,报告期内,公司自有版权IP改编的AI国风漫剧《九州牧云录》在腾讯视频、火龙漫剧等平台热播。

博纳影业在2026年半年报中披露,公司AIGMS制作中心完成两部短剧交付,分别为受河南卫视委托承制的东方神话题材短剧《神话山海》与奇幻脑洞题材短剧《波塞冬神

罚:一只虾的成神之路》。其中,《波塞冬神罚:一只虾的成神之路》共20集,已于2026年4月23日登陆iDrama平台播出。公司表示,该剧以国际化表达、强节奏叙事和超写实AI影像制作能力为核心亮点。

除已上线和已交付的项目外,部分公司的AI短剧储备项目仍在推进中。华策影视AIGC精品项目《消失的500年》(《西游记》系列首作)、国内首部AI历史正剧微短剧《资治通鉴》已全面进入制作阶段。横店影视AI团队全链路自制的原创IP、3D动画作品《牛大力作妖记》,也已确立商业模式及合作平台。

也有公司尚处于更早期的布局阶段。慈文传媒表示,紧盯人工智能技术深度重构影视产业的战略机遇,启动AIGC平台建设与运营,积极推动转型发展、创新发展,争取推进精品微短剧、数字文旅、动漫等创新业务取得新突破。但也特别提示,截至本报告披露日,公司AIGC平台尚在建设中,尚未形成相关收入。

盘古智库研究院高级研究员江瀚表示,传统影视公司过去做内容,从剧本打磨到实



拍、后期,每一次调整都要耗费大量资金和时间;如今,AI可以快速生成多版脚本、完成剪辑和特效,让团队能以更低成本测试不同题材的市场反馈。但AI并没有像很多人预想的那样直接颠覆产能,而是先补齐了传统影视公司在短剧赛道的产能短板。

营收贡献偏低

尽管各家公司纷纷在半年报中亮出短剧布局,但从披露的财务数据来看,短剧业务对整体营收的贡献仍然有限。多数公司的相关业务仍处于投入培育阶段,规模化效应尚未显现,布局热度与实际收益之间存在明显落差。

欢瑞世纪在9月5日回应股票交易异常波动时表示,截至目前,公司AI短剧业务在上线数量、营收规模及成本效益转化方面尚未形成规模化效应。2026年上半年,公司AI短剧业务营业收入占2026年半年度未经审计整体营业收入的比例不足1%。

博纳影业表示,AI影视剧业务目前仍处

于发展早期阶段,相关技术路径、商业模式及市场接受度尚需持续验证。截至本报告期末,该业务产生的收入占公司整体营业收入的比例偏低。横店影视也坦言,短剧业务尚处于开发培育、部分商业化推进阶段,收入和盈利贡献尚需时间释放。

江瀚指出,短剧业务要真正成为影视公司的“第二增长曲线”,至少还需要2—3个完整的内容迭代周期。目前,绝大多数公司的项目还处于试验阶段,只有跑通一套适配自身资源的短剧工业化流程、能够稳定批量产出高回报项目时,业务贡献才会真正释放。

对此,知名战略定位专家詹军豪认为,短剧业务提升贡献的核心,在于打通IP从长内容向短剧的高效转化路径,同时建立起平台分账、品牌定制、海外发行相互支撑的稳定多元变现体系。

厂牌精品并行

据中国网络视听协会发布的2026年一、二季度《微短剧创作指引》,上半年各平台共

上线微短剧36.7万部。在产能井喷与爆款稀缺并存的背景下,华策影视、横店影视等老牌影视公司并未选择走量路径,而是通过设立独立厂牌、成立新公司、搭建内容平台等方式,推动短剧业务走向系统化运营,精品化内容矩阵逐步成形。

华策影视在半年报中表示,短剧业务持续完善厂牌建设、打造精品短剧矩阵。

横店影视则专门成立了“大横小竖”短剧品牌,正式以品牌化方式进入短剧领域,加快业务发展,坚持“IP改编+原创开发”双线布局;子公司横店影视制作有限公司在报告期内重点拓展精品短剧、漫剧业务,目前已与部分平台达成年度合作开发协议意向。

