

節奏快爽點不斷 八萬成本票房千萬 微短劇能賺錢 市場規模撲千億

微短劇錢路上

▼每天在橫店開機的微短劇達一兩百部。

「現在希望投資微短劇的人可以說是排着隊在等，有圈內人，也有完全不是這個行業內的投資者，他們只有一個概念：微短劇能賺錢。現在平台方和品牌方也都開始紛紛入局。」杭州亞倩傳媒總經理王馨如是說。2023年中國微短劇市場規模高達373.9億元（人民幣，下同）。憑藉「短平快」的產出模式和付費觀看的收益模式，「上線一部微短劇，讓你實現財富自由」的「造富神話」正在不斷瘋狂上演。

大公報記者 王莉

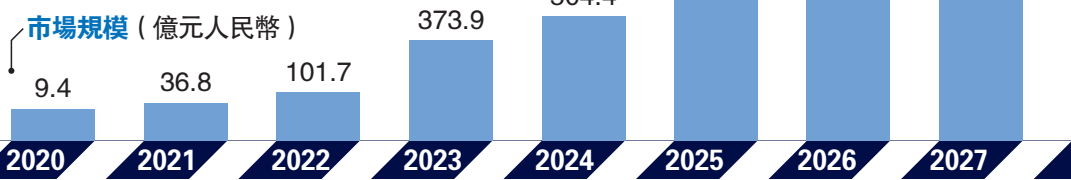


▲微短劇拍攝周期短，節奏快，可能一天需要連續拍攝十幾個小時。



中國微短劇市場規模及預測

資料來源：艾媒諮詢中心



一部劇逾百集，一集2至3分鐘，15秒一個反轉，30秒一個推進，最後10秒還留個懸念，以劇情爽、節奏快、反轉多而「出圈」的微短劇，已成為網絡視聽新風口。「我們原本主營網文發行，所以對這個市場比較敏感，也為轉型微短劇奠定了基礎。」王馨（小圖）憶說意外爆紅的第一部劇：「2022年底就上線了第一部劇，應該算是進入這個行業比較早的。第一部就爆了，投入8萬成本，收益竟超過千萬票房。」

致富密碼：抓住觀眾情緒

王馨介紹，第一部劇的劇本改自現成的「男主逆襲」網文，找了一家商業廣告拍攝團隊就開拍了。「當時不管是拍攝團隊還是我們製作方，其實大家都不懂微短劇到底要怎麼拍，

有時候都是現場臨時改劇本，調整拍攝方案，甚至還要我們去指導拍攝團隊，這個鏡頭該怎麼處理，才能讓觀眾覺得更有「爽」點。」但就是這樣一部現在她看來有點「粗糙」的微短劇，卻「一炮而紅」。她自豪地說：「如果按照現在的流量分成比例來算的話，當時的千萬票房可能相當於現在的七八千萬。就算放到現在，還是爆劇。」

王馨表示，隨着微短劇日益走紅，情節內容更加豐富，從「男主逆襲」到「大女主復仇」；從「重生穿越」到「溺愛甜寵」，但萬變不離其宗的是「爽點不斷」。如何在兩三分鐘內不斷伏筆，如何在

集與集之間設置懸念，抓住觀眾情緒，便是致富密碼。她認為，雖然現在製作成本、流量投放成本都要比一年前高出很多，但意想不到的劇情依然受觀眾歡迎。「微短劇製作節奏非常快，一般拍攝周期為7天，45天左右就能上線。」王馨認為，微短劇「短平快」的產出模式，可能是市場熱錢願意流入的原因之一。

從全網總播放量破10億的《再婚》、《這個男主有點冷》，到破圈層熱捧的《逃出大英博物館》，再到如今最熱的《我的80年代當後媽》，微短劇憑藉「爽點不斷」的劇情，不僅刺激着觀眾的「多巴胺」，也成功激發了眾多投資者的「荷爾蒙」。艾媒諮詢數據顯示，2023年

中國網絡微短劇市場規模高達373.9億元，同比增長267.65%，2027年市場規模有望達到1006.8億元。

橫店日拍百片 閒置物業變新場景

正在浙江橫店影視城拍攝微短劇的導演祥意表示，橫店經常都能看到一堆微短劇組在舉行開機儀式，一天一兩百部新片在開拍。他打趣地說：「現在大家都開玩笑說橫店已經變成『豎店』了，因為到處都是豎着屏幕拍攝微短劇的劇組。」

影視城為了滿足微短劇劇組節約成本的需求，利用閒置物業重新打造了一批新場景。橫店影視城外景拍攝地負責人潘葉嫻說：「我們設置了皇宮大殿、府邸大廳、客棧、牢房等13個場景，每天租金從1000元到4000元不等。最近半年訂單不斷，累計共營收280萬元左右，回收成本很快。」

中國微短劇用戶 超三成每日觀看

偶爾觀看 22.72%
每周幾次 38.15%



註：調查時間為 2023年11月
資料來源：艾媒諮詢

微短劇人員薪酬 (單位：人民幣)

崗位	收入
劇本撰寫	每個劇本1.5萬至2.5萬元
帶劇達人	觀眾充值費用的30%
群演演員	每日200至400元
普通演員	每日約4000元
知名名度演員	每日7000至3萬元



人才難得一味靠搶 劇本最渴市

出頭機會

「劇本靠搶、演員靠搶、後期製作人員靠搶，就因為微短劇，一時之間所有影視人在橫店都成了香餡餅。現在圈內都在調侃說，只要會寫劇本，會面對鏡頭，會達芬奇（視頻剪輯軟件）的，在橫店就不會失業。」導演祥意告訴記者，微短劇裏「逆襲」的故事，正真實地在橫店發生。

