责编/李娜 美编/唐旺勋
2026.9.21 星期一
财会信报 ACCOUNTING MESSENGER

《微短剧发展管理办法》施行划出11条内容红线 推动行业从“拼数量”转向“拼质量”

过去几年，微短剧的发展速度远超行业预期。

从最初几分钟一集的付费爽剧，到今天的品牌定制剧、文旅短剧、IP衍生剧，再到海外发行，微短剧已不只是移动互联网的一种内容形态，更成长为影视产业的重要组成部分。

《中国网络视听发展研究报告（2026）》显示，截至2025年12月，我国短视频用户规模已达10.74亿人；微短剧用户人均单日使用时长达到129分钟。中国网络视听协会发布的2026年第一、二季度《微短剧创作指引》显示，上半年各平台共上线微短剧36.7万部，平均每天有超过1500部AI（人工智能）新剧涌入市场，占比超过74%。

海量供给、赛道火热，观众意见的声量却越来越大。在AI短剧的评论区里，经常能看到“怎么都是一张脸”“记不住”等类似评论。

“冷热交替”之际，2026年9月1日起，由国家广播电视总局发布的《微短剧发展管理办法》（以下简称《办法》）施行。《办法》在延续既有备案、审核制度的同时，将微短剧发展与内容建设、产业发展、技术创新、国际传播相统筹，进一步规范行业秩序，为这一新兴网络文艺形态明确了更为完整、明晰的发展路径。

业内人士与专家表示，《办法》切中了行业管住算法“流量冲动”的关键点，将“发展”摆在与“管理”同等重要的位置，把治理的触角延伸到流量分发端，推动行业从“拼数量”转向“拼质量”。

精准施策分类管理

《办法》第五条规定，微短剧按照投资额度、题材等分为一类微短剧、二类微短剧和三类微短剧，分类实行备案公示和发行许可制度。一类微短剧是指投资额度较大或者主要剧情涉及政治、军事、外交、国家安全等内容的特殊题材（以下简称“特殊题材”）的微短剧。二类微短剧是指投资额度相对不大且为一般题材的微短剧。三类微短剧是指投资额度较低且为一般题材的微短剧。分类标准由国务院广播电视主管部门制定，并结合行业发展实际情况适时调整。

浙江传媒学院副教授杨吉向记者解读，三类微短剧分别对应差异化的管理措施，这种“精准施策”的监管思路体现出张弛有度的鲜明特色，对一般题材的微短剧，让市场机制自行运作，交由平台约束，同时集中精力加强对特殊题材以及具有广泛传播力和社会影响力的微短剧的监管，既守牢底线，又为行业创新留足空间。

浙江大学传媒与国际文化学院“百人计划”研究员张自中认为，分类管理是微短剧行业发展至特定阶段后监管方式的进一步调整。在他看来，行业早期处于快速增长期，市场扩张迅猛，诸多问题在发展中逐步显现。若对所有作品适用同一管理标准，既缺乏精准度，也可能抑制正常的创新探索。分类管理的核心意义，在于承认微短剧内部存在不同类型与发展阶段的差异：投资规模较大、社会影响力较强的作品，理应承担更多责任；小成本、实验性的创作则应获得相应的探索空间。

“良好的治理并非简单地约束限制，而是在明确边界的前提下，让行业清晰地知晓创新空间与规范底线，进而推动行业健康发展。”张自中说。

管住“流量冲动”

《中国微短剧精品创作与传播研究报告（2026）》总结出“扮猪吃虎打脸型”“隐藏高手碾压型”等流量型微短剧的十大常见套路，同时指出，微短剧同质化、套路化创作模式泛滥，剧情模板化严重，部分低俗内容传播扭曲价值观。

杨吉告诉记者，对此，《办法》不仅划出11条内容红线，还把治理的触角延伸到流量分发端，推动行业从“拼数量”转向“拼质量”，切中了行业管住算法“流量冲动”的关键点。

杨吉进一步分析指出，“流量中的质量”与“有质量的流量”构成一对关键的价值预设：前者指向内容生产的出发点，后者指向行业发展的目标归宿。作为视听内容的新形态，微短剧与流量机制深度绑定——流量既是其商业变现的基础，也是其触达用户、扩大影响的必要条件。

“这一逻辑决定了微短剧天然具有追逐流量的内在冲动。”杨吉说，若放弃质量标准与艺术准则，一味迎合受众偏好，甚至生产庸俗、低俗乃至打擦边球的内容，确实可能在短期内获取可观流量。然而，此类路径以牺牲内容品质和公共利益为代价，不仅扭曲行业生态，也可能触碰内容监管的法律红线。正因如此，对“流量冲动”的约束、对算法推荐机制的规范、对平台主体责任的压实，构成微短剧治理中三个不可回避的维度。

