



## ■本期关注:《微短剧要“爽”而有度》管理提示

### 政策解读:

# 何以必要?如何有度?

□陆先高

国家广播电视总局近期发布了《微短剧要“爽”而有度》的管理提示。作为一直深度参与微短剧全流程审核评价工作的总局网络视听专家组成员,笔者认为这一提示的发出,既是对行业乱象的及时纠偏,也是微短剧向精品化、高质量发展的重要契机,对于微短剧从下沉娱乐消费向新大众文艺转型至关重要。

### 管理提示有破有立

3个“不能”与“切忌”,为快速发展的微短剧行业划出了清晰的价值红线。过去3年,微短剧市场经历了爆发式增长,“穿越”“重生”“逆袭”“复仇”等强剧情模式创造了微短剧行业单日分账千万的商业奇迹。但市场繁荣的背后,部分微短剧作品也陷入创作的“三低”陷阱——低质内容、低俗趣味、低效重复。一味求爽、百无禁忌、脱离现实的畸形发展模式,既透支了用户信任,也阻碍了行业的可持续发展。因此,管理提示的发出,可以说是行业发展瓶颈深度把脉基础上的精准开方。

提示中的3个“应当”,则进一步为微短剧内容生态从“流量狂欢”走向“价值转型”提供思路、指明路径、描绘前景。管理提示明确,微短剧创作要回归生活、回归艺术本身,是对前期发展过程中,部分微短剧作品脱离生活实际、偏离艺术规律的拨乱反正,意味着微短剧行业要在商业逻辑、流量逻辑上建立起来的一套创作模式进行纠偏和重塑,要在新的发展阶段,着力提升微短剧作品的审美和价值内涵。

### 校准创作价值坐标

行业内外都关注到,近一段时期,总局对微短剧的规范与监管举措频频“上新”,这与微短剧市场的迅速增长是适配的,也是微短剧行业进一步有序发展的必然要求。在现行“分类分层审核”制度下,由总局发出管理提示,有助于各省局在规划备案、内容审核时统一标准,有助于相关机构和平台在创作方向上形成共识。如果说此前总局部署六大创作计划,是对微短剧行业发展做方向上的正向牵引,此番“爽”而有度的管理提示,则是在行业转型升级过程中,对微短剧创作价值坐标的及时校准。

作为新兴的网络视听文艺形态,微短剧有着庞大的市场规模与高速增长的发展趋势。产业研究报告显示,2024年,我国微短剧用户规模已突破5.76亿,占网民总数的52.4%,市场规模达504.4亿元,到2027年预计将超过1000亿元。可以确定地说,内容形式多样、创作群体多元、受众群体广泛的微短剧,已经是网络视听领域一股不可忽视的力量,是新大众文艺的重要组成部分。

微短剧市场的兴起并非偶然,而是多种因素叠加的结果,其中包括互联网与移动终端的快速发展,以及媒介形态的持续迭代。在移动互联网上野生土长起来的微短剧,天然带着创作自由、传播自主、内容轻量化、主题浅显化等特征,这些特征也是微短剧能迅速打开下沉市场的原因。但这些特征中也带有一些负面因素,让微短剧常被大众诟病,比如内容层面刻意迎合人性劣根性,易滥用极端叙事和破坏性快感刺激,满足低级情绪宣泄需要;商业模式易与成瘾机制绑定,诱导式付费模式导致产业链畸形发展,不少内容成为猎奇元素拼贴而成的工业流水线产品,本质只是引流工具,称不上真正的文艺创作。

随着市场逐渐成熟,精品化发展阶段的到来对微短剧创作提出新要求。首先受众群体的文化消费需求开始凸显,从一些沿用老套路作品在市场上的折戟可以看出,大众对“狗血”“低俗”内容开始厌倦排斥,下沉市场用户对“有营养的爽感”需求正在崛起。相较于单纯的逆袭套路,大众更希望看到反映他们现实生活困境、奋斗历程的作品,更向往进行艺术的、审美的文化消费,更希望在情绪宣泄

之上,通过微短剧去感知家国情怀、朋友情义、两性情感、生活情趣,微短剧创作方再不改变,会失去观众。其次是市场自净机制也开始启动,红果剧场带来的免费商业模式,导致行业原有的充值激励机制失效,这必然倒逼创作方内容升级,否则盈利之路难以为继。然后是产业链上专业团队的纷纷下场,包括专业的影视制作机构、人员,媒体机构入局,带来微短剧内容生态方面戏剧性、文学性的强势回归,创作方再不改变,会被淘汰。

因此微短剧必须果断剔除创作基因中的负面元素,转向承担更多的社会责任和文化使命,以支撑其从下沉娱乐消费向真正的新大众文艺转型。从这一高度去理解,“爽”而有度的管理提示不仅及时,也很必要。

### 把握“有度”成为关键

首先当然是要守住底线,3个“不能”与“切忌”,是审核尺度,也是价值底线。之前《黑莲花上位手册》等渲染极端复仇的作品被下架,《大佬,你女儿被婆婆家欺负惨了》等刻意制造放大和渲染婆媳、男女矛盾,传播违反公序良俗言论的作品被处置,夸张悬浮的“霸总”题材作品被降温整治,就是前车之鉴。

