

## 迈向“精品时代”：

## 微短剧重塑行业发展生态

■中国城市报记者 王迪

当横店影视城的微短剧演员人次一年激增9倍，当AI技术让“一人一剧组”成为现实，当品牌复投率突破60%……微短剧行业是否已告别野蛮生长，迈入“质量为王”的新阶段？

《2025微短剧行业生态洞察报告》(以下简称《报告》)显示，行业已带动133.3万个就业岗位，编剧需求跃居第二，头部编剧年薪高达200万元。与此同时，技术革新正重塑创作生态：AI动画微短剧崛起，用户参与“边拍边创”，经典IP通过微短剧焕发新生。海外市场更是增长迅猛，2025年1—8月总收入达15亿美元，同比增长近200%。

微短剧这支“潜力股”正用实力证明：它不仅能让观众“追更上头”，更能为经济“添柴加火”。这支内容产业的“生力军”将如何继续书写它的“成长日记”？与此同时，在这场从“流量导向”到“价值引领”的转型中，谁将抓住精品化、全球化、技术赋能的机遇，成为新一轮内容竞赛的赢家？

## 从小众内容到现象级产业

“微短剧已从一个小众的内容赛道升级为现象级产业，带动起百万级的增量就业。”中国网络视听协会秘书长助理、微短剧工委常务副秘书长余力在近日举办的首届微短剧编剧创享会上表示，微短剧行业主要生产环节已创造133.3万个就业岗位，较2024年实现翻倍增长。这一数字背后，是微短剧从“流量混战”到“品质竞争”的全面转型。

当前，微短剧行业的工业化进程显著提速。常规真人微短剧组规模从2023年的十余人扩展至40—60人，分工精细化程度堪比传统影视。《报告》显示，70%—80%的传统影视工作者已涉足微短剧，将标准化流程带入这一新兴领域。横店影视城演员公会2025年参与微短剧拍摄人次预计达13.68万，较2024年增长近9倍，折射出行业人才需求的爆发式增长。

此外，用户市场的扩容进一步驱动生态升级。《报告》指出，微短剧与短视频平台用户高度重合，与长视频平台用户重合度达25%—40%，覆盖从碎片化到深度化的全内容消费场景。上海浦东新区区委

常委、宣传部部长黄玮在会上表示：“微短剧作为数字文化的新势力，正以其强大的用户粘性、情感链接、文化影响力迅速崛起，逐步成为文化产业中最耀眼的蓝海赛道，去年全国微短剧产业市场规模超过500亿元，关注用户规模超过6.6亿人，平均每3个网民中就有1—2个微短剧观众。”

“现在免费看剧已经成为我们主流的看剧方式，很多的片方收益其实是直接跟用户能不能看完这部剧，看了多久直接挂钩的，这样的情况也彻底改变了行业的玩法，行业从原来的只是单一的付费、卡点、投流，这种‘一招鲜’的模式，变成了让观众怎么能够‘停留得更久’、能够‘停留得更多’这样的方式，我们进入了一场内容留人的大战。”余力向中国城市报记者介绍，这种模式倒逼内容创作者必须拿出真正有吸引力的作品，而不是单纯依赖付费卡点来收割用户，整个行业正在从“流量为王”向“内容为王”转型。

## 人才与技术双轮驱动

“得编剧者得天下——在微短剧领域，编剧才是真正的‘一剧之魂’。”余力表示，编剧岗位需求占比达10%，仅次于剪辑师位列行业第二。行业为抢夺优质编剧，已形成“高薪+分成”的标配：普通编剧单部剧本收入约2万元，头部编剧保底报酬达5万—10万元，部分企业甚至为顶尖编剧开出100万—200万元年薪并附加分红权益。重庆麦芽传媒有限公司(以下简称“麦芽传媒”)副总裁何进坦言：“我们

非常期待优质的剧本，优质内容将获得全方位的支持。”

然而高薪背后是巨大的人才缺口。兼具导演思维、运营知识和跨文化创作能力的复合型编剧“一将难求”。在余力看来，行业正从“师徒制”转向“产学研用”一体化培养，希望通过片场进课堂的方式，实现毕业即就业、作业即作品的目标。

中国城市报记者了解到，在行业激烈的竞争中，麦芽传媒通过“订单式”人才定向培养机制，与重庆大学美视电影学院建立战略合作，在麦芽传媒建立实习实践基地，推进人工智能技术创新与应用，为行业输送兼具导演思维、运营知识和跨文化创作能力的复合型编剧人才。

与此同时，技术突破则进一步降低创作门槛。今年下半年，AI视频生成技术实现关键突破，支持长视频生成与首尾帧衔接，推动“一人一剧组”模式成为可能。近期，商汤科技推出的Seko 2.0作为行业首个创编一体、多剧集生成智能体，让创作者从创意构思到成片制作全流程一站式搞定，大幅降低创作门槛。据悉，其核心技术特点在于通过SekoIDX实现多剧集、跨分镜的角色一致性生成，以及通过SekoTalk实现多人复杂场景的精准音画同步，这将传统需要数月制作的剧集周期缩短80%—90%，让创作者脱离繁琐海量的素材管理，使“一人剧组”高效生产高质量内容成为现实。商汤科技董事长兼CEO徐立认为，AI以极致效率和成本帮助创作者释放创意，并随着能力的不断进化，

