中文社会科学引文索引(CSSCI)扩展版来源期刊
中国人文社会科学期刊AMI综合评价(A刊)扩展期刊
国家哲学社会科学学术期刊数据库全文收录
中国知网数据库全文收录

ISSN 1000-8977
CN 11-1322/J

当代电视

CONTEMPORARY TV

■ 网络微短剧的叙事策略、审美特征及创新路径探析
■ 中国式现代化视阈下网络微短剧的审美创新
■ 取悦、程式与审美异化：小程序短剧作为剧作危机的征象
■ 后家庭关系：近年来中国电视剧的代际叙事研究
■ 生活样态与伦理选择：影像中的Z世代

中国文学艺术界联合会　主管　中国电视艺术家协会　主办

2024 2
总第430期

中国知网数据库全文收录
国家哲学社会科学学术期刊数据库全文收录
中国人文社会科学期刊AMI综合评价（A刊）扩展期刊
中文社会科学引文索引（CSSCI）扩展版来源期刊

当代电视
CONTEMPORARY TV

顾　　问　阎晓明　李　准
仲呈祥　赵化勇
胡占凡

编委会主任　范宗钗

编委会副主任　董　涛

编委会委员（按姓氏笔画排序）

丁亚平　王一川　王军强　王丽萍
王俊杰　尹　鸿　朱剑飞　华宣飞
刘　江　刘　原　余俊生　杨明品
杨乘虎　张华立　张阿利　张德祥
陆绍阳　范志忠　范宗钗　林永健
欧阳宏生　周由强　周安华　赵　彤
胡智锋　段　鹏　侯鸿亮　倪祥保
徐粤春　龚　宇　康　伟　康　辉
葛　莱　廖祥忠　薛晋文　戴　清

本刊特约编委（按姓氏笔画排序）

王　彬　宁启文　刘英魁　孙卫国
吴文胜　吴建生　余新平　张文东
张金尧　宋炯明　陈韵强　罗　徕
袁小平　崔燕振　曾祥辉　蔡伏青

当代电视　月刊
中国文学艺术界联合会　主管
中国电视艺术家协会　主办

编 辑 出 版　当代电视杂志社
执 行 主 编　王军强
副　社　长　刘　原
总编室主任　丁　磊
采编室主任　胡斌毅
编　　辑　王未然
　　郝帅斌

地址：北京市朝阳区德外大街北沙滩1号院32号楼A座510室
邮编：100083
编辑部电话：010—59759273
营销部电话：010—59759749
传真：010—59759749
E—mail：dangdaitv@vip.163.com
（本刊唯一投稿邮箱）

广告发布登记号：
京朝工商广登字20170128号
国际标准连续出版物号：ISSN 1000—8977
国内统一连续出版物号：CN 11—1322/J
国内邮发代号：2—708
国内发行总代理：北京报刊发行局
订阅：全国各地邮局
国际发行代号：11—1322M
国际发行总代理：中国国际图书贸易集团公司
定价：20.00元

