

# 网络微短剧新业态发展的现状、困境、路径分析

姜盈

(北京联合大学马克思主义学院, 北京市, 100101)

**摘要:** 数字时代的背景之下, 短视频的蓬勃发展让微短剧成为网络视听的主力军。随着针对于网络微短剧的扶持政策和监管体系的日臻完善, 网络微短剧的发展不仅呈现类型丰富、多渠道传播、多类型演员的发展趋势, 而且对文化传承发展、满足情感需求、适应市场需求等方面具有重要意义。与此同时, 微短剧也不可避免地囿于内容质量、产业发展、监管规范的困境。因此, 打造微短剧新业态发展还需要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 从内容创作、产业升级、国家监管等方面做出全面探索。

**关键字:** 新质生产力; 网络微短剧; 文化产业

中图分类号: C915

文献标识码: A】

2020年12月8日, 国家广播电视总局首次明确了微短剧的定义, 即指单集时长不超过10分钟的网络影视剧。随后, 在2022年11月14日, 国家对该定义进行了补充和完善, 将微短剧的单集时长范围扩展至几十秒至15分钟左右。在数字时代的浪潮之下, 短视频的蓬勃发展无疑为微短剧铺设了一条通往网络视听领域主力军的康庄大道。随着对网络微短剧扶持政策的持续加码和监管体系的日益完善, 网络微短剧的发展势头愈发强劲, 不仅展现出类型丰富、多渠道传播、演员多元化的鲜明趋势, 更在文化传承、情感满足、市场需求适应等方面展现出深远的意义。然而, 微短剧在蓬勃发展的同时, 也面临着内容质量参差不齐、产业发展亟待升级、监管规范亟需完善的困境。因此, 在新时代的征程上, 打造微短剧新业态的发展蓝图, 必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引, 从内容创作、产业升级、国家监管等多个维度出发, 进行全面而深入的探索, 以期在保留微短剧独特魅力的同时, 推动其实现更高质量的发展。

## 一、网络微短剧发展现状分析

数字时代的背景之下, 网络视听是行业热点。短视频的蓬勃发展让微短剧成为网络视听的主力军。随着针对于网络微短剧的扶持政策和监管体系的日臻完善, 网络微短剧的发展呈现新态势。科学认识其发展趋势、深刻把握其发展意义、积极探索其发展业态, 是我们深刻领悟习近平经济思想、不断培育文化新质生产力、推动构建新发展格局的实践要求。

### (一) 认识网络微短剧发展的发展趋势

2023年, 微短剧创造进入“黄金时代”。网络微短剧作品呈现井喷式、爆发式增长, 微短剧赛道成为各行各业竞相角逐的新赛道, 微作品呈现数量题材丰富、国内外多渠道传

播、网红演员纷纷加入的多重发展趋势。

## 1.数量丰富与题材多元双开花

微短剧作品数量众多，各平台竞相上线。从数量来看，美兰德数据显示，2023 年共上新微短剧 616 部，相较于 2022 年全年上新 474 部。《2023 中国微短剧现状、问题与发展趋势》数据显示，2023 年微短剧备案数量爆发式增长，月均备案近 300 部，全年微短剧备案数量达 4502 部。从平台来看，在 2023 年，长视频平台中，腾讯上新 170 部，强势领跑；优酷上新 163 部，居长视频平台第二位；芒果 TV 上新 52 部，爱奇艺上新 15 部，bilibili 上新 8 部。短视频平台中，快手上新 111 部，抖音平台上新 95 部，两大短视频平台共计占据 33% 的市场供给数量。<sup>[1]</sup>

微短剧作品创作多样，各题材丰富多元。《2023 中国微短剧现状、问题与发展趋势》数据显示，2021 年，爱情、古装题材是微短剧的主流，其中古装题材高达 96 部。2022 年，都市题材反超古装，以 105 部占据首位，古装爱情以 61 部占据第二位。2023 年，都市题材数量大幅度上升，共上线 335 部，成为当下最热门题材。同时，微短剧类型不断扩充，魔幻、科幻、普法、战争、公路、神医、志怪、乡村振兴等新题材类型涌现，题材趋于丰富多元。<sup>[2]</sup>

