

孙文涛◎主编

# 中国网络剧微电影 传播概论

中国广播影视出版社

国家新闻出版广电总局部级  
社科研究项目成果

# 中国网络剧微电影传播概论

孙文涛 主编

中国广播影视出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国网络剧微电影传播概论 / 孙文涛主编. —北京:  
中国广播影视出版社, 2016. 7

ISBN 978-7-5043-7731-9

I. ①中… II. ①孙… III. ①网络电视—电视剧—  
传播学—研究—中国 ②电影学—传播学—研究—中国  
IV. ①J9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 183542 号

## 中国网络剧微电影传播概论

孙文涛 主编

---

责任编辑 史闻峰

封面设计 亚里斯

---

出版发行 中国广播影视出版社  
电 话 010-86093580 010-86093583  
社 址 北京市西城区真武庙二条9号  
邮 编 100045  
网 址 www.cntp.com.cn  
微 博 http://weibo.com/cntp  
电子信箱 cntp8@sina.com

---

经 销 全国各地新华书店  
印 刷 北京顺天意印刷有限公司

---

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16  
字 数 232(千)字  
印 张 15.25  
版 次 2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5043-7731-9  
定 价 38.00 元

---

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

## 编 委 会

主 任：陶嘉庆

主 编：孙文涛

编 委：袁 敏 孙文涛 包逸之 程征

作 者：黄薇莘（绪言、引言）

鲍 楠（第一章）

邓思思（第二章）

张 霁（第三章）

郑笑冉（第四章）

史文璇（第五章）

# | 序 |

陶嘉庆

当前，基于互联网的新兴媒体以超乎寻常的速度发展与创新，各种新业态、新服务、新产品层出不穷，成为人们获取资讯、休闲娱乐的新渠道、新方式。经过十多年的发展，网络视听新媒体成为了互联网行业生态最丰盈、活力最丰沛的领域。截至目前，视频流量占互联网流量的70%以上，网络视听新媒体行业规模近400亿元。可以说，视听新媒体已跨入主流媒体行列，具有强大的传播力影响力。

网络剧、微电影是视听新媒体传播内容的新形态，是新时代影视文艺作品中的生力军。互联网技术发展引领了整体传播环境的裂变，媒介传播环境的深刻变革提供了网络剧、微电影发展的大背景，“互联网+”与媒介融合的时代潮流催生了网络剧、微电影市场的大繁荣。据不完全统计，2015年国内网络剧达800部12000集、微电影近20000部，2016年的数量还在不断攀升当中。

网络剧、微电影是传统影视剧在互联网时代的延伸，既承袭了影视艺术的特征，又具有互联网基因。在当前网上网下思想活跃、观念碰撞、文化交融的背景下，网络剧、微电影领域也存在价值扭曲、浮躁粗俗、娱乐至上、唯市场化等问题，作品创作突出地存在着有数量缺质量、有“高原”无“高峰”的现象。

习近平总书记在文艺座谈会上提出，“互联网技术和新媒体改变了文艺形态，催生了一大批新的文艺类型，也带来了文艺观念和文艺实践的深刻变化。……我们要扩大工作覆盖面，延伸联系手臂，用全新的眼光看待他们，用全新的政策和方法团结、吸引他们，引导他们成为繁荣社会主义文



艺的有生力量。”近年来，国家新闻出版广电总局高度重视网络剧、微电影，坚持“重在建设和发展、管理、引导并重”的方针，相继出台相关规定，加强内容管理，创新管理方式，规范传播秩序，让正能量引领网络剧微电影发展。2014年，总局在全行业启动了“中国梦”主题原创网络视听节目评选活动。活动中涌现出的优秀作品或讲述英雄人物和先进人物事迹，或展现淳朴真切的亲情、爱情、友情，或倡导人际和谐、友善、互助，或宣扬社会公德、个人美德和家庭美德，温馨感人、引发共鸣，具有很强的吸引力和感染力。它们讲述中国故事、传播中国精神、弘扬中国文化，具有强大的价值引导力、文化凝聚力、精神推动力。

