

*中国网络短剧改编自网络文学的现象分析

An Analysis of the Phenomenon of Adapting Online Literature into Chinese Web Short Dramas

梁夏妙, 吴琼

东方语言学系, 人文学院, 泰国农业大学

曼谷乍都节区拉瑶分区纳王万路 50 号, 邮编 10900

Liang Xiamiao, Wu Qiong

Department of Eastern Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University

50 Ngamwongwan Rd, Lat Yao, Chatuchak, Bangkok, 10900 Thailand

E-mail: liangxmhucj@gmail.com

摘要

本研究通过对样本和文献分析, 对 90 部改编自网络文学的中国网络短剧进行研究。发现改编自网络文学的中国网络短剧存在三种现象:一是题材高度重复、同质化高;二是内容“模式化”;三是改编作品艺术质量较差,容易误导大众价值观。反映出改编作品存在创新空间受限,缺乏文化深度,观众审美和价值观受到潜在负面影响。建议突破题材束缚,探索内容多样化,注重正向价值输出,提升改编质量,推动中国网络短剧和网络文学朝健康方向发展。

关键词 : 中国网络短剧, 网络文学, 文学改编, 视听艺术, 价值观

Abstract

Online literature, as a key medium for cultural transmission, has also flourished and gradually become a significant source of creative inspiration for web short drama production. This study selected 30 web short dramas from the trending lists of the three major platforms—iQIYI, Youku and Tencent Video—resulting in a total of 90 web short dramas as research samples. Employing sample analysis and literature review approaches, the study examines the phenomenon of adapting online literature into Chinese web short dramas and proposes corresponding strategies. The findings reveal three main issues with these adaptations: first, the serious repetition and homogenization of genres; second, the "formulaic" nature of the content; and third, the poor artistic quality of the adaptations, which can mislead public values. It reflects the issues of limited innovation in adapted works, a lack of cultural depth, and the potential negative impact on the audience's aesthetics and values. The study suggests breaking

Received Revised Accepted

26 พฤศจิกายน 2567 / 2 เมษายน 2568 / 20 มิถุนายน 2568

26 November 2024 / 2 April 2025 / 20 June 2025

free from genre constraints, exploring content diversification, emphasizing positive value output, improving adaptation quality, and advancing the healthy progress of both Chinese web short dramas and online literature.

Keywords : Chinese Web Short Dramas, Online Literature, Literary Adaptations, Audiovisual Arts, Values

引言

在网络化、数字化与产业化快速发展的浪潮推动下，数字媒体已成为当代文化传播不可或缺的重要渠道。据中国互联网络信息中心（2024）最新发布的《中国互联网络发展状况统计报告》（第 53 次）数据显示，截至 2024 年 3 月，我国网络视听用户总数已突破 10.53 亿，相较于 2023 年 6 月，用户增长达 2700 万，占整体网民的 96.4%，彰显出网络视听领域的蓬勃增长态势。在此背景下，中国网络短剧作为一种新兴的视听文化艺术形式，始终处于快速发展的轨道。

与此同时，《2023 年度中国网络文学发展报告》显示，截至 2023 年底，已有 72764 部（个）网络文学作品被进行了改编，这一数据反映了网络文学与网络视听领域之间的紧密互动。网络文学历经约 30 年的成长，市场总体规模已扩张至 404.3 亿元，同比递增 3.8%，受众群体持续扩大，逐渐成为网络短剧创作灵感的重要来源。

在此背景下，中国网络短剧逐渐成为媒体深度融合与网络视听迅猛发展的产物。信息传播技术的发展轨迹，正如施佳慧（2016）所述，实质上是人们不断寻求突破信息传播时空及空间限制的历史缩影。网络短剧的发展，作为新媒体崛起的一个鲜明标志，使用户摆脱了传统观影模式的限制及获得了更为自由的观看体验。

然而，当前国内外对中国网络短剧改编自网络文学现象的研究分析仍较为有限。目前对于中国网络短剧改编现象的系统性研究较为缺乏，且现有的大多数研究的关注点在于网络文学影视化改编上面。因此，本研究拟对中国网络短剧改编自网络文学现象进行全面分析，结合文献分析法找出网络文学改编网络短剧时存在的现象并提出针对性的对策建议，以期为该领域的进一步研究提供理论支持和实践参考。

研究目的

本研究将从爱奇艺、优酷和腾讯视频三大平台的热榜中各选取前 30 部中国网络短剧作为研究样本，以此来分析中国网络短剧改编自网络文学的现象，发现问题所在，并针对性地提出优化建议。

研究范围

本研究以爱奇艺、腾讯视频、优酷三大主流影视平台热榜前 30 部，共计 90 部网络短剧为研究范围。

研究方法

1. 样本分析法

本研究对选定的爱奇艺、腾讯视频、优酷三大主流影视平台的 90 部中国网络短剧作为样本进行现象分析，分析改编自网络文学的网络短剂数量占比及其内容题材类型及探讨存在的现象。

2. 文献分析法

通过文献分析法，审视现有学术文献及参考资料，为中国网络短剧改编自网络文学的现象分析提供理论支持。

文献综述

1. 中国网络短剧定义

在剧集时长上，中国国家广播电视台总局于 2020 年对网络短剧的概念有了明确界定，规定其为“每集时长不超过 10 分钟的网络剧集”。温凤鸣（2022）也在《微短剧产业现状、困境与内容创新策略》中提到微短剧特指单集时长不到 10 分钟的网络影视剧，属于短视频领域中的一种新兴影视形式，融合了短视频的传播特点与影视剧的叙事结构，逐渐成为大众喜爱的内容形式之一。网络短剧以内容精炼见长，通过紧凑的情节安排和高效的信息传递，在有限的时间内浓缩及展现了丰富的故事内容和深刻的主题思想。这种影视作品的内容形式既符合现代人快节奏的生活模式，又迎合了观众对于内容多样性和个性化的需求。网络短剧的特征可以概括为内容精炼、节奏紧凑、反转频现及聚焦热讯等。

在叙事风格上，卜文（2023）在《竖屏微短剧的视听特征及创新路径》指出网络微短剧的叙事特色是没有冗长的剧情铺垫，多为“快进快出”的形式，剧情演绎节奏紧凑，与传统影视剧相比较，虽然在人物塑造上稍显干瘪，剧情的起承转合及铺陈渲染比较欠缺，但更加注重情节冲突的直接呈现。

