

叙事商品的炼金术： 网文IP微短剧电商化与 数字内容消费新范式

陆潭晟, 王恩瑶, 龚梦佳, 徐跃鸣

南京邮电大学通达学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年12月22日; 录用日期: 2025年12月30日; 发布日期: 2026年1月26日

摘要

本研究以网文IP微短剧的电商化转型为对象, 探讨其在数字时代如何重塑内容消费的路径与范式。研究揭示了“平台 - 资本 - 受众”三重逻辑的协同驱动, 系统剖析了从IP到商品的“炼金”机制, 即通过符号提纯与情感绑定完成文本转化, 借助场景构建与道具转化实现叙事重构, 最终依托平台整合与冲动设计达成“观看 - 冲动 - 购买”的流程闭环。在此基础上, 本文提出内容消费的“三阶段进化模型”——从意义消费、注意力消费直至动能消费, 重新定义了内容不再仅是文化作品, 更成为功能明确、即时变现的情感 - 商业复合体, 即“消费性内容”这一新形态的诞生, 这一模式既是数字内容工业化的典型体现, 亦折射出资本逻辑下文化生产在效率追求与价值深度之间的内在张力。

关键词

网文IP微短剧, 内容电商化, 消费性内容, 数字内容消费

The Alchemy of Narrative Commodities: E-Commerce Integration of Web Novel IP-Based Short-Form Video Dramas and the New Paradigm of Digital Content Consumption

Tansheng Lu, Enyao Wang, Mengjia Gong, Yueming Xu

Tongda College of Nanjing University of Posts and Telecommunications, Yangzhou Jiangsu

Received: December 22, 2025; accepted: December 30, 2025; published: January 26, 2026

Abstract

This study examines the e-commerce transformation of web novel IP-based short-form video dramas, exploring how they reshape content consumption pathways and paradigms in the digital age. The research reveals the synergistic driving force of a triple logic—platform, capital, and audience—and systematically analyzes the “alchemy” mechanism from IP to product. This mechanism involves textual transformation through symbolic refinement and emotional bonding, narrative reconstruction through scene building and prop transformation, and ultimately, the creation of a closed-loop process of “watching-impulse-purchase” through platform integration and impulse design. Based on this, this paper proposes a “three-stage evolutionary model” of content consumption—from meaning consumption and attention consumption to kinetic consumption—redefining content as no longer merely a cultural work, but a functional, instantly monetizable emotional-commercial complex: the emergence of “consumable content”. This model is a typical manifestation of the industrialization of digital content and reflects the inherent tension between the pursuit of efficiency and the depth of value in cultural production under the logic of capital.

Keywords

Web Novel IP-Based Short-Form Video Dramas, Content E-Commerce Integration, Consumptive Content, Digital Content Consumption

Copyright © 2026 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

当前，数字内容产业正经历一场由消费逻辑主导的深刻转型。微短剧的兴起，不仅因其符合碎片化传播的媒介特性，更在于其从诞生之初便深植电商基因，成为连接内容与消费的关键节点。在这一进程中，网络文学IP因其成熟的叙事模型、庞大的粉丝基础与高度类型化的情感配方，为微短剧提供了可规模化和快速变现的“故事原料”^[1]。二者的结合，远超出传统的影视改编范畴，共同构成了一个以即时转化为核心目标的数字内容新生态：网文IP提供经过市场验证的“情感蓝图”，微短剧将其转化为高密度、强刺激的“视听诱饵”^[2]，最终导向电商场域完成价值闭环。

然而，现有研究多聚焦于微短剧的创作规律、传播模式或作为独立产业的商业分析，往往将“电商”视为其变现的终端环节之一进行探讨。这种视角未能充分揭示电商逻辑如何前置性并结构化地重塑了从IP筛选、剧本改编、场景构建到用户互动的全链条。换言之，电商不仅是微短剧的“出口”，更是其内容生产的“内在脚本”与“架构性力量”。在平台资本、流量算法与受众情感需求的共同驱动下，“内容”与“商品”的边界日益模糊，一种以引导即时消费为直接功能的“消费性内容”正在形成。因此，本文旨在系统剖析网文IP微短剧的电商化转型路径，揭示其如何将叙事能量炼化为消费动能，从而理解数字时代内容产业与消费社会深度融合的新范式。

