



老记伏枥

联系电话
17708339062

4月12日，一场并不盛大的开机仪式，在黔江区金溪镇山坳村的山坳里举行。没有红毯，没有聚光灯，只有一队扛着摄像机的摄制组和一群围在镜头外的村民。

微短剧《山坳村的故事》开机，似乎只是一次普通的乡村影像记录。但在2026年的春天，这个个案的背后，是一整座城市在千亿短剧赛道上的真实竞速——从偏远的山坳村，到两江新区被称为“竖店”的短剧工业基地，重庆正在完成一场从“天然影棚”到“内容工厂”的产业跃迁。

2025年，中国微短剧市场规模突破600亿元、用户规模逼近7亿。而重庆，已经悄然跻身全国短剧制作前三强，年产出优质短剧近800部，相关企业约1892家，全市广播电视作品斩获国家部委级奖励28项。



开机仪式现场

重庆竞速千亿微短剧赛道 年产近800部跻身全国前三

2025年，中国微短剧市场规模突破600亿元、用户规模逼近7亿

短剧讲述驻村干部扶贫事迹

《山坳村的故事》以全国脱贫攻坚先进个人、重医附二院干部刘昶的扶贫事迹为主线展开。刘昶积极响应国家号召，投身到山坳村的扶贫与乡村振兴工作中。他扎根在这片相对贫困的土地上，用自己的智慧和汗水，为山坳村的发展带来了新的希望与活力。

刘昶曾是重庆医科大学附属第二医院保卫科副科长。2017年9月，他来到山坳村。驻村期间，他充分发挥自身优势，结合山坳村的实际情况，积极探索产业振兴之路。他深知，产业是乡村发展的根基，只有产业兴旺，村民的生活才能有保障，乡村才能真正实现可持续发展。于是，他全身心投入到打造特色产业的工作中。

“要让村民富起来，得先解决就业。”他这样对摄制组说。他动员在广东做专业护工的村民田维仙返乡，创立“金溪护工”扶贫品牌。从组织培训、规范管理到推荐上岗，他一竿子插到底。该品牌已培训护工373人，稳定就业202人，人均月收入4000元。不止田维仙，他还两次前往湖北，动员退役军人刘廷荣回乡创办“金溪被服”扶贫车间，累计吸纳建档立卡贫困户61人、残疾人15人就业，订单生产超2000万元。

到2020年底，山坳村建卡贫困户80户330人全部脱贫。金溪镇镇长何飞在开机仪式上说：“山坳村从一个贫困村，逐渐成为产业兴旺的美丽乡村。”

一部微短剧的诞生，离不开重庆微短剧产业日益成熟的生态环境。

重庆微短剧制作排全国第三

32岁的短剧演员洋珂刚刚度过了一个忙碌周末，今天，他又要投入到另一部短剧的拍摄中。他主演的穿越商战短剧《古今奸商：我的商业版图横跨两岸》在红果上线后热度突破4100万。

8年前，他还是一名法律系毕业生，一度迷茫。2022年回到重庆后，他先成为抖音达人，后又扎进短剧赛道。如今他保持着每月2至3部剧的产量。“把每部短剧都拍出电影质感，让更多人记住‘重庆演员’这四个字。”他对记者说。

据查查2025中国微短剧制作实力城市榜单显示，重庆位居全国第三。重庆微短剧相关企业1892家，“微短剧+文旅”模式带动两江新区水土老街半年消费超1600万元。

重庆历来是全国影视剧组青睐的取景地。4月12日，在两江新区水土新城，

一座闲置商业体被改造为拥有300余个实景场景的短剧拍摄基地，多个短剧正在火热拍摄。在这个被称为“竖店”的基地里，一场“总裁就任典礼”的戏份刚刚喊卡，导演便拎着剧本快步走向隔壁办公室。走廊另一头，几名演员正在快速换装——刚才还是身着职业装的“律师”，转眼便要换上病号服扮演“重症患者”。

在基地内部，上世纪90年代的布景与欧美古堡、豪华别墅、警察局、庭审室、医院病房等场景应有尽有，每一个场景都在被剧组密集使用。基地负责人曾奇介绍，这种“拎包入住”式的一站式服务，让剧组无需转场即可完成拍摄，效率提升超30%。基地每年接待近千个剧组，年产短剧超700部，一部40集短剧最快4天即可杀青。“你甚至可以只带剧本来，导演、演员、道具、器材……在影视基地都可以一站式解决。”