芒果超媒依托“大芒计划”构建微短剧内容生态,累计上线微短剧2647部,同比增长124.51%,短剧频道日均活跃用户数(DAU)同比增长104%。微短剧《在你眉梢种红豆》刷新近两年芒果TV微短剧播放量、会员收入及人均观看时长三项纪录。

百纳千成在报告期内发起设立控股公司中文肆海文化传媒(海宁)有限公司,作为新兴数字化内容创新运营主体,重点布局短剧剧本、商业化AI漫剧、精品短剧、AI文旅定制剧等数字化内容产品的策划、制作与商业化运营。

詹军豪表示,厂牌化、精品化的推进,意味着大公司短剧业务正从流量驱动向品牌驱动过渡。转型的难点在于,传统影视的长内容叙事逻辑,很难直接适配短剧用户强节奏、高反转的观看习惯,团队需要完成从创作思维到运营逻辑的全面切换。

在江瀚看来,现阶段各大平台都在收紧低质内容的流量入口,把更多分份额向精品内容倾斜,倒逼从业者放弃过去的粗放打法。而这个转型的核心难点,在于短剧的“快”属性和精品化的“慢”逻辑天然存在冲突。做厂牌需要稳定的内容品质和长期的口碑积累,但短剧行业的用户偏好迭代速度极快,很多团队还没等厂牌立起来,之前的题材风口就已经过去了,很难平衡短期流量和长期品牌建设。

北京商报记者 卢扬 沈心语
图片来源:视觉中国

瓜子二手车乱象调查:泡水车认定陷“标准真空”

近日,北京商报刊发《瓜子二手车乱象调查:拒认第三方检测结果,车主深陷泡水车认定疑云》后,北京商报记者进一步调查发现,“同车不同检”现象并非孤例,不同检测方判定阈值、参考标准不一,已成为二手车车况纠纷频发的核心原因,究其根源,在于行业缺少统一的强制性鉴定标准。

标准缺位下,部分主体会选用对自身有利的判定口径,削弱评估权威性,最终损害行业公信力。更深层的隐患则在于:车辆泡水影响多个核心部件,是最严重的瑕疵之一,却可能被标准的灰色地带“洗白”。

目前,国标修订工作正在推进,新版有望首次定义泡水车,并给出明确鉴定标准。业内人士指出,建立统一标准与责任追溯机制,能够减少“同车不同检”乱象,提升市场透明度,提振消费信心,推动二手车市场健康发展,进而反哺新车交易,形成产业良性循环。

平台与第三方检测“打架”

消费者米莱(化名)向北京商报记者反映,其在瓜子二手车购车后,同一辆车却出现两份结论相悖的检测报告:查博士判定为泡水车,瓜子二手车则认定为非泡水车,并据此拒绝米莱的退车诉求,仅愿赔付600元水渍清洗费用。

对于不认可第三方检测结果的原因,瓜子二手车方面表示,当前行业内检测标准尚不统一,出于公允目的,公司主动选取了行业内认可度较高的《乘用车鉴定评估技术规范》(T/CADA 18—2021)作为对标依据。该标准与公司的检测流程、售后保障体系严格

对应,属于经营中的规范性环节,因此无法直接套用第三方检测标准来匹配公司既定售后规则。

这样的情况并非个例。据华商报大风新闻报道,消费者李先生花7万余元在优信二手车平台购买的车辆,宣传为“非水泡车”。但后经查博士、当地某机动车鉴定评估服务公司检测后,均显示为泡水车。优信方面则认为,“车况均以国标为准,经严谨核查,多项证据均明确表明该车辆非水泡车”。

与米莱的情况相似,由于优信二手车不认可第三方检测报告、坚持自身检测结果无误,李先生经多次沟通,退款诉求仍遭拒绝。

针对与其他平台检测结论不一的现象,查博士方面介绍称,二手车鉴定评估涉及国

标、团体标准和企业标准等不同层次的技术依据。不同标准在检测项目、判定条件、证据组合及风险控制取向上可能存在差异。“查博士尊重其他检测机构基于其适用标准作出的专业判断,但不对其他机构的具体报告发表评论。查博士只对自身出具的检测报告及相应服务承诺负责。”