2. 变形的驱动力量：平台、资本与受众的协同

2.1. 平台逻辑：作为基础设施的算法与流量

2.1.1. 网文平台的工业化内容生产体系

中国微短剧与网文IP的合作是一个结构完善且高效运作的数字内容产业生态系统，主要由几类平台

组成。网文平台充当 IP 资源库, 为行业提供持续的新内容来源。其中, 起点中文网和晋江文学城拥有庞大的粉丝基础与丰富的高质量 IP; 同时, 字节跳动旗下的番茄小说凭借大量重生、霸总及青春校园类小说, 成为当今最活跃的 IP 供应商之一。这些平台提供经过市场验证的故事模板和初始受众, 通过内部孵化或外部授权推出微短剧。短视频平台是分发、病毒式增长和变现的主要战场, 作为绝对的领导者, 抖音和快手不仅拥有专门的微短剧频道和排行榜, 而且还形成成熟的商业模式——前几集免费观看, 其余付费解锁[3]。依靠精准的信息流广告, 它们可以快速筛选并触达目标用户获得最大化流量和直接收益, 高效推动网文 IP 向视觉短剧的转化和商业变现。

2.1.2. 算法分发与注意力变现的闭环

中国微短剧与网络文学 IP 的合作已构建起成熟的三位一体生态系统, 其核心在于明确的产业化路径: 网络文学平台将经市场验证的 IP 授权给专业制作公司进行改编拍摄, 完成的作品随后在抖音、快手等主流平台上线, 通过大数据精准投放流量, 吸引目标观众并引导其付费解锁, 最终实现各方收入分成。新兴的独立微短剧 app 作为垂直领域的补充, 与同一生态系统内的免费小说平台深度融合, 已构建起从 IP 获取、内容制作到应用内容分发的完整内部闭环, 其核心在于满足下沉市场用户的沉浸式观看需求。这种将 IP 库直接供给内容到实现商业价值变现无缝衔接的商业模式, 极大地提升变现效率并持续推动新一轮数字内容消费潮流[4]。

2.2. 资本逻辑: IP 价值实现的焦虑与突围

2.2.1. 从重资产运营到轻量化速效模式

随着传统的影视 IP 开发模式因投资高、周期长、风险大而开始显现疲态, 资本迫切需要一条更高效可控的新路径。微短剧与网络文学 IP 的协同应运而生, 二者结合电商逻辑, 共同打造了一个将清库存与再增值高度金融化的循环体系。

看似价值不大的网文 IP 作品被资本视为可快速盘活的原材料资产, 微短剧则是对这些资产进行快速包装和变现的工具。一部微短剧就像一个高风险的金融衍生品, 其成功不依赖于长期的品牌建设而是完全取决于上线后短期内通过信息流广告带动的直接付费转化率[5]。资本的运作目标在于力求在数天内实现制作+营销成本的快速回收。一旦此数据模型跑通, 利润便迅速投入下一轮生产从而形成一个高速循环且自我强化的资金流, 实现极致速效的资本诉求。

2.2.2. IP 作为流通资产的资本化路径

短剧与电商深度融合, 极大增强了 IP 资本化模式的金融属性, 为进一步提升 IP 价值开辟了核心通道, 这超越了依赖付费内容的传统路径, 使微短剧本身成为强大的流量驱动和消费场景。网文 IP 及其衍生短剧本质上扮演着高端广告的角色, 其核心目的不仅是让用户为内容付费, 还通过剧情植入和情感共鸣引导用户进行实体购买, 实现流量价值的即时转化, 让原本可能仅通过付费分成获得一次性收益的 IP, 有机会实现二次乃至多轮价值变现。在传统视频播放模式的压力下, 资本将网文 IP、微短剧和电商进行整合, 构建出前所未有的快速变现模式。网文 IP 不再是精心培育的品牌种子而被资本视为可以快速周转的流动资产, 可以通过微短剧进行高效的库存消化, 最终利用电商渠道实现再升值推动整个内容产业向新范式发展[6]。

2.3. 受众逻辑: 注意力稀缺与即时满足的情感需求

2.3.1. 从文本消费者到情绪劳动参与者受众

在碎片化时代, 用户的情感消费习惯经历了根本性变化, 其核心驱动力从对文学叙事的深度沉浸转

变为追求即时情感满足和高效心理安慰。这种广泛的社会心态被资本与大数据技术精准捕捉、放大并系统化利用，最终将用户从寻求故事的读者转变为寻求情感刺激和现实补偿方案的消费者[7]。

