



《2025年微短剧行业生态洞察报告》

五个洞察发现



中国网络视听协会 余力

2025年12月

研究方法

数据深度挖掘

对十余家专业数据机构相关数据进行挖掘，多维交叉验证，部分数据为首次、独家披露。

行业深度访谈

访谈30余家行业主体负责人、一线从业者，了解生态现状。

问卷调研

调研近两百位资深从业者与专家，形成专业调研成果。

书面研究

结合政策法规及权威信息开展桌面研究，保障结论精准前瞻。

五个洞察发现



从“小众内容”升级“现象级产业”
微短剧已带动百万级“增量就业”



编剧是一剧之本、一剧“命脉”
微短剧百万年薪寻求优秀人才



不问“血统”和“出处”
微短剧彻底颠覆演员入行传统模式



全民共创、无人不微
微短剧生动诠释“新大众文艺”新内涵



“质感”卷出新高度
微短剧运营体系出奇出新

01

从“小众内容”升级为“现象级产业”
微短剧已带动百万级“增量就业”

02

//

1. 主要生产环节就业岗位超133万， 微短剧正上演“职业逆袭”

据本次调研估算，目前我国微短剧行业主要生产环节带动的就业岗位总数约为**133.3万个**。

充分显示了其作为新兴文化业态对劳动力市场的显著拉动效应。

2025年前三季度微短剧相关人才需求同比增长**26%**。

微短剧行业已形成涵盖编剧、导演、演员、运营、投放、摄像、剪辑、翻译、制片及主编等在内的完整岗位矩阵。



2. 剧组规模翻3-4倍，微短剧工业化进程大提速

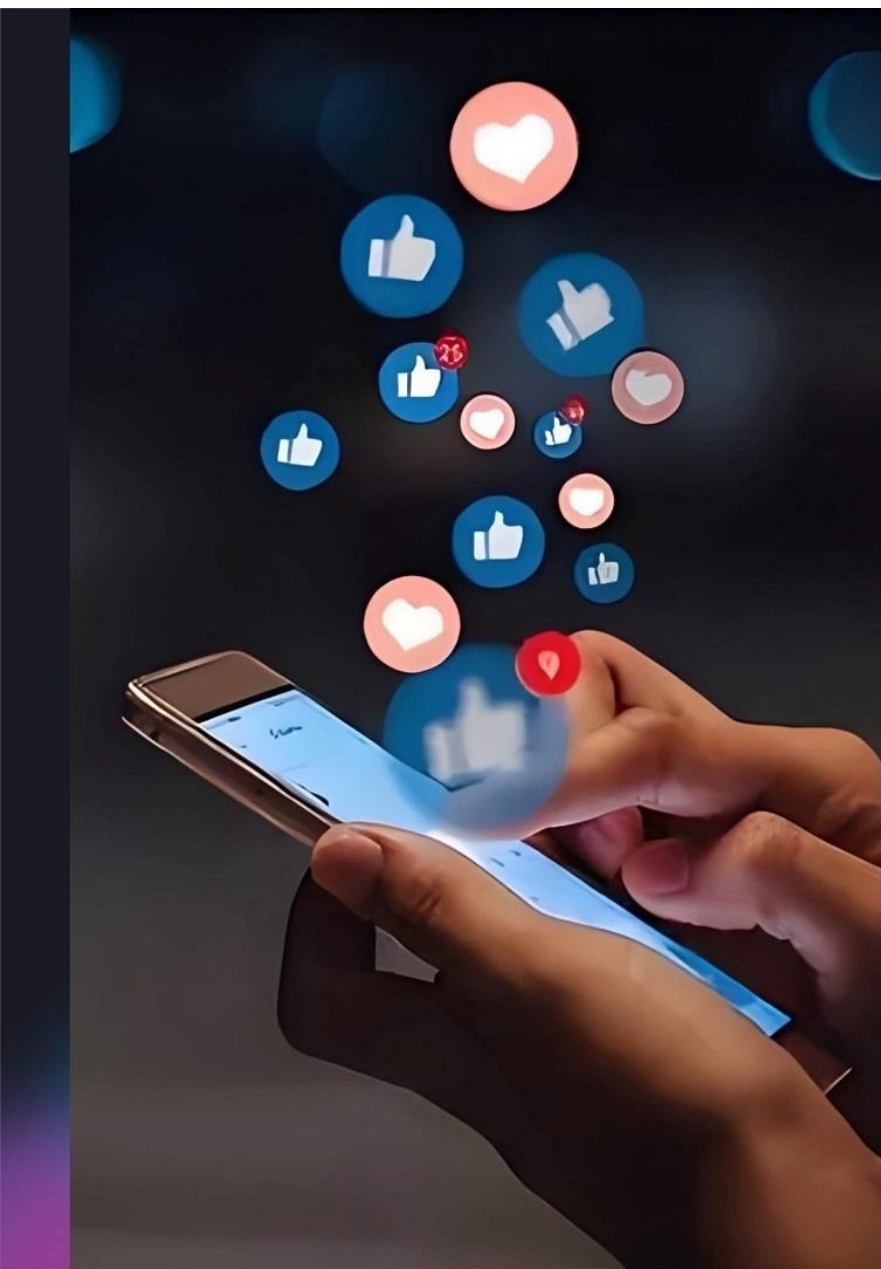
2025年，微短剧创制团队经历了显著的结构升级。



剧组建制配置与团队规模全面升级，分工体系日趋精细化。2025年常规真人微短剧剧组规模已达40-60人，较2023年实现3-4倍量级的增长。



同时，具有高专业素养和丰富从业经验的剧组入局，进一步推动了制作流程的系统化与管理运作的规范化。据业内估计，目前有70%-80%的传统影视剧工作者已涉足微短剧。



3. 微短剧用户池进一步扩容， 产业需求拉高用人需求

微短剧已成为提升用户粘性、延长使用时长、激活生态流量的战略级工具，促使其用户群体进一步扩容。



微短剧创作理念的变化——在保持轻体量、快节奏的前提下，着力提升镜头美学、深化情节内涵和主题张力，也更好满足了用户多样化、多层次的内容消费需求，进一步提升了内容吸引力。