印刷：文畅阁印刷有限公司
（如遇印装质量问题，请联系本刊编辑部调换）

声　明

1. 本刊没有委托任何中介机构及个人以《当代电视》杂志的名义进行约稿、组稿和编辑出版活动。

2. 本刊不向作者收取任何费用。

3. 本刊拥有对所刊登文章的网络传播权，并且有权授权第三方进行网络传播。如作者不同意网络传播，请在来稿时注明，本刊将适当处理。

4. 本刊唯一投稿邮箱：dangdaitv@vip.163.com。

目录

2024/2　总第430期
2024年2月1日出刊

CONTENTS

短剧研究专题

4　网络微短剧的叙事策略、审美特征及创新路径探析　/郑亚鹏

11　中国式现代化视阈下网络微短剧的审美创新　/涂　彦　陈远醇

19　加速社会中网络微短剧的叙事结构与质量提升研究　/刘奕鑫

26　重塑媒介体验：媒介延伸视域中的短剧精品化　/黄　艳

32　取悦、程式与审美异化：小程序短剧作为剧作危机的征象　/杨　伦　陈瑾羽

39　剧情类短视频的类型特征、传播范式与发展进路　/张　春　孙　平

47　纵横之间：网络微短剧的画幅比选择研究　/尤　达

55　网络微短剧的时空叙事及其增质策略　/张智华　孙怡柠

60　制度逻辑视角下短视频微短剧行业的发展逻辑研究　/陆泓承

67　我国微短剧盈利模式创新研究　/吴春集　高海婷

观察思考

74　后家庭关系：近年来中国电视剧的代际叙事研究　/卢松岩

81　生活样态与伦理选择：影像中的Z世代　/宋向阳

88 媒介融合语境下影剧联动的系列性进阶与跨媒体系列化 /刘姝媛

评论纵横

95 温情叙事·价值引导·家国情怀 /单俊宇 唐红霞

——评电视剧《父辈的荣耀》的情感表达

99 论谍战剧《梅花红桃》的历史化语境与多维人性开掘

/陈友军 董 恬

业界交流

104 生成式人工智能介入新闻生产的价值挑战与优化策略 /崔 燕

109 浅析融媒体时代电视新闻访谈节目突围之路 /曹志强

封彩内容

封二：第十七届小康电视节目工程系列活动在福建宁德举办

封三：美兰德数据

封底：《当代电视》2024年度重点选题参考

本刊理事单位

（按加入本刊理事会的时间为序）

《当代电视》2024年度重点选题参考

《当代电视》是中国文学艺术界联合会主管，中国电视艺术家协会主办的电视艺术类综合性学术期刊，是中文社会科学引文索引(CSSCI)扩展版来源期刊、中国人文社会科学期刊AMI综合评价（A刊）扩展期刊。

现发布2024年度重点选题以供参考，诚挚欢迎学界同仁鼎力支持，踊跃来稿。

投稿邮箱：dangdaitv@vip.163.com

1.习近平文化思想与建设中国电视和网络视听艺术理论

2.中国式现代化与中国电视和网络视听艺术现代化研究

3.“两个结合”与中国电视和网络视听艺术高质量发展研究

4.讲好中国故事与国际传播能力建设研究

5.中国话语与中国叙事体系研究

6.重大主题、重点现实题材创作研究

7.数智技术与数字美学研究

8.视听新形态研究

9.编导演研究

10.史论研究

11.国际视听前沿研究

12.视听产业研究

当代电视

编辑出版：当代电视杂志社

地　　址：北京市朝阳区德外大街北沙滩1号院32号楼A座510室

邮　　编：100083

广告发布登记号：京朝工商广登字20170128号

国内邮发代号：2—708

国内发行总代理：北京报刊发行局

订阅：全国各地邮局

国际发行代号：11—1322M

国际发行总代理：中国国际图书贸易集团公司

定价：20.00元

ISSN 1000-8977

02>

9 771000 897006

制度逻辑视角下短视频微短剧行业的发展逻辑研究

◆陆泓承

摘要：短视频平台开始布局后，微短剧行业开始进入快速增长的新阶段。在视频行业内部，由于有着不同的发展历史和优势资源，长视频平台、普通用户等不同主体之间长期以来践行着不同的主导逻辑。在行业边界不断融合的趋势下，短视频平台的布局不仅为行业注入了更多的人才、内容资源，更重要的是其创新性地整合了PGC逻辑与UGC逻辑的制度优势，为多类主体提供了融合性的制度环境，整合了原有的市场空间，进而促进了行业的多元、高速发展。微短剧行业不同主体有必要基于自身的优势资源，解决各自制度与环境之间的不兼容，推动制度逻辑融合的进一步发展。

关键词：制度逻辑　制度理论　短视频微短剧平台用户
DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2024.02.008

自从各大平台开始着力布局短视频微短剧以来，短视频微短剧行业在2022年开始进入了爆发式增长阶段，市场空间急剧扩张、商业模式越发成熟。2022年上半年，在国家广电总局系统进行规划备案的微短剧已达2859部，总集数69234集，同比增长618%[①]，体现出了极为迅猛的增长势头。

值得注意的是，微短剧这一视频业态并非近来才出现的新鲜事物。早在2013年，搜狐视频就推出《屌丝男士》、优酷《万万没想到》等一批横屏微短剧。在2018年，长视频平台爱奇艺也尝试布局短视频微短剧，但在当时推出的多部作品反响平平，收益表现也不尽人意[②]。2020年，快手、抖音、微视等短视频平台纷纷宣布布局短视频微短剧，推动微短剧行业走向快速增长的新阶段。本研究将从制度逻辑视角出发，以短视频微短剧行业发展过程中的制度要素作为线索，梳理短视频微短剧行业内部的发展逻辑变迁，探讨促使行业集群化和专业化的关键线索，以此对于短视频微短剧发展的下半场进行展望，进而为短视频微短剧行业的发展提供一定的理论参考。