转变的根源在于现代生活的高压与时间的紧迫，深度阅读所需的耐心与环境被剥夺，用户转而追求一种能无缝嵌入工作间隙与通勤路途的即插即用式情感体验。所以其核心消费动机不再是鉴赏一个起承转合的好故事，而是快速精准地获取高浓度的情绪状态——无论是逆袭的快意、被独宠的甜蜜，还是复仇的酣畅。基于此，资本将海量网文 IP 视为现成的人类情绪数据库并借助微短剧这一极致形式，将其提纯、压缩为能直接作用于多巴胺的“情绪能量棒”，完成从叙事到刺激的终极转化。

2.3.2. 短剧作为心理补偿的媒介形式

随着大数据技术的演进，算法已从被动分析工具转变为能够主动干预的智能系统。它如同一个敏感的欲望感知器和高效的配送员，持续追踪并分析用户的行为数据，精准识别用户情绪低落或无聊的时刻。基于这些洞察，算法能够推送高度个性化的内容，如微短剧，以满足用户的个人心理偏好，成为他们情绪调节的良药。所以用户的消费行为从主动寻找一个世界转变为被动接受一剂刺激。当一部微短剧能在几十秒内完成羞辱-逆袭-碾压的标准化情绪闭环时，那么它提供的已不再是需要思考与共鸣的故事，而是一个用以舒缓现实压抑的心理补偿方案，因此，用户为之付费的核心，已从文学价值与人物弧光，转向了立竿见影的情绪疏解服务，相应的是读者身份也让位于消费者。他们的忠诚度不再维系于特定创作者，而是绑定在能稳定提供此类高效心理解决方案的内容本身。整个微短剧生态的成功，正是建立在对情感消费习惯的极致洞察与系统性满足之上的[8]。

3. 变形的机制与路径：从叙事到商品的炼金术

3.1. 文本的炼金：符号的萃取与重组

3.1.1. 符号提纯

中国微短剧与网文 IP 之间的文本互动本质上是一种宏大而高效的符号实践，这并非对传统文学的改编，而是一种工业化过程，它从庞大的情感数据库中提取、提炼、编码，进而重新固定符号。多年来在网络文学领域积累下来的霸道总裁、重生、逆袭、复仇等类型小说，构建出一个整合的文化共识和集体欲望体系。微短剧文本创作的核心是从这个庞大的数据库中剥离复杂的心理描写、烦琐的剧情发展和环境刻画，提取最可能引发反射性情感共鸣的语言符号，再将这些符号与特定的视觉对象紧密关联，形成一种让人瞬间解码，且能直接将情感释放与消费欲望相连的感官速记系统。这一过程的本质是将复杂文本最终转化为情感共鸣，就是通过高度表演化的动作将抽象的情感进行浓缩和表达[9]。霸总角色的权力、控制欲以及隐秘的温柔不再需要通过长篇剧情来展现，反而精准地浓缩在经典的台词中。通过这种方式提炼出的行为象征，去除了现实人际关系的复杂性，成为权力与爱意的纯粹表达，并作为市场反复验证的情感触发机制发挥作用。这些行为与其所表达的情感之间的联系，被强化到几乎自然的层次，能够无需经过观众的大脑皮质直接刺激情感中枢，从而达到最有效的情感冲击。

3.1.2. 情感绑定

通过象征的锚定与嫁接，微短剧将这些情感符号与特定的产品符号紧密绑定，完成从情感到消费的惊心动魄的跳跃。根据鲍德里亚的消费社会理论，商品早已超越使用价值，成为承载社会身份与欲望的符号，而微短剧将这一逻辑发挥到极致。墨镜不再只是遮挡眼睛的工具，它们已成为霸总隐藏目光、保持神秘并象征至高权力的标准符号。摘下太阳镜的动作，已然成为向某人展示真实自我的仪式化馈赠。高档西装与豪车，尤其是黑色迈巴赫、劳斯莱斯等，共同构筑了绝对权力与顶级财富的坚硬外壳，它们是指向社会地位的标志，其光滑冰冷和整齐划一的外观，象征着主角所代表的秩序与规则不容置疑。红

