

# 微体量承载大情怀

## ——精品化是微短剧高质量发展的必由之路

□王禹

微短剧作为诞生于互联网时代的新兴文化业态，正以迅猛之势重塑大众娱乐版图，不仅成为备受瞩目的焦点，同时也展现出巨大的发展潜力。《2024中国微短剧产业研究报告》数据显示，2024年我国微短剧市场规模已达到504亿元，首次超过电影票房规模。预计到2027年，市场规模将进一步增长至856.5亿元。

“微短剧精品化不是选择题，而是必答题，也是行业高质量发展的必由之路和唯一出路。”在近日举行的爱奇艺“2025微短剧盛典”上，国家广播电视总局网络视听节目管理司司长冯胜勇表示，微短剧精品化之路，是把握机遇、迎接挑战的“金钥匙”，必须矢志不渝走下去，创新是密码。有创新才能有活力、有竞争力；内容始终为王，好内容才是通行证。

### 明确精品创作方向

总局一直将推动包括微短剧在内的广播电视精品创作视为重中之重，并列入每年的重点工作之中。其中，在2025年重点工作中，将“实施广播电视和网络视听精品创作工程”列为10项重点工作之首。

2024年以来，总局主动作为、主动出题，创新性地推出“跟着微短剧去旅行”创作计划，八大创作方向、四大目标，更大范围征集与推广，指明了微短剧精品创作方向。

截至2024年底，创作计划共发布162部推荐剧目，其中乡村振兴方向18部、历史文化方向20部、非遗文化方向38部、文物方向9部、国家文化公园方向5部、产业发展方向7部、城市文明方向29部、景区与生态文明方向36部……从乡村田园到城市街头、从历史深处到自然秘境、从高山到大海、从南到北，这些作品如一幅流动的文化长卷，带着浓郁的地方特色和满满的情感温度，构建出一场既好看又能“种草”的文化之旅。

旅，让跟着微短剧去全国各地“打卡”成为新时尚。

难能可贵的是，这些作品的取景地涵盖全国31个省级行政区，微短剧的创作者们以其独特视角，尽情展现各地的自然美景和人文风情，成为推动文旅发展的重要引擎。

包括《大妈的世界 贺岁篇》《金猪玉叶》《超越吧！阿娟》《我的归途有风》《师傅》《柴两人人生》等精品微短剧，展现出网络视听创作所特有的鲜活性和灵活性，以强烈的现实主义精神，回应着时代的关切。

年初，总局印发《关于实施“微短剧+”行动计划 赋能千行百业的通知》，其中明确提出，通过开展“跟着微短剧去旅行”“微短剧里看品牌”等相关创作计划，在乡村振兴、科普、非遗传承、传统文化保护、企业品牌传播等方面，打造一批艺术精湛、制作精良的优质微短剧，强化“微短剧+”赋能千行百业效应。

伴随着“微短剧+”行动计划的实施，更多的创新业态和精品之作不断涌现，这些作品在微小叙事中承载深度之思，并呈现出垂直化、专业化、类型化及规范化的创意生产特征，形成了良好的精品创作之风。

### 多平台成创作主力军

微短剧凭借赋能千行百业的优势，以及快速发展的势头，吸引众多主流平台纷纷布局微短剧赛道，同时这些平台成为微短剧精品创作的主力军。

2024年，中央广播电视总台紧抓当前微短剧发展风口，正式发布“微短剧里看中国”中央广播电视总台微短剧生态合作计划，并由央视频发起“中国精品微短剧创投融媒体行动”，成立“中国精品微短剧产业暨全屏矩阵联盟”，并计划重磅打造《CMG首届中国微短剧年度盛典》，从而形成强大创作和播出矩阵。

总台央视频以“原创+聚合”为抓手，以精品导向推动内容品质化升级。其中，上线推出“微短剧TAB”，精心筛选聚合100余部精品微短剧，引入上线了《三井胡同的夏天》《包大人，现在是2025!》《墙外桃花墙内血》等多部精品力作，让观众在享受高质量内容的同时，实现情感共鸣、文化共享、价值共通。与此同时，央视频还出品发布了《中国神话》《AI看典籍》《东坡先生赶考记》《重回永乐大典》《今人不见古时月》《归味》《澳门升起的五星红旗》《AI美猴王》《在我失意的那个跨年夜，时空裂开了》等多部原创精品微短剧，用精品之光点亮新时代大众文化生活。

在此基础上，中央广播电视总台影视剧纪录片中心与相关地方政府、互联网平台共同启动精品短剧合作计划，并通过构建“岁月流金”“唐宋风华”“热血河山”等八大系列短剧矩阵，讲述触动人心的中国故事，探索“影视+文旅+消费”的深度融合。

