

情绪价值拉满，银发短剧爆火

“中老年玛丽苏”盯上爸妈的腰包



弹文絮娱

记者 张向阳 济南报道

浮夸剧情辣眼又离谱

今年夏天以来，多部中老年甜宠剧冲上微短剧相关热度排行榜，异军突起，引人注目：《闪婚五十岁》《闪婚老伴是豪门》《团宠老妈惹不起》《婚礼上婆婆惊艳全场》《五十岁保姆嫁豪门》……综合多个短剧热力榜的榜单，这些主打“中老年玛丽苏”“老年霸总”的微短剧往往播放量惊人，一周内播放破亿的剧集比比皆是。其中爆款短剧《闪婚老伴是豪门》上线半月，累计播放量便高达5亿次，一度冲上全网短剧热度的TOP1。《闪婚五十岁》的播放量超2亿，《五十岁保姆嫁豪门》播放量近1亿。更有报道称，部分爆款作品的充值金额已经达到千万级别，有些微短剧公司正将这一类作品作为目标，进行批量生产制作。

据了解，这些微短剧不止让中老年人沉迷，也让年轻人“上头”。比如，《闪婚老伴是豪门》的追剧群体，除了中老年观众爱看，有些二三十岁的年轻人也爱看。剧中高密度的爽点一应俱全：赘婿儿子、势利亲家、恶霸前夫等依次登场。1990年出生的邱倩扮演剧里的女主角石小秀，她穿着老气的衣服，迈着老态的步伐，扮演四五十岁的女性，有些年轻网民在她的社交账号上亲切地称呼她“姨”，让她有点接受不了。

随着人口老龄化的加剧，老年微短剧以其独特的魅力和价值受到不少观众的喜爱和追捧，成为银发族的新宠。中老年用户

近几个月，短视频平台上的中老年微短剧井喷，成了银发族的新宠，“豪门”“闪婚”“保姆”“50岁”等成了这些爆款作品的关键词。有些微短剧公司正将这一类作品作为目标，进行批量生产制作。不少网友惊呼：完了，这次完全是冲我爸妈来的。



有巨大的情感需求，而短剧往往就是在“卖情绪”，虽然一集的时长多在几分钟以内，但不少剧往往有七八十集甚至上百集，情节设置了很多起伏和反转。这些剧情大多聚焦家庭纷争、爱情纠葛等，利用一些诸如“婆媳矛盾”“儿女不孝”“失散认亲”“老年霸总相亲”等重生、反转的“老套路”，一分钟一个反转，两分钟一个钩子，高度戏剧化的情节和情感共鸣点正对了一些老年人的胃口，不断反转的故事节奏让他们欲罢不能，有人甚至从早上一睁眼就拿起手机开始刷短剧。

值得注意的是，短剧爆火的同时也存在某些观念低俗、内容同质化等乱象。部分微短剧为了追求点击量和流量，根本不顾及故事合不合理，只追求制造噱头出圈，不惜炮制过于夸张、离奇、不合逻辑或充满戏剧性冲突的情节。这些情节往往为了吸引观众眼球而刻意制造矛盾和冲突，忽视了故事的真实性和合理性。

在老年微短剧中，大部分短剧中设置的情节先把泪点、虐点“拉满”，调动观众情绪，为后续剧情制造情绪落差，先抑后扬。更离谱的是，《保洁老妈无极归来》中上演了荒唐的忘年恋，身家百亿的27岁霸总爱上45岁保洁阿姨的狗血剧情引发网络热议，受到很多观众的吐槽。再就是同质化内容泛滥，短剧中逆袭、闪婚、霸总等浮夸剧情比比皆是，让人感到辣眼又离谱。

刷短剧警惕隐藏的诱惑

刷短剧本来是放松休闲的娱乐方式，然而，有些中老年人沉迷其中，不知不觉落入消费“陷阱”。尤其是老年人退休后社交圈相对缩小，容易通过追剧填补情感空白，进一步加剧了沉迷现象。

短剧行业无序的投流，收费模式套路的繁多，其背后是中老年人被套路消费的无奈，这让一

些家庭防不胜防。部分老年人对于网络环境和智能手机的操作不熟悉，对于互联网套路的防范力更弱，一旦陷入剧情之中，就很容易冲动消费，甚至“一掷千金”。

有些爽剧前面几集往往免费试看，但当剧情进行到冲突最关键的时候，就会戛然而止，制造悬念，必须充值才能追剧。很多观众都是先被这种视频吸引欲罢不能，再想继续看就付费，不知不觉就看完多部付费短剧，费用从一开始的1元、3元变成19.9元、39.9元不等。虽然这些费用看似不高，但对于一些经济条件有限的中老年人来说，长期累积下来也是一笔不小的开支，一不留神就花掉数千元，还有的一年多就累加到了数万元。

据了解，还有一些短剧以低价吸引用户付款，在对方支付时默认勾选续费选项，使用户在观看时自动续费，且后续剧集均以原价扣费；或者设置多种付费选项，混淆单集、全剧、平台的概念，对于一些老人来说，根本无法清晰计算自己追剧所花费的金额。还有些小程序会推出各种充值会员活动，不同小程序的规则、价格都不同。有些平台也会有整剧购买、单集购买的选项，但如何整剧购买算优惠价，单集购买一集是多少钱，这些都很难搞清楚，甚至同一平台不同短剧收费都有差异。这些复杂的计费方式，年轻人仔细研究都难以弄清楚，更不用说老年人了。无奈之下，有些家属选择将老人的手机设置成青少年模式，以限制消费额度。

建立老人防沉迷模式

济南市的王先生退休前一直从事影视制作，他认为，老年微短剧丰富了中老年人的精神生活，作为一种重要的文化产品

形式，应该承担起反映社会现实、关注老年群体的重要使命。创作者应深入了解老年人的生活状态和情感需求，加强对老年人角色的塑造和刻画，展现他们生活的多样性和复杂性，避免将他们简单地标签化或符号化。在追求戏剧效果的同时，注重保持故事的真实性和合理性，避免过度渲染和夸张。观众们希望看到的不是那些悬浮、夸张、恶俗的表演和剧情，而是能真正表达中老年人心声、触及中老年人心灵的作品。

北京大学中文系张颐武教授日前在接受媒体采访时认为，针对老年人制作霸总微短剧算不上“围猎”，更称不上“诈骗”，只是说面对庞大的市场，制作方精准挖掘了老年人短剧消费的潜在需求。不过，在价值取向上缺乏向上引导，是这类短剧诞生之初在创作上的一个遗憾。他指出，老年微短剧引发争议，根源就在于没有达到很高的格调，作品水平参差不齐，“期待在这个新赛道中，能够出现既满足中老年人情感需求，又能让人向上提升的精品佳作”。

针对微短剧平台收费模式，有法律界人士认为，市面上的短剧往往是前期免费试看、后期收费的形式，这是一种正常的商业模式。但关键在于，老年人往往对网络付费操作一知半解，尤其是繁琐复杂的付费模式，可能会让老人在稀里糊涂的情况下产生高额费用。他们建议相关平台开通老年人付费模式，可以有针对性地提供老年版APP，让消费条款和退费渠道更加便捷透明。针对老年消费者可以通过多次提醒、大字或显著标识进行告知以及设置付费上限等方式，建立老年人防沉迷模式。平台还可为老年人设置亲情账户或监管账户，让家人及时知道老人的资金动向，做到理性消费、安全消费。

编辑：曲鹏 美编：陈明丽

齐鲁晚报



让低碳成为你生活的一部分