

“甜宠微短剧”受银发一族追捧

银发人群喜欢使用的App中,前5名都是微短剧

老年微短剧的供给开始逐渐增多。记者综合 DataEye 微短剧热力榜及 WETRUE 微短剧热度榜数据统计,近三个月来,热度值月度榜单的前10名中,中老年题材的微短剧已占据4席至5席。

“我看谁敢动她一下!”心怀纯爱又隐瞒“霸道”身份的62岁的雷志远闪亮登场。故事中的情节有着“灰姑娘和王子”的熟悉“配方”,只是英雄已上了年纪,女主的眼角也有了细纹。

日前,继《闪婚50岁》爆火之后,又一“老年甜宠剧”冲出重围,在同行中处于领先地位的微短剧生产者“听花岛”出品的《闪婚老伴是豪门》引发现象级热议,上线仅半个月,抖音话题总量就已破25亿,播放量破5亿,更是数日蝉联各大微短剧榜首,成为2024年的全民爆款网络微短剧。

“这部剧的付费用户与当初我们预期的理想状态是完全一致的,付费用户集中在40岁至60岁之间,男性占比达60%。”“花卷”是这部剧的剧本监制,她告诉记者,最初只是几个新编剧找了两周的资料,将国产老电视剧与老年微短剧的经典片单都认真学习了一遍,剧本定位之后,从准备分集到最终定稿的全过程大概过了一个月的时间。

在这部剧播出之前,“花卷”的心情是紧张、忐忑的,她向记者表示,这部剧成为爆款是团队始料未及的。

说出了隐藏的心理诉求

《闪婚老伴是豪门》讲述的故事中,善良、柔弱的58岁单亲妈妈石小秀有着歹毒的儿媳妇、霸道的亲家、废物儿子与恶贯满盈的前夫。她与隐瞒身份的雷志远相亲并于当日闪婚。后来,石小秀发现新婚丈夫的真实身份竟是雷氏集团的董事长,而自己走失的亲生女儿也竟是雷志远收养的独女。每当女主被人羞辱时,雷志远都会如天兵天将般立刻出现,亮出自己的真实权力与人脉,让原本势利的亲友对石小秀立马赔礼道歉并刮目相看。

为什么“闪婚”题材会高密度地出现在老年微短剧中?“花卷”解释称,“闪婚”是全民都喜欢的内容形式,也是近两年微短剧排名第一的热词。“花卷”向记者直言,之前的老年微短剧拍摄都有点粗糙,《闪婚老伴是豪门》冲出重围“破圈”的原因在于其影视质感制作上的精良,制作团队对标了国产电视剧,用经典国产剧的影视质感来做老年微短剧,剧集的服装、化妆、道具、选角、场景也都在年轻观众的审美

人》,当时的付费人群集中在30岁上下的年轻群体。在春节之后,或许是年轻人有了新的娱乐平台,或是投入了工作状态,“听花岛”的主要付费人群发生了变化,40岁至60岁的中老年男性成为消费主力军。“花卷”坦言,消费年龄的转向是



资料片

范畴内,受众年龄群体从20多岁覆盖到五六十岁。

不过,眼下有一个不容忽视的事实是微短剧赛道的内容同质化非常严重,且同样存在于细分、垂直的中老年微短剧内容中。主人公只是换了个身份,剧本的套路却如出一辙。

举个例子,在观看量较大的微短剧《闪婚50岁》中,45岁的女主李淑芳不堪忍受家暴的丈夫与吸血的儿子,主动离婚并净身出户后,依靠闪婚的水电工丈夫(真实身份为集团董事长)及早年走失的大儿子(被收养的集团副总裁)撑腰,一路让昔日欺凌她的人们垂头丧气,过上了幸福美满的家庭生活。

“或许用户向往与在意的并不是所谓的爱情,而是可以轻松处理应对现实中琐事的财力与权力。”香港中文大学人类学系硕士、在读生林宇向记者分析称,在承受着现实生活中的压力与委屈时,微短剧中的“爽剧”像是在密闭不透风的家庭“牢笼”中为中老年用户撕出了一条情绪的出口,俗套的“爽剧”替他们一吐为快,说出了被隐藏着的心理诉求。

“花卷”表示,今年春节期间,“听花岛”尝试了不少都市偶像题材微短剧,比如《裴总每天都想父凭子贵》《厉总你找错夫

人》,当时的付费人群集中在30岁上下的年轻群体。

在春节之后,或许是年轻人有了新的娱乐平台,或是投入了工作状态,“听花岛”的主要付费人群发生了变化,40岁至60岁的中老年男性成为消费主力军。“花卷”坦言,消费年龄的转向是



资料片

“听花岛”下注中老年微短剧的一个重要契机,但创作团队也确实想要认真呈现出老年人的愿望与他们向往的世界。

“我们当时就是这样想的,是充满诚意地想要表达出他们的真实情感需求。开动员会时,我就说了,我相信老年人是会愿意为我们付费的,这是一种双向奔赴。”“花卷”称,电视台会播出《闯关东》《丑娘》等中老年人常看的影视剧,但国产剧的商业模式是需要植入广告的,而老年人并不是广告的核心受众群体,因此,面向老年人的国产剧变得很少了,但老年人的情感需求是一直存在的。