根据《2023 短剧行业研究报告》的数据，2023 年短剧市场的规模已经达到了 373.9 亿元，并且有预测指出，到 2024 年，这一市场规模将突破 500 亿元大关，其潜在规模甚至有望赶超内地电影票房。

## 2.国内出圈与国外走红双传播

微短剧成为国内影视行业“出圈”新作。2024 年春节假期，在各大长视频平台以看家大戏相继抢夺剧集市场的同时，微短剧《我在八零年代当后妈》横空出世，让本该如火如荼的春节档影视剧火拼式微。该剧上线后，抖音上的话题播放量已经超过 4 亿，单集点赞量已经突破 150 万，一举拿下 2024 春节期间抖音短剧榜榜首，热力值近千万。与之相关的微博热搜话题“咪蒙一个寒假靠 2 部短剧收入过亿”和“咪蒙出品我在八零年代当后妈”的阅读量均超 7000 万。同时，该剧上线当日，充值金额超 2000 万。2023 年 8 月 30 日上线的《逃出大英博物馆》微短剧，在抖音平台收获 4.1 亿播放，点赞量超 2700 万，B

站视频播放量每集都突破 1000 万。2024 年 3 月，该短剧获得国家广播电视总局颁发的“2023 年度优秀网络视听作品”。

微短剧成为“出海”影视作品新增长极。通过对 Facebook、Instagram 等社交平台和以 Tiktok、YouTube 等视频平台为载体的海外流媒体的数据分析，微短剧美国市场的下载量和应用收入在海外市场占据首位。来自中国的应用包揽了微短剧类目下载量前三的位置，领跑海外市场，成为中国文娱领域“出海”的新品类。微短剧的风靡为中国文娱产品开辟了新的国际市场，海外用户不仅通过微短剧了解中国文化和生活，各路网络用户还掀起了模仿、拍摄微短剧的狂潮。

### 3.网络达人与科班演员双就业

《中国网络视听发展研究报告（2024）》显示，截至去年 12 月，我国网络视听用户规模已达 10.74 亿，占网民使用率的 98.3%，其中经常观看微短剧的达 39.9%。快速增长的微短剧市场创造出了丰富的就业机会，一部微短剧的圆满呈现不仅需要台前的演员还有幕后的导演、编剧、梳化、服装、场务、后期、发行等百余号人。进入 2024 年，微短剧的从业者也从“一人分饰多角”“一人兼多职”到更加精细化分工的模式转变。不论是 MCN 达人还是科班演员纷纷投入微短剧行列。

MCN 达人入局微短剧制作。从抖音短剧榜排行榜来看，MCN、短视频制作公司比起传统影视公司有着天然的优势。该类机构在前期就培养出大量的剧情类账号，并且熟悉短视频平台的“爆点”。同时，MCN、短视频制作公司前期培养的网络达人深度理解抖音、快手、小红书等短视频平台玩法，有一定的受众基础和粉丝喜爱度，因此，这部分达人转战微短剧拍摄，本身就自带流量和话题度。如：抖音达人账号“七颗猩猩”创作的《重生之我在霸总短剧里当保姆》更新至 33 集，截至目前共计 28 亿播放量，其相关抖音话题讨论度达 40 亿；抖音达人账号“任志达”创作的“董雨欣”系列截至目前共计 20.7 亿播放量，仅“张立业和董雨欣”话题讨论度就达 13.6 亿。如上所述的“达人”转战微短剧制作，尽管非科班出身、未受过专门的演技培训，但他们以“打工人”“社畜”等热点为切入口，以个人现实经历、职业经历为素材，更能给普通观众提供情绪价值、更易引起共鸣。

科班演员转战微短剧市场。后疫情时代，网络大电影在市场上彻底失语、传统影视剧缩水，微短剧如火如荼地发展为艺术院系的科班毕业生、缺乏机会的影视剧演员提供了新的就业渠道。一是年轻演员的新尝试。毕业于浙江传媒学院的徐艺真和孙樾以微短剧拍摄

为主赛道，先后合作拍摄超 10 部作品，一跃而红跻身女频微短剧的头部演员行列。二是实力演员的新尝试。毕业于上海戏剧学院、国家二级演员杨蓉尽管有多部高质量代表作傍身，仍出演柠萌影业出品的《二十九》并收获一众演技好评；毕业于北京电影学院的李现力求突破，转型投入微短剧的制作与演出，由今日头条和李现工作室联合出品的科幻悬疑微短剧《剩下的 11 个》单集播放量超 1000 万次，在豆瓣上有超过 8000 个短评。

