

**微短剧——新大众文艺的热土**

**《中国微短剧行业发展白皮书（2025）》**

**主要发现**

**中国网络视听协会 编制**

**2025 年 11 月**

# 《中国微短剧行业发展白皮书（2025）》

**五大主要发现**

**14 个新鲜结论**

**中国网络视听协会 编制**

**杭州市临平区人民政府 支持**

**2025 年 11 月**

## 综述

党的二十届四中全会提出，要广泛开展群众性文化活动，繁荣互联网条件下新大众文艺，为网络视听文艺创作和视听产业发展指明方向。微短剧是新大众文艺最为典型的业态之一：它凭借覆盖面广、参与度高、情感联结强等优势，积累了庞大的“大众用户基础”，AIGC 技术的普及正推动微短剧向“大众创作”迅速发展。微短剧在新时代背景下不断探索新表达方式、新传播方法、新美学范式，成为当下最新鲜活跃的视听业态。

《中国微短剧行业发展白皮书（2025）》主要发现以“新大众文艺”视角，围绕产业概况、内容创作、商业模式、技术创新、海外竞争五大维度，以 14 个新鲜结论系统梳理 2025 年 1-9 月微短剧发展新趋势。报告深度剖析政策引领下，用户行为、市场结构、技术发展等多因素协同推动产业迭代的内在逻辑，解读微短剧作为新大众文艺重要载体的发展路径，为主管部门及从业者宏观把握行业态势提供参考。

## 研究方法

《中国微短剧行业发展白皮书（2025）》综合采用多种研究方法,对十余家专业数据研究机构的相关数据进行深度挖掘和全面分析,经严格校验、比对与提炼,部分数据系首次公开;与30余家微短剧主要播出平台和头部制作机构负责人开展深度访谈;对近两百位资深从业者、行业专家等进行焦点访谈;面向全国微短剧用户实施抽样调研,覆盖多元群体;通过桌面研究系统梳理行业政策法规、公开权威信息及第三方专业数据,经多维度交叉验证后纳入分析。

## 主要发现一

### “卷精品”质量齐升，微短剧开启品质时代

#### 1. 【“两统筹两并重”：引导微短剧精品化转型行稳致远】

国家广播电视总局坚持统筹发展和安全，统筹活力和秩序，做到监管与繁荣并重，提正与减负并重，引导行业在稳健发展中迈向精品化转型。

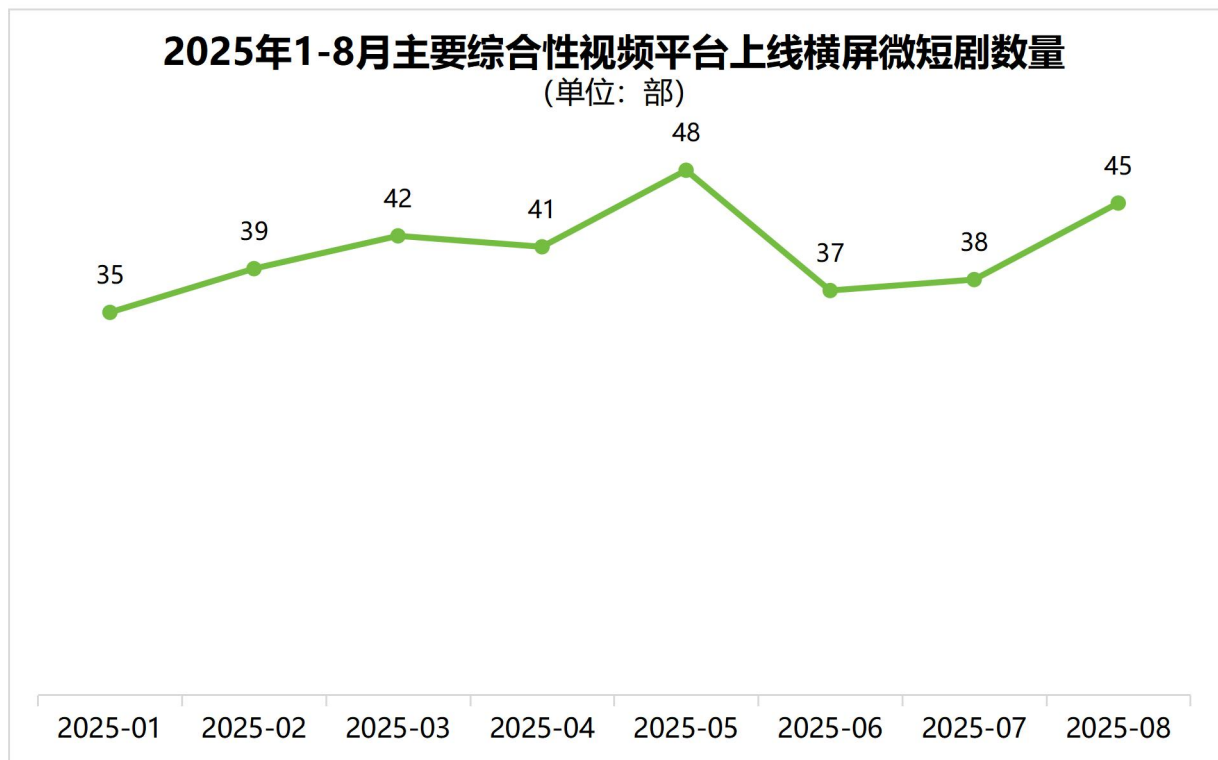
进一步规范管理：2025 年国家广播电视总局持续推进专项治理与常态化监管，发布多项管理提示，健全分类分层管理机制，推进《微短剧管理办法》制订，实施“微短剧+”行动计划，推动微短剧向精品化、大众化、国际化方向纵深发展。

进一步加强行业自律：2025 年 10 月，在国家广播电视总局和国家税务总局指导下，中国网络视听协会微短剧工委向全行业发布了《微短剧行业依法纳税倡议书》，号召微短剧从业者牢固树立“依法纳税、诚信经营”的理念，22 家微短剧头部机构积极响应，成为首批签署单位。

进一步加强产业扶持：2025 年，多地政府密集出台针对性政策，持续加大扶持力度，通过资金激励、资源整合、人才培养、技术赋能等方式，为微短剧高质量发展提供有力支撑。

## 2. 【质量齐升：上新量再创新高、创作卷出新模式】

2025 年 1-8 月，主要综合性视频平台<sup>1</sup>已上线 325 部横屏微短剧<sup>2</sup>，较去年同期增长了 24.52%。短视频平台、小程序和微短剧应用共上线竖屏剧 14 余万部，这一数量的急速增长主要缘自部分剧集的重新剪辑、复投上线，若去掉该部分内容，结合行业调研及综合评估，预计 2025 年全年独立完整制作并上线的竖屏剧数量约为 4 万部。

