

行业动态周报

中国网络视听协会

第 508 期

2026 年 3 月 2 日

摘要

- ◆八部门联合印发《未成年人用户数量巨大和对未成年人群体具有显著影响的网络平台服务提供者认定办法》
 - ◆国家广播电视总局征集 2026 年度广播电视和网络视听工程建设行业标准制修订项目
 - ◆中国网络视听协会微短剧工委发布《关于保障微短剧行业演职人员合法权益的自律公约》
-

行业

八部门联合印发《未成年人用户数量巨大和对未成年人群体具有显著影响的网络平台服务提供者认定办法》

2 月 11 日，国家互联网信息办公室、国家新闻出版署、教育部、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局等八部门印发《未成年人用户数量巨大和对未成年人群体具有显著影响的网络平台服务提供者认定办法》。

国家广播电视总局征集 2026 年度广播电视和网络视听工程建设行业标准制修订项目

为继续推进广播电视和网络视听行业工程建设标准化建设，依

据《广播电视和网络视听工程建设行业标准管理办法》（广电办发〔2021〕126号），国家广播电视总局启动2026年度广播电视和网络视听工程建设行业标准制修订项目的征集工作。征集聚焦“推动行业工程建设标准体系升级、服务行业系统性变革”，探索研究总结新技术、新方法、新工艺、新模式在广播电视和网络视听行业工程建设实际应用成果。

“中国联合展台”春节期间精彩亮相 2026年伦敦电视节

2月22日至24日，国务院新闻办公室、国家广播电视总局共同组织中国视听机构在2026年伦敦电视节（MIP London）设立“中国联合展台”，举办“携手中国 共叙新章”视听内容国际合作论坛，并组织“骏马载福 春满英伦”中国视听节目推介会等活动。中国视听参展机构向国际买家重点推介了电视剧《太平年》《生命树》《唐宫奇案之青雾风鸣》，纪录片《国宝时刻》《西藏·星空下的传奇》，动画片《凡人修仙传》，微短剧《重放星河》等近百部精品节目。

中国网络视听协会微短剧工委发布《关于保障微短剧行业演职人员合法权益的自律公约》

2月24日，中国网络视听协会微短剧工作委员会发布《关于保障微短剧行业演职人员合法权益的自律公约》，倡议所有微短剧演职人员、用工单位、剧组、制作机构、摄制基地、播出平台约定留痕确权责，按时足额付薪酬，防范风险保安全，少儿用工严规范，协同服务护权益。中国网络视听协会微短剧工作委员会相关负责人

表示，自律公约旨在更好保障从业人员合法权益，规范行业用工行为，营造健康有序的行业生态。38家行业头部机构首批签署。

腾讯：腾讯视频上线“少儿护航计划” | 腾讯小程序漫剧日耗破350万，平均利润10%-20%

2月26日，腾讯视频正式推出“少儿护航计划”并上线专属页面。页面整合全端守护功能详解、初心故事视频、优质内容推荐、功能迭代时间线及用户反馈入口五大核心模块。

近日，腾讯广告漫剧小程序日耗已突破350万。头部效应凸显，单厂商日耗已突破200万，平均投放利润保持在10-20%。

火龙漫剧开放“个人创作者”通道

近日，腾讯旗下漫剧App火龙漫剧更新合作指导手册，开放“个人创作者”通道。账号注册主体可选择“个人创作者”或“机构创作者”。

爱奇艺推出日本短剧App

2月初，爱奇艺在海外上线短剧App“DramaSugar”，目前仅在日本地区iOS和Google Play双端可用。该平台主打“只需一分钟，即可进入高密度剧情世界”，涵盖“总裁恋、逆境逆袭、悬疑推理”等短剧题材。

抖音短剧1月自然流量分成破2亿元

2月13日，抖音短剧版权中心发布1月分成月报，自然流量分成总额突破2亿元。其中3家版权方单月分成超1000万元，50家版权方超100万元，单月分成超20万元的作品数量达150余部。

红果短剧正在打通 App 内的电商链路

近日，红果短剧 App 首页底部 Tab 栏出现“商城”模块，其页面布局与抖音 App 内“商城”Tab 几乎一样。红果短剧内已出现剧集中挂团购、购物链接的情况，点击后会跳转至 App 内商城页面。

番茄小说被爆内测 AI 真人互动剧

3 月 1 日消息，有网友爆料称自己在番茄小说上被推送了一部短剧，点进去后，发现该剧名为《诡舍 AI 真人互动剧》。观看该剧需要对每集进行解锁。番茄客户对此回应称，这是平台的一个探索项目。