## （二）把握网络微短剧发展的重要意义

当下，短视频领域已成为媒体融合发展的关键领域和数字经济发展的关键领域。微短剧，作为移动互联网时代下短视频领域新兴的一种视听形式，在文化传承、满足民众情感需求及适应市场变化方面发挥着举足轻重的作用。微短剧的蓬勃发展，凭借其贴近人民群众的传播与演绎方式，持续推动数字化时代背景下媒体行业与影视行业的进步与发展。

### 1. 传承发展中华优秀传统文化

自 2018 年 8 月 18 日，段视频创作者“李子柒”发布名为《木活字印刷术，传承在岁月里的“情书”》的视频开始，李子柒则将视频内容从意图勾勒诗意田园生活、描绘乡村美好画卷转向传承和发扬中华非物质文化遗产的美好愿景。以海内短视频平台为载体，李子柒以一己之力将中国符号从“熊猫、功夫、京剧”扩展到无数领域。从“术活字印刷术”到“文房四宝”，从“蜀绣”、“蓝印花布”到最近更新的“漆器”，一帧帧精彩绝伦的镜头语言诉说着中华优秀传统文化的历史底蕴和历史魅力。与此同时，微短剧作为短视频领域新的业态，也履行着讲好中国故事、传播好中国声音的时代责任。例如，《我的归途有风》带领观众领略了四川的风土人情和地域文化；《一梦枕星河》融入了苏绣、宋锦、缂丝、评弹、昆曲等非物质文化遗产，将观众带入了一个充满江南水乡韵味的世界；<sup>[3]</sup>今年端午节，光明网联手湖北宜昌推出的微短剧《子归子归》，成为中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的又一次生动探索。<sup>[4]</sup>

### 2. 满足底层人民群众情感慰藉

微短剧的拍摄内容生活化，追求观看者心理位置和地理位置上的接近。<sup>[5]</sup>深入研究微短剧的叙事逻辑不难发现，其镜头、语言和情节有具有一定的规律性，即镜头切换快、语言接地气，情节反差大，带有一定的“爽点”和共情，不仅满足观众碎片化观看的需求，

吸引观众注意力、吊起观众好奇心，还能引发观众共鸣，让观众感觉到“感同身受”。例如：抖音达人“任志达”塑造的三甲医院普通护士董雨欣一角，作为一名无高学历、无家庭背景、无出众长相的“三无人员”初进职场，遇到甩锅的同事、蛮横的上级、扯皮的患者时的经历；抖音达人“派小轩”塑造的刚毕业的大学生小轩一角，进入一家公司实习，面对“画饼”的领导、超“卷”的同事、廉价的工资和超额的任务的经历。这些故事都通过独白、快速切换的镜头、演员的表情切换、此起彼伏的剧情起到一个强调和突出矛盾的效果，从而使观众的心情此起彼伏。而故事的最后，这些冲突都将通过不断反转、“反套路”的情节呈现一个让人直呼“过瘾”的结局，从而刺激观众的“爽点”。一方面这些作品能够使观众从疲惫的日常生活中解脱，另一方面也使观众在观看时将自己带入从而缓解压力。

### 3.转变传统影视行业市场导向

微短剧的高点击、高收视、高订阅更有说服力地暴露了传统影视剧的各种“注水”乱象。一、传统影视剧剧情拖沓、集数长。《大唐荣耀》将原有的60集拉长到90集，《择天记》从50集拉长到55集，内容无非是男女主演员情感的拉扯纠葛，毫无看点。二、传统影视剧原创剧本不足，以翻拍为宝。据报道，《红楼梦》已翻拍10个版本，《神雕侠侣》已被翻拍10次。屡次翻拍毫无新意，反而是“炒冷饭”、“乱注水”。三、传统影视剧受资本影响，流量为王。打开主流长视频平台，映入眼帘的则是当红的“小花旦”“小鲜肉”的“换乘恋爱”。这些电视剧剧情相似、演员相似、服化道相似，让观众直言“拍给粉丝看，而不是拍给观众看”。而网络微短剧的出现，把影视“注水”剧“逼”走的观众，又拉了回来。一、微短剧的剧情紧凑，时间短。几个镜头就能将故事的来龙去脉交代清楚。二、微短剧的剧本大约来源于网络文学改编。随着上游手机网络文学的繁荣发展，也为微短剧的剧本创造注入趣味、新颖、多样化的内容选择。三、微短剧的新人居多、演技过关。微短剧的大部分收入来自于充值和订阅，因此，订阅金额数字对于演技则十分有说服力。而微短剧的导演制片对于演员的挑选也十分看中演技和可塑性。