一、理论引介

制度逻辑视角最早由弗里德兰和奥尔福德于1991年提出，是从新制度理论中发源而来的理论框架。

在传统的制度理论中，存在着结构视角和文化视角两种之间的争论。前者认为制度是多种结构性力量的产物，因此结构的同构则会催生制度的趋同化；后者则认为制度是群体性精神和文化的产物，因此指出社会行动者也存在着改变、抵抗制度的力量。制度逻辑视角则有机地整合了结构和文化之间的二元对立，提出了制度逻辑这一概念。制度逻辑视角认为，制度和实践之间存在着“松散耦合”的特点，制度的生成和运转整体上受到制度逻辑的结构性压力，但是在具体实践中存在着与制度逻辑之间存在偏差的可能。而且，如果群体精神足够强大，群体实践也可以推动制度逻辑的变迁。制度逻辑这一

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

概念同时强调和关注到了制度的物质性和精神性，也有助于更好地认知社会的系统性变迁和群体实践之间的互动[③]。

针对不同层级的分析，制度逻辑视角发展了不同的分析工具。其中，针对宏观的社会制度逻辑与中观的场域制度逻辑分析而言，多重制度系统分析是最重要的分析工具。这一分析方法主要脱胎自马克思·韦伯的理想类型分析法，本质上是一种基于制度要素对于制度逻辑的理想化归类。

首先，研究需要充分归纳当前某一场域内具有差异性和对抗性的多个制度要素，例如身份认同、合法性来源、规范形式等。其次，研究需要结合所有的制度要素充分提炼出场域内具有互斥性、竞争性的制度逻辑。最后，研究需要对不同制度逻辑下的制度要素进行理想化描述，最终形成制度系统分析表。基于这一分析框架，研究即可以对于不同行业、不同组织内的主导制度逻辑变迁进行分析。

值得注意的是，由于制度逻辑与具体实践之间的“松散耦合”，理想化描述的制度逻辑并不一定真正以理想形式存在于现实当中，任何具体的案例事实上都可以被看作是位于多种竞争性制度逻辑所形成的“光谱”的中间一点。在这样的思想下，研究有能力可对制度的变迁进行动态分析和系统分析，这也是制度逻辑视角的理论优势所在。

二、行业内的两种制度逻辑：PGC逻辑与UGC逻辑

任何社会行动者基本上都存在于多个同层级或不同层级的组织（例如：家庭、公司、国家）当中，而不同组织之间的制度并非总是相互兼容的，因此社会行动者通常都会面临制度不兼容所带来的紧张，而这一紧张与制度的结构性压力之间的关系正是制度逻辑视角关注的重点。在静态角度来看，各组织的制度现状基本上都可以看作是制度紧张与制度压力之间相互对抗之后所产生的结果；从动态角度来看，行业和组织的制度逻辑变迁也可以被看作是个体紧张演变为群体紧张后对于制度结构性压力的突破[④]。可见，把握行业、组织的制度变迁，就有必要充分认知和梳理行业内制度逻辑之间的对抗情况。

回到短视频微短剧行业，在其内容产品“生产–流通–消费–分配”的整体链路当中，生产环节的主导作用、引领作用较为突出，其在整体行业变迁之中的变化也更为明显、矛盾也更为突出。因此，研究也将以生产环节为线索，重点梳理和分析行业内的主导逻辑变迁的趋势。

结合目前的行业现状来看，行业内主要存在PGC（专业生产）逻辑和UGC（用户生产）逻辑两类互斥、对抗的制度逻辑。PGC逻辑源于长视频的生产经验，主要强调的是通过专业化的生产、排播、分配保证基本的、可预测的经济回报；UGC逻辑主要源于用户生产UGC内容的经验，其更关注内容制作、分发的灵活性与互动性，其生产动机在理想化条件下也更多是无利益诉求的。基于理想类型分类法，如表1所示，研究对于短视频微短剧行业的生产、消费、流通、分配等环节进行了多重制度系统分析，归纳了两类制度逻辑下的理想化制度表现。

表1 微短剧行业内的多重制度系统分析

	PGC逻辑	UGC逻辑
生产主体	专业化机构	普通用户
产消关系	消费关系	对等关系
分发方式	传统排播模式档期制	信息流实时分发边拍边播
盈利模式	内容付费/广告	无变现需求
分配制度	买断/定制	用户自主决定

