



泉州微短剧产业系列调查报道 3

通讯员 王志超 记者 沈舜枝 柳小玲 文

商业微短剧从“暴利”跌落到亏损成常态,定制微短剧市场尚属拓荒期,靠微短剧赚钱越来越难。除此之外,在业务快速发展的同时,人才团队跟不上,内容升级与专业运营都无法实现。泉州影视企业如何做出有竞争力的微短剧,如何在微短剧这块蛋糕上分到更大份额?泉州又该如何助力微短剧产业发展?如何让一部短剧获得多元的盈利模式,如何找到了解泉州又会写故事的编剧,是当下微短剧企业极力求解的关键。

针对这些问题,泉州的影视企业和部门都在谋求破局之道,尝试通过对接泉州强大的产业资源、文旅资源、城市流量来赋能微短剧产业发展。泉州政府也推出一系列支持措施,为行业培育人才,并以强大的城市流量赋能微短剧产业,以期促进微短剧与传统文化、旅游资源、线下经济交融交汇,充分挖掘泉州海丝文化内涵和文旅资源,赋能泉州文旅经济发展。



簪花围流量巨大



部门培训微短剧人才

# 文旅强大流量 赋能短剧产业

## 泉州推出一系列支持措施,培育人才,尝试对接产业、文旅资源,促进微短剧产业发展

### 现状 | 短剧变现渠道少 投放流量成本大

电影电视剧的主要变现模式有:票房、招商、补贴和奖金,但微短剧的两个变现方式充值与定制,都决定了微短剧很难有大收益。

除爆款,大部分电影票房并不是主要的收入来源,通常占总收入的30%~50%左右,剩下的收入主要来自招商、版权销售以及补贴等。

“对于影视微短剧来说,收入来源则主要依赖于会员付费观看,类

似于电影的‘票房’。”天和电影(福建)有限公司导演吴天乙说,近年来,随着“票房”下滑,不少微短剧亏损,但目前,充值依旧是主要收入来源,需要有更多的商业方式来获利。

除了变现渠道单一,流量成本大也是微短剧目前碰到的一大问题。

据了解,一个爆款微短剧,制作成本只占收入的一个零头,流量成本却可以占到八九成。“一部短

剧开播以后,看充值情况开始投流,回收多投流就多,一部爆款剧投流成本都是千万级别的。”做了几年微短剧运营的崔健说,现在一部收入千万的微短剧,正常投流成本要七八百万元。

“就算你的微短剧内容很好,制作精良,没有流量一样火不起来。”崔健说,现在,做短剧流量的,有专业投流公司,有话题炒作团队,当然,这些成本都不低。



蟳埔簪花流量巨大,成微短剧取景热点

### 部门 | 资金扶持企业 培养行业人才

为了发展微短剧,泉州市政府出台一系列扶持措施。

此前,国家广播电视总局发布“跟着微短剧去旅行”创作计划,鼓励微短剧与文化和旅游等产业的深度融合,福建省实施“跟着微短剧去旅行”创作生产专项资金项目,着力打造一批具有福建文旅元素、体现福建地域特色的优秀微短剧。全省8个获得专项资金项目扶持的微短剧中,泉州就占了5个。

今年9月,泉州还举办2024年泉州文旅微短剧创作培训班暨“短剧新视点”创作全流程课程班。通过邀请行业专家以及已获得“跟着微短剧去旅行”创作计划推荐项目的导演、制片人,向全市各广电媒体、影视制作机构微短剧创作人员,从政策、策划、编剧、导演、制片进行全方位教学。

此外,泉州市政府也出台了一系列鼓励政策,对符合条件的微短剧项目

给予资金补助,以进一步推动文旅融合发展。

“通过微短剧展现泉州深厚的历史底蕴与文化魅力,能进一步促进城市文化和旅游深度融合。”泉州市文化广电和旅游局相关负责人介绍说,泉州启动“跟着微短剧去旅行”创作计划,推动一县(市、区)一部微短剧,通过这种创新的方式,相信能吸引更多游客跟着微短剧“打卡”泉州,来泉州感受当地特色和魅力。

### 问题 | 会写故事的人难找 急需创作与运营人才

泉州的庄导演背靠国企,操盘一家微短剧公司。在一线城市从事影视和新媒体行业多年的他,来到泉州做微短剧,最大的困扰就是找不到内容创作人才和创作团队。

“到一线找编剧,会写故事,但他们不了解泉州,创作不出好的泉州文旅作品。”庄导演说,他急需组建一支创作团队,可以快速源源不断地出剧本,但是这一段时间,他多方接触,始终找不到自己满意的人。