快手短剧日活破 3 亿，漫剧日耗创新高

2 月 26 日，快手磁力引擎发布最新报告。2025 年，快手短剧日活突破 3 亿，用户日均观看时长同比提升 44%；“漫剧”单日消耗突破 700 万大关。

美团上线“饭团漫社”，打通漫剧入口

近日，美团 App 上新增漫剧入口，并以“饭团漫社”命名，采取免费观看模式。“饭团漫社”的剧库题材覆盖广，以沙雕漫和 AI 真人为主。

昆仑万维两大短剧平台 2026 年 1 月收入超 2.8 亿元

2 月 28 日消息，昆仑万维发布 2026 年 1 月内容创作者激励报告，平台 2026 年 1 月收入超 2.8 亿元。其中 FreeReels 登顶海外免费榜，DramaWave 跻身海外付费榜 TOP3。

知音漫客携手酱油文化启动“100部漫剧改编计划”

近日，湖北知音动漫有限公司与江西酱油文化达成战略合作协议，共同启动“100部漫剧改编计划”。双方将依托知音动漫旗下杂志《知音漫客》的经典IP，完成100部漫剧改编，并于2026年内全部上线。《知音漫客》是我国发行量领先的原创漫画杂志，孵化《偷星九月天》《斗罗大陆》《星海镖师》等数百部国民级IP。

Seedance 2.0 遭好莱坞多方警告

2月中旬，Seedance 2.0因使用未经授权影视素材，引发好莱坞版权机构与制片方关注。MPA、迪士尼、派拉蒙、奈飞及SAG-AFTRA已向字节跳动发出停止并终止函，指控Seedance 2.0侵犯影视作品及演员形象权，并要求删除侵权训练内容。

AI音乐生成平台Suno付费用户突破200万，年经常性收入达3亿美元

近日，AI音乐生成平台Suno首席执行官Mikey Shulman表示，旗下付费订阅用户已超过200万名，年经常性收入（ARR）突破3亿美元。

X平台测试“AI生成”内容标签，不遵守可能被封号

据报道，X平台正在测试“AI生成”内容标签功能，要求创作者主动披露AI生成内容。未来若创作者不主动标记，可能因违反平台规则而面临封号或限流等处罚。

美国将落成短剧拍摄基地

2月17日，E! Entertainment联合创始人Alan Mruvka宣布，

将在美国新泽西州帕特森市投资 2.5 亿美元，建设短剧拍摄基地 Filmology Labs Studios。

Instagram 内测短剧专区

有消息称，Instagram 将很快推出新功能，允许创作者在平台发布短剧。截图显示，这些短剧将整合在“Short Drama”标签内，呈现在创作者主页中，与网格、Reels、转发和提及标签页并列。

Disney+发布首部竖屏短剧

2月16日，Disney+发布首部竖屏短剧《Locker Diaries》，共11集，每集约3分钟，融合迪士尼旗下《Zombies》《Descendants》和《Phineas & Ferb》等知名IP角色。观众可在Disney+及迪士尼YouTube、Instagram和TikTok账号观看。

内容

微短剧《马年限定之新春有约》出海，4天播放量破1.5亿

2月15日，由容量短剧出品的《马年限定之新春有约》海内外同步上线，数据显示，截至2月19日17时，该剧全球总播放量突破1.5亿，抖音相关话题累计曝光破1.2亿。

腾讯视频、爱奇艺：网剧《逐玉》开播

网剧《逐玉》将于3月6日在腾讯视频、爱奇艺播出。该剧讲述屠户女樊长玉与落难侯爷谢征于风雪中宿命相逢，二人上演一场假婚真爱的剧情后，引发的一系列故事。

芒果 TV：综艺节目《我家那小子 2026》开播

2月22日，综艺节目《我家那小子 2026》在芒果TV开播。节目聚焦多元职业背景下独居男性的生活状态，通过真实记录他们在职场应对、家庭关系及情感处理等领域的日常实践，运用纪实手法呈现个体生活图景。

技术

阿里研发 AI 漫剧创作工具“幻漫”

近日，阿里推出 AI 漫剧创作工具“幻漫”，可实现从基础搭建到资产配置的全流程创作，助力高效制作 AI 漫剧视频。

资本

爱奇艺 2025 年营收 272.9 亿元，连续四年盈利

近日，爱奇艺公布截至 2025 年 12 月 31 日未经审计的第四季度及全年财报，爱奇艺已连续四年实现运营盈利。2025 年全年总收入 272.9 亿元人民币，其中 第四季度总收入 67.9 亿元。

OpenAI 宣布获得超千亿美元融资

近日，OpenAI 宣布完成 1100 亿美元新一轮融资，投前估值高达 7300 亿美元。其中软银投 300 亿美元、英伟达投 300 亿美元、亚马逊投 500 亿美元。

