

“竖店”崛起 剧组扎堆 银行如何破局微短剧“贫血”怪圈

在微短剧供给量井喷的同时，监管部门对微短剧的行业标准持续收紧，引导内容走向精品化。例如，今年1月，国家广播电视总局进一步明确各类别微短剧的投资标准与分类分层审核标准；7月1日起，AI微短剧分类分层标准正式实施。政策鼓励精品创作，通过提高投资门槛，推动微短剧从量增转向质优，引导资源向高质量制作集中。

内容提质推高微短剧制作、宣发投入，企业资金需求同步增长。

“原创题材需要长时间打磨剧本、更高的拍摄成本，且平台投放转化率难以预判，因此资金压力下企业不愿投入创新，这导致同质化剧情泛滥。另外，基于平台算法偏好，标准化套路微短剧更容易触发算法推荐机制。对于投资方而言，也会优先选择经过市场验证、有稳定播放转化的成熟剧情模板，复制爆款框架能最大限度降低市场试错风险。”北京地区一家微短剧制作公司创始人告诉记者。

“如今在政策导向下，内容审核趋严，叠加观众对重复剧情的审美疲劳，打破同质化，走向精品制作，是公司活下来的出路。市场也验证了优质作品出爆款概率更大，但这也意味着前期投入成本及推流成本更大，并非所有企业都能实现。”上述微短剧制

作公司创始人补充道。

记者调研了解到，多数中小微短剧制作公司面临现金流紧张、回款账期不稳定、投流垫资压力大等困境，在剧本创作、拍摄制作及后期宣发等环节面临较大的资金周转压力，但其轻资产运营、抵押物不足、融资需求急等行业特性，使传统信贷模式难以适配。

银行风控“换锚”

今年以来，银行纷纷布局微短剧专项信贷，创新推出适配产业的金融服务方案。近期，交行辽宁省分行已在沈阳投放东北地区首笔小微企业“OPC+微短剧”产业专项贷款，资金全部用于东北本土题材微短剧的剧本采购、剧组拍摄、后期剪辑制作以及上线宣发等项目开支；贷款还款资金主要来源于项目上线后短视频平台广告分成、版权收益等。

更早之前，工行西安经济技术开发区支行向西安一家微短剧制作公司发放300万元贷款。“从开户到放款只用了不到五天时间。”这家微短剧制作公司负责人表示。

区域性银行也纷纷试水。衢江农商银行摸排辖区内微短剧企业情况，创新授信评估模式，依托项目版权、拍摄合同及未来收益预测授信额度，“微短剧贷”放款周期缩短至3个工作日，产品利率较同类产品优惠20%。

今年3月，北京银行发布“百亿新视界”专项行动方案，以百亿元信贷资源为基础，升级分类金融服务方案等，打造视听新质生产力客户图谱。

此外，针对微短剧出海过程中在结售汇、跨境收款、项目管理等方面遇到的难题，上海银行推出“超创一链通”微短剧出海专属金融服务方案，全面覆盖企业初创、成长、成熟全生命周期金融需求。

各类创新信贷产品背后，是银行风控逻辑的转变。

“现在银行不看传统抵押物，不看固定资产，信贷审核要求更贴近行业特性。比如，多数银行都会要求质押作品版权，这是比较硬性的要求。银行要评估制作班底的稳定性，比如是否有固定的编剧、导演团队，是否合规经营等。此外，平台分账流水、投流数据、历史作品表现等都需要向银行提供。”深圳地区一家AI漫剧初创企业相关负责人告诉记者。

“我们对微短剧贷款审批有基本要求，比如公司注册地需位于西安辖区，经营稳定，近两年年均销售收入达1000万元，还要看企业及其作品近三个月内在剧查查平台热力榜、海外榜或公司榜的排名情况，一般要求排名在前30名内。”工行西安经济技术开发区支行相关工作人员告诉

记者。

此外，保险增信措施也有助于破除微短剧行业无抵押、缺担保的融资壁垒。2026年6月，全国首单“保险+信贷”模式的“完片保”在横店落地，产品精准贴合微短剧生产属性，可承保因不可抗力引发的拍摄中止、工期延期、制作超预算等核心经营风险。

政策撑腰

金融创新离不开地方政策的保驾护航。近年来，多地出台支持微短剧产业高质量发展的政策措施。

河南省将微短剧纳入政府投资基金支持范围，引导各类创投机构、基金以市场化方式加大对微短剧剧本创作、拍摄制作、宣传发行等环节的资金投入，降低微短剧企业资金压力。充分发挥小微企业融资协调工作机制作用，对符合条件的微短剧小微企业创业担保贷款按照规定标准给予贴息。

今年3月，辽宁省打出一套政策组合拳，支持剧本源头创新，启动“微短剧+”创作计划；鼓励在辽宁拍摄，对场地租赁等费用给予补助；推动AI技术应用，对优质作品，按照实际投入给予10%的算力补贴；优化营商环境，对带动性强的平台和取景地给予奖励。江西省广电局将发展微短剧作为局党组“一号工程”，提出“一市一品、百县百剧”

精品创作。

各地看中的是微短剧串联起的内容生产、制作、传播、线下体验、消费及相关服务的全产业链，同时拉动就业、传播地域文化、激活文旅消费。

湖北省广播电视局局长张世华在第二届中部地区微短剧产业发展协作交流活动中表示，微短剧已从流量风口成长为文化产业的“重要增长极”，要推动生成式人工智能、大数据、虚拟现实等新技术在微短剧剧本生成、虚拟拍摄、智能剪辑、内容审核、宣传推广等全链条应用与场景落地。

