

# AIGC 赋能微短剧市场的新传播路径研究

赵亮<sup>1,2</sup>

1. 南昌职业大学, 江西 南昌 330007  
2. 海南火天影视文化传播有限公司, 海南 海口 570207  
DOI: 10.61369/TACS.2025120049

**摘 要 :** 近年来, 网络微短剧作为一种新兴的文化表现形式, 展现出强劲的增长势头与蓬勃的发展活力, 传统的传播方式已经难以适应市场快速发展需求。AIGC 作为新一代信息技术, 为微短剧市场注入了新活力。基于此, 本文将探讨 AIGC 赋能微短剧市场的新传播路径, 以期微短剧行业突破同质化传播困境、提升传播效能提供理论参考。

**关 键 词 :** AIGC; 微短剧; 传播路径; 市场; 文化产业; 同质化

## Research on the New Communication Paths of the Micro-Drama Market Empowered by AIGC

Zhao Liang<sup>1,2</sup>

1.Nanchang Vocational University, Nanchang, Jiangxi 330007  
2.Hainan Huotian Film and Television Culture Communication Co., Ltd., Haikou, Hainan 570207

**Abstract :** In recent years, online micro-dramas, as an emerging form of cultural expression, have shown a strong growth momentum and vigorous development vitality. Traditional communication methods have been increasingly unable to adapt to the rapid development needs of the market. As a new generation of information technology, AIGC has injected new vitality into the micro-drama market. Based on this, this paper will explore the new communication paths of the micro-drama market empowered by AIGC, aiming to provide theoretical references for the micro-drama industry to break through the predicament of homogeneous communication and improve communication efficiency.

**Keywords :** AIGC; micro-dramas; communication paths; market; cultural industry; homogenization

## 引言

数字技术的迭代升级与碎片化消费趋势的深化, 推动微短剧成为当下最具活力的内容形态之一, 其凭借短、平、快的叙事特征、低门槛的创作属性与强适配的传播优势, 实现规模性扩张, 成为文化产业新流行趋势<sup>[1]</sup>。然而, 传统传播路径中过度依赖流量平台算法推荐的方式, 导致内容同质化传播加剧, 从而影响市场可持续发展。随着新一代信息技术的出现和广泛应用, 尤其是生成式人工智能在文化产业中的多元化应用, 使得传统微短剧传播方式发生变化, 可以有效重构微短剧的传播逻辑, 实现从流量驱动向技术赋能转变, 为微短剧行业突破传播瓶颈、提升传播质量与效能提供实践指引, 助力微短剧行业实现高质量发展<sup>[2]</sup>。

## 一、AIGC 赋能微短剧市场传播的优势

### (一) 内容创作多元化, 市场适配性提升

随着短剧市场的逐渐成熟, 内容同质化现象日益严重。部分短剧为了追求流量和关注度, 往往采用相似的剧情和模式, 容易导致观众审美疲劳, 降低短剧的市场竞争力。AIGC 技术在内容生成方面具有显著的优势, 正在重塑微短剧制作流程, 其强大的特效生成与后期渲染能力, 为内容创作带来了革命性变革。依托自然语言处理、计算机视觉等核心技术, AIGC 可快速完成微短剧剧本撰写、人物设定、场景搭建、台词优化等创作任务, 大幅缩短创作周期; 同时可以基于海量传播数据挖掘观众偏好, 生成契合市场需求的内容主题与叙事风格, 提升内容的市场适配性<sup>[3]</sup>。此

外, AIGC 技术具有多元转化能力, 可以将核心内容快速转化为适配不同传播渠道的衍生素材, 如微短剧片段、图文摘要、音频解说等, 实现多元化素材供给模式, 满足不同平台的传播特性与消费者快节奏生活的需求。

### (二) 观众需求精准化, 传播有效性增强

依托大数据分析和智能算法, 可以构建多维度、全面化的观众画像, 实现对观众需求的精准定位。AIGC 技术可以有效整合观众的消费行为、内容偏好、传播互动记录等多源数据, 并利用云计算和大数据分析技术进行深度分析, 挖掘观众的核心需求、潜在偏好以及内容消费场景, 构建涵盖观众兴趣、消费习惯、传播偏好等多维度的精准观众画像, 以此为观众精准推荐适配的微短剧<sup>[4]</sup>。另外, 借助 AIGC, 可以了解到观众的观看场景, 如通勤、

