

全民共创微短剧产业文化 价值报告

摘 要

2024年9月，中央政治局委员、中宣部部长李书磊同志明确指出，“新大众文艺是新生事物，也是生机勃勃的文化热土。要繁荣互联网条件下新大众文艺，支持人民大众广泛参与真正的文化创作，引导规范网络文学、网络游戏、网络视听等健康发展，让新大众文艺成为繁荣社会主义文艺的有生力量”，并对关注、研究“新大众文艺”现象、推动其提升发展作出重要批示，这为微短剧产业的文化价值挖掘与高质量发展提供了根本遵循。

微短剧作为新大众文艺最具代表性的视听表现形态，它具有极强的人民性，激活了大众故事的创造力，形成“人人可生产、事事可创作、时时可传播”的媒介社会化生产与传播格局，它与微纪录片、微综艺等叙事形态共同构建了微视听文艺生态矩阵。从本质上看，微短剧是短视频产业经过十年的狂飙突进向审美阶段进阶的必然产物，是长短视频相融相生的新型剧集叙事业态，它本身就是来自人民，并为人民创作，它激活了人民群众创作故事的创新力，有效的赋能千行百业，走进千家万户。

当前，我国网络视听用户超过11亿，其中短视频用户突破10.38亿，微短剧用户超过6.26亿，全国将近10万家微短剧企业带动直接就业人数超过20万，形成了人民大众共创生活价值的产业格局。作为新大众文艺的头雁，微短剧覆盖全人群、全时段、全场景，形成全民共创、全民共建、全民共享、全民共赢的产业特点，开启了人民群众自己创作视听的个体叙事时代。

微短剧产业呈现出从“流量驱动”向“价值沉淀”的转型特点。2025年1月6日，国家广电总局组织实施“微短剧+”行动计划，在这一行动计划下，微短剧将与其他领域或行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，带动微短剧内容提质升级并赋能千行百业。微短剧与政务、文旅、非遗、科普、普法、传统文化、乡村振兴、体育等相关社会文化领域的叠加，凸显了其视听的隐喻效果。微短剧+千行百业+千家万户，这个“+”不仅是题材内容的叠加，更是社会经济文化生活的高度渗透，是一次视听与现实生活的破壁重构。

当前，**微短剧的发展处于行业拐点：**新技术引发新趋势，新业态引发微短

剧破界重构，面对种种问题和挑战，**行业发展是回归短视频的流量逻辑，还是向传统剧集重工业美学方向迈进？**如何持续盘活微短剧创作动力？如何化解盗版侵权的危机？如何持续发挥新大众文艺头雁的效应？如何处理 AIGC 对微短剧视听创作生产关系的影响？这些问题都将困扰行业的行稳致远。作为视听新物种，微短剧的持续发展还需回归微短剧本质——也就是说，微短剧不是长剧的剪短和浓缩，而是适应互联网底层逻辑的新视听业态。它以剧集的形态出现，其目的是以垂直的视听方式精准锁定价值圈层，从而实现媒介权利的价值建构，并以议题归类、内容矩阵的传播方式实现微而不弱的价值传播。

作为视听新物种，微短剧创作主体的多元性从根本上决定了它的生命力，也注定将与微视听文艺的各种形态形成有效互补，带动视听化社会的建构。本报告以微短剧“破”与“立”为核心出发点，围绕总局提出的“**向下扎根、向上生长、向内突破、向外拓展**”四大维度展开行业深度调研，梳理微短剧的社会文化价值，并对微短剧的未来发展趋势做出预判。

为深入研究微短剧何以激活社会文化价值，中国传媒大学视听艺术研究中心与中国电视艺术家协会网络视听艺术创作委员会、中国电视剧制作产业协会短视频内容工作委员会形成调研组，以头部微短剧制作企业、MCN 制作机构、网络视听平台、微短剧创作基地、融媒体中心为核心，实地调研长三角、珠三角、福建、河南、陕西、湖南、北京、陕西、山西等区域，走访了涵盖浙江横店、临影厂、良渚芯云、山西临汾、湖南马栏山等基地企业，并与央视频、红果短剧、腾讯、爱奇艺、优酷、快手、咪咕、容量、天桥、马厰、听花岛等 40 余家市场主体座谈，结合数据和案例分析，试图客观呈现微短剧产业“向下扎根、向上生长、向内突破、向外拓展”的四维典型特征。

微短剧扎根现实生活土壤，正在成为这个时代的光影日志。在调研中，我们发现，微短剧建构了大规模丰富多元的故事景观，甚至实现了从兴趣场景到故事场景的位移，实现了从田间地头到博物馆典藏、从大国重器到小桥流水，从传统故事新编到红色记忆的全民书写。微短剧正在摆脱悬浮之风，它从一开始由顶层设计所引发的行业被动精品化之路，发展到今天从下而上的自觉精品化追求，离不开市场自我调节的内生动力。好故事永远是视听长效发展的关键，《家里家外》《夏日芬德拉》《一品布衣》《我在巴黎当侠客》《有种味

道叫溪》《大力村超人》《重回永乐大典》《狮城山海》《舞动敦煌》《美猴王》等一批精品微短剧作品的出现，正在形成独具中国叙事话语特色的精品微短剧方法论与创作论，实现了微短剧从情绪到情感到情怀价值的飞跃。

同时，新技术的出现，尤其是 AIGC 的大规模应用，带动的不仅是生产工具的革命，更是一种视听生产关系的变革。微短剧产业也正在面临新的机遇和挑战。新技术、新形态、新业态都需要我们以勇往直前的锐气不断突围，带动微短剧产业持续创新发展。

作为互联网时代的视听生态，微短剧虽小，但也担负着文化强国的重任，担当着构建文明形态的重要角色，以小而美的方式展示东方美学的博大精深。“快”抢占流量，“慢”沉淀价值，微短剧正在书写这个时代的影像志。

一、微短剧的“破”与“立”

（一）破局：双向驱动下的精品化革新，激活市场新势能

微短剧的发展是一部从野蛮生长到有序进化的转型史。2020 年被称为“网络微短剧元年”，国家广电总局首次将其纳入监管体系，定义为“单集时长 10 分钟以内的网络影视剧”，使其成为继网络剧、网络电影、网络动画片之后的第四类法定网络影视形态。在 2020-2021 年的初创探索期，短视频平台率先破局，抖音推出“短剧新番计划”，快手启动“星芒计划”，推出《做梦吧！晶晶》等标志性作品；长视频平台则深耕 IP 价值，如腾讯视频打造“十分剧场”，探索多元内容表达。这一阶段全年备案微短剧达 398 部，以 1-3 分钟的轻量级内容为主，凭借快节奏叙事和密集反转，成功培养了用户的碎片化观看习惯。

随着市场环境变化，微短剧在 2022-2023 年进入数量爆发期。备案数量从 2021 年的 398 部激增至 2022 年的 2775 部，增长近 600%。2023 年市场规模达到 373.9 亿元，同比增长 267.65%，出现了“横店变竖店”的行业现象。这一阶段的政策引导持续强化，广电总局先后出台《关于国产网络剧片发行许可服务管理有关事项的通知》和《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》，将短剧概念扩展至 15-30 分钟系列剧。平台竞争日趋激烈，抖音推出“剧有引力计划”，优酷启动“扶摇计划”，芒果 TV 依托“大芒计划”打造“下饭剧场”，形成了多元化的内容生态。然而爆发式增长也带来了内容同质化问题，2023 年爱情题材占比高达 31%，部分作品过度追求套路化情节，全年投流规模达 312 亿元，暴露出行业对流量模式的过度依赖。

微短剧发展正从“流量驱动”向“价值沉淀”转型。2025 年 1 月 6 日，国家广电总局组织实施“微短剧+”行动计划，在这一行动计划下，微短剧与其他领域或行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，带动微短剧内容提质升级并赋能千行百业。这就要求微短剧从以往的“流量模式”走向思想精深、艺术精湛、制作精良的“精品模式”。

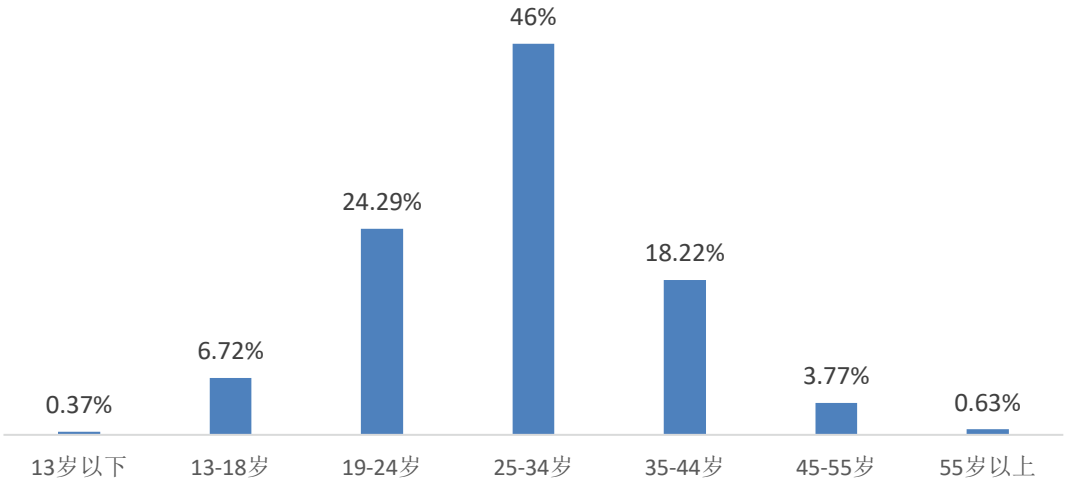
“破局”核心，在于形成“顶层设计牵引+全民自觉参与”的双向驱动。微短剧的精品化发展，始于政策扶持、标准规范等顶层设计的驱动。从“视听

赋能短剧强农”等专项活动引导创作方向，再到“微视听评估体系”主张的创作、传播、产业、用户、价值多维驱动，各大平台推出了精品微短剧扶持激活，并有效塑造了精品微短剧雏形。随着微短剧免费平台的崛起，微短剧精品化发展已经成为行业内创新的需求，市场和消费者都期待看到更好的作品，**精品短剧创作从顶层引导到自觉生产**，最终在创作、受众、渠道三大维度实现全维突破，激活市场核心势能。

微短剧脱胎于短视频平台的虚构性叙事，早期通过鲜明人设与紧凑剧情锁定垂类用户、联动产品销售；随后政务号响应政策导向，借剧情化表达开展政策普及与知识科普，网文公司依托 IP 储备推动内容视听化转化，创作主体与应用场景持续拓展。从端原生账号试水到付费与免费模式并行，规模化生产格局逐步成型——MCN 机构实现“内容生产+流量运营”一体化运作，素人乃至村民群体低成本参与创作，如青岛西海岸新区村民自编自演《花开石上》，通过一台手机实现了乡村生活的剧情讲述，在抖音的播放量超过 2.3 亿。再如，技术深度参与艺术创作，快手《山海奇镜之劈波斩浪》99%镜头由 AI 生成，抖音集团“即梦 AI”助力《三星堆：未来启示录》全网播放破亿，既响应了顶层技术赋能的导向，又降低了全民创作门槛，真正进入“人人可生产、事事可创作”的阶段。

