

数字时代注意力经济下红果短剧的运营模式

刘晓晓, 杨鸿烨

河北师范大学新闻传播学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2025年4月5日; 录用日期: 2025年5月8日; 发布日期: 2025年5月20日

摘要

在数字时代的注意力经济背景下, 红果短剧凭借创新的运营模式迅速崛起, 成为微短剧行业的标杆案例。本文基于双边市场理论、平台生态协同及版权价值开发视角, 系统分析红果短剧的商业模式转型、流量变现策略与产业生态重构路径。研究表明, 平台通过从IAP (应用内付费) 向IAA (应用内广告) 模式的战略转型, 构建“内容免费-广告变现-用户增长”的良性循环; 依托字节跳动的超级平台生态系统, 实现了跨平台流量协同; 同时, 通过剧本共享平台与动态分账机制, 重构产业链协作关系, 推动内容生产从同质化向精品化升级。红果短剧的实践不仅重塑了行业的价值分配逻辑, 也为数字内容产业的版权运营与生态协同提供了可复制的创新范式。

关键词

注意力经济, 红果短剧, 运营模式

Operational Model of Hongguo Short Drama in the Attention Economy of the Digital Era

Xiaoxiao Liu, Hongye Yang

School of Journalism and Communication, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: Apr. 5th, 2025; accepted: May 8th, 2025; published: May 20th, 2025

Abstract

In the context of the attention economy in the digital era, Hongguo Short Drama has rapidly emerged as a benchmark case in the micro-short drama industry through its innovative operational model. Based on the perspectives of two-sided market theory, platform ecosystem synergy, and copyright value development, this paper systematically analyzes Hongguo Short Drama's business model transformation, traffic monetization strategies, and industrial ecosystem reconstruction path. Research indicates that the platform has established a virtuous cycle of “free content-ad monetization-user growth”

through its strategic shift from IAP (In-App Purchase) to IAA (In-App Advertising). Leveraging ByteDance's super-platform ecosystem, it has achieved cross-platform traffic synergy. Additionally, by implementing a script-sharing platform and a dynamic revenue-sharing mechanism, it has restructured industrial chain collaboration, driving content production from homogenization to premiumization. The practices of Hongguo Short Drama not only reshape the industry's value distribution logic, but also provide a replicable innovative paradigm for copyright operations and ecosystem synergy in the digital content industry.

Keywords

Attention Economy, Hongguo Short Drama, Operational Model

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

在移动传播时代,终端设备的普及、用户内容消费习惯的变迁以及短视频平台的快速发展,共同推动了微短剧这一新兴网生内容品类的蓬勃发展。微短剧从最初的市场边缘试探到2020年的爆发式增长,迅速成为网络视听行业的新风口。其以“时间短、情节密、体验爽”的核心特征,高度契合了当代社会大众对“速食内容”的需求,特别是满足了用户对即时情感满足的现代性体验诉求。随着《我在八零年代当后妈》《好一个乖乖女》等爆款作品的出现,微短剧的市场潜力得到充分验证,吸引了大量资本和创作者涌入。有研究预计,未来几年微短剧的市场规模将突破千亿元[1]。这意味着不久的将来,小屏端的微短剧市场规模将超过大银幕,具有相当可观的市场空间。

在数字时代背景下,智能算法驱动流量分配机制重塑了互联网内容生态,流量景观的支配力就在于对注意力的抓取[2],用户的注意力成为数字资本持续盈利的密码。中国互联网络信息中心(CNNIC)数据显示,截至2024年12月,我国微短剧用户规模已达6.62亿,渗透率高达59.7%,标志着微短剧已成为主流数字内容形态[3]。在这一发展浪潮中,抖音集团战略性布局的“红果短剧”表现尤为突出。QuestMobile数据显示,2024年12月红果短剧月活跃用户突破1.5亿,不仅创造了行业新纪录,更展现了优质平台在注意力经济中的竞争优势。这一现象充分说明,在算法驱动的数字内容生态中,专业化的微短剧平台正在成为用户注意力争夺战的重要参与者。