华纳兄弟同意被派拉蒙 1100 亿美元收购

近日，华纳兄弟探索公司与派拉蒙天舞公司签署一项价值 1100 亿美元的协议，同意被派拉蒙收购。这笔交易包含约 290 亿

美元债务，是近年来好莱坞规模最大的并购案之一。由派拉蒙承担华纳兄弟探索因终止与 Netflix 现有合并协议需支付的 28 亿美元终止费。

人事

何飏就任国家广播电视总局副局长

2 月 27 日消息，国务院任免国家工作人员。任命何飏为国家广播电视总局副局长。

李岩益就任浙江省委常委、宣传部部长

2 月 26 日，省委常委、宣传部部长李岩益率队来嘉兴瞻仰红船、参观南湖革命纪念馆。消息显示，李岩益已担任浙江省委常委、宣传部部长。

研究

《2025 中国观众追剧行为调研》发布：19%长剧观众每周 3 次追短剧

2 月 27 号，《2025 中国观众追剧行为调研》发布，数据显示，60%的长剧观众最近一年也看过短剧。19%的长剧观众形成了每周 3 次以上的短剧观看习惯。短剧受众加速年轻化，18 岁以下观众看短剧频率更高，每周 3 次以上占比达 31%。25 岁以下观众更偏爱短剧、综艺、动漫等娱乐方式；25-30 岁观众对音乐节/演唱会/线下演出选择率更高。

Omdia: ReelShort 使用时长超越奈飞

2月23日，在“第二届 MIP London 国际电视及流媒体内容市场”，Omdia 媒体负责人 Maria Rua Aguete 发布数据显示，在美国市场，ReelShort 人均日使用时长 35.7 分钟，超过 Netflix（24.8 分钟）、Amazon Prime Video（26.9 分钟）和 Disney+（23.0 分钟）。

附录：视听节目网络端周播情况汇编

本部分内容仅作为了解网络视听节目播出情况参考，不代表本协会对相关第三方数据、榜单的认可。

剧集：

根据美兰德发布的蓝鹰融合传播指数，通过对媒体曝光度、网民评议度和视频热度进行量化，综合考量作品在全网的传播广度、影响力深度和多平台热度，2月23日—3月1日，排名前五的剧集为《江湖夜雨十年灯》《玫瑰丛生》《成何体统》《风过留痕》《有罪之身》。



综艺:

根据美兰德发布的蓝鹰融合传播指数，通过对媒体曝光度、网民评议度和视频热度进行量化，综合考量作品在全网的传播广度、影响力深度和多平台热度，2月23日—3月1日，排名前五的综艺为《宇宙闪烁请注意》《周五晚高疯》《大侦探第十季》《名侦探学院 第九季》《今夜喜友秀》。



网络电影：

根据云合数据正片有效播放市场占有率，对单个项目综合其有效点击与受众观看时长占比，2月16日—2月22日，排名前五的网络电影为《东北恋歌：冬天里的一把火》《怒袭》《猎战狂徒》《火拼》《大劫案（2026）》。



The screenshot displays the '霸屏榜' (Dominance Chart) for Network Movies (网络电影) on the Yunhe Data app. The chart is filtered for the week of February 16-22, 2025. The top 5 titles are listed with their respective rankings, titles, market share, and platforms.

排名	片名	正片有效播放市场占有率	上线天数	播放平台
1 ↑1	东北恋歌：冬天里的一把火		9天	多平台
2 ↓1	怒袭		11天	多平台
3 ↑1	猎战狂徒		44天	爱奇艺
4 ↓1	火拼		13天	爱奇艺
5 New	大劫案(2026)		40天	爱奇艺

纪录片：

根据美兰德发布的蓝鹰融合传播指数，通过对媒体曝光度、网民评议度和视频热度进行量化，综合考量作品在全网的传播广度、影响力深度和多平台热度，2月23日—3月1日，排名前五的纪录片为《十三邀第九季》《谷爱凌：再出发》《隆行天下之重走八千里路云和月》《守护解放西·探案季》《四海潮味》。



动漫：

根据云合数据正片有效播放市场占有率，对单个项目综合其有效点击与受众观看时长占比，2月16日—2月22日，排名前五的动漫为《仙逆》《斗破苍穹年番》《剑来第2季》《完美世界》《斗罗大陆II绝世唐门》。

排名	片名	类型	上线天数	播放平台
1	仙逆	国漫	2年+	>
2 ↑1	斗破苍穹年番	国漫	3年+	>
3 ↓1	剑来第2季	国漫	60天	>
4	完美世界	国漫	4年+	>
5 ↑2	斗罗大陆II绝世唐门	国漫	2年+	>

短剧：

DataEye 短剧热力值是根据短剧在统计时间内抖音爆量素材、关联素材数、关联计划数等指标，按自有算法模型计算得出，反映其在媒体投放市场消耗的火热程度。2月23日—3月1日，排名前五的短剧为《她以身入局清算一切》《爸，我带您来办业务了》《重生八零，我将妻女宠上天》《时光遗憾密密缝》《净身出户后，我转身踏青云》。



编辑部：中国网络视听协会 对外合作部

责编：余力 何紫薇 若斯 原家悦

复核：文超 王小野 张雁

注：本周报由公开报道汇编，不代表中国网络视听协会观点。

报：协会领导

发：协会各会员单位；社团、媒体、制作机构、投资机构、技术公司、研究机构、高校等协作机构