

网络微短剧猛增 监管也在加强

近两年，网络微短剧迎来快速增长。行业数据预测，2023 年小程序短剧市场规模接近 250 亿元。但市场良莠不齐，甚至出现色情低俗、血腥暴力、审美恶俗等内容。

近日，抖音、快手、微信等短视频平台宣布，将打击违规低质微短剧。实际上，从去年 11 月份开始，国家广电总局就已开始着手对网络微短剧进行专项整治。近期，相关主管部门再次释放强监管信号，细化管理措施。微短剧市场将如何规范？长效治理面临哪些难题？



收费混乱、内容低俗引起关注

网络微短剧一般在小程序或社交平台上播放，一集只有短短几分钟，但每集结尾一定会设置悬念或反转，起初为了引流圈粉，基本都是免费，但是随着剧情推进，每解锁一集都要收费。

在消费者投诉平台黑猫投诉上，有不少网友反映称，在小程序上看微短剧遭遇虚假宣传却投诉无门。广东网友刘女士说，她是在一个短视频平台点击了相关链接，跳转到另一社交平台充值后发现被欺骗。

刘女士告诉记者：“看了几集之后，就说要充值才能继续看。后来，我发现它上面的剧很少，而且更新也很少。我想联系客服，把我看了的扣掉，剩下的钱退还给我，但是根本没有客服的联系渠道。”

另一网友在黑猫投诉上反映称，

在某短视频平台上刷短剧，网络广告上宣称“9.9 元解锁本剧全集”，但仅看到一半就被要求再充值。

微短剧市场不仅侵犯消费者合法权益的现象频发，一些微短剧内容低俗，存在不良价值观导向，也早已引起监管部门的关注。

复旦大学新闻学院教授张志安表示：“这些微剧利用一种情节、情绪、利益冲突的反转，在非常短的时间里给观众带来爽快感，比方说‘霸道总裁爱上我’、媳妇和婆婆的反转剧，或者底层逆袭的反转剧。它其实跟当今的主流价值或者主流导向会有一些对冲。”

近日，抖音、快手、微信等短视频平台宣布，将打击违规低质微短剧。

抖音发布的公告称，近期累计

下架小程序内违规微短剧 119 部，处置违规推广微短剧的抖音账号 1188 个。微信发布公告称，平台下架了部分违规微短剧剧目，并对相关违规小程序进行处置。快手也发布了专项治理公告，平台的《小程序运营规范》已经明确了内容的红线，也就是针对有色情低俗、血腥暴力、格调低下、审美恶俗等问题的微短剧持续打击。

相关负责人对记者表示：“目前平台发出了十二期治理公告。对发布违规内容、破坏平台生态健康的微短剧小程序加强处置，从内容、审核、运营等方面展开治理。从 11 月初到 17 日，平台下架违规微短剧 20 余部，对发布违规内容的‘星空某某热播’等 27 个账号根据违规程度分别予以相应处罚。”

微短剧给行业监管带来新挑战

中国传媒大学网络视频研究中心研究员周逵对小程序类网络微短剧的产业生态和治理进行了大量调研。他认为，微短剧涉及的市场主体较为复杂，给行业监管带来不少新的挑战。

周逵指出：“微短剧行业出现过一些问题，相关主管部门也已经进行了多轮次的整治。小程序微短剧是以流量为前提的运营模式，所以它主体非常复杂，尤其是里面有非常多分散的小型玩家，数量多、构成复杂，有的时候产业链中每个环节还会出现众包和外包的模式。这些年监管层面一直在出台新的准则、细则，一直都没有停，但这个行业确实变化也比较快。”

业内人士分析，微短剧不同于电视剧、电影或者网剧，业界对其定位存在争议；作为最新流行起来的传播模式，一些微短剧尤其是商业微短剧

打擦边球，如果不加以规范和限制，会引发更多不良后果。周逵表示，微短剧市场需要在不断地规范和治理中，得到更好的健康发展。

“现在这种行业乱象本身是对行业的不负责任，其实一些从业者并没有长期做这个行业的打算，他们做这种流量收割式的短剧，就是‘打一枪换一个地方’，我认为这是来‘割韭菜’的。本质上这种模式是非常不健康的，不利于这个行业的长期发展。”周逵说。