#### （三）探索网络微短剧发展的新兴业态

习近平总书记指出，“推动高质量发展，文化是重要支点”。微短剧作为5G时代新兴的网络视听形式，其本质仍是服务于人民群众的创造性文化表达。应不断探索网络微短剧所赋能的新兴业态，以人文经济推动新质生产力的发展。

## 1. “钱”力无限：创造数字经济新玩法

微短剧的创作逻辑以“造梦”为核心，不仅成为用户情绪的“解压器”，也是消费需求的“释放阀”。<sup>[6]</sup>同时，微短剧也为数字经济的创造了新的风口。一、广告植入。截至2024年8月，在主要短视频平台共有332部微短剧与品牌达成合作，其中美妆行业领投，电商、个护、家电、饮料等行业表现亮眼。微短剧的用户消费意愿较高，超过四成的用户因观看微短剧广告而产生消费。<sup>[7]</sup>二、用户付费。用户付费是当前微短剧的主要盈利方式。《哎呀！皇后娘娘来打工》24小时用户充值破1200万元、《闪婚后，傅先生马甲藏不住了》24小时充值破2000万元、《无双》上线两个月充值破3亿元。三、电商带货。以抖音、快手、小红书三大短视频平台为载体，微短剧在直播电商领域开辟了全新的营销境域。薇娅夫妇创办的MCN机构谦寻推出三部短剧，以“直播+短剧”的创新模式试水带货，国货美妆品牌珀莱雅与民族品牌云南白药的销量均表现抢眼，印证了“电商+短剧”模式对消费场景创新及新增长点培育的强大推动力。<sup>[8]</sup>

## 2. 破圈赋能：助力千行百业新模式

2024年1月，国家广电总局审时度势，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“跟着微短剧去旅行”主题优秀微短剧，结合重大考古工程、取材非遗故事、围绕城市漫步线路、聚焦乡村振兴等，推动一批实体取景地跟随微短剧热播“出圈”“出海”。<sup>[9]</sup>推动微短剧高质量创新式发展，国家走在前列，各地城市各机构也积极响应，迅速将政策落实落地并取得丰硕成果。由浙江选送，温州酷诺影业有限公司制作的《飞扬的青春》聚焦乡村振兴，该剧取景地为浙江温州瑞安曹村。据悉，在短剧带动下，曹村镇多家民宿处于“爆单”状态，周边餐饮一桌难求。全域游客累计接待近20万人次，比上年同期增长超30%。<sup>[10]</sup>由中央电视台与爱奇艺等联合出品的民族剧《我的阿勒泰》以汉族少女李文秀的视角书写阿勒泰地区壮丽的自然风光和丰富的人文景观，被誉为“一部展现新疆风情的文化名片”。该剧的走红带火了新疆旅游，同款村落社交媒体讨论度激增1385%，品牌联名热度暴涨1921%，吸引各地与消费者线上线下积极打卡。总结来说，“微短剧+文旅”的新业态为各地域、各行业都注入了新的经济增长极。

## 3. 孵化新质：寻生产力新质着力点

效仿横店因与政府的良性互动、借力影视拍摄从一个地瘠人贫的小镇历经40年到一个以电气电子、医药健康、影视文化、新型综合服务等四大产业为主的中国影视文化产业重镇的逆袭历史，在微短剧的蓬勃发展之势的辐射下，各地纷纷投入资源建立自己的微短剧基地。据统计，目前我国已经有近10家微短剧基地，它们分布在广东、北京、余江、上海、青岛、西安、杭州、郑州、成都等地。政府用政策、人才、资金大力鼓励上层机构落地，为孵化新质生产力寻到新的着力点。一、微短剧基地为微短剧从业者提供了触手可及的剧本创作、影视拍摄、后期宣发等全方位全过程全产业链生态圈，推动微短剧的发展，真正成为数字经济新载体。二、微短剧基地为该城镇提