本书是在2013-2014年度国家新闻出版广电总局社科课题研究项目的资助下，由国家新闻出版广电总局监管中心同仁集体完成的。作为视听新媒体监管国家队，这支队伍从中国互联网音视频形态诞生之初，便承担起对网络视听节目、手机电视和互联网电视的监看职责；作为亲历者和见证者，一直将观察、研究视听新媒体新形态新业态的发展、变化作为己任；先后多次承担了以视听新媒体为研究对象的总局部级社科研究项目，完成专著包括《网络新视界——网络视听节目传播研究》《网络时代的影视版权保护与展望》等；发表了30余篇视听新媒体传播与管理论文和文章，包括《网络剧的发展现状与监管思考》《浅析我国微电影的现状与发展趋势》《短视频的网络传播现状分析》等。这些专著与研究论文有的致力于梳理网络视听节目形态，有的致力于探究网络影视版权“乱象”寻求化解之道，有的致力于厘清网络剧、微电影之发展状况，为业界、学界和政府管理部门提供有益参考。

在网络剧、微电影作品急剧增长、行业生态快速变化、复杂管理问题不断涌现的今天，探究网络剧、微电影这一新业态的缘起，厘清行业现状，研究传播形态，摸索传播规律，研究它带来的社会影响，非常有意义。这本书紧密围绕网络剧、微电影，循着作品创作、传播方式及传播效果的逻辑脉络展开，基于发展现状与凸显的问题，展望网络剧、微电影未来，提出中肯的发展建议。

本书作者不仅是视听新媒体监管工作中的业务骨干，还对“热运行”中的行业进行着“冷思考”，致力于视听新媒体行业的健康发展。他们历经

重重困难，数易其稿，最终完成这本专著，实属不易。

最后，特别感谢国家新闻出版广电总局社科项目管理办公室和项目评审组的领导和专家们。正是因为他们的支持和鼓励，本书被列入国家新闻出版广电总局 2013-2014 年度的部级社科项目，最终得以顺利完成并公开出版。

本书的出版，如果能为推动中国网络剧微电影的健康繁荣发展尽绵薄之力，我们将十分欣慰。

2016 年 4 月 8 日

(作者为国家新闻出版广电总局监管中心主任)

## | 绪 言 |

2014年10月，习近平总书记在文艺工作座谈会上，从实现中华民族伟大复兴中国梦的战略高度，对文艺事业的地位和作用、对文艺工作者的历史使命和责任做出精辟概括和深刻论述。总书记强调文艺是时代前进的号角，最能代表一个时代的风貌，最能引领一个时代的风气；强调要通过更多有筋骨、有道德、有温度的文艺作品，书写和记录人民的伟大实践、时代的进步要求，彰显信仰之美、崇高之美；强调要坚持以人民为中心的创作导向，努力创作更多无愧于时代的优秀作品，弘扬中国精神、凝聚中国力量，鼓舞全国各族人民朝气蓬勃迈向未来。广播影视作品是文艺作品的重要形式之一，是诉诸听觉和视觉的媒体，它能最直接地影响人们的思想境界和道德情操，具有不可估量的精神引导作用。进入新世纪，随着时代的发展、技术的进步和人们日益增长的精神文化的需要，脱胎于影视剧的网络剧、微电影随之产生。

作为传统媒体和新媒体融合发展的一种典型形态，网络剧、微电影的发展受市场和政策的双重支持和驱动，近年来蓬勃发展。2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，明确提出，要推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管





理等方面的深度融合，要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进。另一方面，网络视听产业规模正快速增长。从以往以贴片广告、冠名广告为主的单一盈利模式，到现在以知识产权 IP<sup>①</sup> 为核心连接网络文学、动漫、网络剧与游戏、电商等上下游环节的多种盈利模式，网络视听产业正成为“互联网+”时代浪潮中的佼佼者。可以说，中国的网络剧、微电影迎来了发展的历史新机遇。

《中国网络剧、微电影传播概论》一书的研究和撰写工作正是在这一背景下开展的。我们见证中国视听新媒体的历史，见证中国网络剧、微电影起步发展的历史。站在历史的洪流中，我们愿意从传播学角度，对中国网络剧、微电影进行全景式的研究，尝试给出网络剧、微电影的准确和权威的定义，以科学严谨的方式给出网络剧、微电影的分类，以大量真实案例加以辅助说明，以全面、翔实、多维度的数据给出作品数量、制作机构、作品传播规模、节目收视等情况。以期在读者掩卷而思时，能知晓一部网络剧、微电影从诞生到走红的路径。

