



江西微短剧产业观察

□ 谢龙龙

重生、穿越、逆袭、复仇、悬疑……一分钟快意恩仇，剧情高潮迭起，微短剧世界的爽感令人“上头”。近年来，以“短、平、快、爽”为特点的微短剧因为适应了人们快节奏的生活方式，而迅速火了起来。

作为影视行业发展的新风口，微短剧迎来爆发式发展。企查查数据显示，2023年国内新增短剧相关企业2.25万家，同比增长20.2%，截至2023年末，全国有短剧相关企业7.81万家。艾媒咨询数据显示，2023年中国网络微短剧市场规模达373.9亿元，同比上升267.65%；预计2024年中国网络微短剧市场规模超500亿元，2027年有望突破1000亿元。

不仅国内发展势头良好，微短剧出海也成为中华文化走出去的新现象，微短剧受到国外观众的喜爱和追捧。

近年来，江西微短剧产业紧抓风口，呈现出较为强劲的发展势头。尽管面临着版权保护、内容同质化、专业人才稀缺等难题，但是，各地通过出台扶持政策、完善配套服务、优化创作环境、加强科学管理等措施，为微短剧产业高质量发展保驾护航。

微短剧产业如火如荼

“每集1至2分钟，制作成本不足50万元”“7天写完剧本，一周拍完100集，一集播放量3000万”“单日充值2000万元，8天流水破亿元，横店变‘竖店’”……作为一条低投资高回报的影视剧新赛道，微短剧行业吸引了大量从业人员，资深影人带队出品，一线演员主演，头部网红也入局组建微短剧组。

据统计，2023年，在国家广播电视总局“重点网络影视剧信息备案系统”中，通过登记并进行上线备案的微短剧共557部，合计12630集；全年共上线重点网络微短剧384部，同比增长了1倍多。

“前景可观是吸引大家纷纷涌入的动机。”作为一名去年夏天才投身微短剧行业的新秀，酱油毫不掩饰自己的想法。前不久，酱油及其团队创作的微短剧《母爱无声》成为爆款，全网话题阅读量超10亿次，观众充值突破5000万元。

酱油是南昌青玉案文化传媒有限公司的负责人，而青玉案是阅文集团控股的网络文学内容工作室，也是《母爱无声》的出品方。《母爱无声》的剧本创作来自“酱油刀”，这个名字取自酱油及其两个好友笔名的各一字，他们三人都是资深网络作家。网络小说创作和微短剧编剧，有着共通之处，身份转型不算艰难。用酱油的话说：“内容是微短剧的立身之本。我们从个人到公司都有做微短剧的先天优势。”

《母爱无声》是“酱油刀”团队成立以来的首个作品。在众多题材类型中，他们选择了小众但风险较低的亲情主题。酱油今年28岁，南昌人，他的编剧队伍有30多人，来自全国各地，平均年龄25岁，他们成长于互联网环境，深知年轻人喜好。

与网络小说精心构思，动辄几百万字缓慢铺陈剧情不同，微短剧剧本只需要4至5万字，节奏快、剧情短，不断制造悬念、冲突和反转。“写起来爽，观众看起来也爽。”酱油说，每个编剧平均每个月能完成一部剧本，每部剧本5至12万元稿费，编剧后面再根据流水分成。一年来，他们已创作了40部微短剧，有3部成为爆款，点击量破亿。

与“酱油刀”的经历类似，我省网络作家上山打老虎与其他两名网络作家共同创作了剧本《高考万岁之金榜题名》。6月，该剧在众多短剧中突围，上线仅60小时充值金额突破1000万元。该剧讲述了主人公夏因父亲患病高考失利，中事业遇坎坷后重生至高三课堂并一路逆袭，顺利考上大学的励志故事。

“做短剧是很有意思的，我找回了曾经创作网络小说的激情。当时，我们3个人花了十几分钟就敲定了这个故事框架，3天完成剧本创作，4天在南昌完成拍摄，15天内就在平台上线了，取得这个成绩也是意料之外。”上山打老虎难掩兴奋，一次偶然和圈内的朋友聊天，得知很多网络作家看中了微短剧广阔的市场前景，纷纷开始尝试写微短剧剧本，自己也想挑战这一新鲜又熟悉的事物。