供大量衣食住行所产生的新的商业机会，拉动当地经济增长。三、微短剧基地的诞生呼唤人工智能的强势加持，促进了 AIGC 与网络视听的双向赋能。

## 二、网络微短剧的发展困境

就目前来看，网络微短剧迅猛发展并展现出强大的生命力，不仅丰富了视听内容生态，更新了视听内容创作生产观念，还满足了短视频时代人们的娱乐和审美需求。然而，网络微短剧在赋能新质生产力发展的过程中，也不可避免地囿于内容质量、产业发展、监管规范的困境。

### （一）内容质量困境

在影视创作的过程中，编剧往往需要在故事中巧妙地嵌入“钩子”，以此来设置悬念，增强故事的吸引力。面对短视频平台特有的碎片化传播逻辑，微短剧在这些平台上播放时，首要任务便是吸引并留住观众，尽力延长他们的注意力时间，否则观众可能会迅速跳转到下一个短视频。因此，微短剧通过不断构建戏剧冲突，并利用紧凑的剧情巧妙设置“钩子”，以制造悬念。然而，值得注意的是，一些剧情走向高度相似的微短剧面临着内容同质化、缺乏深度创新的挑战。

#### 1.内容同质化

微短剧的剧本多来源于一系列网络文学平台，其内容倾向于浅显易懂，情节设计往往较为戏剧化，且大多聚焦于男性或女性受众的兴趣点，即男频或女频题材。男频微短剧中，主角往往从一个无名小卒开始，或是背负着血海深仇，或是被世人误解，他们忍辱负重，在机缘巧合之下获得奇遇，或是习得绝世武功，或是掌握逆天科技，最终以一种近乎神话的姿态归来，不仅报了昔日之仇，还收获了各种女性角色的敬仰与爱慕。而女频向微短剧，则更像是一场场梦幻泡影。剧中的女主角，无论是误入古代成为王妃，还是在现代职场中偶遇霸道总裁，总能以一种独特的魅力吸引周围人的目光，尤其是那些位高权重、英俊潇洒的男主角。而那些“痴情皇帝”或“俊俏王爷”，即便坐拥天下，也只为一人倾心。这批依靠大众“爽点”不断盲目堆砌、套路复制的同质化微短剧极易使观众造成审美疲劳，难以持续吸引观众、留住观众。

#### 2.缺乏深度创新

许多微短剧为了迅速迎合观众的喜好，不惜一切代价地过度追求那些已经被市场验证的热门题材和爆款模板。这种做法虽然可能在短期内吸引大量关注，但长此以往，却导致了在情节设置上的千篇一律、画面布局上的单调乏味以及语言风格上的缺乏新意。例如，微短剧《闪婚老伴是豪门》的爆火，一大批聚焦于银发群体的玛丽苏微短剧尘嚣日上，毫无新意。这些微短剧往往忽视了在创作过程中应有的创新和匠心独运，只是一味地模仿和复制，缺乏独特的艺术视角和深刻的情感表达。这不仅极大地限制了微短剧作为一种艺术形式的表现力和感染力，也使得观众在观赏过程中难以感受到新鲜感和深度，从而难以满足他们日益多元化和不断提升的审美需求。

### （二）产业发展困境

在传统电视剧的制作过程中，为了塑造鲜明的人物个性，剧本需要经过反复精细的打磨。这包

括通过精心设计的情节发展来烘托角色形象，同时仔细斟酌情节走向及故事背景的合理性。在角色选择上，不仅要求演员的外形条件符合角色设定，还会重点考虑其演技水平和台词功底，这些都是塑造角色成功与否的关键因素。然而，与传统电视剧的精益求精相反，微短剧粗放的生产模式极易造成反社会的价值观，从而扭曲个人价值，不利于产业的持续发展。

## 1.粗放生产模式

微短剧的制作成本较低，生产周期短，且进入市场的门槛相对较低。这种以快速制作、快速消费为核心的商业模式，具有投资回报周期短的优势，吸引了大量用户抱着尝试的心态投入创作。即便作品无需过分雕琢，也能迅速获得经济回报。然而，微短剧市场的这种参差不齐的现状，对影视行业的生态环境造成了负面影响。在网络视听领域内，“劣币驱逐良币”的现象日益凸显，导致高质量的作品受到挤压，艺术创作的多样性和深度也因此受到削弱。一些创作者和平台往往缺乏长远规划和持续投入，导致作品质量和产业发展难以持续。此外，微短剧市场还存在版权保护不力、侵权盗版等问题，这也制约了产业的健康发展。