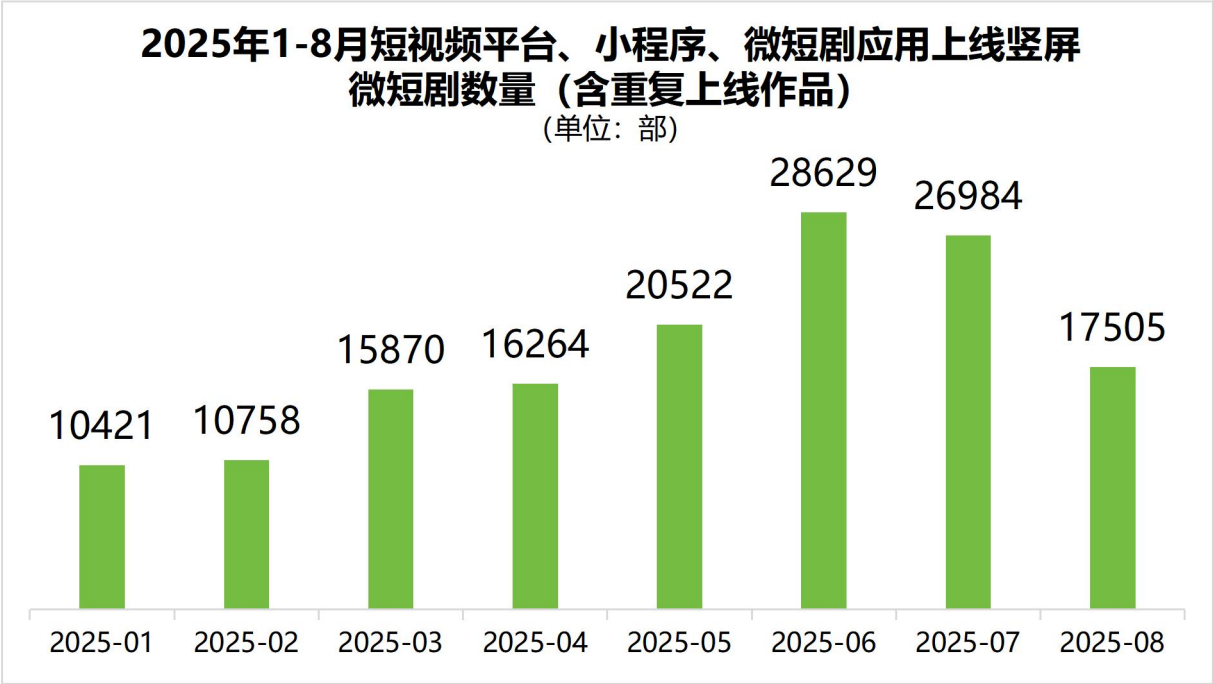


中国网络视听协会

数据来源：云合数据

<sup>1</sup> 主要综合性视频平台包括爱奇艺、芒果 TV、腾讯视频、优酷、B 站、乐视、搜狐、西瓜视频八家平台。

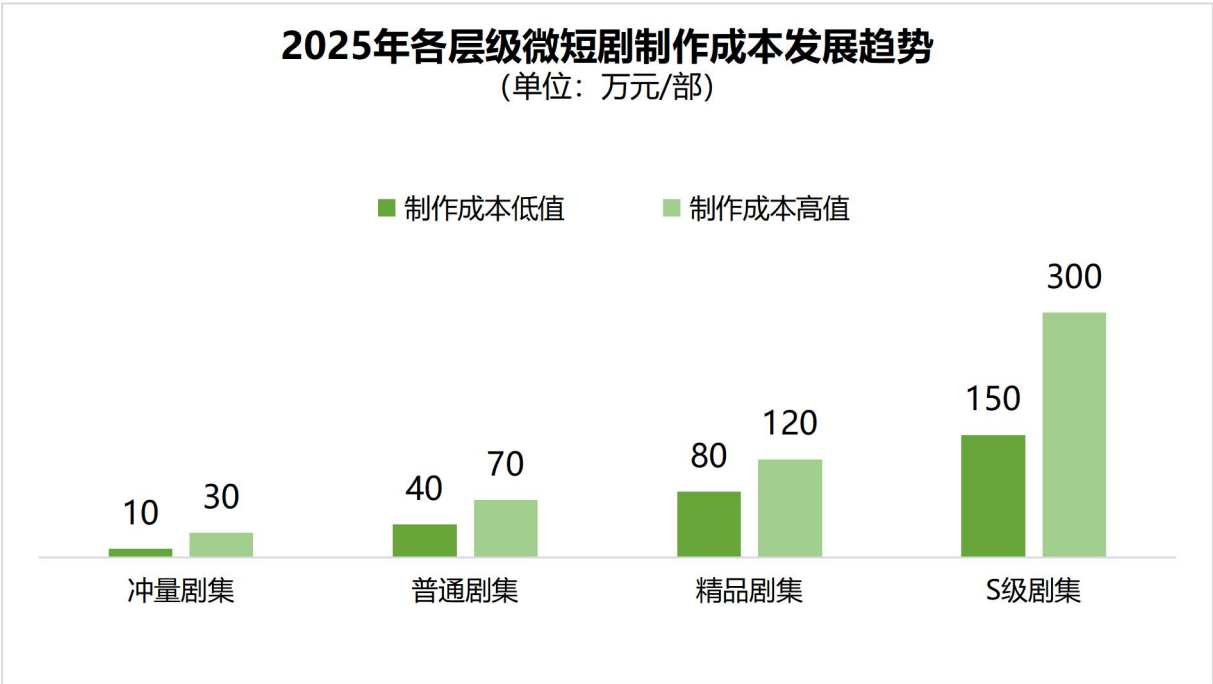
<sup>2</sup> 指单集时长为 3-20 分钟的横屏剧。



中国网络视听协会

数据来源: DataEye 短剧热力榜(剧查查)

制作成本整体呈上涨之势。2025 年，尽管 S 级剧目单剧成本投入基本没变，但普通剧集制作成本已普遍上涨至 40-70 万元/部，而投资规模超 100 万元的精品剧数量也明显增多。



中国网络视听协会

数据来源: 2025 中国微短剧从业者调研

在此背景下，微短剧制作逐渐形成两种策略：一是“头部化”策略，以提升剧集质感、延长影响力周期为主要目标，打造热门佳作；二是“冲量”策略，以低成本、快节奏的轻量化制作快速试水市场偏好，为培育头部大热作品打下量的基础，最终形成“以量养质，以质提量”的循环。

### 3. 【长尾效应显现：剧 N 代、剧 N 轮、剧 N 屏已成趋势】

系列化作品培育长尾 IP。目前，成功实现系列化的微短剧多集中于 3-5 季规模，其续作开发高度依赖首季市场反馈。通过系列化开发，能将短期流量转化为长期用户资产，并有助于建立鲜明的厂牌辨识度，同时为广告植入、衍生授权等多元变现奠定基础，推动单一 IP 价值最大化。

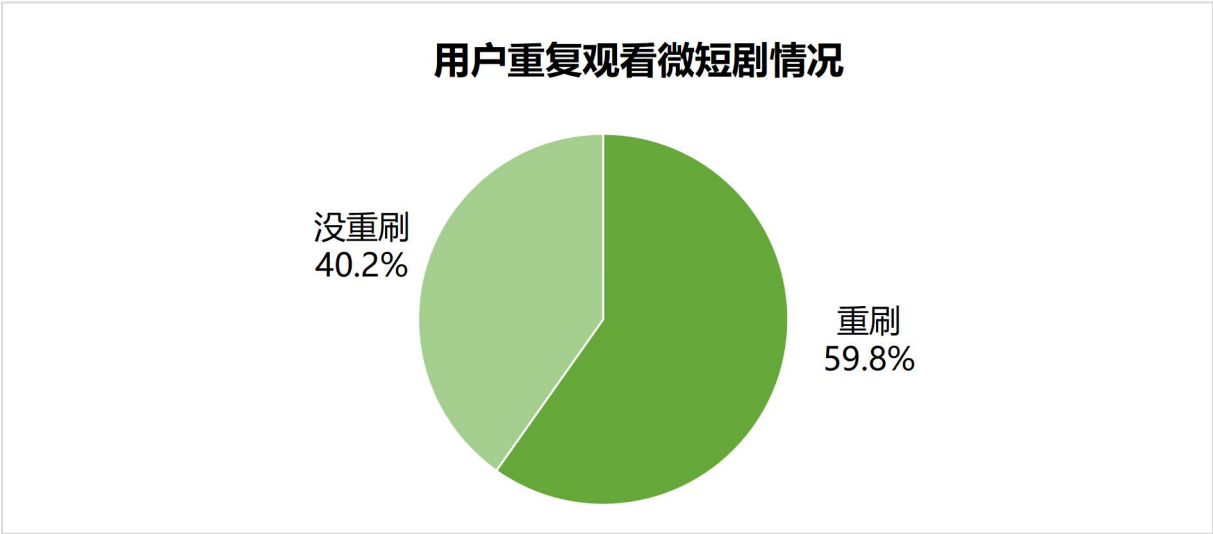
多屏播出已成趋势，全国卫视频道播出微短剧 94 部，供给充足让大屏端实现多集连播。近一年来，微短剧在大屏端实现了从“多点开花”到“迅猛铺开”的惊人增长。截至 2025 年 9 月，全国卫视频道播出微短剧 94 部，部数较去年同期增长 261.5%；全国共有 31 个卫视频道在 2025 年前三季度播出过微短剧，数量较 2024 年同期增加 287.5%<sup>3</sup>。不仅播出数量大幅增长，微短剧在大屏端的收视规模也增势迅猛，前三季度卫视频道微短剧累计收视 21.6 亿人次，收视规模超过去年同期的三倍。精品内容供给充足也让大屏实现了“多集连续播出”，播出集数和总时长迅速增长。

