

光影入山河，短剧赋能文旅新叙事

■中国城市报记者 张亚欣

短剧产业正站在一个关键的转折点上。

实际上，这股影像风潮早已席卷全国，在国家广播电视总局“跟着微短剧去旅行”等政策指引下，各地纷纷期待借助短剧的力量登上流量高地。然而，行业的思考正走向深入：当喧嚣散去，如何让线上关注真正转化为可持续的在地发展动力？这是比获取瞬时热度更为紧迫的命题。

同时，行业共识也逐渐清晰，文旅短剧需要超越传统宣传片的功能，致力于成为一枚深度融入地方肌理的“文化芯片”。这要求创作不仅展示风光，更要深入挖掘地方的历史脉络与精神气质，构建从情感共鸣到实地体验的完整闭环。在此过程中，如何实现社会价值、文化价值与经济价值的统一，正构成这个新兴领域最核心的挑战与机遇。

短剧迈向主流 精品化驱动增长

当下，短剧市场已告别早期的“野蛮生长”，进入以数据驱动、质量提升与主流化为特征的深度发展阶段。

据红果短剧披露的数据，2025年，其站内有超过130部短剧播放量突破10亿，暑期档整体观看量更是超过300亿。播放量向头部精品集中的趋势明显，多部作品突破30亿关口，标志着用户注意力正加速向优质内容汇聚。这一数据表现，与行业在近期于浙江台州举办的“首届文旅短剧大荟”上

达成的共识相互印证，以听花岛、马厰等为代表的机构所坚持的精品化、专业化创作路线，正逐渐成为市场主流。

市场发展的另一显著特征是短剧社会认同度的根本性转变。其观看行为已从带有“隐秘感”的消遣，蜕变为众多都市年轻人常规的，甚至带有陪伴性质的文娱消费，成为夜间经济与在线娱乐的重要组成部分。这种转变背后是内容品质提升、审美表达升级以及情感共鸣增强协同作用的结果。

“文旅短剧是‘互联网时代新大众文艺’的典型形态。”文化和旅游部艺术发展中心主任潘慧卿表示，希望以“首届文旅短剧大荟”为契机实现文旅短剧规范化、精品化发展，使之成为传播城市品牌、讲好中国故事的重要载体。

同时，短剧的产业价值外延正在加速拓展。在国家广播电视总局“跟着微短剧去旅行”等政策引导下，短剧与文旅产业的融合成为重要增长极。正如中国歌剧研究会会长、文化和旅游部艺术司原司长明文军所言，短剧的核心价值在于“深入挖掘并创新性表达地方独特的历史与精神内核”。这一趋势预示着短剧不再仅是流量产品，更将成为赋能地方经济、塑造文化名片的重要载体。市场整体正朝着社会效益、经济效益与艺术表达相结合的高质量发展方向演进。

短剧蜕变成“文化芯片”

文旅短剧要超越城市宣传片的浅层逻辑，真正成为驱动文旅发展的“文化芯片”，行业

共识正日益清晰。其核心在于这必须是一场由专业叙事驱动、以情感共鸣为纽带、最终实现产业价值深挖的系统性工程。

短剧的本质被重新定义。潘慧卿将其界定为“互联网时代新大众文艺”的典型形态，这意味着它需要遵循文艺创作的基本规律，承载更深层的文化表达使命。听花岛制作总监冯智威对此的实践注解是，必须实现“地域基因的深度植入”。他以旗下作品《家里家外》为例，剧中川渝的方言、蛋烘糕、老建筑等元素，并非孤立的符号堆砌，而是与重组家庭的情感脉络紧密交织，成为人物生活与故事发展的有机部分。这揭示了平衡艺术创作、城市展示与大众传播的核心法则，即坚守创作规律与审美追求，让风土人情成为驱动叙事的内在动力，最终通过情感纽带实现跨地域的共鸣与线下引流。

从城市管理者的视角看，对短剧的期待也已升维。黄山市文化和旅游局局长程燕表示，该市寻求的是能承载地方精神内核的“黄山的故事”，而非简单的“在黄山拍的故事”。这一判断标准，驱动黄山市在筛选合作项目时，构建起以“内容为核、融合为要、传播为效”的评估体系。其成功案例《铁拳无敌杨芊芊》已验证了精品内容与城市品牌共振的巨大能量。

