

“微”观察

微短剧:从“内容新物种”向“文化新载体”演变

□本报记者 张君成

随着数字技术、社交平台与用户观看习惯的加速变迁,中国影视行业正在迎来新一轮结构性转型。其中,以“短、快、精”为特征的微短剧迅速“破圈”,成为内容产业增长最快、热度最高的领域之一。在国家广播电视总局出台规范政策、多个主流平台发力布局、内容公司积极探索的共同推动下,2024年微短剧元年。

在此背景下,第二届上海微短剧大会近日在沪举办,来自高校、平台、制作机构以及国际同行的嘉宾围绕“内容创新、精品化路径、技术赋能、文化出海”等议题展开深入交流,展现出微短剧产业日益蓬勃的现实面貌和未来潜能。

精品内容生态升级

微短剧有多火?可以看一组数据:2024年中国微短剧市场规模突破500亿元,用户规模达到6亿,成为全球市场的领军力量。上海微短剧行业产值达70亿元,去年出品近2000部微短剧,平台共上新约3万部。今年,上海计划继续统筹设立约5000万元微短剧扶持资金。

随着技术与平台介入,微短剧制作呈现高度工业化趋势,核心竞争力日益显现。腾讯在线视频影视内容制作部副总经理李喆介绍,腾讯视频依托多年横屏短剧创作经验,已形成“横竖互促”的微短剧内容矩阵,未来将通过“生态焕新、内容出新、融合向新”三大策略推动微短剧高质量

量发展。

“我们不仅验证了‘横竖互促’模式的长期可行性,也实现了精品内容生态的全面升级。”李喆表示,精品微短剧的发展不仅是内容创意的竞争,也离不开平台的产品能力、分发机制和技术支持。“例如在春节档热播的《今人不见古时月》《师父》《反诈风暴》等作品,均实现了内容价值与社会影响力的双重突破。”

华策影视集团总裁傅斌星从传统影视公司转型的角度指出:“微短剧不是长剧的对立面,而是相互融合、生态共生的新路径。”傅斌星表示,长剧的沉浸叙事与微短剧的爆发表达应形成“文火温养+武火燎原”的互补格局。“长剧守匠心,讲情怀;微短剧追效率,讲情绪。只有两者共生,才能真正打通IP的多形态、全链条运营。”

作为平台方代表,抖音精品短剧负责人钱立立发现,“精品微短剧要做到雅俗共赏,真正打动用户。正向的情绪价值、经典的故事结构、社会的共鸣议题,是爆款作品的核心三要素。”她指出,春节档热播剧《家人们》《妻子的春节》《河豚小姐》均以现实议题切入,展现了家庭、亲情、性别关系中的情感细腻度,引发了用户的高度共鸣与讨论。

“当创作者看见用户,用户也会看见创作者。”钱立立强调,抖音将在平台策略上强化用户的“追剧感”,优化内容推荐系统,实现“平台托管+创作者自由”模式,为微短剧行业持续注入活力。

中国故事连接世界

从“内容新物种”到“文化新载体”,微短剧正处于从快节奏流量赛道走向高质量精品表达的重要转折点。借力平台推动、技术赋能、内容深耕与全球布局,这一全新内容形态正在重塑中国影视产业的版图,也为中国文化在全球舞台赢得更多关注与尊重。

据嘉兴九州文化传媒有限公司联席首席执行官仲佳奇介绍,九州文化目前已形成“国内剧本创作+全球分发运营”的模式,在国内建设稳定的制作体系,通过自有平台ShortMax与99TV覆盖全球240多个国家和地区,实现微短剧出海。“海外微短剧年市场规模预计可达40亿美元,两年内有望增长至400亿美元。”仲佳奇表示,“AI工具的应用,让我们能在40至50天内完成从剧本到上线的全部制作流程,效率大大提升。”

仲佳奇透露,九州文化正在加快“IP衍生+国际化”进程,推出如《庆余年之帝王业》《昭世录》等IP延展剧集,并与日本朝日TV联合出品《大富豪的孙女》等本土化剧集,实现本土情感和中国叙事的融合。“我们相信微短剧是文化出海的重要形式,也是激发IP价值的一站。”

傅斌星介绍,华策影视集团已着手开发如《资治通鉴》经典IP微短剧、“去有风的地方”系列衍生微短剧,并运用自研AI大模型“有风”和“国色”赋能剧本评估、内容翻译与多语言

