折戟



那些没被看见的成本账

打开短视频平台，到处都是“手搓AI短剧月入十万”“一部手机就能做”。镜头里，是晒出的收益后台；镜头外，是更多关掉的电脑、没发出去的草稿，和一笔笔要不回来的学费。

他们不是不努力，也不是不懂AI。他们只是被“一键暴富”的说法遮住了另一面：AI降低了“做出来”的成本，却抬高了“被看见”的成本。今天，我们不谈“谁成功了”，只谈“谁亏了、亏在哪”。

一部漫剧回款几十元

星予的账单，是公开报道中极少数被完整展示的“分母”样本。

她独自“手搓”的AI漫剧《我成了父皇最强嘴替》，12集、总时长约20分钟，提示词、画面、剪辑全靠一个人。9月上线到9月底，投入约1715元，回款19.64元，亏损1695.36元。9月11日至30日，剧集播放49509次，折算下来约3.97元/万播；到10月20日又增加约3.9万播放，按她估算，后续总回款也不过几十元。

这个结果算不上惨烈，但或许比那些“几千元轻松回本”的案例，更接近这个行业的大多数日常。

钱为什么难赚？因为平台分账在缩水。中国作家协会会员、上海思无崖文化科技集团创始人陈琪介绍，以前10000播放量能获得600—700元收入，如今10000播放量只有几十元甚至更低；以往4000万热度值可以开始盈利，现在要到5000万热度值才能达到盈亏平衡点。

成本结构也在倒逼。一家AI漫剧制作公司负责人说，算力“Token”占总成本的50%，剧本占10%—20%，其余是场地、水电；而去年“Token”占比只有20%—30%。省钱的地方在人和场地，费钱的地方在模型。降本的红利，很快被另一种成本吞噬了。

1000部里只有1部爆款

星予的情况不是个例。

DataEye研究院的数据显示，2026年上半年，抖音端新增AI剧、漫剧等22.19万部，播放量破亿的只有1055部，占比约0.48%；以5000万播放量作为盈亏平衡参考线，达到的只有2886部，占比约1.3%。换句话说，能回本的不到一成，九成在亏损。

国家广播电视总局的数据则从供给端印证了拥挤程度：2026年前8个月，全国上线微短剧43万部，是去年全年的13倍，其中使用AI辅助制作的剧集占比超过九成。AI漫剧年市场规模预估400亿元、从业者超过50万人，但1000部仅1部是爆款。

一位名叫周念（化名）的从业者，经历了这条曲线的陡峭变化。2025年下半年，她所在的AI漫剧工作室从一排工位扩到三排，同事从个位数增加到两位数，“只要会用AI工具，面试基本不卡人”。2026年春节刚过，数十人的团队被“优化”到只剩十余人，她最终离职。“去年投几万元算力能换回百万元营收，今年同样的投入，却激不起一点水花。”

北京朝阳区高碑店文创园一家初创公司的创始人尹林，遭遇更具代表性。他的团队曾靠3部“霸总剧”赚了200多万元；今年以来上线的5部AI短剧全部亏损，投流成本涨了3倍，转化率却跌了一半。制作成本确实从每分钟2000元降到了500元，但降本红利很快被流量成本上涨所吞噬。就连打造了120亿播放爆款的《持械入宋》团队负责人张汉生也直言：“我们没一部剧亏损，但这不是行业常态。”

据经济学家付鹏测算，投流费用会吃掉成本的80%—90%，算力只占10%，落到制作者手里的利润仅约5%。1000播放量收益从2025年下半年的30—100元跌到2026年的5—10元，跌幅近90%；2026年第一季度，活跃承制方从1216家降到698家，减少42%。

三句忠告：看清AI能带来什么

一位AI培训从业者的话，道出了“成功案例”的另一面：“机构只讲跑出来的，不讲没跑出来的。一个班50个人，出1个能晒收益的，就够做海报了。”而在制作端，这种“幸存者偏差”同样适用：你看到的每一个百亿播放、千万营收，背后都站着九成以上连成本都收不回来的“分母”。

关掉的电脑可以再打开，没发出去的草稿可以再改，但那些交出去的“学费”，大多要不回来了。如果非要从这些亏损者的经历里总结点什么，大概是3句话：

别一上来就辞职。先用业余时间、免费工具做一个最小可用的东西，发出去，看有没有人愿意为它买单；跑通了，再谈加大投入。尹林的团队在扩张期被流量成本击穿，个人创作者更没有资本去扛一轮完整的试错。

别把AI当彩票。“只要会用AI工具，面试基本不卡人”的阶段已经过去了。周念的团队被“优化”到十余人，说明市场正在从“会做”向“会赚”收口。工具不负责发财，它只负责让“做出来”变简单，却没办法替你让“被看见”变简单。

看见分母，再决定要不要下场。星予1715元的投入和19.64元的回款，比任何收益截图都更接近这个行业的平均水位。看见前者，也看见后者，才算真正看懂了这个风口。

AI是个好工具，但工具不负责发财。

综合 第一财经、新华每日电讯、中国青年报



AI 制图