

# 数字经济背景下微短剧消费的问题审视与优化

李 路<sup>1</sup>, 袁正龙<sup>2</sup>

<sup>1</sup>南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

<sup>2</sup>河海大学地球科学与工程学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年7月6日; 录用日期: 2025年7月21日; 发布日期: 2025年8月26日

## 摘 要

微短剧作为当前数字经济的重要部分, 愈发受到关注。本文结合新闻传播学相关理论, 通过文献研究与案例分析, 聚焦数字经济背景下微短剧消费存在的突出问题, 提出微短剧消费当前存在受众认知窄化、“即时满足”机制易诱发数字沉迷、付费模式不透明、产品同质化严重等问题。针对性地提出优化路径: 平台需革新算法机制并强化审核把关; 提升用户媒介素养以引导理性消费; 建立健全常态长效监管政策并厘清责任边界; 着力提升内容制作水准, 推动精品化创作。唯有多方协同施策, 方能有效破解微短剧消费困境, 释放其正向文化价值与经济潜能。

## 关键词

微短剧, 数字经济, 文化消费

# A Review and Optimization of Micro-Drama Consumption Issues in the Context of the Digital Economy

Lu Li<sup>1</sup>, Zhenglong Yuan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Humanities & Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

<sup>2</sup>School of Earth Sciences and Engineering, Hohai University, Nanjing Jiangsu

Received: Jul. 6<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jul. 21<sup>st</sup>, 2025; published: Aug. 26<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

As a significant component of the current digital economy, micro-dramas have garnered increasing attention. Drawing on theories from journalism and communication studies, this paper employs literature review and case study methodologies to examine the prominent issues in micro-drama

consumption within the digital economy context. The study identifies several critical challenges, including the narrowing of audience cognition, the susceptibility of “instant gratification” mechanisms to induce digital addiction, opaque payment models, and severe product homogenization. To address these issues, targeted optimization strategies are proposed: platforms should innovate algorithmic mechanisms and strengthen content moderation; enhance users’ media literacy to foster rational consumption; establish robust, long-term regulatory policies while clarifying responsibility boundaries; and prioritize elevating content production standards to promote high-quality, original creations. Only through collaborative and multifaceted efforts can the challenges of micro-drama consumption be effectively addressed, thereby unlocking its positive cultural value and economic potential.

## Keywords

Micro-Drama, Digital Economy, Cultural Consumption

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着 5G、人工智能、大数据等技术的深度应用,数字经济蓬勃发展,微短剧作为一种新兴的文化形态,凭借其碎片化、高传播性、强互动性等特点,迅速成为影视内容领域的头号风口和产业新蓝海。微短剧不仅在内容生产、分发模式、商业模式上实现了颠覆性创新,更重塑了用户的娱乐消费习惯,成为数字经济时代下文化产业的重要增长极。

微短剧既契合移动互联网时代的“微”文化语境,也指向一种“短”的时长概念,并以“剧”的形式分集呈现故事内容,具有时长短、节奏快、成本低特征。2020 年 12 月 3 日,国家广播电视总局文件中首次出现“微短剧”,随后在重点网络影视剧信息备案系统中,除了网络剧、网络电影、网络动画片三个类别之外,“网络微短剧”正式成为受官方认可的第四种网络影视作品形式。根据 DataEye 研究院发布的《2024 年微短剧行业白皮书》数据显示,2024 年中国微短剧市场规模达 504 亿元。微短剧正以更高质量的内容、更广泛的应用场景,重塑视听内容的叙事模式,成为数字经济新的增长点。但在微短剧消费的爆发式增长的背后,也存在着诸多乱象,平台推流算法的滥用、叙事内容的无序哗然、精神消费的刺激上瘾,付费争议的频频发生等诸多问题需一一审视,才能确保微短剧行业良性发展,成为拉动数字经济内需的重要力量。

## 2. 数字经济背景下微短剧消费的问题审视

### 2.1. 信息茧房: 算法推流造成受众认知窄化

微短剧背靠短视频发展红利,坐拥短视频在全媒体时代的诸多天然优势。短视频平台完善的算法推荐机制为微短剧营销推广提供了有力支撑,由数字文明时代所扮演的“幕后规划师”角色一步步成为新的逻辑和规则的制定者。在大数据、云计算、深度学习模型为技术表征的场域内,平台通过分析用户观看微短剧的观看时长、转发点赞分享等互动行为及消费偏好,由点及面地建设个性化、精密化的内容分发网络,并不断更新迭代自身的分发逻辑,最大限度提升内容与受众之间的匹配效率。