受众呈现出全龄覆盖特点，多样化的视听需求满足全民需求。微短剧的创作打破了题材的桎梏，表现出“全龄友好”特点。据《2025 年微短剧阶段性发展报告》显示，18-30 岁年轻用户占比 42.5%，是消费绝对主力；40-59 岁中年用户占比达 36.7%，60 岁以上银发群体占比 15.8%且持续增长，形成“银发剧场”现象。从职业分布来看，25-34 岁核心消费群体（占比 46.00%）与 19-24 岁 Z 世代活跃群体（占比 24.29%）的广泛参与，既印证了全民对优质内容的自觉消费需求，也体现了顶层引导下内容供给对不同圈层的适配性。

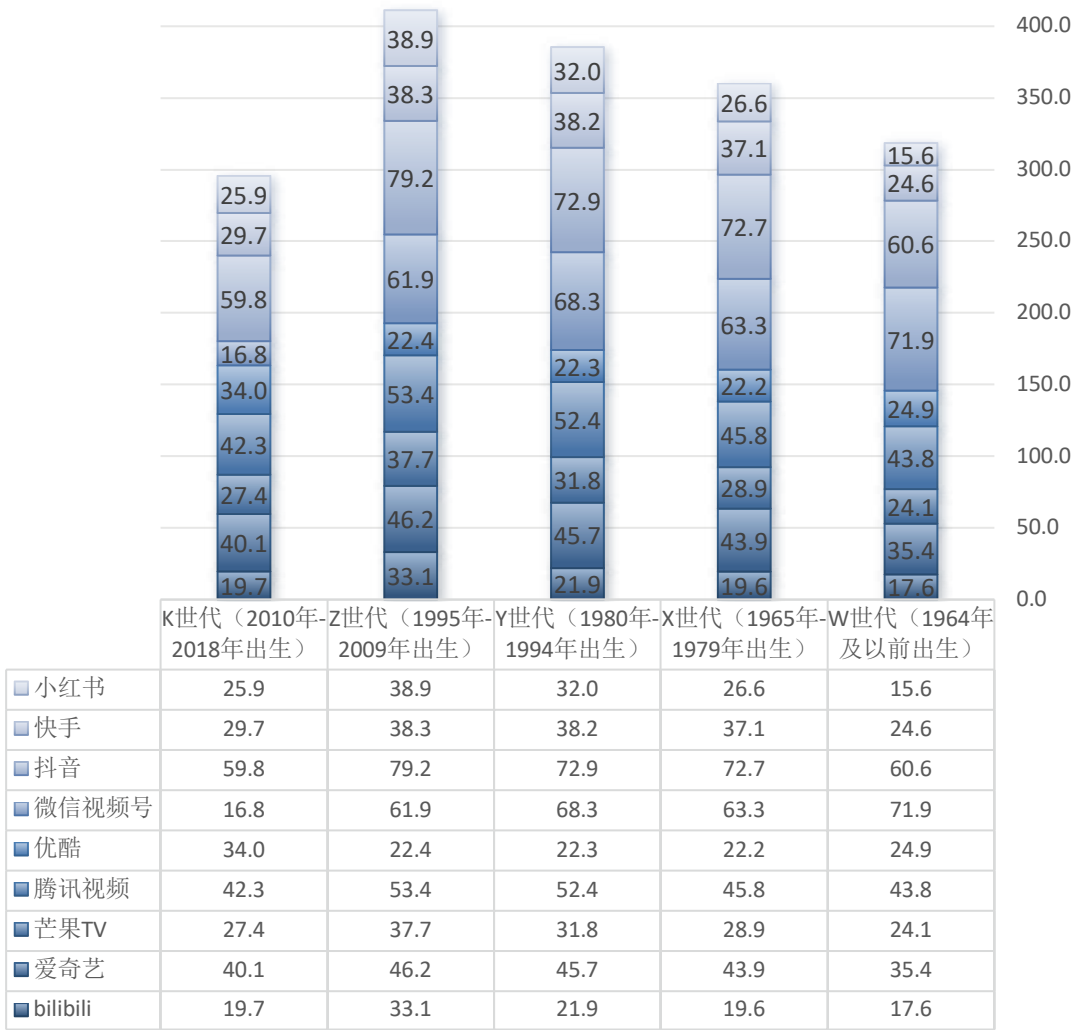
图1： 2025年中国网络微短剧消费者年龄分布



渠道端的全域渗透与时长反超，彰显了双向驱动的市场爆发力。顶层设计支持下的跨平台协同，推动微短剧构建“短视频平台+长视频平台+社交平台”的全域传播网络，摆脱传统渠道束缚，实现“随时随地可看”的场景覆盖；而全民对优质内容的自发传播与高频消费，让微短剧从“流量分流”升级为网络视听市场的“新增长极”。2025年1—8月，微短剧应用人均单日使用时长达120.5分钟¹，已接近长视频应用人均单日使用时长峰值，结合长视频近两年时长趋势推测，微短剧人均单日使用时长已实现反超——这一成果既是顶层渠道融合政策的落地成效，也是全民自觉消费、主动传播的必然结果，全方位激活了微短剧的市场价值与产业势能。

¹数据来源：QuestMobile

图 2:2025 年主要短视频平台近一个月不同代际网络用户占有率分布 (%) ²



（二）破界：挣脱题材固化枷锁，拓宽内容新维度

微短剧的“破界”，核心是打破传统影视“题材单一化、价值表面化”的固化枷锁，通过**题材供给多元化和价值表达深层化**，构建覆盖全场景、适配全人群的内容新维度，实现从“情绪刺激”到“情感共鸣”、从“流量导向”到“价值沉淀”的关键跨越。

微短剧凭借轻量化生产优势，实现了题材的“全品类破圈”，摆脱了传统影视长期受限于“大 IP+高成本”，题材集中于古装玄幻、都市言情等少数类型的情况。调研发现，**供给端**以都市情感、都市日常、大女主、家庭伦理四类题材占据平台上架作品的主要赛道，形成“现实题材为基”的供给格局；**消费**

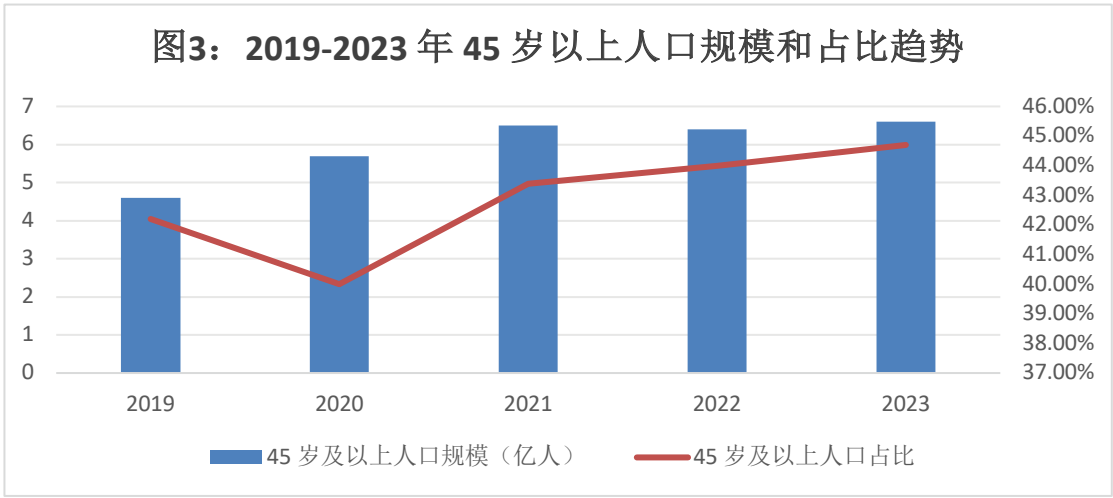
²数据来源：美兰德·中国居民媒介接触习惯与视频消费形态调查数据库 Source:2024-2025@CMMRCo.,Ltd

端除上述四类题材外，奇幻脑洞、奇幻爱情两类题材的用户消费时长占比显著提升，成为继现实题材后的第二增长曲线。

这种“供给与需求高度契合”的特征，印证了微短剧以“用户需求”为核心的内容逻辑——不再依赖单一类型收割流量，而是通过“现实+奇幻+垂直”的多题材组合，覆盖不同人群的观看偏好。更重要的是，AIGC 技术的应用进一步打破高概念题材的制作壁垒：针对奇幻脑洞、科幻等重特效题材，AI 生成工具将制作周期缩短，让原本“小众化”的题材得以规模化产出，彻底摆脱传统影视“题材不敢碰、不能碰”的局限。

微短剧的价值表达实现从“强剧情流量”过渡到“情感共鸣沉淀”。传统短剧曾一度依赖“打脸反转、逆袭爽感”的强剧情套路，虽能短期收割流量，却陷入“审美疲劳”的困境。而微短剧的“破界”，正体现为对这种“流量神话”的挣脱，转向以“情感刻画”为核心的价值表达。

《中国互联网发展报告 2025》显示，当前短剧付费用户中 45 岁以上银发群体占比超四成，成为付费新主力，而这一群体更偏爱贴近生活的现实题材，对霸总逆袭、赘婿复仇等强爽感内容接受度较低³。



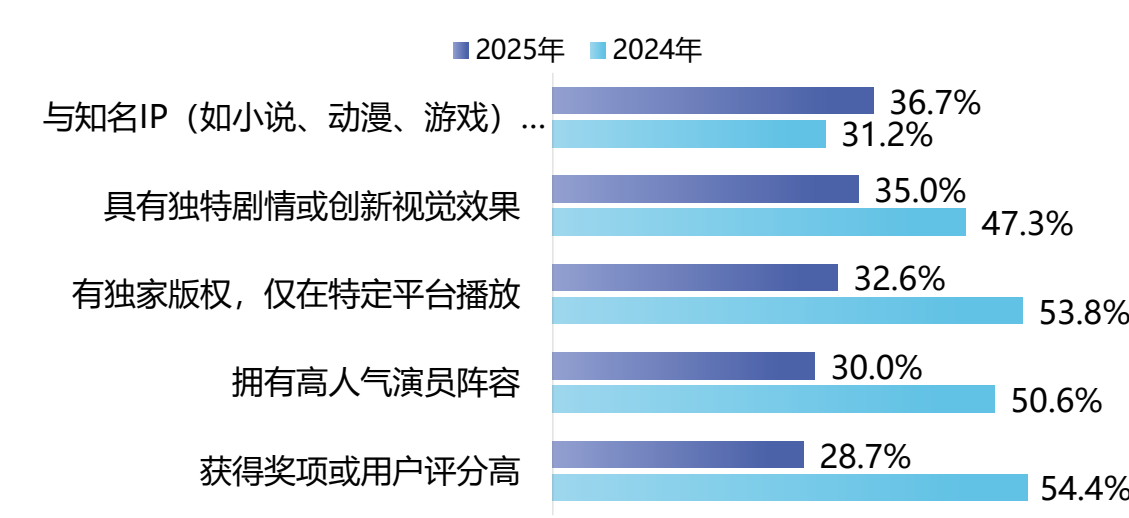
同时头部内容开始转型，2025 年上半年新上线的 3500 余部短剧中，传统高反转与强情绪叠加的强剧情剧占比虽仍达 38%，但有效播放过 10 亿的 23 部头部作品中，仅 3 部属于纯强剧情剧类型。女性用户目前占据半数消费市场，互动数据显示，她们对情感刻画细腻的作品参与度更高——《中国互联网发展