再根据中国网络视听节目服务协会（2023）《2023 中国网络视听发展研究报告》内容来看，可以看出最受欢迎的五大影视类型为爱情、古装、都市、奇幻及喜剧，其中爱情类型占据了绝对比重，甜宠、霸道总裁等是该类型的高频关键词。说明在内容题材上，市场倾向于以现实题材为主，“玛丽苏”式改编为核心的方式。

在呈现方式上，网络短剧充分利用智能手机、平板电脑等便携式移动设备，依托各大视频平台及微信小程序作为主要传播渠道，广泛采用竖屏模式展现，极大提升了观看的便捷性与沉浸感。同时，得益于新媒体技术的广泛应用与精准投放，有效扩大了受众范围，精准触达目标用户群体。这一策略不仅成功吸引了潜在用户的关注与浏览，还通过提升用户体验促进了用户留存，并促进了内容付费模式的广泛普及与持续发展。

在运营模式上，腾讯视频、优酷视频、芒果 TV 等主流的 PGC（专业生成内容）平台，其盈利模式主要构建在会员用户的有效观看时长上，并据此进行平台分账。这些平台采取了一种“先免后付”的模式，即初始阶段免费提供部分剧集内容供用户观看，以此吸引用户兴趣；随后，则要求用户通过开通会员服务来解锁剩余剧集，从而实现盈利与用户粘性的双重提升。

2. 中国网络短剧的发展阶段

根据中国国家广播电视台总局（2020）发布的《关于网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知》及其 2022 年发布的《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》和《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》的管理规范，再结合艾媒咨询（2023）《2023-2024 中国微短剧市场研究报告》、前瞻网（2024）《2023 年中国网络短剧市场分析及未来发展趋势报告》，以及清华大学影视传播研究中心（2024）《2023 年短剧报告》的研究成果，中国网络短剧的发展进程可以大致分为以下四个阶段：

2.1 萌芽阶段（2011-2013 年）

在 2011 年至 2013 年期间，网络短剧初露锋芒。2011 年，德国 SAT.1 电视台推出名为《KnallerFrauen》的短剧，即《屌丝女士》，每集时长均在 10 至 20 分钟之间，通过精心编排，将 5 至 8 个时长约 1 至 2 分钟的幽默片段无缝拼接，这些片段间巧妙互动，风格简洁明快且直接。受此创意的启发，搜狐视频自主制作了由董成鹏领衔主演的《屌丝男士》，迅速在网络上走红。该剧充分发挥了互联网平台的优势，沿用了类似的制作模式，以生活化的情景喜剧为主要核心，充满了令人捧腹的喜剧元素，笑点密集，其节奏之快、笑点之密集，与网络文学中追求的“爽感”高度契合，海量粉丝受其吸引并进行了热烈追捧与关注。

随后，优酷等视频平台短剧创作风潮开始活跃，推出了《万万没想到》《报告老板》等单集时长为 5-10 分钟的作品，作品的故事性和完成度完整，既迎合热点话题，又承袭了流畅的喜剧风格，市场反响优异，进而催生了 10 分钟精细化制作微短剧的思路及模式。

2.2 发展阶段（2014-2019 年）

随着 4G 时代的到来，移动新媒体发展迎来黄金期，短视频行业快速发展，网络短剧随着短视频行业的蓬勃发展而发展，在短剧领域内大放异彩，创新性地推出了“竖屏短剧”这一前所未有的内容展现形式，为观众提供了非同一般的视觉体验。一系列优质网络短剧作品如《陈翔六点半》《扯客》等在网络平台上大放异彩，标志着网络短剧成为网络视频中不可或缺的重要类型。

随后，深耕视频领域多年的长视频平台，诸如爱奇艺、优酷、腾讯、芒果 TV 等纷纷涉足对此新赛道进行了布局。2019 年，爱奇艺发布了剧情短视频的付费分账合作方案，芒果 TV 推出了“大芒计划”，优酷设立了“迷你剧小剧场”，腾讯视频上

线了“火星小剧厂牌”，使得网络短剧展现出普通影视剧的质感，转向内容及品质精品化的路线，打造注重故事性和完整度的 10 分钟叙述模式。这一系列布局不仅彰显了长视频平台对短剧市场的重视，也预示着短剧行业正在迈向更加繁荣且多元化的发展新阶段。

2.3 成熟阶段（2019–2022 年）

中国国家广播电视台总局（2020）《关于网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知》将网络短剧与网络影视剧、网络电影、网络动画片并列为官方认可的网络影视作品形态。通知明确指出，每集时长不超过 10 分钟的网络剧集即为网络短剧，这一时长界定既囊括了极短的视频片段，也涵盖了相对较长的微型剧集。同时，通知还要求网络短剧需具备相对明确的主题和主线，并呈现较为连贯且完整的故事情节，这一要求确保了网络短剧在内容上的完整性和吸引力。抖音、快手等短视频平台于 2021 年开始积极探索短剧的商业化路径，推出了按剧集数量收费的订阅模式，最低单集定价为 1 元，这一举措不仅为用户提供了更多元的消费选择，影视创作团队因此更加注重成本控制与投资回报效率，促进了短剧产业的健康快速发展。

到 2022 年，短剧在制作、分发和订阅模式等方面的探索逐步成熟，行业进入了高速增长阶段。据艾媒咨询（2023）发布的《2023–2024 中国微短剧市场研究报告》显示，全国在国家新闻出版广电总局备案的微短剧数量达 474 部，全年备案量达到 600% 的增长，标志着网络短剧正式迈入发展的黄金时期。

2.4 爆发阶段（2022–至今）

中国国家广播电视台总局（2022）发布了《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》及《关于进一步加强网络微短剧管理并实施创作提升计划有关工作的通知》，既对内容创作及管理明确规范建议，也鼓励及培育壮大了短剧创作主体。政策倾斜及平台的大力支持也使网络短剧摆脱低俗与无序，步入了成熟阶段，并逐步向精品化方向迈进。

