



随着用户规模和市场规模的不断拓展,微短剧行业进入“出作品、出精品”的新阶段。面对监管收紧、观众审美疲劳以及AI技术冲击等多重挑战,微短剧如何通过“精品化”探索行业转型?又怎样从单纯的“情绪消费”升级为承载主流价值、赋能千行百业的“视听正餐”?AI时代,微短剧创作者又当如何坚守内容创作本心?这些问题,值得深入探讨。

从共识到行动

微短剧「精品化」提速

本报记者 于 帆

今年以来,推动微短剧精品化的政策信号持续叠加。3月发布的“十五五”规划纲要明确将微短剧列为“新型文化业态”;5月,国家广播电视总局召开“微短剧精品创作传播计划”工作部署推进会,提出实施“五个一批”工程,全年要推出千部优秀微短剧;7月,《微短剧发展管理办法》经国家广播电视总局局务会审议通过,自9月1日起施行。从规划表述、行政计划到行业规章,精品化已成为微短剧行业明确的发展方向。

从政策引导到平台赋能

微短剧精品化是中央与地方、政策与平台等行业各方正协力锚定的发展新方向。据了解,北京、辽宁、上海、江苏等11个省市已安排专门扶持资金,覆盖剧本创作、拍摄制作、上线播出、宣传推广、推优评奖、国际传播等环节。红果短剧、腾讯视频、芒果TV等6家平台承诺投入至少60亿元,支持优秀真人微短剧创作传播。

为进一步明晰精品化扶持方向,在日前举办的微短剧精品创作传播交流活动中,河南省发布“双百”计划:每年指导推出100部国内上线精品微短剧、100部海外上线精品微短剧;在“五个一批”基础上,增加清廉河南、普法宣传、安全科普3个方向,形成8个重点创作领域。“双百”计划还明确建立季度点评、年度推优制度,并实施“微短剧上大屏”计划。这些措施的方向很明确:让精品微短剧进入主流播出渠道,并纳入常态化推优。

平台方的动作也与各级政策保持同频。据红果短剧相关负责人介绍,2024年底该平台成立“果燃计划”,一年多来累计投资扶持120余部精品微短剧,并将这些作品免费授权给电视台及媒体平台播出,以扩大精品内容的传播覆盖面。此外,红果短剧推出多项平台激励措施,覆盖不同创作赛道,引导创作者进一步丰富精品化方向。

从流量驱动到内容驱动

精品化的推进,背后是市场逻辑的变化。DataEye剧查查发布的数据显示,2026年国内微短剧市场规模预计超1200亿元,用户规模超8亿,但上半年真人剧新剧累计播放量仅占全部播放量的25%,七成以上流量仍由存量老剧贡献;同期AI漫剧新剧突破22万部,播放破亿者不足千分之五。“新剧上线爆款率没有那么大,存量老剧构成基本盘,说明单纯堆量已经撬不动增长了。”DataEye剧查查副总裁林启文说。

日新阅益文化董事长侯超认为,精品微短剧是行业从流量野蛮生长迈向高质量产业化的核心出路。“行业红利已从流量红利转向内容红利,精品短剧正好兼具政策合规性、用户共鸣性与产业长效性。精品微短剧的开发周期已从7个月拉长至12个月,放弃短期暴利回报,换取的是长效口碑、平台扶持与文旅衍生合作。”侯超说。

市场逻辑的改变,正在倒逼制作公司调整题材结构。海峰影视董事长焦晓雨指出,短剧行业正从“流量套路时代”迈向“内容价值时代”。在他看来,真人实拍独有的人物情感、真实质感、现场温度与人文感染力,依然是微短剧现阶段无法被替代的核心壁垒。

从产业协同到生态重构

精品化常被等同于高成本投入,但郑州的产业实践给出了另一种解法:靠产业集群摊薄成本。据大志影视拍摄基地商务部总经理张豫皖介绍,该基地已建成民国、大唐、现代住宅、医院、警局等标准化实景,中小剧组可“拎包入住”。在系列产业集群的共同推动下,2025年郑州短剧产业规模近100亿元,超千家企业落地,年营收过亿者5家以上。AI漫剧兴起后,郑州企业因拥有成熟的实拍供应链,在“真人+AI”双线布局上比外地团队更具效率优势。