³数据来源：中国互联网发展报告 2025

报告 2025》发现，这类作品的用户评论数、停留时长较强剧情剧分别高出 40% 和 25%⁴。

“好故事+长时长”实现“流量收割”到“价值沉淀”的转型。霸屏云合数据年榜前三名的横屏短剧《朱雀堂》《狮城山海》《夺娶》⁵，以及今年大热的竖屏短剧《盛夏芬德拉》《一品布衣》等，现实主义题材已成为“精品化”的核心方向。通过现实主义题材的深耕，介入社会议题、传递正向价值，实现“小体量承载大情怀”。

图 4:2024 年与 2025 年用户愿意为微短剧付费的热门内容类型⁶



（三）立基：构建多元产业生态，夯实发展新底盘

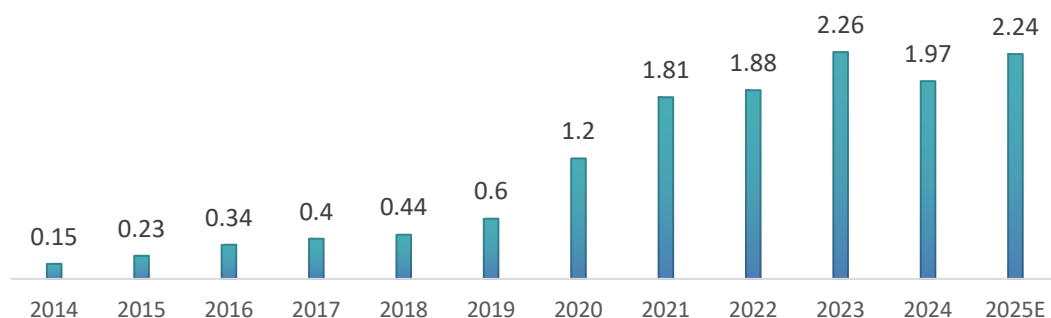
在产业化类型方面，微短剧已形成多元主体协同的生态格局。网文业务公司凭借 IP 储备与信息流经验，深耕内容转化；MCN 机构依托达人资源与运营能力，强化流量变现；广告业务公司整合品牌资源，拓展商业植入；传统影视公司则利用专业制作经验，提升内容品质。这些主体共同构建起完整的产业链条：上游由 IP 版权方和数字文学网站构成内容源泉；中游聚集影视制作公司和 MCN 机构负责内容生产；下游通过投流平台和播放渠道完成内容分发。这些主体共同串联起从上游 IP 版权、中游制作生产到下游投放分发的完整产业链。

⁴数据来源：《中国互联网发展报告 2025》

⁵数据来源：云合数据

⁶数据来源：数据来源：美兰德·中国居民媒介接触习惯与视频消费形态调查数据库
Source:2025@CMMRCo.,Ltd

图5：近十年微短剧相关企业注册量（万家）



7

在微短剧的市场中，平台企业通过系统性布局，构建起独具特色的微短剧产业矩阵。例如，2025年5月，抖音集团成立短剧版权中心，整合抖音短剧与红果短剧的商务团队，实现版权决策与内容供给的集中管理，通过红果短剧平台的“果燃计划”为创作者提供全方位扶持，建立起内容生态的良性循环。

各大平台已形成差异化的内容生态布局。芒果TV通过“版权+AI+资金”三位一体策略构建创作生态，开放120部全版权IP，提供自研AIGC平台技术支持，配套阶梯式投资机制，成功打造“年轻女性短剧第一平台”。抖音集团采用“人机协同”路径，与博纳影业等专业机构合作，依托“即梦AI”提升制作效率，《三星堆：未来启示录》实现全网播放破亿。

产业运营模式正从单一分账向生态化升级。内容生产实现全链路专业化，以青榕传媒为代表的机构构建起“内容生产+全域分发”的闭环体系，其作品《闪婚后傅先生马甲藏不住了》曾创下单日充值2300万的纪录。

当前微短剧产业已在全国范围内形成特色鲜明、功能互补的区域集群发展格局。从空间分布来看，北方地区侧重文旅融合与传统文化创新，东北精品文旅基地依托冰雪资源和历史文化底蕴，通过《我在尔滨很嗨皮》等作品打造文旅IP矩阵；华北精品内容聚集区汇聚听花岛、柠檬影业等头部企业，以《重回永乐大典》《舞动敦煌》等作品实现传统文化的现代表达。中部地区凸显规模效应优势，郑州—西安产业带依托中牟县产业基地、日新阅益等企业，形成劳动密集型生产模式，有效解决就业问题，展现出强大的产业带动能力。山西以临汾经济开发区为代表的地区展现出快速增长态势，构筑起微短剧全产业

⁷数据来源：企查查

链，全面加快“微短剧之城”建设步伐。南方地区则聚焦精品化与国际化发展。**长三角**多样化发展带依托横店影视基地，既产出精品短剧，又承担“出海剧国内造”功能，并与电商产业深度联动。**湖南**马栏山基地在芒果TV生态体系支撑下，通过《狸猫书生》等作品开展AIGC互动剧实验，展现国有平台的创新引领作用。**湾区—福建**出海集群凭借深圳“深12条”政策支持和企业布局，对标RealShot模式，构建起完整的国际化产业生态。

这种区域分工格局既体现了各地资源禀赋优势，又形成了良好的产业协同效应。从冰雪北国到活力南方，从传统文化创新到国际视野拓展，微短剧产业正在全国范围内构建起多层次、立体化的发展体系，为产业持续创新提供了坚实基础。各区域集群通过差异化定位和特色化发展，共同推动中国微短剧产业生态的完善与升级。

（四）立势：链接千行百业融合，开辟价值新蓝海

微短剧作为新大众文艺最具代表性的视听形态之一，从为人民的艺术到人民自己创作，激活了广大人民群众的创作热情。微短剧创作正在形成成熟的制作体系、方法论与生态链条，这体现了其向上生长的创新力。精品微短剧正在完成“情绪价值—情感价值—情怀价值”的三级跨越，AIGC以视听新质生产力的姿态赋能千行百业。

“微短剧+”模式深度赋能产业发展，构建起内容与产业协同共生的新范式。国家广电总局系统推出的“跟着微短剧去旅行”“微短剧里看品牌”“跟着微短剧来学法”“跟着微短剧去运动”等系列政策，标志着微短剧已从自发探索步入政策引导的规模化融合阶段。

微短剧已从单纯的内容产品，演进为连接千行百业的数字纽带与产业催化剂。通过情感共鸣与场景化叙事，它不仅在重塑内容产业的边界，更成为促进消费升级、服务社会民生、传承优秀文化的新质载体。随着“微短剧+”模式的深度拓展，这一新兴业态将在实现社会价值与经济效益统一的过程中，持续释放其跨界融合无限潜能。

微短剧的创新突破需从三个维度协同发力：**技术赋能**上，需善用AIGC等创新工具提升制作效率，同时注重在科技感与人文性之间取得平衡；**价值升维**

上，要从“流量收割”转向“价值共创”，通过“微短剧+”模式与各行各业实现深度融合；**叙事革新**上，要在碎片化传播中追求完整艺术表达，构建属于微短剧的独特美学体系。微短剧既不是短视频的简单延伸，也不是传统剧集的压缩版本，而应成为一种独立的新型大众文艺形态——它承载时代情绪，反映社会心声，与当代受众形成深度情感共鸣。作为“新大众文艺”的典型代表，微短剧正与时代同频共振，在商业价值与社会价值的双重维度中寻求平衡，持续开拓属于自身的艺术道路与产业未来。

二、向下扎根：微短剧激活新大众文艺的视听生命力

微短剧“向下扎根”的核心，在于以人民性为根本、现实生活为土壤、基层需求为导向，打破传统文艺的“精英化”壁垒，通过释放全民创作活力、链接千行百业场景、赋能地方发展，激活新大众文艺的视听生命力，构建“源于人民、服务人民、属于人民”的文艺新生态。国家广播电视总局立足微短剧“新大众文艺”的核心属性，明确提出“向下扎根、向上提升、向外拓展”的发展导向，为行业高质量发展锚定方向。结合这一政策指引与调研实践，我们在报告中进一步延伸并深化分析“四向”发展逻辑——在总局三大导向基础上，新增“向内突破”维度，形成“向下扎根、向上提升、向内突破、向外拓展”的完整分析框架，既契合管理部门对行业的规划要求，也精准覆盖微短剧在基层链接、精品创作、生态构建、文化传播等核心发展场景的实践路径。

微短剧的生命力本质是对“文艺为人民”的当代践行——它既以 6.26 亿⁸ 的庞大用户规模印证了大众对文化表达的迫切需求，又以“从为人民创作到人民自主创作”的生态转型，让文艺创作从专业机构的“小众专属”，回归到普通人可参与、可感知、可共享的生活实践中，成为新大众文艺最鲜活的视听载体。

（一）扎根人民：释放全民创作活力，重构文艺生产格局

微短剧以轻量化、低门槛的视听形态，彻底激活了广大人民群众的创作热情，形成“人人可生产、事事可创作、时时可传播”的媒介社会化生产格局，

⁸数据来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查

让文艺创作从“小众专属”回归“大众共享”。

青岛西海岸新区北梁家庄的 20 余名村民，没有专业设备与创作经验，却凭借对乡村生活的熟悉，自编自演 118 集微短剧《花开石上》——剧中以乡村日常、邻里故事、产业振兴为核心，用方言演绎真实的乡村变迁，上线后播放量突破 2.3 亿⁹次，不仅被《人民日报》评价为“乡村自信的生动体现”，更直接带动剧中出现的蘑菇、栗子、地瓜等农产品销售额显著增长。这种“村民当主角、生活当剧本”的创作模式，正是微短剧“扎根人民”的鲜活注脚：它不再要求创作者具备专业影视技能，而是鼓励从生活中提取素材、用真情实感传递故事，让快递员、教师、农民等普通群体都能成为文艺创作的主体。

从产业生态来看，这种全民创作还形成了“UGC+PGC+PUGC”的多元协同格局：网文作者将生活观察转化为短剧剧本，MCN 机构为素人创作者提供运营支持，传统影视公司则输出专业制作经验，共同推动内容创作“接地气、有烟火气”。正如国家广电总局“视听赋能短剧强农”活动所倡导的，鼓励创作者“用方言讲述乡村故事、用镜头记录基层变迁”，截至 2025 年 7 月，咪咕数媒已采用“PGC 引领、UGC 参与”模式自制微短剧 200 余部，既覆盖乡村振兴、基层治理等现实主题，还为河北涿州书城免费赔偿被淹书籍，将专业创作与民生需求深度绑定，真正实现“文艺为人民”的价值导向。

（二）扎根产业：链接千行百业，构建视听化生活场景

新大众文艺的生命力源于对现实生活的深度呼应，微短剧的“向下扎根”，正体现为以视听形态为纽带，打通“文艺创作与现实生活”的边界，将千行百业的场景、社会民生的需求转化为可感可知的内容，推动文艺从“象牙塔”走进“生活日常”，构建起“视听化社会”的新场景。