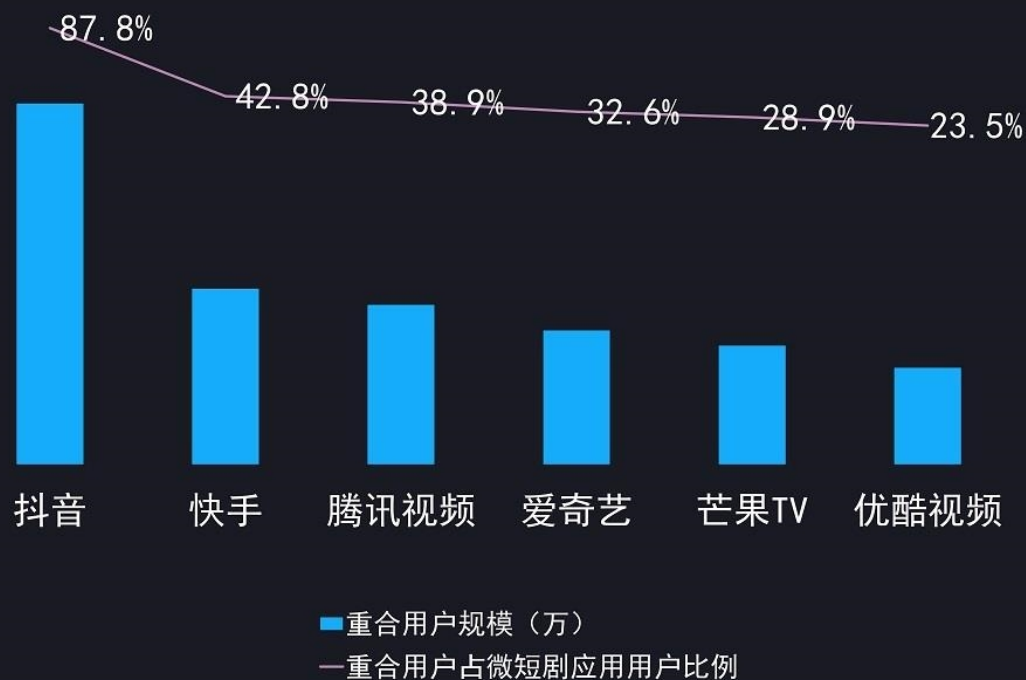


“

数据显示，微短剧应用用户与短视频平台用户群体高度重合，与长视频平台用户的重合度亦达**25%—40%**。

微短剧已同时覆盖碎片化内容消费和深度内容消费的用户群体。

代表性微短剧应用与各视频平台重合用户情况
(单位：万人)



01

02

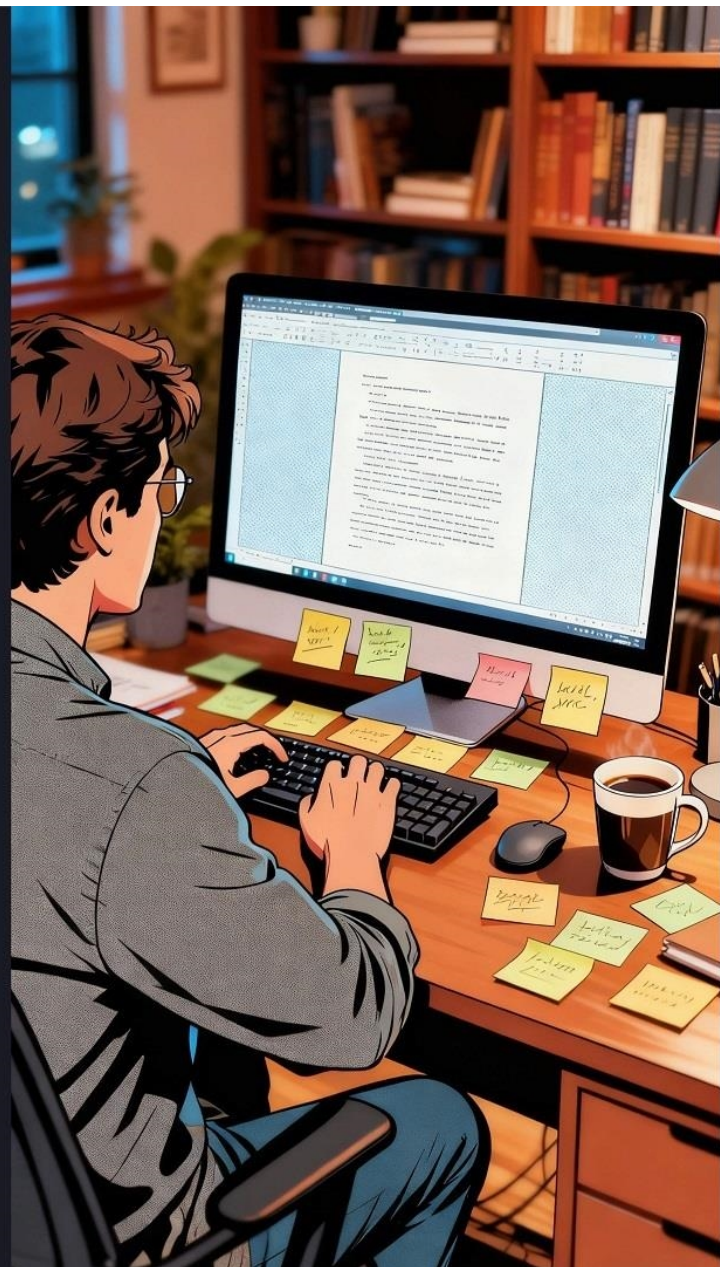
编剧是一剧之本、一剧“命脉”
微短剧百万年薪寻求优秀人才

03

1.微短剧突出“**编剧主权**”， 编剧类岗位需求跃升第二。

《2025年三季度人才市场热点快报》显示，在微短剧产业的所有岗位中，编剧的需求占比达到了**10%**，**位列第二**，仅次于剪辑师，远高于导演、运营等岗位，成为行业竞相争夺的关键资源。