网络短剧行业于 2023 年呈现出爆发的态势。腾讯视频和芒果 TV 推出的《招惹》及《风月变》等网络短剧声名大噪，与此同时，在抖音、快手、BiliBili 等多个平台上播出的网络短剧，诸如《逃出大英博物馆》、《东栏雪》等众多网络短剧爆款也纷纷进入观众的视野。

据艾媒咨询（2023）《2023–2024 中国微短剧市场研究报告》统计数据显示，中国网络微短剧的市场规模在 2023 年跃升至 373.9 亿元，同比增长高达 267.65%，并预计到 2027 年市场规模有望突破 1000 亿元。此外，全国范围内在国家新闻出版广电总局备案的网络微短剧数量已超出 4500 部，各大视频平台在 2023 年联合推出了 616 部网络微短剧新作，与 2022 年的 474 部相比，作品数量呈现出“爆发式”增长的态势。尤为值得一提的是在清华大学影视传播研究中心（2024）《2023 年短剧报告》中年度新推出的短剧分账票房榜单中，前 13 名作品中有 10 部改编自网络文学，表现不俗的作品有《倾

世小狂医》《武极天尊》等，《招惹》的分账更是达到了 2000 万元。

通过以上发展历程可以看出，网络短剧不仅仅是技术和服务发展的产物，更是在政策支持、内容创新和市场需求共同推动下快速成长的结果。这一类型的剧集将不断地吸引大量受众，并在未来进一步壮大其市场影响力。

3. 中国网络短剧与网络文学的互动及影响

网络文学是依托互联网平台并在网络世界中不断发展的一种新型文学形式。自 1991 年北美的《奋斗与平等》问世以来，网络文学已历经 30 多年的发展，并始终保持强劲的增长态势。根据中国社会科学院文学研究所（2024）《2023 年中国网络文学发展研究报告》显示，网络文学已达到 404.3 亿元的市场规模，同比增长率为 3.8%。与之类似，网络短剧也依托于网络平台和移动互联网时代的发展而迅速崛起。互联网及新媒体技术的进步为两者的发展奠定了坚实的技术基础，并提供了可靠的平台依托，两者均为互联网时代的产物。

除传统阅读模式外，网络文学转化演变为越来越重要的产业重点，尤其受年轻观众的青睐。根据中国作家协会网络文学中心（2024）发布的《2023 年中国网络文学蓝皮书》数据显示，网络短剧作为网络文学转化的一种新形式，其改编占比逐年递增。2023 年成为网络文学改编网络短剧的爆发期，全年上线微短剧超过 1400 部，备案数量接近 3000 部，达到了 370 多亿元的年度市场规模，打到约 268% 的同比增长。网络短剧从之前的传统影视改编、动漫改编等主流赛道中脱颖而出，转变为文娱衍生产业中新兴的重要增长点。

网络短剧和网络文学在叙事、人物、情节塑造等方面有极高的契合度，共同体现出重情节、重矛盾性的主要特点；网络短剧在内容题材上与“新媒体”时期的网络小说相当一致，以“霸道总裁爱上我”“英雄救美”等古、今类型为主要内容题材。网络文学圈流传着“黄金三章”的概念，以抓住读者眼球，有继续阅读的冲动，网络短剧借鉴“黄金三章”概念，以集为单位设计“爽点”，2 集左右出现“小爽点”，10 集左右出现“大爽点”；这与网络文学 10 至 20 章左右出现剧情爽点有异曲同工之妙。这也成为网络短剧能以单集 15 分钟以内的时长内容能够吸引观众，给观众带来观感刺激的原因。

根据中国音像与数字出版协会（2023）公布的《2022 年度中国数据阅读报告》数据显示，19 至 45 岁的用户是阅读主力人群，整体占比为 67.15%。与此同时，中国网络视听节目服务协会（2023）《中国网络视听发展研究报告》也指出 15 至 29 岁用户是网络视听主力人群。这表明网络短剧和网络文学受众群体具有较高吻合度，均来自下沉市场。正如哈特穆特·罗萨（2018）在《新异化的诞生》中所述，科技进步和社会变迁形成了紧密相连、持续自我驱动的反馈系统。网络文学与网络短剧遵循着良性互动原则，网络文学为网络短剧提供丰富内容源泉与广泛用户基础。而网络短剧的最新题材内容需求与读者偏好又向网络文学市场进行反向传递，网络文学的创新与发展也因此得到了有

效促进。两者互促互进，合力激发当前中国乃至全球文娱市场的生机与活力。

结果

1. 中国网络短剧改编自网络文学现象及问题分析

在爱奇艺热榜前 30 部中国网络短剧中，11 部改编自网络文学，占比为 37%；腾讯视频热榜前 30 部中国网路短剧中，20 部改编自网络文学，占比为 67%；优酷热榜前 30 部中国网路短剧中，17 部改编自网络文学，占比为 57%。90 部中国网路短剧中作品中，共有 48 部改编自网络文学，整体占比为 53%。以上数据说明了网络文学对于中国网络短剧创作的重要性，改编现象普遍存在于网络短剧创作当中。