## 2.扭曲个人价值

为了迅速实现资金回笼与盈利增长，部分微短剧制作方在策略上过度倾斜于资本运作，将其视为推动项目前进的主要动力，却在此过程中极大地忽视了对作品本身艺术水准的精心打磨与文化价值的深入挖掘。这种短视行为直接限制了微短剧的传播范围，使其仅能在某些特定受众群体内部流通，难以跨越界限，实现更广泛的社会影响力与“破圈”发展。以“爽点”为核心吸引力的微短剧，能够在短时间内满足观众对于虚幻“美好想象”的即时填补，但这种如同“速食餐”般的娱乐产品，却暗含着内容浅显、缺乏深度的营养缺失，以及因快速消费而生的结构性缺陷。观众在反复沉浸于这种浅层次的观看循环中，逐渐放弃了主动思考的习惯，转变为被动接受信息的“单向度观众”。在这一过程中，他们的批判性思维与辨别能力逐渐减弱，愈发沉迷于微短剧所带来的即时快感与“上头”体验之中。

### （三）监管规范困境

## 1.监管政策易滞后

随着微短剧制作和市场环境的日新月异，新的微短剧模式和技术应用层出不穷，而政府监管政策的制定往往基于已有的市场状况和行业经验，难以迅速跟上市场变化的步伐，容易出现滞后现象。这导致部分微短剧在内容审核、备案管理等方面存在漏洞和空白，给行业健康发展带来隐患，为不法行为提供可乘之机，还可能抑制创新，阻碍市场的健康发展。

## 2.平台责任难落实

作为公共传播渠道，平台在微短剧内容监管方面应承担起重要责任。然而，部分平台在内容审核、把关规则制定和执行等方面存在不足，导致低俗、同质化内容泛滥。据报道，网络微短剧《老师不要跑》存在剧情低俗，台词、画面、情节涉及严重软色情等违规情况，播出该剧的微信小程序

“欧欧剧场”“奇奇剧场”“平平剧场”等小程序虽已下架，但经过转载、剪辑，其片段在抖音、快手、微信、B站等平台却仍能上传这些违规内容。作为非首发原创平台，其责任难以界定和处罚。

### 三、网络微短剧的创新路径

在南都数字经济治理研究中心举办的一场“微短剧”论坛上，抖音精品短剧负责人钱立立认为，微短剧正朝着品质化的方向发展，“和任何一种内容产品形态类似，短剧行业要保持生命力，必然要走上多元化、品质化的道路。”<sup>[11]</sup>未来，何以推进微短剧走向精品化，何以在微短剧精品化和商业化之间找到一种互利共赢的发展模式，其路径需要从内容创作、产业升级、国家监管等方面做出全面探索。

#### （一）以核心价值观引领新内容进阶

无论是传统影视剧还是微短剧都应是文化领域的文艺形式，而不是资本的产儿。文艺表达的目的是推动社会实践进步，满足人民日益增长的精神文化需要。在新质生产力的新视域下，微短剧作为文化发展的新表现，必须坚持社会主义核心价值观的要求，坚持马克思主义、习近平新时代中国特色社会主义思想，坚持“百花齐放、百家争鸣”的双百方针，支持原创性、鼓励创新性，以社会主义核心价值观引领内容进阶。

#### 1.支持原创性

“艺术来源于生活，却又高于生活。”生活中的所有点滴小事或者发生过的事都可以是艺术素材的提供者 and 原形。创作者不应拘泥于短暂的商业逻辑，而是深入挖掘社会热点、人性关怀等题材，创作出具有思想性、艺术性和观赏性的优秀作品。一方面，敏锐洞察社会热点。创作者应具有对社会动态的高敏感度，关注国内外时事、科技发展、环境变化、教育医疗等各个领域的新趋势、新问题。同时，针对专业性较强的领域，必须通过深入调研、请教专家、系统学习等方式完善自己的创作逻辑，切忌在演员台词、拍摄手法等方面犯一些常识性、专业性错误。另一方面，倡导正向价值观。创作者应通过讲述普通人的故事，展现他们在面对挑战、困境时的坚韧不拔、无私奉献，或是内心的挣扎、矛盾与成长，以此来探讨人性的复杂多面性。通过细腻的情感描绘和深刻的心理剖析，让作品触及人心最柔软的部分，激发观众的共情与反思。