 各平台机构大量储备编剧和剧本资源。以红果短剧创作服务平台为例，上半年，该平台编剧数量同比增长**57%**，剧本投稿量增幅高达**136%**。



“得编剧者得天下”

编剧对一部剧的创作创新、用户粘性、商业变现、IP打造等拥有绝对主权。

...



情绪把控能力



创意洞察能力



场景融合能力

2. 抢人“白热化”， 主编月薪最高、头部编剧年薪百万。

2025年微短剧相关岗位招聘情况

岗位	月最低工资均值	月最高工资均值	月最低工资中位值	月最高工资中位值
主编	¥ 20, 243	¥ 34, 568	¥ 20, 000	¥ 30, 000
导演	¥ 12, 958	¥ 15, 141	¥ 8, 000	¥ 13, 000
编剧	¥ 10, 883	¥ 17, 384	¥ 8, 000	¥ 13, 000
演员	¥ 13, 086	¥ 15, 394	¥ 8, 000	¥ 12, 000
投放	¥ 13, 487	¥ 19, 684	¥ 10, 000	¥ 15, 000
翻译	¥ 9, 363	¥ 15, 165	¥ 6, 000	¥ 10, 000
摄像	¥ 7, 134	¥ 10, 741	¥ 7, 000	¥ 10, 000
制片	¥ 11, 510	¥ 18, 682	¥ 8, 000	¥ 14, 000
剪辑	¥ 6, 993	¥ 11, 138	¥ 6, 000	¥ 10, 000
运营	¥ 9, 639	¥ 15, 636	¥ 7, 000	¥ 11, 000

“

微短剧行业关键岗位的薪酬水平在2025年继续保持较强吸引力，多个岗位的薪资高位区间已稳定在1.5万元以上。



“高薪+分成”模式

成为企业抢人标配，部分公司为总编、主编及S级编剧岗位开出**100万—200万元年薪**，还附加分红权益，推动编剧职业价值显著跃升。

3. 编剧流动性高， 复合型编剧人才缺口大。

具备表导演认知、互联网运营思维等跨界能力的复合型编剧稀缺，而拥有跨文化创作经验、熟悉海外本土剧编创流程的多语种编剧则更是“一将难求”。面对人才需求困境，微短剧行业正尝试从“师徒制”和“院校培养制”转向构建“产学研用”一体化的人才培养模式，实现“作品即是产品、毕业即能就业”的目标。



据调研估算，目前，微短剧行业
编剧从业人数约**3万人**。

02

03

不问“血统”和“出处”

