

為吸眼球賺流量 內容「擦邊」誘導付費

監管重錘整頓 微短劇業加速洗牌

去年被視為中國「微短劇元年」，在流量與收益井噴式增長的同時，也因缺乏相應的行業標準和監管，而導致其野蠻生長，亂象叢生，劇情低俗，台詞、畫面「擦邊」，「前期免費，後期收費」有誘導消費之嫌。日前內地多省市已按照國家廣電總局通知，要求從6月1日起，未經審核且備案的微短劇不得上網傳播。業界人士表示，這是截至目前微短劇行業的「最強監管」，將加速行業洗牌，有利未來發展。

大公報記者 王莉

微短劇錢路下



▲▶國家廣電總局發布新規，從6月起未經審核且備案的微短劇不得上網傳播。



「其實從去年11月底開始，國家廣電總局已經三令五申對微短劇進行了規則上的指引，包括項目報備、平台播出資質、平台內容自審等。」浙江傳媒學院教授楊吉（右圖）表示，在此期間最具代表性的事件，就是由咪蒙團隊出品的《黑蓮花上位手冊》被下架。「由於它的内容渲染暗復仇，價值觀導向有問題，果斷就被下架了。與此同時，包括抖音、快手等平台紛紛出台了微短劇上線播放的規則指引。」



楊吉指出，自2024年農曆新年以來，微短劇行業已進入規範化管理的發展期，行業洗牌就此開始。「這期間又有兩個事件值得關注。一個是春節檔在院線電影打得火熱的同時，微短劇市場也依舊萬馬奔騰，各平台共上線1000多部。另一個，同樣是咪蒙團隊出品的微短劇《我在八零年代當後媽》，上線首日充值超2000萬，總收益上億元。而這部劇就是屬於平台報備、資質符合、內容審核的規範化作業。」

正午陽光等專業影視製作公司「擠入」賽道，長劇的人才培養等機制逐步複製到微短劇領域，原有的生產格局形成優勝劣汰。但王馨認為，無論怎樣變化，「內容為王」的原則始終不會變。

長遠提升行業整體門檻

艾媒諮詢CEO張毅表示，長遠看，微短劇行業的備案新規無疑將促進行業的進一步規範化，無論是內地市場還是海外市場，短劇都需要更健全的人才培養體系和配套設施，「從短期來看，肯定會對一些初創企業產生衝擊，但這是暫時的，也是提升行業整體門檻的必然過程。」

「微短劇作為網絡視聽新物種，它的邏輯本質上就是經歷萌芽、快速發展、慢慢成熟，到最後成為常見，因此總有一天微短劇也會像網絡大電影、網絡綜藝一樣，成為網絡視聽一種常規形式和有益補充。」楊吉表示，微短劇市場正在慢慢回歸理性。「我的判斷，這波風口到年底就會慢慢平息，資本也會心平氣和開始尋找新的機會。」

未審核劇目下月起禁上網

新規要求各平台將目前未經備案上線播出的微短劇劇目相關信息，於本月31日前報所屬地省級廣電主管部門備案。6月1日起未經審核且備案的微短劇不得上網傳播。其中投資額在100萬元以上的「重點微短劇」歸國家廣電總局管理，30萬元到100萬元之間的「普通微短劇」歸省級廣電部門管理，30萬元以下的「其他微短劇」歸平台管理。

三大平台微短劇備案細則

微信
• 製作成本低於30萬元，需提交成本配置比例報告

抖音
• 6月起需填寫成本比例表和片酬承諾書，由平台統一向省廣電備案

快手
• 6月起審核微短劇作品，無備案號禁止推廣

播劇需審核 三大平台公布細則

提質升級 播放平台對於微短劇的審核力度不斷加強。去年末，抖音、快手等平台發布打擊違規微短劇公告，並下架一批違規微短劇。從今年6月1日起，微短劇播放需審核備案，抖音、快手、微信相繼公布微短劇的備案細則。

據微信平台發布的微短劇備案機制調整新規，從今年5月27日起，製作成本低於30萬元的微短劇需提交成本配置比例報告，經審核後獲得備案號。若變更已通過審查的劇，需符合規定或提交申請。

抖音向短劇開發者和作者發布通知，5月30日前

所有已上線播出的短劇需按照模板準備材料，平台在5月17日和5月23日開放上傳入口。6月1日起新上線的短劇，上傳抖音平台時需填寫材料，包括成本配置比例情況報告表和片酬承諾書，將材料上傳到抖音後再由平台統一向省級廣電備案。

營造良好市場生態

快手公告稱，6月1日起，無備案號的微短劇作品，禁止在平台經營推廣。平台對微短劇作品進行審核，開發者不得採用技術手段躲避或對抗相關要求，否則採取封禁小程序方式進行處理。現有微短

劇小程序開發者需在5月30日前完成審核系統接入工作，延期接入將影響小程序經營。

微短劇市場需求仍然巨大。據抖音統計數據顯示，2023年抖音短劇付費用戶增長3倍，日均播放量比2022年增長100%，12部短劇播放量破10億，春節期間8部精品微短劇播放量過億。國家廣播電視總局網絡視聽節目管理司副司長楊錚曾經表示，在微短劇平台轉型升級的關鍵時期，要突出思想價值引領，把握正確的政治方向、輿論導向、價值取向、審美趣向，加快微短平台由產品到作品到精品的提質升級，營造良好市場生態。