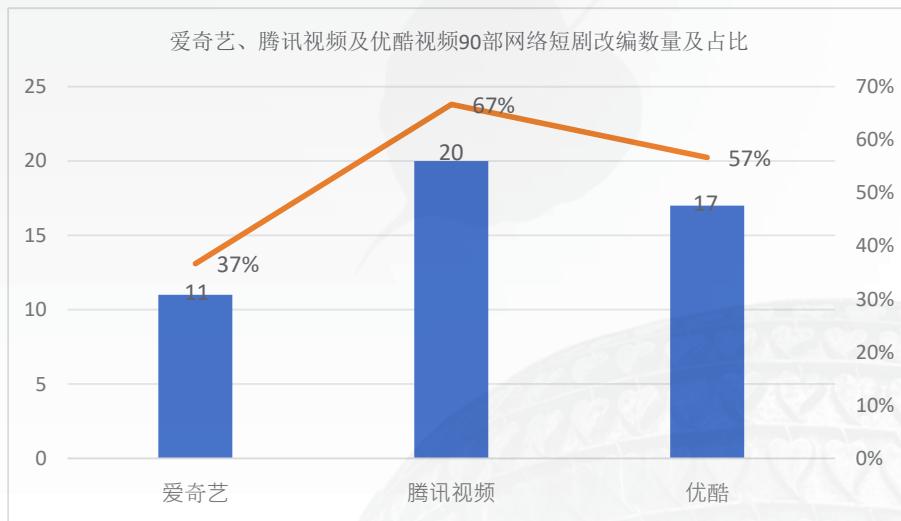


图 1 爱奇艺、腾讯视频、优酷视频 90 部网络短剧改编数量占比图

表 1 90 部中国网络短剧题材类型表

序号	剧名	播放平台	改编自	题材
1	《闪婚老伴是豪门》	爱奇艺	——	都市
2	*《桃花马上请长缨》	爱奇艺	*《桃花马上请长缨》	传奇
3	《宫女扶摇录》	爱奇艺	——	宫廷
4	《季总您的马甲掉了 1》	爱奇艺	——	都市
5	《前妻攻略》	爱奇艺	——	都市
6	《我不会在原地等你》	爱奇艺	——	都市
7	*《你看起来很好亲》	爱奇艺	*《你看起来很好亲》	都市
8	《隐藏千金见招拆招》	爱奇艺	——	都市
9	《亢龙有悔》	爱奇艺	——	都市

表 1 90 部中国网络短剧题材类型表

序号	剧名	播放平台	改编自	题材
10	《漫漫回家路》	爱奇艺	——	都市
11	*《我家三爷超宠的》	爱奇艺	*《我家三爷超宠的》	都市
12	*《去有你的地方》	爱奇艺	*《她是大佬男主的白月光》	都市
13	《废材翻身撼乾坤》	爱奇艺	——	其他
14	*《替身为凰》	爱奇艺	*《替身为凰》	宫廷
15	《母亲的尽头》	爱奇艺	——	都市
16	《闪婚成宠首富大佬爱上我》	爱奇艺	——	都市
17	《姜小姐下山》	爱奇艺	——	都市
18	《村超来了》	爱奇艺	——	都市
19	《西游黑神话之悟空传》	爱奇艺	——	传奇
20	《开局女帝盯上了我的彩礼》	爱奇艺	——	其他
21	《落秘书为何要这样》	爱奇艺	——	都市
22	*《肥妻重生娘亲拽又飒 1》	爱奇艺	*《肥妻重生娘亲拽又飒》	宫廷
23	*《妖妃在上》	爱奇艺	*《妖妃在上:王爷,请上榻》	宫廷
24	*《哎呀皇后娘娘来打工》	爱奇艺	*《当皇后成了豪门太太》	都市
25	《时先生, 闪婚夫人才是真千金》	爱奇艺	——	都市
26	《神医无双 1》	爱奇艺	——	都市
27	*《戏精美人且会撩得宠着》	爱奇艺	*《王妃戏精且会撩, 得宠着!》	都市
28	*《爱的抉择》	爱奇艺	*《爱情的抉择》	乡村
29	*《天龙狂婿》	爱奇艺	*《天龙狂婿》	都市
30	《危机四伏的婚姻 3》	爱奇艺	——	都市
31	*《江城诡事》	腾讯视频	*《读心客与无冤行者》	其他
32	《情刺》	腾讯视频	——	传奇
33	*《锦医风华》	腾讯视频	《锦医风华》	传奇
34	《误入君梦》	腾讯视频	——	传奇
35	*《逐心》	腾讯视频	*《大小姐的偷心保镖》	其他
36	*《仙帝归来当赘婿》	腾讯视频	*《仙帝归来当赘婿》	传奇
37	*《少寨主且慢》	腾讯视频	*《奇闻异志》	其他
38	《九叔传说》	腾讯视频	——	其他
39	*《双世异闻录》	腾讯视频	*《双世异闻录》	传奇
40	*《执笔》	腾讯视频	*《执笔者》	宫廷
41	*《唐朝异闻录》	腾讯视频	*《唐朝异闻录》	传奇
42	《无主之花》	腾讯视频	——	其他
43	《了不起的女侠》	腾讯视频	——	其他
44	*《风月无边》	腾讯视频	*《退婚后被大佬亲哭了》	其他
45	*《玉奴娇》	腾讯视频	*《玉奴娇》	宫廷
46	《情难自禁》	腾讯视频	——	传奇
47	*《授她以柄》	腾讯视频	*《授他以柄》	宫廷
48	《主妇的战争》	腾讯视频	——	都市
49	*《美人谋》	腾讯视频	*《谋逆》	宫廷
50	《摩玉玄奇 2》	腾讯视频	——	传奇
51	*《良辰好景再逢君》	腾讯视频	*《良辰好景再逢君》	其他

表 1 90 部中国网络短剧题材类型表

序号	剧名	播放平台	改编自	题材
52	*《步步深陷》	腾讯视频	*《步步深陷》	都市
53	《有花在洲》	腾讯视频	——	其他
54	*《借宁安》	腾讯视频	*《贵妃起居注》	宫廷
55	*《卿卿三思》	腾讯视频	*《夫君一心想造反》	宫廷
56	*《她的伪装》	腾讯视频	*《她的伪装》	其他
57	《全资进组 2》	腾讯视频	——	都市
58	*《招惹》	腾讯视频	*《民国复仇千金》	其他
59	*《燃心》	腾讯视频	*《燃心》	其他
60	*《以爱为契》	腾讯视频	*《以爱为契》	都市
61	*《永夜长明》	优酷视频	*《被疯批国师强取豪夺后》	其他
62	《我们在黑夜中相拥》	优酷视频	——	都市
63	*《美人攻略》	优酷视频	《一代灵后》	其他
64	*《爱在天摇地动时》	优酷视频	*《爱在天摇地动时》	都市
65	*《当家小娘子》	优酷视频	*《穿成四个拖油瓶的恶毒后娘》	传奇
66	《皎月流火》	优酷视频	——	其他
67	*《婉婉如梦霜》	优酷视频	*《王爷，王妃说此生不复相见》	其他
68	《君心藏不住》	优酷视频	——	传奇
69	*《千金丫鬟》	优酷视频	*《千金丫鬟：拒嫁腹黑小王爷》	其他
70	*《掌中独宠》	优酷视频	*《烽华绝代》	其他
71	《风月如雪》	优酷视频	——	传奇
72	*《与君行》	优酷视频	*《细雨阁》	其他
73	《君心难述》	优酷视频	——	传奇
74	*《向她逆光而来》	优酷视频	*《错撩》	都市
75	*《青雀成凰》	优酷视频	*《拯救咸鱼老公》	传奇
76	*《别跟姐姐撒野》	优酷视频	*《霸婚：蓄谋已久》	都市
77	*《锁爱三生》	优酷视频	*《少帅，你老婆又双叒叕被人撩了》	其他
78	《只是未婚夫的关系》	优酷视频	——	都市
79	*《契约新娘》	优酷视频	*《契约新娘》	其他
80	*《染指》	优酷视频	*《欲撩》	都市
81	*《绯闻王妃》	优酷视频	*《绯闻王妃》	其他
82	《王妃别装了》	优酷视频	——	传奇
83	《与凤行之双生劫》	优酷视频	——	其他
84	《闪婚老公是温柔暴君》	优酷视频	——	都市
85	*《重生之权倾嫡女》	优酷视频	*《嫡女重生之倾权天下》	传奇
86	《她与谎言》	优酷视频	——	都市
87	《重回二十世纪当首富》	优酷视频	——	都市
88	《假面真情》	优酷视频	——	其他
89	《迷情庄园》	优酷视频	——	其他
90	*《这个少侠有点冷》	优酷视频	*《快穿之路人甲奋斗成大佬》	传奇