微短剧彻底颠覆演员入行传统模式

04

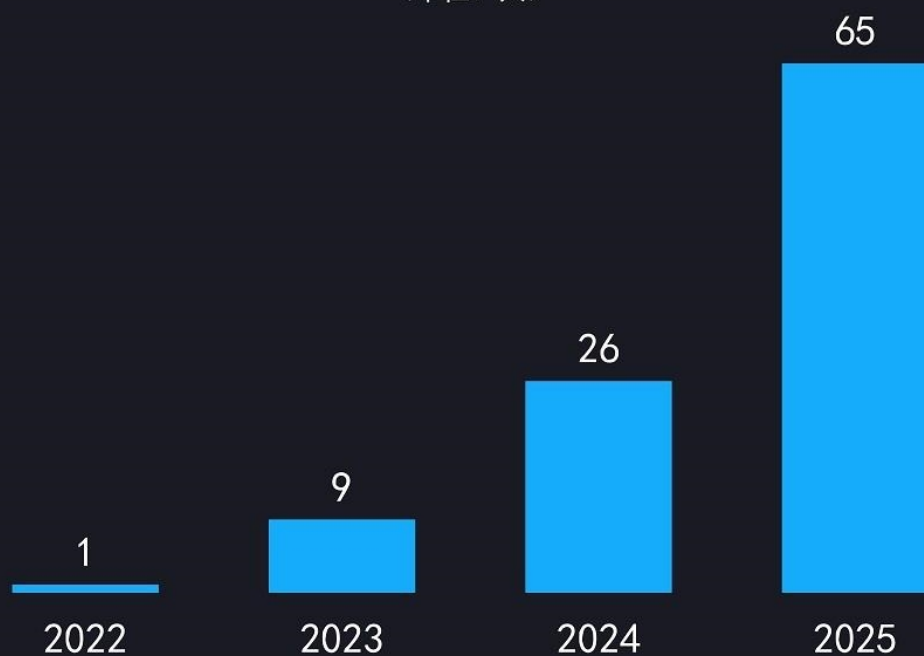
1. “一年磨十剑”：参演人次 指数级增长，演员淬火式成长。

📊 2025年1—10月横店影视城演员公会累计参与微短剧拍摄的演员达**11.4万**人次，预计全年将达**13.68万**人次，较2024全年的**1.54万**人次实现跨越式增长。

横店影视城演员公会参演微短剧演员人次
(单位：万)



2022-2025年(截至11月)主演微短剧的传统影视演员数量
(单位:人)



“

微短剧演员也打破了传统影视行业的入行模式。

从投简历到开机最快仅需**7天**, 拍摄周期普遍**5-15天**, 极大缩短了“从素人到演员”的距离。高强度的拍摄和训练创造了前所未有的演员成长加速度, 吸引传统影视演员(包括知名演员及资深配角)规模化入局, 科班新人也将出演微短剧作为出道的重要通路。

2. 站C位≠站稳C位： 好作品续航方保热度长久

微短剧演员的市场号召力和商业价值，与其作品产出频率及热度高度绑定，“咖位”流动性极强。若缺乏持续的爆款内容支撑或鲜明的人设标签，即使是头部演员也极易陷入“昙花一现、后继乏力”的发展困境。

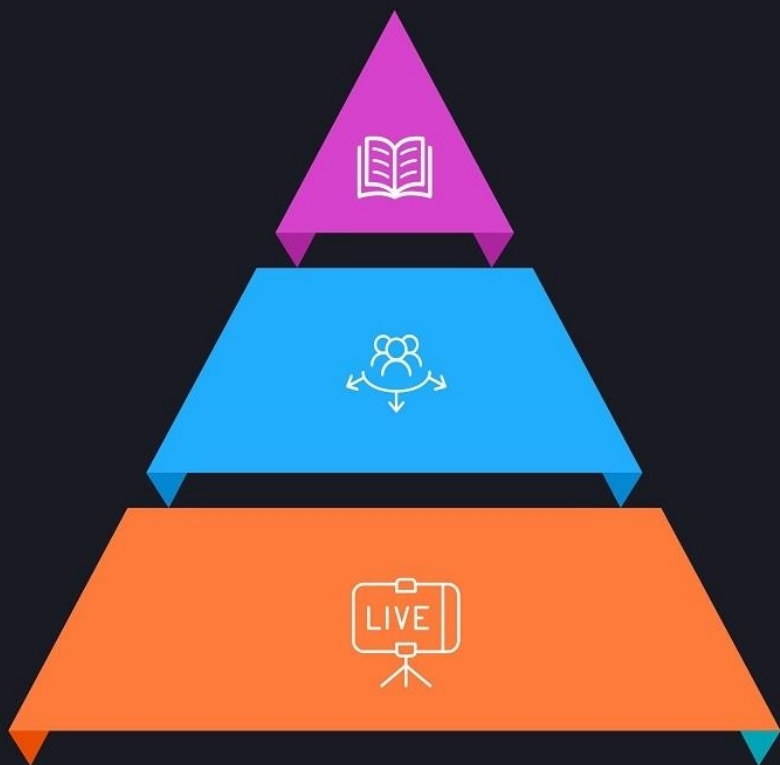


03

04

全民共创、无人不微，微短剧生动诠释“新大众文艺”新内涵

05



1. “边拍边创”模式显露雏形，用户成“编外导演”

