

2026年春节档短剧刷出存在感

本报综合消息 2026年马年春节,短剧彻底登上国人娱乐的“主餐桌”。据悉,2026年春节档,免费观剧头部短剧平台红果短剧站内总观看量达336.1亿,总观看人次12.8亿,总点赞量3亿,总追剧人次1.1亿。从电视晚会、贺岁电影到移动端短剧,春节娱乐方式的变迁背后,是短剧对大众“碎片化”娱乐与“陪伴感”需求的精准回应。2026年春节档短剧市场,正完成从“量变”到“质变”的关键跨越。

春节看短剧 流量创新高

2026年春节档,红果短剧从农历腊月廿三至正月十五持续发力,千余部短剧与漫剧新作轮番上线,覆盖23个主题剧场,集结超60家头部厂牌的作品。《昼以继夜》《穿书富家妯娌,我和闺蜜齐上阵2》《十八岁太奶奶驾到,重整家族荣耀第四部》(以下简称《十八岁太奶奶4》)《糟糕,和闺蜜一起穿书后把反派玩儿坏了》《少夫人来自东北》五部短剧,实现播放量破10亿、热度值破1亿的双破亿成绩,成为春节档流量支柱。截至春节档收官,《昼以继夜》《十八岁太奶奶4》的观看量双双突破20亿。热播剧《一家三口在同班》《扫黑》《是离婚的关系》也跻身观看量破10亿阵营。

现象级爆款《十八岁太奶奶4》表现尤为亮眼,播前预约量破千万,预约用户贡献了46.45%的首播流量,上线后一举登顶红果热播榜、新剧榜、热搜榜三榜第一,全网话题量破10亿,其前三部作品在红果平台的总播放量超120亿,IP号召力尽显。《穿书富家妯娌,我和闺蜜齐上阵3》热度破1.3亿、预约超430万,系列IP的粉丝黏性可见一斑。

纵向对比去年春节档,红果短剧总观看量超出去年193亿,今年仅头部几部剧集便贡献了数十亿流量。这说明,短剧不再只是“电子榨菜”,是实打实的“电子年货”,正式成为春节假期核心文化消费形式之一。

行业冷思考 品质促发展

热闹背后,短剧行业并非没有问题。红果短剧相关负责人接受采访时坦言,平台在片单选择上始终坚持“挖掘优秀演职人员和制作团队,着重鼓励创新题材,筛选高品质剧本”。这一表态背后,折射出行业对内容质量的集体



重视。广电总局提高投资门槛,政策规范化与技术革命的双重推动下,短剧告别野蛮生长已成定局。

作为一线创作者,奇迹时代总制片陆叶的感受更为具体。他制作的《穿书富家妯娌,我和闺蜜齐上阵》系列三季表现均十分亮眼,面对观众反馈,他始终保持清醒。“成绩上感谢观众的热爱与支持,一些争议和批评我们也全盘接受。”他坦承,第三季在剧情节奏上确实存在问题:“‘追妻’的戏份本应适当删减、合并,第二季中这类情节已占较大篇幅,观众难免会觉得拖沓无聊。”对于观众“爽点够但逻辑弱”的评价,陆叶表示认可:“为了加快节奏,我们删除了部分原著内容,影响了剧情的逻辑性,后续会在剧本阶段重点关注这一问题。”

谈及系列化开发,陆叶认为这是短剧行业的必然趋势。“从商业角度而言,系列化能降低作品风险,制作方自然愿意在已取得成绩的作品基础上开发续作。短剧节奏更快,制作方可迅速立项续作以满足观众期待,这与传统影视剧的长周期开发有着本质区别。”

从创作层面来看,续作开发的难度并不亚于新作品——如何在延续IP核心魅力的同时实现内容创新,避免观众审美疲劳?对此,陆叶也强调,并非所有系列都会无限续写:“‘妯娌’系列不会有第四季了,几个核心角色的故事在

第三季已完整收尾,再写续作只会画蛇添足。”其团队已在筹备衍生作品《黑梦俱乐部》,该剧将与“妯娌”系列的部分角色产生剧情交织。

对于“短剧精品化”这一行业命题,陆叶给出明确判断:“‘短剧精品化’在2026年春节档正式定调。今年春节档榜单上的剧集有个共同特征,服化道考究、演员阵容优质、宣发集中到位。”

运营玩出新 互动添乐趣

内容之外,红果短剧在春节档的运营玩法也值得总结。

平台首次推出集卡赢现金活动,用户集齐卡面即可瓜分奖金池、赢取大额锦鲤红包;翻开卡牌背面,还能开出剧集盲盒——一边玩边看的模式,让追剧多了几分期待感。刘涛、唐国强、潘长江等明星通过直播拜年、同步看短剧,超20场剧组直播轮番上线,超30位明星演员现身直播间,分享拍摄趣闻、现场演绎剧中片段,空降评论区与观众实时互动。