输出,为微短剧全球化提供技术支持。“文化出海要从好内容出发,微短剧将成为中国故事连接世界的有效路径。”

再短不能短创作

微短剧虽短,但创作意识不容忽视。“微短剧是电影、电视剧的革新,它为适应现代社会碎片化的生活方式提供了新的创作路径。”上海戏剧学院党委副书记、院长黄昌勇认为,微短剧的“微”与“短”并不意味着降低艺术水准,反而对“剧”这一核心特征提出了更高的艺术性要求。

黄昌勇进一步指出,微短剧的兴起源自网络广告演进,而从短视频到微短剧的转变,实则是视频艺术形式的高度融合与升级。他强调,微短剧不是短视频的再包装,而是具有独立创作逻辑的艺术形式,需要业界系统研究其叙事机制、艺术规律和审美特征。“微短剧的本质特征在于其‘剧’字,尽管时间短,但它必须具备剧集的艺术性与叙事性。”

简而言之,微短剧创作对从业者提出更高的要求。黄昌勇表示,短视频倾向于短时长、创作周期短,往往专注于单一情节或搞笑元素,而微短剧则是将电影和电视剧的艺术特质与短视频的便捷性相结合,形成了一种全新的创作方式。他说:“对于微短剧的创作而言,如何在有限的时间内提供丰富的情感体验,通过精简的叙事最大化地传递情感与思想,是创作者面临的巨大挑战。”



《燃罪》:以火为镜鉴人性

□本报记者 齐雅文

由爱奇艺出品,爱奇艺桃乐奇工作室打造,中视同成、紫均影业、慈文传媒、撑伞影视联合出品的《燃罪》正在爱奇艺热播。作为国内首部聚焦火灾调查员的电视剧,该剧自开播以来便引发了广泛关注。剧集以落地写实的手法细腻展现了火调员、法医、刑警三种不同职业的工作模式及通力协作状态,通过单元探索与主线交织的叙事,将火场废墟中的真相与人性的挣扎层层剥开,不仅展现了火调员这一冷门职业,更以高能案件为切口,探讨了火与罪、真相与人性之间的复杂关系,在潜移默化的科普中呈现了社会性思考。

冷门职业与硬核叙事碰撞

不同于传统刑侦剧中警察、法医的常规视角,《燃罪》首次将镜头对准火调员——这群在灰烬中寻找真相的“火场侦探”。剧中,张云龙饰演的消防火调员许同生,因父母死于一场蹊跷火灾,执意投身火调行业,誓要揭开旧案谜团。他与法医靳椿(蔡文静饰)、刑侦副大队长沈野(代旭饰)为应对重大火灾案件建立快速反应机制,组成了联合调查小组,以专业视角破解多起火灾背后的罪与罚。

《燃罪》的亮点之一,在于其对火调员、法医、刑警职业特性的深度刻画,使得剧集专业性真实感并重。在前10集中,剧集通过大量细节还原火调工作的严谨流程:从显微镜分析电线熔珠判断起火方式,到三维建模还原火势蔓延路径;从化学残留物检测判断助燃剂类型,到声音波段分析锁定现场情况。如在“双生子汽车爆炸案”中,许同生通过模拟系统,模拟出助燃剂泼洒的位置、方式和角度,对比事故车内实际助燃过的蔓延痕迹以及斑点情况,推断车内曾有第三人存在。这些硬核技术手段的呈现,既凸显了职业特性,也让观众得以窥见火灾调查的科学性与复杂性。

为了尽可能真实呈现,主创团队在拍摄前期就做了大量的准备工作,收集了诸多火灾案件资料,得到江苏省消防救援总队的全程指导,江苏省内消防火调专业人员提供技术支持,从剧本创作到拍摄制作均在专家指导下完成。同时,为了还原真实的火场状态,创作团队反复研究真实火灾案例,分析不同火源、助燃物、燃烧物所造成的火场特征,精心设计每一个场景的布局和细节,为剧集质量打下了坚实的基础。

单元案件与主线交织

《燃罪》在设计叙事结构上可谓匠心独运,采用了“单元案件+主线交织”的形式,每个单元案件既独立成章,又与主线剧情紧密相连。在前10集中,平均每3集就破解了一个独立案件,节奏紧凑又层次分明,层层递进的氛围营造带给了观众沉浸式的观剧体验。

