



# 悦读周刊



找记者 上壹点  
**A07-09**

齐鲁晚报

2021年12月5日  
星期日

卓  
然  
于  
心  
悦  
享  
娱  
乐

□ 美编：陈明丽  
□ 编辑：曲鹏

近日，短视频平台试行微短剧付费引发关注。微短剧已火到和热播网剧一样，在各平台都要付费观看了吗？有的观众支持付费制，“便宜点可追剧”；有观众则认为短视频平台在走长视频平台超前点播的老套路。登录各长短视频平台可以发现，微短剧创作可谓风生水起，应有尽有，平台为微短剧开设频道和专栏，并为有看点的作品提供各类流量入口，且出台吸引人的分账规则以吸引创作者。平台投入数十亿资金和出台各类扶持规则皆因微短剧已成平台新风口，微短剧的赛道竞争气势已经起来了。

## 微短剧：影视新风口

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 师文静

### 形成规模 试水收费

在短视频平台上能看到，微短剧已形成规模，量多、种类多，五花八门、鱼龙混杂。目前在短视频平台累计播出100集-300集的微短剧不少，有特色的剧集系列播放量不俗，比如轻喜剧短剧《这个男主有点冷》，以10.3亿的正片播放量，成为了当前国内短视频短剧行业的第一。就短视频平台目前刚上线的作品来看，微短剧的播放量都不俗。更新至25集的《只是没确定关系而已》平台总播放量2.9亿；更新至22集的《你的眼睛，我的世界》，目前累计总播放3.5亿；更新至第17集的《我的双面甜妻》平台总播放量已达到3.2亿。长视频平台的微短剧虽然没有具体播放量，但主推的作品热度都不低，而且作品的数量和类型都在增加。值得关注的是，短视频平台微短剧的累计播放量，正在赶超一众热播网剧。目前《当家主母》的累计播放量是4.2亿，悬疑网剧《双探》目前累计播放量是3.1亿，多平台粉丝剧《嘉南传》目前也才累计播放量12.8亿，微短剧的人气和热度之高，背后是庞大的忠实用户和付费市场。

近期，快手短剧运营负责人于轲称，快手微短剧日活跃用户规模2.3亿，总播放量7700亿，播放量超过1亿的微短剧已有850部，而过去一年，快手短剧创作者规模增速逾32%，短剧创作者总收入超过10亿元。微短剧概念被业内认可到发展起来，也就是一年多时间，剧集播放量都已频繁以亿计。各大平台在微短剧上的耀眼数字，也支撑起平台对微短剧商业前景的美好规划。

目前各平台付费规则不尽相同，但观众青睐的优质微短剧的未来方向是不再免费。无论是长视频平台还是短视频平台，面对正快速崛起的微短剧都是“两手抓”，一只手抓创作，各大平台数十亿资金投入、数百亿流量投入以拼内容，这让上线剧集数量激增；一手抓收益，平台想办法快速割韭菜，实现微短剧盈利模式。目前，微短剧的商业模式更灵活，各大平台通过定制、采买、分账等模式吸引优质内容。短视频平台付费模式与网文付费阅读类似，观众可按集数付费，每集最低1元起，支持一次性付费解锁全剧。目前短视频平台需要付费的微短剧大多以10集以内开始试水。而长视频平台则除了VIP会员免费看全集的渠道之外，观众还可以单剧付费观剧，3元起步可以买一部微短剧的观看权益。长视频平台经过几年慢慢培养才让观众习惯会员制、习惯付费观剧，短视频平台付费观剧虽在后，但似乎步子更快，更是对爱、优、腾、芒等长视频平台形成一定压力。

也有分析认为，短视频平台急着试水付费，与短视频平台快速增长遭遇瓶颈期有关系，与去年相比，短视频平台月活量增长放缓，平日日活用户数量减少，出现快速增长中的乏力，当下推出微短剧付费模式，对平台、作品品质、创作者更有利，不失为一种商业模式的探索。

### 花样繁多 剧情套路

微短剧之所以受欢迎，一是因

为观众可以利用碎片化时间追剧，二是微短剧是最追逐“下沉”市场观众的影视创作方式，“土味”、“爽感”、高甜、高宠、低幼甚至大脑洞“撒狗血”的故事风格能精准定位观众。

微短剧跟网剧一样涵盖古装甜宠剧、都市爱情剧、烧脑剧、乡土喜剧、青春剧等，都是很商业化的网剧类型。平台播出最多的是无脑甜剧、狗血爱情和古装小言情，整体来看就是碎片化、低配版的网剧。但比网剧更追求看点。微短剧一般2-8分钟一集，作品大多20集-40集，虽然也是剧集，但创作方式与网剧有很大不同。以几分钟时长来讲故事，更需要紧凑的剧情爆点。一般微短剧一集故事中有三四个反转和剧情冲突，这让微短剧叙事节奏快，故事反转多、剧情连贯性强，整部微短剧全是对“高甜”“爽感”“爆点”的提炼，要多吸睛就有多吸睛。