「好劇本最吃香，一個本子基礎稿費1.5萬到2.5萬元（人民幣，下同）左右，另外按照播放

量還有提成，如果劇爆紅了，提成再拿幾十萬元也是有的。」祥意說：「我遇到過最誇張的一次，把劇本大概內容在朋友圈裏發了一下，兩分鐘不到就有人聯繫我買了。」杭州亞倩傳媒總經理王馨深有感觸：「我們好多本子還只是寫了一個故事梗概，就已經被預定掉了。」

微短劇產業鏈還催生了一些新職業，如「帶劇達人」。一些影視博主剪輯了微短劇的精彩片段，然後通過鏈接的方式將觀眾引流到播放平台，收益則是觀眾

充值費用的30%左右。

群演變主角 日薪過萬

受益的還有一大批「橫漂」演員，曾經在大劇組裏的特約演員，甚至站前景的群演，都能在微短劇裏找到更多戲分，有些甚至還當上主角，收入翻倍增加。有拍攝經驗、形象氣質好的群演片酬，已從每天200元提高到每天300至400元，普通演員一天約4000元，在微短劇中稍露頭角或有一定知名度的演員，片酬每日更可達到7000元至3萬元。

爽劇出海受捧 APP月收益4000萬

全球吸粉

2021年，海外微短劇APP ReelShort上線，中國微短劇出海掀開序幕。該軟件全球下載量達300萬以上，活躍用戶量45萬以上，月流水（付費）超500萬美元（約4000萬港元），還一度登上美國iOS下載總榜榜首。海外觀眾也被「爽劇」「豪門霸總」「甜寵逆襲」深深吸引。

本土化改編 當地演員演繹

杭州亞倩傳媒總經理王馨表示，在中國拍好的劇集加上外文翻譯，就直接出口，有些甚至是用AI翻譯；還有些劇用中國的劇本，演員、拍攝團隊、拍攝場景都是國外的，這類出海劇從視覺到拍攝方式，更符合海外觀眾口味。王馨還

介紹，有些中國手機生產商微短劇APP直接嵌入手機出口。

中國微短劇出海模式眾多。北京快手科技公司副總裁劉震說：「我們在海外推出微短劇，譬如在巴西，把中國的一些劇本移到當地，找當地演員進行本土化改編，非常受歡迎。」他還表示，在中國微短劇的一些常見的、基本的套路，譬如快速的反轉等，在國外的接受度也非常高。

ShortTV內容總編鍾惠認為，「海外本土題材+中國微短劇敘事結構」是中國微短劇出海的可行路徑。「保留豪門、霸總、情感背叛等東西方通用的元素，加上歐美流行的狼人、吸血鬼、龍族血統等設定，再由海外高顏值演員演繹，更容易打入當地市場。」

「造富神話」非一本萬利

過度宣傳

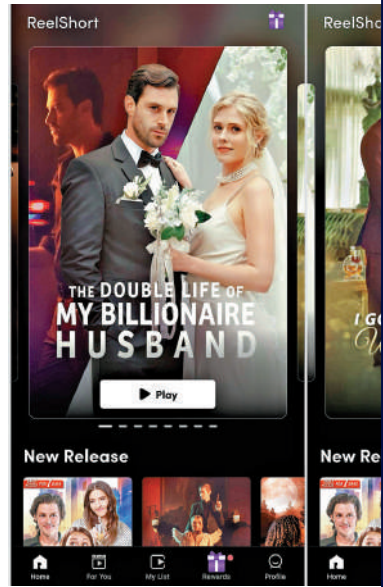
「30萬（人民幣，下同）成本8天充值流水（意謂付費）破1億」「24小時充值破1000萬」。去年以來，微短劇「造富神話」不時上演。站在風口之上，微短劇行業是不是真的一本萬利？

今年春節千部新片湧上線

外界流傳「投十部，爆一部就賺錢」，杭州亞倩傳媒總經理王馨澄清：「投十部，十部都不爆，在業內比比皆是。現在大家看到的爆劇，是踩着無數『屍體』走出來的。」她認為，即使擁有最優質資源的微短劇頭部公司，一年產出上百部，真正賺錢的只有兩三部，這還不包括很多沒拍就被「斃掉」的本子，或者拍好了最終沒上線的。

有數據顯示，去年中國微短劇市場平均月承製500至600部，月上線最高達500多部。今年春節期間，更有近千部新劇蜂擁上線。九州文化海外負責人劉金龍表示，外界過度宣傳了微短劇市場，其實，所謂的幾千萬票房並非利潤，還要去掉IP購買、劇本創作、拍攝製作、流量投放等成本，尤其流量成本龐大，1000萬票房的劇，可能有近九成是投流（意謂通過投放廣告吸流量）的成本。所以「二八原則」也適用於短劇行業。

導演祥意表示，微短劇走紅很大程度依賴於投流，業內術語叫ROI（投產比），一般都在1.2左右。「換言之，若投入1000萬元，能回收1200萬元，利潤在200萬元左右，還要扣除其他的製作和人員成本。」



▲2021年，海外微短劇APP ReelShort上線，中國微短劇出海掀開序幕。

微短劇出口模式多端

即食

• 把中國拍好的劇集，加上外文翻譯直接出口

微加工

• 用中國的劇本，但演員、拍攝團隊、拍攝場景都是國外的

深加工

• 保留中西方通用的元素，結合歐美如狼人、吸血鬼、龍族血統等設定，再由高顏值演員演繹