越来越多主创主动打破幕后边界，运营作品关联短视频账号，更以直播形式呈现剧组实况与拍摄细节。

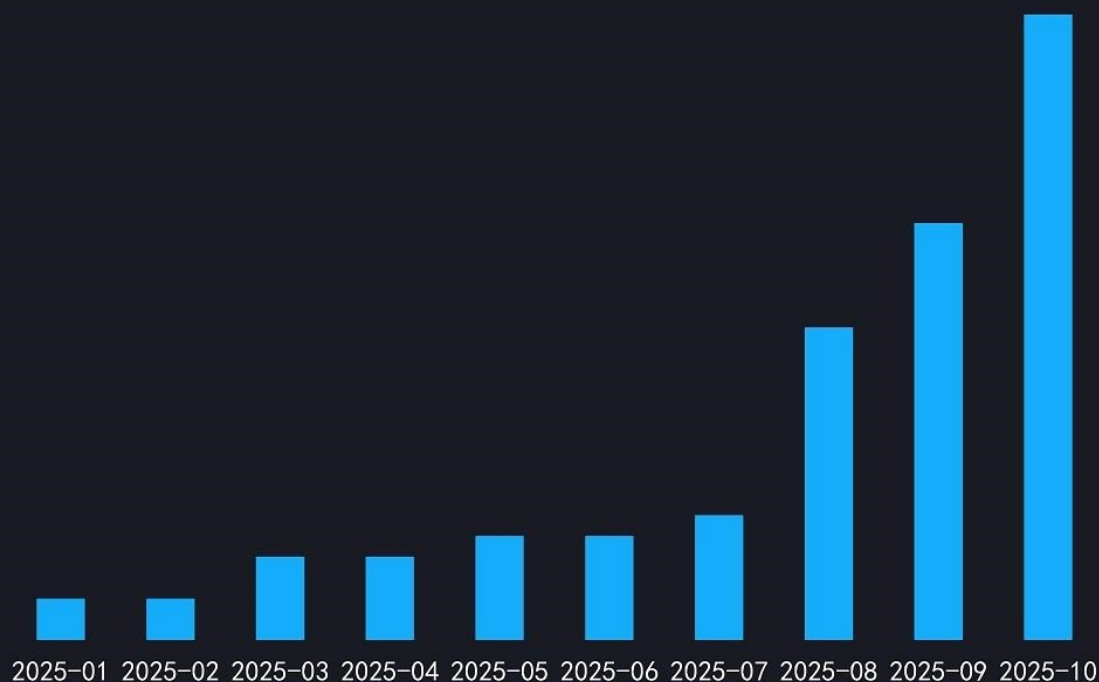
- “伴随式创作”新模式

直播内容不止于展示，更借助强互动属性收集用户实时反馈，推动用户深度参与创作——屏幕内外共同探讨剧情走向、推荐演员、碰撞灵感。

2. AI拍剧、一人成组， 微短剧迈入“人机协作” 新纪元

AI技术的广泛应用直接带动动画微短剧崛起，2025年1—10月，动画微短剧实现规模与消耗同步高速增长。用户调研显示，一半以上的受访微短剧用户近半年内观看过该类内容。

2025年动画微短剧投放数量



2025年下半年，AI视频生成技术在关键卡点上实现突破：AI长视频生成功能、首尾帧功能，推动微短剧创作门槛大幅降低，让更多草根创意拥有落地成片的可能，“一人一剧组”的新轻量化创作时代有望加速到来。



