

## 2025年度文体新现象：

## 微短剧上桌，你还有“短剧羞耻”吗

晚高峰的地铁车厢里、午休时段的快餐厅内，越来越多人低头刷着手机屏幕——当微短剧成为大众碎片化时间里的主流选择，那些曾经羞于承认“短剧土得好看”的年轻人，已能从容地与朋友分享追剧心得、畅谈“短剧追星”乐趣。

回看 2025 年，“短国”成为越来越多网友的“高频词”，而来自“短国”的面孔也越来越为大众圈层所知：因《桃花马上请长缨》爆火的马秋元，斩获古装大剧女二号席位；《盛夏芬德拉》捧红的刘箫旭、郭宇欣携手登上国剧盛典红毯；年初凭《好一个乖乖女》走红的柯淳，更在《一路繁花2》中与刘晓庆、刘嘉玲等资深艺人同台旅行……再加上一部又一部拥有几十亿流量的爆款作品，无数场景与案例共同印证着一个影视行业的变化：微短剧终于“上桌”，“短剧羞耻”不再。

## 破圈进阶：刷短剧的人更多了

今年 7 月，华东师范大学中文系教授、博士生导师汤拥华的毕业致辞火了，他轻松调侃自己 7 分钟演讲差不多“三集短剧”的长度，“教授刷短剧”的话题同时引发热议。许多人开始津津乐道地讨论：你有“短剧羞耻”吗？

无论你承认与否，2025 年的数据证明，刷短剧的人真的成了主流。

中国网络视听协会《中国微短剧行业发展白皮书(2025)》显示，2025 年 1-8 月，微短剧应用人均单日使用时长达到 120.5 分钟，不仅实现连续增长，更超越近两年长视频应用使用时长；每日观看微短剧的用户占比已接近半数，用户基数与粘性双双突破瓶颈。

而另一组来自 QuestMobile 的数据显示，2025 年 10 月，头部平台红果短剧月活用户突破 2.45 亿，跻身在线视频行业第四位，仅次于腾讯视频、爱奇艺、芒果 TV 这三大深耕多年的长视频平台，成为近两年用户增长最快的 APP 之一。

换句话说，这种曾经被默认为“下沉市场专属”的影视产品，如今已深度渗透都市年轻群体，成为通勤、午休等碎片化场景的必备娱乐。“去年我想方法就是要关掉我爸妈的付费”，观众小辰告诉记者，一年前和朋友聊起短剧，主要话题还是诱导付费模式对父母不友好，“今年我追完了《盛夏芬德拉》，彻底沦陷了。”

另一方面，主流认可的加持，让微短剧的“上桌”更具仪式感。从上半年的“上海微短剧大会”“微短剧品质盛典”，到年中中央广播电视总台央视视频主办的“CMG 首届中国微短剧盛典”，再到下半年的国剧盛典、尖叫之夜等业界重磅活动，微短剧作品与创作者纷纷走上红毯，成为聚光灯下的焦点。

在从事行业观察的内容创作者小裘眼中，短剧演员的活跃度，是行业升级最直观的信号，“柯淳接连登上两档综艺，马秋元、郭宇欣参演品相优质的长剧，不少头部演员获得代言、拍摄杂志的机会，甚至拥有追随拍戏的粉丝群体。这种正向反馈，正吸引更多优质人才涌入行业。”

政策层面的持续加码，进一步夯实了行业崛起的基础。《2025 上海市微短剧行业发展报告》显示，2025 年各级政府密集出台针对性扶持政策，从资金激励、资源整合，到人才培养、技术赋能，全方位为微短剧行业发展保驾护航，更从官方层面印证了其主流价值。

## 精品驱动：系列化、生活流

“去年，当我问起微短剧演员们最常用的动作是什么，收获的答案很统一：掐脖、强吻和捅刀；但今年的短剧演员们已经自发在‘卷’拍摄的质量、强度。”

这是《开播吧！》短剧季主持人余有矿的感触——这可不是一句简单的玩笑话，当各行各业优秀人才进入行业，微短剧精品也不再执着于同样的套路，而是转向更细腻、更生活化的表达方式。

回望 2025 年的微短剧市场，不乏内容创新的惊喜。言情赛道中，年初的《好一个乖乖女》以极具吸引力的 CP 感与女性独立的故事内核，打响精品升级第一炮；下半年的《盛夏芬德拉》聚焦爆款 IP 配角故事，探索

