

浅析短视频在融媒体时代的发展方向

吴强

盐津县融媒体中心，云南省昭通市，657500；

摘要：在媒介融合加速演进的当下，短视频以其碎片化、强互动、易传播的特性成为重塑信息传播格局的核心力量。本文基于技术革新、内容创新、商业模式转型三维框架，结合 2024—2025 年行业前沿案例，系统分析短视频行业突破同质化瓶颈、构建可持续生态的路径。研究发现，AIGC 技术已实现短视频工业化生产，元宇宙场景推动传播形态向沉浸式交互演进，而“内容即服务”的商业模式正重构产业价值链条。本文旨在为融媒体时代短视频产业的高质量发展提供兼具理论深度与实践价值的战略参考。

关键词：短视频；融媒体；技术创新；内容生态；商业模式

DOI：10.64216/3080-1516.25.04.053

引言

随着 5G 网络覆盖率突破 85%、生成式人工智能技术渗透率超 60%，融媒体时代的信息传播格局正经历深刻变革。据《2025 中国短视频产业白皮书》显示，我国短视频用户日均使用时长已达 118 分钟，市场规模突破 7800 亿元，成为用户注意力争夺的主战场。然而，行业在快速发展中面临三重矛盾：技术迭代速度与内容创意滞后的落差、流量逻辑与价值传播的冲突、商业变现单一化与生态多元化的失衡。深入探究短视频在技术融合、内容破圈、商业创新方面的发展方向，对构建“技术—内容—商业”协同进化的产业生态具有重要现实意义。

1 技术革新：驱动产业升级的核心引擎

1.1 AIGC 重构内容生产范式

生成式 AI 技术已从辅助工具升级为内容生产的核心生产力。抖音于 2025 年推出的“九五二七 AIGC 剧场”通过多模态大模型实现“文本—视频”全自动生成，其首部 AI 动画短剧《数字孪生城》单集制作周期仅需 4 小时，较传统流程效率提升 20 倍。快手星芒短剧与可灵 AI 联合开发的“剧本—分镜—角色”一体化生成系统，已实现悬疑、古装等 12 种题材的批量生产，其中《长安夜未眠》系列通过 AI 模拟唐代建筑风格与服饰纹理，单剧播放量突破 12 亿次。技术细节上，昆仑万维开源的 SkyReels-V2 模型将人物微表情生成精度提升至 4K 分辨率，虚拟角色口型与台词同步率达 98.7%，推动 AI 短剧进入影视级制作阶段。

1.2 元宇宙技术拓展沉浸式场景

元宇宙基础设施的完善催生新型短视频形态。Pico 推出的 VR 短视频创作平台已支持 360° 空间镜头语言，用户可通过眼动追踪与手势交互实现“视角自主切换”。城市旅游类 VR 视频《张家界悬浮山》通过空间音频与动态光影技术，使用户沉浸感评分提升 42%。国内首个元宇宙短视频社区“视界魔方”已接入 12 家县级融媒体中心，其虚拟摄影棚系统可实时生成故宫、敦煌等历史场景，使文化类短视频制作成本降低 60%。值得注意的是，百度希壤推出的“数字分身短视频助手”支持用户通过语音指令生成含虚拟主播的新闻短视频，日均生成量突破 30 万条。

1.3 物联网构建全场景传播网络

物联网技术推动短视频突破屏幕限制，形成多终端、多场景的传播矩阵。小米生态链的智能冰箱已内置短视频播放模块，用户在烹饪时可通过语音控制观看美食教程，交互点击率较手机端提升 3 倍。部分县级融媒体中心将应急科普短视频同步至农村智能广播系统，在 2025 年汛期实现灾害预警信息 15 分钟内触达 87% 农户。更值得关注的是，特斯拉车载系统接入短视频平台后，通过方向盘手势控制实现“驾驶场景适配播放”，视频内容会根据车速自动调整播放节奏，确保驾驶安全性与观看体验的平衡。

2 内容创新：突破同质化的破局之道

2.1 垂直领域的深度专业化

短视频内容正从泛娱乐向知识服务与场景解决方案转型。星球研究所推出的《地球脉动·中国版》通过卫星遥感数据与 AI 渲染技术，将地理知识转化为可视

化短视频,单集科普视频带动相关图书销量增长 280%。医学类短视频账号“急诊夜鹰”采用“虚拟解剖台+实景案例”双屏叙事,通过 3D 建模展示急救操作细节,其心肺复苏教学视频被纳入全国 200 家医院培训体系。在教育领域,网易有道推出的“AI 互动课短视频”将知识点拆解为 3 分钟剧情短片,配合实时答题系统,使学员完课率提升至 79%,远超行业平均水平。