不过，线上流量如何切实转化为线下消费，是检验文旅短剧这枚“芯片”效能的最终关卡。最高人民检察院影视中心专职副总编审高斌提出了构建

“叙事—体验”闭环的方法论。他认为，城市必须从取景地跃升为“叙事主体”，就像其作品《错轨》中的山西乡村与《少年田野》中的湖北都市，地域特质成为故事成立与剧情矛盾推进、解决的根本逻辑。在此基础上，通过设计“可追寻的情感地图”等线下转化路径，引导观众完成从观看到体验、再到主动传播的深度参与，方能实现流量沉淀为具有情感黏性的“留量”。

尽管前景广阔，但在文旅短剧通往精品的道路上，障碍仍存。甘肃省陇南市文化广电和旅游局副局长林伟科坦言，当前的核心痛点在于“缺乏能有效带动当地文旅发展的现象级热播短剧”。这折射出优质剧本稀缺、复合型人才不足、可持续商业模式待解等系统性挑战。

在与会业内人士和专家看来，解决核心痛点的根本办法，在于政府、创作者与平台三方的角色重塑与协同：政府需从管理者转向产业生态服务者，如黄山搭建的一站式协拍平台；创作方需更潜心挖掘地方文脉与当代情感的连接点；平台方则需在流量扶持与商业化创新上给予更多倾斜。唯有三方相向而行，才能使那些闪耀在小屏幕上的光影故事，持续转化为照耀山河大地的文旅之光。

文旅短剧的实践路线图

文旅短剧的产业愿景，正通过自上而下的倡议与自下而上的实践交汇，变得清晰可触。著名演员李光复在“首届文旅

短剧大荟”上宣读了《“百县百剧”创作计划倡议书》。该倡议旨在搭建一个全国性的对接平台，推动专业创作力量下沉，为县域经济量身定制“光影名片”，将短剧的赋能范围从热门城市扩展至更广阔的城镇乡村。

倡议需要具体的支点。文化和旅游部艺术发展中心同步推出的“山河星火”计划，便是关键支撑之一。该计划通过AIGC(人工智能生成内容)等创新技术进行前瞻性探索，旨在为大规模创作提供方法论与资源支持。而检验其成效的最终场景，在于市场转化。“跟着短剧游台州”等定制旅游线路的推出，正是基于“让虚拟故事成为亲身奔赴的理由”这一逻辑，试图将屏幕内的山海意境与市井烟火，转化为可导航、可体验的实体旅程，在流量与消费之间架设桥梁。

作为“首届文旅短剧大荟”的举办地，台州借此系统展示了其作为“佛宗道源、山海之城”的独特资源与建设大视听产业园的产业雄心，彰显了地方发展相关新兴业态的决心。业界期待，此类活动能固定为可持续的行业IP，持续推动“百县百剧”等项目落地，并借助如中国人民大学发布的《文旅短剧活力城市指数》等学术成果，引导创作方向。

一切构想与实践，最终离不开“人”的承载与演绎。专业演员的深度参与，被视为提升短剧质感与感染力的关键。著名演员陈炜在接受中国城市报记者采访时称，演员以“城市推荐官”身份进行沉浸式体验后的推介，其说服力远胜于简单的形象代言。这种真实感，恰恰是连接观众、激发共鸣的核心。“文旅短剧是通俗化表达历史文化的美妙载体。”陈炜表示，通过剧情与角色，能把非遗、诗词等厚重文化举重若轻地呈现出来，成为展示中华文明的一扇新窗。这也揭示出文旅短剧的另一重价值，其不仅是旅游引擎，更是一种大众化、情感化的当代文化传播方式。

文旅短剧的生态图景，正通过宏观倡议、具体线路开发、地方产业布局以及演员的生动演绎等多个层面的推进而日趋完整。这也揭示出一条清晰的发展路径：只有当系统性规划、技术赋能、市场转化与人文表达相互支撑、深度融合时，相关视听新浪潮才能真正浸入产业肌理，实现“以光影铸就闪亮名片”的持久愿景。

北京： 巧克力博物馆“甜蜜”迎客

2026年元旦，位于北京市北京坊旅游休闲街区的“巧克巧蔻·巧克力博物馆”正式向公众开放。该馆历经3年精心筹备，总耗巧克力近50吨。馆内巧克力展品既有中国龙、长城、北京城中轴线、盘龙藻井等极具代表性的城市文化地标，也设有专门的巧克力艺术画廊，展示以巧克力复刻的多幅中西方艺术名作，吸引了众多游客前来参观打卡，近距离感受巧克力与艺术融合的独特魅力。

中国城市报记者 全亚军摄