尽管微短剧供给量庞大，但仍有近六成受访者表示会重复观看

<sup>3</sup> 数据来源：中国视听大数据（CVB）



喜欢的剧集，优质微短剧在一众内容竞争下仍展现出长尾价值。



中国网络视听协会

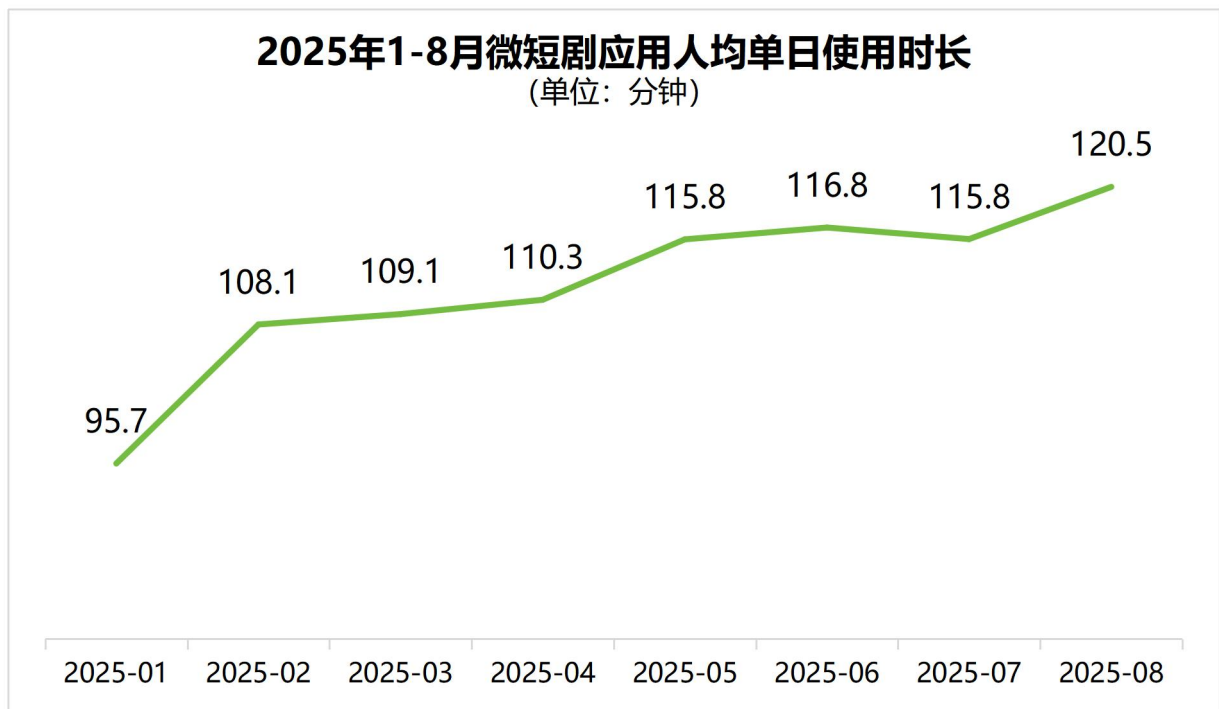
数据来源：2025 中国微短剧用户调研

## 主要发现二

### 行业信心强劲，微短剧加速迈向规模化发展新阶段

#### 1. 【每天追剧 2 小时，“全民铁粉”催生内容顶流】

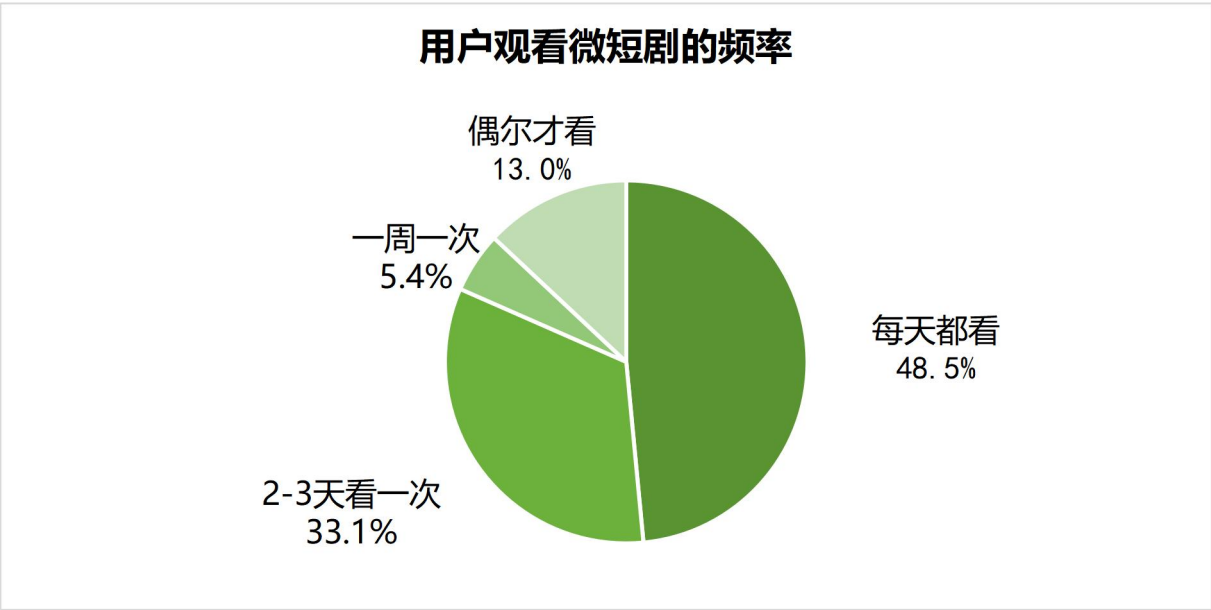
2025 年 1-8 月，微短剧应用的人均单日使用时长达到 120.5 分钟，较 1 月增幅达 25.9%。据长视频应用近两年使用时长趋势推测，微短剧应用人均单日使用时长或已超过长视频应用。



中国网络视听协会

数据来源：QuestMobile

调研显示，近八成受访者表示，观看微短剧的频率较去年有进一步提升，近半数受访者每天必看。

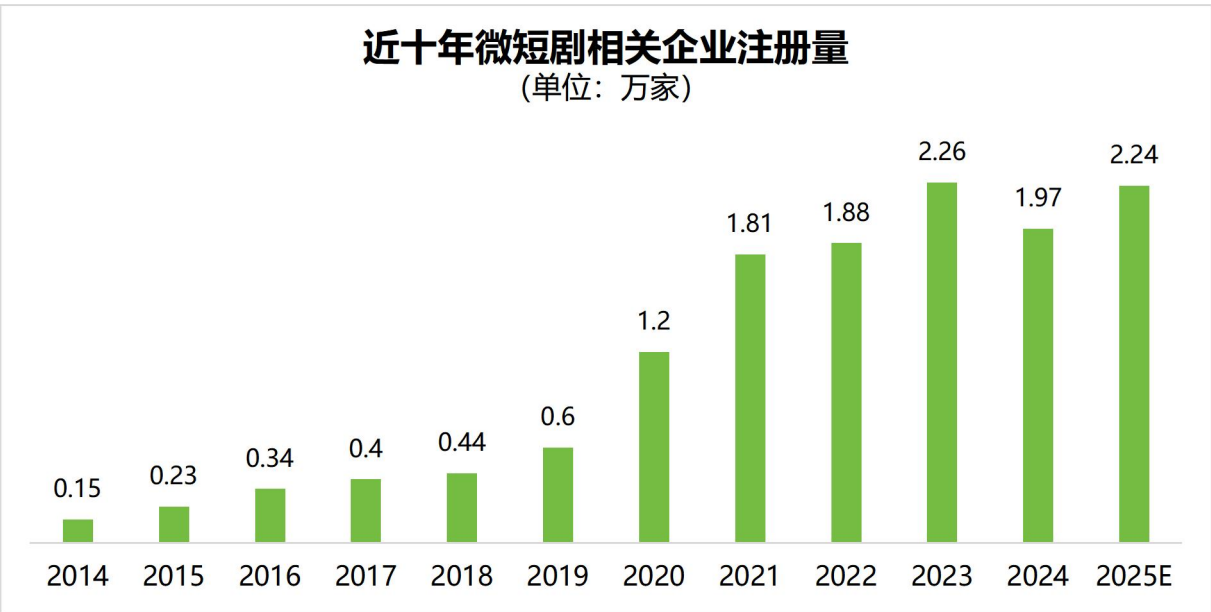


中国网络视听协会

数据来源：2025 中国微短剧用户调研

**2. 【行业活力满满，企业规模超 10 万】**

企查查数据显示，国内现存微短剧相关企业达 10.02 万家，且市场仍处于快速扩张阶段，仅 2025 年前 9 个月就新注册了 1.68 万家相关企业，同比增长 12.57%。



