



本期关注：微短剧提档升级

借网络文学之势，微短剧如何破茧成蝶？

□本报记者 李婧璇 实习生 陈周行

双向奔赴 深挖网络文学富矿

“看不够，停不住”“很土很上头”“看时特别爽”……凭借着体量轻、节奏快、时长短、“爽”点多等特点，微短剧以其蓬勃的发展动能成为网络文学生态中不可忽视的一股新生力量。与此同时，越来越多的网络文学作品成为微短剧创作改编的富矿，两者的融合式创新发展，收获了大量的爆款作品和受众的认同。

根据艾媒咨询公开数据，2023年中国微短剧市场规模达373.9亿元，预计2024年将超500亿元，2027年将超1000亿元。同时，第七届中国“网络文学+”大会上发布的《2023年中国网络文学发展报告》显示，2023年中国网络文学IP改编继续保持增长态势，截至2023年年底，中国网络文学IP改编量为72674部。这其中，微短剧的改编迎来了爆发，凸显出网络文学作品在IP市场中的巨大潜力和价值。

微短剧与网络文学如何实现双向奔赴？驶进“快车道”的微短剧如何实现提档升级？依托更多扶持计划，如何实现“微短剧+”赋能？在第七届中国“网络文学+”大会网络微短剧分论坛上，来自行业主管部门、网络文学及网络视听平台、制作机构的代表和专家学者等，就此展开深入分享和交流。



网络文学以其丰富的素材库，为微短剧的创作提供了源源不断的灵感与素材；而微短剧则凭借其体量小巧、孵化周期短、制作成本较低等特点，为网络文学的IP转化开辟了全新的路径。正如北京市委宣传部副部长、市电影局局长霍志静所言：文学是源头，我们有丰富的IP资源，要打通从网络文学到网络微短剧的转化道路，充分发挥文学的内容引擎作用，在转化创新中实现网络文艺的高质量发展。

从内容平台方的角度来看，优质微短剧受到网络文学用户欢迎的原因在于，“网络文学的内容设定是较为新颖的，情节抓人，同时带给读者的爽感也非常强，这与微短剧追求的高效、快节奏不谋而合。”知乎副总裁、付费阅读业务负责人范俊梅说道。

“网络文学IP与微短剧的结合，不仅稳固了微短剧的基础流量阵地，还完美契合了其‘短平快’的制作特性，进一步解锁了微短剧在商业价值

上的无限可能。”爱奇艺戏剧中心总经理李莉表示，微短剧的受众人群和网文市场高度重合，由网络文学改编的网络微短剧具有得天独厚的优势。

正是基于这种天然的契合度，网络文学与网络微短剧共同构建了一个潜力巨大的市场蓝海。以抖音平台为例，其短剧业务的发展势头尤为迅猛。抖音短剧负责人王晨透露，目前抖音内部每天主动搜索短剧的用户数量翻了一倍，对短剧有付费意愿的用户提升了10倍，付费金额增长了5倍。

事实上，对于影视业而言，网络文学市场规模有非常大的提升潜力。据相关调研显示，目前各影视制作和内容平台对网络文学品类的开发仅为10%左右，仍有大量题材品类等待挖掘。

“当前，网络微短剧虽然数量庞大，但是精品还不多。整个行业正处在从野蛮生产的1.0阶段，向主流化、精品化的2.0阶段转型过程中。”在北京市广播电视局副局长王志看

来，实现网络文学与网络微短剧的双向奔赴，要坚持正确价值导向，突出思想价值引领；要聚焦精品创作提升，推动行业提质升级；要加强双向融合转化，赋能产业创新发展。行业从业者要抓住时代机遇，突破单一发展模式的局限，资源共享、互利共赢，共同实现全产业链高质量可持续发展。



对微短剧的商业模式进行了有益探索。“希望快手给予的支持可以让好的内容和好的创作者达成战略合作，最终能产生1+1>2的效应。”快手“星芒短剧”业务负责人王海月表示，创作者获利的分账模式是短剧业务发展的经济基础，平台的生态建设是上层建筑。

优酷的“扶摇计划”聚焦于提升微短剧行业的“创作力”。优酷短剧合作负责人赵悉暄表示，“扶摇计划”致力于寻找既能符合平台需求，又能符合市场要求的好内容，将优质IP与制作公司紧密结合，共同创作出有竞争力的优质作品。

突围之路 迈向精品化发展新纪元

“人局者众，出者寡”可以说是当下微短剧赛道现实写照。随着市场的持续升温，越来越多从业者入局，网络微短剧赛道竞争加剧，内容同质化、无序传播、发展受限等突出问题逐渐显现，推动创作生产更多留得下来、走得出去的微短剧，才能让此刻蓬勃发展的微短剧行业获得进一步发展的内生动力。

