



微短剧: 繁花似锦下的隐忧与破局

微短剧,作为一种新兴的网络视听形式,凭借其“短、平、快、爽”的特点成为大众碎片化时间的精神慰藉,被称为“电子榨菜”。近年来,微短剧在全球范围内爆发式增长,不仅推动了经济的多元化发展,还促进了文化的广泛传播与交流。泉州作为历史文化名城,拥有丰富的文化资源和旅游资源,正借助着微短剧,焕发着新的生机与活力。

一部剧带火一座城,在眼下诸多城市并不鲜见。然而,微短剧火热的背后,也存在着一些问题与挑战,需要审慎面对,推动破解。

□融媒体记者 王金植/文 市文旅局/供图



泉州本土企业出品的文旅微短剧《少数派女孩》正在热播

喜

百花齐放佳作频出

近年来,泉州影视产业呈现出蓬勃发展态势,虽然起步相对较晚,但厚积薄发、稳步前行的同时也助推城市知名度、美誉度和辨识度不断提升。

日前,泉州市立项的微短剧《孤勇者》入选国家广电总局“长征:我们的故事”主题微短剧第一批重点片单。该剧讲述因重伤失忆的红军指导员钟海樵,在中共地下党员和医生的帮助下,护送紧缺药品与黄金突破敌人封锁,最终与战友合力战胜顽敌、完成任务的故事。今年6月15日,该剧在横店开机,计划今年10月完成制作并在重点视频网站播出。

这只是在微短剧领域,泉州百花齐放、佳作频出的一个缩影。2025年,泉州有《人间办事处》《一碗泉州之姜母鸭》等7部作品入选国家广电总局“跟着微短剧去旅行”推荐剧目,数量居全国地级市前列。

据介绍,泉州深厚的文化底蕴成为短剧创作的天然素材库。木偶戏、南音、簪花围等非遗元素,通过新颖的叙事方式重新焕发生机,实现了传统文化的创造性转化和创新性发展。比如:2025年10月,泉州百崎两岸微短剧产业园正式开园,至今拍摄150多部微短剧。《东方第一大港》首季微短剧(三部曲)中的第二部作品《失落的航海图》,于2025年11月5日在真武庙广场开机,旨在通过作品的持续上线,实现热度赓续的传播效果。同时,市委宣传部还与央视视频达成《“东方第一大港”百集千集微短剧精品工程五年战略合作协议》,双方将围绕内容创作、品牌共建、国际传播等维度展开深度合作,共同推动这一历史IP焕发新生。

一部剧带火一座城。这些作品如同精心打造的城市明信片,将泉州最鲜活的生活场景、最深厚的历史底蕴,浓缩在一帧帧画面中。观众不仅在短时间内被剧情吸引,也因蟳埔女头饰上的芬芳鲜花、梧林古村落的南洋风情、姜母鸭升腾的烟火气息而在心底留下惊艳的烙印。通过“跟着微短剧去旅行”计划与非遗活化创作,相关作品带动蟳埔村、梧林古村落等景点客流大幅增长。文化传播与消费转化在这里实现完美统一,形成良性循环。以微短剧《101次抢婚》为例,其在优酷播出后,作为剧中职场取景地的利郎文化创意产业园区迅速成为网红打卡地,大量“90后”从全国各地来泉州旅行,在园区拍照打卡。上线半个月,该剧的抖音话题播放量近5亿次,微博话题阅读量9500万次。通过微短剧镜头,泉州的城市风貌和人文环境再一次呈现在全国观众面前,成为一张崭新的城市名片。

如今微短剧在泉州呈现出蓬勃的发展态势,不仅新增了大量的影视企业,促进了经济的发展,还拥有政府的支持,其市场正在不断成熟与扩大,创作的内容和题材也日益多样化。

忧

盛况背后的行业困境

在这股蓬勃发展的浪潮中,微短剧行业也暴露出一系列亟待解决的隐忧。

微短剧的制作往往受限于场地资源。如,泉州虽然拥有丰富的文化资源和旅游资源,但适合微短剧拍摄的场地却相对有限。这不仅限制了微短剧的创作空间,还增加了拍摄成本。场地资源的相对缺乏,使得部分微短剧不得不选择次优的拍摄地点,从而影响了作品的视觉效果和整体质量。

随着微短剧市场的不断扩大,作品数量激增,但内容质量参差不齐。部分作品为追赶政策进度,部分项目在立项、拍摄和后期制作上都被大幅压缩,导致叙事模板化、风格单一化,忽视了剧情的逻辑性和故事的吸引力,导致观众审美疲劳、同质化现象严重、缺乏创新和多样