微短剧提升曝光量的关键在于投流,而投流能提升付费率的核心则在“钩子”,也就是剧情剪辑出

的短视频投放素材。这是大部分短剧中都有反转情节的原因——这类情节先把惨点、虐点“拉满”，调动受众情绪。此类经过算法优化的内容单元，本质上是一种情绪期货，通过预售观众的情感波动来实现流量变现。源源不断的剧情切片通过算法的精准匹配投送至屏幕，形成顽固的信息茧房，日益遮蔽受众与现实生活的联系，使受众单向度参照算法的轨道运行，沉湎于微短剧带来的高密度爽感侵袭，开始习惯于接受剧中构建的“现实”，而非主动探索和理解真实的世界，其思考能力和批判性思维逐渐被削弱。

## 2.2. 数字沉迷：“即时满足”导致精神消费成瘾

微短剧作为一种新兴的数字叙事形态，其核心美学特征在于信息密度最大化与情绪刺激瞬时化，通过高度压缩的叙事结构，在极短时间内完成戏剧冲突的爆发、转折与解决。这种核心吸引力来自于及时反馈的“爽感经济”，迎合一种直接且即时的欲望满足，主要表现为面临困境或深陷危机的主人公永远能够迅速脱身并成功逆袭走上人生巅峰。通过不断堆叠巧合、悬念，实现快速反复反转，通过视觉、听觉和情感的多重刺激，让观众在观看时始终能体验到不同程度的“爽”，进而使观众对普通的感官刺激逐渐失去敏感[1]。创作者往往通过角色“扮猪吃虎”身份转换、大开“金手指”、“逆袭”等情节来进行富有爽感的情节设计。

在表现形式上，大多微短剧会将自身的核心爽点在标题中显明，方便用户进行观看决策。套路化、可预见的剧情发展、叙事逻辑简单的故事内核以及跌宕起伏高潮不断的情节设置，并通过足够接地气、大众化的方式向观众提供一种不加修饰、无须思考的快餐式文化，从而最大限度地消除了作品与观众之间的审美距离。长期沉迷于粗制滥造的虚拟幻境中，理性的钝化将个体逐步异化为“快乐的机器人”，即非常渴望和快乐地顺从于欲望牵制的奴隶状态在虚构的精神快感矩阵中，受众会无意识出现数字沉迷行为[2]。任由自身被切割的碎片化叙事淹没，被高频度爽点满足，在其中毫无意识地耗费时间、虚度光阴。

## 2.3. 消费陷阱：付费模式不透明易引发争议

微短剧的投入成本低、形态灵活、运行隐蔽性强，不易纳入现有的监管范围，这就给违规微短剧的肆意生长创造了条件。2024年发布的《微短剧消费调查报告》显示，超六成(66.68%)的消费者曾付费观看微短剧。然而，超两成(20.49%)的消费者遭遇不明码标价问题，一成以上(12.88%)的消费者反映包月、包年会员观剧权益不明晰。

第一是诱导式消费问题。微短剧通过免费作为诱饵吸引受众入场，再利用高强度情绪刺激构建消费陷阱，刻意设置剧情悬念引导受众支付。在剧情关键节点设置付费关卡，吸引观众付费以继续观看后续剧情内容，甚至出现200元看不完一部短剧、老年人微短剧付费超万元[3]。在支付界面上，短剧的“免费试看”按钮采用醒目的红色，而退出键则隐藏在界面右下角不足拇指大小的区域内。第二是不明码标价问题。微短剧平台往往会通过模糊定价的方式吸引观众入场，缺少统一收费模式和标准。绝大多数微短剧平台未标明看完全剧需要多少钱，剧情一到“爽点”便戛然而止，诱导用户反复充值。第三是大数据杀熟问题。微短剧平台依托用户行为数据，如浏览记录、互动偏好、消费轨迹等，构建精准的受众画像与内容标签，据此持续投喂契合个体情绪需求的作品，尤其使中老年群体深陷定制化的情感刺激中。这种算法驱动的沉浸式体验，逐步形成行为依赖与消费惯性，使用户难以挣脱平台精心设计的付费闭环。消费金额较大的“优质用户”往往后续购买剧集的价格反而更高。

## 2.4. 流量导向：产品同质化严重影响消费潜力

在流量经济的影响下，微短剧市场中，部分制作者过于注重投流和曝光，忽视了作品本身的质量和 文化价值。片面追求流量和点击率，过度迎合市场需求，忽视对作品质量的把关，从剧情到人物设置上基本上是同一张方子，除了主角名字不同，内容上基本都延照同一路线，就像是流水线上的产品生产，