“同车不同检”成纠纷根源

从上述案例中不难发现,不同检测机构判定阈值、参考标准不一,是二手车车况纠纷频发的核心原因。

具体来看,瓜子二手车遵循的团体标准中,除特殊豁免情形外,在列明的18项部件及其他未列明部件中,若有3项及以上存在对应缺陷,即判定为泡水车;查博士的标准则列出了30余个检测大项;优信二手车参考的国标对泡水车尚无细化标准。

矛盾背后,是行业缺少强制性国标的现状。现行推荐性国家标准GB/T 30323—2013《二手车鉴定评估技术规范》于2013年发布,并未对泡水车给出明确定义和量化判定标准。

北京商报记者梳理发现,除泡水车缺少国家强制性标准外,二手车行业在事故等级划分、车辆里程核验、二手动力电池评估、核心部件大修披露等领域,同样缺少强制性统一判定依据。目前市场主要由团体标准与企业标准并行支撑。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪表示,现行二手车鉴定国标未对泡水车、火烧车作出清晰界定。同时,该标准出

台时新能源汽车尚未普及,对新能源车适配性不足。行业虽已有相关团体标准,但仅为参考,不具备强制效力。“受汽车技术迭代影响,强制性国标落地尚需时间,但行业不能长期维持现状。”

纪雪洪进一步指出,在标准缺位下,部分主体会选用对自身有利的判定口径,削弱评估权威性。这会降低车况信息透明度、打击消费者信心,影响跨平台、跨区域的检测结果互认,并阻碍二手车流通,容易出现劣币驱逐良币的现象,最终损害行业公信力。

检测本应是二手车的信用背书,一旦报告“打架”,就会变成“各说各话”,买前得不到可信的标准答案,信息不对称也会被放大。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树指出,更深层的隐患在于,车辆泡水影响电气、发动机、变速箱等核心部件,是最严重的瑕疵,却可能被标准的灰色地带“洗白”。现行国标对泡水车无明确定义,这也意味着,一辆泡水车,按某机构阈值未达标准就能继续流通,这正是维权难、纠纷多的根源。

新规有望首次定义泡水车

显然,二手车行业的车况判定问题,已走到亟待标准规范的关键节点。

崔东树认为,国标修订是治本之策。目前国标修订工作正在推进,新版有望首次定义泡水车、采用“水位线+缺陷数量”双标准,让泡水车认定有唯一答案。

2026年8月5日,中国汽车流通协会发布《关于公开征集国家标准GB/T 30323—2013

《二手车鉴定评估技术规范》修订意见及修订项目起草单位的通知》。中国汽车流通协会指出,随着新能源汽车市场份额的快速提升,二手车交易服务场景已延伸至司法鉴定、保险理赔、出口流通等领域,原标准在“事故车/水泡车/火烧车”综合判定、新能源三电检测、评估师能力要求等方面已显滞后。2026年3月2日,国家标准化管理委员会已下达该标准制修订计划,归口单位为商务部,项目周期16个月。

在具体调整维度上,崔东树指出,应统一泡水车的量化刻度。当前分歧本质在于阈值:有的机构按“水位线达座椅底板”判定,有的则按“13项中3项缺陷”判定。建议将“水位线等级×缺陷点位×是否影响核心安全部件”统一为全国通用判定表,让所有机构采用同一标尺。

此外,崔东树建议,应先行搭建标准互认与仲裁机制。在国标落地前,可由中国汽车流通协会统一国标口径,并建立报告冲突的中立复核通道,当瓜子二手车与查博士结论相反时,有第三方仲裁,而不是让消费者面对两份矛盾报告。“应该让泡水车成为有唯一、可量化、可追溯判定标准的确定概念。标准统一之日,就是二手车交易信任重建的起点。”

建立统一标准与责任追溯机制,能够减少“同车不同检”乱象,提升二手车市场透明度,消解消费者疑虑,提振消费信心,推动二手车市场走向成熟完善。“二手车市场实现健康发展,也能够反哺新车交易,形成产业良性循环。”纪雪洪表示。

北京商报记者 蔺雨薇