2. 商业模式转型:从IAP付费到IAA免费的转型路径

注意力是新媒体经济时代的硬通货[4],而微短剧正成为收割用户注意力的高效媒介形态。当前微短剧行业已形成三种典型的商业模式:IAP(In-App Advertising)付费模式、IAA(In-App Advertising)免费模式以及IAAP(Hybrid Model)混合模式。这种商业模式所形成的平台经济具有典型的双边市场属性,即:多用户群体聚集、群体具有正外部性关系、平台能够完成外部性的全部行为,其主要功能是促进两(多)个不同用户组之间彼此交互、匹配和交易[5]。其中,IAP模式采用传统的内容付费机制,用户通过充值虚拟货币或订阅会员获取剧集内容。比如,小程序短剧一般通过剧情的反转与冲突,拉动受众情绪,先免费看一段精彩的开头,等到高能部分则需要会员权限或付费充值才能观看,常见的是蜜糖短剧和九州短剧。然而,随着市场环境的变化和用户偏好的转变,IAA模式展现出显著优势。IAA模式,即应用内广告变现模式,是通过在内容播放过程中插入广告实现盈利的商业模式。微短剧的出品方采用观看中的暂

停式广告模式,在内容关键情节点、观众注意力较高时播放广告,以实现最大化收益。

红果短剧从 IAP 到 IAA 的战略转型,本质上是对双边市场网络效应的成功运用。起初,红果短剧尝试推行月度 10 元、年度 98 元的会员付费模式,但面临 3% 的付费转化率瓶颈,陷入了“单边市场困境”。而转型后通过重构价格结构——将用户支付方式从货币成本转换为注意力成本,不仅使平均用户停留时长提升至 28 分钟,更关键的是触发了跨边网络效应。《2024 微短剧行业生态洞察报告》显示,IAA 模式市场份额呈现指数级增长,从 1 月的 11% 飙升至 10 月的 50%,并于 11 月实现对其他模式的反超。双边市场中两边用户需求具有强依存性,表现出鸡蛋相生的特性[6]。用户规模扩张显著提升广告展示价值,而广告收入反哺又促进内容供给增加,形成正向循环。

在这种模式下,平台构建了“内容-用户-广告主”的三方价值交换体系:广告主支付费用获取用户注意力,用户通过观看广告行为换取免费内容,平台则通过精准匹配实现流量变现。IAA 模式下的主要盈利方式为广告解锁、品牌植入、品牌定制剧、品牌冠名、电商带货、二轮版权等[7]。比如,IP 微短剧植入广告将品牌产品自然地融入微短剧中,随着剧集的播出多次出现,使观众在关注剧情发展的同时,有效接收品牌信息。依托大数据和算法推荐,受众数据得以为广告商赚取更丰厚的利润,广告收益在短视频平台营收结构中占很大比重,也是微短剧主要的盈利来源。

3. 版权价值开发与分账模式创新:重构短剧行业生态

红果短剧通过创新性的版权开发机制与分账模式重构了短剧产业的价值链,其核心突破在于建立了开放的剧本共享生态。平台最新推出的创作者扶持计划中,“剧本共享平台”的建立具有行业革新意义,每日更新超 100 部优质剧本的规模效应,配合免费授权机制,有效解决了产业链各环节的痛点。从生产要素配置角度看,这一模式实现了三重优化:对初创制作团队而言,突破了原创能力不足的瓶颈,通过获取成熟剧本的拍摄权显著提升制作效率;对平台方而言,丰富了内容供给的多样性,建立起优质制作团队的筛选机制;对编剧创作者而言,则拓展了作品价值实现的渠道,优质剧本通过多团队演绎形成内容迭代的良性循环。更值得关注的是,这种开放式创作生态促进了题材创新,使小众题材获得更多开发机会,推动内容生产从同质化竞争向多元化创新转型。

在生产关系重构方面,红果短剧建立了“平台-制作方”深度协同的新型合作范式。该模式通过“果燃计划”的双轨制分账和动态收益分配机制,将平台的技术赋能与制作方的创意产出有机结合:平台提供全产业链支持,包括流量扶持、IP 资源整合和智能制作工具;制作方则专注于内容创新和质量提升。这种风险共担、收益共享的机制产生了显著的市场效应,2024 年 2 月平台分账金额突破 4 亿元的业绩验证了其商业可行性。典型案例《好一个乖乖女》上线 7 天即实现 400 万分账,抖音话题与平台播放量双双超 10 亿的数据,充分证明了优质内容与创新分账模式结合产生的乘数效应。这种生产关系的创新不仅提高了单个项目的成功率,更重塑了短剧行业的价值分配逻辑。