从山坳村的田间地头到“竖店”的标准化片场，重庆正推动影视生产从“手工作坊”向“现代工业”升级，实现从“场景商超”到“内容工厂”的跨越。重庆大学美视电影学院常务副院长范蓓认为，重庆微短剧产业的快速崛起绝非偶然。“重庆拥有众多影视专业传媒公司，在内容生产、平台运营和拍摄场地等方面具有显著优势。”他说，自2023年起微短剧迎来爆发式增长，重庆凭借得天独厚的城市景观和日益完善的产业配套，迅速在全国版图中占据一席之地。但他同时提醒，微短剧项目组织化程度较高，重庆虽处于全国领先地位，仍需进一步提档升级，亟需具备更强审美能力和专业技能的新生力量加入。

“量”的扩张转向“质”的竞争

“我们在进行一场内容的突围。”走进麦芽传媒的大楼，这句内部流传的话随处可见。

洋珂的签约公司麦芽传媒，是重庆短剧产业的“发动机”。这家成立于2015年的两江新区企业，从MCN机构起家，2023年切入短剧赛道，2025年全年产出约800部短剧，全网粉丝突破8亿，2025年入选“全国成长性文化企业30强”。

精品化是麦芽的核心策略。其自制爆款《小小球神不好惹》以9074万热力值登顶年度短剧榜单；业内首部聚焦摩托产业的年代方言励志微短剧《铁骑逐风》，以重庆摩托车产业崛起为背景，上线后全网综合曝光量近2.5亿。在《铁骑逐风》中，一句地道的重庆话“莫慌，慢慢来”，被不少观众反复刷屏。

“我们的方法论是——价值有共鸣、节奏抓人心、形象有温度。”麦芽传媒公共事务总监唐会余说。

“短剧行业已进入精品化深耕阶段。只有拥抱精品化，短剧才能具备更高商业价值和艺术价值。”麦芽传媒副总

裁杨光伟说。

在3月24日召开的重庆市广播电视精品发布会上，市广电局党组书记、局长严兵强调，全市广播电视精品创作要加快推出更多具有重庆辨识度和充满烟火气的精品力作。他特别提到，重庆是广受认可的“天然摄影棚”，巴渝文化、抗战文化、移民文化在此交相辉映，要将这些文化资源转化为“渝派”视听内容的独特竞争力。

麦芽传媒并非孤例。重庆四月联盟2024年承制短剧119部，位居全国承制方百强榜首；重庆昆羽影视出品国内首部AIGC空战微电影《带我去飞》，获腾讯视频年度AI电影。投流数据佐证了重庆的分量：2024年重庆以19亿元投流金额位居全国第二，其中四月联盟以9.27亿元高居榜首。重庆已形成协同发展的短剧产业矩阵。

市政协委员、重庆宽田文化创意孵化运营有限公司总经理喻春喜认为，微短剧是数字内容经济的新增长极，重庆的短剧产业之所以能跻身全国前三，关键在于形成了完整产业链。但他也强调，重庆的短剧产业正从“量”的扩张转向“质”的竞争，如何保持内容创新力和文化辨识度，将是决定重庆能否从“短剧制作大市”迈向“短剧内容强市”的关键。

“微短剧+”是重庆换道超车之路

当多数城市仍在“霸总”“甜宠”中内卷，重庆选择以“微短剧+”定义未来风向。

3月24日，在两江影视动漫文创园的发布会上，“微短剧+运动”创作计划正式启动。国际运动健将官鑫、举重世界冠军李大银、全运会射击冠军范馨月同台助力，示范项目《韵动之城》概念宣传片同步首发。这是重庆响应国家“跟着微短剧去运动”倡议的先行示范。

与2023年相比，2025年重庆市电视剧备案申请量和通过量分别增长200%、233%，重点网络影视剧审查发行量上涨72%。

“希望通过激励政策，让好作品有好回报，形成大家愿意创作精品的正向循环。”严兵在发布会上说。重庆已出台重大文艺精品创作资助奖励办法、科技影视产业高质量发展激励政策，对新引进头部文化企业最高奖励500万元。

“重庆已绘就清晰的发展蓝图。”喻春喜表示，2026年全国微短剧市场规模预计将突破千亿元。按照重庆相关实施方案，到2027年，全市将储备500个以上网络影视剧项目，并推出50部以上“渝字号”爆款作品。与此同时，各区县也在微短剧领域积极发力：永川区布局AI微短剧影视基地，南岸区探索以AI技术赋能视听产业，各区县正逐步形成协同发展的良好格局。

上游财经-重庆晨报记者 郑三波



拍摄现场