在政策引导下，“微短剧+”模式已深度融入文旅、普法、科普、乡村振兴等领域，成为连接文艺与现实的“数字纽带”。

“跟着微短剧去旅行”作为首批落地项目，展现出强大的产业带动力。截至目前，国家广电总局连续推出的七批推荐目录中，335 部文旅微短剧

⁹数据来源：传媒内参

获得官方推介，其中 209 部作品是都市题材，形成了社会议题讨论，并带动了“一剧带一景”的传播矩阵。如《铁拳无敌杨芊芊》带动了黄山旅游环比搜索率增长 462%，《带你去个好地方》播出后带动武义县全域游客接待量达到 510.06 万人次，同比增长 13.1%；过夜游客总量为 192.57 万人次，同比增长 18.92%¹⁰，微短剧已成为新时代的“沉浸式旅游指南”。“跟着微短剧看品牌”则展现出商业赋能价值。《爱如天上不化雪》作为中华传统故事新编，以西王母和周穆王的爱情传说为依据，演绎了新疆天山天池的文旅新场景。

多个知名品牌通过定制微短剧实现营销突破，通过“情感共鸣+场景植入”的模式，有效实现了从流量到销量的转化。泉州以“非遗+微短剧”打造《今生簪花，世世漂亮》，入选国家广电总局推荐剧目，全网曝光超 3500 万次。这两部作品均通过地域文化符号构建“物我交融、象意共生”的意象空间，催生出悦己型“种草”“拔草”消费场景，实现文化传播与经济增收的双向落地。

与此同时，微短剧还与微纪录片、微综艺共同构建起微视听文艺矩阵，将“学法”、“科普”、“运动”等泛知识需求转化为视听内容。青浦区发改委《百秒说政策》系列，让企业在短剧中读懂惠企政策——这种“内容贴近需求、场景融入生活”的创作，让新大众文艺不再是“脱离现实的娱乐”，而是成为服务生活、传递知识的“实用载体”，真正实现“故事场景”到“兴趣场景”的重构。

（三）扎根现实：赋能产业经济，传递生活烟火气

微短剧以“小切口”呈现“大时代”，用充满烟火气的叙事为地方发展注入文化动能，让新大众文艺的温度传递到乡村、社区等每一个基层单元。近些年，涌现了一大批如《等你三千年》《你好，苏东坡》《醒狮》《我的归途有风》等微剧，从各地的乡村风貌、自然景观、文化传统、古今传说中汲取灵感，不仅用视听符号精准定位了地方文旅的文化内涵，同时通过议题设置、热梗互动等方式拉动了剧集交互式互动的观众社交黏性，形成情绪情感价值共鸣

¹⁰数据来源：新时代视听

场。微短剧通过其视听语言，构建了全场景、拟态化的内容生态，这不仅是“媒介是身体的延伸”的体现，也释放了媒介符号的表意功能。在独特地域文化元素的加持下，文旅微短剧成功营造出物我交融、意蕴深厚的意象空间。

在乡村振兴领域，微短剧成为“助农+文化”双驱动的利器。比如，芒果TV播出的《有种味道叫清溪》讲述了当地的美食特色，《乡土花开缓缓归》以福建桂峰村为原型，聚焦青年人返乡创业的现实图景，以细腻笔触刻画乡村产业振兴中的奋斗与坚守，既展现了桂峰村的自然风光与民俗文化，又通过真实可感的人物故事，传递出新时代青年扎根乡土、赋能乡村的责任与担当，成为“微短剧+乡村振兴”模式的生动实践。

在基层文化服务层面，微短剧还承担起“修复文化记忆、传递民生关怀”的角色。咪咕数媒在帮扶河北涿州书城时，不仅免费赔偿被淹书籍，还通过微短剧记录书城重建过程，让“文化守护”的故事引发大众共鸣；北京西城区出品的《西城无小事》，取材于近30万件真实民生诉求，以社区工作者的视角展现“接诉即办”的基层治理温度，让观众在剧情中感受到“身边的温暖”。这些作品没有宏大叙事，却以“基层视角、民生细节”传递出最真实的文化温度，让新大众文艺成为连接国家战略与百姓生活的“桥梁”。

三、向上生长：双轨进阶构建精品化叙事格局

微短剧的“向上生长”，核心是突破“流量导向”的粗放发展模式，以**横屏深耕叙事深度、竖屏优化场景适配**的双轨进阶路径，从审美表达、主题立意、技术应用三维度推动内容精品化，最终构建起“情绪共鸣—情感沉淀—情怀传递”的三级跃迁。

应该说，精品短剧绝不是长剧集的降维打击，它甚至是长剧叙事的一次审美范式转型，表现出压缩叙事水分重整旗鼓，关注社会话题凝聚民心，俯身大地再现人间烟火气等创作倾向。精品短剧既保持长剧集的审美格调，同时也主动借鉴精品微剧的叙事特点，以更明快的剧情节奏、更极致的人物设置，更跌宕的戏剧反转直指用户情绪价值的共鸣共振。

（一）精品短剧：深化内容厚度，承载情怀价值

精品短剧承接传统影视的叙事基因，单集时常通常在 5-20 分钟左右，通过“现实主义题材深耕、时代议题融入、专业制作升级”，突破短剧“碎片化娱乐”的局限，实现从“故事讲述”到“价值传递”的进阶，成为承载情怀价值的核心载体。

比如《一梦枕星河》，以非遗苏扇技艺为主线，融合苏绣、缂丝等传统工艺，展现古韵与现代审美的交融，在现代都市背景中融入轻度奇幻元素（如梦境互通、器物成精），形成“轻玄幻”风格。再如《狮城山海》遵循“6 秒入戏，3 分钟反转”的短剧叙事策略，杂糅了黑帮谍战、霸总甜宠、诡异悬疑等多种类型于一体，构建了南洋风情和现代玄幻相结合的奇幻空间。再如，总台和深圳市委宣传部合作开发的投资 5000 万人民币的精品短剧《奇迹》，汇聚了胡歌、宋佳等众明星，以单元剧结构表现了深圳五十年发展历程中涌现出的时代儿女。

追溯精品短剧的发展历程，从 2023 年芒果 TV 推出的首部大小屏互动的《风月变》到 2024 年东方卫视、北京卫视等省级频道的大小屏联动播出，再到 2025 年央视总台震撼推出的《狮城山海》《奇迹》等短剧，精品短剧走出了别样的风景，正在形成以精品短剧联动地方文化资源和产业品牌的视听故事开发路径，并形成微短剧全产业链开发矩阵。

从市场表现看，精品短剧已形成“现实主义为主导、品质为王”的趋势。据云合数据 2025 年榜单，霸屏横屏短剧年榜前三的《朱雀堂》《狮城山海》《夺娶》，均以“小人物折射大时代”为叙事核心，这类作品摒弃“强反转、快打脸”的套路化叙事，转而以细腻的人物刻画、完整的故事弧光、厚重的主题表达，让短剧具备“类长剧”的叙事深度——如女性创业题材《弄潮》，以 80 年代山区女性摆脱重男轻女、家暴束缚的奋斗历程为主线，通过三位主角“从被迫妥协到主动创业”的成长，既展现女性互助的情感力量，又折射改革开放初期的社会变迁，被观众评价为“短剧版《出走的娜拉》”。

制作层面，精品短剧审美表现力不断攀升。头部机构如星链无限通过成立“宇航创作室”“逸心制作”等创作者工作室、打造“马厰制片厂”“赤兔制片厂”等专业厂牌，同时组建固定制作班底减少磨合成本，确保内容品质稳定。

表 1：星链无限精品化布局¹¹

类别	具体内容	说明 / 成果
创作者工作室	宇航创作室	《盛夏芬德拉》《深情诱引》，编剧主导
	逸心制作	网文作者、编剧、导演付逸聪主导
	红柳剧本工作室	爆款短剧编剧红柳牵头
制作厂牌	马厰制片厂	定位都市情感
	赤兔制片厂	探索创新题材
演员团队	成立艺粲传媒签约演员	刘萧旭、王格格、叶皓然、张楚萱、苟钰浠、胡文乐、金铄
制作团队	2 到 3 套固定的制作班底轮转	减少磨合时间，保证高效运转
制作周期	2 个月左右	剧本 15 天 + 拍摄 10 天 + 后期 30 天
拍摄成本	比市面上单剧成本高 50% 以上	

AIGC 技术也为精品短剧赋能。“即梦 AI” 辅助《三星堆：未来启示录》

¹¹数据来源：澎湃新闻

完成场景搭建与特效制作，实现全网播放破亿，既保留历史文化题材的严肃性，又通过科技感视听语言提升年轻观众接受度，成为“技术与人文平衡”的典范。

（二）精品微剧：深耕移动场景，传递情感价值

精品微剧依托移动端“碎片化、近距离”的观看场景，通过“强情绪但不低俗、轻叙事但有温度、高互动但重沉浸”的创作策略，在适配用户习惯的同时实现内容升级，成为传递情感价值的关键载体，完成从“即时爽感”到“持续共鸣”的跨越。

1. 内容创新：走向题材多元化与情感细腻化

根据广电总局“跟着微短剧去旅行”推荐作品，这些作品借助落地场景建构了一个个故事场域，凸显了社会话题的情绪共鸣。比如，《等你三千年》《你好，苏东坡》《醒狮》《我的归途有风》等微剧，从各地的乡村风貌、自然景观、文化传统、古今传说中汲取灵感，不仅用视听符号精准定位了地方文旅的文化内涵，同时通过议题设置、热梗互动等方式拉动了剧集完全交互式互动的社交粘性，形成情绪情感价值共鸣场。媒介在微短剧构建的光影中，建构了全场景拟态化生产场景，在完成“媒介是身体的延伸”的这一论断的同时并释放了媒介符号的隐喻功能，在独特的地域文化符号因子的作用下，文旅微短剧构建了物我交融、象意共生的意象空间。比如《我的归途有风》中的“灯影牛肉”，它不仅是一道川味美食，它也象征着夫妻之间的深厚感情就像那片薄如灯影的牛肉，相互扶持、彼此成全；再如《等你三千年》中的蔺丹，身上燕赵风骨，重情重义，传递着邯郸古城的英雄气质。这正如列斐伏尔曾指出，空间从来不是一个单纯的客观容器，而是政治、社会与文化力量交织下的产物，是社会关系被编码在场所中的表现。微短剧让文旅不止于足下，更在眼前也在心头，甚至建构了以悦己型种草拔草为消费意愿的全域兴趣场景，加速了微短剧与社会生活的千丝万缕关联。