平台还邀约演员、导演、编剧入驻社区。据悉,目前已有超1.6万名演员、超千名导演和编剧实名入驻,用户在评论区的每一条吐槽,都有可能被主创看到。

红果短剧相关负责人表示:“过去一年,平台持续推进创作者账号运营,邀请版权方、演员、编剧、导演等入驻,让创作者与观众能够围绕剧情展开实

时互动讨论。剧评外,短视频、图文、评论、弹幕等,都是与用户分享交流的优质入口。”从“单向观看”到“双向交流”,短剧的观看体验正被重新定义。

展望

AI漫剧入场 开启行业新风口

对于短剧市场的发展趋势,有业内人士指出,2026年将是“AI漫剧爆发元年”。目前,红果短剧已首次布局“漫剧剧场”,推出《斩仙台AI真人版》《第九档案馆》等作品,刷新行业纪录。红果短剧相关负责人解释了布局逻辑:“漫剧这一内容形式,可补充短剧在真实拍摄场景中难以呈现的科幻、灾难、奇幻等题材。2025年,平台上已涌现出大量优秀的漫剧作品和AI仿真真人剧作品,未来红果还将持续投入,挖掘更多好故事、好作品呈现给用户。”技术赋能下,IP的跨形态开发有了更多可能。

相关扶持政策也在同步跟进。抖音集团短剧版权中心推出精品漫剧激励政策,涵盖保底激励、原创IP激励、深度合作激励等方面。以近期公布的第二期政策为例,获得高评级的AI仿真真人剧,每分钟保底1万至3万元,每部剧保底90万至360万元;IP方面,番茄小说的原创头部IP,短剧版权中心将补贴100%的漫剧改编版权费用。资金到资源,平台正为AI漫剧的规模化发展铺路。

《熊猫奇遇记》上映

大熊猫题材填补纪录电影空白

本报综合消息 纪录电影《熊猫奇遇记》昨日起登陆全国艺术电影放映联盟专线。

影片以六只只年龄由小到大的熊猫为主角,系统讲述大熊猫诞生、成长、野化、放归、国际交流、“养老”生活的完整生命历程,既展现熊猫的萌趣可爱,也呈现中国在生物多样性保护和大熊猫科研繁育领域的长期努力与专业成果。

作为首次以电影方式对大熊猫进行全面系统梳理和深度观察解读的作品,影片在中国大熊猫保护研究中心专业指导下完成,全面涵盖大熊猫的演化历史、生物学特性、繁育保护、野化放归及国际交流等内容,填补了大熊猫题材电影的空白。影片特别邀请

配音演员王凯担任旁白,以其温暖而克制的声线,为观众讲述熊猫真实的生命故事。在保持科学严谨的前提下,让更多观众尤其是少年儿童,走进大熊猫的世界。

凭借独特的艺术价值与国际传播力,影片已先后入围第十五届北京国际电影节北京展映单元、第四届华语纪录电影大会国际传播类推荐影片,被“十四五”文化发展规划重大文化工程项目“国家影像典藏工程”永久收藏,获得第38届中国电影金鸡奖最佳纪录/科教片提名。该片由北京紫禁城影业有限责任公司、北京时间有限公司、北京广播电视台、四川广播电视台和四川卫视文化传播有限公司联合出品。

全国首部发证中剧完播研讨

单集20分钟的中剧正在兴起

本报综合消息 全国首部发证中剧《看得见风景的窗》自播出以来备受好评,研讨会日前在京举行,中剧新赛道受到行业关注。

作为中央广播电视总台自制的全国首部发证中剧,《看得见风景的窗》于1月19日在央视一套黄金档圆满收官。该剧以浙江海岛为背景,通过返乡青年与文艺导演相遇、相知、共同成长的温情故事,生动诠释了“绿水青山就是金山银山”的发展理念。该剧自开播以来,收视与口碑双双走高。据中国视听大数据(CVB)统计,该剧首播在电视大屏累计收视达1.3亿人次。

国家广播电视总局电视副司长冯胜勇表示,中剧是博采众长、推动创新的

破局者。在长剧变短、短剧变长的融合叙事下,中剧以单集时长20分钟左右的形态正在兴起。中剧精准契合品质化碎片时间需求,带来叙事美学新变革,适配跨屏观看习惯,是贯通长短视频的关键接口,是行业“减压阀”和创新“试验田”。

在中国传媒大学戏剧影视学院基础部主任、教授、博导,中传视听艺术研究中心主任赵晖看来,《看得见风景的窗》将短剧的节奏优势与长剧的叙事深度相结合,开辟了剧集创作的新思路。中国人民大学新闻学院视听传播系主任、副教授何天平认为,《看得见风景的窗》让“中剧”从一个概念,变成了一个可见的、可操作的、拥有独特行业逻辑的新赛道。