事实上，相关行业主管部门为给精品微短剧发展保驾护航相继推出多种政策举措。如北京市广电局从政策方面加以引导和扶持，发起“北京大视听·网络微短剧‘首亮微光’扶持计划”和“微短剧去旅行·‘短剧游北京’创作计划”，为优质微短剧项目提供内容审核、评奖评优、宣传推广等一揽子政策扶持。

对此，业界也形成共识，通过全面实施网络文学创作扶持计划，深度挖掘优质IP的潜力，意在拓宽传播渠道，提升内容影响力，引领微短剧行业迈向精品化发展的新纪元。

“短剧不‘小’，要持续在内容上赋新。”阅文集团短剧负责人杜昊表示，“高质量的内容创造背后离不开清晰的IP改编路径和平台的流量整合扶持，要优选爆款IP，挖掘精神内核，关注用户需求，守住内容底线。”同时，她透露，阅文集团将发布一系列职场类优质IP，力求在内容与题材上实现双重突破，为行业注入勃勃生机。

从“卷流量”过渡到“卷内容”，大家一致认为，行业亟须向内容精品化、主流化方向提质升级，实

现“网络文学+”新业态的高质量创新发展。

精耕细作，方能厚积薄发，文学创作者对此也有着深刻共鸣。女作家、编剧锦坤坦言，微短剧IP精品化是每一位创作者的根本诉求，唯有好的故事内核才能引起受众共鸣。“精品化和市场化并不冲突，我们曲高和寡的话可能就没法被大家看到，只有赢得市场与受众的双重认可，作品的精品化才能真正发挥它的价值。”“国有企业更应勇于承担传播优秀文化的责任，在精品剧的赛道上发挥引领和开拓作用。”南方出版传媒股份有限公司副总经理肖风华以热播网络剧《我的阿勒泰》为例，阐述了文学与影视改编之间的共生关系，“文学作品为影视改编提供了‘母本’，而优秀的影视改编则赋予了文学作品新的生命，这二者是一个互相成就的过程。”

除了坚定不移地追求IP内容的精品化及价值观的主流化导向外，从业者一致认为，微短剧行业的持续繁荣与稳健前行，离不开一个全方位、深层次的创作扶持体系作为支撑。如今，各播出平台纷纷推出相关微短剧扶持计划，助力网络文学和微短剧在多个层面达成双赢。

抖音的“辰星计划”联合全国头部媒体、影视制作机构，提出了联合出品和联合运营两套模式，为创作者提供实质性的资金与流量支持，以牵引整个行业内容品质的升级。

快手的“星芒短剧”项目推出了针对微短剧行业创作者的分账政策，

跨界融合 “微短剧+”赋能正当时

2024年1月，国家广播电视总局办公厅发布“跟着微短剧去旅行”创作计划，提出2024年要创作播出100部主题优秀微短剧，推动一批实体取景地“出圈”，营造跟着微短剧去全国各地“打卡”的新风尚。微短剧，这一新兴媒介形态，正逐步成为赋能文旅产业的重要“加速器”。

在“微短剧+文旅”的实践中，《我的归途有风》以其1.9亿次的播放量，将四川乐山的美食文化推向全国受众，为当地旅游市场注入了强劲动力。《别打扰我种田》让安徽省宁国市霞西镇这个名不见经传的小镇，一夜之间成为网红“打卡”地。改编自番茄小说IP的《你的岛屿已抵达》全程在湖南省常德市桃花源景区取景，带领受众跟着角色一同体验通往世外桃源的旅程，感受美好生活的意义。

不仅如此，“微短剧+”的张力

还延伸至品牌营销领域。通过定制微短剧内容，品牌能够以前所未有的生动与趣味，精准传达自身理念与产品特性。如韩束化妆品的成功案例便是明证，它精准瞄准抖音平台上的下沉用户群体，以“萌宠”为核心推出多部短剧，成功吸引了大量消费者的关注，完成了品牌价值的深度渗透与销量的显著增长。

在医疗与健康领域，“微短剧+”同样展现出了非凡的创新力与社会价值。首都师范大学艺术与美育研究院教授许苗苗分享道，以医疗知识、健康生活方式为主题的微短剧，不仅能够普及专业医学知识，还能在潜移默化中传递人文关怀与正能量。如深圳卫健委官方账号推出的系列微短剧，以及《我又穿越到霸总短剧里当护士了……》等作品，便是这一理念的生动实践。它们以新颖的形式吸引了广泛关注，实现了娱乐与科

普的双重效果，让微短剧成为连接公众与医疗健康的桥梁。

“微短剧之所以具有如此强大的影响力，关键在于其卓越的媒介适应性和表现力。”许苗苗进一步阐述道，“它能够从现实生活中汲取灵感，讲述贴近人心的故事，将‘微’与‘短’转化为‘强’与‘长’。在强情节与强态势的推动下，微短剧更拥有了不可忽视的长尾效应，持续影响着受众的认知与行为。”

