

微短剧产业“争艳” 银行“追剧”加码信贷创新

中经记者 杨井鑫 北京报道

作为中国互联网生态的新兴业态,微短剧正迅速崛起成为与美国电影、韩剧、日漫并驾齐驱的文化新宠。

据《中国经营报》记者了解,面对微短剧产业发展的“黄金时代”,浙江、河南、四川、江西、辽宁、湖北等地纷纷出台扶持政策,包括打造微短剧流派和支持产业出海等。部分银行也看到了机遇,通过多种创新方式加大信贷投放,破解产业融资难题。

微短剧产业“蝶变”

微短剧产业能够有效带动地方经济,缓解地方就业压力,尤其能够与当地文旅融合发展。

微短剧产业如今已成为不少地方的“香饽饽”。在2026年全国地方两会上,至少有7个省市的《政府工作报告》中提及了“微短剧”,甚至不少地方专门出台了微短剧产业高质量发展方案,其重视程度可见一斑。

6月9日,第二届中部地区微短剧产业发展协作交流活动在湖北武汉举行,湖北省政府在会上“大手笔”启动了1亿元规模的微短剧产业基金,投资于IP创作孵化、内容摄制、动漫短剧、海外分发等融合新业态。

湖北省广播电视局局长张世华表示,微短剧已从流量风口成长为文化产业“重要增长极”,要推动生成式人工智能、大数据、虚拟现实等新技术在微短剧剧本生成、虚拟拍摄、智能剪辑、内容审核、宣传推广等全链条应用与场景落地。

6月5日,浙江省微短剧精品创作传播座谈会在杭州市召开,会议明确提出了全力打造微短剧与网络视听发展新高地。作为浙江微短剧产业的主阵地,浙江横店出台了《关于促进微短剧产业高质量发展的若干政策》,构建从创作、拍摄、制作、发行到“出海”的全环节政策支持体系。

与浙江横店相比,河南郑州如今在微短剧市场有“竖店”之称,该称谓因竖屏短剧制作密集而得名,被业内视为继横店后的新兴影视基地。目前,郑州微短剧产业规模已破百亿元,并出台了《郑州市打造“微短剧创作之都”工作实施方案(2025—2027年)》。

3月31日,辽宁省政府新闻办专门组织新闻发布会解读《推动辽宁省微短剧产业高质量发展若干措施》有关情况,其中提到了打

目前国内微短剧产业直逼千亿元规模,受众高达7亿人次。全球微短剧市场规模更是增长迅速,年增长率超过20%,其中中国出海的微短剧占比七成。

面对微短剧产业发展的“黄

金时代”,浙江、河南、四川、江西、辽宁、湖北等地纷纷出台扶持政策,包括打造微短剧流派和支持产业出海等。部分银行也看到了机遇,通过多种创新方式加大信贷投放,破解产业融资难题。



微短剧正迅速崛起成为与美国电影、韩剧、日漫并驾齐驱的文化新宠。

视觉中国/图

造新时代“辽派”精品微短剧。辽宁省广播电视局局长黄芳表示,辽宁虽然是微短剧产业这一新兴领域的“后发者”,但是正在抢抓机遇、乘势而上,希望通过政策引导、资源整合、生态构建,努力打通堵点、补齐短板、激发活力,推动产业发展实现从“有”到“优”、从“散”到“聚”、从“弱”到“强”的高质量跨越。

同一天,江西省政府新闻办、省广电局联合召开“实干启新程奋进开好局”系列新闻发布会,其主题是“推动赣派微短剧繁荣发展”。江西省广电局副局长饶荣诚表示,江西省高度重视微短剧产业发展,省广电局于2025年初将发展微短剧作为局党组“一号工程”,成立工作专班抓调度、抓推进、抓落实,对重点剧目“一对一”跟踪服务。目前,江西省鹰潭市余江区、上饶市广丰区、上饶高铁经济试验区、赣江新区等地已建成硬件设施水平较高的微短剧拍摄基地。

此外,江苏省苏州市、四川省

成都市等地也都陆续出台了当地微短剧产业高质量发展的相关政策,通过产业集聚发展、金融支持、人才引进等政策配套,培育当地微短剧产业壮大。

为何这些地方政府如此看重微短剧产业发展?浙江一家文化公司负责人表示,作为新兴网络视听业态,微短剧的市场增长很快,且拥有庞大受众。中国的微短剧产业在全球具有较强的竞争优势,海外市场的拓展空间也很大,能够成为中国文化代表之一。对地方政府而言,微短剧产业能够有效带动地方经济,缓解地方就业压力,尤其能够与当地文旅融合发展。