据中国网络视听节目服务协会消息，国家广电总局将再次开展为期一个月的网络微短剧专项整治工作，围绕网络微短剧的导向、片名、内容、审美、人员、宣传、播出等方面，加大对违规网络微短剧的处置和曝光力度。同时，加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》；研究推动

网络微短剧 App 和“小程序”纳入日常机构管理；建立小程序“黑名单”机制、网络微短剧推流统计机制等。

在周逵看来，广电总局此次再次开展专项整治，是对过去几年行业治理的又一次升级，是不断提升治理水平和治理模式的一个举措。他建议，未来监管应在调整行业生态方面发力，引导微短剧的市场发展进入健康的内容生产轨道。

周逵认为：“监管的核心还是调整生态。一个是减负能，一个是增动能。减负能就是针对那些有恶劣影响的事件，包括营销号、僵尸号和扰乱网络秩序的行为，严格进行治理。另外，就是要提动能，还是要有一些精品力作。经过治理以后，这个行业应该能走上良性发展的过程。”

（来源：央广网、北京青年报）

相关报道 >>>

广电总局将持续开展网络微短剧治理工作

2023 年可以说是短剧的商业元年，短剧成了贯穿全年的火爆投资项目，一方面“××24 小时用户充值金额破了 1200 万”，“××24 小时充值破 2200 万元”，“××上线 24 小时破 2300 万”等消息频传，短剧确实在创造一个又一个“财富神话”；另一方面，这种不讲剧情逻辑只靠流量推动的快消式产品也难免与色情低俗、血腥暴力挂钩。因此，作为一种内容产品，短剧的监管与发展也在同步并行中。

去年 12 月，广电总局发布《关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》，要求把网络微短剧与网络剧、网络电影按照同一标准、同一尺度进行管理，准确把握网络微短剧创作生产传播规律，不断健全事前事中事后全周期管理机制。

11 月 15 日，中国网络视听节目服务协会公众号发布消息称，2022 年 11 月下旬开始，广电总局集中利用三个月时间，组织开展了“小程序”类网络微短剧专项整治工作，取得积极成效。截至 2023 年 2 月 28 日，共下线含色情低俗、血腥暴力、格调低下、审美恶俗等内容的微短剧 25300 多部，计 1365004 集，下架含有违规内容的“小程序”2420 个，形成了震慑效应，有力遏制了网络微短剧野蛮生长的态势。

在专项整治工作告一段落后，广电总局对网络微短剧治理工作转入常态化。一是建立双周报报送处置数据机制和定期发布公告机制。2023 年 3 月至今，督导抖音、快手、腾讯、B 站、小红书、好看视频等平台累计对外发布公告 40 余期，清理低俗有害网络微短剧 35 万余集（条）、2055 万余分钟，分级处置传播低俗有害网络微短剧的“小程序”429 个、账号 2988 个；二是建立网络微短剧“黑名单”机制。要求网络视听平台切实担好主体责任，对发现的违规网络微短剧及时上报，汇总纳入“黑名单”，并向全行业通报，督导全网平台及时下架，推动共同参与治理，切实防止防范违规网络微短剧转移阵地、转换马甲播出。

下一步，广电总局将不断完善常态化管理机制，从七个方面加大管理力度、细化管理举措：一是加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》；二是研究推动网络微短剧 APP 和“小程序”纳入日常机构管理；三是建立小程序“黑名单”机制、网络微短剧推流统计机制；四是委托中国网络视听协会开展网络微短剧日常监督工作；五是推动行业自律，互相监督，全行业共同抵制违规网络微短剧；六是再次开展为期一个月的专项整治工作，围绕网络微短剧的导向、片名、内容、审美、人员、宣传、播出等方面，加大对违规网络微短剧处置和曝光力度，进一步优化算法推荐，完善广告推流审核机制，取得立竿见影成效；七是加强创作规划引导，继续打造精品力作。