长视频平台的微短剧涵盖爱情、悬疑、古装等多领域，有横屏有竖屏。短视频平台微短剧以甜宠、都市爱情为主，绝大多数是竖屏剧，极少数是横篇幅拍摄竖屏观看。长视频平台的微短剧质感更接近于网剧，内容多元化，故事比网剧更“高能”。从平台正在热播的剧就可以看出其风格，比如讲述“钱氏五美全城追夫”的《金小气家族》，讲述“契约兄妹欢喜冤家到白头”的《兄长大人，解约吧》，讲述“腹黑王爷心尖宠”的《这个王妃有点萌》，讲述“小助理重启女霸总”的《全世界唯一的你》，讲述“漫画女主穿越邂逅霸道校草”的《心跳恋爱》等，满满的低幼网文风。这些微短剧都是高能故事，集合高甜、高宠、重生、穿越、复仇、微灵异、异能等各种常用元素，追求爽感、套路感。尽管目前出现了悬疑、惊悚、武侠、搞笑等类型的微短剧，但难与以上这些“高爽”类型的剧受关注。

而短视频平台目前最受捧的那些微短剧，剧情比长视频平台更放飞自我，剧情“土味”、狗血，霸道总裁追爱、英雄救美、偶像幻想、性别互换、替身、追妻火葬场等剧情梗满天飞，元素罗列之中，故事不断反转，大多是服化道越来越精致的煽情猎奇剧，目的就是让观众“上头”。这些剧剧情只追求反转不追求逻辑，比如有部剧的开头部分，女主角是哑巴，死了又活了，活了又被陷害，被控制又重生，重生后追杀男主角，追着追着发现两人之前有感情，还有过一个孩子……乱七八糟的快节奏剧情令人头脑发涨。有的剧剧情离谱到播出平台怕担责的地步，比如《我的双面甜妻》等剧，都在画面打上大字提醒：剧情演绎，请勿模仿，请树立正确三观！

打开微短剧频道，仿佛置身各大网络文学城、手机文学城，两者扑面而来的狗血网文风那么接近，是因为当下大多微短剧改编自三流网文。不难看出，各大平台短视频繁荣表象下，最大的发展瓶颈还在内容，创作雷同和过于猎奇，都是微短剧野蛮生长中不能忽视的问题。相比于投资大、流程复杂的工业化网剧，微短剧创作门槛相对较低，更能吸引大批深谙短视频用户审美习惯的“野生”创作者入门，虽然微短剧在服化道、布光运镜等方面的质感提升很大，但这些剧中浓郁的“土味风”、吸睛的狗血封建故事，则表明创作者们对观众



的迎合之姿。有业内人士称，对于微短剧快速发展到迅速雷同化、套路化，是因为平台要求微短剧制作公司复制已成功作品或者受市场欢迎的类型导致的。“高爽”微短剧已多到剧情套路化、缺乏新意，通过网剧的发展其实就可以看出“高爽感”剧来得快，去得也快，这也将是微短剧的宿命。

### 表面繁荣 能否出圈

正处在风口的微短剧是一阵风，还是能形成与长视频、剧集相对抗的新赛道，需要从从业者继续去摸索，还要形成微短剧良好的发展生态。

在内容上，微短剧还难登高雅之堂。当下的微短剧追求的是眼球刺激，不少人当“下饭剧”追一追，剧情很难引发情感共鸣，更别谈引发思考。《爱，死亡和机器人》等爆款作品，证明了2-8分钟时长的微短剧有很大的创作空间 and 市场需求。当观众2倍速追看一集45分钟、一集60分钟的网剧时，说明一些观众已对追长剧失去耐心，观众观剧习惯悄然改变，是微短剧发展的契机。这就需要当下过度追求爆点、爽点的微短剧创作者放长眼光，去做好的内容，而非只追求过度娱乐化。微短剧精品化，需要微短剧创作题材多元化，多关注更注重品质的悬疑、纪实、科幻等类型，以及多类型动画短片等。

微短剧只注重规模化而不追求专业化，很容易走入“网大”刚开始发展时的窘境。目前，正处于潮流的微短剧也开始吸引明星和大影视公司的关注，出现专业化苗头。微短剧《男翔技校》，女主角饰演者是选秀爱豆田京凡，参演的明星阵容有关晓彤、姜艺潇、徐冬冬、徐艺洋、秦牛正威等，该剧播放量很高；都市爱情微短剧《别怕，恋爱吧！》则由白举纲、费启鸣、何泓姗、徐梦洁等主演，成为近期一个小爆款。

随着长视频平台逐鹿微短剧市场，以及短视频平台投资加码、分账加码等新规则出台，微短剧行业开始逐渐专业化。此前不少MCN机构扎堆微短剧创作，这类公司制作微短剧有自身的盈利模式，那就是用微短剧做大账号，吸引粉丝，然后通过网红直播来带货。短视频平台上的此类微短剧如果是为了带货盈利，很难走出内容创作雷同化、套路化的藩篱。但五元文化、唐人影视、新线索影业、开心麻花、长信传媒、华谊兄弟等业内影视机构涉足微短剧，微短剧未来的规模化、专业化可能有了了一定的保障。微短剧能否跃入主流影视市场，能否出圈，还需要流量与品质兼具的爆款。只有数十亿的流量没有品质，也很难成出圈爆款。

作为影视作品的一种类型，“网大”的发展可谓反复曲折。“网大”一开始出现只追求博眼球，经过几轮几十部作品集体下架泡沫迅速破裂后，这两年才慢慢恢复元气，出现口碑不错的分账作品。新赛道的微短剧已从流量数据上获得所谓“下沉市场”观众的追捧，资本、平台、明星、创作者也纷纷关注并踏入风口中，再出现一些跟上时代节奏的优质内容，微短剧或许将迎来它自己的春天。