

微短剧行业如何向“精”而行

本报记者 章皓珺 中国经济网记者 许怡

你刷到过微短剧吗？它是稍纵即逝的“电子榨菜”，还是颠覆行业的“市场新星”？近期，微短剧行业新规正式发布，行业迎来发展新机遇，哪些问题得以规范，哪些变化值得关注，这个行业又将如何应变得出新？

微短剧

单集备案时长规定为20分钟以内，有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整故事情节的剧集

《中国网络视听发展研究报告（2024）》显示

经常观看微短剧的用户占比达 **39.9%**

31.9% 的用户曾为微短剧内容付费

2023年微短剧市场规模 **近400亿元**

什么是微短剧？据国家广电总局对于微短剧的最新定义，微短剧为“单集备案时长规定为20分钟以内，有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整故事情节的剧集”。

近年来，随着竖屏时代的到来，微短剧这一新兴网络视听文艺形态发展迅速，精准对接了数字时代观众碎片化、即时化的娱乐需求。然而，微短剧“野蛮生长”的过程中，也暴露出内容鱼龙混杂、质量良莠不齐、版权争议频发等问题，行业期待更为健康、更可持续的发展。

快速兴起

艾媒咨询发布的《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》显示，2023年我国网络微短剧市场规模达到373.9亿元，同比上涨267.65%，预计2024年市场规模将超过500亿元，2027年将达到1000亿元。

微短剧仅仅是因为“短”才火吗？实际上，长与短只是外在形式，投资小、回报快、传播广的短视频内容也并非新鲜事，真正变化的是大众趣味与传播媒介。

中国人民大学新闻学院副教授、中国电视艺术家协会影视艺术专委会副秘书长何天平认为，微短剧迅速发展是多种变化长期积累的结果，既契合当下高强度、快节奏的生活方式，也与移动端普及、大数据推送技术成熟等因素密不可分。“今年的中国网络视听大会上，各方进一步聚焦微短剧行业，发布了《2024精品微短剧行业倡议书》。微短剧已发展为一种内容业态，并不局限于特定的内容品类。”

相较于传统剧集，微短剧看似单集体量不大，可观众一旦追剧“上瘾”，后续动辄就是上百集的付费剧情，总体消费不可小觑。“90后”金融工作者李女士自认为在消费方面是理性派，但微短剧这种“电子榨菜”实在让人“上头”。她说：“前几年刷到微短剧都是免费蹭几眼，纯粹消磨时间。这几年微短剧的质量和趣味性确实‘卷’起来了，我就开始充值追剧。”

实际上，对微短剧行业乱象的治理一直都在进行。胡杰介绍，2022年11月，国家广电总局组织开展了小程序类网络微短剧专项整治工作，此后又提出了加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》等完善常态化管理机制的举措；今年4月提出要建立健全制度规范，营造微短剧高质量发展的环境；5月，国家广电总局有关部门针对微短剧存在的收费高、不透明、诱导付费、维权困难等问题开展了专项治理。

今年6月1日起，《国家广播电视总局办公厅关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》正式实施，明确微短剧施行分类分层审核，未经审核且备案的微短剧不得上网传播，正式宣告微短剧行业进入“强监管”时代。

平台方面，抖音、快手、微信等平台今年先后公布了微短剧备案细则，加强规范管理。行业内部，中国电视艺术家协会于5月份成立了微短剧专业委员会，呼吁行业自律发展。

何天平认为，新规为优化行业服务、提升内容上线效率提供了机制保障，通过压实不同主体的责任，保障内容产出、优化审核流程，为行业提供更适宜的发展环境。分类分层的机制能有效提升监管力度，有益于行业可持续发展。

国家广播电视总局发展研究中心助理研究员胡祥表示，此次微短剧新规的出台，为行业设立了清晰的标准，明确释放出进一步坚持正确价值导向的积极信号，也有利于推动生产要素创新性配置、产业深度转型升级。文化产业高质量发展是大势所趋，新规将推动微短剧行业从野蛮生长阶段迈向理性发展新阶段。微短剧从业者要自觉摆脱流量和资本束缚，成为精品化创作的“主人”，让微短剧行业行稳致远。

