

# 資本熱情轉冷 微短劇產業進拐點

## 業者：觀眾要求高「好故事+精心製作」方能賺錢

### 微短劇產業透視①

微短劇「一夜暴富」的神話已不再！究其原因自然離不開內容低俗、同質化嚴重、投流佔比過高、平台資本進場等。然而，相關部門陸續出台的一系列管理措施，讓原本「狂飆」的微短劇慢慢走過「野生長期」，走向有序發展。微短劇行業的風繼續吹，只是撲面而來的是冷還是暖，站在「風口」的人就各有所感。

大公報記者 王莉

2024年被視為微短劇「井噴之年」，動輒充值額過千萬元（人民幣，下同）甚至上億元的「爆劇」頻出，一度成為影視從業者被資本追捧的「寵兒」。在實體經濟摸爬滾打了二十幾年的徐旭偶然有機會了解到微短劇「賺錢快」，於是抱着試一試的心態「帶資進組」。他給記者算了一筆賬，「一台生產設備投入一、兩百萬元，回報周期最快也要兩至三年。而一部劇投資不過四、五十萬元，7天拍完，一、兩個月就能上線，回報卻能上百萬甚至千萬元，百分之幾百的回報率，這對於做實體產業的來說，誘惑太大了。」

### 競爭大 投資十部或蝕十部

「現在聽到『短劇』兩個字，我的心都還會滴血。」然而徐旭連續投了幾部，大概200萬元左右，就其中部算是「小爆劇」大概賺回了20萬元左右，其餘的基本都是虧的。還有一部前段時間剛拍完，就遇到了國家廣電總局整治「霸總」劇，有可能不會上架了。對於微短劇的「暴富神話」，他表示：「只聽說過，沒見過。開始以為是自己入局晚了，或者是運氣不好，對這行了解多了才知道，那些『神話』只是極少數個案。大多數都和我一樣，投十部九部都不會爆，更慘的十部都不爆。」

看起來整個行業都在賺錢，杭州亞倩傳媒總經理王馨坦言，業內其實更多的都是在「燒」資本的錢。「對於製作公司來說，是以積量作著眼點。可能一年做了十部劇，有兩部爆了，對於製作公司來說，一年都不虧了甚至還有賺。但資本不同，首先不會一次性投十部劇，是一部一部投的，投中的概率就會變低。其次，假設我一年拍的十部劇裏，有的投了五部，結果一部沒爆，就算投資20萬元

一部，對於資本來說也是實打實虧了100萬元。

### 內容平台成短劇新力軍

王馨認為，2024年上半年之前，資本對於微短劇行業的少了很多。目前微短劇投資熱情高，投資佔比也較大。「現在熱錢進入微短劇行業的少了很多。目前投資可以說是進入了內容平台時代，像番茄小說、咪咕這樣的內容平台現在更願意拿錢出來投資這個行業。微短劇本身就脫胎於網文，而這些平台都有自己很好的IP。」

「與內容平台合作，在選擇上會更多元化，更具有包容性，而不再局限於『霸總』、『婆媳關係』、『親子關係』這些為了爽點而爽點的內容。」她非常喜於見到微短劇以「內容為王」的變化。她相信這種狀態可以維持比較長的一段時間。

點眾科技市場與公共關係中心總經理王燕表示，從2024年6月以來，隨着國家廣電總局的政策引導和越來越多的長劇公司、平台的加入，微短劇在內容、質量、文化性、藝術性等方面都有了長足進步。她以公司2024年製作的《桃花馬上請長纓》、《綺靡》為例，好的製作、內容還是受到市場歡迎的。以民國為時代背景的《綺靡》憑藉導演在演員、服裝、化妝、道具上的極致要求和畫面美感，可以說是上線民國劇中，不管是從播放熱度還是分賬結果來說，到目前為止成績都是最好的。《桃花馬上請長纓》作為「微短劇版花木蘭」，其營收也做到了1個多億元。可以看到，有好的內容，那就一定會有好收入。