据广电总局数据统计,2025年全国有3.3万部微短剧上线播出,国内用户近7亿。2025年微短剧的市场规模破千亿元,较2024年翻倍。短剧数据平台DataEye研究院的最新数据显示,2025年微短剧、漫剧市场规模达1000亿元,预计2026年市场规模将突破1200亿元。

银行信贷精准赋能

银行创新授信评审逻辑,由传统资产准入转向经营数据导向的量化风控,优化授信准入研判体系。

在地方扶持微短剧产业发展过程中,银行也成为其中关键一环。然而,由于微短剧制作企业大多为轻资产小微企业,缺少可抵押资产,而微短剧项目的风险和收益都具有不确定性,这就需要银行突破传统的融资模式,通过创新为微短剧制作主体提供资金。

据交通银行(601328.SH)消息,该行辽宁省分行近日成功投放东北地区首笔小微企业“OPC+微短剧”产业专项贷款,以创新金融产品精准支持本土数字文创产业发展。该笔贷款额度50万元,定向支持企业辽派题材微短剧摄制。贷款资金全部用于东北本土题材短剧的剧本采购、剧组拍摄、后期剪辑制作以及上线宣发等项目开支;贷款核心还款依托项目上线后短视频平台广告分成、版权分销收入及版权收益等。

交通银行辽宁省分行人士对记者表示,该行对于微短剧产业的金融支撑,采用单户优质主体+数字文化消费新业态项目双重准入机制,实现精准靶向投放模式,信贷资源覆盖上游剧本创作、中游制作影片摄制、下游宣发上线等核心环节。首先是支持服务主体客群画像。在企业端,优先支持辽宁省内注册、主营微短剧出品、摄制、发行的市场主体,企业需具备对应影视经营资质、合规剧本备案手续,同时要求企业经营稳定、实控人征信良好;在项目端,申请融资的短剧项目须完成剧本立项备案,聚焦东北乡土、辽宁红色文旅、民俗特色等辽派题材的项目予以政策倾斜。其次是授信主体动态分层筛选逻辑。优先遴选拥有已上线成熟作品、长期与头部短视频平台达成合作、主创团队行业履历完善的本土传媒企业,按照成熟头部企业、中小优质初创企业实行分层授信,特别对于使用AI剧本创作、虚拟拍摄等降本增效的技术公司,给予绿色审批通道。

对于微短剧企业的风控体系,该分行人士表示,银行创新授信评审逻辑,由传统资产准入转向经营数据导向的量化风控,积极探索行

业生态数据协同机制,获取如分账流水、用户留存、退费比例等核心经营数据,整合合作主体全周期运营信息,结合智能风控工具综合研判经营持续性,优化授信准入研判体系。同时,落实贷款资金闭环全周期管控。贷款资金全部执行受托支付,直接拨付剧组、后期制作、宣发服务商,确保投放资金精准使用。持续跟踪动态把控上线后的项目收益情况,后续银行将进一步探索依托确权后的项目收益构建质押缓释模式,经营回款实行专户归集管理,形成投放与偿债联动的资金闭环,通过结算权益管控进一步完善风控体系。

该分行人士表示,微短剧是普惠金融、数字科技与文化产业融合发展的重要载体,契合国家及辽宁省扶持文创产业、打造辽派特色内容、助力本土文化“出海”的政策导向。在AI产业化应用带动下,行业整体市场底盘厚实,全链路规范化水平持续提升,经营数据标准化建设不断完善,为银行业数字化风控落地创造有利条件。

交通银行河南省分行也创新推出了“三单制”金融服务模式,破解短剧制作企业融资难题,为郑州打造“短剧之都”注入金融“活水”。所谓“三单制”,即“项目台账单”“现金流适配单”“纾困处方单”,将企业制作合同、平台过审记录纳入风控体系,为企业量身定制循环授信额度,支持其按拍摄进度分阶段灵活提用资金。同时,银行给予合理还款宽限期,并采用“实控人+核心团队+关联企业”组合担保方式,有效缓解轻资产企业融资难题。

工商银行(601398.SH)郑州分行于2026年2月在省内首推“短剧贷”,助力微短剧企业打通融资通道,这也是专门针对郑州短剧产业推出的增值服务。据悉,“短剧贷”最高额度300万元,期限适配拍摄周期,同步将其纳入中原政务服务增值专区,从根本上破解微短剧企业融资难题。此外,将已批复“短剧贷”纳入平台实现线上全流程咨询,打通企业与金融机构的数据对

