

探秘微短剧③

羊城晚报记者 詹锡伟 龚卫锋



《拜托了！别宠我》互动性强



《拜托了！别宠我》集宫斗、穿越、架空、喜剧、情感等元素于一体

B 谁在看？

年轻人为主，向中老年群体拓宽

网络视听节目服务协会发布的《2023中国网络视听发展研究报告》中提到，超过50%的用户观看过3分钟以下的短剧、泡面番等内容，其中年轻人群占比近六成。汤天甜说：“年轻观众的观剧需求较为多样化，更喜欢探索不同题材和风格的微短剧，更加注重剧情的新奇、刺激和趣味性，通常喜欢富有活力和创新的剧情，以及与自己年龄段相关的主题和角色。”

随着中老年群体快速融入互联网，不少视频平台也瞄准该群体制作微短剧，《拜托啦奶奶》《我和爷爷》等作品取得不俗反响。杨慧发现：“微短剧受众的需求与他们长期观看的文艺作品风格有关，例如‘甜宠’‘霸总’是年轻人喜欢的口味，而中老年群体更多是看传统影像风格的微短剧。”北京邮电大学数字媒体与设计艺术学院副教授蒋淑媛认为：“如果说年轻人为了缓解工作压力、追求刺激而入坑微短剧，那么老年人则是为了解闷、缓解孤独。”汤天甜进一步解释，中老年群体更加注重情感的共鸣和生活的真实性，“中老年观众通常更喜欢传统的剧情和经典的主题，例如家庭、友情、爱情和人生价值观等。他们更加关注剧中的人物塑造和情感表达，对剧情发展的节奏和深度也有不同的需求”。

微短剧受众与电视剧等传统影像观众在用户画像、观剧习惯等方面有何不同？蒋淑媛认为，微短剧受众以大学生、上班族等年轻人为主；长剧的受众则根据题材呈现出分众化的特点，“长剧受众的观剧习惯也不再是被动跟随电视‘每晚两集’的节目编排，而是更多选择‘集中追剧’‘熬夜追剧’或者选择‘倍速看剧’等模式”。从题材喜好方面看，汤天甜说：“微短剧受众更注重娱乐性和轻松愉快的观影体验，他们倾向于选择幽默搞笑、轻松浪漫或悬疑惊悚等类型的微短剧。而长剧受众则更关注剧情的深度和复杂性，更喜欢剧情紧凑、人物形象丰满、情节扣人心弦的作品。”杨慧研究发现：“竖屏微短剧的受众与短视频的用户画像更接近，横屏微短剧的受众则与中长视频平台的用户画像更接近。”

微短剧这团2023年年底的“火”果然烧到了2024年。新年伊始，国家广播电视总局办公厅发布了关于开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知，提出2024年创作播出100部“跟着微短剧去旅行”主题优秀微短剧。而艾媒咨询发布的《2023-2024年中国微短剧市场研究报告》显示，2023年中国网络微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%。这一数字增长趋势，将在2024年延续。

伴随着微短剧的风行，其口碑也开始面临更多质疑：内容同质化严重、缺乏思想深度、制作敷衍、服化道水准参差不齐……即便如此，微短剧的发展势头依旧可观，许多平台的微短剧用户规模仍达到亿量级，且增长势头明显。

既然不少微短剧充满套路又没深度，但观众依然爱看，这是为什么？近日，羊城晚报记者带着疑问采访了多位学界专家、从业者、重度用户，以探寻答案。

一看就停不下来！微短剧为何如此抓人眼球？

A 为何看？

心理按摩：又土又尬，但很上头

微短剧对题材的划分与网络小说高度相似，通常归为男频、女频两类。男频剧主打“爽感”，题材包括战神、穿越、逆袭、重生等；女频剧主打“甜宠”，题材包括霸总、虐恋等。在这些微短剧中，通常故事越炸裂、越狗血，观众越容易“上头”。

目前，市面上号称是头部微短剧的作品风格各异，所涉元素极多。例如，号称“上线8天，充值破1亿元”的《无双》是一部男频剧，主打“战神”和“虐恋”。号称“分账票房破3000万元”的《拜托了！别宠我》集宫斗、穿越、架空、喜剧、情感等元素于一体。号称“24小时充值流水破2000万元”的《闪婚后，傅先生的马甲藏不住了》是一部女频剧，讲述一对闪婚的年轻人，在面对困难、了解彼此后，携手共度人生的温馨故事。剧中融入大量家庭、职场、友情等相关热点话题。