05

“质感”卷出新高度
微短剧运营体系出奇出新

1. IP改编激增17倍，微短剧 成老IP“重生”新路径

番茄小说、七猫、咪咕、阅文等头部网文平台纷纷开放自有IP库，以番茄小说为例，2025年前10个月其IP改编总量较2023年全年**激增17倍**。综合视频平台与影视制作机构依托自有大剧、大电影IP沉淀，持续拓宽微短剧改编边界。



《九重紫》番外微短剧《昭世录》



由《还珠格格》创新打造的微短剧《还珠》



《唐朝诡事录》第三季衍生微短剧《唐诡奇谭之长安县尉》



2. 80%微短剧迈入高清时代， 画面质感卷出影视级水准

2025年发行的高清及以上标准微短剧占比 80%

头部影视公司出品的高清微短剧占比 100%

“
微短剧剧组已广泛应用的专业设备中，除索尼FX3/FX6等主流机型外，部分剧组还采用了艾丽莎等电影级设备搭配电子炮完成拍摄，素材清晰度全面达到2K标准。

3. 告别“一投定生死”， 好内容值得“全方位经营”

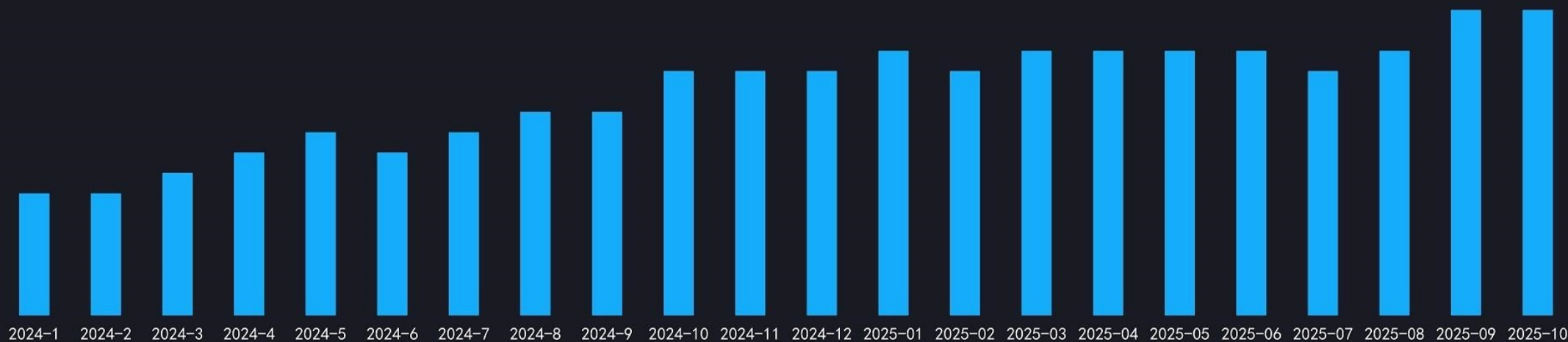


多数中头部微短剧公司已委托专业运营机构进行内容包装和系统宣发。



以往在传统影视长剧运营中使用的幕后花絮释放、媒体探班、扫楼、粉丝见面会、庆功会等方式均在微短剧运营中出现。

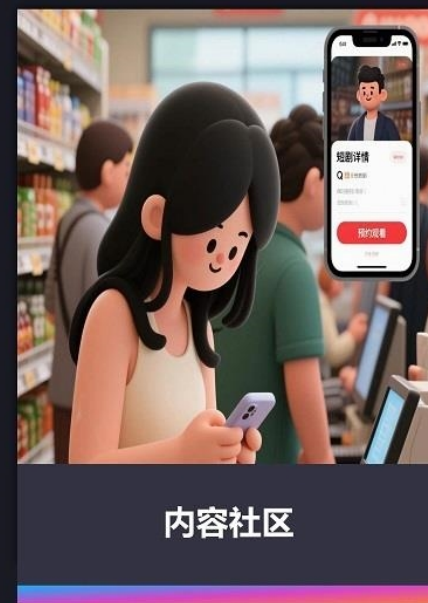
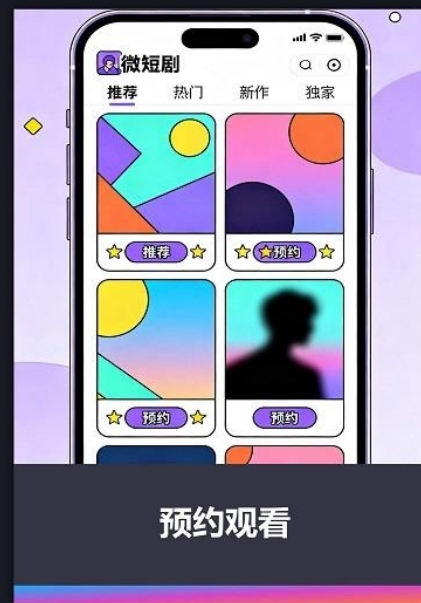
2024-2025年真人剧投放数量



数据来源：巨量引擎