文旅题材是精品微剧发力的重要方向。如《去桃花盛开的地方》作为西藏自治区成立 60 周年的献礼片，以深厚的家国情怀与民族文化底蕴，实

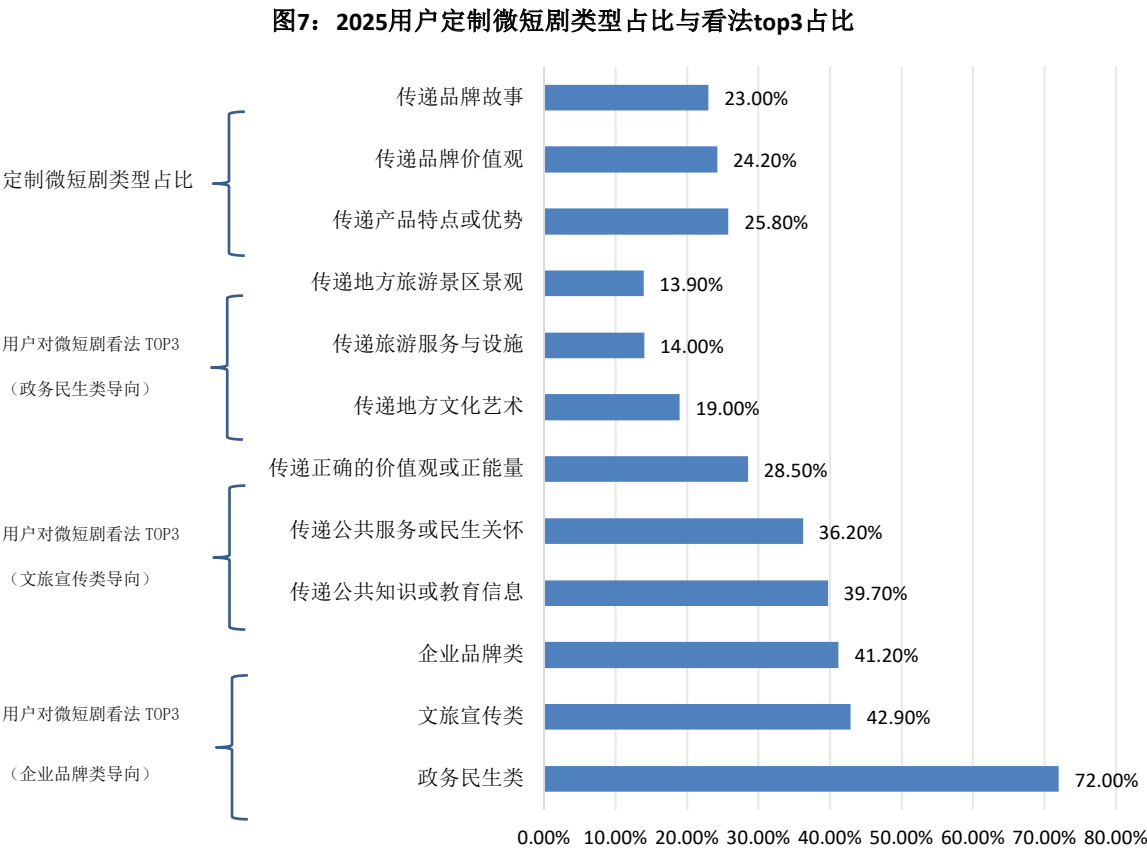
现了社会价值与艺术表达的统一；而《香格里拉下雪了吗》则凭借其浪漫唯美的气质，将城市形象升华为神圣洁白的视觉符号，完成了景点从“物理空间”到“情感 IP”的跃迁。这些作品共同印证了“小而美、短而精”的创作趋势——它们不仅为景点注入了独一无二的“灵魂”，还自然地融入了当地的民族文化、手工艺品与特色物产。当观众被故事与美景打动，便会产生强烈的旅游冲动，甚至通过链接直接购买剧中特产，从而完美实现了从“内容种草”到“情感共鸣”再到“消费转化”的完整闭环。

在活化传统文化方面，精品微剧展现出其作为“新大众文艺”的深厚潜力，通过多元路径推动中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展。在非遗的活态传承上，微剧凭借“短平快、强情节”的特性，为非物质文化遗产注入新生命力——无论是《一梦枕星河》中苏绣技艺与人物成长的交织，《醒狮少女》里广东醒狮与青春励志的融合，还是《傩戏》以悬疑穿越手法吸引年轻观众感知古老文化，都共同打破了博物馆式的说教，让非遗从“被观看”走向“被体验”。在经典 IP 的现代化改编中，微剧对《西游记》《白蛇传》等作品进行“颗粒化”处理，截取经典断面进行创意再创作：如 AI 微短剧《美猴王》则以技术赋能倒叙叙事，上线后全网播放量突破 7000 万次——这种策略既保留了 IP 的认知基础，又注入了现代情感共鸣。更进一步，微短剧致力于东方美学的视听建构，通过构图、光影、色彩等视听语言，将留白、意境等传统美学转化为可感的视觉体验；《盛夏芬德拉》的成功便源于其对“气氛美学”的极致营造，剧中“芬德拉玫瑰”的盛开、凋零与绽放与人物情感同频，形成白玉凝脂般的东方意象，潜移默化中提升着观众的审美品味与文化自信。

在政务与科普领域，微短剧正在重塑沟通模式，成为知识破圈与公共服务的新渠道。政务微短剧如《西城无小事》，通过聚焦社区“接诉即办”的真实案例，展现了基层治理中的情理法纠葛与人文关怀，构建了平等、互信的新型政民关系。科普微短剧则通过故事化、场景化的表达，将专业知识转化为通俗易懂的视觉语言。如 B 站 UP 主“来看苏吧”将语文课文改编为短剧，收获近 3000 万播放；深圳卫健委的《霸总剧里当医生》，以幽默吐槽形式植入医学科普，成功登榜热搜，总阅读量超 1340 万，打破了科普的“刻板印象”。

体育题材微短剧与体育领域的深度融合，为传播大健康意识、推动全民健身提供了全新路径。微短剧将抽象的“大健康”意识，从概念性倡导转码为可视、可感的身体叙事与生活场景。如咪咕数媒的《大力村超人》，以贵州村超为原型，讲述了山村中的体育梦想。体育视听微短剧让传统体育增添现代表达，焕发新的生命力，让全民运动的重要性和多种体育精神浸润人心。

通过调研，我们也试图归纳出用户定制微短剧类型占比与持有某种看法的用户比例占比之间的关联。



精品微剧的情感表达呈现个性化趋势。红果短剧 2025 年竖屏霸屏作品《好一个乖乖女》，以“叛逆少女与传统家庭的和解”为主题，摒弃“对抗式”冲突，转而通过生活细节刻画亲情，单剧播放量破 10 亿¹²；《盛夏芬德拉》则以“芬德拉玫瑰”为核心意象，用低饱和度色调、克制的光影、轻柔的配乐营造“气氛美学”，将“尊重式爱情”的主题融入剧情，累计播放量突破

¹²数据来源：云合数据

30 亿¹³，成为竖屏短剧“审美升级”的标杆。这类作品证明，竖屏短剧无需依赖“强刺激”，通过“小而美”的情感表达，同样能实现内容价值升维。

2. 体验升级：场景化互动强化精品属性

红果短剧正推进“边看边买”的功能测试。用户观看《盛夏芬德拉》《好一个乖乖女》等短剧时，暂停画面会弹出“搜同款”提示，点击可直接跳转品牌相关页面完成选购，实现“追剧一种草一选购”的无缝衔接。平台会根据用户观剧类型与偏好精准推荐对应商品，如都市剧用户推通勤服饰、家庭剧用户推家居用品，使商品转化效果较普通信息流推广提升。

（三）双轨协同：以技术与标准赋能，夯实精品化生态

精品短剧与精品微剧并非孤立发展，而是通过“技术共享、标准统一”形成协同效应，共同推动微短剧精品化生态成型。

一方面，AIGC 技术为双轨提供共性支撑。灵狐 AI 可 2 小时生成 5 万字短剧剧本，降低创作成本；AI 分镜、自动配音工具在竖屏微短剧《弄潮》、《好一个乖乖女》中均有应用，提升制作效率的同时保证内容质量。

另一方面，行业标准的完善为精品化定调。“微视听指数”从“创作、传播、永和、产业、价值”多维动态评估作品，避免精品化流于形式；红果短剧通过“果燃计划”提供联合投资、保底分账，9 月 24 日，红果短剧对外发布了 8 月的分账报告，单月分账突破了 5000 万。《掌生 1：神算大小姐名满天下》与《朱门假千金寒门真凤凰》，单部剧本分账均超 30 万。另一部作品《穿越古代儿孙满堂》则成功入选 8-10 月重点品类激励活动，该活动最高可提供 75 万额外品类激励。

从市场反馈看，双轨精品化已实现“商业价值与社会价值”的双赢。这种“精品短剧承托深度、精品微剧覆盖广度”的双轨格局，既扭转了外界对微短剧的片面认知，又为其开辟了“短小而精悍、轻量而厚重”的独特艺术路径，推动微短剧从“文娱产品”升级为“新大众文艺的精品载体”。

四、向内突破：构建微视听矩阵推动媒介生态变革

¹³数据来源：云合数据

微短剧的“向内突破”，并非单一业态的自我迭代，而是以**视听形态为核心纽带、跨业态要素联动为路径、动态发展为特征**，打破微短剧与微综艺、微纪录片、漫剧等微视听产品的业态壁垒，构建起协同共生的微视听文艺矩阵，进而推动媒介生态从“碎片化融合”走向“系统性变革”，重塑内容生产、传播与消费的底层逻辑。

（一）跨业态联动：打通要素壁垒，构建微视听矩阵与多元生态

传统视听业态长期存在“生产要素割裂”困境：影视、综艺、纪录片领域的 IP 资源、技术工具、创作人才难以互通，导致内容生态单一化。而微短剧凭借轻量化、高适配性的视听特质，成为串联多元微视听产品的“核心枢纽”，推动 IP、技术、人才等要素在矩阵内自由流动，形成“**一源多端、协同共生**”的内容生态。

1. 微视听矩阵通过 IP 协同开发，一次建设、多端复用。

上海尚世五岸影业作为长剧制作公司，一直追求“精品化+系列化”方向，授权合作《杜拉拉升职记》拍摄微短剧，解决长剧集转型困难问题。此类合作未采用传统“一次性购买版权”方式，而是通过“系列化制作+长期分成”实现版权持续变现，既降低了尚世五岸的转型风险，又为 IP 方带来长期收益，成为连续性版权分享模式的典型实践。

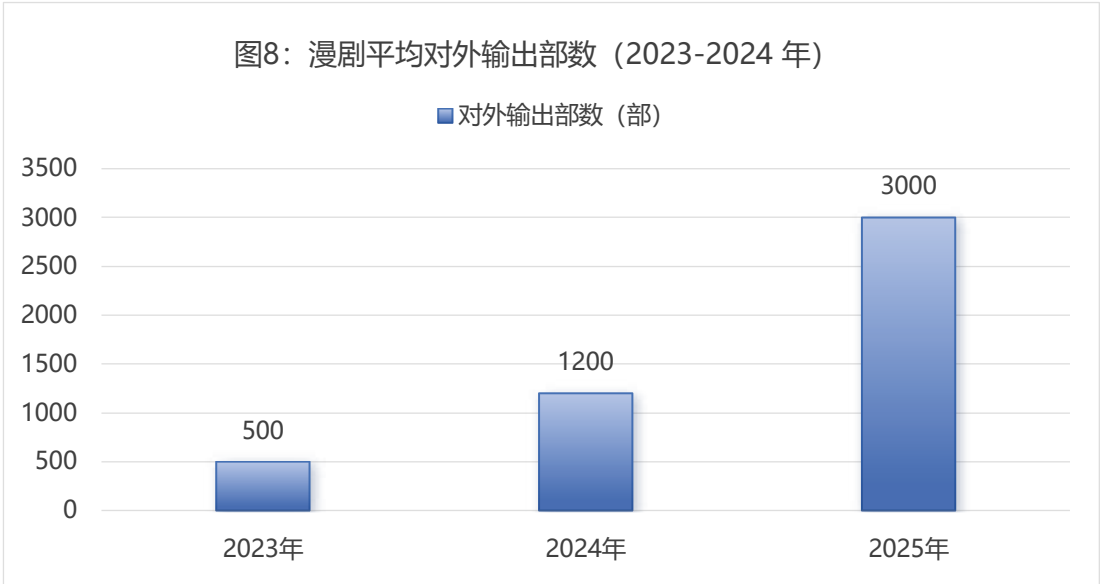
微短剧对《西游记》《白蛇传》等经典 IP 进行“颗粒化”和“现代化”改编。它不再执着宏大的叙事，而是截取经典人物或故事的某个横断面，进行创意化的再创作。这种策略保留了 IP 的认知基础，又注入了现代价值观和情感共鸣，让经典在与当下年轻人的对话中重焕生机。