接通道,以数据为融资增信,筑牢贷款投放基础,实现服务精度与服务效率同步提升。

2026年6月4日,全国首单“保险+信贷”短剧制作完片保险在浙江横店正式落地。该产品由政府、银行、保险三方协同推出,旨在为短剧项目提供全周期风险保障与一站式综合金融服务,破解中小影视企业融资难题。此次推出的“保险+信贷”完片保,通过保险增信有效化解银行对轻资产影视企业“不敢贷、不愿贷”的顾虑,打通了“风险保障+金融授信”一体化服务链条。

除了国有大行之外,部分头部城商行也在抢先布局微短剧产业。杭州银行(600926.SH)人士对记者表示,在微短剧产业尚处萌芽阶段,杭州银行便率先布局金融服务。早在2020年,杭州容量互娱文化传媒有限公司刚刚组建核心团队,正面临市场拓展与团队扩容的资金压力。杭州银行迅速响应企业需求,高效完成审批与放款,助力其平稳度过初创关键期。得益于金融力量的赋能,企业经营发展势头强劲,规模实现跨越式增长,已成长为国内头部的微短剧公司。目前,银行伴随企业成长同步升级金融支持,授信额度提升至千万级,并积极提供薪资代发、资金结算、账户管理等综合金融服务,双方建立起深度稳固的合作关系。

记者在采访中了解到,对于微短剧产业的信贷投放,也有不少银行仍处于观望状态,其中的主要原因仍是对信贷风险的担忧。

“打破传统信贷模式并不容易,小范围试水可能没问题,但是业务铺开则需要对风险有把控。微短剧企业的风险和收益不确定性较大,这对银行的风控能力是一种考验。另外,银行对于企业的版权、应收账款、收益权、文创产品授信等为质押物的授信还处在探索阶段。目前来看,更多银行服务微短剧产业还需要配套政策支持和成熟商业模式。”一家股份制银行相关负责人表示。

助力释放县域消费潜力 农商行信用卡激战“6·18”

分摊成本、提升效率

对比来看,不同省份农商行信用卡活动涉及的电商平台及活动力度不同。

如陕西农信联合京东推出消费达标赢京东卡,海南农信的万全信用卡则推出京东、抖音两个渠道的满减活动,山西农商联合银行的信用卡活动则联合推出“6·18”淘宝大促的实付满减活动,北京农商行储蓄卡及信用卡持卡人在京东、抖音及拼多多等App消费付款有满减优惠。

综合来看,浙江地区农商行信用卡“6·18”营销活动的力度最大,涉及的线上电商平台数量最多。如浙江嘉善农商行6月9日发布的

“6·18”信用卡活动显示,该行丰收信用卡持卡人在手机淘宝App下单,通过支付宝付款时,使用该银行信用卡并在下单页勾选浙江农商联合银行优惠选项,则有机会享满订单实付满减活动;同一页面展示的京东“6·18”活动显示,该行丰收信用卡的主卡持卡客户通过京东商城购买实物类商品,选择京东支付并使用该行银行卡完成在线支付,享单笔实付满减优惠;此外,该页面还展示了抖音“6·18”、拼多多“6·18”、小红书“6·18”分别对应的满减优惠活动。

浙江余杭农商行的“6·18”优惠活动不仅有电商平台的支付满减

活动,还有信用卡免息分期及利率补贴的补贴活动。浙江余杭农商行的优惠活动显示,该行丰收信用卡的主卡持卡客户,在手机淘宝选择分期消费,有机会享满减活动,部分商品还可以享至高24期免息分期,以及账单分期享年化利率1%财政贴息、现金分期抽奖,微信渠道分期立减金、随心贷转签抽奖,自动还款签约抽立减金,信用卡签约开卡等营销奖励活动。

截至6月10日,江西、广西等省份农商行与电商的信用卡支付优惠活动暂未公布。

记者在采访中了解到,在电商大促期间,电商平台通常会主导发

起营销活动。实际上大多数县域农商行的信用卡业务规模本身较小,营销预算也相对有限。因此,若某省内多家农商行同时推出在电商大促期间推出大规模满减营销活动,则很可能是在电商平台的补贴支持下实现的。此前,也有部分电商平台曾自行出资为银行提供的满减优惠提供补贴。

某直辖市农商行人士告诉记者:“农商行开展信用卡业务主要目的是补齐银行零售业务服务品类,日常会制定常规的信用卡满减、免期等优惠活动。在‘6·18’期间的营销活动,不仅是短期的促销行为,更是数字化转型、深耕本地市场,提升

综合竞争力的长期战略体现。”

记者采访了解到,农商行与电商平台联合进行信用卡促销优惠的核心动力在于通过让利于民,换取客户的长期价值和市场份额的提升。县域农商行单独进行大规模营销时,往往受限于营销费用和技术能力。在电商平台主导的大促节点,平台通常会提供补贴支持,这大大降低了农商行开展大规模营销活动的成本,可以分摊成本,提升效率。此外,借助支付宝、微信支付或电商平台的接口和技术支持,农商行可以快速上线丰富的满减活动,并借助平台的巨大流量入口,触达更多潜在的线上消费者。