性,使得微短剧市场陷入了一种“千剧一面”的尴尬境地。有的作品为了吸引观众眼球甚至出现了剧情狗血、低俗、三观不正的现象,严重影响了微短剧的口碑和形象。这种急功近利的创作方式,虽然在数量上取得了显著的成绩,但在质量与创新上却留下了短板。

演员是微短剧的重要组成部分,其水平直接影响作品的口碑。在微短剧行业中,演员的选择往往受到资金、资源等因素的限制。部分作品为了降低成本,选择了演技不佳或形象不符的演员,导致作品质量大打折扣。

微短剧的传播效果也面临诸多挑战。一方面,内容本身缺乏足够的吸引力,许多剧集在情节设计上流于表面,未能塑造鲜

治

规范与扶持同行

近年来,福建省广播电视局发布《进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》以及《网络微短剧规划备案及成片审查的工作提示》等,旨在确保行业发展的规范性与有序性。我市也响应福建省广电政策加强内容安全管理,建立广播电视和网络视听重点工作督导机制和视听新媒体巡查机制,抓好节目三审和重播重审等内容管理制度的落实,旨在确保内容生产的合规性与安全性。

文旅微短剧作为传播地方文化的新载体,不仅仅要展示风景,更需要通过鲜活的人物与动人的情感故事打动观众。为此,我市鼓励创作者深挖地方特色,将文化符号融入情感叙事,使剧集实现“风

言

从“流量狂欢”到“价值深耕”

题材的覆盖领域。例如,可与法律、文学、品牌、科普等领域进行结合,创作更多题材多样、内容丰富的微短剧。通过跨领域合作,不仅能拓宽微短剧的市场空间,还能提升其社会价值和文化内涵。

此外,还可积极拓展海外市场。搭载海外短剧软件,将本地优秀作品输入海外市场,不仅有助于提升泉州文化的国际影响力,还能为微短剧产业带来新的增长点 and 广阔的发展空间。

走精品化发展道路

微短剧作为新兴文化业态,亟须突破内容深度不足、制作质量参差不齐、同质化现象严重等发展瓶颈,尤其是要摒弃“跑马圈地”式的粗放式发展模式,坚定走精品化发展道路。

国家广电总局网络视听节目管理司司长冯胜勇指出,微短剧精品化不是选择题,而是必答题,也是行业高质量发展的必由之路和唯一出路。

“微短剧要构建合理的剧情结构,注重故事逻辑性;要塑造立体的人物形象,提升角色感染力。”爱奇艺高级副总裁杨海涛直言,微短剧精品化应回归内容创作本质,摒弃简单“爽点”堆砌。

爱奇艺微剧业务总经理孙晨阳认为微短剧题材将更精细、品类更多。“得益于免费模式、会员模式等,微剧题材、故事节奏和内容品类走向多样化。题材也

明的角色与故事记忆点;另一方面,传播策略的单一化也限制了微短剧的传播范围。比如,一些微短剧的推广仍以地方电视台、广电新媒体为主,未能充分利用短视频平台的社交传播优势。此外,一些文旅微短剧在产业链上的不完善也是传播效果受限的重要原因。许多剧集缺乏从“观众兴趣”到“文旅消费”的完整导流机制,导致观众“云打卡”与实际出游之间的转化存在缺口。

景+故事”的双重享受。同时,实施“剧游泉州”微短剧创作计划,该计划成功谋划并推动了一批优质项目的生产。2026年2月,泉州市文旅局印发了《泉州市关于培育文旅消费新增长点若干措施》,特别设立了针对视听内容生产(微短剧)、国际文化传播及非遗出海专项扶持条款,旨在通过“内容+传播”双轮驱动,培育文旅消费新增长点。泉州台商投资区还出台措施,对微短剧进行相应的奖金扶持。与此同时,泉州市文旅局不断推出各种微短剧创作培训,提升参与者的新媒体素养和短视频创作能力,以更鲜活、更贴近受众的方式讲好泉州故事、传播“世遗之城”魅力。

IP系列化提升吸引力

在微短剧精品化发展的道路上,IP系列化与之互为犄角。精品化为IP系列化提供了坚实的基础和吸引力,IP系列化则是精品化的延续和拓展。

爱奇艺戏剧中心总经理李莉建议,从业者应坚持内容创新与差异化叙事,在能力范围内做到长板足够长,同时坚持做IP系列化。

长信传媒创始人、董事长郭靖宇的观点更直接:“让真正懂创作的人主导作品,培养影视界自有IP,打造长期IP。”

可以说,打造长期IP、优化叙事节奏、拓展题材类型以及提升制作水平,从而进一步提升微短剧的吸引力和商业价值,是大势所趋。



6月15日至16日,福建影视拍摄服务体系建设现场观摩交流活动在泉州举行。