产业集群的优势不仅体现在硬件配套上,也反映在企业的布局策略中。焦晓雨介绍,海峰影视采取“大小结合、高低搭配”的发展思路:一方面依托红果“千部计划”稳定真人短剧产能,稳住产业基本盘;另一方面



微短剧可以轻体量,但不能轻质量

于 帆

微短剧行业正在经历一场从规模扩张到质量重构的转型。当初期高度类型化内容集中涌现的阶段渐行渐远,一个曾经以“短平快”为标签的业态,正从量的扩张转向质的提升。这并非偶然的行业调整,而是市场规律与创作规律共同作用的必然结果。

微短剧的“短”,对内容精度提出了更高的要求。一集几分钟的体量,意味着每一秒都必须有效叙事,每一个镜头都承载叙事功能。当从业者开始放弃短期暴利、换取长效口碑,行业已经用行动给出了答案:微短剧的竞争力,从来不在时长,而在内容质量。

题材的深耕,是微短剧告别套路、同质化的关键破题点。纵观近年来受到观众肯定的作品,往往不再依赖强冲突堆砌,而是把镜头转向普通人的生活——或是记录青年返乡与村庄日常,或是借非遗技艺钩沉地方文脉,或以家庭几代人的命运折射时代流转变。

这些作品以共情替代说教,以生活质感替代悬浮奥感,在可观播放量之外,实现了现实温度与艺术品质的统一。

微短剧的蜕变,不止于内容本身,更在于价值的向外延伸。“微短剧+”的跨界融合,让内容从单纯的娱乐消费品转化为文化载体。将地方文化资源与微短剧叙事深度融合,不仅能实现从风光展示到人文书写的叙事转型,更能撬动文旅经济的新增长——从故事影像呈现到地方文旅资源的利用开发,微短剧正成为连接线上流量与线下实体经济的重要场景媒介。

从数量到质量,是微短剧行业走向成熟的必然历程。微短剧可以轻体量,但不能轻质量。这不仅是微短剧自身的转型之路,也是所有内容行业必须坚守的创作底线。唯有褪去浮华、深耕内容,微短剧才能真正完成从“流量生意”到“文化产品”的身份蜕变。

近年来,微短剧行业正经历一场深刻蜕变,逐步从“野蛮生长”迈向“精品化发展”的新阶段。这一转型并非偶然,而是多重因素共振的结果:随着大众审美水平的不断提升,观众对内容的质感与内涵提出了更高要求;监管政策的持续规范与引导,为行业的健康发展划定了底线与方向。此外,产业自身也亟须打破同质化瓶颈,通过自我革新实现长远的价值升级。

打破同质化,筑牢精品基石

当前,微短剧同质化、套路化问题突出,优质题材供给稀缺。在流量逻辑的裹挟下,部分微短剧作品陷入了“霸总”“逆袭”“穿越”等单一框架的简单复制,观众极易产生审美疲劳。因此,题材选择不仅是微短剧破局的切入点,更是其迈向精品化的核心基石。

由央广网、红果短剧联合出品的微短剧《荆棘花开》,以法律援助律师为主线,聚焦家暴、未成年人保护等民生议题,自今年6月上线以来已获7000余万播放量,跻身红果“高分硕果榜”月榜第五位。作为央广网打造的精品法治剧厂牌“惊奇剧场”的首部标杆作品,《荆棘花开》承担着主流媒体探索普法创新传播的重要任务。央广网总裁于锋介绍,剧集打破法治内容偏重说教的传统模式,以细腻的戏剧叙事搭建情感桥梁,让观众在共情中主动接收普法信息。《荆棘花开》播出以来,热度与口碑双丰收,为微短剧精品化积累了可落地的实操经验。

中央网信办网络法治局副局长、一级巡视员黄春华认为,《荆棘花开》是微短剧普法的优质样本,法治短剧创作必须严守法律底线,杜绝暴力猎奇、流量至上。黄春华介绍,“微短剧普法创作专项计划”已纳入2026年度网信重点工作与全国网信系统“九五”普法规划,倡议主管部门、媒体、平台、制作机构建立常态化联动机制,持续拓展网络暴力、个人信息保护、AI深度伪造、平台不正当竞争等前沿法治题材创作。

红果短剧制片人王雨彤介绍,《荆棘花开》作为平台突破性创新项目,在剧集上线前进行了多渠道预热,并配套平台对精品剧的流量扶持。值得关注的是,剧集评论区大量观众主动分享维权经历、咨询法律援助渠道,其现实普法价值远超流量数据本身。