其次是要融入主流。微短剧消费多数属于碎片化、私密化、个人化场景。但再个性化的文化消费,也要保持与社会价值格局共同性的统一,要表达主流情感、主流文化、主流价值观,体现人民立场、现实关怀、时代精神,传递美好与希望、思考与启迪、文明与温暖。去年大量“出圈”传播的文旅题材、乡村振兴题材作品,以及一些爆款红色题材作品,显然都遵循这样的创作价值取向。

再次是要立足现实,坚持基本常识,坚守创作逻辑,向现实要创新,到群众中找素材。人民性是微短剧的鲜明底色。大众的现实生活,天然鲜活立体、丰富多彩的,创作越贴近老百姓的真实生活,越能找到动人的故事和人物,找到各式各样有生命力的戏剧冲突。比如非遗题材微短剧《醒狮》用文化传承视角去构建青春叙事,改编自北京市“接诉即办”真实案件的微短剧《西城无小事》用一个个“接地气”的桥段诠释了社会治理温度,都为我们提供了创作范本。

文学性回归是关键突破口。去年,由知名作家李娟同名散文集改编的短剧《我的阿勒泰》一经播出,便引发社会广泛关注,市场反馈与口碑评价双双丰收,甚至还被认为一举抬高了文旅微短剧的审美天花板。虽然《我的阿勒泰》的成功有一定的不可复制性,但毫无疑问,这样一部散文化的作品,经由现实故事的充实与精致的视听语言表达,能收获如此亮眼的传播效果,让我们看到文学性对微短剧创作创新的加持可能。摒弃一味求“爽”套路后,微短剧的内容吸引力要依附何处?广袤的文学领域自是沃土。

总局以六大创作计划,为微短剧市场高质量发展、赋能千行百业提供了方向。本次的管理提示,进一步为微短剧创作供给侧改革指明可操作路径,对引导微短剧成为新大众文艺的优质作品类,保持持久健康生命力有着非常积极的意义。我们也期待,通过监管与行业多方共同发力,微短剧能逐渐成为承载大众价值选择、道德标准、审美习惯、情感共鸣的新大众文化载体。

(作者系中国新闻文化促进会副会长、国家广播电视总局网络视听专家组成员)



醒狮



五十岁婚嫁



五十岁婚嫁



桃花马上请长缨



好



恋恋小食光

### 公司回应:

# 纠偏问题!落地见效!

□本报记者 杨雯

近日,为推动微短剧提质升级,国家广播电视总局网络视听司再度发布《微短剧要“爽”而有度》的管理提示。这已经是短短半年以来,总局针对微短剧发布的第五个管理提示,从中老年题材、“霸总”题材、AI魔改、剧本审核,到此次的“爽”而有度,总局正牵引着微短剧行业走上一条兼具社会价值与市场活力的高质量发展路径。

《中国新闻出版广电报》记者此次采访了4家微短剧内容创作公司:北京点众科技股份有限公司、西安曲江影视投资(集团)有限公司、苏州广播电视总台、北京深蓝枫景文化创意有限公司,他们的出发点不一——或是先行试水者,或是成功转型者,或是跃跃欲试者,但是终点却指向同一处:为观众带来更多优质的作品,为文化产业发展注入新的活力。

### 重新标定创作边界

“总局此次提出的‘爽’而有度要求,核心在于平衡短剧的娱乐性与社会价值。我们认为,‘爽感’是用户情绪需求的直接体现,但不能以牺牲逻辑、常识和价值观为代价。”点众科技负责人的观点,折射出行业对创作理念的深刻反思。过去,部分微短剧为追求流量,陷入“龙王归来”“豪门虐恋”等悬浮剧情套路。如今,在总局的引导下,行业已经不约而同地展开创作边界的重新校准,创作重心逐步转向现实生活逻辑与社会关怀的结合。

点众科技如今主要通过三方面的改变来构建新型创作坐标系:一是题材下沉,如《西城无小事》以北京市西城区基层治理的真实案例为原型,通过“接诉即办”展现普通人生活;二是叙事升级,减少“15秒一次反转”的机械节奏,转而通过情感递进和人物成长构建“爽感”;三是价值观引导,如刘晓庆新剧《萌宝助攻:五十岁婚嫁》中通过女主婚姻经历探讨物质与精神的平衡,避免低俗婚恋观。

作为主流媒体人局微短剧的一员,苏州广播电视总台党委书记、台长,苏州广电传媒集团董事长沈玲对总局管理提示的理解是,微短剧要进一步遵循以人民为中心、追求真善美的创作原则。“这两年,总局陆续发布的管理提示使得整个网络视听行业发生了极为明显的变化,最为关键的变化是对微短剧内容精品化的追求,正像文艺大众化随着时代社会的进步呈现出新的内涵和外延,‘真善美’在微短剧创作上也具有了新的内涵、层次和肌理。”