## 二

目前我国网络剧、微电影的生产在数量、种类上都在快速攀升，题材涵盖范围日益丰富，网民浏览和关注度持续高涨。根据《中国电视剧（2014）产业调查报告》数据显示，仅在2014年的网络自制剧数量就已经超过了之前数年累计数量的总和。根据美兰德电视媒体“2013年9月至2014年8月网络自制剧视频点击量TOP30（亿次）”的监测与研究数据显示：《屌丝男士3》《暗黑者》《万万没想到》《万万没想到2》《废柴兄弟》《屌丝男士》《STB 超级教师》《灵魂摆渡》《嘻哈4重奏5》成为点播量过亿的前十强作品。在微电影的生产规模方面，2014年上半年，仅用于投拍微电影及网络剧的金额总量就已高达30亿元，2014年整个微电影市场占有率已破100亿元，预计3年后将达到1000亿元以上。业界人士预言，未来网络剧、微电影产业将成为影视文化产业发展势头最强劲的生力军。

<sup>①</sup> Intellectual Property，主要指可以被改编的知识产权内容。

伴随产业规模迅猛发展，针对网络剧、微电影的研究成为近年学界热点。利用 CNKI 中国知识资源总库对网络剧、微电影相关学术论文进行检索，把题名作为检索项、“网络剧”（或“自制剧”）“微电影”作为检索词，其中，“网络剧”（或“自制剧”）共查询到 216 条记录，“微电影”共查询到 132 条记录（截至 2015 年 11 月）。根据查询结果，网络剧、微电影这一新的创作形态早在 2002 年便已受到一些专家学者的关注。

通过对文献进行分析与梳理，我们发现，学界对于网络剧、微电影的研究呈现出多学科解读的鲜明特点。涉及的主要学科有广告营销、艺术欣赏、拍摄技术、新闻传播、社会管理等；研究重点集中在叙事艺术研究、内容制作、主流文化价值导向探究等。广告营销学科，主要从广告策划角度，对网络剧微电影广告营销方式及其效果进行研究；艺术欣赏学科，主要从叙事艺术角度，将当前网络剧的叙事类型分为“青春励志+时尚幽默+理想主义”“浪漫爱情+搞笑煽情+戏谑问情”“现代白领+新派大胆+现实主义”“科幻推理+黑色幽默+非现实主义”“时代女性+闺中密事+女性主义”，叙事方式分为“超文本的非线性叙事”“互动叙事”“选择式、开放式的随机性叙事”等；新闻传播学科，主要从网络剧微电影的传播规律和特征入手进行研究；社会管理学科则从网络剧微电影产生的社会影响进行研究，提出要重视和强化网络剧微电影管理。

### 三

受国家新闻出版广电总局部级社科研究项目资助，由国家新闻出版广电总局监管中心常年从事视听新媒体监管的同仁历经一年有余，数易其稿，完成此项研究，并将成果汇集成书。该团队从国内网络视听传播诞生之初便以观察、研究视听新媒体新形态、新业态为己任，研究专著包括《网络新视界——网络视听节目传播研究》《网络时代的影视版权保护与展望》等，以及 30 余篇视听新媒体传播与管理论文和文章，包括《网络剧的发展现状与监管思考》《浅析我国微电影的现状与发展趋势》《短视频的网络传播现状分析》等。这些专著与研究论文有的致力于梳理网络视听节目形态，有的致力于探究网络影视版权“乱相”寻求化解之道，有的致力于厘清网



