

超千家厦企争抢千亿微短剧商机

如何解决配套不足、成本高企和人才匮乏的短板成破局关键

今年,一部爆款短剧《盛夏芬德拉》,让微短剧成为大赢家。数据显示,2024年中国微短剧市场规模达504.4亿元,首次超越国内电影票房总额。日前发布的《中国微短剧行业发展白皮书(2025)》预测,2025年微短剧市场规模将增长至634.3亿元。

面对规模逼近千亿的诱人商机,素有“天然摄影棚”美誉的厦门,也在发力微短剧赛道。导报记者近日调查发现,一大批本土影视企业正趁着风口加速布局微短剧,目前厦门有1023家相关企业,数量位居全省第一。不过,相比西安、郑州等“短剧之都”,厦门相关产业链仍显稚嫩,配套不足、成本高企、人才匮乏等产业短板,让厦门微短剧行业的突围困难重重。

导报记者 孙春燕/文 黄奕琳/图



火热 超千厦企进军微短剧赛道

不管是不是微短剧用户,恐怕都听说过《盛夏芬德拉》这部短剧,它以平台短剧最快破30亿播放量的纪录,在微短剧的浪潮中成功“破圈”。

不可否认,微短剧已成为不可忽视的文化消费现象。数据显示,截至2025年6月,短剧用户规模达6.26亿,占中国网民总数的55.8%,人均单日观看时长高达101分钟。市场规模已超过全国电影票房,向千亿大关逼近。

如此量级,标志着行业已站上发展的“临界点”,同时也吸引着厦门本土影视公司积极入局。

“我很早之前拍过微短剧,但剧情都很狗血,反响也不是很好,沉寂了两年后,我现在重新进入微短剧市场。”上周末,2025百童闪耀成长星计划暨红果短剧发布会在厦门举行,曾在电影《疯狂的石头》中饰演“谢小萌”的演员彭波与厦门企业签约,欲在厦门拍摄10部萌娃题材短剧。

从胶片拍摄到数字电影,再

到微短剧制作,厦门星镁时代文化传媒有限公司可谓见证了厦门影视产业的迭代,负责人彭邦透露,星镁文化扎根厦门已有8年之久,之前拍过横屏影视剧,也拍过广告,现在要趁着短剧风口跨界微短剧。

导报记者了解到,厦门微短剧产业的崛起,始于一批影视企业的敏锐布局。比如作为奇迹山科技2023年新拓的微短剧赛道主体,厦门云梦城影业凭借《海上有座花园》斩获8000万播放量,更拿下2024国际微短剧大赛“优秀奖”;再比如厦门自娱自乐、剧鲸传媒等企业也在微短剧创作上动作频繁。

企查查数据显示,截至12月1日,我国现存10.2万家短剧相关企业,其中福建省现存3390家,厦门以1023家居全省第一,占福建省总存量的30.2%。2023年以来,厦门市累计注册554家短剧相关企业,截至12月1日,今年已注册164家短剧相关企业,厦门本土微短剧创作生态初步形成。

发现 盈利神话背后生存冷热不均

千亿市场的光环下,微短剧“低门槛、高回报”的标签吸引着众多厦门企业争相杀入,但实际盈利图景并非一片坦途。

“行业内既有《盛夏芬德拉》以300万元成本斩获数十倍收益的爆款案例,也不乏优质内容遇冷的尴尬。”彭波的创作经历颇具代表性,他说,之前拍过几部精品短剧,内容质感达标却流量平平,反而一些剧情悬浮的狗血作品数据亮眼,这是行业转型期的典型矛盾。

星镁文化的彭邦也直言,短剧拍摄资金没有固定标准,

小成本的几万元就能拍,一般平台定制或者小型制作公司的成本在十几万到百万元不等,核心取决于制作规格、时长、场景道具等关键因素,现代戏一般在百万元以内,如果是古装或战争,成本可能会翻倍。

据彭邦介绍,一部微短剧的成本由人员费用、设备租赁、场景道具、后期制作及交通、餐饮等其他成本构成,其中演员和设备占比最高,二者合计能占到一部短剧成本的六七成。

与此同时,微短剧的收入主要依赖于付费分账、广告变



隐忧 “天然摄影棚”有突出短板

发展微短剧产业,被誉为“天然摄影棚”的厦门拥有先天优势,但与西安、郑州等已形成“短剧之都”产业壁垒的城市相比,厦门的短板同样明显,且已成为制约产业做大的关键瓶颈。

“在厦门拍微短,最大的感受就是‘贵’。”彭邦直言,厦门影视设备以广告拍摄配置为主,种类不全且租金高昂,某款摄影机加镜头的日租金比重庆、横店高出一两倍,尤其是横店,租机器一些设备能免费,单单一个监视器,横店能免费,但在厦门单日租金却要400元,“所以我们近期拍摄都是从外面调机器来,就算要支付运费,也比厦门便宜不少”。

湖里一家文化公司负责人曾先生也说,设备不仅租金昂贵,而且品类不全,很多特定镜头配不齐,直接影响了拍摄效率和效果。相比之下,西安、郑州

等地已经形成了成本更低、服务更全的产业链配套,在“谁能够以更低成本提供全链条服务”的竞争中占据了先机。

其次是人才缺口,也是发展的一大瓶颈。厦门市人大代表庄海蓉曾指出,厦门文艺创作面临编剧人才短缺问题,这在微短剧领域尤为突出。

“短剧创作需要快速抓住受众痛点,又要兼顾内容品质,专业编剧、资深制片人人才尤为重要,而人才是厦门微短剧行业的明显短板。”彭邦说,由于本土人才断档,他们不得不依赖外地引进,增加了运营成本。

导报记者了解到,尽管厦门正在着力打造“两岸短剧制作中心”,希望利用“前店后厂”模式吸引人才,但目前编剧、导演、制片等核心创作环节,厦门尚未形成具有全国影响力的集群效应。

前景 特定赛道厦门还有很大空间

面对千亿市场与激烈的行业竞争,业内人士纷纷表示,厦门微短剧产业若想实现从“拍摄地”到“产业高地”的跨越,必须立足本土优势打造差异化竞争力,而在这方面厦门还有很大的想象空间。

“厦门的核心优势是文旅资源与城市气质,鼓浪屿的人文底蕴、环岛路的滨海风光等独特资源,为微短剧的创作提供了良好的硬件。”彭邦表示,厦门企业可联合平台资源,在现实题材、闽南文化特色题材等领域深耕,摆脱“复仇”“霸总”等同质化题材依赖。

告别“谢小萌”20多年,彭波对厦门短剧市场充满信心,他说,虽然厦门微短剧处于起步阶段,但有很大的发展空间,这次10部萌

娃主题短剧只是个开始,未来还将在厦门拍摄更多系列、更多主题的优质短剧。

另据了解,政策红利的持续释放正为微短剧产业赋能。厦门市文旅局将加大微短剧招商引资力度,吸引头部企业聚集,推进“跟着微短剧去旅行”等创作计划;集美区通过影视演员公益培训建立演员库,思明区修订出台政策,针对网络微短剧拍摄制作基地建设、作品播映及获得各级奖项设置专项奖励条款。

从行业发展规律来看,微短剧已从流量竞争迈入品质竞争新阶段,6.26亿用户规模、48.8%的付费意愿,为优质内容提供了广阔市场,厦门完全有希望在微短剧的千亿赛道中抢占一席之地。