目前，业界对微短剧监管的方式仍在讨论中，有人认为标准落地还需时间，



也有人担心平台审核压力过大。面对平台端和创作端可能承受的压力，清华大学新闻与传播学院教授、影视传播研究中心主任罗若认为，从经济角度来看，新规落地从根源上为行业树立了更高门槛，虽然一定程度上会增加平台端、创作端的成本，但是市场环境的健康规范更有利于长远发展和持久收益。为应对成本上升，各方需探索更合理有效的创作模式和多元化盈利模式，比如利用人工智能等技术在审核和制作环节提质增效，通过联名营销、周边产品开发等方式实现多元增收。

监管之外，创作导向也很重要。今年1月，国家广播电视总局办公厅发布《关于开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知》，“一部剧带火一座城”的生动实践遍地开花。比如，北京市广电局发布的“跟着微短剧去旅行·短剧游北京”创作计划，将镜头对准北京的“京貌、京韵、京创、京潮、京尚”，在讲述北京故事的同时展现时代风采。

何天平说：“在‘跟着微短剧去旅行’指导下推出的微短剧精品，推动了文旅融合，也为微短剧创造新的文娱消费选择开拓了更大的想象空间。”

前景广阔

乘着微短剧新规的东风，行业内掀起精品化创作、高质量发展的热潮。越来越多精品微短剧涌现，正逐渐改变大众对微短剧的既有印象。

今年6月，第29届上海电视节举办期间，首届上海微短剧大会在上海展览中心举行，上海市

文化和旅游局（上海市广播电视台）发布了《关于上海促进微短剧产业发展的若干措施（试行）》，上海微短剧产业发展联盟也宣布成立。

“目前，长视频平台、短视频平台、社交平台、电商平台等踊跃投身微短剧精品化赛道。新规之下，平台方和创作者都得到更多保障和信心。可以预见，随着更多利好政策落地见效，微短剧将与更广泛的应用场景结合，获得更多元的商业化变现路径。”中国移动咪咕公司咪咕工作室精品短剧负责人谢佳冰表示，咪咕期待实现微短剧IP与沉浸式剧本娱乐、文旅演艺等线下消费文化联动，在商业化方面寻找更多新增长点，更好满足大众需求。

一段时间以来，北京、上海、湖南、山东等地纷纷推出支持政策，以真金白银助力微短剧行业高质量发展。有的通过奖励资金，吸引更多有实力的微短剧团队创作；有的发布各类主题创作计划作为项目牵引，加强资源统筹和衔接，为优秀微短剧作品搭建发布平台；有的建设微短剧影视基地，为内容制作提供保障。

各地的影视拍摄基地也与时俱进，为微短剧发展提供更多保障。横店影视剧组服务公司基地运营相关负责人周丰来表示，横店影视城全力促进微短剧高质量发展，从“回应需求”向“主动作为”升级，不断改进设施、跟进服务。片场建设和场景开发上，通过改建升级，兼容并包各类微短剧拍摄场景；制片流程上，推出一站式服务，提高拍摄效率；生活服务上，为剧组提供优惠政策，帮助剧组节约成本。

抖音、快手、B站、小红书等平台纷纷加码，推出一系列经营扶持计划、反哺政策，以资金、流量等激励方式推动微短剧繁荣发展。一些免费短剧平台则通过完善品牌定制微短剧合作模式、与创作者分成广告收入等方式，扩大内容供给，



“跟着微短剧去旅行”文旅—广电合作启动仪式在第十一届中国网络视听大会上举行。新华社记者 胥冰洁摄

拓展收益来源。

长视频平台方面，爱奇艺、优酷、腾讯、芒果TV开设了各类精品剧场，积极培养微短剧创作人才，结合自身特色提升竞争力。芒果TV大芒计划工作室部门总经理周奕表示，新规的发布有利于进一步从源头上提升微短剧质量。在更加规范的市场秩序下，各平台将积极探索长短视频合作、大小屏联动等新模式，更加聚焦精品化创作。比如，芒果TV大芒计划工作室2024年已规划24部横屏精品剧及200部竖屏微短剧。

中央广播电视总台、各省市广电机构、部分电影公司也推出各类微短剧力作，促进行业精品化发展。央视推出的2024年001号、002号网标微短剧《中国神话》《AI看典籍》，将人工智能技术与微短剧相结合，充分发挥文化创新力与科技生产力；博纳影业与抖音联手推出的科幻短剧集《三堆堆：未来启示录》由生成式人工智能参与制作，以科技赋予微短剧更多可能；由河北省文化和旅游厅联合河北广播电视台共同出品打造的微短剧《你好，苏东坡》，以“文旅+微短剧”的形式带领观众沉浸式超越时空的中国故事。