从产业演进维度审视,红果短剧的创新实践构建了短剧行业可持续发展的系统解决方案。其一,建立了标准化产业协作框架,通过资质审核、流程规范和评估体系的制度化建设,显著降低行业交易成本;其二,形成了以版权价值开发为核心的商业模式,构建“内容创作-平台赋能-市场反馈-收益再投资”的产业闭环;其三,推动了行业整体升级,资源开放共享与技术创新双轮驱动,解决了“重流量轻质量”的行业顽疾。这种系统化创新不仅重塑了短剧行业的生态格局,其价值更体现在三个方面:为内容创作者提供了稳定的价值回报机制,为平台方建立了可持续的内容供给体系,为整个数字内容产业贡献了可复制的版权运营范式。这种以版权价值深度开发为基础、以分账模式创新为抓手的产业变革,正在重新定义短剧行业的质量标准和价值分配原则。

4. 流量资源倾斜策略：平台协同效应下的竞争优势

何塞·范·迪克使用“平台社会”一词指涉由算法和数据日益驱动的在线平台生态系统[8]。超级平台运用数据化、商品化和选择性的机制提供服务,创造经济价值。平台生态系统包含规模性、开放性、对等性、协同性等特征,其中协同性是生态系统的核心,多个平台的业务共享资源进行节约资本,为企业创造更大的价值。尤其是互补企业的平台生态能力通过整合和重构数字资源、平台资源和创新资源促进了协同创新行为[9]。红果短剧就是字节跳动旗下的一款微短剧产品,字节跳动的生态系统建立在一个完整的产业链上,通过不断建造创新型生态系统,将多个产业链数字化,让企业能够快速洞察到市场变化,并及时做出反应,建设更具有灵活性和弹性的产业链,衍生新产品,并增强新旧产品之间的相互联系和协同。

红果短剧的推广与曝光离不开抖音和番茄小说的助力,平台之间合作、协调,有效地配置资源,帮助其积累用户、实现可持续发展。比如,红果短剧推广的前期,在抖音上通过短视频投流和大量免费“二/三轮剧”快速获取用户,形成用户增长飞轮效应。用户在抖音上刷到相关短剧切片,点击后会出现看剧下载红果短剧 App 的推荐。抖音作为短剧的超级入口,吸引流量;红果作为短剧的长尾平台,承接用户留存,打造长期广告收入模式。数据显示,红果短剧的内容消费时长已经达到日均 1.38 小时,远超大部分短视频内容。

注意力经济借用技术装置对数据进行感性化包装,亲切、精准的信息呈现引发受众注意力聚焦[10]。红果短剧在投放获客上,参考了番茄、趣头条、拼多多的网赚福利模式,通过看剧赚金币、领红包的方式吸引用户,金币攒到一定数量就能提现。【福利】现阶段被平台摆在了首页一级入口,一个相当显眼的地方,囊括了各种用户能在红果赚取金钱的玩法。比如最主要的“看短剧提现”的活动,具体玩法包括:首次进入 App 即可领取奖励金;观看短剧时可根据时长获得钻石;此外,签到、完成浏览任务、观看广告等方式也能获得一定的钻石激励,后续这些钻石都可以转化为现金通过支付宝进行提现。红果短剧的这种玩法,充分利用了用户“薅羊毛”的心理,一定程度上提升了自身的下载量和用户粘性。

5. 内容“策展”:多元化题材的构建与内容独播策略

在用户注意力高度碎片化的媒介环境下,微短剧凭借“短小精悍”、“节奏明快”的叙事特征,迅速成为大众娱乐消费的重要选择。相较于传统长视频,微短剧更契合当代用户的观看习惯,能够在有限时间内提供高密度的叙事体验。在这一背景下,红果短剧通过系统化的内容策展策略,构建了差异化竞争优势。其运营逻辑主要体现在两个层面:一是通过多元化题材矩阵拓宽内容广度,二是借助独播策略强化内容深度,从而在激烈的市场竞争中占据优势地位。