2.2 专业内容与 UGC 的协同进化

传统媒体通过技术赋能与机制创新实现短视频转型突围。新华社“全民拍”计划联合 2000 名持证记者与 50 万拍客,构建“专业采编+UGC 补充”的内容网络,其《暴雨中的逆行者》系列通过记者现场 Vlog 与市民手机视频的穿插叙事,单条视频全网播放量破 5 亿。湖南卫视推出的“芒果创作者生态计划”为 UGC 创作者提供台内剪辑系统、版权素材库等资源,使素人制作的综艺衍生短视频播放量占比提升至 35%。平台层面,抖音“青云计划”通过 AI 评估内容创新指数,对原创度高的 UGC 内容给予流量倾斜,使知识类、非遗类内容占比从 18%提升至 31%。

2.3 文化传承的现代表达创新

短视频成为传统文化“破圈”传播的核心载体。河南卫视《唐宫夜宴》团队推出的《非遗里的中国》系列,通过 AR 技术将皮影戏、景泰蓝等工艺融入剧情短视频,其中《皮影奇旅》通过动作捕捉技术还原传统皮影戏操作,海外社交媒体播放量突破 2 亿次。故宫博物院联合快手推出的“文物会说话”计划,由 AI 生成文物拟人化短视频,《千里江山图》短视频通过动态笔触解析与虚拟讲解员互动,使青少年参观预约量增长 170%。更具创新性的是,敦煌研究院开发的“数字供养人”系统允许用户通过短视频创作参与壁画修复,相关内容带动线上捐赠额同比增长 93%。

3 商业模式:构建多元变现生态体系

3.1 广告营销的智能化升级

AI 驱动广告投放进入“情感计算”时代。字节跳动的“鲁班智投”系统通过分析用户观看视频时的微表情数据(如瞳孔扩张、面部肌肉运动),动态调整广告展示策略,伊家美妆品牌通过该技术使转化率提升 27%。快手推出的“场景化广告引擎”可识别用户所处环境(如商场、景区),自动匹配适配广告内容,一家连锁餐饮

品牌在景区场景投放的短视频广告到店转化率达 19.3%,为常规投放的 3.2 倍。互动广告形式持续创新,B 站推出的“视频内嵌购物车”功能允许用户点击视频中出现的商品直接跳转购买,一家数码产品测评视频通过该功能实现 GMV 破千万。

3.2 电商融合的全链路革新

短视频电商进入“内容即货架”的 3.0 阶段。抖音电商推出的“全域兴趣电商”模式,通过“短视频种草—直播转化—货架复购”闭环,使商家 ROI 提升至 1:5.8。特别值得关注的是,虚拟试穿技术取得突破,淘宝短视频的“3D 试衣间”已支持 10 万+商品的实时渲染,用户试穿后购买转化率较图文详情页提升 210%。快手“源头好物”计划通过短视频溯源产地,绿豆农产品商家的果园实拍视频带动订单量增长 470%,客单价提升 35%。跨境电商领域,TikTok Shop 的短视频带货已覆盖 15 个国家,中国服饰类短视频通过本地化内容运营,在东南亚市场的转化率达 8.9%。

3.3 价值挖掘的多元化探索

短视频平台正构建“内容—服务—资产”的价值链条。爱奇艺推出的“星钻会员短视频”服务为付费用户提供独家幕后花絮与多结局剧情,单部剧集的会员收入超 2000 万元。知识付费领域,得到 APP 的“短视频课”将 20 分钟课程拆解为 5 集短视频,配合 AI 答疑功能,使新用户转化率提升 40%。虚拟资产交易初现规模,映宇宙推出的“数字创作者计划”允许用户将短视频作品生成 NFT 数字藏品,帧连动漫短视频创作者通过售卖角色皮肤获得超 50 万元收入。政务服务领域,深圳“智慧政务短视频平台”通过短视频办理社保、公积金等业务,日均办理量达 3.2 万件,较传统窗口效率提升 5 倍。