中国网络视听协会

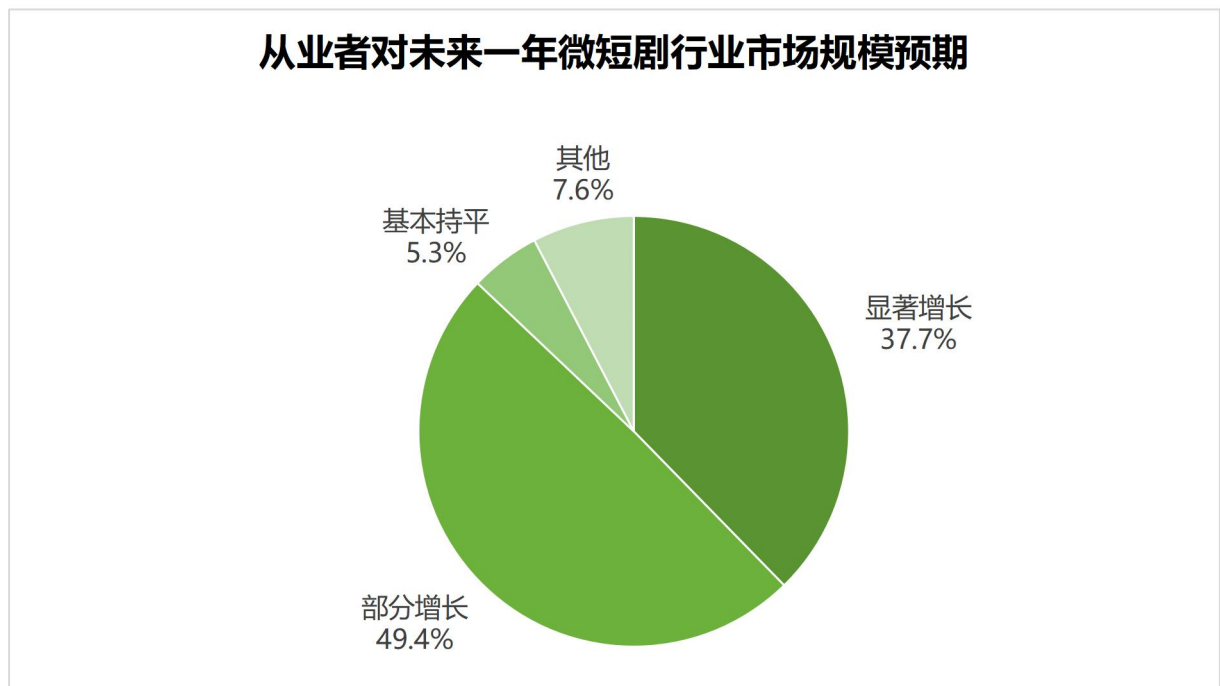
数据来源：企查查

调研数据显示，微短剧行业呈现蓬勃发展趋势，超九成受访从

业者表示，其所在企业收入稳定或增长，企业继续保持经营活力。

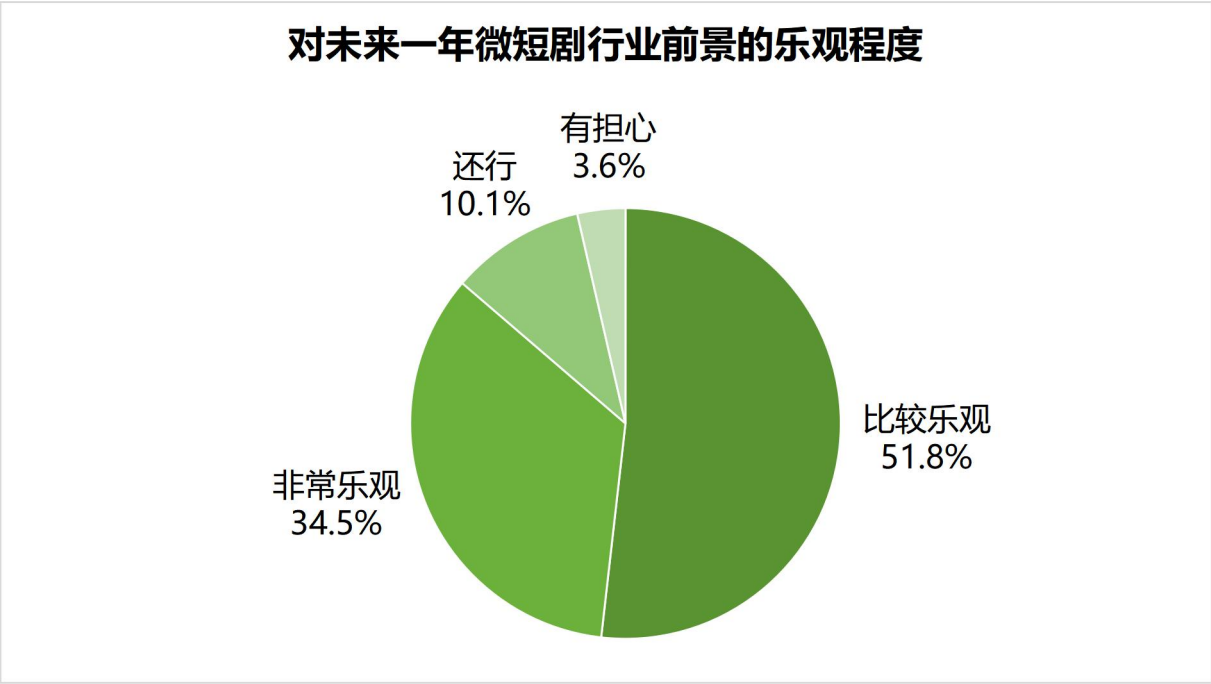
### 3. 【行业信心强劲，近九成从业者预判市场规模增长】

大部分企业营收持续增长，有望带动 2025 年微短剧市场规模实现更大突破。87%以上的受访从业者认为未来一年微短剧市场规模将保持增长，其中近四成人认为会有显著增长，近九成受访从业者对微短剧行业未来发展持乐观态度。



中国网络视听协会

数据来源：2025 中国微短剧从业者调研



中国网络视听协会

数据来源：2025 中国微短剧从业者调研

驱动微短剧市场规模大幅增长的动力主要来自内容精品化转型、产业集群化发展、业态多元融合化共生。在国家广播电视总局相关政策引导及地方扶持下，“微短剧+”行动计划精准发力，推动内容从“数量扩张”向“质量提升”跨越，显著增强了用户粘性与观看满意度，更带动广告收入稳步增长。微短剧产业依托主要城市形成特色产业集群，地方政府的政策倾斜与资源配套，进一步强化了集群的规模优势与成本优势。健康向上的行业态势吸引电商、游戏、民生服务等跨行业主体入局，淘宝、拼多多等非视听平台纷纷入局、深耕免费市场，进一步扩大了微短剧的用户覆盖面、提升了观看时长。几方因素协同作用下，微短剧市场规模有望实现爆发式增长。

## 主要发现三

### 商业模式重构，微短剧加速探索生态破局

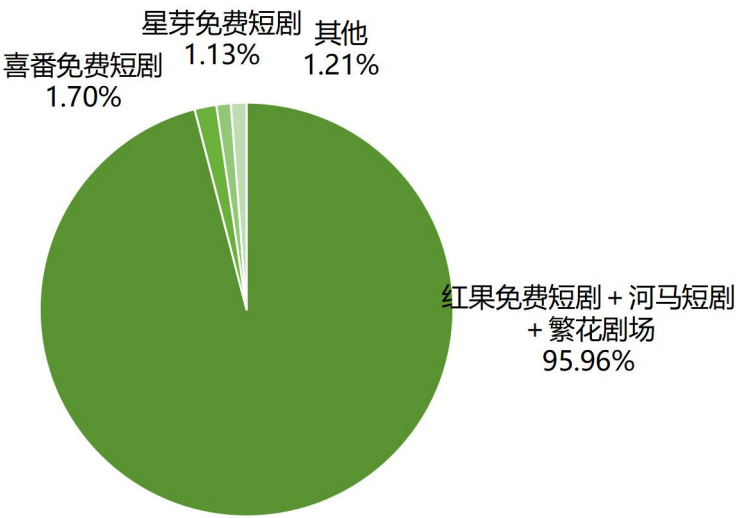
#### 1. 【免费看剧占 2/3 市场，运营从“高效率”回归“好故事”】

据预估,2025 年全年免费微短剧市场规模在市场规模整体中占比约 66.3%。这一结构性转变重塑了微短剧的创作逻辑和产业生态。免费模式下，作品的商业回报与完播率、观看时长等指标挂钩，因此更注重剧集整体对用户的持续吸引力，这也推动微短剧的竞争力重点从“投流效率”向“质量提升”回归，从根本上推动创作水平升级。

