

# 消费精准细分 创新才有红利

## 免费看短剧将成大趋势?



本报记者 孙磊

短剧剧组横店拍摄现场。赵培希 摄

“业内有句玩笑话，现在的横店应该叫竖店，因为高峰时期有100多个剧组扎堆拍竖屏短剧。”日前，一位90后“横漂”对记者如是说。

实际上，这已经不是一句简单的玩笑话。今年7月，在横店影视产业实验区成立20周年新闻发布会上，东阳市相关负责人表示，横店将通过设立基金支持微短剧产业的方式来应对“竖店热”。

与此同时，银发短剧呈现“屠榜”之势：《闪婚老伴是豪门》上线十几天播放量破5.5亿，《卖菜大妈竟是皇嫂》《老炮儿之上阵父子兵》等也都挟裹亿万话题量一骑绝尘。统计显示，今年短剧市场中40岁以上用户达49.4%。

从“横着拍”到“竖着看”，从一味追捧“小鲜肉”到“老霸总”异军突起，被《中国网络视听发展研究报告(2024)》估值400亿元市场规模的微短剧，究竟发生了哪些“不一样”？记者采访了业内相关人士。

### 受众群体 消费细分 中老年人花钱过瘾

杭州一家独立编剧工作室长年为首部短剧制作公司供稿，团队负责人以琳(应受访者要求为化名)表示，目前手上有两本签约中老年题材剧本。

以琳表示，这一波银发剧的热度，应该是从《闪婚五十岁》开始，然后被《闪婚老伴是豪门》推高。这之后，很多平台开始收中老年剧本，之前被顶上热搜话题的《保洁老妈无极归来》，剧情是27岁霸总恋上45岁保洁阿姨。

以琳提出，从受众群体的变化来看，银发微短剧日益火爆有两大原因。

“1994年我国正式接入国际互联网，当年的‘弄潮儿’主力军70后已步入中老年阶段。随着内容消费越来越细分，中老年观众未被满足的需求现在被市场识别出来了。”以琳说。

另一个原因是在技术层面，90后、00后往往会搜索免费资源。但这对中老年人来说略“烧脑”，他们通常选择花钱看个过瘾。

当中老年成了微短剧的付费群体，出品方自然就根据他们的心理和喜好来打磨片子。

由此，以琳对银发微短剧的未来发展持乐观态度：“这是受众趣味决定的。目前，银发剧这一波热度，是行业对这个题材开发到这里了，我认为完全可以继续开发。”

### 制作流程 “一卡”很关键 成本水涨船高

以琳的工作流程和传统意义上的剧作者有很大差别。通常她会给平台提交策划案，过审后写“一卡”，“一卡”过审了签约，推进全本。“一卡”简单理解就是先写前8-10集，一般第10集是第一个付费卡点，涉及到观众是掏钱追剧还是狠心弃剧。她也会接平台定制，“目前一些平台已经开始拒收黄昏恋剧本，银发题材开始进入内容调整。”

随着形势大火，微短剧制作成本水涨船高。早期一部低成本剧10万元就可完成，现在赛道卷起来，对标电影，平均一部戏需要花费30万元左右，一些高质量的可能要上百万元。

“现在有一些报道说，一部短剧几天赚一个亿，好像躺着就能日进斗金。事实并非如此。”以琳说，比如某个短剧突然成了爆款，单日充值达到2000万元，这里需要去掉投流大头花费，还有人力成本、拍摄费用、平台抽成、投资方股东分账等，最后分到产业链上每个环节的从业者手里并不多。

### 发展趋势 撬动流量变现 创新才有红利

当前不时爆出“老母亲追剧月刷6000元”的新闻，让很多人对银发族在短剧上的非理性消费忧心忡忡。对此，以琳提出一个观点，市场趋势将会往免费走，网文从付费模式走到免费模式用了20年，短剧会缩短这个进程，一些头部公司的热剧从分账比例看，免费部分已经超过付费部分。

免费看剧，产业怎么赚钱呢？她剖析，现在都是IAA+IAP模式(IAA是应用内广告变现，IAP是应用内购买)，通俗理解，刷几集剧有一个信息流广告，付费可免广告，短剧是撬动流量变现杠杆里较新且高效的手段。

“短剧发展面临很多不确定性，但我认为有一点是不变的，创新才有红利。”她表示，身处这个行业，每个人都要拥抱变化，与变化共同成长。