市场的嗅觉永远是最灵敏的。从今年年初开始,老年微短剧的供给就已经逐渐增多。记者综合 DataEye 微短剧热力榜及 WETRUE 微短剧热度榜数据统计,近三个月来,热度值月度榜单的前10名中,中老年题材微短剧已占据4席至5席。

“老年人与年轻人的真实心理需求是一样的,都渴望爱与理解。”林宇认为,人需要一个精神乌托邦来跳出家庭与社会角色,每个人都有权利在自己的内心世界中天马行空,只是微短剧让被忽视的中老年人看见了自己被遮掩的痛苦与期盼,让他们的

需求“重见天日”。

前5名均被微短剧“霸占”

记者注意到,微短剧仅仅用半年的时间,就从过去小程序微短剧充值发展到了多种商业模式并存。咨询机构 Quest Mobile 发布的《2023年银发经济洞察报告》显示,银发人群的移动互联网应用(App)使用偏好榜单的前10名中,前5名均被微短剧“霸占”。

“花卷”向记者透露,《闪婚老伴是豪门》是“听花岛”春节后最挣钱的一部微短剧,预计公司总收入在600万元左右。

对此,湖南省新的社会阶层人士联合会金融投资委副主任韩言铭向记者表示,过往传统商业模式的制片方分成仅为5%,《闪婚老伴是豪门》之所以引发业内的集中关注,是因为它的新模式获得了纯收入,成为细分赛道的范本。

另外,韩言铭向记者介绍称,这种新微短剧会更接近于影视剧的制作逻辑,一些微短剧公司会提前找出炒作艺人(CP)的卖点、制作预告片 and 海报,并在粉丝群中发布剧集花絮等相关内容,并及时进行账号维护、回复粉丝的相关提问等。

今年3月底,淘宝面向微短剧制作者发布了2024年微短剧扶持政策,宣布2024年将对品牌定制剧投入千万资金、超10亿流量支持。淘宝在“逛逛”板块中的二级页面开辟了微短剧板块,命名为“小剧场”,用来播放各类微短剧内容。

4月10日,京东宣布投入10亿元现金与10亿流量扶持短视频领域的创作者和优质内容。此外,京东在移动互联网应用首页“逛”页面的信息流中增加了与微短剧相关的账号和内容,为用户提供了更多观看微短剧的机会。与此同时,拼多多则在“多多视频”的二级频道上线了微短剧入口,涵盖了甜宠、虐恋、战神、大女主等20多种类别的微短剧内容。

另一边,移动互联网应用“红果微短剧”日活跃用户数量已突破3000万。上海银色大地文化传媒有限公司法人、“听花岛”首席编剧张静思向记者表示,微短剧大盘总体供给数量是在增加的。事实上,“红果微短剧”通过

数十万元一部剧的保底模式已经垄断了微短剧行业中的大部分产能。记者注意到,“红果微短剧”最新发布的6月微短剧月报显示,其旗下微短剧6月总分账额已过亿元,两家版权方月分账突破千万元,单剧月分账超20万元的作品已超过百部,前30名分账的微短剧均为独播剧。

艾媒咨询数据显示,2023年,中国网络微短剧市场规模为373.9亿元,同比增长267.65%;预计2027年中国网络微短剧市场规模将超1000亿元。

警惕老年人被“收割”

根据国家广播电视总局下发的《关于微短剧备案最新工作提示》,自今年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。新规一出,原先并未纳入审核机制的微短剧市场正式步入“备案时代”。仅6月1日当日,在网络视听节目备案系统中,就有3309部约22.7万集微短剧完成备案并获得上线备案号。

“听花岛”编剧钟小钟则认为,微短剧实际上已经慢慢摸索出了它独有的成长路径,那就是“唯快不破”。她对记者说,微短剧的精华其实就在于它的“快”和“短”,不仅是制作周期上的快,剧本的内容题材还会比传统影视剧更有时效性与当下性,往往可以与社会热点话题或受众最新痛点结合,也将会是一个不错的增量市场。

Quest Mobile 报告数据也显示,银发人群已成为中国移动互联网增量的重要贡献人群,刷短视频、看微短剧与直播已成为他们的娱乐方式之一。今年第一季度,中国50岁以上互联网用户增量达600万人,占据互联网用户总增量的26.5%,在所有年龄段中位居第一,并处于持续增长态势。

也有人对此表示担忧。近日,中国国际微电影展常务副秘书长、中国青年导演向凯对记者表达了他对老年微短剧赛道的担忧。他认为,老年人被欺骗性消费的“收割”模式会破坏整个影视剧行业的市场规则,与最初的弹窗广告、电视保健品广告套路如出一辙。

(文中“花卷”、林宇为化名) 据经济观察网

十月美食

你想吃什么 进群参与抽奖 惊喜好物带回家

扫码进群有惊喜



内蒙羊排

玉露香梨

夏季牧场

陕西眉县徐香猕猴桃

漳州红柚

云南高山蓝莓

快乐香蕉

浙江夏橙

草原峰煌

山西猕猴桃

崂山矿泉水

崂山矿泉水

烟台苹果

烟台苹果

烟台苹果

进口羊排

进口羊排

进口羊排

广田咖啡

新疆阿克苏

香妃之吻

山东香梨

南宁香蕉

烟台苹果

烟台苹果

烟台苹果

新疆黑无籽

美国原文猕猴桃

黑皮香蕉

山东烟台

HAVE A GUESS

&本次抽奖活动日期见群公告&