2. 漫剧爆发：技术赋能与 IP 加持下的新增长极

传统动画片受到制作成本和变现能力的限制，这类作品往往由独立动画制作团队出品，整体内容较少、制作周期较长。以国内代表作品《罗小黑战记》为例，该动漫自 2011 年开播以来，至今只制作了 40 话剧集和两部电影，其 TV 版在连载期间平均每年仅释出 4 话内容。

漫剧（又称动画微短剧）脱胎于动态漫，深度承接了网文与短剧的内容逻

辑，有效弥补传统动画产能不足的问题。随着 AI 技术的引入，当前的漫剧能将传统的动漫制作周期压缩 90%，单部漫剧成本仅 10 万—30 万元。漫剧画面的风格化和内容的高假定性有效规避了 AI 生成内容在人物、画面等细节上的不完善，使观众聚焦于故事情节，因此成为 AIGC 叙事的理想形式。



14

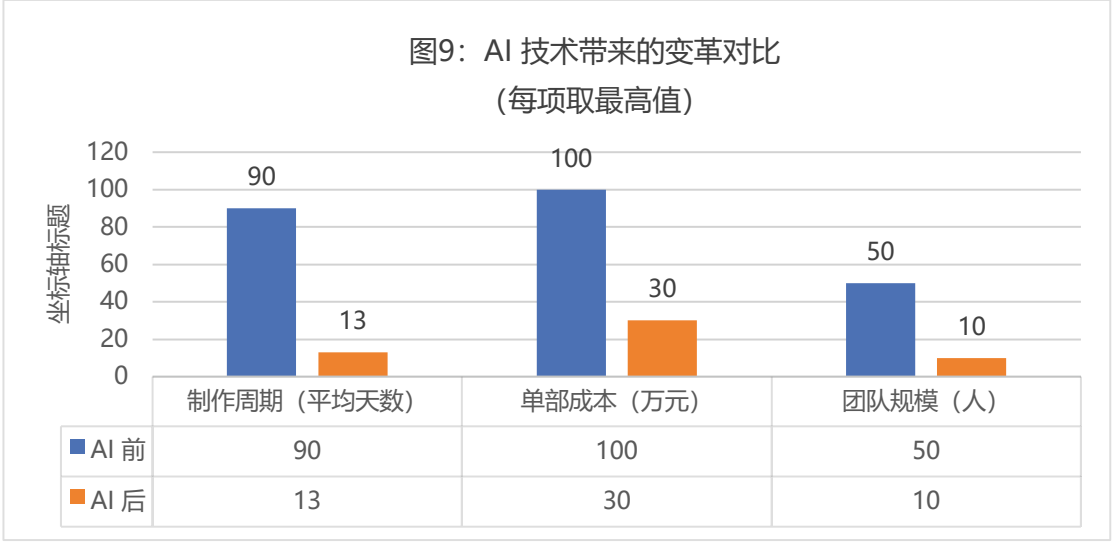
此外，部分漫剧直接由定格漫画衍生而来，通过图生视频技术和 AI 配音技术，静态的漫画被快速转化为动态的漫剧，极大地降低了漫画 IP 的开发成本，提升了作品变现能力。这类动态漫画的创作一定程度上牺牲了画面的连贯性和完整性，但有赖于对漫画的高度还原和低廉的制作成本，动态漫市场依然展现出强大的商业潜能。¹⁵

在此背景下，AI 漫剧的爆发式增长，成为“破壁元文化”视角下最具代表性的产业现象。AI 漫剧，即利用人工智能技术将网络小说、漫画等 IP 快速转化为动态漫画短剧，它完美地打破了“二次元”与“三次元”之间的壁垒，为微短剧市场注入了全新的活力。

数据显示，2025 年上半年，AI 漫剧的供给量、播放量和点赞量的月度复合增长率分别达到了惊人的 83%、92%和 105%¹⁶。这背后，是 AI 技术极大降低了传统动漫的制作门槛和成本。过去需要数月甚至更长时间、耗资不菲的动漫制

¹⁴数据来源：巨量引擎
¹⁵数据来源：华福证券研报
¹⁶数据来源：短剧自习室

作，如今通过 AI 工具，制作周期可压缩至 1 个月内，单部成本也从早期的 20 万—30 万元降低至 10 万—15 万元。



微视听文艺矩阵的形成，并非简单的内容叠加，而是催生了“**精准匹配、垂类深耕**”的分众化媒介新生态——不同微视听产品针对差异化用户需求设计内容，通过“内容垂类”构建用户与内容的深度关联，推动媒介生态从“大众传播”向“分众服务”转型，这也是微短剧“向内突破”的核心价值之一。如微短剧全龄娱乐覆盖：依托“题材多元化”适配不同代际需求；微纪录片向知识型用户服务：聚焦非遗、科普、文旅等垂类；微综艺是 Z 世代互动体验；漫剧正从二次元用户专属走向大众。

3. 生产资源与渠道共享：重塑“产业生态”

区域性拍摄基地集群的形成，是微短剧产业从“粗放增长”向“集约发展”转型的关键标志。这些基地通过整合场景资源、配套服务、政策支持，降低制作成本、提升生产效率，同时吸引上下游企业入驻，形成完整的产业生态。从调研来看，各个地区已形成独具特色的典型基地集群模式。

长三角的“**专业化场景集群**”以杭州临影厂、良渚芯云影视基地为代表，聚焦“高频场景标准化”。杭州临影厂、良渚芯云影视基地按季更新拍摄场景，满足不同品牌、不同题材的拍摄需求；良渚芯云影视基地还提供“24 小时制作剪辑服务，加快审查”，帮助企业规避侵权风险，提升版权保护效率，同时承办教育部汉语桥大会，将拍摄场景转化为“文旅打卡点”，实现“拍摄+旅

游”的双向收益。

闽三角的“文旅融合集群”以厦门海峡视听季、泉州非遗拍摄基地为核心，突出“地域文化特色”。厦门依托两岸交流，通过海峡视听季征集 150 部台胞作品，以“两岸文化交融”为切入点，降低出海的文化适配门槛；泉州则将非遗工坊改造为拍摄场景，团队在拍摄短剧的同时可直接采购非遗产品作为道具，形成“拍摄-非遗-文旅”的融合生态。

中原地区的“低成本综合集群”以河南园博园为代表，主打“高性价比服务”。日新阅益在河南园博园实现古装短剧拍摄，不同于横店临时组建团队的模式，日新阅益在自身产业链内完成自销，全链路员工均为自有团队，这种模式降低了团队协作成本，同时吸引大量中小团队入驻，带动周边配套产业发展，形成“拍摄基地为核心，配套产业环绕”的集群效应。此外，天桥影视基地通过服务消费，单月带动消费 3000 万，服化道制作带动工厂发展，进一步印证了拍摄基地集群对区域消费与产业的带动作用。

马栏山铜官窑“竖店”拍摄基地作为**竖屏适配型高效集约产业集群**，依托马栏山视频文创产业园的产业生态与铜官窑的历史文化资源，形成“文化场景+竖屏适配”的独特定位。该基地以铜官窑遗址的唐风建筑、陶瓷非遗工坊为核心场景基础，针对性改造出“竖屏取景框”式拍摄空间。同时，基地整合马栏山本地的 AI 技术资源，引入智能灯光、自动运镜设备，为中小创作团队提供“场景租赁+技术支持+后期剪辑”的全包式服务，拥有室内片场超 200 个、室外片场超 300 个，同时依托铜官窑景区的文化资源优势，创新采用产教融合的新型人才培养模式，并联动长沙市内现有片场资源，致力于打造湖南乃至中部地区配套最齐全、设施最完备的短剧影视基地。

临汾精品微短剧基地作为北方地区微短剧全产业链集群的典型代表，依托地方政府政策扶持与全域资源整合，形成**“全链条服务+城市场景融合+文旅赋能”的独特发展模式**。2024 年 9 月，临汾经济开发区仅用 90 天建成核心功能区 1.6 万平方米、总面积 2 万平方米的基地，12 月正式运营，构建起从创作、拍摄、制作、审批、发行到衍生的全产业链生态。基地通过“企业开办一日办结”“拎包入住办公场所”“剧本审查、群演招募、服化道协调一条龙服务”等举措优化营商环境，截至 2025 年 8 月上旬，已吸引 58 家微短剧及相关企业

入驻，累计拍摄微短剧 103 部，直接投资超亿元，创造利税超千万元，拉动餐饮、住宿、交通等“三产”消费超千万元，剧本创作、设备租赁等关联产业产值突破亿元。凭借突出成效，基地入选“2024 年中国微短剧基地排行 TOP10”（山西省唯一入选基地），临汾市荣获“首届中国微短剧盛典·年度微短剧上镜城市”，成为打造国家级网络视听产业新高地、推动文化新质生产力发展的重要载体。

（二）链接千行百业：产业与区域的协同增长

微短剧作为数智时代新大众文艺的核心载体，其社会价值不仅体现在文化传播与价值引导层面，更深度融入经济产业发展脉络，成为推动品牌升级、激活区域经济、完善产业链条、创新商业模式的重要力量。

从区域调研探索，到平台生态构建再到头部企业的产业落地，微短剧已形成“品牌联动—区位赋能—人才支撑—模式创新”的经济赋能闭环。本章结合全国调研案例，从品牌联动路径、区位经济赋能、产业链与人才发展、商业模式突破四大维度，系统剖析微短剧对经济产业的赋能机制与实践成果。

1. 品牌联动路径：从流量曝光到价值共生

微短剧凭借“强人设、强话题、强节奏、强冲突、全场景、全人群、全时段、全民视听、高概念与高科技”的特性，打破传统广告“单向灌输”的局限，构建起品牌与用户之间的“情感链接”，形成平台分销、品牌定制、达人经济三大联动路径，实现“内容即营销”的产业价值转化。

品牌定制剧使文化赋能与产业扶持双向落地。品牌定制剧区别于传统广告剧的核心，在于其将品牌诉求与地域文化、产业需求深度融合，既实现品牌传播，又助力地方经济发展，形成“地方名优特品牌扶持计划”的实践样本。从全国调研来看，品牌定制剧主要分为“文旅赋能型”“非遗传承型”“产业引流型”三大类别，且在长三角、闽三角地区形成成熟案例。**文旅赋能型定制剧**以“跟着微短剧去旅行”国家战略为指引，成为地方文旅品牌的“破圈利器”。**非遗传承型定制剧**通过品牌合作实现非遗技艺的“活态传承”。彰彰精

彩影视倾向结合传统文化、非遗创作剧本，开发文创，探索“非遗+短剧”长期路线，此类实践既提升合作品牌的文化附加值，又推动非遗技艺从“博物馆展品”走向“消费市场”。**产业引流型定制剧**聚焦地方特色产业，助力“区域品牌”走向全国。莆田聚焦本地红木产业，创作《仙工开物》精品短剧，用 30 个独立又关联的故事展现红木匠人的精神世界与产业发展历程，既传播了传统技艺文化，又为地方产业引流，成为“微短剧赋能区域产业”的典型案列。