今年2月，在国新办举行的国务院政策例行吹风会上，国家广播电视总局网络视听节目管理司司长王小亮表示，2025年微短剧市场规模破千亿元，较2024年翻番。微短剧作为互联网条件下新大众文艺的重要业态，既是网络文艺的“轻骑兵”，又是服务消费的“生力军”，不仅能带动新的视听文化服务消费，更以“微短剧+”赋能千行百业。

此外，微短剧产业能够吸纳编剧、数字制作、跨境运营等专业人才，同时提供群演、场务、后勤等灵活就业岗位，剧组长期驻场拍摄带动周边餐饮、民宿、道具租赁等小微商户增收。

（据《中国证券报》）

暑期消费“火力全开” 多地加码惠民举措

近日，多地围绕消暑避暑、研学旅行、非遗美食、演艺经济、消费品以旧换新等热点需求，增加优质供给、加码惠民举措。

中央财经大学副教授刘春生表示，地方相关部门深入落实扩大内需战略部署，推动政策支持、经营主体创新供给、消费者热情参与同频共振，多方合力绘就暑期消费新图景。

具体来看，不少地方多维度发力，兼顾服务消费、商品消费与消费环境建设，推动暑期消费持续升温。

服务消费是释放内需潜力、优化消费结构的重要抓手。暑期开启以来，多地以养老、托育、体育赛事、文艺演出、体验式出行等为着力点，推动服务供给向多层次、高品质、便捷化方向发展，从而更好地满足广大消费者的个性化需求，进一步释放服

务消费潜能。

中国消费经济学会副理事长洪涛表示，当前，商品消费不断提质升级，健康化、绿色化、智能化发展趋势愈加明显。暑期以来，多地积极开展宠物用品展销、非遗美食市集、智能家居购新补贴、汽车博览会等活动，以“线上引流、线下体验”的深度联动模式，为线上商城、线下商圈注入源源不断的活力，进一步筑牢商品市场物丰价稳、供需两旺的基础。

暑期以来，多地密集发布消费提示警示，以便于广大居民和游客玩得开心、吃得尽兴、住得舒心、买得满意。受访专家普遍认为，发布消费提示警示的核心价值在于通过增强信息对称性倒逼经营主体规范运营，营造良好消费环境，最终达到强化消费者权益保护的目标。

从繁华都市到特色小城，从室内运动馆到露天音乐会，从老街的烟火早市到江边的夜游观光船……一系列围绕“夏日需求”的消费场景不断涌现，消费活力持续迸发。

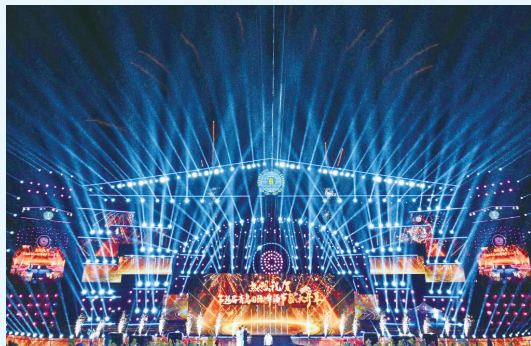
中国商业经济学会副会长宋向清表示，暑期是扩大内需、提振消费的黄金窗口期，抓住这一窗口期对不断巩固和增强经济回升向好态势具有重要意义。在培育打造消费新业态、新模式、新场景的过程中，各地要进一步完善促进消费的制度机制，让惠民举措融入居民消费的更多方面、精准触达更多人，让政策红利转化为千家万户实实在在的获得感。同时，各地相关部门要因地利制宜丰富高品质服务供给，多措并举激发服务消费新增量，更好地赋能经济社会高质量发展。

（据《证券日报》）

暑期“体验经济” 点燃中国城市消费新活力

暑期，中国各地为市民游客营造“沉浸式”体验场景：上海浦江郊野公园的夏夜里，美声混搭啤酒小龙虾，上海闵行“歌王”争霸赛联动浦江音乐啤酒嘉年华，让市民在夏夜享受音乐与美食；山东高密红高粱小镇“欢乐星光夜”，绚烂烟花、鳌鱼巡游、水上打铁花轮番上演，游客沉浸式观赏节目、参与NPC互动、体验花海漂流、跟随巡游队伍感受红高粱民俗风情。

面向“十五五”，培育体验消费的路线图日渐清晰。7月，中国出台聚焦扩大消费的五年专项规划，提出以消费体验为重点，培育消费新业态新模式新场景，支持重点商圈商街等消



图为第36届青岛国际啤酒节开幕式上的灯光表演（7月17日摄）。李紫恒 / 摄

费载体向沉浸式、互动式多元消费场景升级，开展消费新业态新模式新场景试点。

国家统计局数据显示，上半年，中国社会消费品零售总额同比增长2.7%，其中服务零售额增长5.3%，商品零售额增长1.1%。

“消费端的‘仪式感’需求正在驱动供给

端加速‘换挡’，越来越多品牌和节会开始重视体验消费。”中共山东省委党校（山东行政学院）讲师郭庆玲认为，通过这些营造出来的互动氛围，消费者拥有了体验与感受的温度，在分享与感染中不断为消费注入新的活力。

（据新华社 记者 / 邵琨、张昕怡、袁敏）