

打发时间、提供情绪价值 银发短剧火了

“小朋友有迪士尼,年轻人有漫威和好莱坞,老年人有什么呢?”在讲述创作动机时,爆款短剧《闪婚老伴是豪门》团队用了“造梦”这个词。在他们看来,让中老年人成为绝对主角的短剧是国产剧的补充,所呈现的内容是老年人长期“被遮蔽的痛点”。

快速兴起的短剧,正在获取老年人的注意力。抖音平台短剧付费用户画像显示,50岁以上的用户占比达19%,中老年群体成为短剧消费的重要群体。短剧市场迎来中老年题材的井喷,以老年人婚姻、家庭、事业奋斗等为主题的短剧,正成为新的“流量密码”。

记者采访短剧主创团队、多位老年短剧观众及他们的子女发现,刷短视频、看微短剧已成为“有钱有闲”老年人打发时间、排遣寂寞的重要方式。与此同时,短剧行业面临不少争议,有人调侃“霸总爱上退休的我”内容猎奇,有人担心各种付费陷阱导致“追一部剧刷爆子女银行卡”。银发短剧,能成为老年人的造梦产业吗?

老年人为何爱看短剧

69集中老年短剧《闪婚老伴是豪门》今年8月29日上线,截至9月1日,仅听花岛旗下团圆剧场抖音专辑播放量(即正片播放量)就超过2亿,抖音平台综合话题量超过10亿,带火了“中老年甜宠剧”“中老年霸总剧”赛道。一时间,《五十岁保姆嫁豪门》《团宠老妈惹不起》等相关题材作品涌现,迅速收割流量。

打发时间、提供情绪价值是很多老年人迷上短剧的原因。在宝山的一户家庭里,记者见到“50后”Cindy奶奶和“80后”Cindy妈妈,婆媳俩都是如今市面上流行的竖屏短剧粉丝。在Cindy奶奶看来,对于老年群体来说,看短剧最重要的原因是能作为空闲时的消遣。

市场调研数据显示,我国50岁以上中老年网民规模达3.25亿,月人均上网时长高达127.2小时,相当于每天有超过4小时在网上“冲浪”。

72岁市民季昌仪的子女在国外读书、工作,一连十几年没能回家。担心与年轻人想法脱节,难以和子女交流,他用追剧的方式了解年轻人的生活节奏和想法,会特别留意剧中年轻人怎么处理现实矛盾和人与人之间的关系,以及年长一辈又是如何与年轻人沟通的。他觉得,好的短剧就像浓缩的心灵鸡汤,将年轻人的心理状态描述得淋漓尽致,他从中能获得不少启发。

对于老年人的需求和痛点,《闪婚老伴是豪门》出品方、短剧厂牌听花岛抓得很准。该剧剧本监制花卷介绍,在进入老年短剧市场之前,运营团队做了用户调研,一对一地访谈身边的老年人,了解他们的痛点,得出结论,老年人的一级痛点是子女,二级痛点才是爱与被爱,“老年人连做梦都想的是给子女解决问题。我想为他们把这个梦拍好”。

因此,《闪婚老伴是豪门》的剧情高潮发生在赘婿儿子幡然悔悟跪求母亲原谅上,而不是与老伴的甜蜜爱情,精准抓住了老年人的情绪共鸣点。“这部剧投流付费的用户跟当时的用户定位完全一致,40岁—60岁,男性占60%,我们的理想状态就是这样。”花卷说。

夕阳产业就是朝阳产业

短剧的爆火影响到行业方方面面。素人主播小枝原本以录有声书养活自己,近两年接了不少短剧配音的商单,“比录有声书报酬高不少,试音竞争也大”。她参与的短剧里有不少中老年短剧,比如讲述中老年霸总和急诊科女医生“闪婚”的短剧《恋恋黄昏》。

做中老年短剧,源于对短剧市场变化的敏锐观察。春节期间,听花岛团队拍了《裴总每天都想父凭子贵》《厉总你找错夫人了》等都市偶像题材短剧,主要付费群体是30岁左右的年轻人。春节后,团队发现主要付费人群变成40岁—60岁的中老年男性,“我认识到这个群体是有需求的,于是就想做一部中老年闪婚的题材。”花卷坦言,创作中老年短剧,很大程度上是因为找到了经济切入点,但更重要的是找到了价值感。“在常规概念里,老年市场是一个夕阳市场,但国家统计局数据显示,截至2023年底,我国60岁及以上人口已达到2.97亿,占比21.07%。我意识到,夕阳产业就是朝阳产业。”

另一个“价值驱动”来自一位影视同行的点醒:以前电视台播出了很多非常火的中老年剧,比如《闯关东》《俺娘田小草》等,现在类似的剧比较少。这让她意识到,老年人的情感需求一直存在,但被忽视了。

受到商业营利模式的影响,当下市场上面向老年人的国产剧较少,大量中老年角色成为剧中符号化、工具化的婆婆、妈妈形象,缺乏真正丰满的内心刻画,也难以引起老年观众共情。不少女演员抱怨,过了35岁就很少有戏演,或者只能给年轻演员演妈妈。

