



近日，国内野蛮生长的小程序短剧迎来进一步更加严厉的内容监管。与国内小程序短剧热潮几乎同步，不少国内网文厂商、视频平台已携“霸道总裁”“玛丽苏”题材短剧出海寻求欧美、东南亚市场。上头的“土味”爽剧为何吸睛？是门好生意吗？

记者 师文静

成本可控 迅速拓展市场

从去年年底开始，在美国好莱坞拍电影的导演冷宁发现身边陆续有华人朋友开始做短剧。因为自己没有时间做导演，就开始与一些朋友组队团队合作创作短剧剧本。冷宁说，虽然自己没有深入到行业一线创作短剧，但短剧在海外平台、海外影视圈的崛起之势，他也有切身感受。“短剧是低成本作品，有其运作流程，剧组是精简剧组，场景、人员也都精简，但麻雀虽小又是五脏俱全。创作这一块，因为是给国内公司推出的平台创作作品，一般跟华人影视团队合作比较多，一些技术人员可能会去找美国当地人参与，因为他们的技术水平要高一些。”冷宁所感受到的短剧热，其实是国内公司带起来的竖屏短剧出海热。2022年8月，国内数字出版平台中文在线旗下子公司面向海外、主推欧美市场的短剧平台ReelShort上线，携付费竖屏短剧出海。此后，多个国内公司打造

的短剧应用APP陆续上线，比如安悦网络旗下主推泰国市场的Flex TV、新闻时代旗下的GoodShort、畅读旗下的MoboReels、点众科技旗下的DramaBox、九州平台的99TV等。经过大量作品的创作和供应，形成了竖屏短剧出海热潮。据相关数据，11月13日ReelShort在美国iOS免费下载榜单跃升至第2位，娱乐榜位列第1位，甚至超过TikTok。有媒体报道，ReelShort单月总流水最高近600万美元，追赶流媒体Netflix单月流水。出海短剧暴富故事，再次吸引行业内外目光。

一位业内人士称，国内公司短剧出海的内容模式也在更迭。这些平台一开始是将国内拍完的竖屏短剧直接翻译输出，这种模式成本低，但剧本本身可能因文化、审美等打不开市场。此模式走不通之后，译制剧下线，采用海外流行剧本，当地演员、当地场景、多地语言拍摄的短剧应运而生。今年7月份出现了狼人题材《Fated To My Forbidden Alpha》和霸总玛丽苏题材《Never Divorce a Secret Billionaire Heiress》两部爆款剧，

打开了短剧市场。冷宁分析称，在美国100万美元就可以很好地创作一部低成本网络电影，而竖屏短剧的成本更低。成本低，投资损失可控，投资风险性低，又有可观的投资回报率，这就让短剧能迅速展开创作、拓展市场。

像国内小程序需要在媒体渠道投放广告引流一样，海外短剧也向TikTok等媒体渠道投流广告，以吸引观众到应用端付费。以《Fated to My Forbidden Alpha》为例，该剧共60集，每集1-3分钟，第2集开始需要观众花钱解锁，解锁一集需要0.7美元，60集需要花费42美元。跟国内小程序剧一样，一部短剧的付费比一部院线电影票价要贵很多，是流媒体每月订阅付费的好几倍。观众实打实的付费和市场的增长，让短剧出海成为热门话题，更是让中文在线等网文平台股票市值暴涨。

不过，从冷宁的观察来看，国内很火的短剧，在国内被媒体聚焦的“短剧出海”现象，在美国本土并没有多么出圈或者被重视，并不像国内有些平台的宣传量那么火。“美国的影视市场很成熟，我个人感觉国内资本或公司来冲击这个市场，会产生一定的短线影响力，但可能更多的还是这些平台想要再回到国内制造声势。”冷宁说，看这些剧的受众群还是喜欢中国网文的那一拨儿受众，还是比较小众的，网文、短剧也占领不了美国本土多少市场，而且这个市场比国内市场要小很多。“短剧可能短期内有一定新流量涌入，但在欧美本土这类多元化、成熟化的市场，不会出现爆炸性繁荣和发展。”

对于美国本土影视圈的反映，冷宁称，国内互联网带去的视频创作冲击肯定是有。从他的感受来讲，虽然身边有人去做短剧了，但美国本土从业者、大

小影视公司很难对这种新兴事物形成扎堆的势态，不会急着去做此类爽剧。

霸总玛丽苏 为何能通吃

那么，这些平台输出的是什么样的内容、类型的短剧？

目前，ReelShort平台上有超过数千小时的娱乐内容，主流作品是欧美演员出演的短剧，这些短剧也进行了精细的题材划分，比如“先婚后爱”“甜蜜复仇”“霸道总裁爱上我”等，也有狼人、吸血鬼等西方霸总玛丽苏题材剧。该平台的爆款剧《Fated To My Forbidden Alpha》结合狼人题材，讲了一个霸总故事，剧中“豪门霸总对灰姑娘一见钟情”“女主复仇”“身份反转”等元素，是中国网文霸总文学的典型土味素材。


再以99TV为例，这款应用有风格各异的短剧种类，包括逆袭剧、霸道总裁豪门恩怨剧、战神剧、虐恋剧、穿越重生剧等，上线的《娇妻归来》《史上最强太子爷》有浓郁的“下沉市场”爽剧味道。GoodShort的短剧则涵盖都市言情、青春言情、亿万富翁、总裁等题材。用观众的话来说，虽然是英语剧，但网文味儿太冲。

冷宁告诉记者，欧美也有自己的霸道总裁文学、炫富文学等，而且很畅销，其实全世界很多地方的观众都有此娱乐需求，短剧挖掘出了这一部分受众，但这在整个受众市场算不上主流文化，甚至可能比国内的受众群要小很多。冷宁还说，让欧美这一部分本土受众接受竖屏短剧，其实还是要加入他们喜欢的元素，讲一些贴近他们生活的故事。

有业内人士预测，出海的短剧赛道仍处于早期成长阶段，其价值贡献和增长空间尚有待时间验证。



编辑：孔昕 美编：陈明丽



推动绿色发展
促进人与自然和谐共生

“讲文明 树新风”公益广告