沈玲认为,微短剧首先应该具备“真实的力量”。“以细节真实达成叙事真实,从而营造出整个故事的真实质感,唤起情感共鸣,微短剧才能打动最广泛的人群。”

“爽”而有度并非否定微短剧的“爽感”特质,而是强调在满足观众情感需求的同时,需遵循文艺创作规律,回归现实逻辑与主流价值。”西安曲江影视投资(集团)有限公司副总经理李双认为,这一要求既是对当前行业问题的纠偏,也是对微短剧高质量发展的方向性指引。由此行业变化的核心在于内容精品化、资源集中化、跨界融合化等。从业者需在政策框架内寻找创新空间,通过提升质量、拓展题材和跨界合作实现可持续发展。

总局的管理提示也给了新人局者更多启示。在带领公司向微短剧进军的过程中,深蓝枫景创始人殊晓岚仔细研读了总局的各项规定。“虽然我们本来也没考虑做‘霸总’题材,但是总局的管理提示下发后,促使我们更好地优化了产品布局,提升了作品的表达深度。”殊晓岚介绍,比如公司正在推进的24集横屏微短剧《五棵白杨树》,将以奇幻喜剧的方式折射乡村蝶变,既表现创业者群体积极进取的精神状态,又描绘乡村振兴和人工智能等的发展图景。

### 爆款密码蕴藏其中

经过这两年的摸索,点众科技、曲江影视、苏州广电都已经手握多部“响当当”“立得住”的作品,在一部又一部作品的打磨中,背后的爆款逻辑逐渐显现——比如从“强反转”到“强共鸣”的转变。而这,

也与总局的现行导向不谋而合。

《桃花马上请长缨》《这世间如你所愿》《那年夏天外婆的海》……虽然代表作频出,可是点众科技负责人表示,目前还是无法完全捉摸到爆款的诞生密码。但是经过反复验证,还是总结出了一些经验,比如“在一、二线人群的‘破圈’过程中,需降低对情绪过度拉扯的依赖,避免过度反智,从简单的爽文爽感,逐渐过渡到人物情感共鸣和共情,注重故事逻辑和人物关系合理性,以这样的模式生产,有机会产生更多爆款作品。”

在《一梦枕星河》《面若桃花》等优质作品的带动下,2024年,苏州台微短剧产值突破了2000万元。沈玲发现,当前行业正经历从“流量驱动”到“价值驱动”的转型,因此爆款作品更多地体现专业规律,不再局限于情节的戏剧性反转,而是通过精品化、大众化、特色化构建更深层次的用户共鸣。其中,精品化即指内容从“甜宠逆袭”转向社会价值导向的文旅融合、乡村振兴、非遗传承等现实题材;大众化即指用户从“女性主导”转向“全民覆盖”,形成更加多元化和包容性的观众基础;特色化即指突出地域性、彰显时代性,锚定一座城、一个人、一个故事在时空交汇处的坐标点,就能使人物和故事成为具有文学典型性的“这一个”。

曲江影视推出的《恋恋小食光》主题定位为文化赋能与心灵共鸣,以“美食+情感”传递文化治愈力。该剧以陕西美食为载体,展现三秦大地的饮食文化与人文景观,同时映射当代年轻人对自我成长、亲情与友情的思考。在《恋恋小食光》大获成功后,李双更加坚定了自己的判断:未来的爆款可能会更注重情感共鸣,“结合真实感、社会议题、互动性,并利用技术手段提升体验。”

### 内容难题破解实验

所谓知易行难,爆款密码虽然不那么确定,行业共同的难题却是清晰明了——如何在有限的篇幅内,创造出既有深度又有吸引力的内容。

“这需要创作者在剧本创作、角色塑造、画面表现等多方面都达到较高水平。”点众科技负责人表示,总局给予了方向指引,而具体实现路径需要各位创作者在实践中一一摸索。对此,点众科技通过加强剧本筛选机制,实行剧本赛马制度,让优秀的剧本脱颖而出;同时,加大在制作团队建设和人才培养方面的投入,提高整体创作水平。此外,注重与优秀的导演、编剧、演员等合作,借助他们的专业能力和经验,提升作品质量。

这道题在苏州台这里则是“难上加难”。“影视剧产品对于一个城市台而言,并不是常态产品类型,特别是编剧、导演、服化道这些专业工种,人才是比较缺乏的。”沈玲说,在具体创作上,苏州台探索“多点开花”和“重点突破”协同作战方式,目前已规划《我是苏非非II》《几回昆梦与君同》《去温暖的地方》《新才子次元传奇》《AI民间传说故事》《来尔公司发家记》《“报”复吧!青春》等重点微短剧。“我们秉持成长比成功更重要的态度,边探索边学习,努力干一件,成一件。”

长期来看,通过提升内容门槛、拓宽产业边界、重塑社会认知,将推动微短剧从“流量快消品”升级为“文化新载体”,成为主流视听生态的重要组成部分。而当政策引导与创作自觉共振,相信这场由监管引发的行业变革,很快会落地生根,并开出最美的花。

