

广电总局整治“霸总爱上我”

拒绝哗众取宠、低俗庸俗，微短剧片名审核再加强

N 央视

日前，国家广播电视总局网络视听司发布管理提示(加强微短剧片名审核)，其核心要义是对微短剧片名出现的不良倾向进行及时纠偏，并在导向、体例、艺术等方面提出新要求。

管理提示提出，自今年2月总局实施微短剧“分类分层”审核管理政策以来，微短剧从业者积极响应，努力调整创作方向，提升思想文化内涵。聚焦人民群众对美好生活的向往这个主题，创作了一批大众喜闻乐见的不俗之作。“重点微短剧”更是创新不断、佳作频出，不少微短剧以形象生动、内涵丰富的片名，激发用户对片名和剧情的双重愉悦。

与此同时，由平台负责自审的“其他微短剧”，虽然内容违规问题已大幅减少，但片名哗众取宠、低俗庸俗的顽疾，严重拉低了微短剧行业整体形象，亟待治理。

据了解，流量、利益成为部分微短剧制作和播出平台敢于在片名方面走偏、打擦边球的重要动因。对此，管理提示提出：“小程序类微短剧为刻意追求投流效果，片名问题尤为严重，必须严加整治。”

为及时纠正和扭转部分微短剧在片名上的跑偏倾向，管理提示就加强片名审核工作，分别在导向、体例和艺术上提出新要求：不得使用恶俗、恶趣味等违背公序良俗的片名，不渲染极端对立、复仇、暴戾、焦虑；尽量规整并关联剧情，不使用过度冗长和口语化的片名；应提升审美内涵，增强其艺术性，不滥用夸张等手段进行恶搞。

“狗血剧情，没有逻辑！”

起底“野蛮生长”的微短剧

Z 央视

以“总裁”“首富”“重生”“逆袭”为关键词的微短剧，不讲逻辑，主打情绪“爽点”。一分钟三个大爆点、每集一个极限钩子、一个小“爽点”之后马上一个大落差，付费点往往就设在这里。解锁一集只需两元，但“追剧”上瘾，账单“滚雪球”。

同质低俗微短剧如何快速抢占市场，吸引观众不断点击查看并付费追更的？对此，记者深入微短剧行业进行了调查采访。

周期短、成本低、变现快

微短剧“野蛮生长” 跟风盛行

近年来，微短剧行业发展迅猛。中国网络视听协会近日发布的《中国微短剧行业发展白皮书(2024)》显示，2024年我国微短剧市场规模将达504.4亿元，同比增长34.90%，有望首次超过内地电影票房；截至今年6月，我国微短剧用户规模已达到5.76亿人，占整体网民的52.4%。

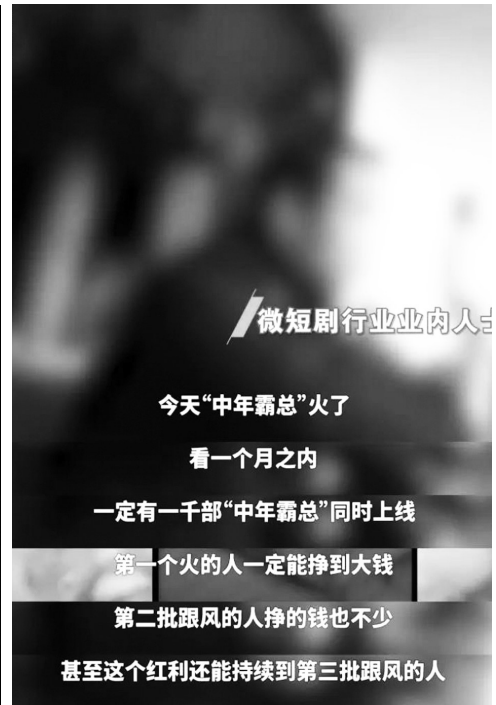
这些剧情“跌宕起伏”的微短剧是如何诞生并快速进入市场的？当记者走进一家古风造景的微短剧拍摄基地，发现这里一天内共有10个微短剧组同时进行取景拍摄，他们要在尽可能短的时间内完成拍摄任务。据悉，一部60集微短剧从内容到上线，大约用时一个月。