遵循既有的框架批量化生产。

这种创作模式呈现出三个典型特征：一是题材高度集中化，制作方不愿承担创新风险；二是叙事结构程式化，普遍采用“受辱、奇遇、复仇”的三段式套路；三是人物塑造扁平化，角色缺乏深度和个性。长期沉浸在这种同质化内容中，观众的审美敏感度会逐渐降低，最终导致市场活力衰退。从“霸道总裁爱上我”，到“财阀千金下嫁穷小子”，部分网络微短剧套用剧情“换汤不换药”。大量同质化和低信息量的短剧增强了用户的虚无感和审美疲劳，引发用户的社交媒体倦怠，遏制了微短剧消费市场活力的进一步提升。

### 3. 数字经济背景下微短剧消费的优化路径

#### 3.1. 平台治理：革新算法推送，完善审核把关机制

在微短剧如火如荼发展中，部分平台为追求流量与热度，过度推送具有话题性、刺激性的内容，使不良价值观微短剧更易出现在观众视野。为追求经济利益，对违规内容审核宽松，利用算法推荐推送不良内容，加剧了不良价值观的传播。平台利用微短剧不断争夺用户的注意力资源，实现内容供给与需求的精准匹配，形成信息茧房，让用户在其搭建的数字围城里沉溺，形成持续强化的观看闭环。

因此，在微短剧的推流环节上，平台方应主动履行把关人职责，进行持续性、多环节、常态化治理。前期流量池筛选阶段，算法技术通过数据分析整合热门内容，进入新一轮的精品推荐，筛选出点赞量多、完播率高、评论互动性强的内容进行推荐。在此过程中，平台方应突破单一协同过滤算法的局限，构建“内容质量 + 用户偏好 + 社会价值”的多维评估模型，对微短剧的内容单元进行完整审核，对内容质量偏低、有违价值取向的切片遏制曝光，减少推荐。完善网民举报、审核、处理机制。在微短剧的展出环节上，平台也应对应的短剧小程序进行有效监管，开展围绕小程序微短剧准入机制、版权合规、诱导付费、维权困难等问题的专项治理等，尝试在现行网络视听治理体系中开辟新的空间[4]。此外，平台治理还需优化算法分发渠道，避免边缘化其他类型内容的推荐，减少用户被自己的兴趣偏好所束缚的概率，弱化算法推荐造就的“过滤气泡”效应。

#### 3.2. 素养提升：加强媒介素养，注重理性消费

微短剧这一新兴视听形态通过其独特的媒介特性，深度重构了当代用户的观看习惯与文化实践。这种高度情境化的内容形式不仅顺应了数字时代的媒介使用逻辑，更通过精心设计的情节密度和情绪节奏演化为一种，高度程式化的叙事模式正在重塑受众的认知图式。在算法推荐系统的持续投喂下，部分媒介素养较弱的用户逐渐形成认知依赖，陷入虚实错位的感知困境。这种由虚拟快感堆积而成的拟像世界，不断消解着人们对现实生活的感知力与判断力，最终导致集体性的认知异化。

受众强化自身的媒介素养，是对抗群体感知钝化的重要一环。受众应该通过对算法构造的拟态环境进行有效评估破除信息茧房的壁垒，提高自身的反驯化意识和能力，培养对算法驾驭的能力，充分发挥人文精神所强调的主观能动性，透过算法构建的世界探寻真实的世界。在微短剧消费场景中，需要有意地对接收到的个性化信息进行甄别，保持自身的独立自主性，保持理性消费，减少被微短剧的情绪传播牵引概率，避免沉溺于无脑的“追剧”中。对于媒介素养偏低等特定老年群体，社会各界应主动履行“数字反哺”责任，保障银发族在微短剧消费场景中的合法权益，推进数字适老化基础设施建设。

#### 3.3. 常态监管：制定长效化政策，划清责任边界

要提升微短剧消费潜力，需要将常态化监管纳入全流程，把控微短剧高质量供给。第一是制定长效化政策，优化上层建筑。2024年6月1日，网络微短剧“分类分层审核”新规正式落地施行，标志着行