“**预约观看**”功能的上线为内容与市场链接提供了前置纽带，成为预判热度、精准配置资源以及全链路宣发的起点。

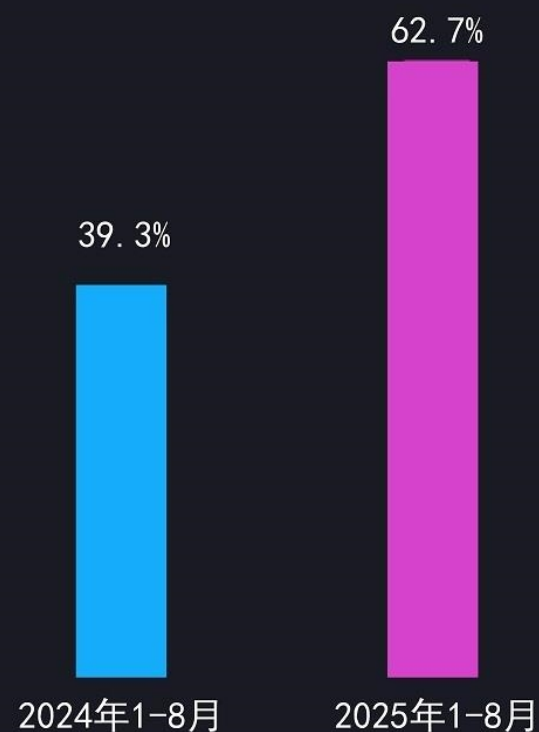
长短微平台的合作也从简单的作品版权分销、引流，升级为“**内容共创+流量互导+收益共享**”的一体化新模式，微短剧平台也从内容分发平台向内容社区方向演进。



多次投放微短剧的品牌在合作品牌整体占比对比

4. 品牌复投率超60%， 微短剧成品牌营销新标配

2025 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，品牌复投率同比显著提升。



品牌在微短剧营销中呈现 两大创新方向：

01

一是内容与消费场景深度绑定，实现“从看到买”的无缝消费闭环；

02

二是品牌IP定制成为主流，越来越多的品牌将微短剧纳入品牌建设体系，通过系列化内容打造 IP 矩阵，以持续输出构建品牌深度叙事。

编创生态完善、产业活力迸发



从“小众内容”升级“现象级产业”
微短剧已带动百万级“增量就业”



编剧是一剧之本、一剧“命脉”
微短剧百万年薪寻求优秀人才



不问“血统”和“出处”
微短剧彻底颠覆演员入行传统模式



全民共创、无人不微
微短剧生动诠释“新大众文艺”新内涵



“质感”卷出新高度
微短剧运营体系出奇出新

感谢聆听

出品单位 中国网络视听协会
研究支持单位 中国人民大学
数据支持单位 红果短剧、抖音、DataEye、云合数据、
勾正科技、横店影视文化产业集聚区管委会



扫描二维码获取洞察发现全文