“如火如荼，越来越‘卷’”，是从业者对当前微短剧行业的普遍印象。对于逐渐拥挤的赛道，作为制作方的江西燕鸿影业有限公司负责人陈翰卿持谨慎态度。近年来陈翰卿参与拍摄了好几部短剧，均由平台方提供剧本和资金，自己仅提供拍摄设备、技术等。为了获得更多利润分成，他于去年底自己投资拍摄微短剧，然而首作《他的白月光》市场反响不及预期。“这部剧投资了50多万元，算是亏钱交学费了，资金多也不一定出成果。”陈翰卿介绍，虽然榜单上的微短剧看起来风光无限，实际上更多的微短剧沉入无人问津的境地，大浪淘沙中脱颖而出的只有少数几部。

“吃一堑，长一智，我们目前正在制作第二部，它的资金来自市场，减少了很大的压力和风险，但如果还是失败的话，说明自己不适合这个赛道。”陈翰卿表示，并不是所有人都能从这个行业分到一杯羹，不应过度神化微短剧行业。



陈翰卿的团队在拍摄微短剧。

目前微短剧创作以市场为导向，有些作品忽视了精品意识和社会效益，存在着格调不高、内容同质、风格低俗等问题。

“霸总、战神、重生、逆袭等题材火了之后，大家都跟风做。有些小众、正能量的题材也是可以成功的，但紧接着就会被抄袭、复制。哪个题材火了拍哪个，一窝蜂涌入市场，一定程度上影响了行业创新。”酱油表达了担忧。

微短剧头部企业嘉兴九州文化传媒有限公司江西分公司负责人萧逸认为，微短剧行业正在走过野蛮生长的时期，精品化、专业化、规范化发展是大势所趋。“当前市场上的微短剧呈现一个金字塔形，位于塔尖的仅仅是少数有创意的精品剧，大多数还是在中下层‘卷’，但越来越‘卷’的好处是迫使行业不得不改变追求‘快钱’的方式，沉下心来生产优质内容，谋求长久发展。”

微短剧发展时间较短，缺乏市场和时间的沉淀，萧逸认为，如果给予微短剧更多的耐心，它会朝着经典化方向发展，具备像其他文娱产业一样打造IP的潜力，将来微短剧IP改编成长剧、电影、动漫、游戏等形式也犹未可知。“微短剧会回到规模效应、内容为王、精耕细作、多渠道多样式变现的轨道上去，也就是网文行业走过的路，微短剧行业会经历一遍。”萧逸这样预测微短剧赛道的未来10年。

微短剧的野蛮生长、快速扩张也引发了不少的行业思考。抄袭、盗版、盈利模式单一、行业分账机制不透明等现象屡见不鲜。推动微短剧进

精品化发展成为行业共识

一步高质量发展已成行业共识，实际上，监管部门对微短剧行业乱象的治理一直都在进行。早在2022年，国家广播电视总局组织开展了小程序类网络微短剧专项整治工作，印发了《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》。今年5月，国家广播电视总局有关部门针对微短剧存在的收费高、不透明、诱导付费、维权困难等问题开展了专项治理；6月1日起，《国家广播电视总局办公厅关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》正式实施，明确微短剧实施分类分级审核，未经审核且备案的微短剧不得上网传播。

各地也纷纷出台了引导微短剧产业健康发展的相关举措。6月24日，江西网络微短剧备案服务中心共建框架协议签约仪式在赣江新区举行。该中心一方面面向全国影视制作机构在江西备案开通“绿色通道”，并通过搭建产学研平台挖掘孵化重点网络微短剧精品项目；另一方面也将助力本土打造集创作、拍摄、制作、发行、交易到衍生产业为一体的微短剧全产业链。

“如今，行业乱象明显好转。对我们来说，减轻了很大的监管难度和压力，我们不希望自己的基地拍出来的是低俗的内容。政策的出台不是给我们戴紧箍咒，实际上是保护了各方，也激发了从业者追求精品化的热情。”鹰潭市拾方光影(余江)影视基地负责人钟奕其说，从微短剧制作方到基地运营方身份的的转变，他明显感受到微短剧的创作生态愈加好转，行业只有行稳才能致远。