4 行业挑战与系统性对策

4.1 核心挑战的多维分析

内容生态面临三重矛盾:AIGC 批量生产导致的同质化率高达 63%,区块链存证覆盖率不足 20%使版权纠纷案件年增 45%,算法推荐导致的信息茧房使青少年用户单一领域观看时长占比超 70%。技术伦理问题凸显,虚拟主播深度伪造内容识别难度加大,电商平台 2025 年上半年查处的虚假信息中,AI 生成内容占比已达 38%。商业生态失衡表现为:头部 1%创作者占据 75%流量,腰部创作者收入增长率连续两年低于 15%,中小企业广告

投放 ROI 低于 1:2 的占比达 62%。

4.2 协同治理的实践路径

技术层面,腾讯推出的“元识链”系统实现短视频全生命周期版权存证,版权投诉处理周期从 30 天缩短至 72 小时,MCN 机构通过该系统使侵权损失减少 80%。平台治理方面,抖音上线的“内容健康度评分系统”从原创性、价值观、技术创新三个维度评估内容,将 40% 的推荐流量分配给优质内容,使低质内容占比从 22% 降至 9%。政策监管层面,国家网信办试点的“算法备案制”要求平台公开推荐算法的核心参数,短视频平台据此调整推荐逻辑后,用户日均使用时长下降 12%,多元内容消费比例提升 27%。创作者赋能方面,B 站的“创作学院”为腰部创作者提供 AI 剪辑工具、法务支持等 12 项服务,学员收入年均增长达 115%。

5 未来展望:技术赋能与社会价值共振

5.1 技术融合的沉浸式演进

元宇宙技术将推动短视频向“三维叙事”转型。预计 2026 年,快手研发的“元宇宙短视频编辑器”将实现“脑机接口+动作捕捉”的创作模式,用户通过意念即可生成虚拟场景与角色,创作门槛降低 80%。VR 短视频的交互方式将迎来革新,Pico 正在测试的“触觉反馈短视频”可通过触觉手套让用户感受视频中物体的纹理与温度,在美食、工艺品等领域的应用潜力巨大。更具前瞻性的是,脑机接口技术的突破可能实现“意识短视频”的创作与传播,科研团队已成功将梦境转化为短视频片段,为未来的创作形态提供想象空间。

5.2 社会价值的深度挖掘

短视频在公共服务领域的应用将更加广泛。应急管理部试点的“短视频应急响应系统”可在灾害发生时自动生成多语种预警短视频,通过电视、广播、社交媒

体多端推送,预计使灾害信息触达率提升至 95% 以上。教育公平方面,“数字支教短视频计划”通过 AI 教师短视频为偏远地区提供课程,AI 教室项目实施半年后使参与学校的成绩达标率提升 28%。国际传播领域,TikTok 的“文化桥梁计划”扶持 10 万国际创作者,中国非遗类短视频在海外的年播放量已突破 500 亿次,带动相关产品出口增长 65%。

5.3 产业生态的协同进化

短视频将与长视频、直播形成生态互补。爱奇艺推出的“短视频剧透+长视频付费”模式使新剧首周付费率提升 35%。直播电商与短视频的融合更加紧密,陈毅琳主播的短视频种草内容为直播间引流的转化率达 22%,较传统引流方式提升 3 倍。MCN 机构的运营模式将发生变革,遥望科技推出的“AI 艺人孵化系统”可通过短视频数据精准预测艺人发展潜力,新人签约成功率提升至 68%。更为关键的是,短视频平台将向“基础设施”转型,部分县级融媒体中心的短视频平台已接入 12345 政务服务,实现“视频咨询—在线办理”的闭环服务。

参考文献

- [1] 彭兰. 新媒体用户研究[M]. 中国人民大学出版社, 2020.
- [2] 田浩. 人工智能驱动的“二创”短视频与数字视听文化变迁[J]. 新闻与传播研究, 2025(6): 42-58.
- [3] 陈礼军. 短视频在媒体融合发展中的技术路径与伦理思考[J]. 现代传播, 2024(12): 78-85.
- [4] 李秋艳. 我国短视频产业创新发展的动力机制与路径选择[J]. 新闻界, 2024(2): 36-48.
- [5] 李敏, 张顺军. 元宇宙视域下传统文化短视频的传播创新[J]. 传媒, 2024(16): 40-45.
- [6] 殷继国. 短视频平台版权治理的困境与反垄断法规制[J]. 法商研究, 2023(2): 160-172.