#### 2. 【头部应用占比超 95%，行业加速推高工业化水平】

2025 年 1-8 月，微短剧应用的竞争差距进一步拉大。凭借抖音集团在 IP、流量、算法推荐等方面的优势，以及对免费模式的大力推广，红果短剧快速崛起，与河马剧场、繁花剧场两大头部应用共同抢占超过 95%的月均活跃用户渗透率。

2025年1-8月微短剧应用月均活跃用户渗透率对比



中国网络视听协会

数据来源：QuestMobile

为应对行业竞争加剧的挑战，头部制作机构正积极通过投资并购、合资共建等方式整合产业资源，系统布局内容制作生态。这些机构致力于构建从IP孵化、剧本开发、拍摄制作、演员经纪到后期宣发的完整产业链，部分机构甚至自建服化道仓库与拍摄基地，形成从创意到播出的全流程闭环。这不仅能有效实现降本增效，稳定优质内容供给，更助力机构在激烈竞争中构建资源品牌护城河。

表格 1：头部微短剧机构及其关联公司情况

| 头部机构 | 关联公司     | 关联情况    |
|------|----------|---------|
| 点众   | 北京当风起文化  | 持股 100% |
|      | 江西酱酱文化   | 持股 35%  |
|      | 北京肆肆石榴文化 | 持股 20%  |
|      | 西安灵犀影视   | 持股 15%  |
|      | 杭州灵感工坊   | 持股 12%  |
|      | 西安匣子广告文化 | 持股 10%  |
|      | 杭州刚刚好影视  | 持股 10%  |
|      | 杭州金阅科技   | 持股 10%  |
|      | 广州千墨文化   | 持股 40%  |
|      | 成都熠星引力   | 持股 12%  |

|      |            |              |
|------|------------|--------------|
| 九州   | 大鱼小娱（郑州）影业 | 持股 10%       |
|      | 武汉云景文化     | 持股 49%       |
|      | 西安深海鱼影视    | 持股 28.58%    |
|      | 东阳市张路权影视   | 持股 20%       |
|      | 广西若驼文化     | 持股 20%       |
|      | 东阳市幻视传媒    | 持股 20%       |
|      | 成都文启乘风文化   | 持股 10%       |
|      | 黔南州百艺文化    | 持股 10%       |
|      | 昭通星屿文化     | 持股 10%       |
|      | 武汉风云万界文化   | 持股 49%       |
|      | 嘉兴九瓜文化     | 持股 35%       |
|      | 奇迹无限（宁波）影视 | 持股 20%       |
|      | 西安幻书文化     | 持股 20%       |
|      | （长春）焕燃影业   | 持股 20%       |
|      | 河南木娱火影视    | 持股 20%       |
|      | 河南澜若文化传媒   | 持股 20%       |
|      | 郑州无巧不成书    | 持股 10%       |
| 映宇宙  | 广州快创网络     | 持股 40%       |
|      | 广州美光盛世     | 持股 40%       |
|      | 西安朝气蓬勃影业   | 同属美光盛世       |
|      | 郑州三笙万物     | 关联美光盛世实控人    |
|      | 海南恒系网络     | 持股 100%      |
| 山海   | 郑州如炬网络科技   | 持股 30%       |
|      | 郑州乐不可吱文化传媒 | 同属如炬，持股 100% |
|      | 武汉咪鸣文化     | 持股 49%       |
| 容量   | 象山剧汇风云影业   | 合资持股 40%     |
|      | 之江容量无限科技   | 合资持股 30%     |
| 麦芽   | 河南泾文网络科技   | 持股 10%       |
|      | 长沙佳鲤传媒     | 持股 10%       |
| 掌阅   | 南京墨阅信息科技   | 持股 46%       |
|      | 重庆万读科技     | 持股 16.3%     |
|      | 北京琳琅智库     | 持股 15%       |
|      | 南京喵星人文化    | 持股 10%       |
|      | 长沙新阅文化传媒   | 持股 70%       |
|      | 西安君悦网络科技   | 持股 9.5%      |
| 中文在线 | 海南中文万年影视   | 持股 51%       |
|      | 北京寒木春华动画   | 持股 51%       |
|      | 星偶时代（天津）动漫 | 持股 20%       |
|      | 武汉两点十分文化   | 持股 2.1%      |

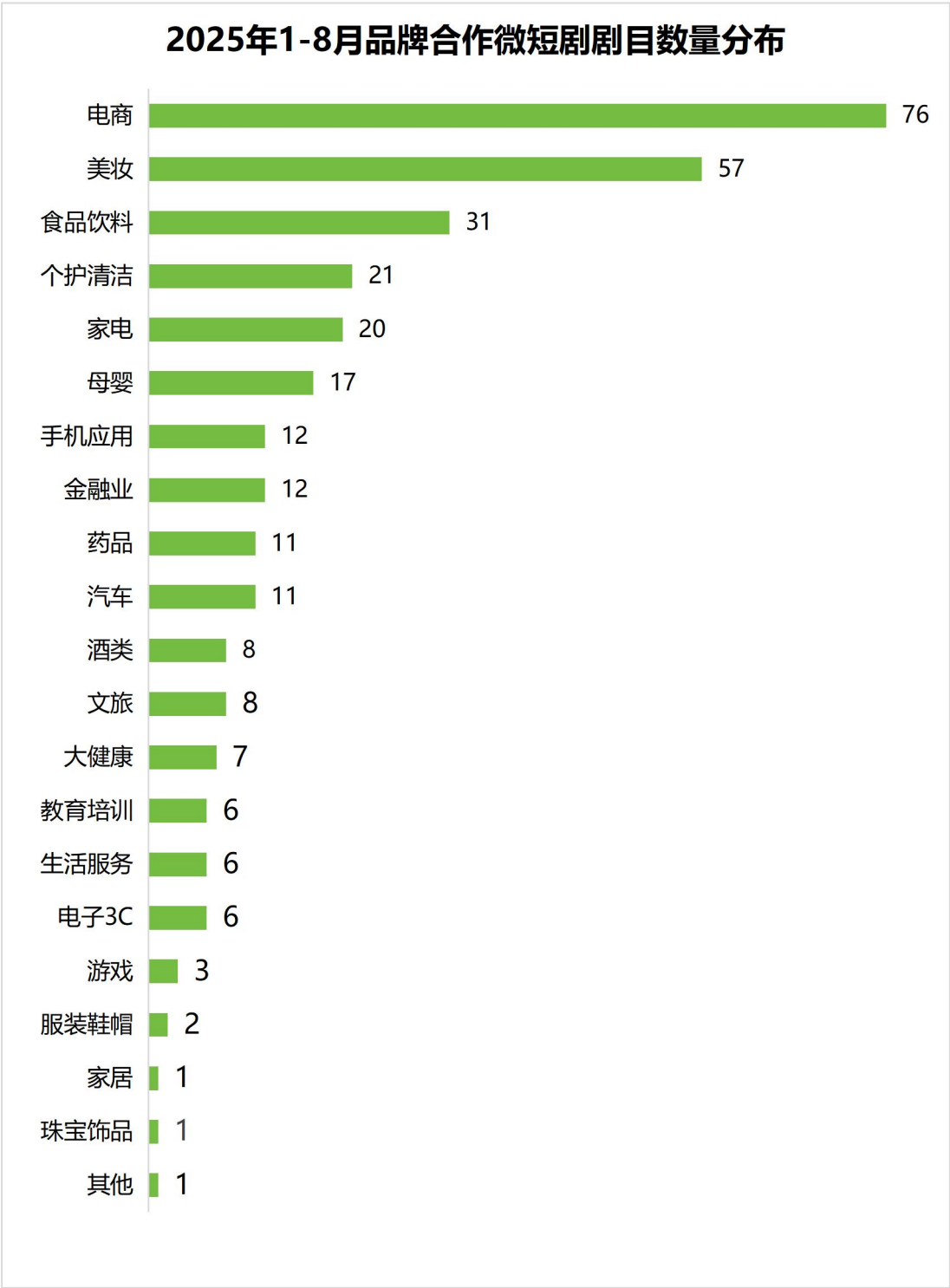
中国网络视听协会

数据来源：娱乐资本论（截至 2025 年 5 月）



### 3. 【“微短剧+”模式日渐成熟，成发展新质生产力新工具】

得益于国家广播电视总局“微短剧+”行动计划，微短剧与文旅、体育、品牌、非遗、法治、科普、经典等领域的融合发展模式逐步成熟。微短剧与文旅产业的融合正构建起一套经过市场检验的专属创作逻辑：以高品质内容为中心，凭借情感共鸣与优质叙事，打通线上线下链路，兼顾社会价值与商业回报，促成线上流量向在地消费的有效转化。2025年，微短剧对非遗文化的传播与传承赋能效应持续深化。2025年1月11日，国家广播电视总局启动“微短剧里看非遗”创作计划，旨在打造一批兼具思想内涵、艺术追求与制作品质的非遗题材微短剧，为微短剧与非遗的良性互动搭建新桥梁。2025年1-8月，短视频平台共上线233部有品牌合作的微短剧，有87个新品牌首次试水微短剧营销，电商取代美妆处于领投地位。这说明品牌从微短剧合作中已经获得切实营销回报，企业投入正逐步从“短期试探”转向“持续深耕”。