面向未来，行业各方信心十足。周奕说：“随着微短剧行业进入精品化发展新阶段，各方在积极探索新路径、新可能的同时，也必须遵守相关规定、优化内容创作、培养行业人才。我们有信心打造出更多‘微而不弱，短而不浅，剧有品质’的微短剧内容。”宋方金表示，未来微短剧需要寻找属于自己的美学逻辑，同电影、电视剧等文艺形态有所区别，构建具有自身特质的美学系统，在各方努力下开创文艺新篇章。蒋君说：“中国网络视听节目服务协会日前发布了《微短剧版权保护倡议书》，推进行业自律，加强协作共治。相信在常态化监管和鼓励性政策引导下，微短剧及更多新兴文化业态将更好发展。”

“竖屏短剧更强调情绪冲突，核心目的是吸引观众进入付费环节；横屏短剧则更适合世界观和人物事件的架构，主要目的还是传递价值和作者的思考。”作为《万万没想到》导演兼主演，易小星见证了微短剧近年来的变化，也关注到行业背后的隐忧。他说：“现在流行的竖屏短剧、小程序短剧，主要特征是以刺激消费为主。这条新赛道竞争很激烈，但大部分作品还处于互相模仿、品质趋同的状态。”

挑战丛生

伴随着微短剧行业的快速发展，市场红利与乱象相伴相生。去年11月，微信等平台因渲染不良价值观、破坏平台良好生态等原因，下架了一批违规剧集，为处于风口的微短剧行业敲响了警钟。

看似“万物皆可微短剧”，实则泥沙俱下需明辨。对此，何天平表示，微短剧已成为影视市场的内容新增长极，吸引了相当大比例的制作主体、运营主体和发行主体介入，这其中既包括传统影视机构，也包括大量MCN、自媒体等从短视频、直播业态中孵化或转化出的新兴主体。何天平说：“相比其他影视内容而言，微短剧面临空前庞大的内容规模和主体规模，这也给管理端、创作端、市场端等带来更多挑战，我们将迎来更多可能性。”

越来越多行业人士披露，看似“日进斗金”的微短剧行业利益分配严重不均，投入取代创作成为核心，甚至能占据全剧成本的八成至九成，一些强势流量渠道逐渐掌控利益分配话语权。

艾媒咨询《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》显示，微短剧的盈利方式主要为流量分

调查手记

更好把握文化业态新风潮

章皓珺

近年来，大数据、人工智能等新技术融入日常生活，大众对文化产品丰富性、新鲜感的需求不断增长，掀起了以微短剧为代表的一系列文化业态新风潮。如何更好把握发展机遇，实现经济与文化效益双丰收，成为各方关注的话题。

风清气正的行业环境才能滋养出人们喜闻乐见的文化产品，如果放任“劣币驱逐良币”，只能迎来行业末路。微短剧分类分层审核备案规定的出台，不仅明确了创作方向和标准，也为相关企业的公平竞争、长久收益提供了制度保障。在有力推动微短剧行业精品化、创新化、规模化发展的同时，也增强了更多文化新业态从业者的预期与信心。越来越多专业团

队开始打造微短剧中的“大制作”，出现了拍摄手语微短剧、科普微短剧等细分类型的“小剧组”。

迎风欲远航，要有效挖掘发展潜力。对文化新业态而言，高品质才有高价值。无论微短剧等在形式、技术上如何变化，导向为先、内容为王是不变的准则，只有脚踏实地立足文化产品自身品质，与时俱进善用新技术提质增效，才能有效激发“微短剧+文旅”“微短剧+科技”等更大的发展潜力。

只有持续发展新业态、合理运用新技术、更好满足新需求，以更优质的文化产品供给更好满足大众需求，引导新风潮规范发展，才能推动文化新业态行稳致远，为文化产业高质量发展增添新动力。



8月14日，一部刚开机的古装微短剧在横店影视城华夏文化园景区内拍摄。横店影视城华夏文化园景区改造了20多个区块为微短剧量身定制拍摄场景。单冠定摄