剧集源于现实,也落于现实,剧中火场的背后其实是社会的隐喻。在“预环炸弹挟持案”中,女记者因调查企业黑幕遭灭口威胁,以命护证据的悲壮映射舆论监督的困境;在“直播爆炸案”中,以家暴受害者的挣扎与反抗,探讨亲密关系中的暴力循环,面对暴力不要沉默等议题。而贯穿全剧的主线——许同生父母的死亡真相,始终萦绕在许同生和观众心中。随着调查深入,韩氏集团的黑幕逐渐浮出水面,也让案件更加扑朔迷离。这种单元与主线双重交织的形式,既保持了单集观剧的爽感,又通过长线伏笔强化了剧集的厚重感。

同时,消防知识科普融入剧情之中,进一步增强了剧集的现实意义。剧中穿插了电动车电池爆炸、燃气泄漏自救等实用场景,警示观众日常消防隐患。这种叙事方式既服务于剧情推进,又传递了公共安全意识,实现了艺术性与社会价值的双重提升。

《燃罪》以其独特的题材创新与扎实的叙事手法,不仅填补了国产剧对于火调员的类型空白,更通过火灾这一极端场景,照见了人性的光明与幽暗。正如剧中所言:“只要做过,就会留下痕迹,就算被火烧过,也一样。”该剧通过一场场火灾案件,让观众看到了真相的重量,也感受到了正义与坚守的力量。剧集以火为鉴,为观众照亮现实与理想的交界,看见了对职业、人性与社会的深刻思考,亦为类型剧集市场注入了新鲜活力。

爱奇艺“升维”微短剧

长短都好看,横竖皆精彩

□本报记者 杨曼

微短剧,这一诞生于高速无线互联网和智能手机交互时代的视频形态,正以惊人的速度重塑影视行业的格局。而作为长视频平台积极“拥抱”微短剧的代表,爱奇艺在内容开发、制作整合上的经验和优势,为微短剧精品化打开想象空间。

近日,在江苏苏州举办的“爱奇艺荧光之夜——2025微短剧盛典”上,爱奇艺创始人兼首席执行官龚宇回顾了微短剧在过去一年中的蓬勃生长,并以前瞻性的战略布局,为这一新兴赛道提供了“爱奇艺方案”。

分类发展,“短”“微”双轨并行

整个微短剧赛道,爱奇艺是首个将短剧、微剧分类命名,并制定针对性策略发展的平台。

根据分类规则,爱奇艺将每集时长5分钟以内、以竖屏为主的微短剧简称“微剧”,把每集时长5—20分钟、以横屏为主的微短剧简称“短剧”。“这对于创作者的赛道分流、行业的商业模式进化以及管理部门的分类指导,都具有很好的借鉴意义,希望进一步探索实践。”国家广播电视总局网络视听节目管理司司长冯胜勇在当天的致辞中充分肯定了爱奇艺的分类探索价值。

根据现场发布的数据,爱奇艺以分类发展方法切入微短剧赛道的努力,在短短几个月间就取得了突出成绩。

自2024年11月批量化上线微短剧以

来,爱奇艺已经取得了可观的成绩:微剧频道(不含短剧)已成为第三大频道,仅次于长剧、电影。微剧频道目前已上线超万部作品,与业内头部微剧平台规模相当,且已覆盖了市场上95%的头部微剧创作者。

短剧方面,爱奇艺也迎来了爆发性增长。在2024年全行业短剧上线395部,与2023年基本持平的情况下,爱奇艺上线短剧的数量从2023年的16部增至2024年的56部,是2023年3倍多。2024年全行业有效播放量排名前五的作品中,爱奇艺的《原罪》《侯府夫人不好当》《孔雀圣史请动心》分列第一、四、五位,其中《原罪》的票房突破了3000万元,成为2024年全网短剧TOP1。

爱奇艺现场发布了47部全新微短剧片单,其中微剧片单有《藏峰之醒狮少女》《春风戏纸鸢》《深究》《他是人间理想》《陛下,臣的真心藏不住》等,涵盖青春、奇幻、古装、甜宠等年轻化内容,短剧片单有《大王别慌张2》《少爷和我2》《原罪2:无光角落》等热门IP系列的续作,以及《朱雀堂》《这个夏天结束前》《真相大白》等多元化精品。