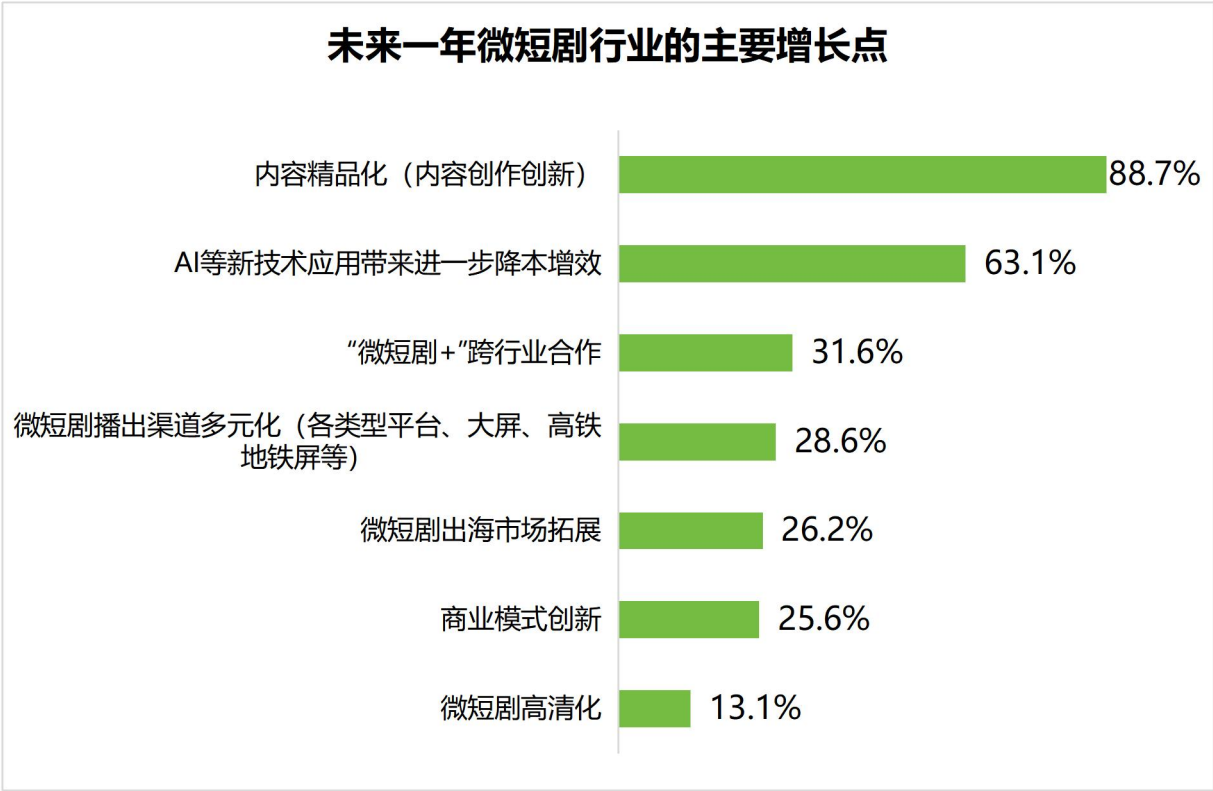
## 主要发现四

### AI 改变产消关系，微短剧迎来大众共创时代

#### 1. 【技术推动“创作平权”，人人皆可是主创】

随着智能手机性能提升以及 AI 工具持续迭代，微短剧或可成为普通人表达故事、参与文化创作的新载体。各大平台通过提供便捷的创作工具与素材资源，持续为大众创作者赋能。有研究显示，采用 AIGC 工具的内容创作者，其创作效率平均提升约 50%，作品产出频率提高近一倍。

微短剧创作团队结构也正经历深刻变革，从高度依赖专业科班出身的导演、编剧、演员的建制，转向低门槛、更扁平、更开放的创作团队生态。更多小团队与独立创作者能够凭借创意优势获得发展机遇，AI 生成的数字人演员能进一步丰富角色类型、拓展表演形式。调研显示，超六成受访从业者将 AI 等新技术应用，视为推动微短剧行业持续增长的重要动力。



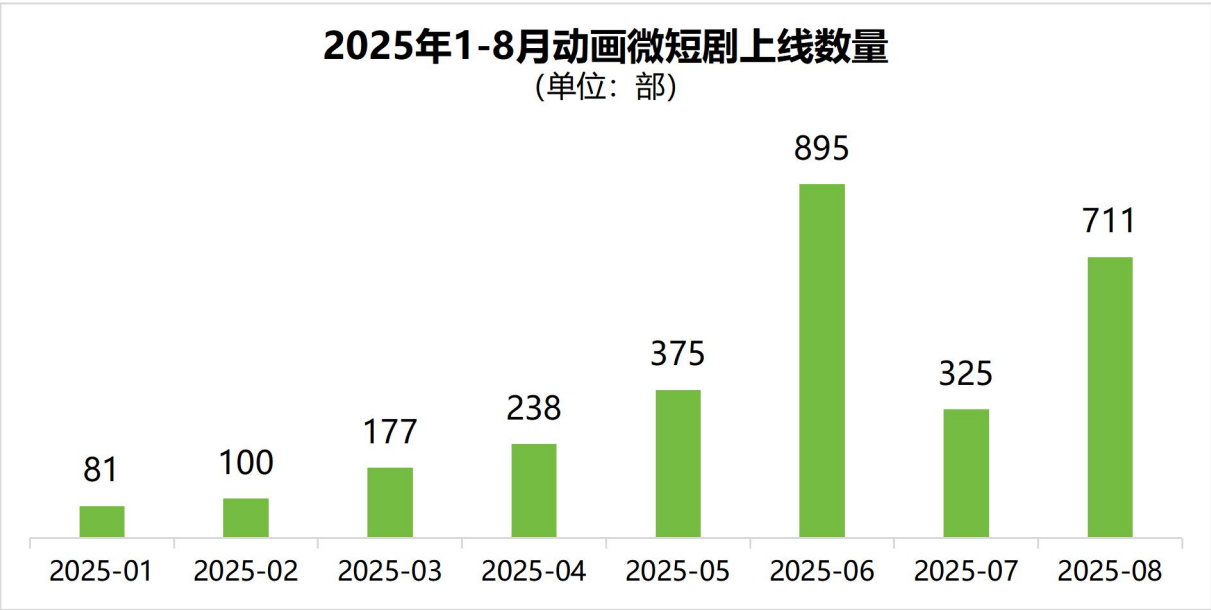
中国网络视听协会

数据来源：2025 中国微短剧从业者调研

## 2. 【技术催生新赛道，动画微短剧、AI 真人剧迅速成长】

与真人微短剧相比, AI 技术能快速生成动画微短剧的角色与场景, 后期制作与修改也更灵活。这使得动画微短剧不仅实现了高效制作, 更在传统影视领域的高门槛题材上, 展现出独特的适配性与广阔的创作空间。2025 年 1-8 月, 动画微短剧上线数量持续走高, 各平台<sup>4</sup>累计上线 2902 部。动画微短剧是 AIGC 技术广泛应用后, 首个实现大规模商业化的视频业态, 是微短剧中极具潜力的新细分领域。