对于这点,星势力创始人蔡伟鹏也深有体会,

靠商业剧赚钱那几年,他的公司都是和七猫、番茄等小说平台合作,向他们购买爽剧剧本。但是文旅微短剧就不能走这条路,他们必须先通过自己的创作团队出创意,把旅游文化内容先整合好,再找上海、杭州的剧本工作室共同创作剧本。蔡伟鹏也希望有了解泉州的编剧团队能独立出剧本,能省去许多麻烦。

泉州菲林影视的主要业务是为客户制作宣传片和视频,目前他们正在筹划公司的第一部微短剧。“现在卡在剧本上,我们自

己团队写的,不理想。”导演万文军说,以公司目前的资源,制作团队很专业,剧本资金也没有问题,甚至有人持币准备投资,最大问题就是没有好剧本。

相比之下,泉州星光传媒更渴求的是运营人才,该公司第一部商业微短剧《将军妃你不可》制作精良,收入却远低于预期。“完全靠平台发行运作,平台资源不倾斜的话,很难火。”星光传媒总经理林凌斌说,如果自有团队去运营,做投流、炒话题,扩大变现渠道,收益就会增加。

### 趋势 | 泉州文旅火出圈 流量赋能微短剧

2023年,泉州旅游收入首次突破1000亿元大关,2024年上半年,全市接待旅游总人数4502.69万人次,增长18%。

一座爆火的旅游城市,恰好是微短剧产业生长的沃土。

福建省子燕动漫科技有限公司制作的微短剧《今生簪花,世世漂亮》投入300万。“补贴不够成本,但我们不担心会亏损。”该公司总经理孙超杰说,簪花文化流量大,在微短剧播出后,肯定能带来效益。

天和电影同样深知如何用文旅资源带动微短剧,首部微短剧主角便是

泉州的历史人物李光地,创新式地把历史人物与现代城市景点结合起来,同样对接了泉州的文化和旅游的强大流量。

据了解,光是丰泽区,今年就有7部微短剧开机取景。为了微短剧能有效对接城市流量,泉州市有影视服务中心,丰泽区有影视服务中心和影视文化产业工作专班,配合影视企业做协拍工作,协调适合微短剧拍摄需要的景区资源、公共设施等作为微短的取景地。南少林寺、真武庙、蟳埔民俗文化村等景点,都是微短剧热门取景地。

值得一提的是,今年

泉州涌入不少外地的短剧团队,蟳埔、西街、梧林村等名胜成了取景热点。

“泉州目前文旅资源最大的流量就是簪花了,其次是海洋文化和海丝文化,再者是闽商和华侨文化。”孙超杰说道。因此,该公司在拍摄文旅微短剧时,会把线下的传统文化和非遗景点的故事提炼出来,用观众喜欢看的题材,通过短剧的方式呈现给观众,这样就可以将线下文旅的流量呈现给线上观众。而再把短剧的流量引回到当地文旅,再制造话题和共情点,加之周边产品等方式承接和转化这些流量。

### 尝试 | 养号养平台或对接供应链 寻求新盈利模式

除了充值、定制,短剧还有什么样的盈利模式?目前,不少泉州的短剧公司正在多方探索。

庄导演任职的公司今年砸下2000万,只用来买短剧,或投资短剧。“不指望通过充值赚钱,我们只要把平台流量做起来,以后就会有收益。”庄导演说,利用短剧做平台,以平台盈利是短剧变现的一种新模式。

“用微短剧来养号,养平台,不少公司在尝试这个模式。”蔡伟鹏说,这些公司在自有平台或抖音号开放微短剧,供观众免费观看,以此吸粉,获得流量,借此导入讯息流广告赚钱。

菲林影视则把盈利新模式放在对接供应链上,公司因为业务关系,拥有不少德化陶瓷供应链资源,今年他们策划了一个

穿越剧,以宣传德化瓷器为主。“通过这个短剧,我们要衍生培育一个陶瓷品牌。”万文军说,只要短剧的流量能变现为陶瓷的销售,没有人充值也能盈利。

更有公司把目光放在资本市场上,李超(化名)正在组建短剧创作团队,他打算通过不断出剧,把公司业绩快速做大,寻求资本市场上市的机会。