各级广播电视台同样将微短剧视为新的风口，纷纷下场。湖南广电把微短剧提升为集团战略，大力做强芒果TV大芒计划，升级“新风芒”，大力推动芒果短剧“星火计划”；江苏广电总台发布荔枝微短剧“潮计划”，全面布局、快速切入微短剧赛道；东方卫视电视端推出全国首个日播微短剧展播带——“品质东方微剧场”；陕西广电网络在微信平台推出小程序“西部短剧”；黑龙江广播电视台围绕文化传承、非遗项目等选题，策划推出《沉香如故》等精品微短剧项目；重庆卫视打造“跟着短剧游重庆”的核心概念，推出《嗨！新重庆之烟火星辰》精品微短剧季播计划；四川广播电视台整合台内资源，由《麻辣烫》制作团队与四川星空影视传媒共同推进“精品文旅+微短剧计划”。

与此同时，总局鼓励优秀网络视听作品进入电视大屏播出，为微短剧实现更广泛传播打下良好基础。据中国视听大数据（CVB）统计，截至2024年11月，

已有30余部微短剧在全国省级卫视播出，收视规模超5亿人次，千万级别观众规模占比48.3%，标志着微短剧正式“闯进”电视台的大屏。

### 多举措推动产业健康发展

随着行业规模不断扩大，微短剧也给其他行业发展带来新的想象空间。由中国网络视听协会发布的《2024微短剧行业生态洞察报告》显示，2024年，微短剧保持了强劲增长态势，行业直接、间接带动64.7万个就业机会，2025年就业人数将随市场规模持续增长。

在此背景下，一些地方政府以微短剧影视基地建设为切入点，出台专项扶持政策，用心培育微短剧生态，纷纷提出打造“微短剧创作之都”“全国微短剧名城”“微短剧基地”，进而转化为产业和市场优势。

2024年，北京市广播电视局发布北京大视听·网络微短剧“首亮微光”2.0扶持计划，加大微短剧精品创作扶持力度，具体扶持政策包括单部作品最高可获300万元扶持资金、重点选题专家论证“一对一”跟踪指导等，在资金扶持、流量扶持、区县协同、宣传矩阵等方面全面升级。

在2025年3月举行的第二届上海微短剧大会上，正式启动上海微短剧“繁花”计划2.0，吸引全国乃至全球的微短剧从业者“拍在上海”。同时，由澎湃新闻联合华策影视、听花岛等7家创制单位共同发布“百剧共创——精品微短剧品牌项目”，计划设立首期6000万元的启动资金池，投入价值1亿元的宣传资源，3年内孵化100部题材多样、制作精良的微短剧。

浙江省文旅厅等11个部门联合推出“浙里微光·微短剧+”创作计划，重点抓好“跟着微短剧去旅行·带你去个好地方”“跟着微短剧品美食”“微短剧+AIGC”等八项行动，拟推出100部左右具有时代特征、中国气派、浙江辨识度

的优质微短剧。

陕西省广播电视局发布《关于支持微短剧产业发展的若干措施》，提出将设立微短剧产业扶持资金，成立微短剧拍摄取景地协作联盟，为制作机构提供一站式服务。同时，启动“跟着微短剧看黄河”“跟着微短剧游文博”等八大创作计划，聚焦三秦大地悠久的历史、厚重的革命文化和鲜活的现代文化，制作具有引领作用和创新价值的重点微短剧。

重庆市推出的《重庆市推动网络影视剧高质量发展实施方案》中，计划到2027年将储备500个以上优秀网络影视剧项目，推出50部以上“渝字号”爆款网络影视剧，努力将重庆打造成全国网络影视剧创作生产高地。

2024年底，红果短剧宣布推出精品短剧“果然计划”，“投资扶持”和“精品推广”双管齐下，助力优质短剧的创作和传播；芒果TV发布“2025年精品微短剧分账合作模式”，聚焦创作者收益提升、资源扶持加码、合作模式创新，致力于为优质内容提供更大收益空间；爱奇艺上新“微剧场”和“短剧场”，不仅有1—5分钟的竖屏内容，还有单集时长5—20分钟的横屏短剧，同时推出“百部港片微剧计划”和“普法微剧万集计划”两大合作计划；腾讯在微信上线“火星短剧社”产品小程序，这是腾讯首款独立短剧产品；百度APP发布“百剧计划”和“百度百科短剧星耀计划”，旨在进一步推动优质短剧数量的快速增长……

《中国微短剧行业发展白皮书（2024）》指出，随着转型升级步入“深水区”，微短剧的内容精品化已成为行业共识，特别是“微短剧+”呈现出广阔市场，未来大有可为。

微短剧虽然体量短小，但与其他文艺形式一样承载着讲述中国故事、展现时代风貌、弘扬中国文化、关注人民心声的历史使命，如果要担负此重任，精品化是必由之路。



## 一流新型主流媒体集团 先进文化科技互联网企业



全国首批  
9个省级超高清电视频道之一  
西部唯一

四川第一 外宣平台



全国主流媒体第一方阵排头兵  
全网粉丝1.5亿+



以影视作品为载体  
以大熊猫为文化符号的国际影视文化大奖



联动央省市县四级传播资源  
赋能传播、技术、人才三大资源



全国涉藏国际传播第一梯队



首档中英双语纪实结合杂志类节目

