



长从几十秒到15分钟左右、有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整的情节的网络视听节目。

资深用户龚女士谈及“刷刷”的原因，给出两个关键词“解压，过瘾”。“又土又上头”“根本停不下来”“一天怒追50集”……这是不少人看完微短剧后的感受。最高检影视中心专职副总编审高斌认为，“跌宕起伏”的剧情、强刺激的“情绪价值”是观众“上头”的重要“密码”。“剧情反转很能抓住人心，猜中了很有成就感，猜不中又觉得反转很有水平。”

微短剧用户的观剧诉求中，“开阔眼界”“体验不同人生”位居前列，每个用户都能从中看见生活的可能。《大妈的世界》通过日常小事里的笑点、泪点、反转点，带年轻观众走近老年人的精神世界；《开局一座山》讲述主角进入游戏世界、经营连锁火锅店的“创业史”，给人以“走上人生巅峰”的极致体验。

在碎片化传播占据主导的当下，微短剧因其呈现出“分散性、私密性”等特点，受到很多年轻人的喜爱。视听消费习惯的转变，也让足不出户、只要九块九就能收获愉悦感的微短剧，成为三四线城市里很多人的选择。而今年以来有一个明显变化，中老年题材微短剧悄然走红。艾瑞咨询报告显示，在2024年的微短剧市场里，40岁到59岁的用户占比高达37.3%，60岁以上的用户占比也有12.1%。

有调研分析，中老年人的一级痛点是子女，二级痛点是爱与被爱。作品主打“霸总”“闪婚”的猎奇架构，但也结合了“子女”“亲情”等扎根于中老年痛点的情感逻辑，以“生活流”的日常剧集落地，以期达成和老年人的情感共鸣。

监管加码，走向精品化和有序化

微短剧行业在收割“滔天”流量的同时，也伴随着“成长的烦恼”。最大挑战主要是内容同质化严重

和市场竞争加剧，大量优质剧目被淹没，用户的消费观念更谨慎，付费意愿降低，需要在有限的生命周期内实现高效变现。

风险也如影随形。诱导消费、高额消费、权益缺少保障等问题层出不穷，监管制度仍需要被完善。“9.9”“19.9”的消费链接易点不易退，免密支付的过程比找到那个几乎看不见的“退出”按钮方便轻松得多，不懂互联网套路的老年人，很容易就付款了。

微短剧行业如何从野蛮生长到合规化发展，已成为各方不可忽视的必答题。而随着各项监管规定的完善，微短剧想用复制猎奇化题材来钻审核空子的时代终会过去。

2024年6月，微短剧正式进入“全备案时代”。国家广播电视总局针对微短剧的管理新规正式实施生效，对微短剧实行“分类分层审核”，未经审核备案的微短剧不得上网传播。微短剧投资额度在100万元以上的“重点微短剧”归广电总局管理，30万元到100万元之间的“普通微短剧”归省级广电部门管理，30万元以下的“其他微短剧”归平台管理。

微短剧制作的门槛开始提高，低俗、抄袭和导向不正的微短剧，在审核阶段就决定了它们不会出现在国内观众眼前。整个短剧市场的竞争也越来越激烈。微短剧相关企业注册量在2020年迎来爆发，截至2023年底已达2.3万家，并且获得国家广电总局微短剧发行许可的企业数量也处于快速增长状态。

日前，国家广播电视总局网络视听司发布管理提示（加强微短剧片名审核），其核心要义是小程序类微短剧为刻意追求投流效果，片名问题尤为严重，对微短剧片名出现的不良倾向应进行及时纠偏、严加整治，并在导向、体例、艺术等方面提出新要求。

中国传媒大学电视学院教授付晓光在接受采访时指出：“微短剧应该把创作重心进一步地前移，更多地结合社会现实，去体现生活的深度，去探索在时代发展的洪流之下，更多人性的闪光点。”