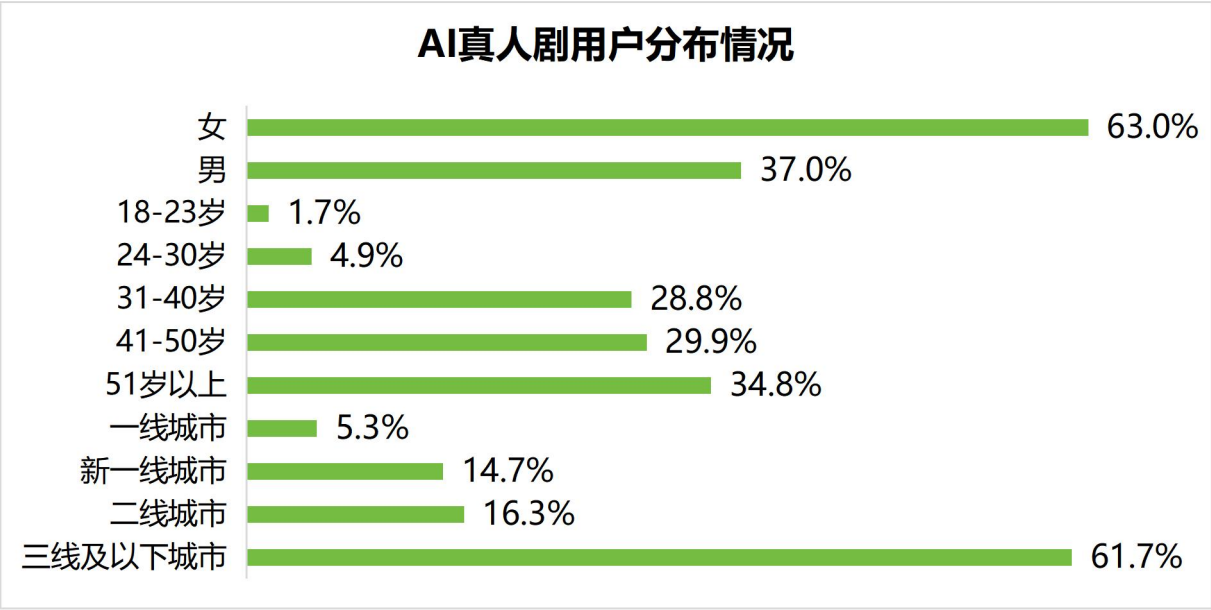
<sup>4</sup> 覆盖平台：红果短剧、河马短剧、抖音、快手、微信、爱奇艺、芒果 TV、腾讯视频、优酷、B 站、乐视、搜狐、西瓜视频



中国网络视听协会

数据来源: DataEye 短剧热力榜(剧查查)

随着多项技术瓶颈被攻克, AI 真人剧<sup>5</sup>于 2024 年下半年实现关键突破, 并已建立起覆盖面广且结构鲜明的用户基础。常规 AI 真人剧的成本已能控制在每分钟 1000 元左右; 而精品 AI 真人剧因算力与人工投入较大, 成本每分钟可达 2-5 万元。



中国网络视听协会

数据来源: DataEye 短剧热力榜(剧查查)

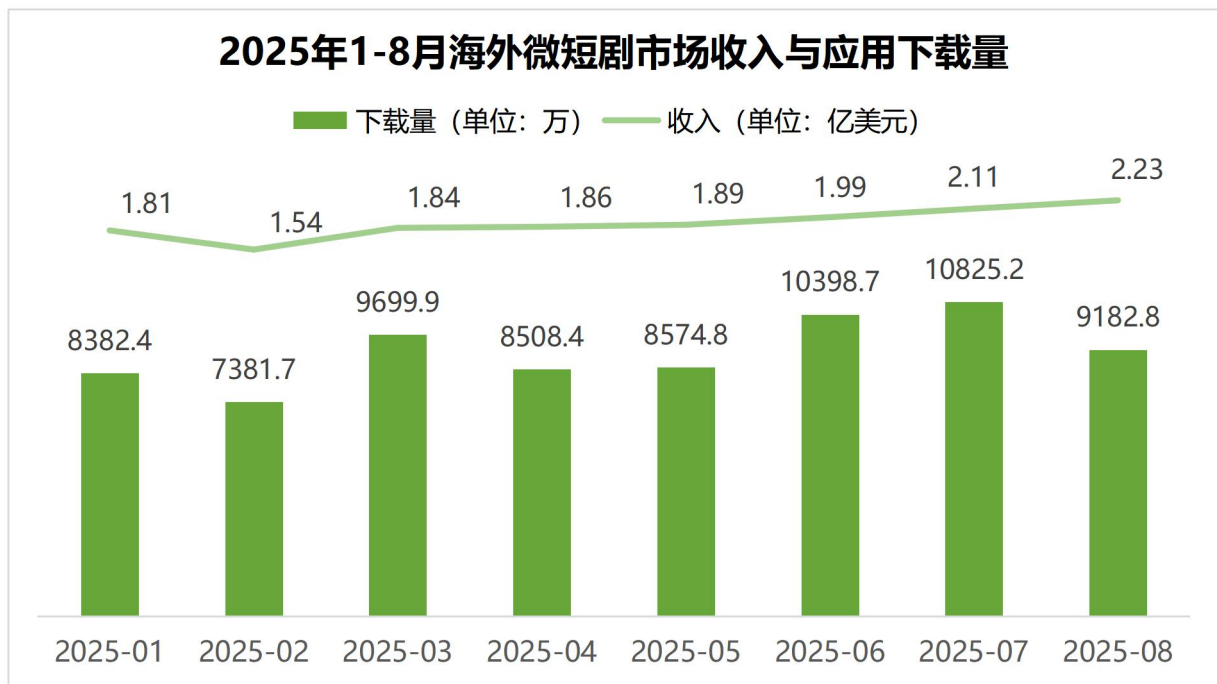
<sup>5</sup> AI 真人剧是通过人工智能技术生成虚拟演员、场景及剧情的微短剧形态, 无需真人演员参与拍摄, 实现全流程自动化制作。

## 主要发现五

### 出海竞争升维，微短剧携“新中式”赋能全球生态

#### 1. 【海外微短剧市场持续扩张，前八月营收超 15 亿美元】

2025 年 1-8 月，海外微短剧市场总收入达 15.25 亿美元（约 108.38 亿人民币）<sup>6</sup>，同比增长 194.9%，同期，海外微短剧应用总下载量约 7.3 亿次，同比增长 370.4%。



中国网络视听协会

数据来源: Appfigures

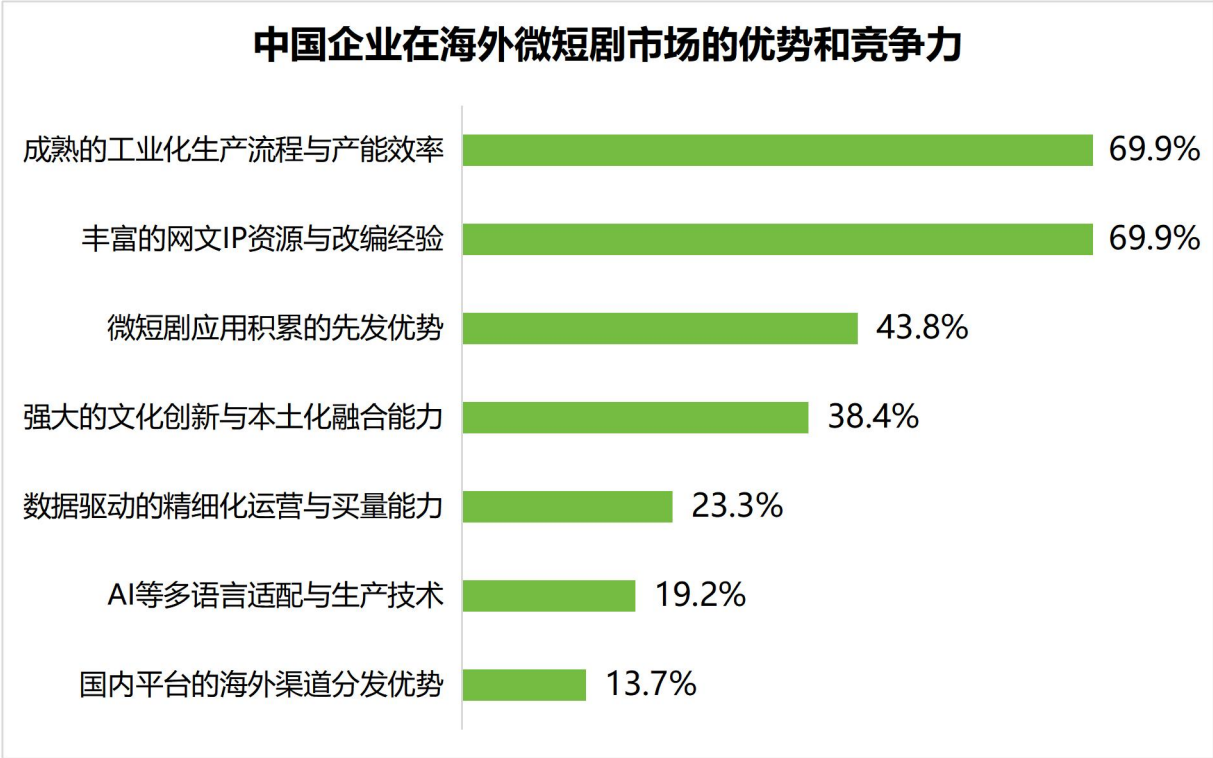
2025 年 1-8 月，海外微短剧应用市场收入格局呈高度集中态势，中国企业占据主导地位。收入排名前 20 的应用中，九成具有中国背景，创造约 91% 的市场收入。2025 年 1-8 月，头部应用 DramaBox