业全面进入强监管周期。针对当前突出的诱导消费、退费困难及恶意引流等乱象, 监管部门同步启动专项治理行动, 通过建立审核分级制度、压实平台主体责任、畅通用户维权通道三重机制, 构建覆盖内容生产、传播推广、消费权益全链条的监管体系。这一制度设计既强化了对违规行为的精准打击, 又为优质内容的创作释放了合规发展空间, 推动行业从野蛮生长向规范发展加速转型。第二是构建新型监管治理体系。监管部门应推动从“事后治理”向“全流程管理”转变, 建立涵盖剧本备案、拍摄监管、成片审核的全周期服务机制。同时要打破部门壁垒, 通过成立跨部门协调机构、建设数据共享平台、制定统一标准等方式, 实现广电、网信、文旅、市场监管等多部门的协同治理。第三是划清责任边界。平台责任边界模糊是另一个突出问题。许多平台以“用户自愿付费”为由, 推卸内容审核和消费引导的责任。同时, 平台与内容制作方之间的利益分成机制, 进一步加剧了诱导付费的倾向。部分平台“打一枪换一个地方”更是让消费者的权益受到严重侵害。因此, 需要在监管中强化平台责任, 平台应该建立更加透明的付费机制, 提供清晰的消费提示和便捷的退款渠道。

### 3.4. 内容优化: 提升制作水准, 擘划精品创作图景

制作方和平台应该加大创新投入, 在内容选择、人才培养、技术更新等方面多措并举, 推动微短剧行业精品化。在内容层面, 需要深入生活取材, 挖掘现实题材, 创作具有思想性、艺术性和观赏性的优质微短剧。微短剧应发挥其天然的跨媒介性特质, 在吸纳电影、电视、网络文学、网络短视频的不同媒介优势的基础上, 实现“轻盈之余、不失精致”的内容文本、视听语言和美学形式的正向创造<sup>[5]</sup>。要摆脱套路化剧情, 注入共同价值的主题内涵, 融入更具时代感与现实性的话题, 引领微短剧从单薄的情绪价值走向兼具情绪密度与情感厚度的故事价值。要打破“打脸逆袭”“霸总甜宠”等悬浮叙事窠臼, 将创作根系深扎现实土壤。通过聚焦市井烟火中的普通人命运, 关注职场困境、代际关系、社会治理等真实社会议题, 在情节设计中注入时代痛感与人性温度。在人才层面上, 以内生人才培养体系为核心, 通过产学研协同机制加速产业人才造血, 设置人才激励计划, 借鉴其他视听文旅产业的人才储备和评估机制, 做到人才资源共享。在技术层面, AIGC 作为微短剧行业的新质生产力, 正在系统性重构创作流程。通过智能剧本生成、虚拟制片和智能分发系统, 实现从创意到成品的全链条革新。央视网《风景猎人》微短剧以“AI 技术 + 数字偶像 + 实景拍摄”打造沉浸式探险, 定制 AI 推广 MV《天空之境》抖音播放量破千万, 未来计划将剧中探宝路线转化为线下实体业态, 推动“自然 + 人文 + 科技”三位一体文旅矩阵。

## 4. 结论

现代视听技术日新月异, 微短剧融合长剧的创作要领又兼具短视频的传播特性, 成为数字时代精神文化消费的全新增长点, 为受众提供了更为丰富多样且影响深刻的文化消费选择。作为一种文化消费符号, 微短剧重塑着受众的消费惯习, 也形塑着行业消费、数字经济的发展态势。该行业在经历爆发式增长后, 正面临内容同质化、算法茧房、消费权益保障不足等多重挑战。这些问题的本质是技术创新、商业逻辑与社会责任的结构失衡, 需通过多维度治理框架实现系统性纠偏。因而微短剧消费还需更为审慎地看待, 唯有平衡技术创新、商业逻辑与文化责任, 方能在满足大众精神需求的同时, 实现产业的可持续发展。

## 参考文献

- [1] 黄美笛. 微短剧的“爽”与“不爽”: 原质快感理论下的悖反机制与竞速陷阱[J]. 南京社会科学, 2024(9): 135-147.
- [2] 陈海燕, 刘昕雨. 短剧何以“长视”: 小程序短剧的失范现象与治理路径[J]. 宁夏社会科学, 2025(3): 200-208.
- [3] 新浪财经. 315 系列调查 | 老年人微短剧付费超万元, “跟买保健品一样上瘾” [EB/OL]. 2024-03-15.

---

<https://finance.sina.com.cn/wm/2024-03-15/doc-inanmksk6529036.shtml>, 2025-01-18.

- [4] 何天平. 微短剧治理: 矛盾调和、生态调适与“新常规”重建[J]. 编辑之友, 2025(5): 29-38.
- [5] 胡泳, 刘纯懿. 微短剧之维: 媒介图谱、影像范式与文化腹语[J]. 新闻与写作, 2024(5): 81-93.