江西微短剧创作资源丰富

行走在鹰潭市拾方光影(余江)影视基地，仿佛进入了一座设施齐全的现代化都市，麻雀虽小五脏俱全：医院、学校、实验室、机场、地铁、酒店、公寓、餐馆……应有尽有。这里由曾经人烟稀少的老旧眼镜城改造而来。目前一期拥有70个不同艺术风格的室内外场景，占地1万平方米，可同时容纳10个剧组拍摄，二期也在建设之中。基地自今年1月开始运营以来，已吸引全国各地剧组入驻拍摄了约100部微短剧，预计2024年可产出微短剧300余部。”钟奕其说，基地不仅拍出了10多部爆款，还有6部微短剧出口到欧美地区，其中《蚀骨危情》充值金额高达1100万美元。

“很多微短剧的拍摄不限于基地内，剧组会自发前往周边的稻香小镇、月湖城隍庙、龙虎山等地取景，鹰潭市也在整合周边地区资源，拾珠成串，以便剧组取景拍摄。”钟奕其介绍。

实际上，除了鹰潭、上饶、九江等地也在积极行动，如总投资20亿元的上饶微短剧影视工厂项目落户广丰，九江的文旅街区短剧基地在濂溪区万家灯火街区挂牌成立……

《高考万岁之金榜题名》是江西时刻互动科技股份有限公司的首部自制短剧。该剧充分深挖江西历史文化，结合抚州“才子之乡”的特点，将当地某品牌白酒植入剧中，巧妙将高考与才子、美酒与喜事等相关联，成功实现了“微短剧+文旅”“微短剧+品牌”的创新探索。这也为微短剧的发展前景带来更多想象空间。“《高考万岁之金榜题名》在南昌拍摄，同时又有临川文化内涵，是一次‘微短剧+文旅’的有益尝试。江西山川河流众多、文化底蕴深厚，文旅资源丰富，时尚动感的南昌、文艺范十足的景德镇，充满神秘色彩的道教文化、禅宗文化，正在流行的江西美食等都可以根据实际需求，融入玄幻、武侠、都市等各类微短剧中。”上山打老虎说，我省作为全国网络文学的重地，各类题材故事已有开拓，有着众多的粉丝群体，微短剧创作有着很好的优势。

今年年初，《国家广播电视总局办公厅关于

开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知》印发，筹划在2024年创作播出100部主题优秀微短剧，推动一批实体取景地跟随微短剧“出圈”。各地纷纷响应，希望借力微短剧，促进当地文旅产业发展，如重庆的《重庆遇见你》、福建的《欢喜就好》、云南建水的《天南灵泉传》、浙江嘉兴的《回到1913》……而婺源推出了奇幻微短剧《世男我》。该剧在风景如画的三清山杀青，以独特的视角，将科幻元素、地域风光和人性冲突完美融合，并于近日入选“跟着微短剧去旅行”创作计划第三批推荐剧目。而微短剧《小鱼儿与花无缺》通过古龙武侠IP与江西文旅风光、美食文化结合，在剧中穿插江西陶瓷等非物质文化遗产，展现了江西的自然美景、历史遗迹和人文风情。微短剧《浮生一梦》结合文旅元素在故事中细致展现了吉州窑的传统制瓷工艺，以及武功山的种茶、采茶、制茶文化和自然美景。此外，永丰县的《遇见，我的欧阳修大人》、南丰县的《康都会议》、南昌的《我的老板，海昏侯》等都是当地“微短剧+文旅”的尝试和探索。

同时，我省主流传媒集团也积极入局微短剧赛道。江西报业传媒集团有限责任公司与动信通(北京)科技集团股份有限公司、江西广电传媒集团有限责任公司与深圳中赢娱乐控股有限公司签约合作，携手共创微短剧文旅融合新篇章。

目前全国各地纷纷布局微短剧产业，尽管在这方面，我省有着许多优势，但不容忽视的是仍然面临着许多挑战。“光有产业上游的内容创作和提供影视基地拍摄显然是不够的，中下游的投放和平台公司代表的是产能，一家大型的平台公司短时间内可以带动50部左右的微短剧拍摄和制作，而这正是我省所缺乏的。对此要积极培育本地平台大公司，引进外地平台公司，尽快形成规模化、产业化、完整的产业链。”萧逸认为，本地专业人才稀缺和外溢的问题也是值得关注的，但他相信假以时日，随着产业链不断完善及本地文化资源优势得到充分发挥后，我省微短剧产业会产生如江西网络文学一般的深远影响力。