赋能文旅融合,拓宽产业外延

如果说题材的深耕是微短剧精品化的“内功”,那么“微短剧+文旅”的跨界融合,则是其赋能经济发展、拓宽产业边界的“外延”。随着观众对情绪价值和沉浸式体验的追求,微短剧正加速推动地方文旅产业摆脱单一门票经济,朝着“线上IP引流+线下场景消费”的多元化模式转型升级。

在这一赛道上,西藏林芝的微短剧《去桃花盛开的地方2》提供了颇具参考价值的实践样本。作为国家广播电视总局“跟着微短剧去旅行”第七批推荐剧目,该剧的突破在于实现了“去景观化”叙事转型。创作团队坚持将藏区风景融入故事表达,高原桃花、乡村民居、非遗工坊等取景地不再是单纯背景,而是串联产业发展、群众生活的叙事载体。依托剧集IP,剧组还同步落地线下文旅配套,规划打造专属桃花主题文旅线路,孵化“桃花有礼”文创品牌,构建了“内容取景—实景打卡—文创消费”完整产业闭环。

与此同时,“剧游联动”成为各地撬动文旅经济的新引擎。在江苏,微短剧《面若桃花》连续两季热播后,同名连锁餐饮店陆续落地,开创了餐饮与影视IP结合的新范式;《一梦枕星河》将苏绣、宋锦、缂丝、评弹等非遗呈现给观众,不仅在國內引发热议,更成功“出海”登陆新加坡主流媒体,搭建起中外文化交流的桥梁。在浙江龙泉,微短剧《南海一号》串联起瓯江山水、古窑遗址,融入青瓷、石雕、地方小吃等地元素,当地顺势推出“跟着剧作寻匠艺”非遗研学线路,让游客从“走马观花”转变为深度体验,有效拉长了游客停留时间。

业内专家指出,在精品化发展趋势下,微短剧在文旅融合中的角色已发生转变——正发展为连接线上流量与线下实体经济的关键媒介。凭借轻量化传播的独特优势,微短剧有效打通了文旅新链路,通过“一部剧带火一片景区、一个县域”的效应,成为拉动文旅消费、赋能乡村振兴的全新流量引擎。

重构创作逻辑,升级行业价值

微短剧精品化的长远发展,离不开底层创作逻辑与产业生态的重塑。在创作方法上,行业已沉淀出以“强话题、强人设、强节奏、强冲突”为核心的精品化方向。这种精品化并非完全脱离“爽感”,而是将“爽感”转化为“真情实感”。比如,由文化和旅游部推荐、入选中宣部“优秀微短剧创作扶持计划”的微短剧《澳门故事》,巧妙地以5张全家福为小切口,在

方寸屏幕间展现了澳门回归25年的时代变迁,被网友誉为需要慢慢品味的“短剧细糠”。这种“小切口呈现大历史”的创作手法,证明了微短剧在轻盈的体量下,依然具备触动人心的力量。

此外,AI的深度介入,也正在重构微短剧的生产关系。根据中国网络视听协会发布的《微短剧创作指引》,2026年第一季度,全行业上线微短剧约12.8万部,其中AI微短剧约12.2万部,占比超过95%,行业供给结构发生深刻转变。AI微短剧凭借低成本、高效率、规模化优势,成为当下微短剧内容产能主力。业界也形成共识:AI应用于内容创作的核心,应是“AI向善、内容向美”,让好的创意更高效地实现,而非沦为单纯追求流量的工具。

从上游的题材挖掘、剧本写作,到下游的取景拍摄、平台发布,再到文旅场景的线下转化,微短剧“精品化”之路从来不止于剧集本身。它正在通过全链路的提质升级,重塑自身的行业价值,从单一的视听内容,发展为赋能千行百业的复合型产业新生态。

(颜简之对本文亦有贡献。)

微短剧的「套路病」,何解

本报记者 张 婧

2026年第一季度,全行业上线微短剧约12.8万部

AI微短剧 约12.2万部 占比 超过95%

AI制图。

近年来,福建省南平市浦城县积极布局微短剧产业,影视拍摄带动当地旅游、餐饮、劳务等综合收入增加了近200万元。图为枫溪氧8茗宿,微短剧影视拍摄基地之一。

福建师范大学传播学院研学营供图