在行业层面和组织层面内，两种逻辑之间相互冲突、互为彼此的“另一种选择”。传统制度理论中，制度变迁通常等同于制度的整体替换（同构化），但这并不能解释制度变化和融合的过程，也不能解释不同组织之间具体的制度差异；然而，在制度逻辑视角下，制度元素和制度逻辑之间的“松散耦合”的假设允许不同组织有着不同的发展路径和制度表现，也让研究者有能力可以关注到制度的动态变化过程。

值得注意的是，虽然互斥的制度逻辑之间持续以对抗的形式共存，但在行业中的不同组织之间、在行业发展的不同时期之间，主导性的制度逻辑是可以被归纳和总结的。关注行业整体的逻辑变迁，关键也正是在于从整体层面认知不同组织、不同时期主导制度逻辑的变迁。因此，后文也将从横向、纵向分

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

别归纳和分析短视频微短剧行业内部不同主体的主导性逻辑情况以及在行业整体发展过程中的主导性逻辑变迁。

三、共时分析：二重逻辑相互交融的行业现状

短视频微短剧，指的是具有连续剧情、单集时长不超过10分钟的网络剧。狭义上的微短剧专指竖屏形式呈现的短剧，广义上的微短剧也包括以横屏制作和传播、时长较短的剧集。就目前的行业现状来看，参与和组织行业生产的主体主要有爱奇艺和芒果TV等长视频平台、快手和抖音等短视频平台、众多的MCN机构和不断增长的普通用户。由于不同主体有着不同的资源优势和发展历史，不同主体之间存在着不同的制度实践，其所生产的短视频微短剧也有着不同的特点和表现。关注不同主体之间的制度实践差异及其背后主导的制度逻辑，有助于发现当前多种类型微短剧之间的核心差异。

（一）长视频平台：专业化为核心，PGC逻辑主导

对于长视频平台而言，由于之前已经具备比较成熟的长视频项目的制作经验和制度安排，其在布局和生产短视频微短剧时事实上也仍会更多地受到PGC逻辑的影响，因此长视频平台所生产的微短剧在实践中也会更多地表现出专业化、精品化的核心特点。

从内容生产层面来看，专业化仍为长视频平台内容生产的基本原则。即使是生产微短剧，项目制生产、专业化分工仍是大部分长视频平台进行生产的基本模式，借助已有IP孵化视频IP、流量明星“坐镇”保证收视等过去的生产惯习在微短剧的生产中也得以保留。正是因此，爱奇艺、芒果TV等长视频平台所推出的短视频微短剧事实上在服化道、演员、剪辑、特效等方面都具有更高的精品化、专业化特点，这也使其在制作水平上大大高于普通用户所制作的微短剧。在内容分发层面来看，大部分平台仍然采用剧场化、档期制等形式对于微短剧内容进行分发，避免项目之间的分流效应、保证运营安排的科学性。其中，优酷的“小剧场”频道、爱奇艺的“云腾计划”、腾讯视频的“十分剧场”以及芒果TV的“下饭剧场”等案例均体现出了长视频平台在专业化分发上所进行的努力。

但值得注意的是，长视频平台目前对于短视频微短剧的生产也并非只是简单地照搬过去的生产经验，部分UGC逻辑的制度要素也被引入行业当中。在内容生产上，虽然平台在单部微短剧上仍保持着较高投入，但是其在题材选择、演员选用等方面都开始变得更为灵活。在分账模式上，长视频平台也在不断创新分账项目、加速分账周期。正是因此，长视频平台生产的短视频微短剧也并非只是简单的“竖屏播放、时间更短的长视频剧集”，其本身在面向人群、盈利模式、系列化周期等各方面都与过去的长视频剧集之间体现出了较大差异，这也说明了其主导逻辑已经不再仅仅是理想化层面的PGC逻辑。

（二）普通用户：灵活化为核心，UGC逻辑主导

即使对于网红和KOL（关键意见领袖）而言，与大部分非专业主体相比，其所掌握的影视制作资源与平台之间相比并不存在优势，因此专业化生产对于大部分普通用户而言是相当困难的。目前，草根微短剧仍然是基于UGC逻辑所生产的产品，视频制作水准参差不齐、排播方式不规律仍是这一类微短剧的主要特点。但由于目前短视频盈利模式的成熟化，越来越多的专业性制度要素也开始逐渐渗入草根微短剧的生产实践当中。

