

观察

微短剧开辟内容经济新范式

□本报记者 常湘萍

中国智能电视累计激活终端突破4.22亿台，渗透84%的网民，大屏用户OTT日均点播时长达230分钟，是手机长视频观看时长的两倍多，85%的年轻人将智能大屏作为家庭主要娱乐阵地……在第三十一届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN2025）的融媒体与微短剧创新发展论坛上，《跨界破局全域增长：2024中国家庭智能大屏行业发展白皮书》里的一组组数据发人深省。

在大屏“存量时代”，通过场景创新与体验升级，微短剧不仅为大屏端带来流量增量，更释放出单一用户的多维价值增量，为视听产业带来新机会、新增长。

实现跨屏共振

过去10年，内容产业经历了从单向传播到算法驱动、从长叙事到碎片化、从技术依附到价值穿透的深层变革，并日益成为跨越技术周期与文化壁垒的核心资产。

之于网络视频，从被动接收到兴趣推荐，人性化叙事正穿透技术壁垒。北京勾正数据科技有限公司董事长兼首席执行官喻亮星认为，这是内容形态的裂变，从长视频到微短剧的“时间压缩革命”；其次，这是推荐系统的进化，从“人找内容”到“内容懂人”；再次，这是内容价值的穿透力，人性化叙事和技术周期的博弈。当技术狂潮退去，唯有“人性洞察+文化沉淀”的内容能穿透周期，成为数字时代的“文明硬盘”。

基于媒体的拓展渠道，加上微短剧的创新内容，是流量时代注意力争夺的破局之道。在北京勾正数据科技有限公司高级副总裁姜岚看来，微短剧以小成本、大流量，提供了一种可“以小博大”、高效的内容经济新范式。

“作为金牌盟方，百视通通过构建微短剧平台，在横屏的经典剧和竖屏的

快乐剧之间进行连接和沟通。”百视通市场创新部总经理、微短剧项目主理人谭赞介绍，百视通微短剧在小屏端，通过小程序DEMO快速进场；在大屏端，给部分有需求的驻地提供并上线内容；在中屏端，结合大小屏的情况和中屏的特点提供内容的同时，进一步再做匹配的产品规划。

“微短剧产业链还可以进一步发挥价值。”姜岚说，如打通付费点播、广告植入、品效协同，为广电机构构建可持续的内容盈利模型等。

“微短剧要兼顾品牌建设与效果转化，可全面促进品牌增长。”青岛大家兴旺文化传媒有限公司制片人、导演、演员沈畅认为，目前内容制作领域模式正在发生变化，短剧营销从植入到定制再到自制，玩法持续进化。

“以《家外家外》为代表的精品微短剧，通过‘内容IP共享+全域生态联动’实现了商业模式的创新。”喻亮星说，其与长短视频平台合作，通过“免费+广告、会员付费、付费点播”实现“一鱼三吃”。其核心在于将优质IP内容作为流量中枢，结合多平台分发与多元化变现策略，形成对抗注意力碎片化的解决方案。

打破“围墙花园”

“微短剧创作与长视频影视作品创作有较多相似点，在内容偏好、地域文化、宣发策略上是有共性的。”姜岚认为，制作什么样的微短剧作品，以及分发给什么样的观众尤为重要。

“我们与勾正科技共建的短剧跨屏同源统计工具，可帮助客户实现对短剧投资和其他品牌投资、电商投资统一的测量。”阳狮集团EDGE北京总经理苏永刚表示，通过持续优化同源样本库构建，可以为媒介投资决策提供更精准、更可靠的数据支持。

数见咨询创始人兼首席策略咨询方军介绍，同源大数据平台能够打破“围



墙花园”，真实地看到不同的消费者在不同时间段、不同媒体真实的广告触达频次，评估每个品牌营销计划的真实跨平台触达效果。

解码用户需求，大屏端成微短剧价值重塑关键战场。湖南卫视的“大芒剧场”与东方卫视的“品质东方·微剧场”，分别通过固定栏目化播出模式，覆盖了晚间黄金时段。喻亮星认为，微短剧“上星”打破了其局限于小屏的刻板印象，使得大屏收视提振，形成了传统电视的注意力增量，为传统电视台注入新活力。而微短剧也催生了超级APP与垂直生态崛起，红果免费短剧平台的用户规模实现了爆发式增长，16个月实现了月活跃用户数量从0到1.6亿的突破。