值得注意的是，针对AI生成微短剧、算法推荐两大行业热点，《办法》专门增设约束条款：使用人工智能技术生成、制作的微短剧，制作机构和播出单位应当遵守国家有关规定，并依据有关规定在每集明显位置添加提示标识。微短剧播出单位应当定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等，优先推荐优质微短剧，不得使用诱导用户沉迷、过度消费等的算法模型。

张自中认为，这是一项至关重要的变化，以往微短剧的市场竞争在很大程度上围绕流量展开，流量逻辑被过度强化，容易驱使创作者片面追求短期效应。将平台算法与分发机制纳入治理范围，实质是对行业发展评价标准的调整——平台与创作者不能仅以播放量为导向，还应关注内容价值，将流量与关注度真正转化为社会效益。

精品化是不二法门

受访专家注意到，《办法》还将“发展”摆在与“管理”同等重要的位置，提出“繁荣微短剧，壮大互联网条件下新大众文艺”，鼓励艺术表达、传播方式、新技术应用和商业模式创新，支持优秀微短剧创作播出；同时鼓励微短剧与经济社会各领域、各行业结合，形成新的应用场景、商业模式和经济业态，并支持外向型微短剧创作生产和国际交流合作。

在张自中看来，这是一种更加精细化的治理方式。对于AI微短剧来说，这一点更加明显：AI提升了效率，降低了创作门槛，但也可能带来新的问题，比如人物形象趋同、叙事模式重复。“目前，AI微短剧的精品化、品质化发展趋势已经出现，AI降低了制作成本，提高了生产效率，而技术门槛降低之后，真正拉开作品质量差距的是生产内容的能力。未来行业不会只是比谁生产得快，而是比谁能够创造更有吸引力的故事。”张自中说。

杨吉则用“2C”概括AIGC（人工智能生成内容）时代作品脱颖而出的关键。“2C”即Creativity（创造力）与Cool（酷的）的首字母：前者指向创新与创意，后者要求内容呈现酷炫、极具个人风格特征。在他看来，AIGC时代内容供给呈几何级数增长，信息过载程度远超以往，作品要脱颖而出，基本逻辑在于与众不同、人无我有、人有我新。

“核心仍在于回归内容本身。”张自中强调，AI能够协助创作者解决诸多生产环节的问题，但观众最终关注的并非技术，而是故事。作品能否塑造鲜明人物、传递有价值的情感、呈现区别于同类的创意，决定了其能否真正留下来。未来，AI微短剧的发展方向应当是技术与创作能力的深度融合：技术提升生产效率，创意赋予作品生命力。

杨吉表示，在《办法》搭建的制度框架下，未来，精品佳作将不断涌现，亦可能出现大制作、大场面、强阵容的“巨制”；与此同时，小成本、精巧型、具有四两拨千斤效果的作品同样应被允许和接纳。行业将进一步加强技术与创作融合，提升精品内容生产能力，推动微短剧在内容质量、产业发展和国际传播方面实现更高水平发展。

记者手记

这几年，微短剧已成为大家普遍关注的话题。

记者第一次注意到微短剧，是在2024年一趟回京的高铁上。邻座一位阿姨举着手机，几分钟一集，看得入神。那时，谁也不会想到，这种“电子榨菜”会在日后成长为数百亿规模的产业，能把横店的群演重新请回片场，让记者在采访本上记下一个又一个从陌生到熟悉的名词。

产业狂奔，紧随其后的是问题。这几年采访，听过太多让人心里发沉的故事：有人为追剧充值上万元，维权时连制作方是谁都说不清；有老人深夜捧着手机刷擦边短剧，子女想管却无从下手；有创作者坦言“不写‘爽点’就没流量，写了‘爽点’心不安”，言语间全是身不由己。

其实，规矩一直在路上。从将微短剧纳入备案管理，到多次专项整治、下架违规剧目，再到推出精品创作扶持计划——治理始终在跟进，只是多以通知、规范性文件的形式出现。业内把那段时间的微短剧称为“野蛮生长”，但实际上是治理正在“赶路”。

2026年9月1日，《微短剧发展管理办法》开始施行。这是我国首部专门针对微短剧的部门规章。微短剧被郑重纳入法治的坐标系：备案有据，审核有规，发行有凭，红线清晰，责任明确。一个年产数十万部、用户以亿计的新业态，从此有了稳定、可预期的规则之基。

制度的落地不比制度的出台轻松。红线能否拦住擦边球的试探？算法的“流量冲动”被套上缰绳后，平台是真改模型，还是做表面文章？这些问题的答案，还要靠实践检验。

记者期待，之后的某一天，人们手机里播放的都是值得花时间看完的短剧；也期待国产微短剧在异国他乡的屏幕上“刷屏”，成为讲好中国故事的新载体；还期待当又一个新技术催生又一个新业态时，人们能想起微短剧走过的这条路，“新业态如何步入法治轨道”能多一条可循的参考路径。

（据《法治日报》 记者/赵丽）