酒已非单纯饮品，而是霸总修长手指间摇曳的权力象征，它指向品味、闲暇与掌控全局的从容。反之，在逆袭小说中，外卖服、电动车等日常生活符号，则被预先锚定为底层身份与暂时性屈辱的标志，彰显的是主角前期的卑微与贫穷，其存在的价值就是为了在后期被更强大的商品符号所取代，以视觉上和认知上的极端反差来制造最强烈的爽感。这套符号系统构建了一个以现实为蓝本的架空世界，其中，所有身份皆有对应的文本符号，更深刻地重塑了观众的认知，促使其从读者转化为人物，这一过程揭示当代文化生产中，文本与情感之间最为纯粹的触动关系[10]。

3.2. 叙事的炼金：从故事世界到消费场景

3.2.1. 场景构建

微短剧与网文IP合作的核心叙事策略在于打造一个高度集中且目标明确的系统，根本目的是为用户提供即时的情感满足，不再遵循电影和电视剧通过漫长铺陈来塑造角色和世界的传统逻辑，而是将网络文学中经过验证的爽点甜蜜瞬间和痛点直接转化为独立高效的情感场景单元。每个场景形成一个微型叙事循环，其价值在于能够在极短的时间内完成呈现冲突-制造悬念-情感释放的全过程。在构建一个扇耳光场景时，羞辱的最初过程被大大压缩，随后迅速切入到主人公的胜利时刻，通过特写镜头、慢动作和强烈的音效，实现扭转局面带来的刺激感。这类场景的本质是将网络小说读者脑海中想象的快感具体化，用最直接的视听语言呈现出来，变成一种可以快速消费的情绪零食。

场景的连续排列构成微短剧的整体叙事流就像过山车的轨道，每一个陡升和突降都是经过精心计算和细致安排的。网文IP提供预先打磨好的场景蓝图和情感坐标，而微短剧只需将其视觉化。无论是霸道总裁的奢华与权力感，还是真假豪门千金的心机计算，这些场景都能迅速为观众贴上清晰的情感标签，实现零门槛沉浸。场景的构建与消费者行为紧密相连，每一集的结局均经过精心设计，作为情感诱饵，将积累的情绪张力推至顶点后戛然而止，促使观众为即时的情绪释放与满足而付费。因此，整个场景构建体系宛如一个高效的工厂，通过讲述故事来服务于消费，其产生的并非传统故事，而是一系列可供消费的情绪体验。

3.2.2. 道具转化

在微短剧与网文IP的深度融合中，道具的功能经历了根本性的转变，从传统的环境布景或角色配饰，演变为推动剧情发展及明确商业广告接口的关键枢纽。这一道具转化过程意味着产品不再仅仅作为象征性的背景存在，而是直接成为推动故事情节发展、制造戏剧冲突并实现商业变现的主动要素。一个常见的桥段就是通过物品识别身份，比如用黑卡或限量版跑车来彰显地位。在微短剧中，逻辑被推向极端：天价合同和豪车不仅是财富的象征，更是主角用来打脸反派的直接武器，瞬间改变故事中所有角色的权力格局。

这种以产品为驱动的剧情模式大幅提升了故事讲述的效率以及内容的商业渗透力，从叙事角度看，昂贵道具作为最直接的视觉语言，能瞬间展现角色身份、引发冲突或推动反转，契合短剧快节奏需求：劳斯莱斯车门的一开，所传达的信息远胜五分钟的人物对话。从商业角度看，这种深度融合使产品与剧情紧密绑定，成为叙事不可或缺的部分。观众在享受剧情带来的刺激时，会下意识地将这种积极情绪与节目核心产品关联，进而增强品牌记忆与好感。在短视频生态中，剧情驱动的产品可直接加入购物车，实现观看与购买的无缝衔接，既是故事推动力也是变现工具，深刻体现了微短剧在内部叙事与外部商业逻辑间的高度契合。

3.3. 流程的炼金：“观看-冲动-购买”的一体化

3.3.1. 平台整合

平台通过技术手段将内容创作、传播和电商变现整合为一个高效协同的有机整体，这种整合并非简

单的业务叠加，而是对底层数据、流量和商业逻辑的深度连接，形成内容即商品、观看即消费的闭环生态体系[11]。整合的核心首先体现在内容 IP 的筛选与开发上，作为庞大的内容数据库，网络文学平台在内部积累文章，为微短剧开发提供精准的导航图。通过分析数据，技术算法能够自动筛选出改编潜力最高的大片，从项目初期就确保内容与市场需求精准匹配。在制作阶段，制片方会在短视频平台上发布前 10 集，并利用完播率、点击转化率等关键指标的实时监控，实施数据驱动的赛马机制。仅符合数据标准的项目才会进入大规模制作阶段，这显著降低了投资风险，并将内容创作从依赖经验的人工模式转变为可量化的工业化流程。