在内容广度上,红果短剧构建了覆盖言情、虐恋、霸总、甜宠、逆袭、神豪、战神、修仙等多种题材的矩阵,以满足不同用户群体的需求。这种多元化的内容布局不仅提升了平台的用户覆盖率,也增强了内容供给的可持续性。在内容深度上,红果短剧通过独播策略打造精品内容,形成竞争壁垒。通过以社会热点话题为背景进行创作,契合了当代社会特定群体的个人心理和情感结构[11]。例如,年代方言题材短剧《家里家外》在红果短剧平台独家免费首播后,迅速成为现象级爆款。该剧上线 12 小时话题量破亿,3 天播放量超 10 亿,热度突破 7000 万。其精良的制作水准和强烈的情感冲击力,使得受众通过这部剧获得了短暂的快感,内在的情感结构得到短暂性满足。

红果短剧的竞争优势不仅源于内容的深度和广度,还依托于其背后的产业联动机制。平台与抖音集团旗下的番茄小说深度绑定,借助海量免费内容和精准的用户运营,积累了庞大的用户群体和丰富的原创 IP 资源。这种“小说 + 短剧”的双引擎模式,不仅降低了剧本获取成本,还实现了 IP 价值的最大化,

形成从文字到影像的高效转化路径。此外,红果短剧并未局限于单一内容形态,而是拓展至电影、电视剧、漫画、有声书等多品类作品,进一步丰富了平台的内容生态,满足用户多元化的娱乐需求。这种“广覆盖+精品化+多业态”的运营模式,不仅优化了用户体验,也为红果短剧在行业竞争中构建了长期护城河。

微短剧的精品化发展路径有效突破了市场对“短剧=低质内容”的刻板印象,实证了短剧形态同样能够承载精良制作与深刻情感表达的艺术可能性。这一行业突破不仅显著提升了平台用户的留存率和活跃度,更通过差异化内容策略成功塑造了红果短剧“品质标杆”的市场定位,使其在激烈的行业竞争中建立起显著的品牌区隔优势。

6. 结语

红果短剧的运营模式创新不仅为微短剧行业提供了可资借鉴的发展范式,更对数字内容产业的转型升级具有重要的理论价值和实践启示。从理论层面来看,其成功实践验证了在注意力稀缺时代“用户体验-广告变现”这一商业逻辑的可行性,为数字内容的价值实现提供了新思路;从实践维度而言,平台与创作者协同共生的新型生产关系,为产业生态优化提供了可操作的解决方案;从技术赋能角度,则充分展现了超级平台生态系统在内容创新中的乘数效应。这种多维度的创新突破,标志着数字内容产业正从单一的内容竞争转向包含商业模式、产业协作和技术赋能在内的系统性竞争新阶段。

参考文献

- [1] 杨佳,戴蓁.微短剧投流分发解析[J].国际品牌观察,2024(10):38-42.
- [2] 周宣辰,程倩.注意力经济下网络意识形态面临的挑战及应对[J].江海学刊,2022(3):144-150.
- [3] 中国互联网络信息中心.第55次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].
<https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>,2025-01-17.
- [4] 张雷.新媒体引发的通货革命——注意力货币化与媒体职能的银行化[J].新闻与传播研究,2013,20(4):52-62,127.
- [5] 左文超,胡磊.双边市场理论视域下的平台经济发展问题探析[J].中国经贸导刊,2025(6):28-30.
- [6] 王节祥,王雅敏,贺锦江.平台战略内核:网络效应概念演进、测度方式与研究前沿[J].科技进步与对策,2020,37(7):152-160.
- [7] 戴硕,胡兆迪,高辛凡.微短剧商业模式的历史逻辑与现实进路[J].现代视听,2024(11):33-37.
- [8] 陈昌凤,袁雨晴.平台演化:中国互联网30年与传播变迁[J].新闻与写作,2024(4):15-24.
- [9] 闫宽,夏恩君,李德煌.互补企业平台生态能力对协同创新的影响路径与作用机制研究[J].科研管理,2024,45(11):130-140.
- [10] 刘和健.数字时代注意力经济的意识形态属性及风险应对[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2024,41(5):132-140.
- [11] 谷苗苗.网络微短剧的生产模式与审美趋向[J].人民论坛,2024(24):107-109.