注：使用 * 标注的为改编自网络文学的网络短剧及其题材类型

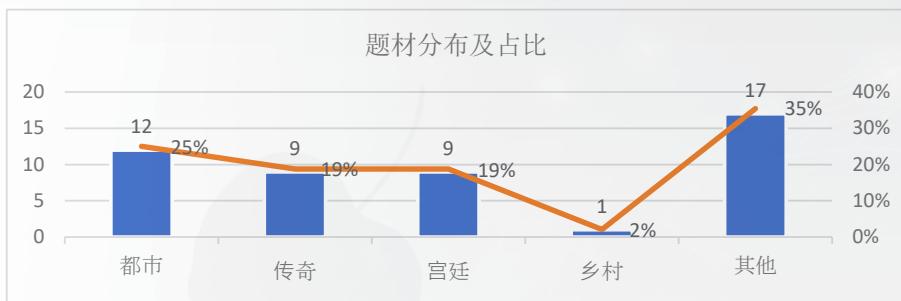


图 2 题材分布及占比图

如上表所示，改编自网络文学的 48 部中国网络短剧中，都市题材 12 部，占比为 25%；传奇题材 9 部，占比为 19%；宫廷题材 9 部，占比为 19%；乡村题材 1 部，占比 2% 及其他题材 17 部，占比为 35%。

表 2 2024 年 1 月至 7 月全国重点网络微短剧规划备案公示数据

公示时间	剧目数量 (部)	主要题材及占比
2024 年 1 月	297	*都市 (47.81%)、*传奇 (7.74%)、农村 (4.04%)、武打 (2.36%)、宫廷 (2.02%)、科幻 (1.68%)、青少 (1.35%)、革命 (0.67%)、公安 (0.34%)、传记 (0.34%)、其他 (31.65%)
2024 年 2 月	222	*都市 (47.30%)、*传奇 (9.01%)、武打 (5.41%)、农村 (4.50%)、科幻 (3.60%)、宫廷 (1.80%)、青少 (1.35%)、公安 (0.45%)、军事 (0.45%)、传记 (0.45%)、其他 (25.68%)
2024 年 3 月	162	*都市 (49.38%)、*传奇 (12.35%)、农村 (4.32%)、科幻 (3.70%)、武打 (3.09%)、青少 (1.85%)、革命 (1.23%)、公安 (0.62%)、宫廷 (0.62%)、其他 (22.84%)
2024 年 4 月	242	*都市 (47.52%)、*传奇 (11.16%)、农村 (5.79%)、科幻 (4.55%)、武打 (2.48%)、宫廷 (2.07%)、公安 (1.65%)、青少 (0.83%)、革命 (0.41%)、其他 (23.55%)
2024 年 5 月	229	*都市 (38.86%)、*传奇 (15.28%)、农村 (5.68%)、武打 (4.37%)、科幻 (3.93%)、宫廷 (2.62%)、青少 (2.62%)、公安 (0.87%)、国际传播 (0.44%)、传记 (0.44%)、其他 (24.89%)
2024 年 6 月	208	*都市 (38.46%)、*传奇 (12.98%)、科幻 (6.25%)、农村 (5.29%)、青少 (3.37%)、武打 (1.44%)、宫廷 (1.44%)、传记 (0.96%)、公安 (0.96%)、司法 (0.48%)、其他 (28.37%)
2024 年 7 月	219	*都市 (39.73%)、*传奇 (14.61%)、农村 (5.48%)、科幻 (4.11%)、武打 (4.11%)、青少 (2.74%)、宫廷 (1.37%)、公安 (1.37%)、传记 (0.91%)、革命 (0.46%)、其他 (25.11%)
总计	1579	-