在长视频或短视频平台中，都不乏用户自制的短视频微短剧。相较于专业制作的短视频微短剧而言，草根微短剧的拍摄、制作等都较为粗糙，场景、服化道、特效等方面也都较为单一，参演者基本上还都为用户自己及其亲友，这也极大限制了其内容表达能力。但是，灵活性却是草根短视频微短剧的核心优势。由于在制作和排播上的灵活性，草根短视频微短剧能更快地跟上当下的社会热点，也能更好地根据反馈对于内容进行灵活的调整。因此，虽然此类短视频微短剧制作水平相对较低，但是其却在把握热点和流量上具有更为突出的优势，这也将其与长视频平台所生产的微短剧之间进行了区分。

值得注意的是，相对于通常的UGC内容而言，草根微短剧却表现出了更高的盈利性，这也将其与

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

理想层面上的UGC内容进行了区隔。在过去，草根短视频微短剧一般较难持续、稳定地变现，再加上其制作难度相对较高，因此大部分微短剧都存在着更新不稳定、经常断更的行业特点。不过目前，草根微短剧因为具有系列化、持续性的特点，更容易吸引到高黏性、强转化的粉丝，因此更容易通过短视频挂车、广告接单、直播带货等方式进行变现和转化。所以，当前反而还产生了大量专门以生产微短剧为生的草根创作者，这也是过去UGC行业中所不常见的现象。可见，虽然草根微短剧仍然具有很鲜明的UGC逻辑的制度特点，但是其内部也开始更多地嵌入了专业性、盈利性的制度要素。

（三）短视频平台：整合优势，促进逻辑融合

早期，短视频平台并不参与微短剧内容的生产当中，主要在产业中担当着内容分发的角色。然而，随着抖音、快手等短视频平台开始布局微短剧行业，它们也催生了一种全新的制度形态，这种形态综合了PGC逻辑和UGC逻辑的共同特点，也体现出了两重逻辑之间的融合态势。

一方面，短视频平台开始积极地通过自身的资源优势牵头专业化的内容生产。正是因此，快手、抖音等短视频平台也贡献了一大批通过信息流分发的优质短视频微短剧。在内容分发上，快手、抖音等短视频平台同样也在平台内加设了微短剧专栏，为平台内微短剧资源提供了一个统一化、集合化的入口。同时，快手、抖音等短视频平台也纷纷开始提出了微短剧春节档、暑期档等概念，这也为剧集的播映奠定了声量基础，也体现出了平台对于PGC逻辑的借鉴。另一方面，短视频平台也并没有忽略草根创作者对行业的贡献。快手、抖音等平台不仅纷纷推出针对微短剧的创作者激励计划，以图刺激创作者进行持续、稳定的内容生产，同时平台还不断地降低分账的门槛、创新创作者的流量变现模式，这也使得如@马小马儿、@宋嘉儿等草根型、长期型的专门短剧创作者开始在行业中不断涌现，给平台带来了更为稳定的草根微短剧内容。

更重要的是，短视频平台也开始尝试探索两种制度逻辑之间的融合创新路径，这也给短视频微短剧行业带来了新的制度活力。内容生产上，短视频平台开发出了在线选角、互动剧情等新的兼具开放性和专业化的生产模式，这些模式在保持剧集的专业性创作水准的基础上，将更多的用户力量纳入剧集当中，这也使得剧集呈现出了更高的可玩性和开放性，体现了PGC逻辑与UGC逻辑的有机融合。分发模式上，短视频平台也为用户创造了更为开放和多元的收看路径。用户既可以通过信息流被精准推荐和自身兴趣相符的利基化剧集，同时也可以通过特定入口筛选、收看自己感兴趣的微短剧，用户在收看路径上也开始获得更多的选择。盈利模式上，平台既开始为专业微短剧提供直播带货、挂车等新的流量变现模式，也主动为草根微短剧开设内容付费、广告接单、内容定制等保障产品变现的入口，这也同时为不同主体创造了多元化的盈利和变现模式。

正是因此，当前在短视频平台内，不同逻辑下的短视频微短剧产品均能得到较好的发展，融合性的新兴业态也在悄然诞生，这进一步反映了两重逻辑之间的融合趋势。总的来看，虽然不同主体受到不同制度逻辑的主导，但各主体在短视频微短剧的生产实践中已经与理想状态下的制度逻辑之间产生了一定偏差，各主体身上均已反映出了多重制度逻辑相互融合的趋势，这也反映出了当下行业整体的发展方向。

四、历时分析：二重逻辑相互交融的发展过程

综合前文可以发现，各主体存在着不同的主导制度逻辑，因此其本身的制度表现、其所生产的内容产品也存在着一定差异。其中，短视频平台的关键贡献在于创新性地整合了PGC逻辑的专业化特点与UGC逻辑的灵活性特点，创造了一种融合性的全新制度逻辑。