就拿古装剧来说，记者了解到拍摄制作成本大概在70万元左右，剧组工作人员约40位。相比长剧，微短剧拍摄周期短、成本低、变现快，使得大量影视制作团队持续涌入微短剧行业。

截至11月底，今年仅横店影视城的微短剧组接待量已超过900个。微短剧市场规模的急剧扩张，也让低质剧集的“野蛮生长”有了可乘之机，跟风复制，层出不穷。



业内人士讲述一些微短剧的套路



微短剧跟风复制，层出不穷



“瓜子效应”让观众“上瘾”付费

投流或取代创作成为核心

占全剧宣发成本八至九成

不过，微短剧市场竞争激烈，仅依靠剧情设计有时也难以“出圈”触达观众。一段时间，一种效益周转率更高的模式出现，其中的核心玩法就是投流。所谓投流，是指在短视频平台上进行流量广告投放，以此增加短剧的曝光度。

据业内人士介绍，投流已经成为部分微短剧上线过程中不可或缺的一环。相比起较低的制作成本，一部微短剧的投流费用甚至能占全剧宣发成本的八成至九成。不少微短剧的制作方也由此格外关注“投流”的回报率。

解锁一集只需两元，“追剧”账单“滚雪球”

市面上的微短剧作品质量良莠不齐，但市场需求的旺盛依旧让行业沸腾。面对空前庞大的内容和主体规模，微短剧的制作方是如何不断吸引观众点击并付费追更的呢？

记者随机体验了多款观看微短剧的软件，微短剧单集付费的金额有的只需要两元，可观众一旦“上瘾”，后续往往是近百集的付费剧情，看完一部微短剧有时需要支付上百元。而这些短视频平台的年费会员价格，甚至会高于长视频平台。

业内人士张聪聪认为，短剧属于即时充值享乐型，即“瓜子效应”。看短剧就像是嗑瓜子，嗑一个瓜子吃一个仁，看一部充一部的钱。

通过不断设置情绪冲突和剧情悬念打造付费点，是微短剧吸引用户持续订阅，获得收益的主要模式之一。业内人士告诉记者，目前行业内已经总结出了微短剧的拍摄公式，通常是15~20秒设置一个剧情转折或高潮，每集最后10秒留下悬念，这是最快吸引观众注意力的方法。

专业影视团队入局，微短剧创作走向精品化

微短剧行业快速发展的同时，也面临剧集内容质量参差不齐、过度追求流量爆点等问题。为实现行业健康持续发展，从2024年6月1日起，微短剧施行分类分层审核，未经审核且备案的微短剧不得上网传播。微短剧投资额度在100万元以上的“重点微短剧”归广电总局管理，30万元到100万元之间的“普通微短剧”归省级广电部门管

理，30万元以下的“其他微短剧”归平台管理。

对此，中央文化和旅游管理干部学院副研究员孙佳山表示，这种行业性的管理提示，并不是为了限制微短剧行业的正常发展，而是为了给目前涉嫌“霸总”等恶趣味、低俗趣味的微短剧去狗血、去毛病，最终指向的是整个行业的健康良性的高质量发展。

不少专业影视团队

入局微短剧行业，推动微短剧内容制作精品化，大量内容丰富、题材广泛、特色鲜明的优秀微短剧作品正在走进观众视野。

中国传媒大学电视学院教授付晓光在接受采访时指出：“微短剧应该把创作重心进一步前移，更多地结合社会现实，去体现生活的深度，去探索在时代发展的洪流之下，更多人性的闪光点。”

记者手记

短时长、快节奏、小体量不应该是微短剧的“原罪”，重点并非剧集的长短和成本的高低，而是在剧情背后，传递出怎样的价值观。作为一个快速成长的新兴业态，微短剧不能因“微”而“短”放弃对作品制作质量和内容深度的追求，只有“微而不弱，短而不浅”，“走心”制作，才能频出精品，赢得观众发自内心的点赞。