注：使用 * 标注的为占比前两位

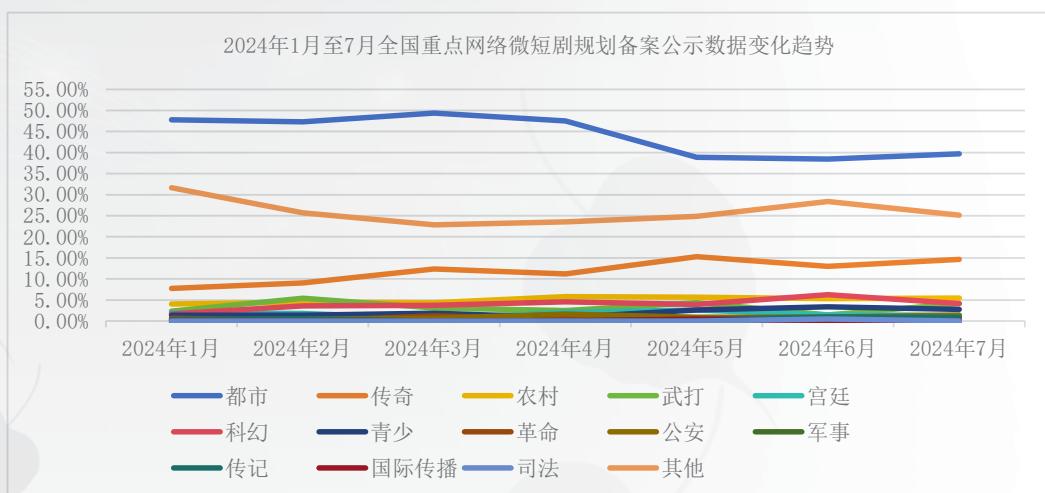


图 3 2024 年 1 月至 7 月全国重点网络微短剧规划备案公示数据变化趋势图

同时，根据“重点网络影视剧信息备案系统”2024年1月至7月公示通过登记并取得规划备案号的网络微短剧片目（表2）及数据图表（图2）可以观察到不同题材的内容变化趋势。首先，都市题材持续保持着较高的占比，有小幅度的波动，但总体占比仍然稳步保持在38%-50%之间；显示出都市题材为主要题材，占据着主要位置。其次，除其他题材外，传奇题材总体占比在7%-16%之间，是第二大类题材，整体呈增长态势。再从武打、青少、公安等等题材来看，题材的占比较低，整体波动不大，且基本在5%以下，属于较为小众的题材类型。

结合中国网络短剧改编自网络文学的题材类型和“重点网络影视剧信息备案系统”1月至7月公示的题材类型数据来看，改编自网络文学的中国网络短剧主要的两个题材类目都是都市和传奇题材。说明题材的单一性现象较为突出，存在题材类型高度一致的现象。以上，反映出网络文学改编的网络短剧主要集中在有限的题材上，尤为明显的是题材内容的重复与同质化现象，也证明了改编作品存在创新空间受限的问题。

这也说明了网络文学改编短剧作品的诞生与制作过程，存在着深受市场趋势的牵引的现象。特别是当某一类型题材剧集赢得广泛认可后，就触发投资与制作方的跟风热潮，集中资源开发相似主题的作品，这也直接导致了剧集题材内容的重复与同质化现象的凸显。与此同时，观众在特定剧集类型中培养出偏好后，会自然而然地对同类型的其他作品抱有更高期待，这种心理预期反过来激励制作方进一步聚焦于投资和制作那些能够精准对接观众喜好的剧集；如《御赐小狂妃》《惹不起的娘子大人》《吃瓜群众叶皇后》等题材作品成功之后，市场就会大量涌现出题材相似的剧集。题材趋同性致使网络短剧的艺术表现力和创意空间受到制约，制作方热衷于对网络短剧热门作品的“复刻”或“挪用”，使得内容缺乏创新性，形成了不断重复的内容循环，进一步导致内容“模式化”现象的出现，观众的审美会受到大量内容“模式化”现象的冲击，从而出现加速观众审

美疲劳的问题。

同时，在90部中国网络短剧作品中，共48部由网络文学改编而来，占比达53%，这反映出在中国网络短剧创作中网络文学占据着重要地位。陈迎竹（2010）在《全民娱乐时代》一文中指出：“网络是一个带有俗文化光环的公共空间，展现出崇高被消解、神性被亵渎、规则被颠覆、权威被轻视的渎圣世界。正是这些新的追求、尝试和作品的展现，赋予了网络文学公共性、普及性和大众性的特点。”因此，网络文学的包容性和开放性得以体现，也正因其创作门槛较低，大量业余作者被其吸引并参与创作。

然而，正因为这种低门槛，多数网络文学作品往往存在缺乏文化深度的问题，艺术价值受到限制。这种特征在改编为网络短剧后，同样影响了作品的内涵和艺术质量，使得很多短剧难以达到更高的艺术水准。致使改编自网络文学的中国网络短剧出现艺术质量较差，容易误导大众价值观的现象。

荣本镇（1994）也在《“文化快餐”现象探析》中指出那些通俗易懂，同时具备知识性或娱乐性特征，但往往难以经受时间的考验而易于被淘汰的文化产品，可视为‘文化快餐’，网络短剧内容商在将网络文学作品改编为网络短剧时追求市场导向，依赖于市场数据模型，深受商业化影响。在市场资本运营以及新兴技术的助力下，网络短剧作为一种娱乐性显著的“快餐式”影像产品已经渗透到大批观众的日常生活中，它的出现虽存在一定的积极意义，但也给影视行业的发展以及用户的价值观方面带来了一定的消极影响。具体表现为，在拍摄改编作品时缺乏画面美感、演员演技浮夸、剧情狗血，甚至是出现色情低俗、暴力血腥等不良价值观导向，对作品的文化内涵和价值意义忽略不计；诸如涉及极端复仇剧情的《黑莲花上位手册》及放大渲染婆媳、男女矛盾的《大佬，你女儿被婆婆家欺负惨了》等具有错误价值观导向的网络短剧。观众在观看艺术质量较差、有着错误价值导向的网络短剧时，观众的文学素养会因此降低，价值判断也会受到消极影响。

姜静楠和刘宗坤（1998）也在《后现代的生存》中提到随着人们物质生活条件的不断提高，人们的工作方式倾向于更多的脑力化即精神化，人们的生活方式则倾向于更多的物质消费及享乐。网络短剧因其“短平快”的特点深受观众的喜爱，它有着帮助观众打发时间、娱乐身心的作用。但是一旦让这种“快餐式”影像作品超出了自身原有的作用范围，如果在内容上夹杂着过多“娱乐至上”的价值立场、社会思潮则会演变出其他新的不良观念，就会导致社会大众被误导，也会使主流的价值观念认同被弱化。

总而言之，改编自网络文学的中国网络短剧在提供娱乐的同时，出现了题材内容重复与同质化、内容“模式化”及艺术质量较差，容易误导大众价值观等现象。这些现象也是问题所在，这些现象的存在致使作品的创新空间受限，缺乏文化深度，观众的审美和价值观产生消极的负面影响问题的出现。