平台整合实现了分发场景与变现路径的无缝衔接，传统长视频内容与电商分离，用户需跳出观影环节完成购买，转化链路长且易流失，而微短剧生态通过技术手段在较大程度上打破了这一壁垒。在抖音、快手等短视频 App 内，内容与电商的功能被深度结合，用户被剧情的强烈情绪感染，到达消费意愿顶点的瞬间，即可通过屏幕下方的链接，直接进入付费页面解锁全集或成为会员。这一过程流畅无阻，其背后是平台方将内容播放器、支付系统、用户账户体系及风控机制高度整合的结果，这一整合生态形成一个强大的价值循环，内容、流量与资本在整合后的技术平台内实现高速流转与价值倍增。

3.3.2. 冲动转化

与网文 IP 相关的微短剧之所以能取得巨大商业成功，根本原因在于它们精准捕捉并设计出一种针对冲动消费的极端转化模型，深刻理解从情绪激活到完成购买的心理路径，并通过精细的产品设计，在情绪消退前迅速将冲动转化为购买行为，形成高效的行为循环。网文 IP 本身就具备强烈的刺激、虐恋和悬疑元素，微短剧则通过视听语言将这些元素进一步极端放大，在极短时间内将用户情绪推向顶点。这种高度集中的情绪体验构成了冲动消费的核心驱动力，激发用户为即时满足和情绪释放而付费的强烈意愿。

在用户情绪达到顶点的关键时刻，转化闭环的第二步——对行动阻力的彻底清除——便至关重要，任何烦琐的步骤、跳转或思考都会让稍纵即逝的冲动迅速冷却。微短剧的商业模式针对性地做到了零延迟转化。当用户正沉浸在战神归来打脸反派的畅快中，或是对男女主角能否解除误会抓心挠肝时，付费解锁的弹窗或小程序链接会直接、突兀地出现在屏幕最显眼的位置，决策被简化为一个二元选择：立刻付费，满足情绪或放弃离开，忍受煎熬。支付流程被深度内嵌于 App 之中，利用用户已绑定的支付方式，一键即可完成，将决策到执行的路径压缩到最短。前几集免费 + 后续付费的模式，与网文的免费章节引流策略一脉相承，本质上是先通过高价值的内容诱饵使用户产生心理依赖和投资感，再在关键时刻设置付费门槛，极大地提高转化率，完美契合冲动消费的心理机制，使得内容消费变得与购买一瓶饮料一样直接和下意识，实现情感流量的高效率变现。

4. 内容消费的进化与消费性内容的诞生

4.1. 进化三阶段模型

4.1.1. 意义消费：文本价值的萃取与审美沉浸

大量经市场验证的网文 IP 作为文本价值储备库，凭借其精心构建的世界观、细腻的角色发展脉络与稳健的故事架构，为微短剧提供了坚实的叙事基础和情感支撑，有效降低了用户的认知与决策成本。从审美体验的角度来看，这种互动让个体将参与感从内在想象提升至外化的沉浸式体验。网络文学阅读依赖读者对文本的个性化解读与想象构建，致使阅读过程缓慢且私密。相比之下微短剧利用高密度的视听语言，瞬间将文本中抽象的爽点、痛点和标志性场景具象化，提供即时强烈且可分享的感官盛宴。这种体验将长篇文本的价值压缩为高度集中的情感单元，精准符合碎片化背景下消费者消费行为的新变化，将用户的审美活动从延迟的文学欣赏转向当下的情感脉动和共鸣。然而这种优先考虑亦潜藏风险，过度

追逐强烈刺激与疾速节奏，或会致使叙事陷入公式化窠臼，消解文本的思想深度，令审美体验趋于浅薄，令人疲惫不堪。故而，成功的协同并非仅止于从文本中攫取价值，更需在尊重其核心本质之际，实现创意的转化与美学的升华。