《闪婚老伴是豪门》中,女主角石小秀的扮演者名叫邵倩,曾经参演《欢乐颂2》《漂亮的李慧珍》等多部影视剧,但一直无人关注。凭借石小秀火了之后,她的抖音账号5天涨了10万粉,她感叹,“演了十年的电影和电视剧,第一次被看见”。

剧情紧凑、节奏快、反转多,是不少观众眼中短剧优于电视剧的特点。“我看了大半年的竖屏短剧,比电视剧要好看多了。”Cindy奶奶今年70岁,用起智能手机很顺畅,她指着屏幕跟记者一一介绍,手机里装着的红果短剧、河马剧场、今日头条等App都能看短剧,“一集一两分钟,一部剧几十集、上百集,我一天可以看两三部。现在的电视剧太长、太啰嗦了”。

规范微短剧市场秩序

最近两个月,小枝看了很多榜单上热度较高的短剧,研究其火热的理由,“配多了,我也想试试写一下短剧剧本,给自己换个赛道”。《闪婚老伴是豪门》爆火后,她发现某社交平台上编辑收“对标稿”,也就是在题目基础上有所迭代的作品,她试着投了稿。对方看完后,对大纲和付费前剧本表示认可,但无奈交稿速度慢了一拍,平台已经收满。“据我了解,最好能在征稿帖发出的一周内投过去”。

短剧剧本通常500字一集,80到100集的剧本要求一个月内完稿,有些甚至要半个月完稿。追求流量和话题热度下,剧本粗糙赶工、内容同质化的问题难以避免。

追剧大半年,Cindy奶奶算了一下,自己估计看了几百部竖屏短剧,最沉迷的时候,曾熬夜看到凌晨1时,“比如《离婚后转身嫁给千亿总裁》《顾总的甜心双宝》《绝世神豪》《朝朝暮暮都是你》,我都在追,有爱情、有萌宝题材”。她注意到,市面上的竖屏短剧如今都有备案号。不过,随着短剧越拍越多,内容也变得同质化,找一部质量高的短剧似乎变得更困难了,“同样的剧情,换了个演员,再换了点内容,又另外拍了一部,一样的内容反反复复,我看个开头就不想看了”。

“短剧的类型迭代特别快,去年流行男频战神、闪婚、萌宝,现在流行银发,市面上同期会出现很多类似题材。”一位短剧业内人士告诉记者,今年抖音等平台上的“端原生短剧”也在快速兴起,可以通俗理解为在播出平台上发布自有版权短剧,依靠优质短剧吸引粉丝,这成为付费投流之外的一种新尝试。



短剧《闪婚老伴是豪门》剧照。 资料图片

前不久,“老年人为短剧充值刷光银行卡”等新闻引发热议,引发大众对短剧付费模式的担忧。记者发现,不少短剧付费套路多,定价随意,会设置多种付费选项,比如某短剧平台上,要解锁一部短剧的付费部分,有“6.9元看后7集”“19.9元看后45集”“29.9元全天会员全场免费看”“58元7天会员免费看”等6种选项,消费者很容易掉入单集、全剧、平台等概念的混淆中。

北京市通商律师事务所上海分所合伙人、上海市律师协会文化传媒专业委员会副主任郝红颖介绍,如果观众点击某些短剧的宣传链接时,只看到较低的初始费用,后续却存在大量隐藏费用;这就存在并未明确告知消费者服务内容、规格、费用等有关情况,这样的行为存在侵犯消费者的知情权的可能。还有些短剧会在用户付费时默认勾选“自动续费”或“自动购买下一集”选项,侵犯了消费者的选择权,也违反了《网络交易监督管理办法》第十八条的规定,市场监管局可对其处罚。

陈女士的母亲每个月大概会花几百元在付费短剧上,在她看来,“适度消费无伤大雅”。不过,相比电视剧,短剧总体收费高出不少,还有老年人会在短剧小程序上充值数万元,如何判定短剧收费是否合理?“短剧价格实行市场调节价,由经营者自主制定,但并不意味着短剧经营者可以随意定价,定价仍应公平合理,且应当明码标价,明确剧集数、时长、费用等,使用户可在知情的情况下自主选择,这样的收费才是合理的。”郝红颖认为,从短剧行业来看,虽然短剧的制作成本可能较低,但短剧为了进入大众视野,还存在“投流”成本,这部分成本可能非常高。“如果经营者存在侵害知情权、选择权等权利、不合理收费,根据《消费者权益保护法》第四十条的规定,消费者可以要求退费。”

老年追剧群体中,不乏清醒、理智的观众。在看短剧这件事上,Cindy奶奶从来没有付过费。“市面上有很多免费的短剧可以看,我没有在短剧上花过钱,我也发现有些App可以包月看,一个月19元,也不贵”。

“选择正规的观看平台”也是法律工作者对于短剧观众避免落入付费陷阱的首要提醒。郝红颖介绍,除了看清平台外,在充值前务必了解清楚收费规则,若遇到模糊不清的收费条款,应及时向经营者咨询;同时要保存好相关的交易记录、支付凭证以及与平台的沟通记录等证据,以便后续维护自身权益。

现阶段短剧版权领域也存在诸多乱象,包括擅自搬运他人短剧,甚至以此营利,制作短剧时未经授权使用他人享有著作权的背景音乐等等。短剧领域的版权合规问题也需要引起高度重视。

来源:解放日报