2. 针对存在问题的对策建议

2.1 突破题材束缚，探索内容多样化

中国作家协会网络文学中心（2024）《2023 中国网络文学蓝皮书》中提到网络文学的内容发展表现为网络文学内容题材类型愈发丰富，内容多元化愈发突出，现实、玄幻、历史、古言、科幻等五大主流题材蔚然成风，且各题材下细分类型层出不穷，内容的丰富性与多样性由此展现。相较之下，中国网络短剧目前仍处于题材和类型相对单一、闭塞的阶段，有着创新空间受限的问题，没能紧跟目前以“创意为王”为主流的网络文学的脚步。为突破这一困境，业内内容与运营商需主动创新及拓展网络短剧的题材边界与表现形式，如深入挖掘科幻题材潜力，尝试引入纪录、科教片等新颖题材，以此吸引更广泛的受众群体。通过差异化的创作思维，不断探索并实践网络短剧内容题材的多样化发展路径，从而推动整个行业走出题材束缚的局面。

2.2 加大扶持力度，输出正向价值

近年来，主管部门及协会和行业平台对网络文学进行积极引导，现实题材作品呈快速增长的态势，陆续推出一系列体现鲜活时代生活气息，融合家国情怀和个人奋斗精神的优秀作品，丰富文化深度，发挥了良好的社会效益。周思灼（2022）在《短视频平台“微短剧”传播特征、困境与对策——以“快手小剧场”为例》中提到在广播电视台总局出台政策制度规范管理、大力扶持微短剧的形势下，业内要压实平台责任，积极主动配合，设立激励项目、计划、奖项，以此激活创作活力。拓宽题材范围、增强表现形式，力求推出更多既蕴含“正能量”、又拥有“大流量”，同时兼具“引导力”与“影响力”的优秀作品，增强网络短剧正向价值的传递，提升作品的审美标准，让改编自网络文学的网络短剧的艺术价值、经济价值与社会价值相匹配，解决缺乏文化深度、价值观受到负面影响的问题。

2.3 提升制作质量，有效转化文字与影像

网络文学凭借着丰富多样的题材，如“霸总”、“重生”等，为网络短剧的改编开拓了广阔的创意空间，观众深受这些题材的独特表达方式的吸引。但如何将文字有效转化为生动的影像画面是一个关键挑战。原著中的语言表达、修辞手法及复杂人物心理在影像中难以完全体现，这就要求改编者灵活运用多种影视制作手法和技术，如镜头语言、音效设计、色彩运用等，在保留原著精神的同时赋予其新的视觉生命力。

为实现这一目标，改编者需深入理解原著，精准把握其审美特质和艺术追求，并将这些元素巧妙融入到影视作品的每个细节中。从场景构建、服饰搭配、道具选择，到角色形象设计和灯光布置，每一个方面都应与原作风格相契合，共同构建一个既忠于原著又充满创新的影像世界。改编者还应避免急功近利的心态，保持文化自觉和艺术自律，全面提升制作的专业性和艺术性，确保作品具备更高的深度和品质。以正确的创作态度打破制作“模式化”，为网络短剧注入更多创新和独特的元素，使创新空间受限、观众审美问题得以解决。

研讨讨论

本研究结果显示，在选取的 90 部中国网络短剧中改编自网络文学的数量占比高达 53%，其中主要题材为都市、传奇题材，造成这种现象的原因与网络文学本身的流行性和商业资本驱动密切相关。网络文学有着丰富的题材、紧凑的节奏，特别适合改编为短剧。制作方倾向于选择有一定受众基础的作品，降低风险，同时契合市场对快节奏娱乐的需求。正如荣本镇（1994）提出的“文化快餐”理论，网络短剧作为快消品式的文化产品，快速满足了观众的娱乐需求。

与既往研究相比，本研究进一步说明了网络文学对影视作品改编的深远影响。姜静楠&刘宗坤（1998）认为，网络短剧因其“短平快”特性深受观众喜爱，但内容趋于“娱乐至上”，缺乏深度。与周思灼（2022）对网络短剧的分析一致，本研究同样发现，过度商业化和市场导向导致出现了网络短剧题材的重复和同质化，创作内容“模式化”及容易误导大众价值观的现象。此外，既往研究多集中于网剧，而本研究聚焦于更为短小精炼的网络短剧，进一步揭示了这些现象在短剧中的突出表现。

同时，本研究与既往研究的侧重点不同，既往研究多数侧重于网络文学在电视剧、电影等方面影视作品的改编，本文则侧重于网络文学在网络短剧方面的改编。如赵光平（2011）《从自由到捆绑——网络小说影视改编困境探析》中以《杜拉拉升职记》《佳期如梦》《泡沫之夏》等根据网络文学改编的电视剧或电影作品为研究范例。吴琰（2012）《网络文学影视改编热现象探析》中也以《双面胶》《蜗居》《鬼吹灯》《杜拉拉升职记》等根据网络文学改编的电视剧或电影为研究范例。孟宁馨（2019）《论网络小说改编电视剧存在的问题》一文以网络文学改编的电视剧为研究范例。

在研究中还发现，中国作家协会网络文学中心（2024）《2023 中国网络文学蓝皮书》中可以看出网络文学内容题材以现实、玄幻、历史、古言、科幻为五大主流题材，但是，虽然科幻、历史等题材在网络文学中占有一定比例，但改编为网络短剧的比例较低。存在这一特殊现象的原因可能在于这些题材的叙事复杂性，难以在网络短剧的有限时长中得到充分表现。同时，制作方出于商业考虑，优先选择风险较小的都市和传奇题材。科幻等题材虽然具备创意和视觉冲击力，但高制作成本及观众接受度相对较低，限制了它们的改编空间。

基于本研究结果，可以推断出网络文学改编短剧的未来趋势可能继续沿着都市、传奇等高需求题材发展，除非市场和政策对多元题材的需求增加。此外，网络短剧内容创新的推动力仍主要依赖于市场反应，短期内较难打破题材单一的局面。未来，只有通过政策引导、观众审美提升以及行业自律，网络短剧的题材才能实现多元发展，艺术质量和文化内涵才能有实质性提升。

综上所述，中国网络短剧的改编现象虽展现出网络文学在影视领域的重要地位，但在题材重复单一、内容“模式化”及艺术质量提升方面仍面临诸多挑战。

结语

综上所述，网络短剧在网络技术新媒体领域的快速发展的形势下，成为一种新兴的视听艺术表现形式，在新媒体时代背景下与网络文学的紧密联系日益加深。网络短剧凭借其内容精炼、节奏紧凑以及传播渠道的灵活多变，迅速赢得了大量观众的青睐，成为当代视听文化的重要部分。同时，网络文学凭借着丰富的故事素材和庞大的受众基础，为网络短剧的创作提供了用之不竭的灵感源泉和动力。两者在融合与碰撞中，合力促进了网络视听产业的蓬勃发展与繁荣。