微短劇整個行業看起來都在賺錢，其實業內更多虧都是在「燒」資本的錢。



愛奇藝創辦人龔宇：

我們知道微短劇存在各種問題，我們下場將其升級、更精緻，助其更有大衆觀和審美。所以平台企業要做，製作企業更要做，還不如主動參與、去改變。

浙江傳媒學院副教授楊吉：

微短劇的商業玩法會被激發出來，比如短劇+電商的模式，用直播方式在實時播出短劇，內裏還有電商，相當於把劇集切割成兩分鐘一集的短劇，這都有可能。



## 新商業玩法冒起 直播短劇結合電商

### 變通 趨時

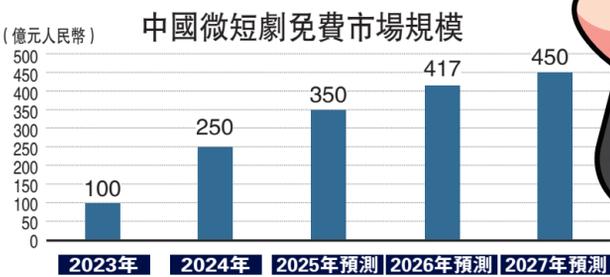
「我依然堅持微短劇的風口已經結束。風口是指那種野蠻生長，資本湧入快速套現的收割期已經結束了。雖然我們現在看到仍有大量微短劇湧現，但真正獲利的是少數，尤其在免費短劇平台出現後，很多都是在花錢乃至賠錢趕一波流行。」浙江傳媒學院副教授楊吉表示。「如果風口等於暴利賺錢，就一定是過了，因為微短劇行業已經從野蠻生長狀態過渡到了現在良性發展的狀態。」杭州亞倩傳媒總經理王馨說。

楊吉說，「二八定律」同樣出現在微短劇行業。「現在就是20%在賺錢，80%在虧錢，那虧的不可能永遠虧下去，總有一天會逃離這個行業。但風口關閉並不代表微短劇行業消失了，

2025年一定會有新的視聽物種出現。微短劇的商業玩法會被更加激發出來，比如短劇+電商的模式也會出現，我們大膽假設一下，用直播的方式在實時播出一部短劇，內裏還有電商，相當於把劇集切割成兩分鐘兩分鐘一集的短劇，這都有可能。」

### 手機融入生活 短劇潮未退

王馨也認為：「如果風口的定義是這個行業是否還處於熱門的狀態，那我認為遠遠沒有到，因為現在很多傳統影視人都開始下場做微短劇。內容本身隨着載體變化而變化，以前的載體是電視、平板等，現在的載體就是手機，只要人們仍是一天待在手機上，這個風口還是存在。除非再出現某種新的物種而取替。」

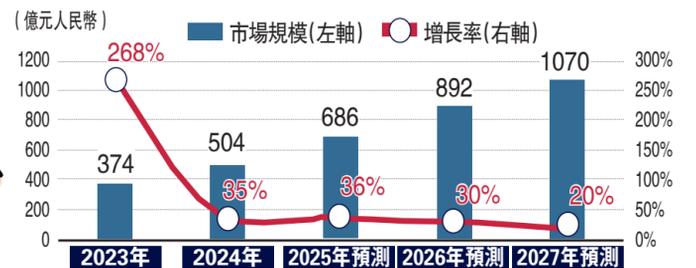


2024年市場規模約250億元人民幣，預計2027年將達到450億元人民幣。



▲《桃花馬上請長纓》的營收達到超過一億元人民幣。

### 2023-2027年中國微短劇市場規模及預測



微短劇市場規模於2024年達到504億元人民幣，預計2027年將突破1000億元人民幣。

## 專家倡用法律監管 促進行業健康發展

### 法規 管理

2024年6月起，微短劇先後面對「分類分層審核」、加強微短劇片名審核；今年伊始，免費微短劇平台「紅果短劇」主要負責人因規範問題被相關部門約見……被業界視為「強監管」時代到來。浙江傳媒學院副教授楊吉認為，相對政策管理提示，通過法律法規進行管理更有利於行業發展。