端原生达人经济从流量变现过渡到产业带动。端原生达人经济区别于传统达人带货的核心，在于达人深度参与微短剧的内容创作与产业落地，形成“内容生产—用户信任—消费转化”的完整链路，且在跨境电商领域展现出强大的经济带动能力。

杭州跨境电商“停机直播+微短剧”案例最具代表性：杭州跨境电商停机直播带动 3000 万销量，在具体实践中，跨境电商平台联合头部达人围绕“国货出海”主题制作微短剧，通过“海外用户使用场景”剧情设计展现产品优势，同时在剧集结尾设置“停机直播”入口，达人直接讲解产品功能并引导下单，实现内容与消费的即时转化。

在地方产业带，达人经济呈现“本土化、精细化”特征。日新阅益在河南园博园实现古装短剧拍摄，自身在产业链内完成自销，全链路员工均为自有团队，此类模式既降低了制作成本，又通过达人内容带动地方配套产业发展，如汉服租赁、古装摄影，形成“达人—内容—产业带”的本地化经济循环。

2. 区位经济赋能：从单点带动到集群发展

微短剧产业的爆发式增长，创造了大量直接就业岗位，成为吸纳劳动力、特别是青年群体就业的重要领域。据《2024 微短剧行业生态洞察报告》显示，2024 年微短剧创下了 504 亿元的市场规模，创造了 64.8 万个就业机会。这一数据凸显了微短剧产业在促进就业方面的显著成效。

微短剧产业的直接就业创造源于其持续增长的市场规模。根据中国网络视听节目服务协会发布的数据，2024 年 1 月到 2025 年 3 月，全网共上线了约 4.4 万部作品，其中 3 万余部都是微短剧作品。在刚刚过去的 9 月份，全国重点微

短剧规划备案作品共 318 部、11691 集。如此庞大的内容产出，必然需要相应的人力资源支持，从而为从业者提供了稳定的工作机会和发展空间。

微短剧带动灵活就业与间接就业，微短剧产业的轻资产、快周转特性，使其成为吸纳灵活就业的重要载体，同时通过带动美术（服装、化妆和道具等）、拍摄设备、餐饮住宿等关联产业，形成庞大的间接就业市场。郑州、西安作为典型案例，在灵活就业与间接就业解决方面成效显著。

郑州的“零工孵化”模式通过政策支持与产业配套，吸引草根创作者聚集。河南省零工市场和河南影视网络短剧产业基地联合打造中原短剧人才“梦工厂”，为创作者提供拍摄场地、设备租赁等基础服务，联合产业基地顶级资源，打造标准化、实战化培训体系，聘请业界资深导师，对学员进行从理论到实践的全面锻造。与全国各大影视剧组、短剧制作公司建立稳定输送渠道，实现“培训即备战，结业即进组”的无缝衔接，带动人员灵活就业。此外，郑州服装产业带与微短剧需求高度契合，部分服装工厂转型生产短剧服饰，进一步拓展了就业空间。

西安的“文旅就业融合”模式聚焦间接就业带动。西安依托文旅资源打造主题拍摄基地，吸引全国短剧团队入驻，直接带动基地周边餐饮、住宿、道具租赁等行业的发展，创造大量间接就业岗位。此类模式将微短剧拍摄与文旅消费深度绑定，实现“就业增收+文化传播”的双重目标。

此外，基层创作活动也间接带动就业。“视听赋能短剧强农”活动鼓励创作者用方言讲述乡村故事，咪咕数媒自制 200 多部微短剧，还为河北涿州书城免费赔偿被淹书籍，将专业创作与基层需求结合，此类活动不仅激活了基层创作活力，还催生了“乡村短剧拍摄向导”“农产品道具供应商”等新职业，解决农村剩余劳动力就业问题。

3. 产业链与人才发展：从草根自发到体系化培育

微短剧产业的快速发展，推动了产业链的完善与新型职业群体的崛起，同时通过校企合作、产教融合等模式，解决人才短缺痛点，形成“职业群体崛起—人才培养跟进—产业链升级”的良性循环，为产业高质量发展提供支撑。

新型职业群体崛起，从“草根创作”升级为“专业分工”。微短剧产业链的细化，催生了一批区别于传统影视行业的新型职业群体，这些群体涵盖内容创作、制作技术、运营推广等多个环节，呈现“专业化、细分化、年轻化”特征，彻底改变了早期“一人多岗”的草根创作模式。

内容创作端形成“爆款模型师-垂类编剧-文化适配师”的分工体系。日新阅益一直在做模型训练，通过众多数据模型筛选爆款数据模型，然后编剧被批量生产，内容核不变但情节迭代升级，这种模式催生了“爆款模型师”，负责提炼可复制的创作公式并指导编剧团队；随着微短剧出海与垂类化发展，“文化适配师”“垂类编剧”应运而生——文化适配师负责调整出海短剧的剧情细节，避免文化折扣，垂类编剧则专注某一领域，如文旅、非遗等，确保内容专业性。

制作技术端因 AIGC 的应用催生“AI 内容策划-动态漫设计师”新职业。杭州炬核智能科技有限公司制作纯 AI 付费短剧《兴安岭诡事》，此类实践需要“AI 内容策划”负责根据 AI 生成能力设计剧情；天桥短剧将剧本改编成动态漫本，开发萌宝题材、银发文学等动态漫剧，催生“动态漫设计师”，负责将剧本转化为动态漫形式，降低制作成本。

运营推广端形成“精准投放师-短剧电商运营-海外发行专员”的专业群体。天桥短剧在发行环节强调精准发行，催生“精准投放师”，通过分析用户画像制定差异化投放策略；短剧电商运营则专注于“剧情一带货”链路设计；随着出海业务拓展，“海外发行专员”需求激增，负责根据不同地区用户偏好制定发行策略。

校企合作与产教融合从“人才短缺”转变为“供需匹配”。微短剧产业早期面临“大厂人员不愿干、学生吃不了苦”的人才困境，而校企合作、产教融合则成为摆脱这一困境的关键路径，同时助力灵活就业。调研显示，不分地区的企业与高校已形成“定向培养-实习就业-技能提升”的完整合作体系。

定向培养模式以“需求导向”设计课程，实现“毕业即就业”。长三角区域提出计划“与高校合作进行七天培训后上岗”，探索人才培养路径；类似实践还有中国传媒大学与快手可灵合作举办首届高校大学生 AIGC 短片短剧作品征

集推荐活动特别单元：AIGC 影像创作营评审活动，面向北十一所高校，共召集 22 名创作成员 48 小时创作出共 11 部 AIGC 微短剧作品及 110 部 AIGC 短片，为 AIGC 短剧制作选拔人才，深化校企合作，打通就业链路。

实习就业模式通过“项目制实习”提升学生实践能力。良渚芯云影视基地“利用余杭区域及文化大走廊优势，借助平台资源赋能园区企业”，与高校合作接收实习生，让学生参与实际拍摄项目，由企业导师与高校教师共同指导；日新阅益则通过“零门槛实习”计划，针对非影视专业学生开展短期培训，培训合格后安排参与短剧制作，缓解基层人才短缺问题。

技能提升模式聚焦在职人员的能力更新，适应产业发展需求。抖音联合行业协会推出相关培训计划，针对编剧、导演、运营等不同岗位开设“AIGC 应用”“海外发行”等专项课程。此外，行业还通过“演员经济”缓解人才短缺。日新阅益提及“做演员经济，实现一些沉没成本”，通过演员资源整合，创造更多机会给普通人，同时合理化演员片酬；天桥短剧筛选优质导演，给予试错空间，同时明确爆款男女主薪资范围，通过稳定薪资与发展空间吸引人才。

4. 商业模式突破：从单一变现到生态构建

微短剧产业的快速发展，离不开商业模式的持续创新。从替代传统一次性版权交易的“连续性版权分享”，到“付费+广告”的混合收益结构，再到 IP 衍生的长尾价值开发，微短剧已突破传统影视的商业模式局限，为产业持续盈利提供保障。

连续性、陪伴性版权分享模式替代传统一次性版权交易。传统影视行业的“一次性版权交易”模式存在“收益固定、风险集中”的弊端，而微短剧的“连续性、陪伴性版权分享模式”，通过“长期合作、收益分成”实现版权价值最大化，同时降低合作双方的风险。

付费点播与广告分成收益结构多元变现降低单一依赖。微短剧早期主要依赖“广告分成”单一变现模式，受广告市场波动影响较大，而“付费点映+广告分成”的混合收益结构，通过“付费锁定核心用户，广告覆盖大众用户”，实

现收益多元化。

付费点映模式以“内容分层”为核心，通过“前免费后付费”形式挖掘核心用户付费潜力。杭州炬核智能科技制作的纯 AI 付费短剧《兴安岭诡事》，2025 年 2 月 19 日上线，采用“前 5 集免费+后 6 集付费”模式，成为国内首部实现盈利的 AIGC 短剧。

广告分成模式通过“剧情植入+流量分成”实现广告与内容的融合。比如微短剧《汪汪的爱不说谎》，将丸美小红笔水乳自然融入剧情——女主角因情绪低落面容憔悴时，与她心意相通的“狗狗”贴心送上该护肤品，镜头顺势聚焦产品，后续再展现女主角使用后肌肤状态回升的情节，让产品功效传递不破坏观剧沉浸感。同时该剧依托平台流量分成规则，根据剧集播放量、用户互动数据等，为制作方和创作者分配广告收益，既实现了品牌与内容的深度融合，也让参与方通过流量转化获得实际回报。

IP 衍生开发的长尾价值实现从内容到产业的延伸。微短剧 IP 的长尾价值开发，是实现“内容变现—产业带动”的关键环节。通过开发文创产品、线下体验等衍生业态，微短剧 IP 从“内容产品”变为“产业入口”，形成持续盈利的“长尾效应”。

文创产品开发与地方特色产业结合紧密。《有种味道叫清溪》IP 的开发，联动周立波图书馆、刘慈欣图书馆，同时结合美食元素，开发“清溪美食”相关文创产品，如餐具、书签等，实现 IP 与地方产业的深度绑定，既提升 IP 收益，又带动非遗产业发展。

线下体验项目将 IP 场景转化为消费场景。微短剧《盛夏芬德拉》中李宅古民居群已成为研学、非遗荷花灯制作体验、汉服打卡拍摄、举办中式婚礼及微短剧拍摄等多元化活动的场所。特别是微短剧拍摄，为李宅带来了新的发展机遇。“村里平均每天有三四个剧组同时拍摄，高峰期甚至超过 10 个。”李宅村相关负责人介绍，该村已成为名副其实的“短剧小村”，村民也借此获得了可观的收益。

五、向外拓展：故事化叙事传递中华文化内涵

（一）非遗的视听创新与传承

微短剧通过其短平快、强情节的特性，为非物质文化遗产注入了新的生命力。它将皮影、刺绣、地方戏曲等原本静态或圈层化的非遗技艺，融入现代剧情中，形成了“内容创作—传播推广—价值转化”的完整闭环。