下沉市场挑战

下沉市场逐渐释放的消费潜力也是今年农商行及电商平台加大“6·18”期间营销活动力度的原因之一。

商务部消费促进司公布的数据显示,乡村消费增长快于城镇,下沉市场潜力释放。1—4月,乡村消费品零售额增长2.8%,增速比城镇快1个百分点。包含镇区和乡村地区的县乡消费品零售额占社会消费品零售总额的比重达39.7%,比上年同期提高0.3个百分点。

虽然在下沉市场消费潜力逐步释放的背景下,县域农商行信用卡业务具有发展空间,但未来仍面临挑战。

从行业整体来看,中国人民银行《2025年支付体系运行总体情况》显示,2025年全国信用卡数量

为6.96亿张。信用卡信贷规模也有下滑,2025年上市银行信用卡贷款余额整体同比下降5.8%,相比之下,2025年上市农商行信用卡贷款余额同比微跌0.08%,相较行业整体水平上市农商行信用卡贷款规模跌幅最小。

传统银行信用卡以发卡量和活跃度来衡量业务水平,农商行信用卡天然面临发卡量上限,农商行未来的信用卡业务逻辑和全国性银行相比有哪些不同?苏商银行特约研究员薛洪言认为,传统全国性银行的信用卡业务以规模为导向,将发卡量与交易活跃度作为核心考核指标,依托全国渠道布局摊薄运营成本,获取收益。农商行则有着截然不同的发展逻辑,发行信用卡并非

单纯追逐发卡规模,更多是为补齐零售产品矩阵、完善综合金融服务。这类机构普遍依托省联社搭建统一系统与风控底座,由属地法人行负责获客与日常运营,和全国性银行自建信用卡中心、全流程独立运作的模式形成明显区别。因此,农商行选择错位竞争,聚焦本地居民、新市民及小微企业主,深耕本土生活、民生消费等特色场景,填补大型银行收缩下沉市场后留下的服务空白,并结合存贷、代发等传统业务挖掘客户综合价值。

在下沉市场加大信用卡营销的同时也需要警惕业务风险。在下沉市场信用卡有低成本、高风险的特征,2025年上市银行年报中部分农商行信用卡不良率超10%,未

来,农商行的信用卡业务也需做好增长与风险的平衡。

目前,下沉市场的个人信用数据是否已经可以支撑农商行信用卡业务控制风险?薛洪言指出,下沉市场的信用体系建设虽稳步推进,但仍存在结构性短板,现有数据仅能支撑信用卡业务初步起步,尚无法满足规模化、精细化风控的长期要求。不少县域居民和经营主体依旧处于信用空白状态,各类公共数据整合力度不足,单家农商行也难以独立搭建成熟的大数据风控体系,加之人口流动加剧,其传统线下熟人风控模式也日渐受限。省联社的统一科技平台,可助力基层机构复用行业成熟风控经验,弥补自身能力短板。而农商行

仍需划定明确的经营红线,融合线下风控经验与数字化工具稳健展业,杜绝粗放扩张的发展老路。

业内人士指出,目前信用卡和互联网信用支付产品竞争白热化,优惠和申请的便捷性加剧了用户的流动,用户今天可能会因为A产品的优惠政策而办理、使用,明天则会因为B产品更优惠而抛弃A产品,从客户经营的视角来看,银行信用卡业务长期发展应进一步完善用户体验。

金融数字化发展联盟《消费金融数字化转型主题调研报告2025》显示,人工服务、自助服务体验更好是用户更换信用卡的首要原因,占比为48%,因优惠促销活动而更换信用卡的原因占37.3%。

中经记者 郭建航 北京报道

县城乡镇地区将撑起消费市场的半壁江山。商务部消费促进司的数据显示,2026年一季度,城镇消费品零售额增长2.3%;乡村消费品零售额增长3.1%,农村居民人均消费支出实际增长3.7%,快于城镇居民1.7个百分点。

在2026年“6·18”年中大促季,当一、二线城市的消费者对信用卡权益缩水“吐槽”不断时,在县城和乡镇市场,农商行的“信用卡突围战”打得如火如荼。《中国经营报》记者注意到,2026年“6·18”大促期间,北京、江苏、山西等地农商行密集推出“绑卡支付立减”“首次绑卡领红包”等营销活动。

在信用卡行业整体进入存量竞争、发卡量连续下滑的“寒冬期”,来自下沉市场的“逆势”力量,成为今年消费金融领域最值得关注的信号。