休闲、学习等，从而优化内容的呈现形式与推送时机，保证内容在合适的场景下传送给观众，提升传播的时效性与有效性<sup>[5]</sup>。

### （三）创作与传播路径创新化，观众参与感提高

在 AIGC 技术的支撑下，微短剧的互动传播形式和创作形式开始发生变化。依托智能交互技术和多模态技术，观众可以直接从被动的内容接收者转变为主动创作者，例如 AIGC 技术可以构建互动式剧情分支，观众可根据自身偏好选择剧情发展方向，系统实时生成对应的剧情内容，提升观众的参与感与代入感<sup>[6]</sup>。同时，借助虚拟人技术打造微短剧虚拟角色，与观众进行实时互动交流，解答观众疑问、收集观众反馈，增强与观众的情感连接，以此可以有效打破传统微短剧传播路径的局限，强化观众粘性，实现传播范围的快速扩张与传播效能的提升。

## 二、当前微短剧市场传播现状

### （一）内容呈现同质化特点

在新媒体平台的影响下，同质化的微短剧内容成为影视产业发展的主要趋势，其中体现在，部分市场主体为降低传播风险、提升流量转化效率，倾向于复制经过市场验证的热门题材与叙事模式，导致同类内容在传播渠道中过度集中，从而形成单一化的传播内容生态。另外，为了吸引观众的目光，部分微短剧主要聚焦于强情绪刺激的叙事主题，通常会依靠固化的剧情逻辑和拼凑的内容剪辑，来增强观众的情感共鸣，以实现流量变现，从而导致微短剧内容传播缺乏记忆点和传播亮点，难以形成持久的口碑传播效应<sup>[7]</sup>。

### （二）传统传播形式单一

随着生活节奏的加快，人们对于自身娱乐的需求发生变化，微短剧凭借短小精悍的特点，在当前文化产业迅速发展的时代背景下得到广泛的关注。微短剧的传播更加依赖新媒体平台的传播形式和投流规则，传播广度与初始分发流量密切相关，难以借助观众的主动参与实现传播范围的自发拓展，降低传播的精准性与有效性；此外，由于新媒体平台视频呈现方式的影响，微短剧的互动形式与普通的短视频一致，多局限于点赞、评论、转发等基础功能，其自身的呈现方式也更依赖固定的视频时长，难以激发观众参与兴趣，也无法建立观众与内容、观众与创作者之间的情感连接，因此观众粘性极低，从而影响传播的深度<sup>[8]</sup>。

### （三）文化内涵呈现表面化

在微短剧市场竞争激烈的背景下，部分微短剧以娱乐化、快餐化、矛盾化的内容为主，其价值表达浅薄，缺乏兼具深度内涵与文化底蕴的优质作品，难以实现文化传播与价值引领的功能，导致传播的文化赋能不足，行业发展缺乏精神内核支撑<sup>[9]</sup>。一方面，部分微短剧为了迎合当前传统文化崛起的潮流，只简单地将传统文化元素作为吸引眼球的噱头叠加在剧情中，未能深入挖掘文化元素的精神内核与时代价值，也未能实现文化元素与剧情内容、人物塑造的有机融合；另一方面，当前微短剧多以流量变现为核心目标，在文化内涵的阐述上呈现明显的借鉴现象，导致文化内容同质化，如《逃出大英博物馆》微短剧爆火后，其他微短

剧为了追求流量和热度，往往会采用相似剧情和模式，从而让传播的文化赋能流于形式，进一步加剧了传播内容的文化空泛化。

## 三、AIGC 赋能微短剧市场的新传播路径

### （一）创新微短剧生产内容，拓宽传播深度与广度

在人工智能时代背景下，微短剧内容创作正在经历智能化变革，其核心主要依靠多模态理解能力重构微短剧内容生产全流程，以创新化、规模化和高品质的内容供给，破解传统传播中的同质化困境，实现多元内容表达，从而最大化提升内容的传播适配性与核心竞争力。借助深度学习和自然语言技术，AI 系统直接成为“隐形编剧”，可高效完成微短剧本撰写、人物设定、场景搭建、台词优化、后期制作等全链条创作任务，大幅缩短创作周期，降低创作门槛，实现规模化内容生产。

同时，还可以基于目前市场的主要流行内容和多元题材，突破同质化内容的局限，自主形成更丰富的微短剧内容，从而提升内容与传播场景的适配度，例如，在《华夏智造·鲁班》中，微短剧创作团队以“传统工匠精神与现代智能制造相融合”为主题框架，利用 AIGC 技术生成符合主流逻辑和凸显文化内涵的系统性剧本，不仅可以减少人为创作剧本问题，提高创作效率，还可以保证文化内涵的专业性和传播的流通性。此外，AIGC 可以实时监测内容传播数据，如观看时长、完播率、互动率等核心指标，分析其中存在的优势与不足，以此快速调整剧情走向、优化画面呈现或补充相关内容，生成更契合市场需求的视频内容，以提高传播广度与深度<sup>[10]</sup>。