清华大学中文系教授汪民安曾提出“微时代”这一概念，它以手机和电脑为物质基础，基于互联网文化与技术，构成了“更为碎片化、快餐化、泡沫化、平面化，同时也更为开放、更为多元、更具主体间性的语境”。在调查中，羊城晚报记者发现许多微短剧用户的主流感受与汪民安关于“微时代”的论断不谋而合。第一，他们承认大量微短剧粗制滥造。网友“胖竹”说：“从演员演技、剧本、画面剪辑、视频拍摄、场景、道具等多方面来看，微短剧的制作水准参差不齐，有些演员连普通话都不标准，与传统电视剧的质量相差很大。”第二，他们承认微短剧普遍缺乏文本深度。网友“Kevin”说：“微短剧缺乏内容深度，更谈不上文化厚重感。”网友“天啊噜噜”说：“这些剧的制作容易跟风，最近流行哪种风格，就能看到一批表达敷衍又夸张的同类作品。我看过一些作品，在笑过之后毫无记忆点。”第三，观看微短剧很容易“上头”。网友“Johnson-huang”说：“当我下班后身心疲累，不想动脑时，这些微短剧能让我短暂逃离高强度的工作状态，放松下来。”网友“那迦”认为：“很多粗糙的微短剧能精准击中观众痛点。”

对此，首都师范大学文学院副教授杨慧表示，很多用户观看微短剧是希望得到放松和消遣，“观看时的紧张或催泪，某种意义上都是一种‘心理按摩’”。她认为，微短剧的短、平、快传播模式，迎合了普通用户对短视频的心理期待，也满足了用户对故事的需求，“人们现在习惯用短视频的方式记录并分享生活，这些基于社交需求出现的短视频大多制作并不专业，人们空前地被大量非专业化的视频所包围。用户逐渐对这类短视频有比较高的包容度”。影视剪辑博主“时光与你都很甜”分析道：“相较于传统互联网影视作品，微短剧的剧情节奏紧凑、演员面孔新，题材不受限。”

西南大学新闻传媒学院副教授汤天甜在探寻微短剧受众的观剧动机时，除了认同娱乐消遣、获取情感共鸣两大主流观点外，还提出了三种可能性：“第一，探索新故事和世界观。短视频受众可能对新颖的故事情节和独特的世界观感兴趣。他们希望在微短剧中发现新的思考方式、观点和创意，从而拓宽视野。第二，社交交流。短视频受众可能会通过与他人分享对微短剧的看法和感受来进行社交交流。他们可能参与讨论、评论或与其他观众互动，以建立共同的兴趣和话题。第三，艺术欣赏。一些短视频受众可能将微短剧视为一种艺术形式，对其中的表演技巧、剧本创作、摄影技术等方面进行欣赏和评价，关注剧中的艺术细节，追求更深层次的观影体验。”



《逃出大英博物馆》叫好又叫座



《无双》号称“上线8天，充值破1亿元”



快手短剧全网独播 敬请期待

快手短剧 出品

《拜托啦奶奶》瞄准中老年受众群体

C 看什么？

叠加AI，增强体验

蒋淑媛直言，观众对微短剧的质量要求会越来越高：“观众不可能持续被低级的、浅表性的娱乐效果打动，更不会被模式化、雷同化的内容打动。”杨慧则表示：“现在‘口碑倒挂’的情况已不常见了，收视率高的作品，质量一定是有保证的。作为一种新兴的作品形态，微短剧目前能让受众简单便捷地获得快感，但想要更长远的发展、避免受众审美疲劳，微短剧的质量必须得到提升。”不少微短剧用户也表示观剧兴趣正在减退：“现在看了几集就没兴趣了，都是套路”“看过不少，但能看完的很少”“预告还挺带感的，但追着追着就没兴趣了”……

那么，微短剧该如何走出一条持续发展之路？蒋淑媛建议：“有必要增强受众观剧的体验感、互动性和参与性，在交互叙事、游戏叙事领域下功夫。”此前，深圳苏达水文化传媒有限公司曾参与制作知名游影互动项目《完蛋！我被美女包围了！》。该作品的互动性极强：玩家化身男主角，通过第一视角沉浸式与六位长相、性格各异的女生相识，并与她们展开轻松甜蜜的恋爱之旅。魅惑魔女、清纯女生、知性姐姐、刁

蛮大小姐、性感辣妈、冷艳总裁，与谁走到最后，由玩家决定。该公司创始人、知名微短剧制片人龙京晶表示：“以游戏、影视融合为依托的互联网影视，是微短剧发展的一条新路。未来，还会有AI、VR等新技术与微短剧叠加，实现跨界融合。”