对此，中国音像与数字出版协会副秘书长李弘也提出了自己的见解。他认为，微短剧“破圈”的关键在于跨界融合，要解决产业链价值的共通共享，实现内容价值在产业链各环节的最大化；要完善优质内容创作机制，通过大数据分析结合文化投资评价等专业技术手段，形成多模态传播矩阵，在“破圈”和跨界中找到有效的平衡。

对话

点众科技董事长陈瑞卿： 微短剧市场天花板 或将不断提升

□本报记者 李婧璇 实习生 陈周行

微短剧为何能在短时间内席卷市场，成为受众追捧的新宠？为什么受众在感叹其“土”味十足的同时，又欲罢不能？第七届中国“网络文学+”大会召开期间，北京点众科技股份有限公司董事长陈瑞卿在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时，深度剖析了微短剧行业的内在逻辑与未来发展趋势。

从源头入手丰富内容创作

作为一家以经营网络文学业务起家的公司，点众科技目前每月能稳定输出30至50部竖屏微短剧作品，拥有面向国内受众的主打付费的繁花剧场和主打免费的河马剧场两个微短剧应用程序。

陈瑞卿表示，点众科技在网文界深耕多年，积累了丰富的经验和资源。2022年9月，点众科技敏锐捕捉到了“文字视频化”的趋势，正式入局网络微短剧，充分发挥自有版权网络文学IP优势，对上百万部网络文学作品进行精准筛选与高质量视频化改造，成功创作出大量受众喜爱的微短剧作品，迅速成为微短剧行业的头部企业。

然而，随着微短剧行业的快速发展，也逐渐暴露出了一些问题。陈瑞卿坦言，早期的微短剧市场确实经历了一段“野蛮生长”时期，部分作品过分追求市场效应与眼球经济，导致作品同质化严重，其中甚至不乏低俗之作。他强调，微短剧低成本、高周转的模式吸引了大量从业者涌入，但内容开发的深度不足和数量的盲目扩张加剧了这一问题。

针对这一现状，陈瑞卿提出了自己的见解。他认为，要解决内容同质化问题，必须从源头上入手，拓展内容开发的深度与广度。“我们微短剧的主要IP几乎都来自网络文学，尽管网络文学资源丰富，但真正被开发用于微短剧改编的仅是冰山一角，尚有大量优质内容亟待挖掘，未来微短剧行业仍有巨大的发展空间。”

同时，针对行业中存在的盗版、抄袭等不规范现象，陈瑞卿也呼吁加强行业自律与监管，保护创作者权益，促进行业健康有序发展。

在“爽”的基础上摆正价值观

谈及网络微短剧在现阶段该如何“破题”时，陈瑞卿表示，要持续追求内容的精品化，让主流价值观成为整个网络文学创作的方向。“微短剧的发展之初，我们内部把它叫作‘视频故事会’，更关心的是它的故事属性、剧情属性。但现在，我们要在‘爽’的基础上把价值观摆正，要为微短剧的受众提供高质量的情绪价值。”

随着资金投入的增加，微短剧的制作成本也在不断攀升，为更高质量的制作提供了可能。“以前，十几万就可以拍一部100集的微短剧，但现在我们有了20万、50万，甚至有100万以上成本的剧了。”陈瑞卿表示，要实现网络微短剧高质量创新发展，行业亟须向内容精品化、主流化方向提质升级。

当下，点众科技自身也在不断创新与探索之中，对此，陈瑞卿介绍了该公司的多项创新实践。例如，创作紧贴热点的原创内容、投资横屏分账微短剧、推出河马剧场免费客户端产品等。这些举措不仅提升了其内容生产能力，也进一步拓宽了业务范围和增强了市场影响力。

与此同时，点众科技还在“微短剧+”板块持续深耕，探索“微短剧+文旅”“微短剧+品牌”“微短剧+医疗”等多种发展模式。陈瑞卿表示，从点众科技的实践路径可见，在保持出品效率的同时要继续深耕精品内容，与更多业界专业人士进行合作，共同探索微短剧市场的创新与发展模式。“我相信这种从上到下的结合能够产生新的内容品类，也会产生新的商业模式。”

除此之外，陈瑞卿还提到，AIGC的技术赋能也将为行业带来巨大的变革。

展望未来，陈瑞卿对微短剧行业充满信心。他表示，随着相关行业主管部门出台更加完善的审核标准和信用监管制度，加之在头部企业的引领下，企业加强行业自律与自身监管，微短剧行业将向着更高质量、更可持续发展的方向发展。

他还呼吁全体从业者共同努力，守住底线、提质创新，为受众带来更多优质内容的同时，也为从业者和创作者创造更大的价值空间。“我相信在各方的共同努力下，微短剧市场的天花板将不断被抬高。”