产出内容的质量将逐步向“精品化”迈进，创造“阳春白雪”与“下里巴人”共存的内容新生态。

## 品质升级与生态协同

在微短剧行业从野蛮生长到精耕细作的转型中，IP改编正成为内容升级的核心引擎。以抖音旗下免费网文阅读平台——番茄小说为例。其自2019年11月上线以来，已发展成为拥有超60万签约作者、日均活跃用户超千万的头部内容平台，通过采用“免费阅读+广告分成”模式，以海量正版小说资源覆盖言情、玄幻、悬疑、都市等全部主流网文类型，并积极布局IP改编等衍生业务。据悉，今年前10个月，其IP改编总量较2023年激增了17倍。此外，经典影视IP如《还珠格格》《警察故事》等也纷纷加入微短剧改编矩阵，为行业注入新活力。

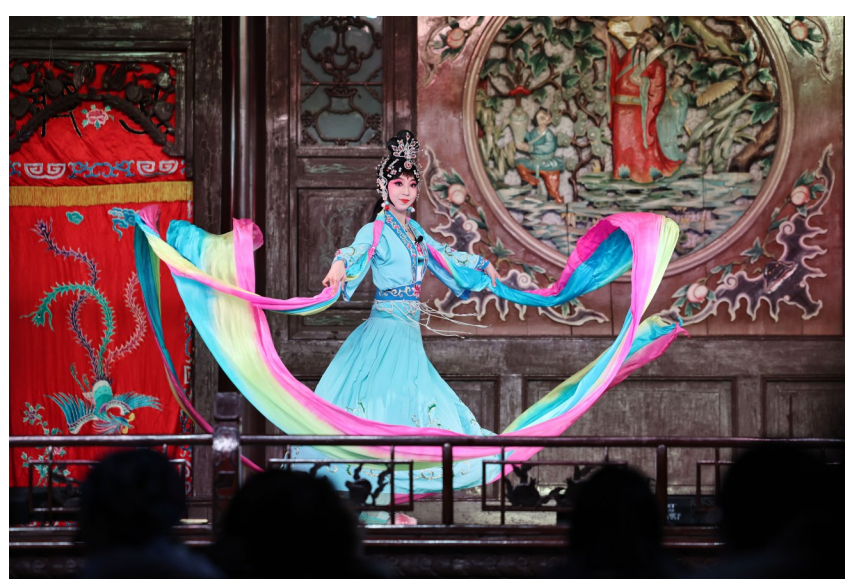
内容品质的升级，也催生了“微短剧+”的创新融合生态，为行业开辟了更广阔的社会价值空间。微短剧与文旅、普法、体育等领域的深度融合正不断拓宽行业边界。容量短剧副总裁、总编辑胡朝清对中国城市报记者表示，一部好剧需要社会价值、文化价值和商业价值的统一。“今年，我们重点打造了‘带你去个好地方’精品文旅短剧系列。以‘一县一剧一特色’为创作轴心，让情感叙事深扎根于地域文化的土壤。每一部剧，不仅是一个动人的故事，更是一扇通向一方水土、一种风情、一段历史的窗口。目前已累计

推出10部文旅作品，与浙江省内金华、宁波、湖州、台州等地，省外的湖北、吉林、江苏苏州等地均建立了深度合作。我们不仅在国内讲述这些故事，更通过自有全球化传播矩阵，将它们译制成十余种语言，发行至全球两百多个国家和地区。我们希望通过这种可复制、可推广的模式，打造文化出海的新样本，让世界通过微短剧这扇生动的窗口，看见中华文化丰富多彩的魅力，也为行业注入一份绵长的文化活力。”胡朝清说。

生态创新融合的深入，也带动了运营模式的精细化变革，告别了“一投定生死”的粗放时代。预约观看功能成为预判微短剧热度的新工具，待播剧总预约量突破7亿次，用户期待值成为内容制作的重要参考。《报告》显示，今年1—8月短视频平台共上线233部品牌合作微短剧，87个新品牌首次入局，品牌复投率超60%，企业投入从“短期试探”转向“持续深耕”，内容与消费场景绑定、品牌IP定制成为营销新方向。

政策支持进一步加速产业融合。不久前，上海《浦东新区金桥微短剧专项支持政策》发布，涵盖了原创作品奖励、IP转化补贴、出海服务等十大方向，为优质内容创作提供全方位保障。

有业内人士认为，微短剧的精品化转型，本质是一场从追求短期流量到构建长期价值的深刻变革。当技术、人才、资本与政策形成合力，微短剧正以坚实的步伐迈向一个更具创造力、更具国际影响力的新时代。



## 天津：小演员唱响大舞台

12月17日，天津市南开区教育局主办的第十四届南开区津沽文化日主题活动在天津戏剧博物馆(广东会馆)大戏楼举行。来自南开区各中小学的小演员在这座百年戏楼里亮相，带来精彩表演。图为当日，一位小演员在广东会馆的舞台上进行演出。

人民图片