然而，在快速发展的背后，网络文学改编为网络短剧的过程中存在着题材内容重复与同质化、内容“模式化”及艺术质量较差，容易误导大众价值观等现象。这些现象的存在，不仅影响了作品的艺术价值和市场竞争力，也对观众的审美体验和价值导向产生了负面影响。

因此，若要为网络文学与网络短剧的健康发展保驾护航。首先，政府应该持续制定并完善相关政策规范，强化对网络视听内容的监督与导向作用，为行业的成长构建一个更为规范且有序的环境。同时，积极鼓励和扶持网络文学与网络短剧的创作及创新，打破题材束缚，探索内容多样化，进而提高作品的思想性、艺术性和文化价值。

其次，制作方应该持续加强对优质内容的支持力度，主动采取设立专项基金、举办创作大赛等方式，去激发创作者的创作热情和创造力。同时，优化盈利模式，找出商业利益与社会责任两者之间的平衡点，确保作品能够在实现经济效益的同时，也能传递正向价值观，满足观众对于精神文化的追求。

最后，制作者应不断提升自身专业素养和艺术修养，深入挖掘网络文学的深层意义和内涵，将其转化为生动、富有感染力的影像语言。在改编时，既要忠于原著，又要勇于创新突破，避免内容模式化和同质化，为观众提供更加别具一格的观看体验。

参考文献

- 艾媒咨询. (2023). 2023-2024 中国微短剧市场研究报告. <https://mp.weixin.qq.com/s/60rhhGxqBMjPnt1wTvZkIA>
- 卜文. (2023). 竖屏微短剧的视听特征及创新路径. 声屏世界, 12, 57-59.
- 国家广播电视台总局. (2020). GB/T 3156-2020—网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知. 北京: 国家广播电视台总局.
- 国家广播电视台总局. (2022). GB/T 3156-2022—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. 北京: 国家广播电视台总局.
- 国家广播电视台总局. (2022). GB/T 3156-2022—关于推动短剧创作繁荣发展的意见. 北京: 国家广播电视台总局.
- 哈特穆特·罗萨. (2018). 新异化的诞生(郑作彧, 译). 上海: 上海人民出版社.
- 姜静楠, 刘宗坤. (1998). 后现代的生存. 北京: 作家出版社.
- 李旋. (2024). 微短剧高度雷同导致审美疲劳. 光明网. https://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2024-06/19/nw.D110000gmrb_20240619_2-15.htm
- 孟宁馨. (2019). 论网络小说改编电视剧存在的问题. 西部广播电视台, 09, 97-98.

- 前瞻网. (2024). 2023 年中国网络短剧市场分析及未来发展趋势报告. <https://xw.qianzhan.com/analyst/detail/220/240208-ae7bbea1.html?r=1>
- 清华大学影视传播研究中心. (2024). 2023 年度短剧报告. <https://mp.weixin.qq.com/s/IBsJn5A1hnv3NnuRj3cBCA>
- 容本镇. (1994). “文化快餐”现象探析. 莆乡高等专科学校学报, 02, 35-38.
- 施佳慧. (2016). 微剧将成为视频消费的主餐. 戏剧之家, 19, 127-129.
- 温凤鸣. (2022). 微短剧产业现状、困境与内容创新策略. 视听界, 5, 27-32.
- 吴琰. (2012). 网络文学影视改编热现象分析. 名作欣赏, 20, 89-90.
- 赵光平. (2011). 从自由到捆绑——网络小说影视改编困境探析. 时代文学(上半月), 08, 245-246.
- 中国互联网络信息中心. (2024). 第 53 次中国互联网络发展状况统计报告. 北京: 中国互联网络信息中心.
- 中国社会科学院文学研究所. (2024). 2023 年中国网络文学发展研究报告. https://www.cssn.cn/wx/wx_ttxw/202402/t20240226_5734785.shtml
- 中国网络视听节目服务协会. (2024). 2023 中国网络视听发展研究报告. <https://www.sgpjbg.com/baogao/120545.html>
- 中国音像与数字出版协会. (2023). 2022 年度中国数字阅读报告. <http://m.cadpa.org.cn/3277/202306/41607.html>
- 中国音像与数字出版协会. (2024). 2023 年度中国网络文学发展报告. https://www.nppa.gov.cn/xxfb/ywdt/202407/t20240717_855509.html
- 中国作家协会网络文学中心. (2022). 2021 中国网络文学蓝皮书. <http://www.chinawriter.com.cn/n1/2022/0822/c404027-32507921.html>
- 中国作家协会网络文学中心. (2024). 2023 中国网络文学蓝皮书. <http://www.chinawriter.com.cn/n1/2024/0527/c404023-40244118.html>
- 重点网络影视剧信息备案系统. (2024). 2024 年 1 月全国重点网络微短剧规划备案公示. <https://shorturl.asia/aJWcH>
- 重点网络影视剧信息备案系统. (2024). 2024 年 2 月全国重点网络微短剧规划备案公示. <https://shorturl.asia/pY1dN>
- 重点网络影视剧信息备案系统. (2024). 2024 年 3 月全国重点网络微短剧规划备案公示. <https://shorturl.asia/ICxsH>
- 重点网络影视剧信息备案系统. (2024). 2024 年 4 月全国重点网络微短剧规划备案公示. <https://shorturl.asia/w0Hy2>
- 重点网络影视剧信息备案系统. (2024). 2024 年 5 月全国重点网络微短剧规划备案公示. <https://shorturl.asia/3xb1J>
- 重点网络影视剧信息备案系统. (2024). 2024 年 6 月全国重点网络微短剧规划备案公示. <https://shorturl.asia/48Mef>
- 重点网络影视剧信息备案系统. (2024). 2024 年 7 月全国重点网络微短剧规划备案公示. <https://shorturl.asia/Nf1tg>
- 周思灼. (2022). 短视频平台“微短剧”传播特征、困境与对策——以“快手小剧场”为例. 传媒, 10, 55-57.