<sup>6</sup> 收入包含付费点播、会员订阅的净收入总额；折合人民币金额根据中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的 2025 年 9 月 10 日人民币汇率中间价计算。

与 ReelShort 下载量实现 70%-105% 的同比涨幅，与 Netflix、YouTube 等传统流媒体及 TikTok、Instagram 等社交平台下载量普遍下滑 20%-35% 的表现形成鲜明对比。

## 2. 【“新中式”叙事赋能中国文化、中国价值更好“走出去”】

中国企业在海外微短剧市场的主要优势，为“新中式”叙事的传播筑牢了根基。一方面，成熟的工业化生产体系实现内容产能与品质的双重保障，让承载中国文化价值的故事得以规模化呈现；另一方面，深厚的网文 IP 资源库蕴藏着海量东方故事原型，提供了丰富的素材滋养。这两大优势相辅相成，让中国文化、中国价值借由更贴近当代海外受众的表达形式走向世界。海外市场的反馈也直观印证了“新中式”叙事的独特魅力——中国头部出海平台上，微短剧译制剧数量较高。在 AI 译制技术的加持下，译制剧不仅能实现规模化量产，更将单部剧译制效率提升超 60%，推动中国故事以更快捷流畅的方式触达全球受众，实现跨文化的深度沟通与价值传递。



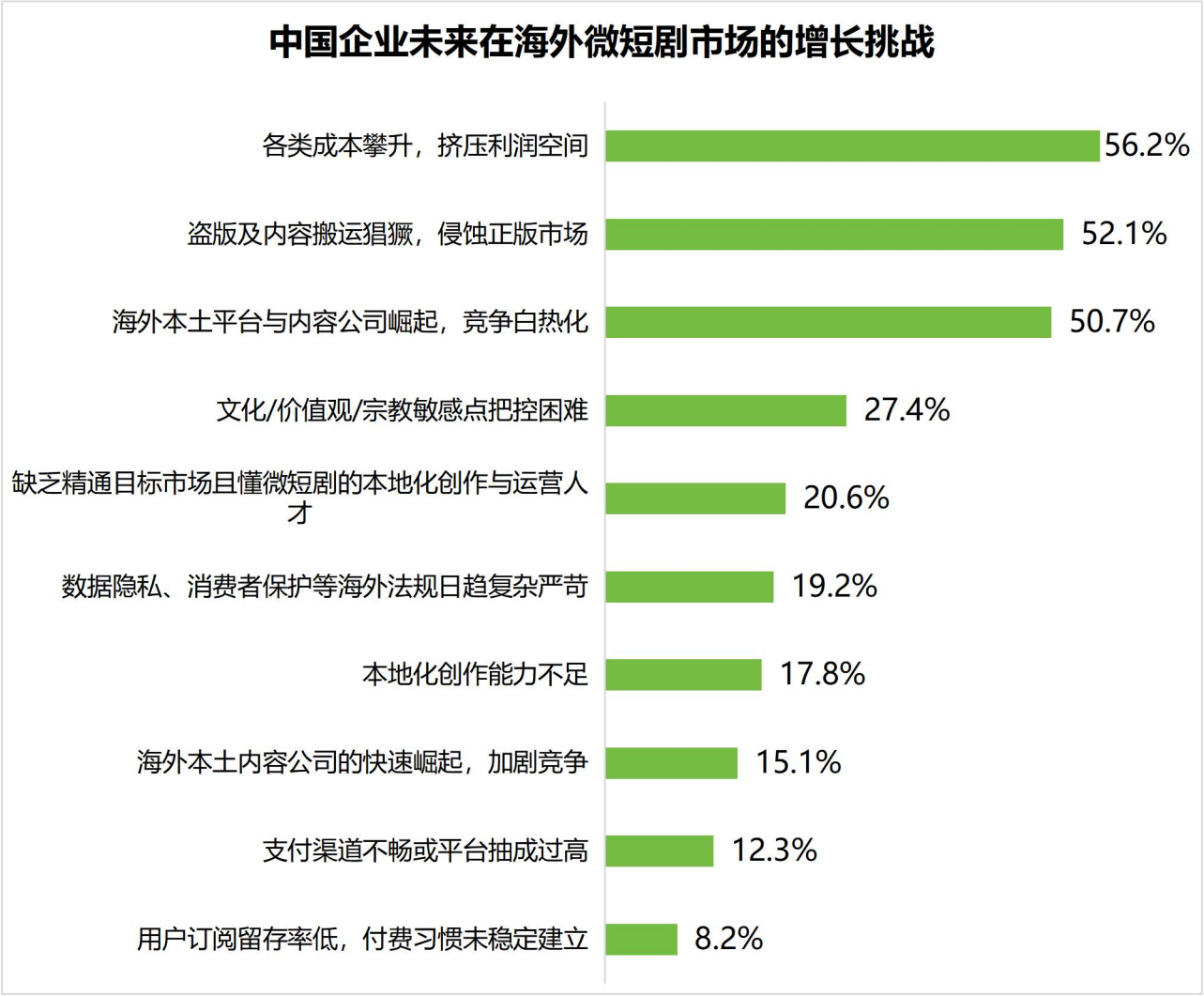
中国网络视听协会

数据来源：2025 中国微短剧从业者调研

### 3. 【抱团出海赋能“新中式”产业，聚力重塑全球传播格局】

随着海外市场竞争加剧，中国企业面临着诸多不确定性，包括成本持续攀升、海外本土公司崛起、跨境版权保护挑战等。中国微短剧的出海挑战已从单一平台或模式的输出能力，转向中国式产业链模式与海外市场生态的深度融合能力。





中国网络视听协会

数据来源：2025 中国微短剧从业者调研

面对这一挑战，“抱团出海”已成为赋能“新中式”产业的必然选择。通过组建产业联盟、订立规范合约、建立高效协调机制、共享软硬件基础设施等举措，整合产业链上下游优势资源，将个体力量凝聚为产业合力，有效抵御跨境经营风险、巩固海外市场份额，以规模化、高品质、稳定性的内容供给，持续扩大中国叙事的全球影响力，以东方文化的独特魅力和产业模式的创新活力，推动中国文化、中国价值的跨文化传播扬帆远航。

## 总策划

周 结

## 课题组组长

余 力

## 课题组副组长

何紫薇、王晓培

## 课题组成员

田可心、王靖雨、胡岑岑、王雨帆、林蓉

## 鸣谢

杭州市临平区人民政府

## 研究支持单位

中国人民大学

## 支持单位

（以下排序不分先后）

中国互联网络信息中心（CNNIC）

DataEye 短剧热力榜（剧查查）

云合数据

勾正科技

QuestMobile

Appfigures

短剧自习室

短剧研究僧

红果短剧

抖音

芒果 TV

杭州容量网络科技有限公司

北京点众科技股份有限公司

西安丰行广告文化传播有限公司

上海凡酷文化传媒有限公司

重庆麦芽传媒有限公司

嘉兴九州文化传媒有限公司

映宇宙集团

天桥短剧

郑州日新阅益文化传播有限公司

长鹰科技

听花岛

郑州三笙万物文化传媒有限公司

江西酱酱文化传媒有限公司

棱镜 AIGC 工作室

北京友和卓谊信息技术有限公司

广州字间科技有限公司

传承影视

欢娱影视

临影厂

横店影视文化产业集聚区管委会

长安古寨微短剧基地

聚美空港影视基地