

中国长剧新突围:

拼故事拼人物拼共鸣

本报综合消息 近日,中国电视剧制作产业大会与上海电视剧制播年会接连启幕,作为行业年度“风向标”与“定音鼓”,两场盛会汇聚了政策主管部门、头部平台、制作方、主创与演员代表,直面当前行业最核心的焦虑——成本高企、流量退潮、短剧分流、创新乏力、赌爆款成常态等。

从政策定调到市场数据,从爆款逻辑到演员价值,从AI赋能到分账革新,一系列讨论逐渐凝聚出行业共识:长剧不会被替代,只会升级为精品化、高阶化的文化压舱石;爆款不能靠“赌”,要靠体系化、精品化、工业化的创作逻辑。

■长剧陷入“赌局式”困局

行业的爆款焦虑,本质是旧增长逻辑失效、新发展模式未立的转型阵痛。过去五年,长剧陷入“高投入、高风险、低成功率”的恶性循环:头部项目单集成本突破千万元,核心资源向流量明星、大IP、强营销集中,结果是爆款率不足10%,多数项目面临亏损或收益不及预期的困境。与此同时,微短剧以低成本、快节奏、强刺激抢占用户时长,2026年春节档千余部短剧集中上线,数量同比翻倍,进一步分流观众注意力,让长剧的“慢节奏”创作面临更大压力。“等一个爆款”成为行业普遍心态,创作陷入题材扎堆、套路重复、悬浮不落、弃剧率持续攀升的困境。

更严峻的是成本结构失衡:演员片酬占比过高、制作流程低效、营销投入水涨船高,导致投入产出比严重倒挂。中小制作公司面临融资难、播出难、回款难的三重困境,行业呈现“头部赌命、腰部失血、尾部出局”的分化。“爆款”焦虑背后,不仅是观众的失望,更是整个行业对可持续创作、健康生态、确定性收益的迫切渴求。

■长短互补厘清行业边界

要消除焦虑,两大年会首先为行业定调、定心、定方向,彻底厘清“长短之争”,破解“长剧将亡”的极端论调。

国家广播电视总局电视剧司司长冯胜勇在制作产业大会明确核心判断:微短剧是新兴文艺形态,长剧是品质压舱石,二者互补互促、各美其美,不存在“谁取代谁”。这一表述为行业稳定预期,也重新锚定了长剧的核心价值——长剧在文化深度、叙事厚度、价值承载上不可替代,是主流传播、文化

出海、时代记忆的核心载体。

中国视听大数据(CVB)进一步夯实长剧基本盘:2025年全国上星频道播出电视剧1023部、28.4万集,电视大屏累计收视总规模突破3020亿人次,月均同比增长7.5%;每日均收视时长81.8分钟,同比上涨1.6%。历史正剧《太平年》在CCTV-1收官,每集平均收视率2.490%、单集最高3.200%,创下CVB有记录以来古装历史剧收视纪录,大屏累计收视达11.4亿人次;现实题材《生命树》在CCTV-8热播,平均收视1.580%,累计收视5.4亿人次。权威数据与头部作品共同证明:优质长剧仍拥有全民级影响力,绝非“夕阳产业”。

主管部门同时直指焦虑核心,划出清晰发展底线:坚持去流量化、去悬浮化、去注水化,把观众当作“最后的主创”;坚决抵制天价片酬、争番位、现场讲排场等乱象,推动演员回归表演本质;平台要强化“做大市场”理念,推行数据公开透明,实现收益共享、风险共担。“放弃赌爆款,回归做内容”,成为政策层面对行业的核心指引。

■聚焦个体 拒绝“悬浮感”与“工具化”

2026一开年,长剧内容呈现“主流夯实底盘、创新打开增量”的新景象,爆款逻辑从“拼流量”转向“拼故事、拼人物、拼共鸣”,三大新趋势清晰呈现。

现实主义最核心的密码还是扎根生活的“真实感”,聚焦个体,把宏大主题落地为普通人的命运叙事,拒绝“悬浮感”与“工具化”。开年大剧《生命树》以普通人的生命历程串联时代变迁,豆瓣评分8.3,周播放量2.74亿,累计播放破10亿。该剧成为现实题材“去说教、重共鸣、强细节”的标杆,再



次证明“真实最有力量”。《好好的时光》《纯真年代的爱情》热播,聚焦家庭、成长与时代印记,“真实内容自带流量”。

历史正剧回归,《太平年》以严谨考据、精良制作、群像叙事,打破“历史剧曲高和寡”的刻板印象,实现主流价值与大众审美统一。从《太平年》的收视口碑佳绩可以看出,严谨的历史叙事同样能收获高热度,成为文化出海、价值传播的重要载体。古装赛道最近也有打破“古偶同质化”的收获。《逐玉》让田曦薇成为双平台热度破万女演员,角色从市井少女到女将军,完成类型突破。