表 2：截至 2025 年 10 月底数据红果短剧

“果燃计划”非遗及文旅题材流量数据榜单¹⁷

短剧名	上线日期	点赞（万次）	收藏（万次）
姐姐的三条簪	2025-10-11	59+	37+
东北爱情往事：闪婚玫瑰	2025-09-26	64+	265+
小港湾	2025-09-20	17+	13+
舞动敦煌	2025-08-29	7+	7+
弄潮	2025-08-17	425+	171+
山河回响	2025-08-13	180+	59+
墨韵新生	2025-07-23	8+	3+
舟楫千里号歌来	2025-05-28	8+	1+
花梦令	2025-05-09	13+	3+
祈安澜	2025-04-28	21+	5+
画中梦华	2025-04-18	8+	1+

¹⁷数据来源：红果短剧

和你的桃花源	2025-04-12	6+	4+
欢迎来到好来屋	2025-03-20	3+	2+

微短剧在传播非遗文化的同时，通过电商带货、文旅引流等方式，让创作者、传承人、地方产业等多方受益。《醒狮少女》将国家级非遗“广东醒狮”与青春励志故事相结合，剧中醒狮不再是舞台上的固定表演，而是承载了人物成长、团队精神和文化传承的动态载体，高燃的训练和比赛场面，配合醒狮的鼓点和动作，极具视听冲击力，让年轻观众在热血沸腾中感受到醒狮文化的魅力，实现了非遗的“活态”传播。

此外，微短剧通过运用现代叙事手法吸引年轻人，使古老的非遗“活”起来。中央广播电视总台（CGTV）作为主流媒体标杆，深度践行“思想+艺术+技术”融合理念，以微短剧为核心文化传播载体，在文化价值落地中发挥引领作用：一方面锚定中华优秀传统文化传承，推出《美猴王》《中国神话》《东坡先生赶考记》等作品。

广西山海星辰文化传媒有限公司出品的《傩戏》也是非遗创新传承的典范之一，它将神秘、古老的傩戏面具与悬疑、穿越等现代叙事手法结合，让年轻观众在追剧的刺激感中，主动了解和感知这一古老文化遗产的魅力，实现了非遗从静态展览到动态叙事的升华。

非遗微短剧还能有效带动相关产品的转化，实现“观剧即种草”的经济效应。《漆你为何》以非遗“金漆镶嵌”技艺为背景，讲述一位年轻设计师回乡，与老一辈匠人从冲突到理解，最终共同设计出爆款产品的故事。剧集细腻展现了金漆镶嵌繁复精湛的工艺过程，并将其与现代审美、市场需求相结合，揭示了传统工艺在当代的生存与发展问题。它不仅宣传了漆器之美，更探讨了非遗传承的核心——创新与人的回归。

（二）东方美学的视听建构

微短剧通过构图、光影、色彩等视听元素，将中国传统美学中的留白、

意境和诗性表达转化为可感的视觉体验。这种建构超越了单纯的风格模仿，更成为一种文化态度的表达，潜移默化地提升着观众的审美品位与文化自信。

在构图上，讲究留白与意境，侧重烘托人物情绪而非渲染场景的宏大；在服化道上，精致复原或创新融合传统服饰元素；在光影运用上，模拟国画的质感。这种美学建构不仅是一种视觉风格，更是一种文化态度，潜移默化地塑造着观众的审美品位，增强了对本民族文化的认同与自信。知识传播业态的可持续发展，需要实现文化价值与社会价值的统一。

例如《盛夏芬德拉》在红果短剧平台上线后迅速走红，累计播放量已突破30亿，其成功很大程度上源于对气氛美学的极致营造。剧中贯穿的核心意象“芬德拉玫瑰”，其白色兼具玉色光泽的特质，形成了白玉凝脂的东方美学意象。它的盛开、凋零与再次绽放，与男女主人公情感的起伏同步，成为贯穿全剧的诗性基调。在光影运用上，剧中幽蓝隧道的场景，蓝色调与冷光的剪影投射到人物身上，塑造了一种清冷、忧郁又充满暧昧的空间氛围。全剧采用低饱和度的色调、克制内敛的光影、细腻轻柔的配乐等营造气氛美学，与尊重式爱情的主题形成互文阐释。

（三）中华文化标识的现代表达

微短剧通过现代故事，对中华文化标识数据库中存储的“仁、义、礼、智、信”等核心文化标识进行富于新时代精神的阐释，呼应“十五五”规划中“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”的要求。

《醒狮少女》从中华文化标识数据库中提取“智”的文化内涵演变数据（包括古代谋士的智慧、近代革新者的谋略、当代青年的创新思维），在剧情中塑造了兼具传统醒狮技艺与现代数字技能的少女形象。剧中的“智”，不再是古代谋士的运筹帷幄，而是当代青年解决现实问题的创新思维——如利用短视频平台推广醒狮文化，通过3D建模技术复原传统醒狮套路，用大数据分析观众喜好优化表演内容。这种对“智”的现代表达，既源于中华文化标识数据库的历史积淀，又结合了新时代的技术与需求，展现了传统文化标识在当代的生命力。

又如《弄潮》，创作团队从中华文化标识数据库中调取“弄潮精神”的历

史渊源（如古代钱塘江弄潮儿的勇敢无畏）、当代内涵（如改革开放中创业者的拼搏进取）等数据，将其融入女性创业的故事中。剧中女主角面对重男轻女、家暴束缚等现实困境，以“弄潮儿”般的勇气突破阻碍，创办醒狮文化公司，既传承了传统技艺，又开拓了文化产业新赛道。这种叙事不仅激活了中华文化标识数据库中的精神符号，更让观众感受到传统文化标识对当代生活的指导意义，实现了文化价值与社会价值的统一。

六、展望：AIGC 驱动·价值引领·全域融合

（一）AIGC 全面渗透，重构产业生产逻辑

AIGC 将从“工具辅助”转向“全链路驱动”，成为微短剧高质量发展的核心引擎。一方面，技术深度覆盖“策划—制作—分发”全流程，推动漫剧、AI 短剧实现批量化与精品化并行——平台依托 IP 储备与 AI 生产管线，降低创作门槛的同时提升内容质感；另一方面，行业扶持体系成型，“微短剧+AIGC”创作计划落地，红果短剧、爱奇艺、腾讯视频、B 站等平台通过资金补贴、版权分成吸引创作者，加速 AI 短剧与漫剧的市场扩张。

（二）产业融合深化，拓展价值边界

微短剧将从“单一娱乐产品”转向“产业赋能载体”，以“微短剧+”模式实现多领域价值叠加。一是产区建设升级，基地向“集群化、智能化”转型，通过区域化特色布局（东部现代场景、西部古风场景）降本增效，支撑精品化发展；二是跨界融合提速，“微短剧+电商”“+乡村振兴”“+制造业”等模式落地，推动产业视频化转型，同时响应“跟着微短剧去旅行/学法/科普”等政策引导，助力文旅、普法等领域传播；三是商业模式多元，从“付费投流主导”转向“分账+会员+品牌+出海”协同，抖音集团成立短剧版权中心整合资源，红果短剧探索“内容+电商”，提升产业抗风险能力。

（三）行业规范升级，迈向高质量发展

行业将从“规模扩张”转向“规范提质”，通过“政策引导+平台自律+机

构发力”构建健康生态。政策层面，国家广电总局明确微短剧“新大众文艺”定位，分类分层管理缩短审核周期，《微短剧反侵权盗版行动计划》规范版权秩序；平台层面，22家机构响应依法纳税倡议，红果短剧、腾讯视频等通过“搜同款”功能、“雨林生态”扶持计划，平衡商业价值与社会责任；制作层面，机构从“碎片化创作”转向系列化开发，依托产业集群（马栏山文创园）提升专业度，同时强化“向下扎根”的人民性，推动草根创作与专业创作融合，形成有烟火气的内容潮流。

结语

当微短剧走过流量驱动的草莽生长期，如今已稳稳站在新大众文艺的潮头，以“向下扎根、向上生长、向内突破、向外拓展”的四维实践，编织出一张连接人民创作、产业创新与文化传播的立体网络。它从人民生活的烟火气中汲取灵感，让村民的田间故事、非遗传承人的指尖技艺、基层工作者的民生日常都成为叙事主角，真正实现了“人人可创作、事事可叙事”的媒介理想；以横屏深耕现实厚度、竖屏贴近场景体验的双轨路径，在“短”的形态里注入“精”的质感，让轻量化内容承载起情感共鸣与价值传递的重量；更串联微综艺、微纪录片、漫剧构建微视听矩阵，联动文旅、电商、政务打破产业边界，在AIGC技术的赋能下，不断刷新内容生产的效率与想象力。

放眼未来，微短剧的意义早已超越“文娱产品”的范畴——它是激活文化新质生产力的载体，让中华文化标识在现代叙事中焕发生机；是链接千行百业的数字纽带，在“微短剧+”的模式中释放经济与社会双重价值；更成为中国文化走出去的鲜活名片，用世界易懂的故事语言传递东方美学与中国精神。站在行业规范与创新并行的新起点，唯有持续锚定“内容为王、价值为核”的航向，在技术迭代中守住人文温度，在产业扩张中扎根人民需求，微短剧才能真正成长为反映时代心声、彰显文化自信、推动社会进步的新时代文艺中坚，为中国视听产业的高质量发展写下更鲜活的注脚。

课题组组长：

赵晖

中国传媒大学戏剧影视学院教授、博士生导师

中国传媒大学视听艺术研究中心负责人

课题组成员：

李旷怡、高铭宇、石正涛、崔凯翔、杨世虹、舒景岚、宋芷蕙、张璟一

特别鸣谢：

中国视协网络视听艺术创作委员会

中国网络视听协会微短剧工委

中制协青年工作委员会

中制协短视频内容工作委员会

鸣谢：

（排名不分先后）

红果短剧、咪咕视讯科技有限公司、咪咕数字传媒有限公司、爱奇艺、优酷、腾讯视频、快手、湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司（芒果TV）、临影厂、杭州良渚芯云影视基地、横店影视基地、尚世影业、杭州文化广播电视集团、尚世五岸（上海）影视有限公司、西亭文化发展有限公司、上海剧都好影视传媒有限公司、恒星引力影视传媒有限公司、渡渡鸟影视传媒（上海）有限公司、上海合颂文化传播有限公司、杭州彰彰精彩影视传媒有限公司、稼禾影视传媒有限公司、杭州剧点网络科技有限公司、九州短剧（杭州）有限公司、容量短剧（厦门）有限公司、福建尤溪融媒体中心、福建朱子传媒集团有限公司、福建仙游融媒体中心、郑州日新阅益文化传播有限公司、天桥短剧（北京）有限公司、河南鼎革·中牟影视基地、央视频融媒体发展有限公司、听花

岛影视文化发展有限公司、马厰影视传媒（上海）有限公司、山西临汾微短剧基地等。

数据支持：

美兰德媒体咨询（北京）有限公司、剧查查信息科技（北京）有限公司、云合数据（北京）信息技术有限公司、QuestMobile（北京）信息技术有限公司



中国传媒大学
视听艺术研究中心
RESEARCH CENTER
OF AUDIOVISUAL ART/CUC



中国电视艺术家协会
CHINA TELEVISION ARTISTS ASSOCIATION
网络视听艺术创作委员会
NETWORK AUDIOVISUAL ARTS CREATION COMMITTEE



中国电视剧制作产业协会
短视频内容工作委员会
China Television Drama Production Industry Association
Chinese Short Video Association