微短剧通过情绪价值锚定用户需求，大屏“破圈”拓展场景边界，超级APP重构流量入口，正在成为内容产业的新增长极。例如微短剧《午后玫瑰》在东方卫视播出后受到广泛欢迎，其中，大屏端24—40岁人群占比71.5%，小屏端15—24岁以及40岁以上两代人群占比62%，实现了跨屏共振、人群互

补、价值叠加。

赋能千行百业

当前，微短剧持续赋能千行百业，在纾解情绪、文化旅游、公益传播、品牌塑造、乡村振兴等领域发挥了独特作用。国家广播电视总局实施“微短剧+”行动计划，推动短剧与文旅、教育、电商等多领域融合，构建“创作—传播—消费”全链路产业生态。

从“顶层设计”到“牵引落地”，微短剧行业政策产业协同，治理优化与跨界融合激活商业潜能，通过“微短剧+”赋能千行百业。在喻亮星看来，通过内容赋能、技术融合、资金支持，“微短剧+文旅”带动旅游收入，提振了文旅新消费。微短剧《我在尔滨很嗨皮》总播放量达1.07亿次，总互动量达23万+，带动了当地生活、美食消费、住宿旅游，实现了“微短剧+品牌+文旅”的三方共赢。

从国际传播与合作拓展方面看，我国微短剧在东南亚已从“流量扩张”转向“生态深耕”，通过技术赋能与技术创新，逐步构建“内容生产—本地化运营—商业变现”的完整产业链。

近年来，云南利用地理优势，在国际传播的实践中，着力构建起“平台+内容+生态”的融合发展模式。“2024年，柬埔寨数字电视有限公司启动了‘Cambio Film’短剧项目。”云南无线数字电视文化传媒股份有限公司副董事长段蕊介绍，长城汽车、少林寺、柬埔寨理工大学、西哈努克工业园区等企业客户已购买公司短视频服务，并将成为首批短剧的赞助商及广告植入合作对象。

网络微短剧以“微短剧+”模式，深度融合赋能千行百业。其正从单一娱乐产品升级为跨界资源整合载体，通过政策、技术、资本的多维联动，构建起“内容生产—产业融合—价值反哺”的共融生态，打造跨界融合新范式，成为驱动实体经济增长与文化出海的新引擎。

爱奇艺全力向“短”

□本报记者 杨雯

“短”！4月23日，在2025爱奇艺世界·大会开幕式上，爱奇艺首席内容官王晓晖称，这将会是今年影视行业唯一的关键词。具体而言，就是“微短剧时长短、长剧集数短、电影占用时间短”。

为何如此？爱奇艺创始人、首席执行官龚宇援引了一项数据或许能说明一些问题，“全球用户的注意力时长从10年前的2分钟锐减到现在的40秒。用户习惯倍速看剧，过去影视剧可以花3集铺垫，但现在铺垫30分钟，观众就都没了。假设一部剧是40集，能够从第一集看到最后一集的用户只有约20%。”一系列市场变化倒逼平台必须改变，作为长视频平台的爱奇艺，如今正以前所未有的力度拥抱“短”。

微剧是重要增量

在内容创作领域，切入微短剧市场是爱奇艺今年的重要举措。据介绍，爱奇艺极速版APP将更名为爱奇艺微短剧，推进以微剧内容为主的产品转型，并通过“精品微剧千部计划”“百部港片微剧计划”“普法微剧万集计划”等，为用户源源不断供应精彩微剧。短剧领域，爱奇艺将推出“短剧大剧计划”，《灵魂摆渡》《唐朝诡事录》等爆款IP均将推出短剧作品。

不过，龚宇强调，对于爱奇艺，微剧是增量内容，“不代表爱奇艺不做长剧了”。他观察到，目前整个市场的剧集、电影立项开机都减少了，但是这样是不对的。“从爱奇艺的角度来讲，不是减项目、减预算，而是逐渐合理地加项目、加预算。”总体而言，集数要减、时长要减，但是项目数要增加，总预算要增加。