（一）早期：双重逻辑分离，不同逻辑下的产品存在本质性差异

在行业发展早期，特别是在短视频爆火之前，在如哔哩哔哩、优酷等用户自制内容较多的长视频平台内，事实上就已有部分用户开始进行了系列化创作的尝试，自制网综、自制网剧等项目也是在这一背景下兴起的。不过，相对于其他的内容形式，剧集

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

虚构程度高、创意和逻辑性强、内容高度连贯的特殊表达特点对创作者的制作水准提出了更高要求。在制作壁垒的制约下，对于普通用户而言，很难组建专业团队、吸引到充足投资，即使有能力制作自制剧集，也难以长期、稳定地输出长视频剧集，因此大部分普通用户都不会选择这一赛道进行内容创作。在这种条件下，微短剧就成为不具备专业能力与资源的普通用户的第一选择。事实上，即使是享受到了互联网红利的早期网红，制作壁垒的存在事实上也仍然对他们能否顺利进入剧集赛道产生一定的阻碍。在这样的背景下诞生的一批短剧，例如《万万没想到》等，纵然与普通用户的UGC剧集相比，作品的制作水准和连贯性已经有了很大的提升，但由于专业性、商业性的弱势，这些剧集的更新仍相当不稳定、很多的创意也难以得到实现。剧集中，这些微短剧事实上也不止一次地在剧中调侃自身的经费、制作等问题，这也反映出了UGC逻辑与剧集制作之间的不适配性⑤。

彼时，对于长视频平台参与制作、出品的微短剧而言，大部分剧集事实上更像是“一种特殊的长视频剧集”，其在多方面特征上都与目前人们所认知的“短视频微短剧”之间存在着相当大的差异。比如搜狐视频出品和制作的微短剧《屌丝男士》，该剧在拍摄、制作、选角、投入等方面事实上与一般的长视频剧集无异，创作团队只是出于渲染快节奏剧情、安排高密度笑点等艺术和创作目的才对于剧集时间进行压缩。对于长视频平台而言，在传统的PGC逻辑下，微短剧相对长剧集而言并不具备竞争力。在当时，大部分视频平台主要依赖广告费、会员费作为主要的盈利手段，对于广告收入而言，微短剧时长较短、运营周期也相对较短，其在招商、广告植入等方面存在着明显的“天花板”；对于会员收入而言，微短剧事实上也并不符合当时观众主流的收看习惯，这在为平台吸引稳定的会员用户而言也并不存在优势。因此，在布局和投资微短剧上，长视频平台也缺乏热情⑥。

总的来看，在早期，微短剧这种视频业态与PGC逻辑、UGC逻辑之间均存在着一定的不适配性，这也使得这一业态无论是在用户群体当中、还是长视频平台当中都并未受到过多的重视。而且，在行业内部，用户自制的微短剧和长视频平台制作的微短剧之间存在着明显的差异，二者的面向人群也完全不同，两种制作逻辑在行业内部存在严重区隔。

（二）短视频出现：产品之间的竞争空间交叠，逻辑竞争开始激化

2017年后，短视频开始爆火，这一视频形态也开始激烈地改变视频行业内整体的行业格局。然而，短视频的“短”与微短剧的“短”之间存在着一定的共同基因，短视频这一业态对于微短剧的行业影响也相当巨大。

从时代背景来看，短视频与智能移动终端、4G共同出现，这也引领了“随拍随传”的碎片化视频风潮。对于普通用户而言，内容制作的门槛开始下降，间接带动了短视频微短剧行业的进一步发展。借助移动终端，用户可以更加方便地进行拍摄、再通过短视频平台所提供的基础剪辑功能进行内容制作。与此同时，算法推荐等精准分发模式让越来越多的内容创作者可以“被看见”，这也进一步刺激了普通用户的视频创作活力。随着技术壁垒的降低、内容分发的精确化，短视频行业的崛起刺激了大量视频内容创作者的诞生，也同步带动了微短剧行业的发展。2017年到2018年期间，快手平台涌现了一大批生产连续剧情短视频的内容创作者，正式标志着狭义上的“短视频微短剧”的诞生⑦。