付費觀看陷阱多「收割」老年用戶

容易中伏 微短劇「前期免費，後期收費」的付費觀看模式，讓很多觀眾不注意就踩入誘導消費的陷阱，尤其是不熟悉手機支付的老年觀眾群體。

自動默認付款續訂

杭州的宋阿姨就是「受害者」之一。「有一次也是誤點進入了一個微短劇平台，看了幾集覺得挺好看的，後面就提示要付費了，還跳出一個宣傳頁面上寫着『只需0.9元就可解鎖』，我想也便宜就點了。誰知道等賬單來的時候，發現莫名其妙多扣了200多塊錢。找女兒問了才知道，原來付費頁面旁邊還有一排很小的字，寫着『默認下一集自

動解鎖』。那麼小的字，我們年紀大的人哪裏看得清楚啊。」由於申訴手續麻煩，金額也不大，宋阿姨最終也只能「自認倒霉」。

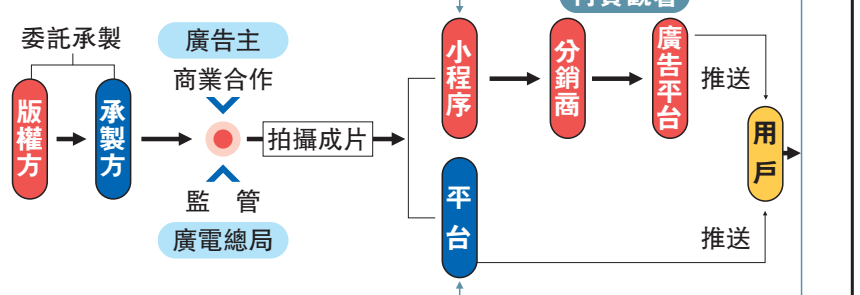
《中國微短劇市場發展研究報告》顯示，微短劇用戶付費滲透率已達41%。付費人群中，月均付費50元至100元的人群佔33.7%，100元至200元的佔25.8%，男性比女性更容易為追劇付費。

中國消費者協會發布的《2023年第四季度消費維權輿情熱點》就曾點名短視頻平台微短劇誘導付費亂象，稱在社交平台上網民曬出的賬單顯示，父母的微短劇訂單少則數千元，多的甚至達到數萬元，不少訂單均為自動扣款。

不僅是老年人，很多年輕人也反映經常遇到誘導消費情況。「有時候看到有些平台價格便宜，所以就在那裏充會員，可是很快平台鏈接就打不開了。」張小姐說：「我們年輕人都會掉坑裏，老年人就更容易被騙了。」

浙江傳媒學院教授楊吉提醒，隨着微短劇市場猛增，「野平台」也雨後春筍般出現。目前來說很難做到完全監管，從消費者的角度，付費觀看微短劇盡量選擇正規平台，免遭損失。

微短劇產業鏈



「微短劇+文旅」玩出新花樣

業界意見 浙江衢州市郊一座佔地面積170畝，總投資10億元的微短劇超級工廠正在建設。項目負責人吳洪劍表示，非常看好微短劇和文旅的雙向奔赴。微短劇能讓衢州有更好的曝光度，從而推動文旅產業。

無獨有偶，在浙江杭州臨平區臨影廠門前，多巴胺色彩的街景吸引不少市民打卡，這是臨平發力微短劇賦能地方產業的新嘗試。當地計劃通過臨影廠影視微短劇品牌，



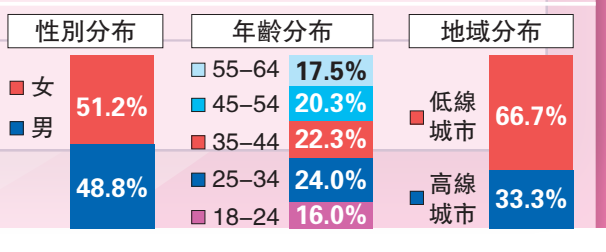
▲杭州臨影廠。

打造集創作、拍攝、製作、發行於一體的微短劇全產業鏈。今年將發力「微短劇+」新賽道，創新探索「微短劇+實體經濟」、「微短劇+鄉村振興」、「微短劇+文化傳承」等業態，賦能地方發展。

業內人士表示，微短劇和文旅結合，將成為行業發展大趨勢。微短劇行業野蠻生長周期步入尾聲，從業者開始在市場開發、產業聯動等方面做文章，以「微短劇+」撬動行業新發展。

今年1月國家廣電總局發布「跟着微短劇去旅行」創作計劃，提出2024年要創作播出100部優秀微短劇。計劃提到微短劇可以從各地歷史文化名城取景取材、從非遺中汲取營養，為縣域開闢更多新發展。

微短劇受眾分布情況



《一夢枕星河》
• 以古城保護和更新為主題，展示蘇州特色

《戀戀茶園》
• 展現浙江麗水的農耕文化和茶文化

《飛揚的青春》
• 通過大學生回鄉創業的故事，挖掘中國鄉村文化底蘊

《等你三千年》
• 通過古今愛情故事引出邯鄲城市文化IP

《孤單旅行團》
• 以廣西美景、美食，情感治愈遊人心靈



▲導演在拍攝現場指導拍攝。

「跟着微短劇去旅行」創作計劃第二批推薦目錄