王晓晖进一步阐释道，当前观众既有“简单爽”的情绪需求，也有关于“生命意义”的精神追求。用户的双重需求，促使当下的内容创作需要“长与短”“解构与建构”两手抓，以丰富多样的内容满足用户生活陪伴，以高质量作品回应用户精神价值诉求。

根据爱奇艺发布的2025年度片单显示，迷雾剧场、恋恋剧场、小逗剧场、大家剧场、微尘剧场均有众多优质项目储备，五大剧场外还有丰富的多类型新作即将推出。电影方面，爱奇艺将通过“燎原计划”和“爆前计划”投入资金和资源，让更多年轻导演、编剧、演员参与到创作中来。

AI赋能长剧“短看”

爱奇艺对“短”的极致追求，也体现在用户体验的创新上。未来，长剧“短看”将在AI技术赋能下实现。

会上，龚宇介绍了“速看”“跳看”“桃豆”“智能制作”等新功能。尤其是“跳看”的推出，非常具有颠覆性。这一功能是利用AI技术介入观看过程，只要用户上下滑动屏幕，便可以跳过内容中不感兴趣的部分，直接进入下一段精彩内容。

这一功能乍听并不是太新鲜，毕竟现在各平台都有倍速和拖动进度条等手段，可以实现快速观看。对此，爱奇艺基础架构与智能分发事业群总裁刘文峰解释道，“跳看”功能最“神奇”的一点是，AI将对情节进行更准确的识别，精准选择精彩点，让用户划动时不会错过精彩内容。

在刘文峰看来，如何在每个屏幕上都能牢牢抓住用户，已经成为这个时代内容创作者必须要面对的问题。“从长远看，随着越来越多用户的真实观看行为被‘喂’给AI模型，不断优化精彩点的识别结果，不同的用户可能使用‘跳看’，看到的内容也将更符合他的观影趣味，用户的反馈最终会影响到创作者。”

“跳看”功能的推出，势必会在行业产生很大的影响。龚宇自己用了“细思极恐”来形容，“听着挺不好的，创作者们辛辛苦苦创作的很多内容怎么就跳过去了？”但是龚宇更愿意相信客观事实，“如果作品好，用户不会1.2倍速、2倍速跳过去的，这个功能也就‘白费’了。”

提升行业周转率

同时，“短”内容的商业模式也正在探索之中。

龚宇发现，当前大部分行业资金一年周转几次，而影视行业一个项目几年才周转一次。其中，工业化程度低是一个很重要的原因。而微剧等“短”内容，可以通过改变规则等缩短周转时间，大大提升工业化水平。

比如，可以把微剧的剧本开发和制作“解绑”，待到剧本评审过了，再用剧本去招标制作公司。“简单的一个变化，导致效率提高了很多。”不过，龚宇也提醒，微剧的艺术性弱可以这么做，艺术性强的可能不适合。“什么样的作品，适合什么样的分工，或者能做到什么样的程度，需要摸索。”

此外，大会召开当天，爱奇艺宣布正式进军内容电商，通过将短视频内容与商品销售相结合，充分发挥爱奇艺在IP、内容、艺人明星、会员等方面的资源优势，打开了会员、广告等方式之外，一条新的变现通道。

由此可见，爱奇艺全力押注“短”，并非仅仅指时长上的缩减，更代表着爱奇艺在内容创作、产品体验以及用户触达方式上的全面革新，以更精的内容，抓住用户日益流失的注意力。

《我的后半生》：

“奇葩”喜剧透视真实生活

□刘淑欣

电视剧《我的后半生》改编自王蒙的小说《奇葩奇葩到处是》，通过高度浓缩的戏剧冲突，用强戏剧化的叙事展现老年婚恋的多元困境，唤醒观众对老年群体的情感需求与生存处境的关注。该剧以喜剧外壳包裹严肃内核，在荒诞叙事中透露出生活的真实底色，照见老龄社会家庭关系重构的必然和艰难，成为老龄社会转型期某种程度上的一种微观样本。