汤天甜认为可以从五个方面打动受众：“第一，创新故事题材和叙事方式。尝试探索科幻、奇幻、历史等新颖的故事题材，或者采用非线性叙事、多角度展示等方式增加作品的独特性和吸引力。第二，保持精良的制作水准。在摄影、剪辑、音效以及演员的表演技巧和角色塑造等方面精细化处理。第三，强调社会价值和深度思考。通过剧情设置和人物塑造探讨和呈现社会热点问题。第四，强化互动性和用户参与感。通过线上投票、剧情改编等方式，增加观众的忠诚度。第五，跨媒体合作和IP开发。除与电影、电视剧、音乐等领域合作之外，还可以将微短剧进行IP开发，推出相关衍生产品，打造更具影响力和社会价值的作品。”

杨慧以《逃出大英博物馆》为例分析，她认为该剧脱离了虐恋、甜宠、逆袭

等微短剧常用元素，做到了创新，“未来微短剧的发展必然是精品化”。她认为，微短剧的发展同网剧的发展逻辑类似：“大家现在已经不会将‘粗制滥造’和网剧画等号了，但很长一段时间，网剧给人的印象就是‘山寨’‘粗糙’‘成本低’甚至‘雷人’等。网剧通过量的积累，吸引一些优质制作公司入局，慢慢做出精品，一些网剧的制作水准比肩电视剧，甚至有电影质感。这些作品得到市场认可后，起到示范作用。大家发现网剧做好了，会有更好的市场反响。微短剧的发展会跟网剧的发展类似，经历最开始生产主体多、成本低的丛林时期，通过量的积累后，创作者会发现，作品要想脱颖而出，得靠制作质量。”

话虽如此，如何让微短剧做到精品化，不少从业者表示心里没底。深圳知名绘制影视文化传媒公司的知名微短剧制片人、导演熊翔帆指出：“现在大家都在呼吁让微短剧走精品化路线，但如果单纯从市场角度考量，每一个创作者都希望有充足的资金来完善自己的作品，但投入的资金越多，就会承受更大的风险。高成本制作的精品剧获得的流量和收益，不一定能够胜过小成本的短剧。”所以，不少从业者也呼吁政府加大对微短剧的扶持力度，牵头制作方向正确、种类丰富、制作精良的微短剧。

彩票开奖公告栏

开奖时间:2024年1月27日

超级大乐透 第24012期

前区号码	34	25	21	26	22	09	01	
后区号码							09	01
本期中奖情况								
等级	中奖注数	单注奖金(元)	应派奖金合计(元)					
一等奖	0	0	0					
二等奖	0	0	0					
三等奖	57	311796	17772372					
四等奖	19	249436	4739284					
五等奖	115	10000	1150000					
六等奖	292	3000	876000					
七等奖	9419	300	2825700					
八等奖	12702	200	2540400					
九等奖	26496	100	2649600					
十等奖	465584	15	6983760					
十一等奖	5765001	5	28825005					
合计			68362121					

本期全国销售金额:302400695元
906728561.85元奖金滚入下期奖池。
本期兑奖截止日为2024年3月29日,逾期作弃奖处理。

排列3排列5 第24027期

排列3	5	0	0	2	
排列5	5	0	2	4	2
中奖情况					
全国销量(元)	本省销量(元)	全国中奖注数	本省中奖注数	单注奖金(元)	
直选		15466	708	1040	
排列3	47655112	2353336	0	0	346
排列5	24666284		35391	1509	173
合计		58		100000	

12941090.44元奖金滚入下期排列3奖池。
28526532.88元奖金滚入下期排列5奖池。
本期兑奖截止日为2024年3月29日,逾期作弃奖处理。

好彩1 第2024027期

中奖符号	33	猴	冬	西
投注方式	投注注数(元)	中奖注数	单注奖金(元)	
数字	518312	9383	46	
生肖	35804	333	15	
季节	3318	665	5	
方位	1924	215	5	

投注总金额:559358元,奖池资金余额:1679989元。
兑奖日期:自开奖之日起60个自然日内。

3D 第2024027期

中奖号码	8	4	9
奖项	中奖注数	单注奖金(元)	中奖金额(元)
单选	733	1040	762320
组选3	0	346	0
组选6	1613	173	279049
1D	27	10	270
2D	32	104	3328
通选1	0	470	0
通选2	3	21	63
包选三全中	0	693	0
包选三组中	0	173	0
包选六全中	0	606	0
包选六组中	4	86	344
和数21	12	37	444

本期投注总额:4482840元;本期中奖总额:1045818元;
奖池资金余额:2415586元。