短剧 IP 宇宙构建，凭借细腻的视听语言与生活化节奏收获大量“路人粉”，让观众自嘲“终于吃上细糠”。现实题材领域，两季《家里家外》开辟地域特色生活流赛道，以真实平淡的家庭叙事打破“狗血才能红”的刻板印象，让观众感叹“这才是我们想看的亲情故事”。

男频赛道同样不乏突破，《冒姓琅琊》颠覆“赘婿逆袭”传统范式，开辟“知识短剧”新赛道；《十八岁太奶奶驾到》《云渺》则通过 IP 化运营，印证了微短剧延长生命周期的可能性。

内容、制作、表演的全面升级，推动行业加速迭代。连续打造多部爆款短剧的听花岛团队认为，2025 年行业快速进化和迭代，题材和内容全面丰富，精品化也成为同行的创作共识，“这一年大家都在做精品”。

具体来说，制作成本的大幅提升是精品化的基础保障。早期微短剧成本不足十万元，画面粗糙、剧情简陋是常态；2025 年，普通微短剧制作成本大多在 40-70 万元，投资超百万元的精品项目数量大幅增加。而成本升级直接带动妆造、灯光、摄像、置景等环节的品

质跃迁，高清化成为行业基本标准。

同时，内容源头的扩容拓宽了创作的可能性。今年 3 月，阅文集团开放 2000 余部网文 IP 用于短剧创作，首批 300 部 IP 覆盖言情、古装、玄幻等多元题材。下半年红果创作大会上披露的数据显示，番茄小说旗下短故事 IP 改编成功率超 40%，爆款微短剧《真千金她是学霸》从平台上线到短剧推出仅用 64 天，IP 改编的高效性为行业注入活力。

更重要的改变还是商业模式。两三年前，“9.9 元解锁下一集”的小程序诱导付费模式饱受诟病；2025 年，免费模式成为主流。据《中国微短剧行业发展白皮书(2025)》数据，免费微短剧市场规模占比达 66.3%。这种结构性转变，让作品商业回报与完播率、观看时长深度绑定，推动行业竞争力从“投流效率”向“质量提升”回归。

也是在这个基础上，编剧、演员分账机制应运而生。红果短剧今年披露的分账机制显示，编剧单集最高可获 5 万元基础稿酬，爆款编剧能分到作品总收益的 15%-20%；仅 11 月公开的数据就显示，《半熟老公》主演王凯沐、徐珍珍分别斩获 150 万、100 万分账收

益。作品生命力与创作者收益挂钩的模式，持续激励着行业打磨优质内容。

## 展望前路：自我更新向何方？

迎来更广阔发展空间的同时，微短剧也面临着更高的品质要求。

红果短剧总编辑乐力在行业分享中透露，针对低质雷人作品，平台已三次提升审核标准，引导创作者聚焦精品，“主动提高标准不是自我设限，而是打开更大市场的钥匙；品类创新不是分散精力，而是挖掘行业潜力的途径；全民创作不是降低门槛，而是汇聚行业活力源泉。”

在小裘的预判中，未来微短剧行业分层依然明显，“一类是我们目前所说的精品内容，会有更多题材的创新、制作的升级；一类是依托于 AIGC 技术的漫剧会有更大的爆发，它成本低、爆款率高，今年下半年已经有越来越多制作方开始投入这一领域的制作；最后一类依然是那些相对比较‘下沉’的作品，同一个 IP 不断改编拍出 N 个版本的情况还是很常见的。”

值得警惕的是，侵权问题的集中爆发也成为行业发展的“绊脚石”。2025 年，“反侵权”成为微短剧行业的高频词：7 月，听花岛发布声明，称短剧《歪出一片烟火人间》抄袭《家里家外》并用于商业获利；同月，点众科技、听花岛先后维权，直指出海平台 ReelShort 存在侵权剧集的发布、传播甚至制作行为；年末，短剧《墨香缱绻，赘婿竟是资本家》被曝几乎一比一照搬未开播长剧《家业》的预告片名场面。

这种短剧抄短剧、短剧抄长剧的现象，观众心中也有杆秤。尽管已经可以从容地和朋友分享自己喜爱的微短剧，小辰直言，真正值得推荐的作品依然有限，“大部分刷到的还是‘霸道总裁’‘重生逆袭’这类老套路。”

从这个意义上看，2025 年对微短剧行业是“上桌”之年，也是踏入更多挑战的一年：如何进一步自我更新，如何从“流量狂欢”到“品质长青”，这条漫漫长路依然值得求索。

## 红果短剧创作服务平台-剧本10月总分账

突破7300万

2家工作室当月分账破 千万

5名个人编剧当月分账破 百万

超150部剧本当月分账破 10万

工作室当月激励金额破 400万