#### 2.鼓励创新性

创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。文化表达的创新应在社会主义核心价值观的指引下，不断寻求新突破。一方面，融合多元艺术表达形式。创作者在创作过程中，利用现代科技手段，如虚拟现实、增强现实等，将文学作品与音乐、绘画、游戏等结合，增强作品的沉浸感和互动性，使观众在享受艺术美感的同时，也能获得更深层次的思考与体验。另一方面，探索互动式创作新模式。在数字时代，创作者可以充分利用社交媒体、在线平台等渠道，与观众建立更紧密的互动关系。通过直播、问答、投票等形式，让观众参与到作品的创作和解读过程中，形成创作者与观众之间的双向互动和共同创造。

## （二）推动产业持续发展和创新升级

提出新质生产力，是对生产力发展规律和发展环境的深刻认识。在科技、流媒体高度发展的今天，必须以科技创新推动产业创新、以产业升级构筑竞争新优势。以主流媒体力量打造优质出圈的精品短剧，提升产品丰富性和多样性，更好发挥“微”的媒介属性和“剧”的艺术特色，创造短剧行业标杆项目。<sup>[12]</sup>

### 1.推动精品化生产

一方面，鼓励创作者和制作团队提升制作水平和技术实力，是打造精品剧作的关键。为此，可以组织定期的培训和交流活动，邀请行业专家分享经验，提升团队在剧本创作、导演技巧、摄影摄像、后期制作等方面的专业能力。同时，鼓励采用新技术、新设备，如高清摄影、虚拟制作等，提高作品的技术含量和观赏性。通过建立激励机制，如设立奖项、提供展示平台等，激发创作团队的积极性和创新精神，共同推动微短剧行业向更高水平发展。另一方面，加大对优质微短剧项目的扶持力度，不仅要在政策层面给予明确的导向，更要在实际操作中提供资金、资源等方面的全方位支持。具体而言，可以通过设立专项基金、提供税收减免、优化审批流程等措施，为这些项目创造更加宽松和有利的发展环境。同时，整合行业内外资源，如优秀剧本库、专业演员库、后期制作团队等，为微短剧项目提供强有力的资源保障。

### 2.完善资本运作机制

一方面，建立科学合理的资本运作机制，需兼顾市场导向与艺术创作规律，既要满足投资者对经济效益的合理预期，也要保障作品的艺术水准和文化内涵，避免文化产品的过度商业化。同时，加强对资本运作的监管和引导至关重要。政府及相关部门应出台更为详尽的监管政策，规范市场行为，防止因过度依赖资本运作而偏离艺术创作的初衷，忽视作品的艺术水准和文化价值。通过政策引导和市场监督相结合的方式，鼓励文化产业向高质量、有深度的方向发展，确保微短剧市场的繁荣与稳定。另一方面，积极推动微短剧与文旅、教育、科技等领域的跨界融合，构建广阔的赋能生产力空间。通过“微短剧+文旅”、“微短剧+教育”等模式，实现社会效益和经济效益的双赢。

## （三）完善常态化管理机制规范市场

加强对微短剧乱象的治理，应该发展和治理两手抓。国家政府部门制定相关法律法规为微短剧划定红线，严禁越界，提高市场准入门槛，切实规范微短剧市场发展近，为锻造新质生产力提供切实有效的途径。在微短剧的后续管理中，应在完善法律法规和强化平台责任上下功夫，研究构建网络微短剧 App 和“小程序”常态化管理机制。

### 1.完善法律法规

近年来，国家广播电视总局开展网络微短剧专项治理工作，颁布一系列法律法规，对微短剧的治理趋于常态化。2022年11月，国家广播电视总局办公厅发布《关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》，2024年10月，广电总局网络视听司发布《中老年题材微短剧管