4.1.2. 注意力消费：内容作为流量媒介与数据化变现

网文 IP 作为经过市场验证的注意力数据库，通过其成熟的叙事公式和庞大的粉丝基础，提供现成的情感蓝图和初始流量。而以碎片化和高度刺激的形式呈现的微短剧，则充当流量加速器，将网络文学的核心刺激转化为高密度的视觉闪点，在极短时间内抓住用户的注意力。二者间的互动，构筑起一个错综复杂的流量转化循环：网络文学为微短剧筑牢内容根基、汇聚受众群体；微短剧则凭借在短视频平台上的精准投放，将海量用户的注意力引向付费节点，最终于情绪高潮之际达成商业变现。通过这种方式，内容已成为高度标准化的流量吸引与转化系统，其价值直接由用户注意力的大规模聚合和实时变现来衡量，深刻重塑数字内容的生产、分发和消费生态[12]。

4.1.3. 动能消费：情感能动的商品化转化机制

中国微短剧与网文 IP 的协同作用，能精准地将用户的情感能量转化为购买行为，提取已验证有效的网络文学 IP 情感公式，融入微短剧的高密度叙事。凭借强烈的剧情、迅疾的节奏与层层悬念，剧集迅速将用户情绪推向高潮，营造出强烈的情感张力。转化的关键在于付费点的设置，付费节点被巧妙地设置在情感临界值，即剧情反转或谜团揭晓之时。此时用户的情感投入和情感需求都已达到顶峰，中断观看体验所引发的心理不适被显著放大，这使得付费从单纯的内容购买转变为一种本能冲动，驱使用户寻求情感闭环。平台依托这种设计，成功构建了从情感沉浸到情感中断的最短转化路径，最终抵达用户获得付费解脱的临界点，实现情感动量的直接变现。

4.2. 消费性内容的出现

4.2.1. 本质重构：从文化作品到功能化的“消费性内容”

微短剧不再仅仅是讲故事的艺术形式，而是演变为能够精准传递情感价值的功能性产品。过去改编多局限于简单的文本转换，主要目的是保留原故事的叙事框架，而如今的重点是对网络文学 IP 进行商业化提炼——剔除冗余剧情，将最集中、最精彩的刺激点与冲突提炼为核心关键词，然后通过短小快节奏且视听冲击力强的微短剧进行标准化的高效分发。用户消费的不再是完整的故事，而是即时可复制的情绪体验。这种转变推动了整个生产流程的重塑，商业模式也由一次性版权销售转变为以持续消费为导向的收益分成体系，本质上，这是从以作者为中心的叙事表达向以用户为中心的功能实现的一次变革。网络文学 IP 提供经市场验证的情感蓝图，微短剧则将其加工为即插即用的情感增强模块，标志着数字内容在深度功能化和商业化方面进入了一个新阶段[13]。

4.2.2. 核心特征：数据驱动、功能导向与即时变现

微短剧的内容创作方向由数据和用户需求驱动，从 IP 选择到剧情改编均基于对网络读者付费偏好及短视频平台实时流量的深度分析，确保内容精准触达目标受众的爽点与情感需求。其功能明确服务于高效商业变现，构建完整的消费闭环。它不仅是文化产品，更是高度精炼的商业工具，通过免费引流与付费解锁模式，将网络文学 IP 的价值直接转化为经济回报。其瞬时性贯穿内容消费与生命周期，追求即时满足。无论是将网络文学精华提炼为每分钟都有剧情反转的高刺激叙事，还是依靠碎片化传播与上瘾式情绪驱动进行消费，都体现了对用户注意力的快速捕捉。这种模式将作品本身变成即时文化商品，此关联是数字时代内容产业的典型例子，其所有特征都紧密围绕市场导向的精准性、商业功能的直接性以及价值实现的即时性展开[14]。

4.2.3. 文化影响：资本逻辑主导下的文化生产同质化困境

资本在追求效率最大化的逻辑驱动下，将网文 IP 的文化宝库与微短剧的流水线生产模式相结合，产生高度标准化且易于快速复制的文化产品。其核心在于通过数据和算法精准捕捉用户的情感需求，将经典叙事模板提炼成视觉密集的爽点单元，实现情感价值的规模化供给和即时满足[15]。然而，在资本增值的强烈驱动下，艺术探索的主导形式逐渐被市场偏好的被动响应所取代，导致文化内容的同质化和价值取向的极端化，从而挤压了深度创新和多样化表达的空间。这一模式深刻地揭示当资本逻辑成为文化生产的主宰时，虽然它激活产业动力，但也在重塑创意生态的底层逻辑，迫使文化面临商业效率与艺术价值之间的严峻张力。