《我的后半生》主角沈卓然是一名大学教授，失偶之后的他迅速进入了相亲的历程，遇到四个性格迥异、对婚姻诉求截然不同的相亲对象。观剧过程中，原著小说关键词“奇葩奇葩”不断跳跃，诙谐幽默的喜剧张力瞬间爆发。四段黄昏恋四个奇葩故事，但是观众笑过之后，却感受到了故事中的真实生活：老龄的沈教授一步步跨过了两个时代，这正是当下老年人需要面对的现实。沈卓然的“前半生”浸润在文学专业中，有深爱的妻子和子女，所谓“从前的日子很慢，一生只够爱一个人”；沈卓然的“后半生”则踏入了快速发展的科技时代——信息社会下人们的生活模式发生了巨大变化，社交媒体让人们有机会、有可能迅速与千万人相遇，因此各种复杂的相亲故事，每天都跨越时间、空间无数次发生。

在老龄化程度不断加深的今天，老年人情感生活与家庭关系的重构等问题，从边缘视野进入大众视野，成为社会生活中为人热议的话题，更成为当代社会必须直面的时代课题。沈卓然的相亲经历恰似一面棱镜，在喜剧化的叙事外壳下，折射出老龄社会中代际观念碰撞、家庭关系重塑等复杂图景。沈卓然在发妻离世后的相亲历程，四位相亲对象的故事，以及沈刘两家的家庭生活情节……这些表层故事下隐藏着深刻的价值现实冲突，也反映了老年人在情感需求与现实考量间的艰难权衡。

从现实角度讲，老龄婚恋不可能再追求纯粹的亲密关系，必然交织着复杂的社会关系和多元因素。剧中，

聂娟娟的黯然退场，是在说爱情面对疾病和死亡的无奈吗？吕原的强势介入所引发的沈家的不和谐，是隐含着家庭话语权的博弈吗？《我的后半生》中的冲突并非孤立事件，而是老龄社会家庭关系重构的典型缩影——当传统家庭模式面对长寿时代的新命题，上述多元价值需求和矛盾共同编织成了一张错综的关系网，有待每一个遭遇者解开。

每一个人，都会经历“我的后半生”。剧中的沈卓然、丁院长、苟炳强、孙宝琴、刘得宝用他们的生命故事，为我们诠释了“老去”的多元可能，这群可爱的老人性格各异，却都以积极的姿态书写自己人生下半场的篇章，绽放出独特的生命光彩；沈卓然经历了相亲失败后自我反思、接纳生命的变化，转而追求精神的宁静，建立起了更稳固的内心世界；吕原以乐观开朗的性格，在社交与集体活动中找到归属感和成就感；苟炳强为救老友刘得宝，置个人安危于度外，发发心脏病而告别人世。

剧中，苟炳强通过豁达的人生态度引得观众喜爱。苟炳强对人生有透彻的领悟，他深知生命无常，把每一天当作最后一天，活出自己的精彩。他提前录制好葬礼视频，在视频中安慰亲朋好友不要难过，还幽默地说自己只是提前去探探路，大家早晚会在另一个世界相聚。他将萨克斯送给老友沈卓然，还把房产过户给妻子作嫁妆，他立遗嘱捐献了角膜，让自己的眼睛以另一种方式看世界。苟炳强以生命诠释了人生的大爱与他人的价值，为人们留下无尽温暖与力量，这也是对“如何老去”的最佳诠释。正如聂娟娟借音乐曲白道出了人生的答案：“不到园林，怎知春色如许；不来人间，怎知人间值得！”

酸甜苦辣都是生命的馈赠。在银龄时代到来的当下，如何从容而优雅地老去？《我的后半生》里的银龄人给出了温暖而多元的答案，也给现实中每个人以生命的启示。

(作者系中央民族大学教授)