行业专家冷凇提出“新五样”创作方向:地域特色、人物传记、新涉案、心理情感、职业生态,为类型创新提供清晰路径。

■长剧或可形成几大新打法

结合两大行业盛会共识,2026年长剧或可形成几大新打法,从根源上缓解爆款焦虑,推动行业走向长效发展。一是精品化战略,严控产量,提升单部投入,放弃“广撒网”模式,追求品质溢价与长尾价值。老剧流量占比近50%,证明优质内容具备时间复利。2026年将重点聚焦四类作品:史诗级IP系列、强作者作品、社会议题深度剧、技术先锋剧,以“少而精”打造可持



续爆款;二是主流深耕+创新突破的“组合拳”。现实、历史、年代等所谓主流赛道做深做透,而高概念、新类型、垂类题材的创新赛道则大胆突破,吸引年轻受众,避免单一赛道依赖,降低风险;第三,一鱼多吃,构建长效价值的“IP生态化”也有望变为现实,越来越多从业者意识到,只有围绕核心IP进行全产业链开发,包括衍生短剧、电影、综艺、游戏、电商、文旅,打造IP宇宙,实现“一部剧、多收益”,才能最终摆脱单一作品成败的影响,构建长效创作生态。

2026年,是中国长剧继续转型的一年。短剧冲击、AI重构、政策引导、市场洗牌,推动行业从规模扩张转向价值深耕。从《太平年》的历史厚重到《生命树》的现实温暖,从演员回归演技到AI赋能创作,从分账激活腰部到台网协同共赢,中国长剧要摆脱“赌爆款”的焦虑,要坚决走向精品化、差异化、工业化、生态化的新发展路径。或许,此刻焦虑的本质是旧模式的落幕与新模式的诞生;当行业回归内容本质、拥抱技术变革、创新商业模式、坚守文化初心,动作频频变形的“赌爆款”才会逐渐成为历史,偶然的“爆款”将转化为可持续的优质内容产出。

长剧不会消亡,只会升级为文化标杆,2026年,期待一个更健康、更繁荣、更有生命力的长剧新光谱。

国产片矩阵出海 类型佳作多点开花

本报综合消息 虽然2026年春节档已落幕,但多部国产春节档影片在海外接力登场,从北美到东南亚,从大洋洲到欧洲,这批题材各异的国产电影形成势头强劲的海浪。

猫眼专业版及片方数据显示,多部春节档影片海外战绩斐然。武侠巨制《镖人之风起大漠》全球票房迄今已突破1.95亿美元,在东南亚市场表现尤为突出:马来西亚票房破1000万马币,成为2026年贺岁电影冠军;新加坡累计票房逾126万坡币,多周蝉联周末票房冠军。《镖人之风起大漠》在北美地区同样表现稳健,连续6天登顶华语电影票房榜首。喜剧续作《飞驰人生3》携国内热映之势,在北美、大

洋洲等地超过500家影院同步上映,海外上映首周末累计票房逼近200万美元,成为多地春节档华语影片票房冠军。此外,悬疑犯罪片《惊蛰无声》在北美、马来西亚、澳大利亚等市场收获稳定票房;《熊猫计划之部落奇遇记》《星河入梦》等影片也分别在东南亚、英国等市场取得突破。

业内人士认为,这些影片能够在海外市场各展所长,源于各自不同的类型优势与文化底气。《镖人之风起大漠》凭借独特的东方美学与叙事魅力,以硬核写实的江湖气质、扎实利落的动作场面走出国门,赢得海外观众广泛认可。《飞驰人生3》则以工业化制作水准和类型片的成熟表达,在海外以IMAX、4DX、

ScreenX等多制式同步上映,让观众沉浸式体验赛车的速度感。《惊蛰无声》《夜王》等作品凭借悬疑、动作等通用类型语言,受到不少海外观众的喜爱;《熊猫计划之部落奇遇记》集结成龙等喜剧明星,凭借大熊猫的亲合力走向海外;《星河入梦》则以硬核科幻质感尝试进入英国市场,共同丰富了中国电影出海多元图景。

2026年春节档影片的海外征途,见证了中国电影走向世界的步伐。无论是武侠的侠义精神,还是赛车的热血梦想,抑或悬疑的烧脑张力、科幻的未来想象,这些影片的东方叙事正以更成熟的姿态跨越文化藩篱,赢得全球观众的共鸣。