理提示》；2024年11月22日，广电总局网络视听司连续发布两个管理提示，提出对微短剧管理的具体要求。对于微短剧的常态化持续治理，国家广播电视总局应推进完善常态化管理机制，加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》，将网络微短剧制作平台、传播平台纳入日常机构管理，建立“黑名单”机制，与其他相关部门合作开展日常监管工作等，持续推进微短剧精品化发展。

## 2.履行平台责任

市面上的长视频、短视频平台担当着微短剧发布与传播的数字基石角色，同时作为严格的监管者，是实施微短剧治理的核心主体。近年来，多个知名短视频平台，诸如抖音、快手以及微信视频等，已相继宣布将对各类违规且内容低俗的微短剧进行严厉打击。切实履行平台责任既要完善审核机制，也要落实投诉举报机制。一方面，加强对微短剧内容的审核和把关能力，建立专业评审团队。强化对用户上传及平台高播放量微短剧产品的审核与管理力度，提升内容安全风险的监控效能，积极推广并扶持优质微短剧的创作与传播，同时严厉打击违规及低质量的微短剧作品。另一方面，建立健全用户投诉和举报机制，及时处理用户反馈和投诉。微短剧要想至善至美地可持续发展，除了国家政府等相关部门地严格管控，还需要行业内部自省自律、观众个体的自觉监督一起完善。观众在观看微短剧的同事，应意识到自己既是消费者，又是监督者，依法行使自己的监督举报权利和义务。

---

### 参考文献：

- [1] 《微短剧：赋能农文旅正当时》[https://mp.weixin.qq.com/s/\\_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q](https://mp.weixin.qq.com/s/_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q)
- [2] 《微短剧：赋能农文旅正当时》[https://mp.weixin.qq.com/s/\\_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q](https://mp.weixin.qq.com/s/_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q)
- [3] 《微短剧：赋能农文旅正当时》[https://mp.weixin.qq.com/s/\\_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q](https://mp.weixin.qq.com/s/_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q)
- [4] 宫辞.【文化评析】传播优秀传统文化，微短剧大有可为[N].光明日报,2024-06-27
- [5] 史恒璟, 彭媛媛. 网络微短剧传播策略研究——以快手 APP 平台小剧场为例[J]. 视听界, 2021, (04): 52-56.
- [6] 《中国网络视听协会：2024 中国微短剧行业发展白皮书》  
<https://news.qq.com/rain/a/20241117A070DV00#>
- [7] 《中国网络视听协会：2024 中国微短剧行业发展白皮书》  
<https://news.qq.com/rain/a/20241117A070DV00#>
- [8] 《微短剧：直播电商新宠，风口上的“带货神器”》  
[https://www.sohu.com/a/804052952\\_121924583#](https://www.sohu.com/a/804052952_121924583#)
- [9] 《微短剧：赋能农文旅正当时》[https://mp.weixin.qq.com/s/\\_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q](https://mp.weixin.qq.com/s/_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q)
- [10] 《微短剧：赋能农文旅正当时》[https://mp.weixin.qq.com/s/\\_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q](https://mp.weixin.qq.com/s/_yMYjcvkl2fRiQTeBtwj9Q)
- [11] 《未经审核且备案不得上网传播！短剧备案新规出台，影响几何？》  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1796105637843277928&wfr=spider&for=pc>
- [12] 沈玲.探索“科技+”“文化+”“广电+”锻造新质生产力[J].中国记者,2024,(05):21-24.

## **Analysis of the current situation, dilemma and path of the development of the new business form of network micro short play**

Jiang Ying

(School of Marxism, Beijing Union University, Beijing, 100101)

**Abstract:** Under the background of the digital age, the vigorous development of short videos makes micro short plays become the main force of online audiovisual. With the improvement of supporting policies and supervision system for network mini-plays, the development of network mini-plays not only presents the development trend of rich types, multi-channel communication and multi-types of actors, but also has great significance for cultural inheritance and development, meeting emotional needs and adapting to market needs. At the same time, micro short plays are inevitably confined to the dilemma of content quality, industrial development and regulatory norms.

**Keywords:** New quality productivity; Network mini-drama; Cultural industry

**作者简介:** 姜盈, 女, 1997年10月, 汉族, 山东泰安州人, 北京联合大学马克思主义学院马克思主义理论专业在读硕士研究生, 主要研究方向: 大中小学思政课一体化。