《淮水竹亭》：

中式美学演绎东方神话

□梁刚建

近日，由恒星引力传媒出品制作的古装奇幻剧《淮水竹亭》播出，剧集以宋代美学为基底，汇聚东方美学表达与侠义精神内核，通过精致的视觉呈现和丰富的文化符号，重构了一个兼具古典意蕴与现代审美的奇幻世界。《淮水竹亭》上线不到一日，便刷新2025年爱奇艺剧集首播热度纪录，引起观众对于剧中剧人物物的讨论。

《淮水竹亭》的叙事结构以中国神话故事为框架，打造少年意气群像，构建出完整而自洽的奇幻世界。这个奇幻世界被分为圈内和圈外两部分。在圈内，王权家、东方家等世家大族组成一联盟，同时，王权弘业、杨一叹、张正等8位世家二代成员组成面具团，维护公平与正义，共同探寻这个世界的秘密；在圈外，黑狐试图放大众生内心阴暗面，逐步吞噬圈内的一切。在圈内族群携手对抗圈外黑狐的大背景下，剧集探讨着不同立场、不同族群冲突下的相互理解和包容。

侠义精神是中国传统文化的核心之一，《淮水竹亭》将成长叙事融入奇幻背景，通过少年群像的刻画，将这一精神进行了现代化诠释。剧中，东方淮竹所代表的烽火山庄为退隐状态，远离纷争；王权弘业外冷内热，运筹帷幄中维护着世界的秩序与和平。面对人妖对立的复杂局势时，主人公们始终秉持正义与和平的信念，其行为既是对传统侠义精神的继承，也是对现代价值观念的呼应。

同时，通过面具团这一设定，剧集透过群像视角，讲述面对身份与责任时的个人选择。性格各异的面具团成员来自不同家族，戴上面具后，他们打破个人身份的桎梏，成为守护正义的集体象征，这种群体塑造不仅增强了故事的丰富性，也为观众提供了多样化的情感投射对象。

而在反派角色的塑造上，剧集并未将妖的形象简单处理为“恶”的化身，而是赋予了复杂的情感与动机。例如在百目妖君与毒娘子的剧情中，剧集呈现了他们为彼此牺牲的爱与守护的故事，打破传统叙事中非黑

即白的二元对立。可以说，《淮水竹亭》体现了创作者对人性多面化的探索，既丰富了角色内涵，也为整个故事注入了现代人文关怀。

如何让传统文化在当代语境中焕发新生，是古装奇幻剧面临的重要课题。《淮水竹亭》通过更具烟火气的东方幻想美学风格，在场景设计上融合宋代美学与数字绘景技术，使画面兼具古典意蕴与现代冲击力。在中国传统美学的视觉制作下，剧集以清新淡雅的调性呈现出中国古代画作的温婉与宁静，演绎着人与自然和谐共生的诗意爱情。

竹子在中国传统文化中象征着坚韧与高洁，从人物造型到场景设计，剧集将竹子作为美学符号贯穿始终，打造出具有电影质感的东方古典美学。例如，东方淮竹的服饰以竹纹为饰，烽火山庄与淮水竹亭的布景则以竹林为背景。

同时，剧集大量使用中国传统图案和元素，借鉴中国传统的手工艺和民间艺术形式，如刺绣、剪纸、篆刻等，融入针刺无骨花灯、油纸伞、线花、秦淮灯、平阳漆器、瓯绣等非遗文化，为角色造型增添了更多的文化内涵。

此外，剧集在场景设计中融入了大量中国传统绘画元素，如圈外场景“黑苦情树”的造型借鉴了五代宋初画家李成的《寒林野图》，其扭曲的枝干与焦土背景形成强烈对比，既具象征性的文化意蕴，又赋予画面深厚的文化底蕴。

在动作设计上，《淮水竹亭》同样注重古典意蕴的传达。打斗场面中，神火与剑光的特效既保留了传统武侠的利落感，又通过奇幻元素的加入增强了视觉冲击力。这种传统与现代的结合，不仅满足了观众的审美需求，也为古装剧的视觉表达探索着新路径。

从《苍兰诀》《永夜星河》到《淮水竹亭》的热播，恒星引力“东方幻想”系列剧集持续挖掘着中华优秀传统文化，打造出一个既具有东方特色又符合现代审美的幻想世界。

(作者系中国广播电影电视报刊协会名誉会长)