### 著作侵權問題嚴重

「頻繁使用行業內部管理提示，而不是通過法律法規進行管理，會使得整個行業猶如杯弓蛇影，反而加大投機性。」頻繁發布管理提示，就會導致製作方和資本會抱有這樣一種心態，趁着相關管理沒有出來，趕緊做，趕緊「收割」完離場，從長遠來看對行業的健康有序發展並不有利。」楊吉如是說。他還認為，除了目前已發布管理提示的相關問題外，微短劇著作權侵權問題仍然嚴重。「主要是『融梗』、『搬運』和『搭便車』。『融



▲針對微短劇不良現象的監管治理，應以法律法規處理。

梗」或涉嫌抄襲，『搬運』觸及信息網絡傳播權，而『搭便車』則極易構成不正當競爭。」

### 平台受益 放任亂象

楊吉分析，從平台的角度來說，這些行為是完全可以通過技術手段杜絕的，但由於可以產生利益，所以很多平台對這樣的行為睜隻眼閉隻眼，有意為之放任。而對於被侵權的製作方來說，他們明知道自己被侵權了，可維權成本太高，維權收入太低。所以

才導致了今天的亂象。楊吉認為，針對微短劇不良現象的監管治理，在已出台的《網絡生態治理規定》、《網絡視聽節目內容審核總則》等法律法規中都有明確表述。「所以我覺得現在應該重新梳理原有的法律法規、部門規章或者是地方性法規、行業指導意見，查漏補缺，形成內部的邏輯自治和條文通順。另外要轉變治理的思維和手段，盡量減少用政策工具、手段代替法律治理。」

## 盈利模式改善 長視頻平台「參戰」

### 迎難 而上

付費充值曾是微短劇主要觀看和盈利模式，2023年5月，抖音集團首次向市場推出紅果短劇，其時依託字節的流量扶持和免費模式，同年8月上線獨立App，迅速改變市場格局和行業盈利模式。「紅果短劇」最直接的變現方式就是信息流廣告，用戶需看完廣告才能解鎖內容，再將廣告收入通過分賬模式吸引製片方。據其公布的短劇月報，2024年10月，分賬金額已超過2.5億元（人民幣，下同）。

### 優酷提高分賬 廣納好劇

杭州亞倩傳媒總經理王馨認為，免費短劇模式不用再投流，而把成本用於提升作品質素，進而提高收益，這對於製片方是具有吸引力的。她分享一個經驗：「民國劇在短劇中是不太有人願意碰的，主要是民國美學要求高，以及有很多禁忌話語，所以對導演有較高要求，而且製作成本也會提高。但我們11月在『紅果』上線的民國短劇《綺

靡》單劇月分賬超過了25萬元。」除了紅果，市場較熟悉的免費看劇平台還有河馬劇場、星芽短劇等。隨着免費微短劇平台的迅速崛起，「愛優騰芒」等傳統長視頻平台也有新動作。愛奇藝宣布正式推出「短劇場」和「微劇場」；優酷通過提高短劇單集分賬上限、引入拉新系數等指標，激勵片方努力拿出優質內容；騰訊通過「微短劇+文旅」、「微短劇+普法」等創新賽道，不斷為觀眾帶來新鮮多元的內容體驗；湖南廣電則推出了「大芒」「風芒」兩大微短劇平台。

「我們不應該把微短劇當洪水猛獸，當對立面。」2024年橫店影視節期間，愛奇藝創辦人龔宇公開喊話全行業都應該做微短劇。「我們知道目前微短劇存在各種問題，但我們自己下場的時候就去解決這些問題，將其升級、更精緻，助其更有大衆觀和審美。所以平台企業要做，製作企業更要做，共同改變微短劇市場，與其被動接受挑戰，還不如主動參與、去改變。」