络剧、微电影之发展状况。

本书在以往研究经验的基础上综合应用了文献研究法、定量分析法、调研访谈法、跨学科研究法、比较分析法等多种方法对网络剧、微电影的发展与传播进行研究。通过文献研究法，搜集国内外学界与课题相关的专著、论文及新闻评论等文献资料，以及相关政策及专家解读，探究网络剧、微电影的发展历程以及相关理论，如传播学理论、中国互联网内容管制理论等；通过定量分析法，对网络剧、微电影相关数据进行跟踪分析和定量研究；通过调研访谈法，深入网络剧及微电影制作团队、网站等主流网络服务提供商，新媒体影视研究机构或单位、相关行政主管部门等进行访谈，掌握第一手研究资料；通过跨学科研究法，综合运用社会学、管理学、传播学、计算机技术等学科知识，对本项目进行多角度、跨学科研究；通过比较分析法，借鉴其他国家尤其是网络剧、微电影较为发达的国家已有经验，参考传统电影、电视剧发展脉络，探讨适应我国国情的网络剧、微电影发展传播模式。

本书分为五章，循着作品创作和制作机构、传播类型和特征、传播效果、发展未来的逻辑脉络展开。在作品创作层面，侧重研究网络剧、微电影作品的内在特质，从符号形式和传播媒介这两个角度切入，阐述网络剧、微电影的“娱乐至上”“反传统”“网络化审美”等特质。在作品制作方面，侧重研究制作机构的发展战略和市场构成，管窥产业风云。在作品传播层面，侧重研究网络剧、微电影的传播形态，包括“视频分享网站视听节目”“P2P 网络电视视听节目”“P2P 下载视听节目”“影视论坛视听节目”等；在作品影响层面，侧重研究传播的时代背景、传播环境及受众分析等。在最后，基于发展现状与凸显的问题，我们对网络剧、微电影的发展未来进行展望，提出“内容为王、创新思维”“全媒体宣传互动”“平衡广告植入”等发展建议。在本书的最后，我们集纳了 2005 年以来具有代表性的 50 部网络剧、微电影，对其制作信息和节目内容进行介绍，对节目进行简短评论。我们试图通过这些实例，更生动翔实地讲述中国网络、微电影的传播故事。

在本书的研究和撰写过程中，我们遇到不少困难：一是网络剧、微电影作为近年来出现的新兴网络视听业务，行业发展速度惊人，制作主体复杂多元、风格各异，其特征不易准确把握；二是文献搜集面临困难，

业内尚无成熟的研究成果以及全面、准确、权威的统计数据，本项目需自行搜集原始数据；三是面对大量的、繁杂的数据，缺乏专门分析技术手段，仅靠人工统计分析，科学性、准确性难以保证。在接近两年的研究过程中，我们力图对网络剧、微电影进行全面、系统性的研究，而非仅从内容特征、商业价值等某个侧面切入进行讨论；我们利用监管中心自行研发的软件对网络剧、微电影相关数据进行采集，同时选取爱奇艺、搜狐、腾讯、乐视、优酷等大型视听网站，对海量的作品进行跟踪分析，进行定性研究和定量分析；充实大量丰富而典型的案例，增强本书的实用性和可查阅性。

如若能为广大行业从业者（机构和个人）、监督管理部门、高校相关专业师生全面了解中国网络剧、微电影提供若干有价值的参考，为社会上对网络剧、微电影感兴趣人士提供一些启发则不胜荣幸。

# 目 录 | CONTENTS

绪 言 .....	I
-----------	---

## 导 论

第一节 视听江湖十年风雨路 .....	1
一、视频缘起期：2004 年-2005 年 .....	1
二、高速发展期：2006 年-2008 年 .....	2
三、格局初显期：2009 年-2012 年 .....	3
四、成熟发展期：2012 年至今 .....	4
第二节 网络剧、微电影概念界定 .....	6
一、网络剧概念 .....	6
二、微电影概念 .....	7
第三节 十年磨一剑 扬眉剑出鞘 .....	9
一、缘起：2005 年 .....	9
二、发展元年：2010 年 .....	10
三、井喷发展：2011 年-2013 年 .....	11
四、行业集中度急剧提升：2014 年至今 .....	12

第四节 网络剧、微电影发展驱动力 .....	14
一、“互联网+”时代的必然产物 .....	15
二、网民日益高涨的文化需求 .....	15
三、传统内容创作人才跨界触网 .....	16
四、受众注意力的碎片化 .....	16
五、各项政策促优质原创作品问世 .....	17