压题图为鹰潭市拾方光影(余江)影视基地内景。

热风冷眼

影视剧续集也要『续口碑』

□ 倪可心

2024年，影视剧续作上新颇为热闹。《庆余年》第二季在观众的期待中时隔5年再回归，《长相思》第二季自带热度定档暑期，《唐朝诡事录之西行》(即《唐诡2》)与《少年白马醉春风》(《少年歌行》前传)竞争激烈。总的来说，今年影视剧续作集数覆盖多种题材和风格，满足了不同观众群的喜好，整体上却呈现出“热闹有余，反响平平”的状况。

以《庆余年》第二季为例，有第一季珠玉在前，第二季耗时5个月打磨剧本，历时5个月拍摄，仅仅15天匆匆播完，不少观众直呼：“喜剧感凌驾于权谋、悬疑之上，是熟悉的原班人马，却不太像熟悉的味道，真的值得5年的等待吗？”作为去年暑期档的热度强者，《长相思》第一季在播期间最高正片播放市场占有率超32%，但第二季口碑却不尽如人意，豆瓣评分仅6分，“长相思2好难”“长相思2魔改”等话题陆续登上微博热搜。

影视剧续作或系列化剧集的开发，是国产影视剧的常态化操作。其好处显而易见——前作赢得观众喜爱，奠定了良好基础，收获了观众缘，还培养了一批主创和演员，续集开发的成本和风险相对较低，且剧集IP会持续保持较强的吸引力。早期系列剧《家有儿女》《爱情公寓》《康熙微服私访记》《铁齿铜牙纪晓岚》等作品都曾深入人心，为影视行业续作的成功树立了榜样。然而，近些年《欢乐颂5》《少年派2》《步步惊心》《一起同过窗》第三季等一大批剧集相较前作纷纷遭遇口碑滑坡，呈现“高产量、低质量、高热度、低评价”“一鼓作气，再而衰，三而竭”的矛盾现象，更加引发人们对影视剧续作“狗尾续貂”的讨论。

影视剧续作空有前作之“壳”却无前作之“灵”，呈现意义断裂、节奏失衡、人设颠覆等问题，究其根本，内容失焦是原因之一。制作方在推进项目时鲜少进行整体的规划，常常是根据市场反馈、市场需求决定是否继续拍下去。往往是剧火了，编剧才趁热打铁拼凑故事。另一方面，绝大多数观众习惯在一部剧集里看到有始有终的故事，当第一部把故事讲完后，第二部的拓展空间就小了，给续集创作带来很大的难度。与此同时，部分续作以前作的叙事结构为模板，机械地重复观众已熟知的叙事“套路”，故事干瘪，因此形成续作难产、续集越乏力的局面。

他山之石，或可攻玉。《生活大爆炸》《老友记》《新闻编辑室》《实习医生格蕾》等一系列品牌剧的成功，离不开其逻辑严密、效率奇高的生产机制，也离不开主创人员对剧本编排和情节构思的高要求。

近几年，国产影视剧出海的步子逐步加大，出口数量和时长显著增长，沉淀五千年的中华优秀传统文化之美，让国产影视剧在海外圈粉无数，在国外一些视频平台，海外观众已能“零时差追剧”。积极从中华优秀传统文化中汲取营养的影视剧，足以形成具有较强吸引力的剧集IP，以文化自信推动影视剧续作健康发展。影视剧续作热度高，证明群众对于原作品有深厚情感和高度期待，也反映了市场对于高质量内容的持续需求，这也激励着创作者不断探索、创新。《庆余年》第二季收官后，该剧导演、编剧、总制片人、主演等开启座谈会，直面观众反馈，消除信息差，也证明了影视剧创作站在观众立场，在续作打造上不再只是关注流量和热度，而是更加尊重传播规律，集中力量在精品佳作、强类型剧上发力，期望打造出能维持住高品质的常青树作品。

续集也要“续口碑”，翻拍也要“翻新篇”，加强对影视剧反复翻拍、续集“疯狂”的管理与指导，处理好续作和原作之间品质的延续性，方能使国产影视剧更加健康、合理、有序发展，响应观众对口碑影视剧续作的期待。