而对于长视频平台而言，短视频的出现不仅标志着一种新的内容形式的出现，其兴盛和发展更带动着社会获取信息和内容方式的变迁。随着短视频的发展，用户的时间进一步被碎片化，社会获取信息的节奏也随着短视频的出现被极大加快，也导致了长剧的市场规模出现萎缩。在这样的背景下，网生剧集的时长也开始被不断压缩，平台也不得不通过调整平台推荐方式等多种制度创新以应对来自短视频平台的竞争性压力。此时，对于长视频平台，生产和布局微短剧就已不再只是一种基于审美和表达形式的特殊考量，而是生存的需要，并且开始基于PGC逻辑通过设立微短剧的专门栏目、增加对于微短剧IP

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

支持等方式以支持对于微短剧的布局。

在这样的背景下，用户自制的微短剧和长视频平台出品的微短剧之间开始产生了一定的竞争趋势。不过由于行业的不成熟，两类主体生产的微短剧在实践中仍表现出了较大差异，各制度逻辑与微短剧这一形式之间的不兼容也并没有得到解决。在普通用户群体中，虽然参与微短剧生产的用户数量开始猛增，但是由于收入来源和经济激励的不稳定，持续保持连贯、长期生产的主体仍相对较少；对于平台而言，受限于栏目制、项目制等旧有制度的限制，大部分专业化自制剧仍较难采取“边拍边播”的生产模式，也较难灵活地、长期地进行内容生产，这也使其在题材选择、内容分发上仍相对地谨慎小心。虽然两类逻辑之间产生了一定的融合趋势，但是逻辑与业态不兼容的情况也持续了相当一段时间。

（三）短视频平台入局：融合性新业态出现，双重逻辑开始融合

2020年开始，随着短视频行业内商业化、专业化趋势的不断发展，各大短视频平台开始布局微短剧行业。正如前文分析，短视频平台有机地融合了PGC逻辑和UGC逻辑的制度优势，整合出了一种全新的融合性制度逻辑，这也使得短视频微短剧行业产生了全新的行业图景。

对于普通用户而言，UGC逻辑缺乏持续性、稳定性经济激励的这一旧有的问题在当前的制度环境中有了新的解决路径。当前，在保持自身独立性的基础上，草根创作者可以通过MCN（多渠道网络服务机构）、主播工会等新型的制度安排帮助自己找到持续、长期、稳定的经济和资源支持，还可以通过如抖音“星图”等广告接单平台、如快手“星芒计划”等创作激励计划快速将自己的流量直接转变为经济收益。甚至，短视频平台还为创作者塑造了一种可以迅速通过流量变现的制度环境。例如，抖音创作者@三金七七在通过短剧创作获得了大量关注和粉丝之后，其立马就开始进行直播带货、IP孵化等其他的多元尝试，这也为收益的稳定性提供了更多保障。在这样的背景下，对于草根微短剧而言，创作者的数量不仅呈现出了激增趋势，专门性的微短剧创作者也开始持续增长，配套的产业集群也开始逐步成熟。可见，制度环境的变化将更多专业化的制度要素引入到了普通用户群体的创作当中，这事实上也反映着草根用户群体内主导逻辑融合演进的过程。

对于专业化生产主体而言，在行业环境的变化下新制度逻辑反映出了更强的替代性，这也使其不得不对于原有制度进行创新和升级。面对着行业内更大的转型压力，短视频微短剧行业中的PGC逻辑也开始产生了一定变化。过去，受制于投资回报压力，PGC逻辑下生产的微短剧在题材、选角、拍摄等方面都较为保守，在排播、运营、分配模式上也更为聚焦。在用户内容选择有限、内容消费方式有限的条件下，稳健、专业的内容生产和排播模式确实有助于让产品更集中地受到用户关注，从而帮助剧集转换稳定、可预测的收益。然而，短视频行业的成熟进一步消解了视频业态中各领域的边界，也将用户的视频消费进一步碎片化，这也极大地改变了原有的行业竞争格局。无论是基于注意力还是基于广告来看，过去的专业性短剧基本只需与长剧集之间进行竞争，而在当前的行业格局中，所有的视频业态之间基本上都构成了竞争关系。然而，短视频盈利方式灵活、容易抢占受众碎片化时间的特性使得短视频行业开始不断挤占长视频的整体市场空间，这也对于整体的剧集行业造成了威胁。作为短视频行业与剧集行业的交叉产物，微短剧对于剧集行业的重要性进一步得到凸显。在这一背景下，一方面，微短剧受到越来越多的投资方的关注，长视频平台为微短剧创设的有利制度条件也开始不断增加（如：短剧剧场、竖屏模式等）；另一方面，灵活性的制度要素也开始不断被引入到长视频平台的各类项目当中，这也改变着平台整体的制度设计。例如，从分账来看，当前各大长视频平台的分账项目就呈现出了不断丰富的趋势，各类项目的整体分账周期也开始不断压缩。反映到行业中，则体现为长视频生产的剧集长度的普遍压缩和盈利模式逐渐走向多元。综合来看，在行业变化下，长视频平台内的主导性制度逻辑也在发生变动。