## 第一章 网络剧、微电影作品

第一节 网络剧、微电影的基因 .....	20
一、逐利之心——因网络视听产业高度竞争而诞生并为其服务 .....	20
二、娱乐至上——吸引网民观看的主要因素 .....	25
三、反传统——源于互联网技术特点的文化特征 .....	27
第二节 网络剧、微电影的审美特征 .....	31
第三节 内容：故事、人物 .....	33
第四节 形式：叙事、对白 .....	38

## 第二章 网络剧、微电影制作和市场

第一节 制作机构变迁 .....	44
一、版权争夺与内容同质化困境 .....	44
二、视频网站差异化独播模式的形成 .....	46
三、专业内容生产制作团队的加入 .....	53
第二节 商业模式新特征 .....	54
一、营收结构多元发展 .....	55
二、优质 IP 成为多屏、跨界融合粘合剂 .....	56

第三节 市场 .....	58
一、制播规模 .....	58
二、用户特征 .....	62
三、营销案例 .....	64

### 第三章 网络剧、微电影传播形态分析

第一节 网络视听节目主要形态 .....	74
一、视频分享网站视听节目 .....	74
二、P2P 视听节目 .....	74
三、影视论坛视听节目 .....	75
四、移动互联网视听节目 .....	76
五、视频搜索视听节目 .....	76
六、IPTV 视听节目 .....	77
七、互联网电视视听节目 .....	77
第二节 网络剧、微电影的接收终端 .....	78
一、通过 PC 终端收看 .....	78
二、通过移动终端收看 .....	80
三、通过互联网电视收看 .....	83
四、通过 IPTV 收看 .....	86
第三节 网络剧、微电影传播特征 .....	87
一、覆盖广泛的传播主体 .....	87
二、开放的传播方式 .....	88
三、多样的收看终端 .....	91
第四节 网络剧、微电影传播渠道 .....	94
一、依托视频网站传播 .....	94
二、依托专业平台传播 .....	98



三、依托网络社区传播 .....	100
四、依托自媒体传播 .....	101
<b>第五节 网络剧、微电影传播形态</b> .....	<b>103</b>
一、模仿式的传播形态 .....	103
二、IP 化的传播形态 .....	104
三、病毒式的传播形态 .....	105
四、O2O 式的传播形态 .....	107
五、颠覆式的传播形态 .....	109

## 第四章 网络剧、微电影传播效果分析

<b>第一节 顺应“互联网+”与媒体融合潮流</b> .....	<b>112</b>
一、融合的嬗变 .....	112
二、长尾的形成 .....	115
<b>第二节 受众核心地位的凸显</b> .....	<b>119</b>
一、“注意力”过载对受众身份的重构 .....	119
二、用户实现本位逆转 .....	125
<b>第三节 优质 IP 引领粉丝生态</b> .....	<b>132</b>
一、适应分众化、差异化传播趋势 .....	132
二、巨头发力粉丝经济 .....	137
三、碎片化、快餐化收视习惯的养成更需引导 .....	142

## 第五章 网络剧、微电影的未来

<b>第一节 网络剧、微电影现存问题分析</b> .....	<b>150</b>
一、内容格调弊端显现 .....	150



二、制作水准参差不齐 .....	155
三、广告植入“简单粗暴” .....	156
四、行业管理相对滞后于发展 .....	157
<b>第二节 网络剧、微电影未来发展环境及战略分析 .....</b>	<b>161</b>
一、分析模型介绍 .....	161
二、对网络剧、微电影的 SWOT-PEST 分析 .....	165
<b>第三节 网络剧、微电影未来发展展望 .....</b>	<b>176</b>
一、内容为王，创新思维 .....	177
二、制作团队专业化 .....	179
三、联动宣传，全媒体互动 .....	182
四、平衡广告植入比例，拓展新型盈利模式 .....	184
五、以 IP 为核心，打造发展模式新格局 .....	186
<b>附录一 热门网络剧介绍与剧评 .....</b>	<b>188</b>
<b>附录二 热门微电影介绍与剧评 .....</b>	<b>210</b>
<b>后 记 .....</b>	<b>222</b>