5. 结语

本研究通过系统分析网文 IP 微短剧的电商化转型，揭示了一种以“叙事即渠道、情感即支付”为核心的数字内容新范式。这一模式并非简单的内容衍生或广告植入，而是电商逻辑对内容生产与消费的全流程重构。驱动这一转型的核心机制在于“电商导向的内容炼金术”，平台通过算法将电商转化数据前置为 IP 筛选与剧情改编的指挥棒，资本将 IP 资产快速包装为高转化率的“情绪期货”，而受众则在即时满足的情感驱动下，完成了从观看到购买的无缝跳跃。这一过程实现了从叙事到消费的深度绑定：符号系统与商品符号直接锚定，剧情场景与消费场景高度融合，最终通过深度嵌入的电商接口，将情绪峰值直接转化为购买行为，构建起“情感 - 消费”一键闭环。

在此机制的作用下，内容自身的性质发生了根本性的转变，从文化产品演变为“消费性内容”，即一种以即时转化为核心功能的商业产品。其价值衡量标准愈发取决于引导冲动消费的效率，这标志着数字内容产业步入了以电商效能为核心导向的发展阶段。然而，这种深度电商化的趋势也引发了文化生产的深层次矛盾。当内容完全依照转化漏斗模型进行生产时，其文化属性极易被简化为刺激消费的情绪算法。因此，为实现行业的可持续发展，未来迫切需要探寻一条超越“流量 - 转化”单一途径的平衡之路：在尊重电商市场规律的同时，构建一种兼顾商业效率与叙事深度、情感满足与文化价值的创新机制，使内容在具备消费功能的同时，仍能保留并彰显其应有的文化活力。

声 明

本研究系南京邮电大学通达学院商学院“社会科学研究设计及实践应用”研习组(第一期)阶段性成果。

参考文献

- [1] 文学新批评. 网络文学与微短剧改编：现状、问题与对策[EB/OL]. 2024-08-15. <https://www.chinawriter.com.cn/n1/2024/0815/c404027-40299189.html>, 2025-08-26.
- [2] 中国作家协会网络文学中心. 2024 中国网络文学蓝皮书[EB/OL]. 2025-06-30. <https://image.chinawriter.com.cn/n1/2025/0630/c404023-40511500.html>, 2025-08-26.
- [3] 周颖. 国内短视频平台商业模式创新研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江传媒学院, 2019.
- [4] 武睿思. 长、短视频平台商业模式比较研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2024.
- [5] 褚俊杰. 国内短视频盈利模式探析[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2018.
- [6] 陈海燕, 范容. 数字劳动视域下 IP 微短剧的盈利模式及优化[J]. 青年记者, 202 (18): 117-119.
- [7] 吴占勇. 我国网络剧精品化发展的趋势探析[J]. 中国电视, 2022(4): 59-63.
- [8] 王健, 石蕊, 钱江. 快手竖屏短剧的制作特征与变现路径[J]. 传媒, 2022(10): 69-71.
- [9] 胡智锋, 李斐然. 近年来微短剧发展的新景观与新趋势[J]. 传媒, 2025(8): 28-31.
- [10] 张岩, 陈琪. 情感价值驱动下银宠短剧的消费决策与升级[J]. 东华大学学报(社会科学版), 2025, 25(3): 79-86.
- [11] 杨佳, 戴蕤. 微短剧投流分发解析[J]. 国际品牌观察, 2024(10): 38-42.

- [12] 赵晖, 张腾之, 杨娜, 等. 共筑微短剧清朗行业生态, 加强内容创作引导和管理[J]. 广播电视网络, 2024, 31(6): 10-19.
- [13] 杨舒. 竖屏微短剧的叙事策略与精品化路径[J]. 东岳论丛, 2025, 46(8): 68-75.
- [14] 胡云. 悬疑类微短剧的内容创新研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东技术师范大学, 2025.
- [15] 张秀丽, 张雪, 许朦月. 即时满足何以生成: 微短剧算法化叙事的注意力触发效能研究[J/OL]. 新媒体与社会: 1-17. <https://link.cnki.net/urlid/CN.20251016.1315.002>, 2025-11-13.