从用户、长视频平台的制度逻辑发展来看，随着

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

行业边界的变动，PGC逻辑、UGC逻辑的二者之间也在对抗的过程中不断地进行融合。在短视频平台布局微短剧行业以前，虽然行业内两重逻辑之间存在着融合的趋势，但由于短视频行业并不成熟，微短剧对于专业生产者重要性不足、盈利回报也不明朗，对于草根创作者的专业性要求较高、也较难提供稳定和持续的经济激励，因此行业发展和逻辑融合的过程均相对缓慢。

短视频平台布局微短剧行业后，其在制作、分发等多个环节中均引入了专业性与灵活性共存的制度创新，这也为长期以来PGC逻辑、UGC逻辑与行业发展趋势之间的不兼容提供新的解决路径。由于短视频微短剧具有交叉属性，新的制度逻辑也为多方主体参与到行业当中创造了更好的制度环境，这也极大扩展了原有的市场空间和市场范围，为行业的高速发展创造了基础条件。

可以发现，在短视频平台开始布局微短剧以前，推动微短剧行业发展的资本、创意、人才等多方面资源事实上均已存在。然而，行业内真正缺乏的是能和行业环境、微短剧这一形式本身适配的制度逻辑。但是，真正的关键在于在缺乏适配性制度逻辑的条件下这些资源并不会自发地流向微短剧行业当中，这也是真正阻碍行业发展的根本原因。在变迁过程中，正是行业的制度逻辑发展才真正推动着多方资源有秩序地流入到行业当中，进而开始促进行业高速的发展。

五、未来：多元主体基于融合逻辑的进一步发展

从制度逻辑视角出发，基于对微短剧行业的纵向与横向的多重逻辑系统分析，研究发现了微短剧行业发展过程中制度逻辑与行业环境变动之间的动态互动以及不同主体内部的主导性逻辑变迁。

对于短视频微短剧行业，目前行业内制度逻辑仍处于融合发展的进程当中，行业内部也仍然存在着不同的发展可能。在当前的环境下，短视频平台由于制度惯性弱，再加之其本身主导着行业内部的制度逻辑融合，使其在视频行业内部确实更容易取得优势，但这并不意味着长视频平台、普通用户等主体就注定走向失败。在未来，随着行业的进一步成熟，行业内对于产品多元化的诉求将推动着行业内不同角色的进一步分化。如何能够借势环境探索出一套更匹配自身的制度逻辑，则成为各主体在行业中进行突围的关键。

具体来说，在把握了双重逻辑各自与环境的不兼容的关键后，如何更好地运用自身优势、避免不兼容所产生问题，事实上就成为各主体希望在日后实现突围所需要重点思考的关键问题。在未来，随着行业持续性的变动，仍将为各主体创建各种各样的风口。对于行业中的各主体而言，有必要充分认识到自身制度惯性与行业发展之间的不兼容，并积极通过制度创新对行业环境进行适配，这样才能更好地把握风口、促进行业的整体发展。

注释：

①中传传媒经济研究所：盘点八｜2022年微短剧市场盘点，https://mp.weixin.qq.com/s/01R6JMa0Cf6Gh2YkRVj4Zg。

②易艳刚：“竖屏剧”不是一门好生意，《青年记者》，2019年第9期，第112页。

③[法]帕特里夏·H.桑顿、[加]威廉·奥卡西奥、[加]龙思博著，汪少卿、杜运州、翟慎霄、张容榕译：《制度逻辑：制度如何塑造人和组织》，浙江大学出版社，2020年版，第1—20页。

④杨培培、柳卸林：制度逻辑视角下的《中长期科技规划》实施机制探究，《科研管理》，2023年第8期，第119—128页。

⑤李亚东：网络自制短剧成功原因初探——以《万万没想到》为例，《西部广播电视》，2015年第13期，第111页。

⑥杨飞：社交网络语境下竖屏剧的叙事形态，《青年记者》，2020年第24期，第70—71页。

⑦史恒璟、彭媛媛：网络微短剧传播策略研究——以快手APP平台小剧场为例，《视听界》，2021年第4期，第52—56页。

（作者系清华大学新闻与传播学院2023级博士生/责编：刘原）

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net