源头给水,计划密集启动

微短剧的早期发展曾被“野蛮生长”所定义。单靠付费模式下,创作者往往追求短时间内抓住用户眼球,导致

剧情设计过于碎片化,甚至充斥低俗内容。然而,龚宇明确指出:“我们要继续提升作品的审美品位、价值内涵,当观众邂逅了至美的艺术体现,体会到作品的余韵悠长,就会对低级趣味的审美庸俗化的表达产生抵触和疏离。我们要在主流价值的表达上深度挖掘,在充满张力的剧情里完成对社会主流价值观的宣扬,用良币驱逐劣币。”这不仅是对微短剧内容升级的呼吁,更是对行业未来发展发展的期许。

爱奇艺的战略清晰可见。自2024年11月大规模上线微短剧内容以来,平台通过丰富内容库和推动精品化创作,逐步满足观众对“即时化、轻量化娱乐需求”和“沉浸式、深度化情感体验”的双重期待。爱奇艺高级副总裁杨海涛进一步阐述了平台的精品化策略:通过建立完善的内容生态,在控制自制比例的同时,以“小比例投资、分成、保底分成”等合作模式,鼓励创作者打造多元化、高品质的作品。

盛典现场,爱奇艺发布了新的合作计划,比如精品微剧千部计划、精品短剧百部计划、百部港片微剧计划、普法微剧万集计划等。

值得一提的是,爱奇艺并未将微短剧与长剧对立,而是致力于构建“长加短”的内容生态。龚宇说:“无论长短,我们希望观众都能在爱奇艺看到非常喜欢的好内容。”这种策略不仅拓宽了用户的选择空间,也为微短剧的题材拓展提供了可能。

虚拟与现实交响,谱写传统艺术新篇章

□张小雨

在数字技术与文化产业深度融合的当下,网络视听平台正成为丰富演艺行业格局的核心力量之一。抖音直播间内,从非遗木偶戏惊艳绽放,到“天下第一团”非遗直播周百花齐放,直播平台不仅打破了传统演艺的时空限制,更通过技术创新与模式变革,为传统文化传承注入新动能,为青年人开辟了前所未有的发展空间。

传统演艺行业长期存在的“金字塔式”人才结构,使得大量青年人尤其是青年演员面临登台难、曝光少的困境。网络视听平台的出现彻底改变了这一局面。以抖音为例,2024年该平台传统表演艺术类直播场次突破1.01亿场,同比增长34%,其中220余家文艺院团的3446名演员完成23万场线上演出。这

种“零门槛”的展示机制,让青年演员得以跨越剧场围墙,直接触达数亿观众。

福建提线木偶戏演员蔡冬梅的转型颇具代表性。通过抖音直播,她将濒危的“丰收木偶戏”以动态短视频形式呈现,单条视频播放量突破千万,百万粉丝中,“90后”占比达65%。这种“线上练兵—线下开花”的模式,使以青年演员为代表的年轻人既能积累实战经验,又能通过粉丝反馈优化表演风格。正如全国政协委员吴文科所言,直播平台让青年演员成为文化传播的“轻骑兵”,在虚拟与现实的交织中实现艺术价值与社会价值的双向提升。

网络视听平台的技术优势正在改写传统文化传播的基因图谱。2023年

抖音“天下第一团”非遗直播周期间,70部濒危戏曲作品通过多机位高清直播,吸引6420万观众在线观看,弹幕互动量超百万条。这种沉浸式体验不仅让《牡丹亭》《白蛇传》等经典剧目焕发新生,更培育出“云观众”这一新兴群体。数据显示,观看直播后选择线下观演的用户同比增长47%,不仅形成了线上线下融合的文化消费闭环,也解决了传统艺术受众单一、年龄偏大和变现难的问题。

吴文科认为,传统文化演艺团体借助直播解决了场地设备限制、演出频次、观众覆盖的问题,在既有的市场规模之外开拓了新的线上市场。大众通过直播,看到了更多传统文化优质内容,唤醒了大众爱好传统文化的热

情,为文化产业扩大了受众群体,有利于拉动传统文化相关产业发展及就业。直播平台的传统文化浪潮,标志着行业正从单纯的内容搬运向文化价值生产体系全面升级。

在技术与艺术的深度融合中,网络视听平台也在重塑文化生态的底层逻辑。抖音推出的“非遗合伙人”计划,通过“直播+电商”的双轨收益模式,使陕北说书艺人张树武的年收入增长30倍,带动200余名民间艺人入驻平台。传统文化掀起观看热潮,这不仅是传播渠道的革新,更是文化生产范式的颠覆性变革。这些创新实践证明,直播平台正成为培育文化“新物种”的沃土,在虚拟与现实的交响中,谱写传统艺术的时代新篇章。