### （二）精准对接观众需求，提升微短剧传播效能

随着互联网的普及和移动设备的便携性，微短剧的呈现方式和传播路径都发生了很大的变化，为了迎合市场发展和扩大影响力，微短剧创作团队需要利用 AIGC 技术刻画观众画像，以精准对接其真实需求，实现传播效能的最大化提升。其一，AIGC 技术可以整合观众基础信息、消费行为数据、互动记录、内容偏好等多源数据，并利用机器学习算法进行深度分析，挖掘观众的核心需求、兴趣偏好、传播习惯与消费场景，形成专业化的画像，使内容生产精准对接市场传播需求，从源头提升微短剧的传播适配性，提升微短剧传播转化率。

其二，观众观看微短剧的场景与其传播效率有着直接的关系，因此创作者可以基于观众画像，系统梳理和分析观众在不同时间、不同场景和不同情绪状态下的内容需求，如通勤碎片化时间和居家场景更青睐于轻松诙谐的微短剧内容，据此 AIGC 技术可以智能化、精准化调整微短剧的呈现形式和传播路径，契合观众的整体需求，提升他们的观看体验与接受度；其三，AIGC 可以实时追踪微短剧播出后的传播效果数据，如触达率、打开率、完播率、互动率等，并以智能算法分析播出策略的有效性，动态调整传播渠道、频率与内容形式，从而提升微短剧传播的整体效能。

### （三）创新互动形式，激发观众传播积极性

近年来，人工智能技术在微短剧制作领域的应用推动了新互动形式的发展和传播，有效打破了传统单向传播局限，构建互动

共创传播生态。一方面 AIGC 技术在各个领域得到广泛的应用，其强大的功能得到最大程度开发，依托 AI 创作工具或者 AIGC 平台，观众可以实现微短剧的二次创作，比如可以基于原始微短剧内容，借助 AIGC 平台快速生成不同版本的二次创作视频，如剧情解读、角色混剪、创意改编等，并上传至各个平台和账号上，以此拓宽微短剧的传播渠道和范围，提升传播效能，与此同时创作者可以利用 AIGC 平台对观众二创视频进行智能审核和优化，并将优质共创内容纳入官方传播素材库，实现传播内容的多元化供给，从而实现微短剧传播生态的多元化发展。

另一方面利用 AIGC 技术，创作者可以优化微短剧场景设计，生成高质量的特效场景或者渲染场景，以此创新微短剧的内容生成，提高整体质量，比如在创作神话、文化等微短剧时，创作者

可以利用 VR、AR 技术，构建极具神话色彩与东方美学特征的虚拟场景，打造虚拟视觉效果，观众可以利用设备与场景进行互动，以此提高观众的互动频率，吸引观众目光，实现有效传播。

#### 四、结束语

综上所述，在微短剧创作领域，AIGC 技术逐渐成为重要的辅助工具，并为微短剧市场突破传播困境提供了核心支撑。通过创新内容生产、精准对接观众需求、打造互动传播生态，可破解同质化、传播形式单一、文化内涵浅薄等问题，推动微短剧传播从流量驱动向价值引领转型，助力行业实现高质量发展与文化赋能升级。

#### 参考文献

[1] 李颖. 微短剧市场的繁荣与乱象：重生逆袭背后的付费陷阱与内容困境 [J]. 中国质量万里行, 2024, (10): 54-55.

[2] 杨勇. 构建新型主流媒体的能力陷阱 [J]. 青年记者, 2018, (07): 55-56. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2018.07.026.

[3] 戴清, 曾睿淇. AI 微短剧：技艺结合拓展创作新空间 [J]. 电视研究, 2024, (08): 36-39.

[4] 梁思婷, 孙璐. 模因理论视域下微短剧的市场传播分析——以《逃出大英博物馆》为例 [J]. 影视制作, 2024, 30(07): 92-95.

[5] 马琳, 罗秉真. 中国微短剧的海外传播现状、进阶路径与趋势延展 [J]. 电影新作, 2024, (03): 134-141.

[6] 赵晖, 李昕怡, 郭欣. 中国微短剧现状、问题与发展趋势研究 (2023) [J]. 广播电视信息, 2024, 31(06): 31-37.

[7] 朱青仪. 快手微短剧传播模式与效果研究 [D]. 大连理工大学, 2024.

[8] 郭婷婷. 抖音平台竖屏微短剧的创作特征研究 [D]. 浙江传媒学院, 2024.

[9] 季子华, 李艺锦. 微短剧促进主流价值观传播及行业发展趋势浅析 [J]. 新闻战线, 2024, (09): 22-24.

[10] 郭迪帆, 徐敬宏. AI 微短剧《中国神话》的剧情设置、画面建构和传播策略 [J]. 电视研究, 2024, (08): 94-96.